



TİRAD

Tirebolu İletişim Fakültesi
Akademik Dergisi

Cilt/Vol. 2 Sayı/Issue 1, Ocak/January 2025

2/1



TİRAD Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi
TIRAD Tirebolu Faculty of Communication Academic Journal

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Yılmaz CAN
Rektör, Giresun Üniversitesi

Editör / Editor

Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN
Tirebolu İletişim Fakültesi Dekanı, Giresun Üniversitesi

Editör Yardımcısı / Assistant Editor

Dr. Öğretim Üyesi Deniz KURTYILMAZ, Giresun Üniversitesi
Dr. Öğretim Üyesi Gökhan GÜRBÜZ, Giresun Üniversitesi

Dergi Yayın Kurulu / Journal Editorial Board

Prof. Dr. Nazım ANKARALIGİL, İzmir Kâtip Çelebi Üni.
Prof. Dr. Abdülkadir ATİK, Giresun Üni.
Doç. Dr. Ioan-Constantin LIHACIU, Uni. Alexandru Ioan Cuza
Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTCİ, Aksaray Üni.
Doç. Dr. Selman Selim AKYÜZ, Selçuk Üni.
Doç. Dr. Fatih BARİTCİ, Aksaray Üni.
Doç. Dr. Yasin SÖĞÜT, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Murat BİROL, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Ali KARAKAYA, Giresun Üni.
Dr. Öğretim Üyesi Evren GÜNEVİ USLU, Düzce Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Berna BERKMAN KÖSELERLİ, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Adem DEMİRİSOY, Selçuk Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Habibe AKÇAY BEKİROĞLU, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi M. Sefa KARATAŞ, Sivas Cumhuriyet Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Mesut COŞKUN, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Selda KÜLELÇİ, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Sarper BÜTEV, Kastamonu Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Yunus ERGEN, Hatay Mustafa Kemal Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Selim BEYAZYÜZ, Düzce Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Nedim Serhat BİLECEN, Giresun Üni.
Dr. Öğr. Üyesi Şule KARADAĞ ALÇI, Giresun Üni.
Öğr. Gör. Dr. Zafer AKAR, Giresun Üni.

Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi (TİRAD), yılda iki kez; Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanan, hakemli, bilimsel, süreli bir yayın organıdır.

Dergide yayınlanan yazıların tüm sorumluluğu yazarlarına aittir. Yazılar, yayıncının izni olmadan kopyalanamaz, çoğaltılamaz.

İndeksler / Indexes



İletişim Bilgileri / Contact Information

Yazışma Adresi / Correspondence

Giresun Üniversitesi, Tirebolu İletişim Fakültesi
Demirci Mah. Osman Ağa Cad. No:100 Tirebolu Giresun / Türkiye

Tel/Fax : +90 454 310 17 60

E-mail : tirad@giresun.edu.tr

Web : <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tirad>

Cilt2 Sayı 1, Ocak 2025

TİRAD Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi
TIRAD Tirebolu Faculty of Communication Academic Journal

İçindekiler / Contents

Makaleler / Articles

- Antik Çin Sarayının Mitolojik Temsili: Son İmparator Filminin Göstergebilimsel Analizi
Mythological Representation of the Ancient Chinese Palace: Semiotic Analysis of The
Last Emperor Movie
Yasemin DEMİR 1-32
- Tüketim Olgusuna Muhafazakâr Bir Bakış: Kızılıcık Şerbeti Dizisi Örneği
A Conservative Perspective on the Phenomenon of Consumption: The Example of the
Series Kızılıcık Şerbeti
Hilal SÜT 33-56
- Abbas Kiarostami'nin Kirazın Tadı'nda Minimalist Anlatı: Bir Yoldaşlık, Bir İntihar
Minimalist Narrative in Abbas Kiarostami's Taste of Cherry: A Companionship, A
Suicide
Ömer GÜNEY 57-80
- Küresel Pazarın Yeni Oyuncuları: TikTok Fenomenleri ve Toplumsal Değişim
New Players in the Global Market: TikTok Phenomenon and Social Change
Necatcan ŞERBETÇİOĞLU & Bedir Han ÜNLÜ 81-112

Çeviri Makale / Translated Article

- Francis Bacon: Antik mi, Modern mi?, Herbert Marshall McLuhan
Ali KARAKAYA 113-121

Kitap Eleştirileri / Book Reviews

- Changing Models for Journalism: Reinventing the Newsroom, Brant Houston
Ersel KİRAZ 122-130

Antik Çin Sarayının Mitolojik Temsili: *Son İmparator* Filminin Göstergebilimsel Analizi

Yasemin DEMİR

Yüksek Lisans Öğrencisi

Kurumu: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

yasemin.demir1938@gmail.com

ORCID ID: 0009-0009-9382-7333

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : İnceleme Makale / Research Article

Geliş Tarihi / Received : 14 Aralık / December 2024

Kabul Tarihi / Accepted : 21 Ocak / January 2025

İntihal / Plagiarism

Bu makale, benzerlik programı ve en az iki hakem tarafından incelenmiş olup intihal içermediği teyit edilmiştir.

This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Öz

Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik yenilikler göstergebilimi diğer dallarda kullanılmasına aracı olmuştur. Bu bağlamda sinemada görselliğin öncelendiği ve göstergebilim ışığıyla film sahneleri yorumlanabilme, anlam yaratılabilmektedir. Göstergebilim, anlamdırmalar ve yorumlamalarla ilintili bir ana bilim dalıdır. Bu anlam yaratma gösterge, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkilerden doğmaktadır. Göstergebilim yaklaşımı, sinema araştırmalarında hem teorik bir çerçeve oluşturmak hem de analiz yöntemi olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bu yaklaşımla, sinemada kullanılan görsel, işitsel unsurların anlamlarını çözümleyerek filmlerin toplumsal, kültürel ve dilsel bağlamlarında nasıl bir anlam elde edildiğini anlamaya yönelik bir yöntem sunmaktadır. Bu çalışmada göstergebilim analiz yöntemi kullanılmıştır. Roland Barthes'ın göstergebilim yaklaşımı temel alınarak *Son İmparator* filmi analiz edilmiştir. Filmde Antik Çin'in gelenekleri ve kültürel değerleri sembolik anlatımla sunulmaktadır. Çin'in Yasak Şehir'de mitolojik hayvan figürlerine ağırlık verildiği görülmüştür. Bu gizemli mitolojik figürlerin sarayları koruduklarına inanılmaktadır; Antik Çin'in gelenekleri ve kültürel değerleri

sembolik anlatımla sunulmaktadır. Bu durum toplumun kendi örf ve adetlerine bağlı kalındığının göstergesidir. Çalışmanın temel amacı, Son İmparator filmi göstergebilim yaklaşımıyla analiz etmektir; ayrıca Çin halkının dini ritüellerini kullandıkları sembolik hayvan figürleri anlamlandırmayı hedeflemektedir. Film, birer anlamlandırma aracı olarak düşünüldüğünde önemli olabilmektedir. Bu analiz sonucunda Çin'in yaşam tarzlarındaki önemli sembolleri, kültürel değerleri ve dini inançları gösterge dizgeleriyle ortaya çıkarılmıştır. Aynı zamanda Yeni Çin Cumhuriyeti geleneğine göre Yasak Şehir'deki toplumsal değerlerin geçmişten günümüze kadar sürdüğü görülmüştür. Bunun yanı sıra saray içinde, mimari yapılarda ve kıyafetlerde kullanılan hayvan figürleri önemli bir unsur hâline gelmiştir. Hayvan figürlerinden biri olan ejderha sıklıkla kullanılmıştır. Bu ejderha simgesi gücü, ihtişamı, merhameti ve statüyü temsil etmektedir. Filmin ışık tasarımına bakıldığında genellikle doğal aydınlatma tercih edilmiş ve öne çıkan semboller belirginlik kazanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Göstergebilim, Barthes, Sembolizm, Son İmparator

Mythological Representation of the Ancient Chinese Palace: Semiotic Analysis of The *Last Emperor* Movie

Abstract

Technological innovations in mass media have been instrumental in the use of semiotics in other branches. In this context, visibility is prioritized in cinema and film scenes can be interpreted and meaning can be created with the light of semiotics. Semiotics is a main science related to interpretations and interpretations. This creation of meaning arises from the relationships between the sign, the signifier and the signified. The semiotics approach has an important place in cinema research both as a theoretical framework and as a method of analysis. With this approach, it offers a method for analyzing the meanings of the visual and auditory elements used in cinema and understanding how meaning is obtained in the social, cultural and linguistic contexts of films. In this study, semiotic analysis method was used. Based on Roland Barthes' semiotic approach, The *Last Emperor* was analyzed. In the movie, the traditions and cultural values of Ancient China are presented through symbolic expression. It was observed that mythological animal figures were emphasized in the Forbidden City of China. These mysterious mythological figures are believed to protect the palaces; the traditions and cultural values of Ancient China are presented through symbolic expression. This is an

indication that the society adhered to its own customs and traditions. The main purpose of the study is to analyze the *Last Emperor* and aim of this study is to analyze the film with a semiotic approach; it also aims to make sense of the symbolic animal figures that Chinese people use in their religious rituals. Film can be important when it is considered as a means of signification. As a result of this analysis, important symbols, cultural values and religious beliefs in Chinese lifestyles are revealed through sign strings. At the same time, according to the tradition of the New Republic of China, it was seen that the social values in the Forbidden City have continued from the past to the present. In addition, animal figures used in the palace, architectural structures and clothes have become an important element. The dragon, one of the animal figures, was frequently used. This dragon symbol represents power, splendor, compassion and status. When we look at the light design of the movie, natural lighting is generally preferred and the prominent symbols become prominent.

Keywords: Cinema, Semiotics, Barthes, Symbolism, The Last Emperor

GİRİŞ

Toplum, çevresindeki dünyayı anlamak ve yorumlamak için sembollere ve metaforlara anlam yükler. Göstergebilim, bu anlamları ve onların ardındaki dizgeleri inceleyen bir yaklaşımdır. Genel olarak, evrendeki her durumun bir anlam ifade ettiği ve bu anlamların zamanla değişip çoğaldığı kabul edilir. Bu yaklaşım, anlamı var ederek belirli soyut dizgelerin ve sembollerin örtük mesajlarını açığa çıkarmaktadır. Bu çerçevede insanlar etrafındaki varlıkları ve nesnelere anlamlandırarak belirli kodlamalar yapmaktadır. Göstergebilim yaklaşımıyla bu kodlara anlamlar yüklenmektedir. Bilim ve teknolojinin hızlı gelişimi, görsel iletişim alanında önemli değişimlere yol açmıştır (Güneş, 2023, s. 333). Bu yenilikler, göstergebilimin disiplinler arası bir yöntem olarak kullanımını yaygınlaştırmıştır.

Göstergebilim, anlamı oluşturan dizgelerin işleyişini incelemeye odaklanır. Anlamı yaratan göstergelerin bileşimi yalnızca betimleme yapmaz, aynı zamanda dizgeleriyle anlamın inşa edilmiş biçimini yeniden konumlandırır. Göstergebilim, toplum yaşamını anlamlandırmak için bir okuma yöntemi sunar. İnsanlar, dünyadaki nesne ve görselleri birbirleriyle ilişkilendirerek yeni anlamlar oluşturur. Bu yaklaşım, bazen dil, söz ya da nesnelere üzerinden bütüncül bir analiz yapmayı hedefler. Bu bağlamda “göstergebilimin kendisi gibi 20. Yüzyılda gelişimini sergileyen sinema ile çakıştığı görülmektedir” (Sivas, 2012, s. 528). Diğer farklı alanlar gibi

sinema da göstergebilimden yararlanmaktadır. Sinema anlamı yaratan en güçlü araçtır. Dolayısıyla sinema sanatı kurguya başvurarak anlamı inşa eder ve gerçek yaşamın yansımalarını vermektedir.

Göstergebilim çalışmalarının bünyesinde olan gösterge genel anlamıyla kendisi dışında başka şeyleri sembolize eden ve buna ilişkin temsil ettiği nesnenin, sembolün, dil ya da sözün yerini tutabilecek nitelikte olan biçimsel olgulardır. Özellikle de dilsel, simgesel, çağrışımlar gibi gösterge düzleminde yer almaktadır. Bu düzlemin anlamı fiziki olgulardan oluşmaktadır. Bunun dışındaki zihinsel bağlamlar var olan iki bileşenden meydana gelmektedir. Gösteren, göstergeden algılananlardır. Gösterilen, göstergenin göndermede bulunduğu zihinsel terimlerdir (Barthes, 1993, s. 82). Anlam sadece kelimelerle değil, aynı zamanda işaretler, semboller, metaforlar, imgeler ve beden diliyle de oluşturulmaktadır. Ayrıca toplumsal ve kültürel yapılar içerisinde de göstergelerin yer aldığı savunulmaktadır. Bunun yanı sıra gösterge dizgesinin, gösteren ve gösterilenle inşa ettiğini, anlamı yaratarak içeriği kurduğu söylenebilmektedir. Barthes, anlamlandırma konusuna değinerek simgesel unsurlara nitelik kazandırmaktadır. Aynı zamanda mit, sembol, metafor gibi öğelerin kültürel ve toplumsal bağlamlar bakımından anlamlandırma süreçlerinin olduğunu söylemektedir.

Barthes'ın teorisinde gösterge dizgesi düz ve yan anlam olarak da ifade edilebilmektedir. Barthes'ın düz anlamı gerçeği olduğu gibi gösterirken yan anlam da gösterilenin ardında yatan gizil mesajları ortaya koymaktadır (2003, s. 182). Özellikle de sinema sahnesinde verilen düz anlam izleyiciler tarafından kolay anlaşılıyorken, yan anlamla zorlanmaktadır. Bu bakımdan sinemanın görsel ve işitsel özelliğiyle anlam yaratılabilmektedir. Bu nedenle de sinemada her plan/sekans bir gösterge barındırmaktadır. Göstergeler filmin her sahnesinde görülebilmektedir. Öte yandan Barthes, sinema anlatılarının yapısını analiz etmek için sembollerin içerisine gizlenmiş kodlara bakmaktadır. Semboller belirli mesajlar ve mitolojik öyküler barındırmaktadır. Dolayısıyla Barthes, kültürel anlamları kapsayan göstergeler bileşimini genişleterek anlam birimini yaratmaktadır. Bu çalışmada *Son İmparator* filmi göstergebilim analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Yorumlama ve anlam yaratma açısından filmin biçimsel ve anlatı yapısı irdelenmiş; film üzerinden alınan sekanslar göstergebilimle çözümlenmiş ve tablolar çıkarılmıştır. Filmde verilen hayvan sembolleri ve nesnelere mitolojik açıdan incelenmiştir. Çalışmada ortaya çıkan bulgular sonuçta verilmiştir.

Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Antik Çin kültüründe yer alan hayvan figürlerinin ne anlama geldiklerini ve mitolojik olarak neyi ifade ettiklerini göstergebilim yaklaşım bağlamında incelemektir. Bunun dışında hayvan figürleriyle Çin toplumunun kültürel değerlerini ve inanışlarını ortaya koymaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Çalışmaya *Son İmparator* filmi dâhil edilerek seçilen sahneler nitel araştırmalardan göstergebilim yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu analiz yöntemi sosyal bilim çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır. Göstergebilim yaklaşımı, film sahnelerinde ya da farklı alanlardaki görüntünün taşıdığı temsillerin ve anlamların analiz edilmesinde en önemli yöntemdir. Böylelikle görünen anlamın dışındaki anlama odaklanan göstergebilim kuramı, anlamı parçalamaktadır. Bunlar semboller, metaforlar, kodlamalar ve mitlerle anlamı yeniden kurmaktadır (Civelek & Türkay, 2020, s. 772). Yaşadığımız evren göstergelerle çevrili ve işaretlerin, nesnelere, sembollerin neyi temsil ettiği ya da ne anlama geldiğini bulmak önemli olmaktadır. Bu nedenle de çalışmada yer alan hayvan sembolleri ve nesnelere analiz edebilmek için göstergebilim yaklaşımının kuramcılarına başvurulmaktadır.

Bu çalışmada Roland Barthes'ın göstergeler teorisi ele alınmış ve film sahneleri çözümlenmiştir. Çalışmalarda Barthes'ın göstergebilim teorisi kültür, dil metin, sembol ve imgelerin çok katmanlı anlamlarını çözümlenmek amacıyla tercih edilmektedir. Özellikle film anlatılarında gösterge, gösteren ve gösterilen dizgelerinden sıklıkla yararlanılmaktadır. Filmlerde anlamın üretilmesi açısından Barthes'ın bu üç bileşeni kullanılmaktadır. Sembollerin, imgelerin ve metaforların örtük anlamlarını, iletilerini kültürel bağlamda ortaya çıkarmak amacıyla Barthes'ın göstergebilim yaklaşımı seçilmiştir. Bu yaklaşım, belirsiz anlamları açık ve anlaşılır hale getirmektedir. Aynı şekilde anlamlandırma süreçlerinde toplumun kültürel değerleriyle bir araya gelerek düz anlamın dışında başka bir anlam daha kurulmaktadır (Barthes, 1979, s. 87-88) Diğer yaklaşımcılardan Charles Sanders Peirce ise sembollerin, figürlerin ve anlamların nasıl kurulduğuna ilişkin kapsamlı bir teori ortaya koymuştur. Onun teorisi bütün sembolik sistemlerde ve işaretlerde anlamın var olduğunu vurgulamaktadır.

Peirce'in göstergebilimi üç ana kategoride değerlendirmek mümkündür; bunlar görüntüsel, belirti ve simgedir ve göstergeyi bir işaret ve ilişki ifadesi olarak görmektedir (Akt. Aytaş & Demir, 2024, s. 163). Christian Metz'in teorisi de sinemanın bir dil yetisine sahip olduğunu anlatmaktadır. Onun yaklaşımıyla birlikte dilin işitsel ve görsel öğeleri çözümlenmiştir. Dilbilimci Ferdinand de Saussure, gösterge, gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyi irdelemektedir. Saussure' e göre dil bir göstergeler dizgesidir. Saussure, göstergenin gösterilenle birleşmesiyle kurulan bağın nedensiz olduğunu söylemektedir (1998, s. 111). Böylece her yaklaşımının teorisi anlamın üretilmesine dayanmaktadır. Öte yandan göstergebilim sadece metin çözümlenmekle kalmaz, müzik, reklam afişi, sinema, kültürel yapı, yaşam tarzları, tiyatro gibi alanları da incelemektedir. Bu bakımdan çalışma sinema filmiyle ilişkili olup Çin kültürel ve yaşam tarzını simgeleyen hayvan figürlerinin göstergeleri üzerinde durulmuştur. Ayrıca figürlerin mitolojik boyutu da literatür eşliğinde incelenmiştir.

1. Göstergebilim

Göstergebilim yaklaşımı, tam olarak 20. yüzyıl öncesi dönemleri kapsamaktadır. Bu yaklaşımın temel tanımı anlam yaratmaktır. Göstergebilim, genel tanımıyla görüntüler, reklam afişleri, sinema, tutkuların düzeni, resim, müzik yapıtı, trafik işaretleri, mimarlık düzenlemesi, tiyatro gösterisi, moda vb. alanlarda bütünsel bir anlam yaratma bilimidir (Eco, 1992, s. 113). Erkman'a göre (1987, s. 89) göstergebilim, gösterge dizgelerini inceleyen ve anlamı inşa eden bileşenleri (gösterge-gösteren-gösterilen) oluşturan bir ana daldır. Bu yaklaşımın temel konusu anlamı var etmektir; görünenin altında yatan gizil anlamları ortaya koymaktadır. Dolayısıyla göstergebilim, gerçek olanı akışı içerisinde konuyu ele alma kabiliyetine sahiptir. Bilim dalı olan göstergebilim, sadece trafik ışıklarıyla sınırlı kalmayıp çözümlenme açısından ilgi uyandırmayan görüntüleri de irdelemektedir. Sözgelimi görsel töz, kendini dilsel bir bildiriyle destekleyerek anlamlarını pekiştirmektedir; bunlar sinema, reklam, çizgi resimler ve basın fotoğrafları gibi durumlarda anlam aramaktadır (Firat, 2023, s. 312).

Öte yandan göstergebilim kuramının kurucuları olan Ferdinand de Saussure, Umberto Eco, Roland Barthes, John Locke ve Charles Sanders Peirce bu kuramla ilgili farklı görüşler öne sürmüşlerdir. Saussure' un göstergebilim teorisinde iki bileşen olan gösteren ve gösterilen gösterge dizgesinin oluşturucu konumundadır. Bu doğrultuda trafik ışıkları, tabelalar, renkler ve semboller gibi alanlar anlamı işaret etmektedir. Barthes' a göre göstergebilim, anlama dayalı

durumları ortaya koyan en temel ilkeleriyle dizgeleri betimlemeyi amaçlamaktadır. Barthes, bu yaklaşımını Saussure' un dilbilimsel yapısalcılığından devralmıştır. Saussure anlayışına göre dilin temel yurdu göstergeler dizgesidir; gösteren ve gösterilen bileşenidir. Barthes bu iki bileşenin şemasını oluşturarak gösterilenden yaratılan anlamları betimler ve yorumlar. Onun yaklaşıma bakışı, zihinsel bir tasarım ya da imgeye bağlı olarak ele alınmasına karşı çıkar. "Gösterilen, göstergenin bağlantısal iki ögesinden biridir. Onu gösterenin karşıtı yapan tek ayırım, gösterenin bir aracı kimliği taşımasıdır" (Barthes, 1979, s. 35). Barthes' ın bu görüşüyle gösterilenin hem göstergebilim hem de dilsel gösterge olarak uygulanabilir şeklindedir. Bu dizgeler gösterilene zemin oluşturarak aralarındaki bağlantısal anlamları teşkil etmektedir. Barthes da anlamlandırma konusunu diğer bir ifadeyle gösterge ve gösterilenin ilişkisel boyutuna sözleşimsel bir değer taşıdığı söylemini açıklamaktadır. Barthes, göstergebilim incelemelerini her olgunun, dilin, dizim ve dizge etrafında ele alınmasının mümkün olduğunu dile getirmektedir.

Barthes, anlamlandırmayı iki ana kategoride değerlendirmektedir; bunlar gösteren (anlatım) ve gösterilen (içerik) dizgeleridir. Birinci dizge düz anlam olup nesnelere görünür hâliyle anlam yaratmaya gönderme yapmaktadır. İkincisi ise yan anlam dizgesidir. Yan anlam dizgesi de göstergelerini kendi ekseninde göstereni oluşturmaktadır. Dolayısıyla "bir yan anlam dizgesi, anlatım düzleminin de bir anlamlandırma dizgesince oluşturulduğu dizgedir" (Barthes, 1979, s. 88). İlk dizge ikinci dizgenin gösterenini oluşturunca yan anlam meydana getirir. Barthes, düz anlam dizgesinin devamlı yan anlam inşa ettiğini söylemektedir. Ona göre yan anlam ise gösteren ve gösterilenden oluşan bir bileşendir. Öyleyse yan anlam dizgesi toplumun kültür ve tarih dünyasını bu bileşen içerisinde incelemektedir. Barthes' ın yan anlam teorisinde mit ve çağrışım boyutlarının olduğunu, öznel (kişisel) yorumlar ve sosyo-kültürel olguları barındırdığı görüşü hâkimdir. Yaklaşım, mitlerin, sembollerin, metaforların belirsiz anlamını açık ve anlaşılır kılma amacındadır. Bu bakımdan anlatıların ve ideolojilerin analize edilmesinde de kullanılmaktadır. Onun yaklaşımında anlamın çok katmanlı olduğu ve anlamın sürekli yenilendiği vurgulanmaktadır. Öte yandan Barthes, ortaya koyduğu teorisini genişleterek dilin ötesinde kültürel sembolleri ve alternatifleri inceleyen bir bilim dalı yaratmıştır.

Peirce de göstergebilim teorisine dünyanın bir göstergeler sisteminden oluştuğunu ve dünyayı anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Peirce göstergelere ilişkin teorisini sinema sanatına

uygulayarak bu bilimin sinema alanındaki rolünü daha da etkinleştirmiştir. Yine onun göstergeleri Barthes da olduğu gibi üç dizgelerden oluşmaktadır; bunlar görüntüsel, belirti ve simgeseldir. Peirce 'in göstergeler yaklaşımına göre üç dizgelerden belirtisel ve görüntüsel sinema alanında daha baskın olmuştur. Sinema yapımcıları “göstergeleri iletişim kurma amacıyla değil, göstergelerin belirttikleri şeyleri görme amacıyla kullanmaktadır. Dilin aksine film iletişim amacıyla kullanılmaz, filmin anlam ve anlamları vardır (Akt. Harman, 1985, s. 251). Diğer göstergebilim kuramcılarında Eco, gösterge dizgelerin kurallarının olduğunu ve sinemanın film anlatılarının dışında anlamlar kuralının varlığından bahsetmektedir. Öte yandan Eco, Saussure ve Peirce' den etkilenmiştir. Eco, Peirce'in izinden giderek yorumlama süreçlerine odaklanmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda sınırsız anlam yaratma fikrini ve kavram açısından sınırlandırmaları da Peirce'in göstergebilim yaklaşımı ışığında gerçekleştirmiştir. Böylelikle mutlak son anlamın elde edilemeyeceğini ve sınırsız anlam düşüncesini geliştirmiştir. Eco, dilbilimci Saussure' un yapısalcılığından etkilenmiştir. Bu nedenle nitelikli ve çoğul yorumlara yol açma yeteneğiyle var olduğunu ileri sürmektedir (Eco, 1992, s. 33). Dolayısıyla bir bilim dalı olan göstergebilim, anlam üretme sınırlarının olmadığını vurgulamaktadır. Bu yaklaşım sinema alanında da anlamı yaratma konusuyla ilgilenmektedir. Sinemada anlam yaratma ise söz, müzik, ses, görsel ve sembol ile gerçekleştirilmektedir.

2. Sinema Anlatılarında Göstergebilim

Günümüzde göstergebilim analiz tekniğinin önemi gitgide anlaşılmış ve bu tekniğin çalışmalarda sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bunun sebebi göstergebilim dizge ile iletişim araçları alanında her şeye tatbik etmesidir. Netice olarak bu teknik sinema, resim, müzik ve mimarlık gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Bu bağlamda sinema da bir sanat dalı olarak kendisine has anlatım tarzı vardır. Filmdeki her sahne görüntüsü birer göstergeler düzlemidir. Bu göstergeler anlamı yaratmaya dayandırılmaktadır. İzleyici tam olarak fiziksel bir mekânla değil, gerçeğin göstergeler aracılığıyla oluşturulmuş, göstergelerin uzamında kavramsallaşan bir metin aracılığıyla filmi deneyimlemektedir (İlkdoğan, 2017, s. 2820). Genel anlamda göstergebilim dizgesi sinemadaki anlatımların nasıl oluştuğunu ya da seyircilere ne anlama geldiğini ortaya koyabilen bir profil kurmayı öneri olarak sunmaktadır. Bu öneriyle yaklaşım, perdeye verilen filmin izlenmesini mümkün kılan normları tespit etmeyi ve her birincil yapıyı ya da sinemaya has anlam kalıplarını teşkil etmeyi hedeflemektedir.

Christian Metz, göstergebilim ve sinemayı bir araya getirerek ilk çalışmayı ortaya koymuştur. Metz, sinemayı kolaylığın kurbanı olarak görmektedir; fazlasıyla sanat olan bu sinemanın, anlam konusunda kolaya kaçıldığını, fakat çözümleme açısından zor olduğunu söylemektedir. Ona göre sinema anlatıları bir dilden ibarettir. Metz, yaptığı araştırmalar doğrultusunda sinema anlatılarında doğal dil mi yoksa eklemli dil mi kullanıldığını karşılaştırmaktadır. Bu bağlamda sinemada bir dil yetisinin var olduğunu ve bu dil yetisinin eklemelerle ortaya çıktığını ifade etmektedir. Sinemanın doğal dili ses ve biçimlerden meydana gelmektedir. Metz göstergebilimi, sinemanın işaretlerini barındırmak ve dil temelli bir göstergebilim teorisinin öncelikli olarak sözsüz bir anlamlandırma biçimine uygulanmasından kaynaklanan sorunları ele almaktır (1974, s. 32). Ona göre sinema sınırsız bir dile sahiptir. Gerçekçi bir yönelmeyle birlikte motivasyon sağlanmış, görüntüsel ve doğal şeklini reddetme, sinema anlatısının işaretleriyle baş edemeyen bir göstergebilimi yaratmak zorundadır. Sinema perdesinde görülen her şeyin bir anlama dayandırıldığını söylemekte yarar vardır. Sinemanın en küçük yapısı olan çekimde dahi bir anlam yatmaktadır. Ayrıca görüntüden sese kadar anlamın oluşması mümkündür. Göstergebilimi genel hatlarıyla inceleyen Metz, sinemadaki anlam süreçlerini seyirciye iletilen mesajlara bağlamaktadır. Sinemada üretilen her anlam belirli kodlara dayandırılmaktadır.

Metz, sinemanın göstergebilim yaklaşımına dili uygun bulmaktadır. Diğer bir ifadeyle sinemanın dil yapısını incelerken göstergeler dizgelerini temel almaktadır. Metz'in bu yaklaşımı, göstergebilim ve sinema arasındaki bağı güçlendirmiştir (Akt. Aytas & Demir, 2024, s. 163). Bunun sebebi sinema dilinin daha düzenli ve iyi anlamlandırabilen bir düzlem olmasıdır. Öte yandan göstergebilim, sinemasal bağlamda anlamın nasıl oluştuğunu ele almaktadır. Sinemanın göstergebilimi, filmdeki sekansların sadece neler olduğunu dizmek değil, sinema iletileri ve kodları da incelemektedir. Bu kodlar filmin içerisinde var olmazlar; kodlar belirli mesajlar yoluyla ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla göstergelerin temel amacı filmlerin somut olarak üretilmiş şeklini ele almayı hedeflemektedir. Sinema sanatı yapısı gereği gösterilen dizgesini var etmektedir. Başka bir yaratıcılara gereksinim duymamaktadır. Çünkü sinemada gösterenle gösterilen birliktedir; bundan dolayı da izleyicilerin kendine özgü anlamlandırmaları vardır, böylelikle izleyiciler birer gösterge konumunda olmuştur (Özcan, 2013, s. 30). Filmlerin her sahnesi gösterendir, gösterilen ise temsilin ve sembolün oluşturduğu iletilerdir. Metz'e göre filmlerdeki gösterge, gösteren ve gösterilen bileşimin arasında çok mesafe yoktur. Çünkü sinema sanatına anlam yüklemek kolaydır, fakat açıklık getirmek zordur. Dolayısıyla izleyici kitlesi göstergeler dizgesiyle gördüklerini yorumlayarak açıklamaktadır. Bu

bağlamda düz anlamlar rahatlıkla yorumlanabilmektedir. Böylelikle sinemanın anlam üretme açısından diğer sanat dallarına göre daha kolay bir dili olduğu düşünülmektedir (Aydingüler, 2023, s. 15).

Sinema sekansları /plan göstereni vermektedir. Bu sekansların temsil ettiği nesnelere, sözler de gösterilene oluşturmaktadır. Sinemanın göstergebilim üçgeni film anlatılarının anlam ile ilintili olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda gösterge, gösteren ve gösterilen bileşeni arasındaki bağdan çıkan sonuç anlamın kurulmasıdır. Filmdeki görüntü göstereni gerçeğiyle hemen hemen aynı olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan Metz'e göre sinema görüntüleri anlam oluştururken belirli kültürel kodlardan beslenmektedir. Her görüntünün tek başına bir anlamı olsa bile, diğer görüntüler ile birleştiklerinde yeni anlamlar gösterilene vermektedir (Özcan, 2013, s. 34). Kısacası göstergebilim anlamı aramakta ve yaratmaktadır. Bu nedenle de sinema alanındaki göstergebilim de bir yapıdaki anlamların nasıl kurulduğuna bakmaktadır. Sinema görüntüleri ve sesleri bir bütün hâline gelerek anlamı var etmektedir. İzleyiciler filmlerin her sahnesinde anlamı üreterek gerçek olmayanla bir bağ kurmaktadır. Bu bakımdan Bernardo Bertolucci sinemasında göstergebilim yaklaşımı, doğrusal bir yapıya sahip ve izleyiciyi anlam üretmeye zorlayan bir yöntem olarak işlev görmektedir. Öte yandan yönetmenin filmlerinde kullandığı semboller, karakterlerin içsel dünyaları ve toplumsal bileşenleri anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu sembollerin ve kodların nasıl bir anlam taşıdığına ilişkin Barthes'ın göstergelerinden yararlanılmaktadır. Onun filmlerinde göstergeler belirgindir ve anlamlar sürekli üretilmektedir. Anlam yalnızca diyalog ya da geleneksel anlatı yapısına dayanarak değil, görsel unsurlar ve sembollerle de inşa edilmektedir. Bertolucci sinemasında kültürel ve toplumsal bağlamlar anlamlandırma süreçlerinde önem kazanmaktadır.

3. Bernardo Bertolucci Sineması

İtalyan yönetmen olan Bertolucci, kendine özgü sinema dili yaratan, sanat alanında sınır tanımayan ve drama türünün öncülerindedir. Ayrıca kameranın gözlem tarzı, alan derinliği kompozisyonu ve zengin görselleriyle sinemaya yeni bir dil katmıştır. Aynı zamanda filmlerinde görsel estetik, kamera hareketleri, renkler, ışık ve sinematografiği inceliklerle kullanmaktadır. Bertolucci 'nin yaptığı tüm filmler politik bir katmana sahiptir. Sinemayı bir devrim aracı olarak değil, karşı çıkış aracı olarak görmektedir (Mellen, 1972, s. 79). Yönetmen aynı zamanda filmlerinde insan ruhunun çözümlenmesi, psikanaliz, sınıf mücadelesi,

toplumsal, tutku, özgürlük, isyan, derin sanat sevgisi, cinsellik gibi ana temalara yer vermektedir. Ayrıca yönetmen filmlerinde epik bir görsellik sergilemektedir. Bunun yanı sıra Bertolucci, filmlerinde metaforik bir anlatım sunmaktadır. Özellikle *Son İmparator* (1987) filminde *Yasak Şehri'* n her köşesini tanıtarak zengin bir görsellik aktarmaktadır. Bu filmde çocuk imparatorun tüm yaşamı üzerinden komünist devrimi ve Japon istilasını anlatmaktadır. Bertolucci'nin *Paris' te Son Tango* (1972), *1990* (1976), *Konformist* (1970), *Çölde Çay* (1990), *Küçük Buda* (1993), *Düşler, Tutkular ve Suçlar* (2003) gibi filmlerinde kendine has sinema dili geliştirmiştir. Yönetmenin 1900 filminde de sınıf mücadelesinin panoramasını sunarak politik ve felsefi kaygılarını ön plana çıkarmaktadır. Bu noktadan hareketle yönetmenin topluma bakışının sanatına şekil verdiği çıkarımı yapılabilmektedir (Yalçın, 2024, s. 33). Bertolucci genellikle kendi düşüncelerini sinemaya yansıtmıştır. Dolayısıyla Bertolucci sineması hem görsel zenginlik hem de içerik olarak derinlikli bir sinema dili yaratmıştır.

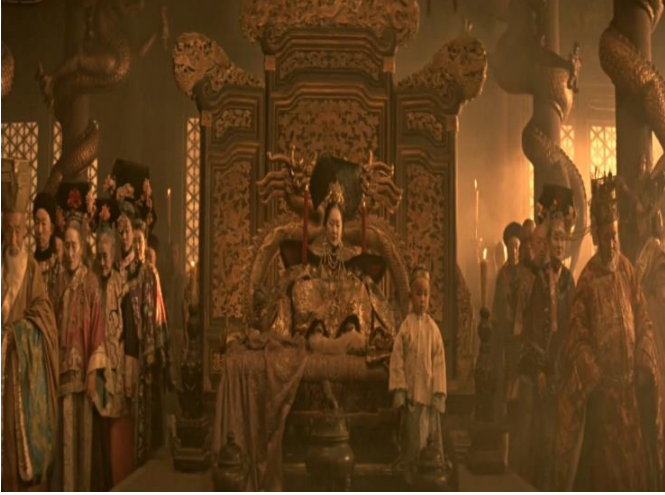
Öte yandan yönetmen filmlerinde politik bir tutum sergilemesinin yanı sıra oryantal bir bakış açısı da sunmaktadır. Örneğin yönetmenin *Son İmparator*, *Çölde Çay* ve *Küçük Buda* filmleri oryantalizmi belirtmektedir. *Çölde Çay* filmi, İngiliz Alması'nın Arap bölgelerinde yaşadığı deneyimler ve ilişkiler üzerinden Batı'nın Doğu'yu nasıl algıladığına dair mesajlar içermektedir. Aynı şekilde *Küçük Buda* filmi de Batılı bir bakış açısının Doğu'nun mistik ve ruhsal öğretilerine nasıl yaklaştığını göstermektedir. Dolayısıyla yönetmen, Doğu'nun kültürünü ve farklı dini inanışların karşıtlığını filmsel anlatılarında harmanlamaktadır. Bunlara ek olarak yönetmenin *Son İmparator* (1987) filmi, Çin toplumun kültürel değerlerini sembolik anlatımla sunmaktadır. Pu Yi'nin dramatik yaşam öyküsü göstergebilimsel yaklaşımı bağlamında derin bir incelemeye tabi tutulmaktadır. Çin'in geleneklere bağlılığı ve yenilenmeye kapalı bir tutum sergilemektedir. Bu gelenekler ve sembollere olan mitolojik inançlar göstergebilimsel açıdan değerlendirilmektedir.

4. *Son İmparator* Filminin Konusu ve Göstergebilimsel Analizi

Son İmparator, 1987 ABD yapımı otobiyografik bir drama filmidir. Filmin yönetmenliğini Bernardo Bertolucci üstlenmiştir. Ayrıca Bertolucci, Mark Peploe ile birlikte filmin senaryosunu yazmıştır. 19 binden fazla kişi rol almıştır; başrollerde, John Lone, Joan Chen, Peter O' Toole, Ruocheng Ying, Victor Wong, Dennis Dun, Ryuichi Sakamoto, Maggie Hon, Ric Young, Vivian Wu ve Chen Kaige yer almaktadır. Bunlara ek olarak Bertolucci, bu filminde oryantalizm bir bakış

açısı sergilemektedir. Oryantalizm; “Doğu ile Batı arasındaki ontolojik ve epistemolojik ayrıma dayalı bir düşünüş biçimidir” (Said, 1977, s. 4). Oryantalist bakış açısı filmde gösterilen figürlerde değil, olay örgüsünde görmek mümkündür. Son İmparator filminde 3 yaşındaki Pu Yi'nin Çin hükümdarının son varisi olarak ilan edilmektedir. Pu Yi saray içerisinde Batılı bir eğitmeninden ders alır. Batı'ya özgü değerlerin Doğu kültürüne aktarıldığını görürüz. Doğu'nun karşısına dışa açık, modern, ileri görüşlü Batılı bir kimlik çıkarılmıştır. “Fimsel anlatıda Batı'nın gelişmiş toplumuna karşı geri kalmış klanlar ve bedeviler ve çoğunlukla Doğu'ya ait düşünülen sapkın cinsellik anlayışları, Doğu'nun tekinsiz dünyasının eşliğinde filme yansıtılmaktadır” (Yiğit, 2006, s. 240). Özellikle Çin'e dışarıdan bakış, filmde Çin, batıya göre mistik, gizem, egzotik, kapalı ve geleneksel bir toplum olarak betimlenmektedir. Film içerisinde Çin toplumu geleneklere bağlı yeniliklere kapalı bir kimlikle sunulmaktadır.

Film, Pu Yi'nin yaşamını anlatmaktadır; Çin'in son imparatoru olan Pu Yi'nin dramatik hikâyesine yer verilirken, önemli görseller de ön plana çıkarılmaktadır. Filmin belirli sahnelerinde sembolik anlatımlara sıklıkla başvurulmaktadır. 3 yaşındaki Pu Yi' nin saraya gelişiyle birlikte Çin toplumunun geleneksel ve kültürel yapısı gözler önüne serilmektedir. İmparatorun tahta çıkmasının yanı sıra saraydaki semboller ve çatılardaki hayvan figürleri göze çarpmaktadır. Buna ilişkin filmin çoğu sahnesine bakıldığında mitolojik hayvan figürlerini görmek mümkündür. Çin mitolojisinde hayvan figürleri genel olarak otoriteyi, gücü, bilgeliği, bereketi vb. öğeleri simgelemektedir. Dolayısıyla mitoloji ve sinema arasında derin bir bağ vardır. Kurgusal doğaüstü varlıkları, olayları ve olguları içinde barındıran öyküler olan mitolojik unsurlar, alegorik ve simgesel anlatılar olup, sinema anlatılarıyla benzerlik taşımaktadır (Çöm, 2023, s. 588). Bu bağlamda mitolojik unsurlar sinema sanatında önemli bir işlev üstlenmektedir. Sinema yoluyla mitolojik öykülerin yaratıldığı ve yayıldığı görülmüştür. Ayrıca mitolojik unsurlar toplumun ortak değerlerini, kültürlerini ve ideolojilerini pekiştiren gerçekle bir bağlantısı olmayan fakat toplum tarafından yaratılan ve inşa edilen anlamlardır. Bu bakımdan Çin'in kültürel mitleri analiz edilmiştir. Çin toplumunun geleneklerinde her figür kutsallaşmıştır. Belirli inançlar doğrultusunda hayvanlara ait semboller kültürel bir kimlik kazanmaktadır. Filmin olay örgüsü hariç tutularak yalnızca önemli semboller analize dâhil olmuştur.



Görsel 1. Son İmparator 14'18''



Görsel 2. Son İmparator 17'29''

Pu Yi, 3 yaşında imparatoriçe tarafından Çin'in yasaklı şehri Manchuria'ya çağrılır. Çocuk hemen şehre getirilir ve imparatoriçenin karşısına çıkartılır. Filmin ilk sahnesinde Pu yi ve babası imparatoriçenin huzurunda eğilerek selam verir. Sahnede sisli bir havanın olduğunu görürüz (Görsel 1). Pencereden yansıyan loş ışıkla sahneye ilahi bir anlam kazandırılmıştır. Film sahnelerinde genellikle doğal ışık kullanılmıştır. Ayrıca saray içinde ve karakterlerin giydiği kıyafetlerde sarı renk görülmektedir. Sarı renk imparatorluğun rengi olarak kabul edilmiş, güce ve asalete atıfta bulunmaktadır. Aynı zamanda bu renk imparatorun gücüyle ve hüznüyle ilişkilidir. Böylece sarı renk görsel olarak sıklıkla vurgulanmaktadır. Batı kültüründe ise sarı renk canlılığı, enerjiyi, mutluluğu ve neşeyi simgelemektedir. Sarayın içerisindeki kolonların her birinde ejderha sembolleri görülür ve karakterlerin giydiği geleneksel kıyafetlerle daha belirginlik kazanır. Ejderha figürü, çoğu toplumun hikâyelerinde yer edinen mitolojik hayvanlardan biridir. Ejderha figürünü farklı fiziksel özelliğiyle imparatoriçenin tacında görürüz (görsel 1).

Ejderha, Çin kültüründe önemli bir yere sahiptir. Bu hayvana farklı kültürlerde farklı anlamlar yüklenmektedir. Türkler ejderhayı bereketin ve kuvvetin sembolü olarak kullanmaktadır (Çoruhlu, 2017, s. 43). "Antik dönem Çin toplumunda ejderha, şanslı ve mucizevi bir yaratık olarak görülürken, aynı zamanda güç otorite, yetenek ve uğurun sembolü olmuştur" (Güleç, 2023, s. 189). Çin kültüründe ise zamanla fiziksel özellikler de yüklenmiştir; yılanın boynu,

geyiğin boynuzları ve kartalın pençesi gibi niteliklerden söz edilebilmektedir. Filmin ikinci sekansında imparatorun evlendiğini görürüz (görsel 2). Bu görselde de gelinin başındaki kaytoda ejderha figürü görülmektedir. Ejderha, Çin kültüründe önemli yere sahip, birçok nesne üzerinde görmek mümkündür. Özellikle de imparatorun kıyafetinde bulunun ejderha figürü Çin kültüründe sonsuz uğur getireceğine ve manevi bir sembol olduğuna inanılmaktadır. (Hathaway, 2022). Ejderha, Uzak Doğu mitolojisinde olumlu özellikler taşımakta ve bu figürü tanrılaştırmışlardır. Batılı ülkelerin kültüründe ise kötü ve felaketin habercisi olduğuna inanılmaktadır. Bu figür Batı inançlarında kışın yerin altında yaşayan yazın ise yeryüzünde hüküm süren kötü bir varlık olarak nitelendirilmektedir (Roux, 2011, s. 68-69).

Önemli bir figür olan ejderha, Orta Asya gibi bölgelerde saygınlık kazanmıştır. Asya kültüründe ise ejderha, doğaüstü güçleri simgelerken, Hıristiyanlarda şeytani bir özellik taşımaktadır. Yine ejderha figürüne baktığımızda gerçekte varlığından söz edilmeyen, fakat çoğu toplumun anlatılarında yer alan mitolojik hayvanlardan biridir. Özellikle de Çin toplumunda kültürel değere sahip mitolojik bir yaratık konumundadır. Dolayısıyla film süresince ejderha figürünü görürüz. Aynı şekilde ejderhanın mitolojik anlatıları ilkel dönemlere dayanmaktadır. Çin toplumu bu yaratığın soyundan geldiklerine inanmaktadır. Bu nedenle de hayvan sembolleri onlar için önemli bir kültürel boyut kazanmıştır. Yunan Mitolojisinde ejderhanın yeryüzüne canavar, dokuz kafalı bir ejder, köpek gibi hayvanları yarattığına inanılmaktadır.

Aynı şekilde kırmızı renk de Çin geleneklerinden biridir. Kırmızı renk mitolojik bakımından değerlendirildiğinde otorite, refahı, içsel dünyayı ve kültürle olan ilişkileri simgelemektedir. Bunun dışında kırmızı kutlamadır, anlam olarak da insanlara şans, mutluluk ve uzun ömür getirdiğine inanılmaktadır (Başar, 2020). Filmde çoğunlukla kırmızı renk tercih edilmiştir. Taht, kıyafetler ve mimari yapıların çatısı kırmızıdır. Kırmızı taht, kötülerden ve kötü ruhlardan korunmayı temsil etmektedir. Hint mitolojisinde kırmızı renk, yeni hayata girişi sembolize etmektedir. Türk kültüründe ise gücün, aşkın ve heyecanın simgesidir. Ayrıca kırmızı renkte tehlike olduğu inancı sergilenmektedir.

Bunun yanı sıra imparatoriçenin oturduğu tahtın iki tarafında aslan motifleri görülür. Aslan bilindiği üzere heybetli, ormanların ya da hayvanların kralıdır. Aslan figürü “eski Çin’de dört mevsim ile ilişkilendirilir ve kış mevsimini temsil eder” (Beer, 2003, s. 67). Bu bağlamda aslan ölümü çağrıştırmaktadır. Aslan sembolü yine Çin kültüründe hayvanların kralı, korkusuzluğu ve koruyuculuğu simgelemektedir. Bu figür, Budist mitolojisinde de bazen bir tanrı simgesi

iken bazen de hükümdarı ya da oturduğu tahtı simgelemektedir (Güleç, 2023, s. 202). Buna ilişkin Çin literatüründe bazı imparatorların aslan figürlü tahta oturduğundan bahsedilmektedir. Bu hayvan taht imparatorunu da sembolize etmektedir. Öte yandan filmin birçok sahnesinde aslan figürünü görmek mümkündür. Yine Çin mitolojisine bakıldığında aynı şekilde kötü ruhları kovmak, koruma cesaret, saygı gibi anlamları tasvir etmektedir. Aslan sembolü Yunan mitolojisinde Tanrı' yı, tahtı, gücü ve heybeti simgelemektedir. Dolayısıyla Çin toplumunun inancına göre güçlü olan aslan koruyucu bir hayvan görevini de üstlenmiştir. Bu sembol farklı uygarlıklarda hayvanların kralı adı verilmiş ve özellikle tapınaklarda, saraylarda önemli bir ikonografi hâline gelmiştir. Aslan figürü aynı zamanda Yeni Ahit'te yıldıktan sonra ve şeytanı sembolize eden ikinci bir hayvan olarak kabul edilmektedir (Gezgin, 2007, s. 29).

Bunun dışında Çin toplumunun en önemli geleneklerinden aslan dansı vardır. Bu dans, Çin halkının kutladığı Fener Bayramı ile bağlantılıdır. Bu nedenle de Çin halkı festival ve bayram günlerinde iyi şans getirmesi ve kötü ruhları kovması için geleneksel aslan dansını gerçekleştirmektedir (Guowuyuan, 2007, s. 238). Bu dansın yapılmasıyla birlikte geleceğe yönelik şans ve refah getireceğine inanılmaktadır. Ayrıca aslan sembolü Mezopotamya döneminde de önemli yeri teşkil etmiştir. Onların kültürüne göre aslan, kahramanlık, savaşçı ve tanrı gibi unsurları sembolize etmektedir. Aslan, film boyunca sürekli gösterilen önemli sembollerden biridir. Aslan, Mısır medeniyetinde üstünlüğü ve gücü sembolize etmektedir. Aslana "Mısır'da "kutsal alanların ve sarayın koruyucusu" görevi verilmiştir. Eski Mısır'da firavunlar, aslan üzerinden kendilerine güç ve kutsiyet atfederek egemenliklerini sürdürme yoluna gitmişlerdir" (Tutaysalır & Arı, 2023, s. 436). Antik Yunan kültüründe ise korkuya bağlı saygınlığı asil oluşu, koruyuculuğu ve dişil gücü temsil etmektedir. Benzer şekilde Hitit kültüründe de gücü sembolize etmektedir. Türk toplumunda da iyi şans getirdiğine ve aydınlık verdiğine inanılmaktadır.

Gösterge	Nesne	Nesne	Nesne
Gösteren	Aslan	Ejderha	Kırmızı Taht
Gösterilen	Koruyuculuk, aydınlık güç,	Otorite, bereket, şans, uğur, yetenek	Kötülerden ve kötü ruhlardan korunma

	Tanrı simgesi, taht		
--	------------------------	--	--

Tablo 1. Göstergebilimsel Çözümleme



Görsel 3. Son İmparator 12'38''

Filmde geleneklere bağlı bir imparatorluk dönemi vardır. Pu Yi yüce imparatoriçeden korkar, o sırada haznedar başı küp getirir ve kapağı açar. Haznedar başı majesteye tütsü verir. Tütsü duman çıkaran bir nesnedir, bu tütsü Antik Mısırlılar tarafından mistik güçler için kullanılmaktadır. Tütsüler genellikle ritüellerde yakılmaktadır. Tütsü de sadakat ve şükran göstergesi olarak verilir. Bu durum Çin imparatorluğunda geleneksel bir hâl almıştır. Örs'e göre (1964, s. 336) Çin'de insanlar hastalandıkları zaman onları tedavi etmek amacıyla çeşitli ritüeller yapılır ve yüce tanrılardan yardım istenir, bu ritüel sırasında tütsüler yakılır ve eğilerek tekrar tekrar selam verilir.

İmparatoriçe ölmeden önce tütsü yakılır. Böylelikle tütsü ayinlerin ve ritüellerin kutsal aracı konumunda olmuştur. Sahnedeki tütsü imparatoriçenin sağlığı ve huzura ermesi için tanrıdan yardım istendiğinin bir sembolüdür. Bunun yanı sıra tütsü, ataların yanıt verdiğini kutsamaların ve duaların alındığını temsil eder. İmparatoriçenin başındaki boncuklu taç da gücü, yüceliği, ihtişamı sembolize etmektedir. Çin imparatorluğunda taç giyme otorite ve tolere edebilmenin yanı sıra ülkenin tüm sosyo-kültürel değerlerine ve görgü kurallarına sahip olduğunun bir simgesidir (Yalın, 2022). Tacı giyinen imparator ve imparatoriçeler gizemli bir etki yaratmaktadır. İmparatoriçenin tacına bakıldığında yine ejderha figürünü görürüz. Aynı

şekilde tahtın fiziki yapısında da bu figür işlemleri göze çarpmaktadır. Dolayısıyla bu işlemeli hayvan motifleri Çin kültüründe yaşamın çeşitli yönlerini sergilediğine inanılmaktadır. Bu sebeple de hayvanlar dekoratif unsur olmasının yanı sıra Çin'in yaşama şeklinde önemli bir sembol hâline gelmiştir.

Bunun dışında Çin toplumunun diğer sembolü de Anka kuşudur. İmparatorun yaşadığı sarayın içerisinde Anka kuşu sembolünü sıklıkla görürüz. Bu sembol gerçekte olmayan fantastik dünyanın yaratmış olduğu mitolojik hayvanlardan biridir. Mitolojik hayvan sadece Çin kültüründe değil aynı zamanda farklı medeniyetlerde de varlığını sürdürmüştür. Anka kuşu Çin mitolojisinde rüzgâr tanrısı olarak bilinmektedir. Böylelikle ilahi gücü sembolize etmektedir. Aynı zamanda Anka kuşu sembolüne dürüstlük, samimiyet, erdem gibi farklı anlamlar yüklenmiştir (Nigg, 2016, s. 21).

Bunun yanı sıra Anka kuşu imparatoriçeyi de sembolize etmektedir. Öte yandan zenginliğin ve zarafetin de simgesidir. Anka kuşu sembolü Pers mitolojisinde yeniden doğuşun göstergesidir. Aynı zamanda bu sembol Azerbaycan, İran, Ermenistan, Doğu Roma gibi birçok kültürlerde yer almıştır. Mısır mitolojisinde anka kuşu ölümsüzlüğü sembolize ederken, Antik Yunan'da dişil bir simge konumundadır.

Gösterge	Nesne	Nesne	Nesne
Gösteren	Küp ve Tütsü	Boncuklu taç	Anka kuşu figürü
Gösterilen	Tanrıdan yardım dileme, kutsal araç, dua	Otorite, güç, yücelik, ihtişam, normlar	Rüzgâr tanrısı, ilahi güç

Tablo 2. Göstergebilimsel Çözümleme



Görsel 4. Son İmparator 13'40''



Görsel 5. Son İmparator 25'23''

Kaplumbağa figürü filmin birçok sahnesinde görülmektedir. Bu sembol Çin mitolojisinde dinsel özellik taşımaktadır. Çin toplumunun geleneğinde kaplumbağa sembolü önemli olup rütbe ve değişmezliği simgelemektedir. Aynı zamanda Tanrılara tapınmak için bu hayvan figürüne başvurulmaktadır. Çin kültüründe kaplumbağa, leylek, geyik uzun ömrün sembolleri olarak, hayat ağacı ile bir bağı vardır (Mackenzie, 1994, s. 101). Annesi Pu Yi' yi uyutmaya çalışırken ağaç ve rüzgârın hikâyesini anlatır (Görsel 5). O sırada nedime, rüzgâr sesi çıkartarak örtüyü üfler ve kadının hikâyesine eşlik eder. Doğanın eşsiz bir parçası olan ağaç, Çin mitolojisinde kutsallaştırılmıştır; böylelikle Çin toplumunda önemli bir yere sahiptir. Genel olarak ağaç figüründe ölümsüzlük umulmaktadır. Dolayısıyla insanları bir inanişe itmiştir. Filmin sahnesinde de ağaç figürü kutsallaştırılmış, "cenneti ve dünyayı birbirine bağlayarak insanların tanrı iletişim kurması için köprü görevi üstlenmiştir" (Işık, 2019, s. 558). Buna ilişkin Çin kültüründe ağaç figürü ölümsüzlüğü, kutsallık, cennet, tanrıyla aracılık kurması ve hastalıklara karşı bağışıklığı temsil etmektedir.

Dolayısıyla ağaç figürü Çin kültüründe ölümsüzlüğü sembolize ederken, Türk mitolojisinde ise kötü durumlardan temizlenme ve tanrıya ulaşmayı temsil etmektedir. Bu sembolik ve mitolojik anlatılar Çin toplumunda gerçeklikten çok fantastik olgulardır. Böylelikle gerçekte var olmayan motiflere, sembollere inanılmıştır. Çinlilerin hayali ağaca tapmasının sonucunda ağaç meyvesinin ölümsüzlük getireceği inanişi hâkim olmuştur. Bu sebeple de ağaçlar, sonsuzluğa ve güce atıfta bulunmaktadır. Çin kültüründe hayvan sembolleri inançlarını şekillendirdiği gibi diğer nesnelere de yaşamlarına ve inançlarına katkıda bulunmuştur. Avrupa, Yunan, Roma ve

İtalya gibi ülkelerin kültüründe ağaç motifi tapınma nesnesidir. Mezopotamya' da kültürel değişimler sonucu hayat ağacına atfedilen nitelikler aynı kalmıştır. Bolluk, bereket, güç ve ölümsüzlük sembolü olmasıyla kendini sürekli yenilemiştir (Dağ, 2021, s. 66).

Toplumun ağaç sembolüne tapınmasıyla birlikte kutsallaşmış ve ritüele zemin oluşturmuştur. Özellikle Avrupa kültüründe çok sevilen birinin kapısının önüne bereket olması amacıyla ağaç çalıları bırakılmaktadır. Bunun dışında ağaç sembolünü ölüm ve ölümsüzlükle ilişkilendirilmektedir. Böylelikle ölüm ve yaşam ağacı ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde kullanılmasının nedeni yaşamın iki yüzünü insanın beşikten mezara geçişini simgelemektedir (James, 1966, s. 201). Dolayısıyla ağaç sembolüne mitolojilerde ve farklı kültürlerde farklı anlamlar yüklenmiştir.

Kaplumbağa sembolüne baktığımızda Çin mitolojisinde kaplumbağa ejderha şeklini alarak simgeleştirilmiştir. Ejderha kaplumbağası; doğurganlık, güç, kararlılık, cesaret gibi niteliklere sahiptir. Kaplumbağa diğer mitolojilerde uzun ömürlülüğü, bilgeliği ve sabrı sembolize etmektedir. Aynı zamanda kaplumbağa suyun yüzeyinde bulunan yeryüzü ile onun üzerindeki göğü betimleyen bir simge olarak karşımıza çıkmaktadır (Çoruhlu, 2017, s. 149). Buna ilişkin filmde de imparatoriçenin kaplumbağa suyundan içtiği gösterilmektedir. Bunun yanı sıra ejderha kaplumbağasının dört ayağı mevsimleri temsil ederken, onun sağ gözü ayı, sol gözü ise güneşi sembolize etmektedir. Dolayısıyla bu sembol ile Çin'in kültürel yapısını görürüz. Aynı zamanda kaplumbağa mitolojide yaşamı, ölümün sırrını bildiğine ve toprağı sembolize ettiğine inanılmaktadır. Bunun yanı sıra kaplumbağa figürü Hint kültüründe ise dünyayı denizin üzerinde tutan tek hayvan olduğu inancı yatmaktadır. Yine başka bir uygarlık olan Mayalar, Mısır Tanrı'sının kaplumbağa kabuğunun içinden çıktığına inanılmaktadır. Kaplumbağa sembolü, her uygarlıkta ve dönemlerde farklı şekilde anlamlandırılmaktadır.

Mitolojik bağlamda Moğollar ise kaplumbağayı şifacı ve iyileştirici bir gücünün olduğuna atıfta bulunmaktadır. Bu nedenle de taştan yapılmış kaplumbağa karşı saygı duruşunda bulunmaktadırlar. Aynı şekilde Çin mitolojisine bakıldığında bunlardan farklı olarak dünyayı ve cenneti temsil etmektedir. Ayrıca bu hayvan serveti ve uzun ömrü de simgelemektedir. Japon ve Kore kültürüne baktığımızda kaplumbağa sembolü uzun yaşam tanrısı ve mutluluğu simgelemektedir. Antik Yunan mitolojisinde hastaları iyileştirdiğine inanılır ve kaplumbağanın farklı bölgelerinden ilaç yapılmaktadır.

Kaplumbağa Türk toplumunda ise daha farklı amaçla kullanılmaktadır. Eşlerin çocuk sahibi olması için kullanılmaktadır. Ayrıca Antik Yunan mitolojisine benzer olarak hastaların tedavisinde kullanılması elzemdir. Özellikle Anadolu’da kaplumbağa inanç geleneği olmuştur.

Gösterge	Sembol	Nesne
Gösteren	Kaplumbağa	Ağaç motifi
Gösterilen	Rütbe, değişmezlik, bilgelik, dünya, cennet, deniz, uzun yaşam Tanrısı	Ölümsüzlük, aracı, kutsallık, bağışıklık

Tablo 3. Göstergibilimsel Çözümlemesi

Bu sembol ev, bahçe, mezar duvarı ve halılarda motif olarak gösterilmektedir. Hint mitolojisinde tanrı Vişnu, yeryüzüne ikinci kez bir kaplumbağa olarak inmektedir (Armutak, 2004, s. 147). Bu tanrının denizleri birbirine katmak için tersine çevirdiğine inanılmaktadır. Afrika mitolojisinde öncelikle kaplumbağaların yaratıldığı sonra insanların bunu izlediği inancı hâkimdir.



Görsel 6. Son İmparator 14’26”

İmparatoriçe son nefesini vereceği zaman tavandaki incinin altına getirilir ve incinin altında ölür. Sahnede İmparatoriçe öldükten sonra ağzına siyah inci konulur. İnci filmin birçok sahnesinde karakterlerde görülmektedir. İnciler, şifa ve metafizik amaçlı kullanılmaktadır, dişil

enerjiye sahiptir. İnci, Antik Yunan mitolojisinde denizin bereketini sembolize etmektedir. İnciler aynı zamanda saflığı, gücü, aşkı, lüks, soyluluğu da simgelemektedir. Ana tanrıçanın gözyaşı olarak da bilinmekte ve inciyle özdeşlik kurmaktadır. Eski Çin mitolojisinde ise iyi şans, bereket, doğurganlık, dişiliğin ve nazardan korunmanın sembolüdür (Andrews, 1996, s. 20-21). Aynı zamanda inci imparatoriçenin kutsallığı ve sosyal statünün üstünlüğünü simgelemektedir. Bu sembol Antik Mısır'dan Çin'e kadar çok kullanılan mücevherlerden biridir. Ritüellerde inci metaforu imparatorların bilgeliğe ulaşması için kullanılmaktadır. İnci, Batı ve Yunan mitolojisinde yer alan Afrodit'in genelde kabul gördüğü üzere kadın güzelliğinin doğuşunun yaratılmasının sembolik göstergesidir (Kuru Çakmakoglu, 2008, s. 113). Roma kültüründe ise yaşamın varlığına atıfta bulunmaktadır.

Gösterge	Nesne
Gösteren	İnci
Gösterilen	Soyluluk, doğurganlık, üstünlük, dişilik

Tablo 4. Göstergibilimsel Çözümleme



Görsel 7. Son İmparator 16'39"

Filmin bu sahnesinde imparatoriçenin talimatıyla 3 yaşındaki Pu Yi tahta çıkar. Şehirdeki tüm erkekler hadım edildiğinden dolayı 3 yaşındaki Pu Yi seçilir. Cennetin oğlu ve tanrıyı temsil etmektedir. Şehrin bütün halkı onu destekler ve selamlar. Sahnedeki sembolik anlatım oldukça

zenginlik gösterir. Taht, yılan figürü ve fil sembolü yer alır. Çin kültürünün bu sembollerine baktığımızda taht, görseli yönetici, kutsallık, hükümdar olmak, koltuk, yükseliş ve yücelik gibi anlamları temsil etmektedir. Pu yi bu anlamda hükümdarlığa ilk adımı atmıştır. Tahtın her iki tarafındaki yılanlar da büyük inanışların temelini oluşturmaktadır. Yılan figürü her kültürün mitolojisinde bulunmaktadır. “Cennet ve cehennem anlayışının baskın olduğu inançlarda yılan, şeytan olarak kabul görmüş ve kendisine olumsuz yakıştırmalar yapılmıştır. Çünkü yılan ilk insan Âdem ile Havva’nın cennetten kovulmasına neden olmuştur” (Sivri & Akbaba, 2018, s. 54). Buna karşın Çin kültüründe yılan figürü yeniden canlanmayı simgelemektedir. Mitolojiye göre yılan ejderhanın üvey oğlu olduğunu söylemektedir. Mısır mitolojisine baktığımızda yılan sembolü, yaratıcı ve kötülük olarak görülmektedir.

Türklerde ise şeytani bir nitelik kazanmış ve yeraltı tanrısını simgelemektedir. Sümer mitolojisinde de yılan sembolü tanrılaştırılmıştır. Bu tanrının adı Ningişzidadır ve hayat ağacının hâkimi anlamına gelmektedir. Tanrılaşmış bu sembol, bir sopaya sarılmış biri erkek, diğeri de dişi iki yılan, bir vazunun üzerinde kabartma olarak gösterilmektedir (Yöndemli, 2004, s. 20). Hint mitolojisinde ise şifa dağıtan varlıklardır. Mezopotamya uygarlığında yılan, tanrıyı simgelemektedir. Aynı zamanda dünya yaratılmadan önce var olan yılan kaosun göstergesidir. Bu tanrı yılan isimlendirilerek tanrıların sembolü hâline gelmiştir. Bunun dışında yılan figürü Mısır ve Yakın Doğu’da kutsallaşmış, sonsuz yenilenmeyi, bilgeliği, doğurganlığı, kahramanlığı ve korkuyu simgelemektedir.

Fil sembolü ise koruma, şans, bilgelik, kraliyet, saygınlık, cesaret, refah ve pozitif enerjiyi temsil eder. Çin’de fil figürü istikrar, sabır, haysiyet, barış, zekâ ve kraliyet gücünü sembolleştirilmektedir (Aymana, 2017). Tahta çıkan çocuk da cennetin oğlu ve tek erkeği temsil etmektedir. Hint mitolojisinde fil hayvanlarına değer verilmiş ve zarafet, cazibenin simgesidir. Fil sembolü Japon kültüründe başarıyı, üretkenliği simgelerken, Türkler ve Budistlerde şansın, saygınlığın, hükümdarlığın ve gücün göstergesidir. ABD kültüründe ise bilgeliğin ve kudretin sembolüdür. Aynı şekilde Orta Asya’da kötülüğü yok edici, refah ve canlılığı temsil etmektedir. Saray içerisinde bulunan bir başka sembol de turna kuşudur. Turna kuşu sembolüne Çin, Mısır, Mezopotamya, Japonya, Orta Asya ve Anadolu kültüründe sıklıkla yer verilmektedir. Özellikle Anadolu topraklarında turna motifi yaygınlık göstermektedir. Bu sembol birçok kültürel yapılarda haberciliği simgelemektedir. Aynı zamanda kuşların ne getireceğine inanılmaktadır. Çin mitolojisinde ise ölümsüzlüğü sembolize etmektedir. Aynı şekilde turna kuşu sembolü,

Anadolu mitolojisinde de ölümsüzlüğü simgelemektedir (Yalvaç, 2019). Buna benzer şekilde Uzakdoğu ve Kore’de de ölümsüzlüğü sembolize etmektedir. Motif, eski Türklerde ise Gök Tanrı ile bağdaştırılmıştır. Bu sebeple de ölümden sonraki süreçte ruhun turna kuşu şeklini aldığına ve gökyüzünde süzülmesine yönelik inanışlar benimsenmiştir. Türkülerde sıklıkla yer alan turna kuşu, Anadolu kültüründe ölümsüzlüğü simgelemesinin yanı sıra toprağa bereket geleceği müjdesine de inanılmaktadır.

Gösterge	Hayvan	Hayvan	Nesne	İnsan
Gösteren	Yılan figürü	Fil figürü	Taht	Çocuk
Gösterilen	Şeytan, yeniden canlanmak	Saygınlık, kraliyet, şans, koruma, bilgelik	Yükseliş, koltuk, kutsallık	Cennetin oğlu, tek erkek, varis

Tablo 5. Göstergebilimsel Çözümleme



Görsel 8. Son İmparator 10’11”

Filmin birçok sahnesinde Çin geleneğine ait mimari yapılardaki hayvan sembolleri gösterilmektedir. Filmde hayvan figürlerine sıklıkla yer verilmektedir. Sarayın çatısında

görülen hayvan sembolleri küçükten büyüğe doğru sıralanmıştır. Bu hayvan figürü boğaya aittir. Boğa, Antik Yunan mitolojisinde Zeus'un sevgilisini kaçırmamasıyla önemli kahramanlardan biridir. Ayrıca Zeus'un ölümlü bir kıza âşık olmasıyla birlikte boğaya dönüştüğü söylenir. İkel toplumlarda boğa sembolü bereket tanrısı olarak kabul edilmiştir. Bunlardan biri ölümü birisi de gelişimi simgelemiştir, Çin kültüründe ise kötü ruhları kovmak, uğur, çalışkanlığı refah getireceğini, azmi, dayanıklılığı ve erdemi temsil etmektedir (Beydiz G. M., 2016, s. 124).

Boğa sembolü genellikle üreme, çoğalma ve cinsel gücü simgelemektedir. Bunun yanı sıra Mısır mitolojisinde boğa kutsallaşmış ve ölüm, doğum tanrısı, verimliliği sembolize etmektedir. Mısır halkının inanışında boğa hayvanının ay ışığından hamile kaldığını ve bir inekten çıktığına dair düşünceler ortaya konulmuştur. Öte yandan toplumlarda boğa sembolünün geleceği gösterdiği inancı hâkimdir. Sümer uygarlığı ise boğa figürünü Fırtına tanrısı olarak benimsemiştir. Fırtına tanrısının sembolü kabul edilen boğa, toprak-dişil, toprağı süren eril öge şeklinde görülmektedir (Mutlu, 2018, s. 67).

Bunun dışında boğanın boynuzları ayı temsil etmektedir. Boğa, diğer uygarlığın kültüründe de dölleyici bir gücü simgelemektedir. Ayrıca "Gök tanrılar yaratıcıdır, "döllenmek" yaratıcılığın bir yönüdür. Dölleyen tanrılar için kullanılan en önemli sembol "boğa" ile kurulan bağlantılardır (Koçak, 2022, s. 30). Boğa sembolü Gılgamış Destanı'nda kurbanı simgelemektedir. Mezopotamya mitolojisinde ise güç, üreme, verimlilik ve yaratıcı tanrıdır. Boğa genellikle tanrıyı sembolize etmektedir. Babil topluluğunda da boğa göklerin ve cennetin boğası olarak sembolleştirilmektedir. Böylelikle boğanın yeniden doğmanın, yaşamın, bereketin ve gücün simgesi olmasının yanı sıra Hint mitolojisinde bilgeliği sembolize etmektedir. Tanrısal oluşun yalnızca bilgelikten geçtiği inancı hâkimdir. Türk kültüründe boğa gücü, yiğitliği ve hükümdarı simgelemektedir. "Ayrıca yeraltı tanrısı ve kötülüklerin kaynağı Erlik'in eyerlenmiş dokuz boğası vardır. Bilgisiz ve yıkıcı oluşuyla yeryüzünü karıştırmak istemektedir" (Genç, 2016).

Gösterge	Hayvan
Gösteren	Boğa
Gösterilen	Cinsel güç, azim, çalışkanlık, erdemlilik, bilgelik, Fırtına Tanrı'sı

Tablo 6. Göstergebilimsel Çözümleme



Görsel 9. Son İmparator 9'26"

Son imparator olan Pu Yi, (görsel 9) misafirini ağırlamaktadır. Sahnede hükümdarın iki tarafında yelpazeyi kullanan görevliler görülür. Arka ve ön taraflarda mitolojik figürler yer alır. Eşyalardaki desenler ve motifler göze çarpmaktadır. Hükümdar Pu Yi'nin kıyafetine baktığımızda desenli sarı, mavi ve yeşil renk kullanılmıştır. Bu renkler etrafındaki eşyalarla uyum içerisindedir. Diğer karakterler de siyah giyinmişlerdir. Hükümdarın mavi, yeşil ve sarı tonda kıyafet giyinmesi yeryüzünün ve cennetin sembolü konumundadır. Mavi gökyüzünün, yeşil cennetin rengidir. Bununla da sınırlı kalmayıp bu renkler bazı çatı konstrüksiyonlarda da kullanıldığı görülmüştür. Sahnelerin ihtişamlı görünüşü birçok sembolü öne çıkarmaktadır. Yelpaze, Çin toplumu için önemli bir yere sahiptir. Bu yelpaze hem imparator için kullanılmakta hem de duvarlarda motif olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bakımdan yelpaze, zenginliği ve asilliği temsil etmektedir. Sahnedeki yelpaze aksesuar içermektedir; kuş kanatları, doğa figürleri, mavi boncuk gibi semboller görülür. Çin kültürünün ayrılmaz bir parçası olan yelpaze, hükümdarın sonsuz bilgeliğini, soyluluğunu ve sosyal statüsünü sembolize etmektedir (Dıagne, 2016, s. 103). Böylelikle yelpaze popüler bir aksesuar hâline gelmiş ve rağbet görmeye başlamıştır.

Gösterge	Giyim	Nesne
Gösteren	Hükümdarın kıyafeti	Aksesuarlı yelpaze
Gösterilen	Yeryüzü ve cennet	Soyluluk, bilgelik, zenginlik, asillik

Tablo 8. Göstergebilimsel çözümleme

SONUÇ

Sinemada göstergeler hem dil ile hem de sembollerle ifade edilmektedir. Dolayısıyla sinema sanatı göstergeler üzerine kuruludur. Filmdeki görüntüler, dil, olgular ve nesnelere disiplinler arası bir bilim dalı olan göstergebilimle çözümlenebilmektedir. Bu bakımdan sinema göstergebilimi, filmlerdeki gizil anlatımların nasıl işlendiğine ve anlamın nasıl yaratıldığına bakmaktadır. Öte yandan metafor, sembol ve kodlar da anlamı inşa etmektedir. Göstergebilim her bilim dalında olduğu gibi sinemada da anlamı ifade eden bir araç konumundadır. Bu nedenle sinema mecrasının dilini kuran görsel, işitsel, dil ve nesne ile bütünlüğe ulaşmış gösterge dizimlerdir. Barthes 'ın da belirttiği gibi göstergeler düz ve yan anlam olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bunlar gösterge, gösteren ve gösterilenden meydana gelmekte ve diğer bir söyleyişle yan anlam, düz anlam gibi düzlemler üretkenlik oluşturmaktadır. Sinema alanında anlamın yeniden inşa edilmesi kişisel, sosyo-kültürel yapıyla biçim hâline gelmektedir. Filmlerin içerisindeki metaforlar, semboller, nesnelere anlamın ve yorumların bir parçası konumundadır. Barthes, filmler de dahil yaşadığımız süresince her durum ve her olgu göstergelerden oluştuğunu söylemektedir (Barthes, 1993, s. 70). Yine ona göre kendisi bir şeyi ifade etmediği hâlde, o durumu çağrışımlar yoluyla iletişimi oluşturan göstergebilimin bir araç olduğunu söylemektedir. Sinemada düz anlam ile gerçekler olduğu gibi verilirken, aynı şekilde gerçeğin altında yatan görünmezler de yan anlam ile ortaya çıkarılmaktadır. Sonuç olarak sinemada göstergebilim anlamın üretilmesinde en güçlü araç konumundadır.

Son İmparator filmi, Çin toplumunun geleneklerini, göreneklerini ve hükümdarlık sistemini gözler önüne sermektedir. Film, Çin'in son imparatoru olan Pu Yi'nin yaşam öyküsünü ele almaktadır, onun Yasak Şehir'de tutsak edilmesine kadar uzanan yıllar *Son İmparator*, kültürel ve siyasi çalkantılara yer vermektedir. Bu filmde saray binalarının mimari özellikleri,

renkli Çin motifleri, kırmızı ihtişamlı tarihi yapılar, saray bahçeleri ve sarayın içerisinde ve dışarısında bulunan ejderha, geyik, boğa, deve, yılan, kaplumbağa gibi semboller öne çıkmaktadır. Bunun dışında hükümdara ait özel yatak odaları, dinlenme odaları, hazineye ait altın eşyalar ve Çin kültüründen gelen çiçekler, kuşlarla süslü duvar kâğıtları görülmektedir. Özellikle sarayın çatısında bulunan gizemli mitolojik figürler ve ihtişamlı semboller Çin kültürünü yansıtmaktadır. Bu bakımdan film, göstergebilim analiz yöntemine tabi tutularak Çin'in kültürel değerleri gözler önüne serilmiştir. 3 yaşındaki Pu Yi'nin son imparator oluşuyla birlikte saraydaki sembollerin, motifler ve mitolojik unsurlar analizlerle ortaya konulmuştur. Film, ağırlıklı olarak sembolik anlatıma yer verdiği için analiz de bu doğrultuda ilerlemiştir. Filmde yine Çin kültürüne ait evlilik ritüelleri, sembollere, motiflere yükledikleri anlamlar ve inançlar gibi birtakım geleneklere yer verilmiştir.

Saraydaki semboller imparatorun gücünü, otoritesini, dini inançlara atıfta bulunmaktadır. Çin'in önemli sembollerinden ejderha figürleri sarayın her köşesinde yer almakta, statüyü, gücü temsil eden detaylar dikkat çekmektedir. Aynı şekilde sarayın içerisinde bronz kaplumbağa heykeli ve büyük bronz çanak görülmüştür. Buna ilişkin çalışmada Barthes'ın gösterge, gösteren ve gösterilen yaklaşımı temel alınarak seçilen film sahneleri anlamlandırılmış ve yorumlanmıştır. Araştırma sonucundan hareketle Umunç (2022, s. 88-111), sinemada temsil, göstergebilim ve sembol: *PK* filmi örneği çalışmasında Ferdinand de Saussure'un ve Peirce'in teorisinden yararlanarak filmdeki sembol ve temsilleri çözümlenmiştir. Buna benzer şekilde Uzun ve Aypek Arslan (2023, s. 960-967), *Blade Runner* (1982) filminin göstergebilimsel analizinde Roland Barthes ve Saussure'un göstergebiliminden yararlanılmış ve filmdeki görselleri bu yaklaşımla anlamlandırmıştır.

Bundan farklı olarak Sayıcı (2021, s. 77-92), Kim Ki Duk'un *Acı* filmi çalışmasında göstergebilimsel yaklaşımcılardan Christian Metz ve Peter Wollen'in yönteminden yararlanarak filmde bazı sahne ve kareleri seçerek göstergelerin ürettikleri anlamlar ve yan anlamları yorumlamıştır. Aytaş ve Demir de (2024, s. 159-180), Sergei Parajanov sineması ve kültürel ikonografi: *Narın Rengi* (1969) filminin göstergebilimsel analizi çalışmasında Barthes ve Peirce'in teorisinden yararlanarak filmdeki sembollerini, imgeleri ve figürleri gösterge-gösteren- gösterilen dizgeleriyle incelemiştir. Bunlardan farklı olarak Gültekin ise (2021, s. 62-85) *Umudun Öteki Yüzü* filminin göstergebilimsel çözümlemesi bağlamında mültecilik

çalışmasında Barthes'ın göstergebilimsel teorisinden yararlanarak gösteren ve gösterilen ilişkisiyle mültecilerin yaşadığı sorunların nasıl yansıtıldığına yönelik anlamlar yürütmüştür.

Gelecekteki araştırmacılar, farklı düşünürlerin teorisiyle ele aldıkları filmleri çözümleyebilir. Ayrıca Türk sineması ve diğer ülke sinemasından film örnekleri seçilerek bunlar göstergebilimle karşılaştırma yapılabilir. Bunun yanı sıra çalışmanın odak noktası olan Son İmparator filmi, göstergebilimsel yöntem ile çözümlenmiş ve örnek bir çalışma olarak sunulmuştur. Bu çalışmanın gelecek yıllarda üretilecek çalışmalara referans olması beklenmektedir.

Extended Abstract

Every structure and every field in the world have been produced with a specific purpose and has gone in search of meaning. In this respect, it is necessary to look at the nature of signs. Elements such as visuality, writing, words and music are also encountered in cinema indicators. Especially visuality comes first as a means of expression. Cinema is a technological tool that produces meaning through language or visuality. This tool brings cultures from different geographies from the past to the present to the white screen and shows them to its audience. When the visual and auditory elements of the art of cinema come together, it reveals the language. Semiotic theorists have begun to understand this branch of art by thinking that the art of cinema has the ability of language. Thus, the interpretation processes of cinema were based on descriptions. The semiotics approach is a main branch that examines meaning in a sequential way that produces and interprets meaning. Understanding the string of signs, which lays the foundation of this approach, is considered as a beginning to understand semiotics. Through signs, symbols, figures and metaphors create meaning with the signifier and signified string. Therefore, semiotics and its components are a plane related to meanings. While the signs in cinema reveal the truth with the plain meaning, they also create the meaning in mythological elements that are not based on facts with the connotative meaning. In other words, cinema enriches the narrative structure of the film with various figures, symbols and metaphors instead of directly giving the plain meaning. Within the movie

In this study, the film The Last Emperor was analyzed based on Roland Barthes' semiotics approach. The study was analyzed with Barthes' sign, signifier and signified and tables were created. With his approach, China's cultural norms, ideologies and beliefs were analyzed. The

main purpose of the study is to reveal the cultural values and beliefs of Chinese society. It is also to set an example for future researchers in semiotic film analysis. The architectural structures and interiors of The Last Emperor symbolize the inner conflicts and social struggle of Puyi, the last emperor, as well as providing a visual atmosphere. In this context, animal figures, sculptures, ornaments and patterns in the architectural structures and the palace are revealed through the plane of signs. While the figures that enrich the visuality express themes such as authority, power, sovereignty, protection and faith, they also represent Puyi's relationship with society. Especially the dragon and lion motifs in the imperial palace symbolize Puyi's superiority and deification. The magnificent figures in the Forbidden City emphasize the emperor's powerful rule. In addition, the color, pattern and texture of Puyi's clothes are indicative of power dynamics, tradition and class difference. In addition, these clothes symbolize finely crafted cultural values. The movie is not limited to animal figures but also includes important symbols such as incense, fans and pearls. The head treasurer offers incense when the empress is about to die. The incense symbolizes the end of the empress's reign and the beginning of a reorganization. The pearl, China's favorite pearl, symbolizes spiritual purification and freedom from external pollution. Therefore, the film presents China's culture, traditions, clothing and religious beliefs in a symbolic narrative. In addition, the color yellow is predominant in the film; this color represents the divinity of the emperor, luxurious life, authority and power. Apart from that, artificial light is avoided in the movie and natural light is preferred to create emotion. A symmetrical lighting is used especially in the palace. At the same time, looking at the mythology of the film, the Chinese people saw Puyi as the representative of God and a figure symbolizing the celestial will. This led the people to believe in animal figures and objects. In this respect, the mythological elements in the Forbidden City of ancient China have been interpreted through semiotics.

KAYNAKÇA

- Andrews, C. (1996). *Ancient Egyptian Jewellery*. Italy: The British Museum Press.
- Aydınçüner, H. M. (2023). Göstergebilimsel Açından Film Çözümlemesi: Eşkiya Filmi Örneği. *Journal of inter disciplinary and intercultural art*, 13-24.
- Aytaş, M., & Demir, Y. (2024). Sergei Parajanov Sineması ve Kültürel İkonografi: Narın Rengi (1969) Filminin Göstergebilimsel Analizi. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 159-180.
- Barthes, R. (1979). *Göstergebilim İlkeleri*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Barthes, R. (1993). *Göstergebilimsel Serüven*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Barthes, R. (2003). *Çağdaş Söylenler, Tahsin Yücel (Çev.)*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Beer, R. (2003). *The Handbook of Tibetan Buddhist Symbols*, . Chicago: Serindia Publication.
- Beydiz, M. G. (2016). *Mitolojiden Sanata Hayvan İmgesi*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Civelek, M., & Türkay, O. (2020). Göstergebilimin Kuramsal Açından İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 771-787.
- Çoruhlu, Y. (2017). *Türk Mitolojisinin Ana hatları*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Çöm, Ş. (2023). Sinema ve Mitoloji İlişkisi Çerçevesinde Alev Almış Bir Genç Kızın Portresi Filmin Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 584-597.
- Dağ, Ü. (2021). Türk ve İskandinav Mitolojisinde Ağaç Sembolizmi. *Milli Forklor*, 63-74.
- Diagne, İ. (2016). Çin'de "Yelpaze" Kültürü ve Yelpazenin Tarihsel Gelişimdeki Sembolizmi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Fakültesi*, 96-106.
- James, E. O. (1966). *The Tree of Life: An Archeological Study*. Hollanda: E.J. Brill Leiden.
- Eco, U. (1992). *Açık Yapıt, Yakup Şahan (Çev.)*. İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Erkman, F. (1987). *Göstergebilime Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Edvard, S. (1977). *Oryantalizm Sömürgeciliğin Keşif Kolu, 2. baskı*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Fiske, J. (2014). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Pharmakon Kitap.
- Harman, G. (1985). *Göstergebilim ve Sinema: Metz ve Wollen, Büker S., Onaran, O.,(der) Sinema Kuramları*. Ankara: Dost.
- Gezgin, D. (2007). *Hayvan Mitosları*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Guowuyuan, Q. B. (2007). *Zhongguo Wenhua Changshi*. China: Gaodengjiaoyu Chubanshe.
- Güneş, A. (2023). Göstergebilimsel Yöntemle Film Afişi Çözümlemesi: Çanakkale Yolun Sonu. *Aksaray İletişim Dergisi*, 22-34.
- Güleç, S. G. (2023). Çin Kültüründe Hayvan Sembolizmi. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 184-207.
- Gültekin, G. (2021). "Umudun Öteki Yüzü" Filminin Göstergebilimsel Çözümlemesi Bağlamında Mültecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 62-85.
- Işık, S. (2019). Hayat Ağacı ve Kutsal Ağaçlar: Türk ve Çin Mitolojisi Üzerine Bir Karşılaştırma. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 546-566.
- İlkdoğan, H. (2017). Üç Oda ve Üç Zaman, "Okuyucu" Filminin Göstergebilimsel Analizi. *İdil Dergisi*, 2817-2833.
- Karaman, E. (2017). Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'nin Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılatırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 25-36.
- Kıran, A. (1990). Dilbilim-Göstergebilim İlişkileri. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 51-62.
- Koçak, A. (2022). Gılgamış Destanından Dede Korkut Hikâyelerine Mitolojik Boğa Figürü. *Siyaset ve Kültür Dergisi*, 23-34.
- Mackenzie, A. D. (1994). *Çin ve Japon Mitolojisi*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Metz, C. (1974). *Language and Cinema*. Paris: De Gruyter Mouton.

- Mellen, J. (1972). *Bütün Filmler Politikdir, Ama Sistem de Bütün Filmleri Sömürür*. Gerard, S., Kline, J. ve Sklarew (der.) Erdoğan B. (2009). (çev) Bernardo Bertolucci içinde (s. 76-86). İstanbul: Agora Yayınları.
- Mutlu, G. (2018). Antikçağ Kolkhis'te Boğa Figürü. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 62-79.
- Nigg, J. (2016). *The Phoenix: An Unnatural Biography of a Mythical Beast*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Örs, H. (1964). *Konfüçyüz Feylesof ve Din Kurucu*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Özcan, S. (2013). Sinemada Anlam: Günümüz Türkiye Sinemasında 12 Eylül Temalı Filmlerin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi.
- Rifat, M. (2020). *XX. Yüzyılda Dilbilim Ve Göstergibilim Kuramları -1 Tarihçe ve Eleştirel Düşünceler*. İstanbul : Yapı Kredi Yayınları.
- Rifat, M. (2023). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergibilim Kuramları -2 Temel Metinler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saussure, F. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri, Berke Vardar (Çev.)*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Sayıcı, F. (2021). Kim Ki Duk'un "Acı" Filminin Göstergibilimsel Çözümlemesi. *Art-e Sanat Dergisi*, 72-92.
- Sivas, A. (2012). Göstergibilim ve Sinema İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 527-538.
- Sivri, M., & Akbaba, C. (2018). Dünya Mitlerinde Yılan. *Forklor/Edebiyat*, 53-64.
- Tutaysalgır, O., & Arı, S. (2023). Aslan Sembolizminin Tarihsel Yolculuğu ve Güncel Logo Tasarımlarında Kullanımı. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 434-453.
- Umunç, C. (2022). Sinemada Temsil, Göstergibilim ve Sembol: "PK" Filmi Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 88-111.
- Uzun, B., & Arslan Aypek, A. (2023). Blade Runner (1982) Filminin Göstergibilimsel Analizi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 960-967.
- Yalçın, Z. (2024). Karl Marx ve Louis Althusser İzinde Bernardo Bertolucci Sineması: Novecento (1900) ve Prima Della Rivoluzione (Devrimden Önce). *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 19-46.
- Yiğit, Z. (2008). Hollywood Sineması'nın Yeni Oryantalist Söylemi ve 300 Spartalı . *Selçuk İletişim Dergisi*, 236-249.
- Yöndemli, F. (2004). *Tarih Öncesinden Günümüze Yılan* . Ankara: Piramit Yayınları.
- İnternet Kaynakları**
- Aymana. (2017, Mart 31). *WordPress*. Fil Sembolü-Feng Shui ile Yaşam: <https://fengshui888blog.wordpress.com/2017/03/31/fil-sembolu/> adresinden alındı
- Başar, B. (2020, Nisan 14). *Felsefe Taşı Düşünce Platformu*. Kırmızı: <http://www.felsefetasi.org/kirmizi/> adresinden alındı

- Hathaway, D. (2022, Şubat 16). *Çin Ejderhası Sembolü Anlamı ve Mitolojisi Açıklandı*. LoveToKnow: <https://www.lovetoknow.com/home/design-decor/chinese-dragon-symbol> adresinden alındı
- Genç, E. (2016, Ekim). *Boğa/Sığır Simgesi-1*. Düşünüyorum Dergisi: <https://www.dusunuyorumdergisi.com/boga-sigir-simgesi-1/> adresinden alındı
- Yalın, İ. (2022, Eylül 25). *Taçın Kültür Tarihi*. T24 Haftalık Yazarı: <https://t24.com.tr/yazarlar/irfan-yalin/tac-in-kultur-tarihi,36839> adresinden alındı
- Yalvaç, H. (2019, Temmuz 16). *WordPress*. Gökyüzünün Muhteşem Figürleri: <https://handanyalvac.wordpress.com/2019/07/16/gokyuzunun-muhtesem-figurleri-turnalar/> adresinden alındı.

TÜKETİM OLGUSUNA MUHAFAZAKÂR BİR BAKIŞ: KIZILCIK ŞERBETİ DİZİSİ ÖRNEĞİ

Hilal SÜT

Yüksek Lisans Öğrencisi
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü
hilal99sut99@hotmail.com
ORCID ID: 0009-0001-7422-9604

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : İnceleme Makale / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 2 Aralık / December 2024
Kabul Tarihi / Accepted : 30 Aralık / December 2024

İntihal / Plagiarism

Bu makale, benzerlik programı ve en az iki hakem tarafından incelenmiş olup intihal içermediği teyit edilmiştir.

This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Öz

Muhafazakârlık kavramı günümüzde daha çok siyasi anlamıyla kullanılıyor olsa da muhafazakârlığın ortaya çıkışı insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Muhafazakârlık gündelik yaşamın her alanında etkili olan bir kavramdır. Aynı etkiye sahip bir diğer kavram da tüketimdir. Tüketim kelime anlamı olarak, bir ürünün kullanılmasıdır. Bu tüketme eylemi yalnızca somut ürünleri tüketmek değil aynı zamanda duyguların, rutinlerin vb. tüketilmesi anlamını da kapsamaktadır. Teknolojik gelişmeler ve modernleşmenin etkisiyle tüketim artık yalnızca bir satın alma eyleminden daha fazlasını ifade etmektedir. Tüketmek günümüzde yalnızca ihtiyaçlara yönelik bir olgu değil, arzunun devamlılığını amaçlayan bir olgudur. Günümüzde görsel medyada yer alan yapımlarda muhafazakârlık temasının sıklıkla işlendiği görülmektedir. Tüketim toplumlarında satın alma eğilimleri, davranış ve tutumlar da farklılaşmaya mecburdur. Toplum içindeki farklı ideoloji ve inançlar, tüketme eylemini de etkilemektedir. Bu çalışmada, muhafazakârlık anlayışın tüketim olgusuna bakış açısı incelenmiştir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı; dizilerde muhafazakârlık anlayışın nasıl yansıtıldığını, muhafazakârlık kesimin tüketim alışkanlıklarını, dizilerdeki muhafazakârlık söylem ve davranışların tüketim olgusuyla nasıl ilişkilendirildiğini ortaya koymaktır. Çalışmanın evreni, televizyon dizileridir. Çalışmanın örneklemini ise Show TV kanalında yayınlanan

Kızılıık Şerbeti dizisi oluşturmaktadır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğı kullanılmıştır. İçerik analizi tekniğinin kullanılmasındaki temel amaç söz konusu metinlerdeki görünmeyen mesajları ortaya çıkarmaktır (Metin & Ünal , 2022, s. 277). Çalışmada Kızılıık Şerbeti dizisindeki sahnelerde yer alan ancak belirgin bir şekilde ifade edilmeyen söylemleri ortaya koymak amacıyla nitel içerik analizi tekniğı kullanılmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Kızılıık Şerbeti dizisindeki muhafazakâr ailenin tüketim alışkanlıklarının, muhafazakâr anlayışın gerekliliklerine göre gerçekleştiğı sonucuna ulaşılmıştır. Kızılıık Şerbeti dizisi, Show TV televizyon kanalında yayınlanan ve yayın hayatına başladığı günden itibaren ilgiyle takip edilen bir dizidir. Kızılıık Şerbeti dizisinde yer alan tüketim alışkanlıkları, muhafazakâr anlayışa sahip kesimin özelinde incelenmiş ve muhafazakâr anlayışın dayandığı temellerin yer yer tüketim alışkanlıklarında etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhafazakârlık, Tüketim Alışkanlıkları, İçerik Analizi, Dizilerde Tüketim Alışkanlığı, Kızılıık Şerbeti

A CONSERVATIVE PERSPECTIVE ON THE PHENOMENON OF CONSUMPTION: THE EXAMPLE OF THE SERIES *KIZILCIK ŞERBETİ*

Abstract

Although the concept of conservatism is mostly used in its political sense today, the emergence of conservatism is as old as human history. Conservatism is a concept that is effective in every aspect of daily life. Another concept with the same impact is consumption. Consumption literally means the use of a product. This act of consumption is not only the consumption of tangible products but also the consumption of emotions, routines, etc. With the impact of technological developments and modernization, consumption now means more than just the act of buying. Consumption today is not only a phenomenon for needs, but also a phenomenon aiming at the continuity of desire. Today, it is seen that the theme of conservatism is frequently covered in the productions in the visual media. In consumer societies, purchasing tendencies, behaviors and attitudes are bound to differentiate. Different ideologies and beliefs within the society also affect the act of consumption. In this study, the perspective of the conservative understanding on the phenomenon of consumption is analyzed. From this point of view, the

aim of this study is to reveal how conservatism is reflected in TV series, the consumption habits of the conservative segment, and how conservative discourses and behaviors in TV series are associated with the phenomenon of consumption. The population of the study is television series. The sample of the study consists of the series Kızılıcık Şerbeti broadcast on Show TV channel. Content analysis technique, one of the qualitative research methods, was used in the study. The main purpose of using the content analysis technique is to reveal the invisible messages in the texts in question (Metin & Ünal, 2022). In the study, qualitative content analysis technique was used in order to reveal the discourses in the scenes in the series “Kızılıcık Şerbeti” that were not expressed explicitly.

According to the findings of the study, it was concluded that the consumption habits of the conservative family in the series Kızılıcık Şerbeti were realized according to the requirements of the conservative understanding. The series Kızılıcık Şerbeti is a series broadcast on the Show TV television channel and has been followed with interest since the day it started broadcasting. The consumption habits in the series “Kızılıcık Şerbeti” were analyzed specifically for the group with a conservative understanding and it was concluded that the foundations on which the conservative understanding is based are sometimes effective in consumption habits.

Key Words: Conservatism, Consumption Habits, Content Analysis, Consumption Habits in TV Series, Kızılıcık Şerbeti

GİRİŞ

Toplumlar, tarihsel süreç içindeki gelişmelerden etkilenmekte ve bu etkiler toplumun her kesiminde ve her alanında bir değişime yol açmaktadır. Bu gelişmelerle birlikte insanların düşünceleri, tutumları, duyguları ve davranışları da değişmektedir. Değişim, yalnızca meydana geldiği alanı değil, ilişkili tüm alanları etkilemektedir. Fransız Devrimi ile gelen düşünce yapılarındaki değişimden, Sanayi Devrimi ile gelen iş gücündeki değişime kadar tüm gelişmeler toplumdaki her alanı etkilemiştir. Fransız Devrimi ile, eşitlik ve özgürlük fikri oluşmaya başlamış ve insan hakları anlayışını geliştirmiştir. Bir düşünce devrimi meydana gelmiş ve daha sonraki gelişmeleri etkilemiştir. Sanayi Devrimi’nde ise, insan gücü yerini makineleşmeye bırakmıştır. Daha sonrasında işçi sınıfı kavramı ortaya çıkmıştır. İşçi sınıfının ortaya çıkması, özel mülkiyet kavramını ve üretim araçlarına sahip olanlar ve olmayanlar ayrımını beraberinde getirmiştir. Daha öncesinde sınıfsal bir ayrımın olmadığı toplum yapısı, artık ‘olanlar ve

olmayanlar' şeklinde bir dönüşüm yaşamaya başlamıştır. Toplumlar, gelişmeler ve değişimlerden etkilenmektedir. Bu etkilenmeler bazen yüzeysel bazen de derinlemesine olmaktadır.

Modernleşme temel olarak Batılılaşma anlamına gelmektedir. Tüketmek, modernite öncesi dönemde farklı bir anlama sahipken, modernite sonrasında farklı bir anlama sahiptir. Tüketmek, bir ürünün/nesnenin kullanılmasıdır. İnsanlar hayatta kalabilmek için, belli ihtiyaçlarını karşılamak için tüketir. Tüketim ilk bakışta maddi bir nesneyi ya da ürünü tüketmek gibi algılsa da aslında arka planda başka bir anlamı daha barındırmaktadır. Tüketim, modern toplumlarda yalnızca maddi bir tüketimi ifade etmez, manevi olarak da bir tüketimi ifade etmektedir. Özellikle modernleşmeyle birlikte toplumun düşünce yapısı ve satın alma davranışları da değişmiştir (Coşgun , 2012, s. 844).

Modern toplumlarda duyguların da birer nesne haline geldiği görülmektedir. Baudrillard'a göre tüketim toplumlarında yitirme duygusu oldukça büyüktür. Bir ürünün fazlaca bulunması çelişkili bir durum yaratmaktadır. Tüketim simgesel olarak ya da satın alma davranışı olarak meydana gelse de bu durum tüketim toplumunun olmazsa olmazıdır (Baudrillard, 1997, s. 47). Aşk, sevgi, özlem gibi duygular artık birer maddeyle ölçülmektedir. Birine duyulan sevgi, ona alınan hediyein büyüklüğü veya maddi değeri ile ölçülmektedir. Tüketim toplumlarında bireyin zamanı ve parası aynı öneme sahiptir. Sosyal medyanın da gelişmesiyle birlikte, insanlar hayatlarını sosyal medya hesaplarında özendirici şekilde paylaşmaktadır ve diğer insanların amacı da o hayata ulaşmaktır. İnsan böylelikle tüketmek için üretmeye başlamaktadır. Tüketim toplumu insana yetinmeme duygusunu dayatmaktadır. Bir kazak ihtiyacın büyük bir bölümünü karşılayabilirken, birey için artık bir kazak alt seviye bir göstergedir. Çok fazla kıyafete, çok iyi telefonlara ya da bilgisayara, çok fazla aksesuara sahip olmak gerektiği düşüncesi tüketim toplumunun temelini oluşturmaktadır. İnsan tükettikçe daha fazlasını arzulamaktadır. Bu arzulanış çoğu zaman kendiliğinden oluşmamaktadır. Bu arzu bireye diğer insanlar tarafından dayatılmaktadır.

Tüketim toplumu ve tüketim kültürü modern toplumlara ait kavramlardır. Modern toplumların hemen hemen hepsi bir tüketim toplumdur. Çünkü teknolojik gelişmeler ve değişen dünya bunu mecbur kılmaktadır. Tüketim alışkanlıklarının değişimini tüm alanlarda görebiliriz. Muhafazakâr kesim ve muhafazakâr anlayış da bu alanların içinde yer almaktadır. Muhafazakârlık, en genel tanımıyla, mevcut durumun korunması gerektiğini öne süren ve

toplumsal yaşamda radikal değişimlere kuşku ile bakan bir düşünce olarak tanımlanabilir (Aktan , 2007, s. 51). Muhafazakâr düşüncenin ilk ortaya çıktığı dönemde, muhafazakârlık kapitalizm ve modernite gibi olgularından bir kaçış olarak görülüyordu (Genç & Çoşgun, 2015, s. 28). Muhafazakâr anlayış, eskiye duyulan bağlılıktır. Modernizm, Sanayi Devrimi, Fransız Devrimi gibi gelişmeler muhafazakâr anlayışın karşısında olduğu düşüncelerdir. Muhafazakâr anlayış, eskinin korunması gerektiğini düşünmektedir. Günümüzde siyasi olarak algılansa da muhafazakâr anlayış tarihsel süreç içinde değişimler geçirmiş ve bugünkü halini almıştır.

Modernleşmenin, bilgi teknolojilerindeki gelişmenin, kapitalizmin ve reklamcılığın gelişmesiyle birlikte, günümüzde değişen bir tüketim alışkanlığı söz konusudur. Tüketim toplumlarında, üretim değil tüketim ön plandadır. Bireylere satın alma davranışı gösteren tüketiciler olarak bakılmaktadır. Tüketim toplumlarında, tüketim mallar ve boş zamanın tüketimi çerçevesinde örgütlenmeyi ifade etmektedir (Bayhan, 2011, s. 223).

1. TÜKETİM KÜLTÜRÜ VE MODERNİZM

İnsanlar, yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan temel ihtiyaçlarını karşılamak zorundadır ve bunun için de sürekli olarak tüketmektedir. Her canlının tüketmesi zorunludur fakat insan, diğer canlılardan farklı olarak psikolojik olarak da tüketim gerçekleştirmektedir (Bakır & Çelik , 2013, s. 47). Geleneksel toplum yapısından modern toplum yapısına geçişte şüphesiz Sanayi Devrimi, Fordist ve Post fordist kavramları oldukça önemlidir. Çünkü hızlı ve seri üretimin yaygınlaşmasıyla birlikte geleneksel toplum yerini tüketici temelli tüketim toplumlarına bırakmıştır. Modern toplumların hepsi aslında birer tüketim toplumlarıdır. Tüketim toplumları geleneksel toplumlardan farklı olarak birey üzerinden şekillenmektedir. Tüketim toplumlarında davranışlar, değerler üzerinden değil bireyin ürün tüketimi sonunda duyduğu tatmin olma duygusu üzerinden şekillenmektedir (Erdoğan & Hülür, 2024, s. 1137). Sürekli olarak gelişen teknoloji ve iletişim biçimleriyle birlikte birey, toplumda kendini var etmeye çalışmakta ve topluma uyum sağlamak için tüketmeye ihtiyaç duymaktadır. Zaman içinde tüketim alışkanlıklarında meydana gelen değişimler, tüketim toplumlarını oluşturmuştur.

Baudrillard, tüketim toplumlarının var olmak için nesnelere ihtiyaç duyduklarını öne sürmüştür. Ona göre tüketim toplumu nesnelere kullanmaya ve onları yok etmeye çalışmaktadır. Nesnelere yok olması, tüketim toplumlarında zenginliğin bir göstergesidir (Baudrillard, 1997, s. 47). Alinyazısında tüketim kavramına ilişkin çeşitli yaklaşımların olduğu

görülmektedir. Frankfurt Okulu bu yaklaşımlar içinde tüketim kavramına eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşan bir gelenektir. Frankfurt Okulu'nun düşünceleri, Marx temelli olarak şekillenmektedir. Frankfurt Okulu tüketim toplumlarında meydana gelen popüler kültürün otoriteyi sağlamlaştırdığını savunmaktadır. Bu durumu uyum sağlamak olarak nitelendiren düşünürler, tüketicileri popüler kültür içinde kandırılmış kitleler olarak nitelendirmektedir (Storey, 2023, s. 107-108).

Nesnelere ve hizmetlere yüklenen anlamlar tüketim toplumlarında yaygınlaşarak gösterişi ortaya çıkarmaktadır. Tüketim topluma eleştirel yaklaşan düşünürlerden biri de gösterişçi tüketim kavramını ortaya atan Thorstein Veblen'dir. Tüketimin yalnızca ihtiyaçlar doğrultusunda gerçekleşmemesi gösterişçi tüketim kavramını meydana getirmiştir. Veblen'in öncüsü olduğu bu kavramla, bireylerin ürün değil prestij ve statü aldığı ifade edilmektedir (Soncu & Çelik, 2022, s. 17). Tüketim toplumlarında bireylerin televizyon dizilerinde yer alan evlere, kıyafetlere ve yaşam tarzlarına özenmesi amaçlanırken aynı zamanda her satın alma davranışının bir sonrakini doğurması beklenmektedir. Bu amaç doğrultusunda bireylere prestij, statü ve fark edirlilik vaadi verilerek, sürekli olarak tüketmesi amaçlanmaktadır.

Tüketim toplumlarında duygular da nesnelere anlam kazanır. Örneğin matemin rengi siyahtır, misafirperverlik sunulan ikramlarla ölçülmektedir. Siyah, tek başına matemi ifade etmez, insanların o renge verdiği anlam ile varlık bulur. Alınan bir çiçeğin sevgi göstergesi olması da yine bu duruma örnek gösterilebilir. Tüketim toplumlarında bu arzu etme duygusunun her zaman dinamik kalması istenir, böylelikle de tüketici tüketmek için üretir, ürettiğinin karşılığında ücret ile tüketir ve bu döngü bu şekilde devam etmektedir. Tüketim, zaman içerisinde değişime uğramış, bunun sonucunda kültürel bir anlam kazanmaya başlamıştır. Tüketimi tanımlayan düşünürlerden Baudrillard'a göre tüketim, sanayi toplumlarının bir özelliğidir. Ancak ona göre bu bir boyun eğme şeklinde tanımlanamaz, çok daha fazlasını ifade etmektedir. Baudrillard, tüketimi kültürel sistemin üzerine kurulduğu sistematik bir etkinlik olarak görmektedir (Senemoğlu, 2017, s. 74).

Modernizm, aydınlanma dönemi ile başlamış, sonrasında Sanayi Devrimi ile devam etmiş ve bugünkü anlamını kazanmış bir kavramdır. Modernizm en genel tanımıyla Batılılaşmadır. Temelinin 17. ve 18. yüzyıllarda atıldığı, 20. yüzyılın ortalarına kadar hayatın her alanında kullanılan modernizm kavramı, Latince kökenli modo'dan türeme modernus kelimesinden gelmektedir (Kumar, 1999, s. 88).

Modernizm, günlük hayatın artık rutin hale gelmesi, bireyselliğin ön plana çıkması, kentleşmenin ortaya çıkması ve teknolojinin ilerlemesidir. Buradan hareketle, modernizmin hayatının her alanında yer aldığı görülmektedir. Modernizmi Batılı ülkeler, gelişmekte olan ülkelere karşı bir dayatma aracı olarak kullanmaktadır. Geleneksel toplumlarda bireysellikten ziyade birliktelik vardır. Geleneksel toplumlarda, bireyin konumunu sosyoekonomik durumu değil, ailesi, etnik yapısı belirlemektedir. Bu toplum yapısında, yüz yüze iletişim yoğun olarak yapılmaktadır. Ekonomi geleneksel toplumlarda genellikle tarıma dayanmaktadır, kişilerarası iletişimi belirleyen bir etmen değildir ve geleneksel toplumlarda toplumsal değişim oldukça yavaştır (Yıkılmaz & Ayparçası, 2016, s. 34-35). Geleneksel toplumlarda üretim tamamen ihtiyaca yönelik yapılmakta dolayısıyla tüketim alışkanlıkları da ihtiyaca yönelik gerçekleşmektedir. Bu açıdan bakıldığında toplumun kültürel, sosyal, ekonomik vb. tüm yapıları tüketim alışkanlıklarını doğrudan etkilemektedir.

2. MUHAFAZAKÂRLIK

Muhafazakârlığın ortaya çıkışı yaklaşık olarak 300 yıl öncesine dayanmaktadır. Muhafazakârlığın tarihsel süreç içindeki değişimine bakıldığında, geleneksel ve modern muhafazakâr anlayışın olduğu görülmektedir. Geleneksel muhafazakârlığa baktığımızda, karşı devrimci olarak tanımlayabiliriz (Alca, 2021, s. 57-58). Muhafazakârlığın tanımlanmasını güç kılan nedenlerden biri de ortaya çıktığı Batı'da dahi farklı biçimlerde tanımlanmasından kaynaklanmaktadır. Muhafazakârlığın tanımının yapılmasının zor olmasından dolayı, kullanımında da bazı yanlışlıklar meydana gelmektedir. Örneğin, siyasi faaliyetlerde sıklıkla kullanılmakta ve bu anlamı dışında bir şey ifade etmediği kanaatine varılmaktadır. Muhafazakârlığın siyasi anlamda uygulanışı, iktidarın ne olursa olsun değişmemesi fikridir (Akıncı, 2009, s. 134).

Muhafazakârlık aydınlanma döneminin saf akli bitirmek istediğini savunmaktadır ve bu durumun karşısında durmaktadır. Muhafazakâr düşüncenin oluşumunda etkili ikinci faktör ise Fransız ihtilalinde somutlaşan devrimci siyaset pratiği olmuştur. Fransız İhtilali, devrimin öncüleri tarafından akılcı olan olarak tanımlanmıştır. Muhafazakârlar Fransız İhtilalinin hem bir devrim olarak oluş tarzına hem de sonuçlarına karşıydılar. Fransız İhtilali gibi toplumda kendiliğinden meydana gelmeyen, dışarıdan bir müdahaleyle meydana gelen değişimler, toplumun organik yapısını zedeleyecek köklü bir dönüşüm hareketi olduğu için

muhafazakârların tepkisini çekmiştir. Çünkü toplumda meydana gelen bir değişim diğer alanlarda da değişimi beraberinde getirecektir (Çaha, 2004, s. 19). Muhafazakâr düşüncenin ortaya çıkmasındaki bir diğer etmen de Sanayi Devrimi'dir. Sanayi Devrimiyle birlikte muhafazakâr anlayışa sahip kesime göre aile ilişkiler ciddi derecede olumsuz etkilenmiştir. Bu dönemlerde ortaya çıkan yeni yapı, muhafazakâr anlayışa sahip kesimin önem verdiği değerlerde tahribata yol açmıştır. Muhafazakârlığın kesin olarak değişimin karşısında olduğu tanımı yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak muhafazakârlık bir ideoloji olarak ele alındığında durum farklılaşmaktadır.

Muhafazakârlık, her şeyin olduğu gibi kalması ya da bilinçsiz şekilde korunan bir geçmiş algısı değildir. Muhafazakârlık düşüncesinde geçmiş önemlidir çünkü muhafazakâr anlayışa sahip bireyler, dini öğelere önem vermekte ve yaşamlarını bu doğrultuda sürdürmektedir. Muhafazakâr düşüncenin temelinde organik toplum anlayışı yer almaktadır. Bu anlayışa göre, birey toplumu değil, toplum bireyi şekillendirmektedir. Muhafazakârlık kavramı çoğu zaman dincilik kavramıyla eş değer görülmektedir fakat iki kavram farklı anlamlara gelmektedir. Din, toplumu birbirine bağlayan bir köprü görevi görmesiyle birlikte, muhafazakâr anlayışta önemli bir yere sahiptir. Dincilik ise toplumu güç yoluyla düzenlemeyi ifade etmektedir. Bu yönüyle muhafazakârlık ve dincilik birbirlerinin yerine kullanılmaya uygun değildir (Erdoğan M. , 2004, s. 6-7).

3. TELEVİZYON DİZİLERİNDEKİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARI

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim biçimlerinde de değişiklikler meydana gelmiştir. Yüz yüze iletişim yerini kitle iletişim araçlarıyla kurulan iletişime bırakmıştır. Bu gelişmelerle birlikte artık birey, yalnızca üreten değil aynı zamanda tüketendir. Bireylerin yalnızca ihtiyaçları doğrultusunda satın alma davranışı göstermesi, kapitalist toplumlarda kabul görmemektedir. Çünkü kapitalist toplumlarda bir ürüne sahip olma arzusunun bitmemesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda belli stratejiler izlenmektedir. Bu stratejilerin başında, her gün yeni bir ürünün piyasaya sürülmesi veya var olan ürünün popüler hale gelmesi yer almaktadır. Piyasaya sürülen bir ürünün popülerliği, başka bir ürünün üretilmesiyle son bulmaktadır.

Tüketim kültürü, bireylerin belli kalıplara girmesini amaçlamaktadır. Tüketim toplumlarında tüketim kavramı, bu kalıplar üzerinden şekillenmektedir. Artık bireyler, içinde yer aldıkları

kesimin özelliklerini taşımakta ve bu kesimin anlayışlarına göre hareket etmektedir. Farklı grupların benimsedikleri farklı dünya görüşleri bireylerin satın alma davranışlarında da etkili olmaktadır. Bu satın alma davranışlarıyla birlikte birey, daha kontrol edilebilir hale gelmektedir (Güz & Hülür, 2016, s. 80-81).

Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve kapitalist düzenin benimsenmesiyle birlikte özellikle televizyon, markaların pazarlama alanları haline gelmiştir. Markalar, ürününü daha fazla insana tanıtmak, daha fazla kazanç elde etmek amacıyla televizyon kanallarıyla anlaşma sağlarlar. Özellikle televizyon dizilerinde bireye ürünü neden alması gerektiği öğretilmekte ve bu yönde bir eğilimde bulunması amaçlanmaktadır. Dizilerdeki bu eğilimler genellikle dizide yer alan oyuncular üzerinden aktarılmaktadır. Böylelikle birey hem boş vaktini keyifle geçirmekte hem de satın alma davranışı göstermektedir (Karaboğa, 2016, s. 183). Markalar, ürünlerini dizi oyuncuları üzerinden pazarlamaktadır çünkü bu sayede tüketicinin markaya olan güveni artmaktadır. Bunun yanı sıra bazı ürünler, ihtiyaç olmasından daha ziyade toplumda prestiji sağlaması amacıyla satın alınmaktadır. Örneğin bir kozmetik ürünü ilgiyle takip edilen bir oyuncu tarafından kullanıldığında bu ürüne olan ilgi de aynı oranda artmaktadır.

Tüketim toplumlarında esas olan var olanın tüketilmesi ve her tüketilen nesnenin bireyde yarattığı hazdır. Birey tükettikçe kendini iyi hissedecek ve daha fazla tüketmek isteyecektir. Bu yönde bir tüketim alışkanlığı toplumda kendini sürekli olarak yeniden inşa etmektedir. Kitle iletişim araçları bu yeniden inşa sürecinde oldukça büyük bir paya sahiptir. Televizyonda görselliğin ön planda tutulmasıyla birlikte söylemler önemini yitirmektedir (Arslan, 2015, s. 13). Böylelikle birey dizinin içeriğinden çok yaşam tarzlarına, giyimlerine dikkat etmektedir. Bu da bireyin o yaşama özenmesini ve bu doğrultuda satın alma davranışı göstermesini sağlamaktadır. Söylenebilir ki; kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler, tüketim toplumlarını ortaya çıkarmıştır. Görselliği ön planda tutan dizilerde giyimler, evler ve gündelik rutinler insanlara özendirilmektedir. Böylelikle birey boş zamanlarında ve haricinde tüketme arzusu hissetmektedir. Ancak tüketim toplumlarında satın alma arzusu sürekli olarak ayakta tutulmaktadır. Her ürün değişmeli, geliştirilmelidir. Çünkü tüketim toplumlarını satın alma arzusu ayakta tutmaktadır.

Televizyonda yayınlanan diziler, bireye zaman ve maliyet açısından kolaylık sağlamaktadır. Televizyon dizilerinin büyük bir kitleye sahip olmasında bu sebepler büyük önem taşımaktadır. Ayrıca televizyon dizilerinde hayatın içinden olaylara yer verilmesi, ilgi çekici sahnelerle sahip

olması, hemen her kesime hitap eden bir yapısının olması, dizilere olan ilginin diğer sebepleri arasındadır. Tüketim toplumlarının göze çarpan özelliklerinden biri, özendirmek ve taklit edilmesini sağlamaktır (Erdoğan & Hülür, 2024). Çünkü burada özendirilen şey, yalnızca ürün veya hizmet değil, arka plandaki biricik hissetme duygusudur.

AMAÇ VE YÖNTEM

Muhafazakâr anlayışın tüketim alışkanlıklarında muhafazakâr kodlar oldukça etkilidir. Televizyon dizilerinde de bu durum oldukça yaygın biçimde işlenmektedir. Ancak televizyon dizilerinde amaç, merak uyandırmak ve ilgi çekmek olduğundan asıl olanla yansıtılan arasında bir fark olabilmektedir. Bu çalışmada, muhafazakâr kesimin tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların bireylerin yaşamlarında nasıl bir etkiye sahip olduğu içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir.

Muhafazakârlık ve tüketim, toplumsal yaşamda yaygın olarak var olan iki kavramdır. Çalışmada, bu iki kavramın birbiriyle ilişkisini ortaya koymak amacıyla şu soruya cevap aranmıştır: Muhafazakâr kodların işlendiği televizyon dizilerindeki tüketim alışkanlıkları nasıldır?

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, yazılı veya görsel medyada yer alan yayınlardan elde edilen çıkarımı ifade etmektedir (Olgun, 2008, s. 66). Çalışmanın evrenini televizyon dizileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme, mevcut kaynakların en uygun kullanımı için bilgi açısından zengin vakaları belirlemek amacıyla kullanılan amaçlı örneklem tekniğiyle belirlenmiştir. Kızılıcak Şerbeti dizisinin örneklem olarak seçilmesinin sebebi, dizide muhafazakâr kodlara yoğun olarak yer verilmesidir. Bunun yanında, dizinin sosyal medyada kendinden sıklıkla söz ettirmesi ve reytinglerinin yüksek olması örneklem olarak seçilmesinin sebepleri arasındadır. Bu çalışmada amaç, dizilerde işlenen muhafazakâr anlayışın tüketim alışkanlıklarına nasıl yansıdığını ortaya koymaktır.

Çalışmada, *Kızılıcak Şerbeti* dizisindeki muhafazakâr söylem ve davranış kodlarını içeren, ayrıca muhafazakâr kesimin tüketim pratiklerine yer verilen sahneler analize tabi tutulmuştur. Bu sahnelerdeki muhafazakâr söylemlere dikkat edilmiştir. Bununla birlikte muhafazakâr kodları barındıran söylemlerin ve bireylerin yaşam tarzlarının, tüketim alışkanlıklarına nasıl yansıdığı ortaya konmuştur. Bunun sonucunda 7 sahne incelenmiş ve sahnelerdeki muhafazakâr anlayış ve tüketim olgusu arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Çalışmada incelenen sahneler dizinin

41,30,17,5,33 ve 32. bölümlerinden alınmıştır. Çalışmada 7 sahne içerik analizi tekniğiyle incelenmiş ve elde edilen veriler bulgular kısmında belirtilmiştir.

BULGULAR

2022 yılında Show TV kanalında yayın hayatına başlayan Kızılıcak Şerbeti dizisine ilişkin bazı bilgiler aşağıda yer almaktadır.

A. Dizinin Künyesi: Dizinin yapımını Gold Film üstlenmektedir. Dizinin yönetmen koltuğunda Hakan Kırvavaç oturmaktadır. İlk bölümü 28 Ekim 2022 tarihinde yayınlanan dizinin başrollerinde Barış Kılıç (Ömer), Evrim Alasya (Kıvılcım), Sıla Türkoğlu (Doğa), Sibel Taşçıoğlu (Pembe), Doğukan Güngör (Fatih) yer almaktadır (Show TV, 2024).

B. Dizinin Konusu: İyi bir eğitim almış modern bir kadın olan Kıvılcım, iki kızıyla birlikte yaşamaktadır. Büyük kızı Doğa'nın okulu daha bitmemişken evlenmeyi istemesiyle birlikte, muhafazakâr anlayışa sahip olan bir aileyle karşı karşıya kalmıştır. Doğa'nın evlenmek istediği Fatih'in ailesi ise muhafazakâr bir ailedir. Dizi, Doğa ve Fatih'in evlenmesiyle birlikte, birbirinden çok farklı iki aile arasındaki ilişkiyi konu edinmektedir.

Kızılıcak Şerbeti dizisindeki muhafazakârlık anlayışı ve tüketim olgusu ile ilişkisini ortaya koymak amacıyla 7 sahne incelenmiş ve elde edilen bulgular aşağıda belirtilmiştir.

1. 41. Bölüm/1'37'33



Kızılıcak Şerbeti dizisinin 41. Bölüm 1.37.33 saniyesinde geçen sahnede ev sahibi Pembe, Nursema'nın yurtdışından gelen arkadaşı Dilruba'yı evinde misafir etmektedir. Hazırlanan ikramlardan tatmak isteyen Doğanın yemek yeme pratiğini sağ eliyle gerçekleştirmesi Dilruba'nın dikkatini çekmekte, Dilruba Doğa'yı uyarmaktadır. Aralarında geçen diyalog şöyledir:

Dilruba: 'Doğacığım, ben tutayım sen sağ elinle koy.'

Doğa: 'Neden?'

Dilruba: Böylesi daha makbuldür, sünnettir.'

Nursema: 'Tabii.'

Doğa: 'Tamam.'

...

Doğa: 'Ben konuyu anlamadım yalnız.'

Dilruba: 'Peygamber efendimiz şekle ve görüntüye değil, maksada önem vermemizi arzu etmiştir. Sünnet üzerine yaşanan Müslümanlıkta, sağ elin ve sol elin kullanım alanlarına getirilmiş belirli ölçüler vardır. Bu sünnettir. Sağ elimizde bir mazeret yoksa sağ elimizi kullanmalıyız. Bunlar iyi bir Müslümanın nezaket kurallarıdır.'

Bu sahnede yer alan ifadelere göre; muhafazakâr anlayışa sahip bireylerin yeme alışkanlıklarında dikkat ettikleri bazı davranışlar vardır. Bir yemeği servis ederken hangi elin kullanıldığına dikkat çekilen bu sahnede, temel ihtiyaç olan beslenme belirli ölçütlere dayandırılmıştır. Bu sahnedeki ifadelere göre, muhafazakâr anlayışa sahip bireylerin gündelik tüketim alışkanlıklarında, dini öğütlerin etkisinin olduğu söylenebilir.

2. 41. Bölüm/ 1'39"21



Dizinin 41. bölüm 1.39.21 saniyesinde geçen bir sahnede Dilruba, Doğa ile tanışmış ve sonrasında Doğa bebeğini emzirmek için izin isteyip ortamdan ayrıldığında, Dilruba ve Doğa arasında aşağıdaki gibi bir diyalog geçmiştir:

Doğa: 'Ben müsaadenizi isteyeyim, Cemre'yi emzireceğim.'

Dilruba: 'Bebeğini abdestli olarak emzir. Hem yüzü nurlanır hem de ayakları ağrıtır. Allah'ın sana vermiş olduğu emanete iyi bak.'

Dizinin bu sahnesinde yer alan ifadeler doğrudan somut bir tüketimi ifade etmemektedir. Ancak tüketim toplumlarında mal ve hizmetlerin tüketimiyle birlikte, duygular, gündelik alışkanlıklar da tüketilmektedir. Bauman'a göre, göstergeler de tüketilmektedir. Bu göstergeler insanın gündelik alışkanlıklarını değiştirmekte ve bir zihniyete dönüşmektedir. Buna göre, dizide yer alan muhafazakâr kodların, diğer insanlar tarafından benimsenmesine yönelik söylemlerde bulunduğu görülmektedir. Modern toplumlardaki tüketim algısında, insanlar bir ürünü satmanın ya da satın almanın dışında, dünya görüşlerinin de tüketilmesini arzulamaktadır.

Bu sahne ve sahnedeki ifadelerde annenin bebeğini emzirirken dikkat etmesi ve bebeğini beslerken abdest alması gerektiği kendisine öğütlenmektedir. Bu sahnede bir ürün satın alma eylemine değil, olağan bir davranışın yapılmasına yönelik bir vurgu yapılmıştır.

3. 30. Bölüm / 2'14"07



Dizinin 30. Bölüm, 2'14"07 saniyesinde geçen sahnede, Pembe, oğlu ve gelinin ayrılığından sonra gelini Doğa'yı ziyaret etmiş ve ziyaret esnasında beklemediği bir tavırla karşılaşmıştır. Bu ziyaretten sonra kızı Nursema'nın evine giden Pembe ve Nursema arasında geçen diyalog aşağıdaki gibidir:

...

Nursema: 'Tamam anne, herkesin sinirleri bozuk zaten.'

Pembe: 'Bozüksa bozuk canım, yeter artık ya! Bir değil iki değil bunların yaptıkları. Ne olmuş yani Fatih bir çapkınlık yaptıysa? Adam mı öldürdü canım bu çocuk?'

Dizinin ana temasında yer alan muhafazakâr anlayış içinde aldatmak, hoş karşılanmamaktadır. Fakat Pembe karakterinin oğluyla ilgili konuşurken bu durumu normalleştirdiği görülmektedir. Bu durumu normalleştirirken, Fatih'in bir erkek olduğunu ve eşini aldatmasında bu kadar büyütülecek bir sorun olmadığını ifade ettiği görülmektedir. Dizinin diğer bölümlerinde de erkeğin aldatmaması için en büyük sorumluluğun eşine (kadına) ait olduğu vurgusu da zaman zaman yapılmaktadır.

Tüketim toplumlarının geleneksel toplumlardan ayrıldığı birçok nokta vardır. Tüketim olgusu da bu farklılıklardan biridir. Bir ihtiyaca yönelik satın alma davranışlarının yanı sıra, duygular ve durumlar da tüketilmektedir. Dizinin bu sahnesinde de aldatmak/aldatılmak gibi duygular, erkek söz konusu olduğunda normalleştirilerek tüketilmektedir. Bunun sonucunda, sahnede yer alan durumun, erkek için değerlendirildiğinde daha tolere edilebilir olduğu görülmektedir.

4. 17. Bölüm/1'38"1



Dizinin 17. bölüm, 1:38:1 saniyesinde geçen sahnede Nursema'nın evleneceği kişinin ailesi, Nursema ve ailesini ziyaret etmiştir. Eve gelen misafirlere ikram edilen kolonya ile ilgili geçen diyalog aşağıdaki gibidir:

...

Saliha: Alkollü mü o?

Doğa: Tüm kolonyalar zaten alkollü olmuyor mu?

Saliha: 'Alkolsüzü de var.'

Doğa: 'Ben hiç duymamıştım. Hem ne oluyor ki alkollü olunca?'

Saliha: 'Alkol dinimizde haram. Ha içmişsin ha eline yüzüne sürmüşsün. Alkolsüzü varken ne hacet.'

Pembe: 'Saliha hanımcığım sizin içiniz rahat olsun. Biz alkolsüz kolonya sipariş etmiştik ama gelmedi henüz. Ama bunun da alkolünü sıfırladık, tuz bastık içine. Rahat rahat dökün.'

Sahnede yer alan ifadelerden, muhafazakâr anlayışın bireylerin satın alma eylemlerinde etkili olduğu görülmektedir. Satın alınan kolonyanın alkol içermesini uygun görmedikleri için içinde alkol barındıran kolonyayı satın almaktan kaçındıkları, bunun yerine alkolsüz kolonyaya yöneldikleri görülmektedir. Burada özendirilen bir tüketim söz konusu değildir. Tüketim alışkanlıklarını belirleyen etken, muhafazakâr anlayışının gereklilikleridir.

5. 5. Bölüm/1:46:55



Dizinin 5. Bölümünde, hamile olan Doğa'nın, kontrole gittiği doktorun erkek olduğu öğrenildiğinde bu durum aile bireyleri tarafından hoş karşılanmamıştır. Bunun üzerine Pembe, gelinini tesettürlü bir kadın doğum uzmanına götürmek istemiştir. Bunu kabul eden Doğa, kayınvalidesinin götürdüğü doktora gitmeyi kabul etmiştir. Ancak Doğa'nın annesi Kıvılcım, kızının tesettürlü bir doktora getirilmesine tepki göstermiş ve aralarında aşağıdaki gibi bir diyalog geçmiştir:

...

Kıvılcım: 'Doğa sen ne olduğunun farkında mısın? Doktor kapalı. Seni erkek doktor kontrol etmesin diye apar topar buraya getirdiler.'

Doğa: 'Anne, saçmalama, yakın diye işte.'

Kıvılcım: 'Herkes kapalı. Doktor kapalı, hemşire kapalı, hastalar kapalı. Kaçınıcı yüzyılda yaşıyoruz, kadın doktora getirmek ne demek anlamıyorum.'

...

Kıvılcım: 'Pembe Hanım siz bizi buraya erkek doktor kontrol etmesin diye mi getirdiniz, yakın diye mi getirdiniz?'

Pembe: 'E tabi, doğum olunca erkek doktor bizde hoş karşılanmaz.'

Sahnede yer alan ifadelere bakıldığında dizide muhafazakâr kesimi temsil eden karakterlerin tüketim alışkanlıklarının, muhafazakâr anlayışın tüketim alışkanlıklarıyla örtüştüğü görülmektedir. Doktor tercihlerinde muhafazakâr anlayışın gerekliliğine göre hareket eden aile bireylerinin, sonraki bölümlerde de her rahatsızlıkları için doktor tercihlerini bu yönde yaptıkları görülmektedir. Alınan sağlık hizmetinde bir tüketim söz konusudur ve muhafazakâr anlayışın gerekliliklerinin bu noktada belirleyici olduğu görülmektedir. Muhafazakâr anlayışa sahip bireylerin doktor tercihlerinin de bu yönde değişiklik gösterdiği görülmektedir. Doğa'nın hamileliği süresince tercih edeceği doktorun, kadının diğer erkeklere namahrem olmasından kaynaklı olarak erkek olmaması tercih edilmiştir. Bu durum muhafazakâr anlayışın tüketim alışkanlıklarını açıkça göstermektedir.

6. 33. Bölüm/1:28:53



Dizinin 33. bölümündeki 1:28:53. Saniyesinde geçen sahnede evin gelinlerinden Nilay, tesettüre girişini tesettür partisiyle kutlamak istemektedir. Bunun üzerine Pembenin düzenlemiş olduğu organizasyonla Nilayın tesettüre girişi dualar ışığında kutlanmıştır.

Dizinin bu sahnesindeki tesettür partisinde, donatılmış bir masa, üzerinde tesettürlü bir karakterin yer aldığı pasta ve gösterişli bir organizasyon hazırlandığı görülmektedir.

Muhafazakâr anlayışı ve bu doğrultuda bir yaşam biçimini benimseyen ailenin gösterişli bir kutlama yapmaları, bu kutlama için satın aldıkları pastanın da türbanlı bir figürü içermesi, tüketim alışkanlıkları açısından önemli göstergelerdir.

İslam dininin gereklilikleri arasında yer alan örtünme, gösterişli bir şekilde kutlanmaktadır. Pastadan masa düzeni ve hediyeliklere kadar her şey muhafazakâr anlayışa göre seçilmiştir.

7. 32. Bölüm/24:01



Dizinin 32. bölüm 24. dakikasında geçen bir sahnede, Nilayın gittiği bir kuaförde görüp, özendiği ve yaptırdığı protez tırnaklar ailesi tarafından tepkiyle karşılanmaktadır. Nilay ve ailesi arasında geçen diyalog şöyledir:

Pembe: 'Bismillahirrahmanirrahim, kızım bu ne?'

Nilay: 'Anne, bugün kına öncesi herkes yaptıırıyordu ben de yaptırayım dedim. Heves ettim.'

Nursema: 'Nilay heves ede ede buna mı heves ettin?'

Nilay: 'Abla, türbe yeşili ayrıca.'

Sahnede yer alan ifadelerle göre, tüketim alışkanlıklarında muhafazakâr anlayışın etkileri görülmektedir. Muhafazakâr anlayışın hoş karşılamadığı bir durum olan protez tırnakların türbe yeşili renkte olduğunu söyleyen Nilay, bu durumu yumuşatmak için bu ifadeyi kullanmıştır. Ailesinin protez tırnağa karşı düşüncelerinde muhafazakâr anlayışın etkisi olduğu görülmektedir. Protez tırnağın abdest geçirmemesi dolayısıyla namaz kılmaya engel olmasından kaynaklı olarak tepkiyle karşılanmıştır. Muhafazakâr anlayışın gerekli kıldığı durumların, satın alma davranışını doğrudan etkilediği görülmektedir.



Yukarıda Kızılçık Şerbeti dizisinin birkaç bölümüne ait reyting görselleri yer almaktadır. Dizi cuma günü prime time 'da (televizyon izlemenin en yüksek olduğu saatleri ifade etmektedir) yayınlanmasına rağmen ilgiyle takip edildiği görülmektedir. Muhafazakâr kodların sıklıkla yer aldığı dizide, tüketim olgusunun sıklıkla işlendiği görülmektedir. Muhafazakâr anlayışa sahip bireylerin benimsedikleri gereklilikleri çevrelerindeki diğer insanlara da söyledikleri görülmektedir. Böylelikle bireyin sahip olduğu anlayışın, bir başkası tarafından da kabul edilmesi amaçlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, dizide tüketim kavramının hem soyut hem somut şekilde ele alındığı görülmektedir.

Dizide yer alan tüketim alışkanlıkları ve gündelik yaşam pratikleri muhafazakâr anlayış kapsamında incelendiğinde, dizilerde işlenen muhafazakâr anlayışın doğrudan tüketim alışkanlıklarıyla ilgili olduğu görülmektedir. Bir ürünün satın alınması da bir düşünceyi başkasına benimsetmek de bir tüketimdir ve Kızılçık Şerbeti dizisinde bu yönde tüketim alışkanlıkları görülmektedir.

SONUÇ

Tüketim toplumlarında her şey bireyin tüketmesi üzerine kuruludur. Tüketim alışkanlıkları bireyin içinde bulunduğu toplum tarafından şekillenmektedir. Bireyin ideolojisi, dünya görüşü ve yaşam tarzı satın alma eğilimlerini ve tüketimin niteliğini de belirlemektedir. Artık güzel olmak, yakışıklı olmak, zengin olmak, prestijli olmak, gösterilenle ilgilidir. İhtiyaç kavramı bile tüketim toplumunda başka bir versiyona dönüşmüştür. Kişinin sahip olduğu telefon markası bile günümüzde o insan hakkında birçok bilgiyi vermektedir. Son model olmayan, amaç olarak

benzer nitelikleri taşıyan ve yakın özellikleri olan bir telefon da ihtiyacı görürken, birey artık toplum tarafından en iyi, en güzel, en prestijli olan ne ise ona ulaşma amacına yönelmektedir.

Tüketim ilkel çağlardan günümüze kadar varlığını sürdüren bir kavramdır. İnsanlığın ilk zamanlarında da tüketim gerçekleştiriliyordu fakat tarihsel süreç içinde meydana gelen değişimler tüketim olgusunun da değişmesine neden olmuştur. Bu değişimde, modernleşmenin, teknolojik gelişmelerin ve kapitalizmin etkisi oldukça büyüktür. Değişen düşünce yapıları, değişen tüketim alışkanlıklarını doğurmuştur. Modern toplumların hemen hemen hepsi tüketim toplumlarıdır. Tüketim toplumlarında genellikle ihtiyaca yönelik satın alma davranışları görülmemektedir. Tüketim toplumlarında asıl olan satın alma arzudur. Bireylerin satın alma konusunda tatmin olmaları ve var olanla yetinmeleri, tüketim toplumlarında mümkün değildir. Örneğin, bireyin yalnızca bir çantaya ihtiyacı olup, bir çanta satın alması tüketim toplumunda istenmeyen bir durumdur. Modern toplumlarda, bireye bir değil birden fazla çantaya ihtiyacı olduğu hissettirilmekte ve bireyin buna yönelik satın alma davranışı göstermesi beklenmektedir. Her yeni ürün, yeni bir satın alma arzusunu meydana getirmektedir. Modern toplumdaki tüketim alışkanlıklarında bireyin, yoğun bir mesaj yağmuruna maruz kalmasının etkisi oldukça büyüktür.

Çok yoğun bir şekilde bu mesajlara maruz kalan tüketici için satın alma eylemi kaçınılmaz bir hal alabilmektedir. Bir ürünün kullanımıyla bireyin kendini değerli hissetmesi arasında kurulan bu ilişki, tüketim toplumunun mihenk taşıdır. Bu sistemde her şey tüketilme üzerinedir. Tüketim, toplumsal yaşamın her alanına etki etmekte ve her alandan etkilenmektedir. Bu alanlardan biri de muhafazakâr anlayıştır. Muhafazakârlık en genel tanımıyla eskiye duyulan bağlılıktır. Muhafazakâr anlayışa sahip bireyler, yeniliklerin, değişimlerin insanı olumsuz etkileyeceğini düşünür ve buna yönelik davranışlarda bulunurlar. Bu davranışların başında şüphesiz tüketim alışkanlıkları gelmektedir. Kapitalist toplumlarda tüketilen duyguların, alınan pahalı eşyalarla veya yapılan sürprizlerle yerine konulacağı düşüncesi oluşmaktadır. Şöyle ki; bir kişinin ailesiyle vakit geçirmesi yerine bu zamanı üretmek için harcadığında, ailesine ayıramadığı zamanı maddi bir ürünü veya hizmeti satın alarak telafi etmeye çalıştığı görülmektedir. Markaların tüketiciyi satın alma davranışına yöneltmek için izlediği stratejiler ve bunun yanı sıra özel günlerde hediye alınmasını gerekli kılan söylemler, tüketim toplumunun bir özelliğidir. İnsanlar toplumda dayatılan bu zorunluluk hissine zamanla karşı

koyamamaya başlamakta ve ihtiyaç dışı tüketim, modern toplumlarda kaçınılmaz ve alışılmış bir kavram haline gelmektedir.

Modern toplumlarda bireylerin para kazanma arzusunun temelinde kazandığını harcama isteği yatmaktadır. Kızılıcak Şerbeti dizisinin büyük bir ilgiyle takip edilmesi, özellikle markaların dikkatle takip ettiği durumlardır. Diziler aracılığıyla tüketicinin isteklerine hizmet etmeyi ve buna yönelik faaliyetlerde bulunmayı amaçlayan markalar için ikinci adım tüketicinin söz konusu ürünü almasını sağlamaktır. Dizilerde bu amaç doğrultusunda geniş kitlelere ulaşabilen araçlar olduğundan, dizilerde işlenen konular tüketim alışkanlığıyla yakından ilgilidir.

Tüketim olgusu bir döngüdür ve bu döngüdeki adımların her biri diğeriyle ilişkilidir. Tüketicinin üretim yapabilmesi, bundan bir kazanç elde etmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra örneğin dizilerin popülerliğini arttırması, markaların bunu takip etmesi ve buna göre bir aksiyon alması oldukça önemlidir. Tüketim modern toplumlar için olmazsa olmazdır. Bir ürünün olmasa bile duyguların, alışkanlıkların tüketildiği bu toplumlarda birey, ne üreteceğini de nasıl tüketeceğini de öğrenmektedir.

Çalışmada muhafazakâr kodların sıklıkla işlendiği Kızılıcak Şerbeti dizisindeki muhafazakâr kesimin tüketim alışkanlıkları içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre dizide, muhafazakâr kesimin lüks ve şaşaalı bir hayat yaşadığı, günah ve yanlış olarak görülen durumlar söz konusu olduğunda tutarsız olunduğu görülmektedir. Dizinin bir bölümünde, kolonyanın alkolünü sıfırlamak için kolonyayı tuza bastıkları ifadesi yer almaktadır. Kolonya bir tüketim ürünüdür ancak dizideki muhafazakâr ailenin kolonyayı tüketirken muhafazakâr anlayışa uygun hareket ettikleri görülmektedir. Görülmüştür ki, kolonya satın alma davranışında da muhafazakâr anlayış etkili olmuştur. Evin gelinlerinden biri, protez tırnak yaptırdığında bu durum aile bireyleri tarafından olumlu karşılanmamıştır. Gelinlerinin buna karşılık ojelerin türbe yeşili olduğunu söylemesiyle söz konusu tüketimin muhafazakâr anlayışa uygun olduğu mesajı verilmektedir. Dizideki ailenin gelini rolündeki Nilayın diğer insanlarda görüp, özendiği tesettür partisinin kendisine de yapılmasını istemiştir. Bunun üzerine ona 'tesettür partisi' düzenleyen ailenin parti için çok fazla masraf yaptığı pasta ve yapılan organizasyonla görülmüştür. Muhafazakâr anlayışta israf olumlu karşılanmamaktadır. Ancak dizide, muhafazakâr anlayışı benimseyen ailenin birden fazla araca sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra ailenin kullandığı çok lüks eşyalar, taktıkları pahalı mücevheratlar yine tüketim alışkanlıklarını göstermektedir. Dizide aldatmanın kötü ve

günah olduğu ifadeleri geçmesine rağmen, ailenin oğlu eşini aldattığında bu durum normalleştirilmiştir.

Öyle ki; tüketim toplumlarında yalnızca nesnelere tüketilmemektedir, bunun yanında duygular da tüketilmektedir. Duygular da tüketim toplumlarında basit ve telafisi olan şeyler olarak görülmektedir. Bu duruma örnek olarak, Fatih'in eşini aldattıktan sonra eşi Doğa'ya yaptığı sürprizlerle onun kendisini affedeceğini düşünmüştür. Tüketim toplumlarının kaçınılmaz bir yanı olan duyguların somutlaştırılması bu örnekte görülmektedir. Artık duygular, maddi olarak tatmin edilebilmektedir. Birine verilen değer, tüketim toplumlarındaki karşılığı, maddi değeriyle doğru orantılıdır. Dizide telafi etmek istenen duyguların da kişilerin kendilerini özel hissetme arzusunun da hep tüketimle ilişkilendirildiği görülmektedir. Bir erkeğin evliken başka bir kadınla ilişkisinin olması daha tolere edilebilirken, bir kadının erkek arkadaşının olması ise olumlu karşılanmamaktadır.

Tüketim toplumlarında gelişen teknoloji ve değişen dünya düzeniyle birlikte gösterişçi tüketim alışkanlıkları artış göstermiştir. Artık alınan bir ürün veya hizmet, ihtiyaç olmasından daha çok bir başka insanın takdir etmesi amacıyla satın alınmaktadır. Kızılıcık Şerbeti dizisinde de gördüğümüz gibi, alkolün günah olduğunu ve kolonya dahi olsa alkol barındıran hiçbir ürünü kullanmayacaklarına ilişkin görüş, kişinin satın alma eyleminin belirleyicisi olmaktadır. Bunun yanı sıra Dilruba'nın Doğa'ya sağ elin ve sol elin kullanım alanlarındaki farklılıkları öğütlemesiyle Doğa'nın da kendisi gibi hareket etmesini yani düşüncesinin başkaları tarafından da benimsenmesini istediği görülmektedir. Burada tüketilmesi amaçlanan somut bir nesne değil, kişinin sahip olduğu anlayıştır.

Extended Abstract

Research Problem

There is no period of history in which the concept of consumption is not mentioned. It is seen that this concept, which has existed since the early ages until today, has differentiated periodically. Especially before the industrial revolution, people had consumption habits based on needs. It is seen that the changing world order and developing technology have also made a difference in people's habits. A person's desire to have more than the number of shoes they need is a result of today's consumption culture. So much so that, with technological developments, people can access everywhere very easily and get their work done quickly.

These developments have undoubtedly changed people's consumption habits. Consumers, who no longer see the need to go to a store or a market to shop, meet their needs very easily and quickly on the internet.

It would not be wrong to say that television series also have a serious impact on consumption habits. The products, discourses and behaviors in these series are also consumed by people with their encouraging and interesting features. In this context, the consumption habits of the conservative group in the series *Kızılıcık Şerbeti*, which is about two families with conservatism and modernism and which reached high ratings on the day it was broadcast, were analyzed. The reason for examining the consumption habits of the conservative segment in particular is the emphasis in the series that the conservative segment consumes in accordance with the conservative understanding. For example, it is seen that the family salts the cologne for this process because alcohol is haram, and it is seen that ideologies have a great influence on consumption habits.

Method

In this study, which aims to examine consumption habits from the perspective of conservative understanding, content analysis technique was preferred among qualitative research methods. This technique was preferred in order to present the findings in more detail. The sample of the study was selected through purposive sampling technique. The reason why the series *Kızılıcık Şerbeti* was chosen as the sample of the study is that the series has high ratings and attracts people's attention to a great extent. In the study, 7 scenes of the series emphasizing consumption habits were analyzed. These scenes are the scenes in which consumption habits that emphasize especially the conservative understanding take place. The phenomenon of consumption involves not only the purchase of a product but also the consumption of emotions and actions. In this context, the series "*Kızılıcık Şerbeti*" frequently portrays the conservative understanding in its consumption habits.

Results and Conclusions

Differences in consumption habits are mainly due to the changing social order. Radical changes in society bring about changes in the thoughts and therefore behaviors of individuals. An example of this situation is the changes in the understanding of conservatism over time. Conservatism is based on the idea that it is necessary to preserve the old. The reflection of this

understanding on consumption habits is seen in the series *Kızılıcık Şerbeti*. However, it is seen that the understanding of conservatism has also changed at some points. For example, cheating is an accepted negative situation for everyone. But for a man who cheats on his wife in the series, this situation is considered normal. But for a woman, there should be a limit to where she goes, even the clothes she wears. The idea that it would be more appropriate for a pregnant woman to be examined by a female physician reveals the tendency of the consumption habits of the conservative understanding. In Islam, waste and ostentation are concepts that should not be allowed. In the conservative understanding shaped on the basis of this idea, in the example of the series *Kızılıcık Şerbeti*, there are scenes in which it is aimed that the assets owned are also seen by other people.

As a result, it is seen that people who adopt the conservative understanding in the series *Kızılıcık Şerbeti* according to this understanding in most of their consumption habits, but it is also seen that they do not adopt the conservative understanding in every consumption behavior and act according to the capitalist social order.

Kaynakça

- (2024). 12 24, 2024 tarihinde Show TV:
https://www.showturk.com.tr/dizi/oyuncular_kunye/kizilcik-serbeti/2875 adresinden alındı
- Akıncı, M. (2009). Muhafazakârlık ve Değişim: Değişim Direniş Mi Yoksa İhtiyatlı Değişimi Savunmak Mı? *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), s. 133-148.
- Aktan , C. C. (2007). Muhafazakârlık ve Liberal Düşünce. *Köprü Dergisi*(97), s. 51-57.
- Alca, D. (2021, Aralık). Liberal Muhafazakârlıktan Muhafazakâr Demokratlığa: Türkiye'de Yeni Muhafazakârlık. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), s. 56-77.
- Arslan, S. (2015). Tüketim Toplumu ve Televizyon Dizileri: Medcezir Dizisi İncelemesi. 13- 39.
- Bakan, İ. (2008, 7). Örgüt Kültürü ve Liderlik Türlerine İlişkin Algılamalar ile Yöneticilerin Demografik Özellikleri Arasındaki İlişki: Bir Alan Araştırması. *KMU İİBF Dergisi*, s. 13-40.
- Bakır, U., & Çelik , M. (2013). Tüketim Toplumuna Eleştirel Bir Yaklaşım: Kültür Bozumu ve Yıkıcı Reklamlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, s. 46-63.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu* (19. b.). (N. Tural , & F. Keskin, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: 'Tüketiyorum Öyleyse Varım'. *İstanbul Journal of Sociological Studies*, s. 223.
- Coşgun , M. (2012). Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), s. 837-850.
- Çaha, Ö. (2004). Muhafazakâr Düşüncede Toplum. *Liberal Düşünce*(34), s. 15-23.
- Erdoğan , E., & Hülür, A. B. (2024). Televizyon Dizilerinde Gösterişçi Tüketim Anlatısında Kadın. *JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES AND ADMINISTRATIVE SCIENCES (JOSHAS)*, s. 1135-1150.
- Erdoğan, M. (2004). Muhafazakârlık: Ana Temalar. *Liberal Düşünce Dergisi*(34), s. 5-9.
- Genç, E., & Coşgun, T. (2015, Ocak). Muhafazakârlık ve Türkiye Muhafazakârlıklarının Bazı Halleri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), s. 27-40.
- Güz, H., & Hülür, A. B. (2016). Muhafazakâr E-Dergilerde Tüketim İdeolojisi ve Moda: Aysha ve İkra. A. Ç. Deniz, & A. B. Hülür (Dü) içinde, *Yeni Medya ve Toplum* (s. 80-81).
- Karaboğa, T. (2016, 6). Dizi İzleyicilerinin Televizyon Dizilerinde Sunulan Tüketim Unsurlarına Yönelik Eğilimler . *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 182-208.
- Kumar, K. (1999). *Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Metin, O., & Ünal , Ş. (2022). İçerik Analizi Tekniği: İletişim Bilimlerinde ve Sosyolojide Doktora Tezlerinde Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , s. 277.
- Olgun, C. K. (2008). Nitel Araştırmalarda İçerik Analizi Tekniği . *Sosyoloji Notları* , s. 66-70.
- Senemoğlu, O. (2017). Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırılmalı Bir Analiz. *İnsan&İnsan Dergisi*, s. 66-86.
- Soncu , A. G., & Çelik, Ö. (2022). Veblen'in Gösterici Tüketim Kültürünün Sosyal Paylaşım Ağlarında Yansıması: Instagram. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 12(1), s. 17.
- Storey, J. (2023). *Kültürel Teori ve Popüler Kültür* (5. b.). (S. Gülsoy, & İ. Öz, Çev.) Bilge Kültür Sanat.
- Yıkılmaz, H., & Ayparçası, F. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları. *İnsan&İnsan Dergisi*, 3(8), s. 32-58.

Abbas Kiarostami'nin *Kirazın Tadı*'nda Minimalist Anlatı: Bir Yoldaşlık, Bir İntihar

Ömer Güney

Yüksek Lisans Öğrencisi
Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
omerguney076@gmail.com
ORCID ID: 0009-0000-8408-5504

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : İnceleme Makalesi /Research Article
Geliş Tarihi / Received : 21 Aralık / December 2024
Kabul Tarihi / Accepted : 6 Ocak / January 2025

İntihal / Plagiarism

Bu makale, benzerlik programı ve en az iki hakem tarafından incelenmiş olup intihal içermediği teyit edilmiştir.

This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Öz

Minimalist sinema, içeriği sadeleştirerek, görsel ve anlatsal karmaşadan kaçınan bir film tarzını ifade eder. Bu türdeki filmler, genellikle az sayıda karakter, mekân ve diyalog kullanırken, atmosfer ve görsel öğeler üzerinde odaklanarak izleyiciye derin bir deneyim sunar. Minimalist sinema, gereksiz ayrıntılardan kaçınarak öyküyü temel unsurlarına odaklanma eğilimindedir. Bu tarz, izleyiciye düşündürücü ve etkileyici bir deneyim sunarken görsel sadelik ve anlam yaratma amacını taşır.

Bu çalışma, literatürde yer alan tematik analiz yöntemi temel alınarak, Abbas Kiarostami'nin minimalist sinema anlayışını ve bu anlayışın *Kirazın Tadı* filminde nasıl somutlaştığını incelemeyi amaçlamaktadır. Tematik analiz, nitel araştırma yöntemlerinden biri olup, bir metin ya da görsel materyal üzerinden anlamlı temaların sistematik bir şekilde belirlenmesini, analiz edilmesini ve yorumlanmasını içermektedir. Bu yöntemin amacı, belirli bir olguyu ya da yapıyı temalar üzerinden çözümleyerek daha derin bir anlam katmanı sunmaktır.

Çalışma kapsamında, *Kirazın Tadı* filmi tematik analiz yöntemiyle ele alınacak ve minimalist anlatının filme kattığı anlam derinliği ile duygusal yoğunluk detaylı bir şekilde incelenecektir. Tematik analiz yöntemi, filmin görsel, işitsel ve anlatsal unsurlarını belirli temalar

çerçevesinde değerlendirerek Kiarostami'nin minimalist sinema dilinin dinamiklerini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Çalışma kapsamında, Kirazın Tadı filmi tematik analiz yöntemiyle ele alınmış minimalist anlatının filme kattığı anlam derinliği ile duygusal yoğunluk detaylı şekilde incelenmiştir. Tematik analiz yöntemi, filmin görsel, işitsel ve anlatsal unsurlarını belirli temalar çerçevesinde değerlendirerek Kiarostami'nin minimalist sinema dilinin dinamiklerini ortaya çıkartırken; filmdeki görsel sadelik, ölçülü diyaloglar ve temaların minimalist anlatımla sunulması, Kiarostami'nin sinematografik dilini gözler önüne sermektedir.

Anahtar kelimeler: Minimalist Sinema, Sinematik Dil, Sembolizm, Sinematik İfade, Görsel Sadelik

Minimalist Narrative in Abbas Kiarostami's *Taste of Cherry*: A Companionship, A Suicide

Abstract

Minimalist cinema refers to a film style that simplifies its content, avoiding visual and narrative complexity. Films in this genre typically use a small number of characters, settings, and dialogues, focusing on atmosphere and visual elements to provide the audience with a profound experience. Minimalist cinema tends to focus the narrative on essential components, avoiding unnecessary details. This style aims to offer a thought-provoking and impactful experience while creating meaning through visual simplicity.

This study aims to examine Abbas Kiarostami's minimalist cinematic approach and how this approach is manifested in *Taste of Cherry* through thematic analysis, which is a qualitative research method. Thematic analysis involves the systematic identification, analysis, and interpretation of meaningful themes within a text or visual material. The goal of this method is to offer a deeper layer of meaning by analyzing a specific phenomenon or structure through its themes.

In this study, *Taste of Cherry* will be analyzed using thematic analysis, focusing on the depth of meaning and emotional intensity that minimalist narration brings to the film. Thematic analysis will assess the film's visual, auditory, and narrative elements within the framework of specific themes, aiming to uncover the dynamics of Kiarostami's minimalist cinematic language. The

study will explore how the film's visual simplicity, measured dialogues, and the presentation of themes through minimalist narration reveal Kiarostami's cinematic style.

Keywords: Minimalist Cinema, Cinematic Language, Symbolism, Cinematic Expression, Visual Simplicity.

GİRİŞ

Abbas Kiarostami'nin *Kirazın Tadı* (1997) filmi, çağdaş sinemada minimalist anlatının en dikkat çekici örneklerinden biri olarak öne çıkar. Yönetmen, bu eserinde karmaşık insani duyguları ve varoluşsal sorgulamaları sade bir anlatı dili ve az sayıda görsel öge ile derinlemesine işler. (Erol, 2023, s. 41) Filmin minimalist yapısı, yalnızca görsel anlamda değil, aynı zamanda anlatısal açıdan da güçlü bir deneyim sunar. Kiarostami'nin bu yapısal tercihi, sinemaya dair felsefi yaklaşımını yansıtan bir araç olarak izleyiciyi gereksiz detaylardan uzaklaştırır ve onları karakterin içsel dünyasına, varoluşsal arayışına odaklanmaya davet eder.

Film, intihar etmeye karar veren bir adamın son gününü konu alırken, yaşamın anlamı ve ölüm gibi derin varoluşsal meseleleri gündeme getirir. Diyalogların sadeliği, görsellerin minimalizmi ve mekân kullanımındaki sınırlılık, karakterin duygusal ve psikolojik durumunu izleyiciye doğrudan yansıtır. (Özdoğru, 2004, s. 65)

Kirazın Tadındaki minimalist anlatı, yüzeydeki sade yapının ötesine geçerek derin felsefi temaları görünür kılar. Yönetmen, yaşam ve ölüm arasındaki ince çizgiyi, başkahramanın bir yoldaş arayışına çıkarken karşılaştığı çeşitli karakterler üzerinden ele alır. Ancak bu yoldaşlık, yalnızca fiziksel bir bağlantı kurmanın ötesinde, insanın içsel yalnızlığını ve çaresizliğini paylaşma çabası olarak okunabilir. Kiarostami, minimalist anlatımıyla bu insani ilişkilerin ve varoluşsal sorgulamaların inceliklerini izleyiciye ustalıkla sunar.

Sinemanın büyüsü genellikle görsel ihtişam ve karmaşık hikayelerle ilişkilendirilir. Ancak bazı yönetmenler, azla çok anlatmanın gücünü keşfederek sadelikle derinlik sunmayı başarır. İranlı yönetmen Abbas Kiarostami, bu ustalığı minimalist anlatımıyla en etkili şekilde kullanan sanatçılardan biridir. *Kirazın Tadı* filmi, sade yapısının ardında derin bir varoluşsal sorgulama barındırır. Görsel sadelik, az sayıda diyalog ve minimal set tasarımı, izleyiciyi görsel bir şöleden çok düşünsel bir yolculuğa çıkarır.

Film, bir aracın içinde ve çevresinde geçen hikayesiyle, doğanın sadeliğini insan varoluşunun karmaşıklığıyla buluşturur. Bu minimal estetik, yaşam ve ölüm arasındaki dengeyi sorgularken seyirciyi kendi içsel yolculuğuna davet eder. Her sahne, varoluşsal sorularla dolup taşarken, izleyici sade görsellerin ötesine geçerek hikâyeye kendi anılarını ve tecrübelerini katar. Kiarostami'nin, minimalizmin gücünü ustalıklarla kullanarak sade detaylardan evrensel bir anlatı oluşturması, onun sinema dünyasındaki farkıdır.

Kirazın Tadı, minimalist estetiğin bir görsellikten çok daha fazlası olduğunu gösterir; bu, bir düşünce biçimi, bir duygu aktarımı ve insanın yaşamın özüne dair kendi sorularını sorması için bir davettir. Abbas Kiarostami'nin bu eseri, azla çok anlatmanın gücünü kanıtlayan ve izleyiciyi etkisi altına alan bir eserdir.

Kirazın Tadındaki minimalist anlatım, Abbas Kiarostami'nin özgün sinema dilinin nasıl şekillendirildiğini incelemeyi sürdürüyor. Filmdeki görsel ve tematik sadelik, karakterlerin psikolojik derinliklerini ve varoluşsal sorularını etkileyici bir şekilde sunarken, izleyiciyi derin bir duygusal ve düşünsel deneyime davet eder. Minimalizm, burada yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda insanın içsel arayışını ve yaşamın özüne dair sorularını şekillendiren güçlü bir araçtır.

Bu çalışmada, tematik bir analiz yöntemi benimsenerek filmin minimalist anlatısının temel unsurları incelenecektir. Bu yöntem, filmdeki varoluşsal sorgulamalar ve karakterlerin içsel yolculuklarının, minimalist anlatım biçimiyle nasıl bütünleştiğini çözümlenmeyi hedefler. Görsel sadelik, diyalogların sınırlılığı ve mekanların kullanımındaki seçicilik gibi unsurlar, filmdeki felsefi derinliği nasıl güçlendirdiği bağlamında değerlendirilecektir. Özellikle, filmin karakter gelişiminde ve tematik yapı taşlarında minimalist estetiğin oynadığı rol üzerine bir çözümleme sunulacaktır.

Bu makale, Kiarostami'nin sinemasında minimalist anlatının temelini oluşturan unsurları açığa çıkarırken, tematik bir yöntemle filmin anlam derinliğini yeniden yorumlamayı amaçlamaktadır.

1. Minimalizm

Minimalizm en az malzeme ile, en yalın, en ekonomik ve en işlevsel sonuca gitmeyi amaçlar. Bu düşünce, özellikle 1960'lı yıllar ve sonrasında gelişmiş, postmodern akımların bir parçası olmuştur. (Bilginoğlu, 2023, s. 112) Minimalizmin etkisi, sadece sanatı değil, mimari, tasarım,

edebiyat ve felsefe gibi birçok disiplini de sarar. Başlıca özellikleri arasında sadelik, yalınlık, süslemeden kaçınma ve işlevselliğin vurgulanması bulunur. (Gülçür, 2016, s. 3) Minimalist sanat, müzik ve mimari, genellikle basit geometrik formları ve temel renkleri kullanarak eserlerini oluşturur.

Minimalizmin temel prensipleri, 1960'lı yılların sonlarında heykel sanatında soyut anlatımın kullanılması ile belirginleşmiştir. Sanatçılar, özellikle geometrik şekilleri en basit haliyle kullanarak, yapıtlarında yalınlığı ve özü vurgulamışlardır. (Arargüç, 2016, s. 90,91) Minimalizmin öncüleri arasında Carl Andre, Dan Flavin, Donald Judd, Sol Le Witt, Robert Morris ve Richard Serra gibi sanatçılar yer alır. (Sivas, 2013, s. 11,12)

Minimal Sanat fikri, 20. yüzyılın sanat akımları içinde yer almasına rağmen, aslında II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmıştır. Savaşın bitimiyle birlikte dünya genelinde düzenlenen sanat festivalleri ve etkinlikler, yeni bir sanat anlayışının şekillenmesine katkıda bulunmuştur. (Karaca, 2021, s. 336) Bu organizasyonlar, soyut anlatımı yaygınlaştırmış ve geçmişin sembolik ve figüratif sanat anlayışı giderek geri planda kalmıştır.

Minimalizm sadece bir sanat anlayışı olarak değil, aynı zamanda bir tasarım ve yaşam tarzı olarak da benimsenmiştir. (Şen, 2020, s. 51,52,53) Bu düşünce, malzemenin doğal özelliklerini koruyarak, karmaşıklıktan kaçınıp basitlik ve nötrlüğü vurgular.

Ancak, minimalizm eleştiri almıştır. Bazı sanatçılara göre, bu akım görsel anlatımda eksiklik yaratmış ve aşırı indirgemeci olmuştur. (Karahana, 2015, s. 21) Dışavurumcu sanatı savunanlar için ise minimalizm, sanat eserlerinin duyguları ve el işçiliğini yeterince yansıtmadığı eleştirilerine maruz kalmıştır. Ancak, zamanla minimalizm bağımsız bir sanat akımı olarak kabul görmüş ve geniş bir benimseme kazanmıştır.

2. Sinemada Minimalizm: Sadeliğin Anlam Gücü

Minimalizm, sanat dünyasında olduğu gibi sinemada da kendine özgü bir etki yaratmıştır. Diğer sanat dallarındaki etkileri gibi, sinemada da görsel, duygusal ve anlatısal açılardan belirgin bir iz bırakmıştır. (Sivas, 2013, s. 12)

Minimalizm, temelde en az malzeme ve imkân kullanma felsefesini benimseyen bir yaklaşımdır. Sinemada bu anlayış, amatör oyuncuların tercih edilmesinden, doğal ışığın kullanılmasına, uzun planlardan sabit kamera açılarına kadar bir dizi özelliği içermektedir. (Pelin, s. 65) Oyunculukta

sadelik ve doğaçlamanın ön planda olduğu minimalist sinema, karakterlerin ve hikayelerin daha doğal bir şekilde ortaya çıkmasına olanak tanır.

Minimalist filmlerde dekor ve objeler genellikle sade ve işlevsel tasarlanır. (Gülçür, 2016, s. 4) Bu, izleyiciyi detaylardan arındırarak, öykünün ve duygunun öne çıkmasına yardımcı olur. Doğal seslerin ve sessizliğin kullanımı, minimalizmin sinemada atmosfer yaratma ve izleyiciyle duygusal bir bağ kurma konusundaki başarılarına katkı sağlar.

İtalyan Yeni Gerçekçilik akımı gibi dönemsel sinema formları, minimalizmin sinemada belirginleştiği yerlerdir. Bu dönemdeki yönetmenler, karmaşıklıktan kaçınarak, sade ve etkileyici anlatımlarıyla minimalist sinemanın temellerini atmışlardır. Ancak, minimalizmin sadece bir dönemle sınırlı kalmadığını ve zamanla farklı yönetmenlerin bu anlayışı kendi tarzlarıyla harmanlayarak kullanmaya devam ettiğini söylemek mümkündür.

Bugün, minimalist sinemayı benimsemiş birçok bağımsız sinemacı, teknolojik gelişmelerin sunduğu imkanlara rağmen sadelik, gerçekçilik ve işlevselcilik gibi minimal özellikleri koruyarak özgün eserler üretmeye devam etmektedirler. Minimalizmin sinemada bir akım olmaktan ziyade, her yönetmenin kendi sanatsal duruşunu ortaya koymak için kullandığı bir araç olduğunu söylemek daha doğru olacaktır. Bu çerçevede, minimalist sinemanın evrimi ve etkisi sinema tarihinde önemli bir yer almaktadır.

Minimalizm, gereğinden fazla sadeleştirme amacını güder. Yanılsamalara ve anlamlı olmayan eklemelere yer vermez; minimalist anlatı, özünü yansıtmayı ve anlamı biçimsellik estetiği içinde ifade etmeyi amaçlar. (Özcan, s. 30)

Minimal sinema, Kracauer'ın ideal öyküleme biçimi olarak gördüğü basit anlatı/slight narrative çerçevesinde dramatik gerilimi en yalın haliyle kullanarak bu akıma özgü bir duruş sergiler. Kracauer'a göre sinema, insanın değil, dünyanın anlamının bir ifadesi olmalıdır; bu nedenle belirsizlik, birleşik olmama ve açıklık, minimalist sinemanın özüdür. Minimalist sinema, anaakım sinema anlayışına karşı çıkarak yapay ışıklandırmalara ve yapmacık olay örgülerine muhalefet eder. Minimalist sinema, hikâye sinemasından uzaklaşarak kamera hareketlerinden oyunculuğa, ışık tasarımdan mekân kullanımına kadar sinematografik estetiğin bütünlüğünü ele alır. Sadelikten yana bir tavır takınarak gereksiz detaylardan kaçınılır. (Sözen, 2009, s. 81)

Minimalist sinemanın anlatıları, günlük yaşamın sıradan anlarından oluşur ve bu yaklaşım, film öyküsünün yaşamın akışı kadar gevşek ve serbest olmasını hedefler.

Bu filmler, sıradanlığı vurgulayarak dramatik olmayan anlardaki potansiyelleri keşfetmeye yönelik bir bakış açısını yansıtır. Minimalist sinema, hayatın içerisinde var olan anlamın şiirsel bir yaklaşımla yakalanmasını ve yansıtılmasını amaçlar.

Minimalist sinemanın tercihleri arasında, yavaş veya hareketsiz kamera hareketleriyle ölü zamanlar yaratmak, sesi görüntüden ayırmak, anlam yüklü durağan görüntüler üretmek ve sessizliği etkili bir şekilde kullanmak bulunur. (Kovacs, 2010, s. 136) Örneğin, Antonioni'nin sahnelerinde sessizlik ve "ölü zamanlar" vurgulanır, dramatik anlarda oyuncuların ifadesiz çekimleri kullanılarak duygusuz bir atmosfer oluşturulur. Minimal sinemanın bir diğer özelliği de genellikle tanınmamış, profesyonel olmayan yüzlerle çalışmayı tercih etmesidir.

3. İran Sineması'nda Minimalizm

Minimalizm, İran sinemasının ayırt edici özelliklerinden biri haline gelmiş, sadelik, özgünlük ve derinlikle şekillenen bir tarz olarak küresel çapta tanınmasını sağlamıştır. Bu üslup tercihi, hem İran'ın sosyo-kültürel bağlamını hem de yönetmenlerin sınırlı prodüksiyon koşulları altında geliştirdiği yaratıcı stratejileri yansıtır. (Dabaşı, 2013, s. 68) Abbas Kiarostami, Jafar Panahi ve Asghar Farhadi gibi İranlı yönetmenler, minimalizmi yalnızca estetik bir tercih olarak değil, aynı zamanda karmaşık temaları sade bir anlatımla ifade eden güçlü bir araç olarak benimsemişlerdir.

İran minimalist filmleri, genellikle gündelik yaşamın sade hikâyelerine odaklanarak insan deneyimlerinin özünü yakalamaya çalışır. (Alıcı, 2014, s. 120) Bu anlatılar, karmaşık olay örgülerinden kaçınır ve daha çok duygusal ve varoluşsal sorgulamalara yönelir. Örneğin, Kiarostami'nin Kirazın Tadı filmi, bir adamın ölümünden sonra gömülmesini isteyen birini arama çabası üzerinden yaşam ve ölüme dair derin sorulara odaklanır.

İran minimalist sineması, genellikle az sayıda karakter ve mekân kullanarak samimi bir atmosfer yaratır. Bu ekonomik yaklaşım, karakterlerin iç dünyalarına odaklanmayı kolaylaştırır. Panahi'nin Beyaz Balon ya da Kiarostami'nin Rüzgâr Bizi Sürükleyecek filmleri bu yaklaşımın çarpıcı örnekleridir.

İranlı yönetmenler, filmlerine gerçekçilik ve doğal bir hava katmak için sık sık profesyonel olmayan oyuncularla çalışırlar. (Dabaşı, 2013, s. 70,71) Bu yöntem, Kiarostami'nin Yakın Plan ya da Majid Majidi'nin Cennetin Çocukları gibi yapımlarında görüldüğü gibi, kurgu ve gerçeklik arasındaki çizgiyi bulanıklaştırır. İran minimalist sineması, doğal manzaraları hem anlatının

hem de metaforik anlamların bir parçası olarak sıklıkla kullanır. Geniş çöller, kıvrımlı yollar ve kırsal alanlar, karakterlerin içsel yolculuklarını ve varoluşsal mücadelelerini yansıtan unsurlar olarak öne çıkar.

Sessizlik, İran minimalist sinemasında önemli bir yer tutar ve söylenmeyenler çoğu zaman büyük bir anlam taşır. Diyaloglar genellikle azdır ve alt metinlerle doludur, bu da izleyiciyi derinlemesine düşünmeye ve kendi yorumlarını yapmaya davet eder. (Tapper, 2007, s. 130) İran sineması, yaşam, ölüm ve anlam arayışı gibi varoluşsal sorularla sıkça ilgilenir. Kirazın Tadı ve Mohsen Makhmalbaf'ın Sessizlik filmleri, bu tür soruları minimalist bir üslupla ele alan yapımlardır. Minimalist filmler, sadeliklerinin ardında toplumsal yapılar, toplumsal cinsiyet rolleri ve politik sınırlamalara dair güçlü eleştiriler sunar.

Örneğin, Panahi'nin Daire filmi, İran'daki kadınların karşılaştığı kısıtlamaları, minimal mekânlar ve etkileşimler aracılığıyla etkili bir şekilde vurgular. Bağlantı, yalnızlık ve insan olma hali, İran minimalist sinemasının temel temalarındandır. Kiarostami'nin Arkadaşımın Evi Nerede? filmi, kişiler arası ilişkilerin inceliklerini sade bir anlatı tarzıyla işler.

İran minimalist sineması, yerel ve kültürel olarak spesifik hikâyeler aracılığıyla evrensel temaları ele alarak uluslararası alanda büyük beğeni kazanmıştır. (Dabaşı, 2013, s. 15) Bu üslubun sadeliği ve derinliği, dünya çapındaki yönetmenleri etkilemiş ve hikâye anlatımında sadelikle etkileyiciliğin nasıl birleştirilebileceğine dair ilham kaynağı olmuştur. Özellikle Abbas Kiarostami'nin çalışmaları, minimalist yaklaşımları benimseyen yönetmenler için önemli bir referans noktası olmuştur. Minimalizmi benimseyen İran sineması, ulusal sınırların ötesine geçerek, izleyicileri filmlerin görsel, duygusal ve felsefi katmanlarıyla derinden etkilemeye devam etmektedir.

4. Abbas Kiarostami Sinemasında Minimalizm

Abbas Kiarostami, minimalist sinema anlayışının en güçlü temsilcilerinden biri olarak, çağdaş sinema tarihinde kendine özgü bir yer edinmiştir. Kiarostami'nin filmleri, anlatı ve görsellikteki sadelik, tematik derinlik ve duygusal yoğunlukla birleşerek izleyiciyi hem düşünsel hem de duygusal bir yolculuğa davet eder. (Özdoğru, 2004, s. 84) Minimalizm, Kiarostami'nin sinema dilinde yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda izleyiciyle kurduğu derin bir bağın aracı olarak ortaya çıkar.

Kiarostami'nin filmleri, basit ve gündelik hikâyelerle evrensel temaları işler. Karmaşık olay örgülerinden kaçınarak, daha çok insan doğasının temel sorularına yönelir. (Tapper, 2007, s. 30) Örneğin, *Kirazın Tadı* (1997), bir adamın intihar etmek istemesi ve bu süreçte yaşamın anlamını sorgulaması üzerine sade bir anlatıyla derin bir varoluşsal yolculuğa çıkar.

Kiarostami'nin sineması, doğal ışık kullanımı, sade kadrajlar ve geniş planlarla minimalist bir estetik yaratır. Rüzgâr Bizi Sürükleyecek (1999) filminde olduğu gibi, görsel sadelik, seyircinin karakterin psikolojik ve duygusal durumlarına daha fazla odaklanmasını sağlar. Doğal manzaralar ve boş alanlar, karakterlerin içsel dünyasını yansıtan bir metafor olarak kullanılır.

Diyaloglar, Kiarostami'nin filmlerinde ölçülü ve dikkatle seçilmiş bir biçimde kullanılır. Konuşmalar genellikle sade ve doğaldır; ancak çoğu zaman alt metinler aracılığıyla derin anlamlar taşır. Sessizlik ise, karakterlerin duygusal yoğunluklarını ve varoluşsal sorgulamalarını ifade etmek için güçlü bir araçtır. (Sözen, s. 219)

Kiarostami, minimalist sinemasında gerçeklik ve kurgu arasındaki sınırları bulanıklaştırır. Yakın Plan (1990) filmi, profesyonel olmayan oyuncular ve gerçek olayları kullanarak hem belgesel hem de kurmaca unsurların birleştiği bir yapı sunar. Bu yöntem, minimalist bir sinema diliyle izleyiciyi hem filme hem de onun gerçekliğine dahil eder.

Kiarostami'nin filmlerinde yol hem fiziksel hem de metaforik anlamlar taşır. Yol, karakterlerin içsel yolculuklarını ve yaşamın sürekli bir akış içinde olduğunu ifade eden bir metafor olarak öne çıkar. Arkadaşımın Evi Nerede? (1987) gibi filmlerde, yolculuk sade bir eylem olmanın ötesine geçerek, karakterlerin varoluşsal sorularını ve insan olma hallerini anlamalarına aracılık eder.

Kiarostami, minimalist bir yaklaşımla yaşam, ölüm ve insanın anlam arayışı gibi derin felsefi sorulara odaklanır. *Kirazın Tadı* bu sorgulamaların en güçlü örneklerinden biridir. Filmdeki minimalist estetik, karakterin yalnızlığını ve yaşamla ölüm arasındaki ince çizgideki mücadelesini daha etkileyici bir şekilde ifade eder.

Doğa, Kiarostami'nin filmlerinde hem görsel bir arka plan hem de tematik bir araç olarak önemli bir yer tutar. Çöl, dağlar ve kırsal manzaralar, yalnızca karakterlerin fiziksel çevresini değil, aynı zamanda onların içsel durumlarını ve yaşamın döngüselliğini de temsil eder.

Minimalist yaklaşım, Kiarostami'nin insan ilişkilerini ve yalnızlık temasını işleme biçimini de şekillendirir. Diyalogların azlığı ve karakterlerin içe dönük anlatıları, insanın derin yalnızlığını ve başkalarıyla bağ kurma ihtiyacını güçlü bir şekilde hissettirir.

5. Amaç ve Yöntem

Bu makalenin amacı, Abbas Kiarostami'nin *Kirazın Tadı* filminde kullanılan minimalist anlatının sinemadaki önemini ve etkisini kapsamlı bir şekilde incelemektir. Minimalist anlatı tarzının, filmdeki varoluşsal temalarla nasıl bir uyum içinde çalıştığı ve izleyici üzerindeki duygusal etkisi, bu araştırmanın ana odağını oluşturmaktadır.

Aynı zamanda, minimalist anlatının filmdeki karakter gelişimlerine, görsel öğelere ve film diline nasıl bir katkı sağladığı tartışılacaktır. Kiarostami'nin bu filmdeki anlatı biçimini ve sinematografik yaklaşımını analiz ederek, minimalizmin sinemadaki rolüne dair derinlemesine bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu makalede, Abbas Kiarostami'nin *Kirazın Tadı* filmindeki minimalist anlatı, tematik bir analiz yöntemiyle ele alınacaktır. Yöntem, filmdeki ana temaların ve karakterlerin içsel yolculuklarının minimalist anlatı biçimiyle nasıl şekillendiğini incelemeye odaklanacaktır. Tematik çözümleme, özellikle varoluşsal kriz, yalnızlık, intihar ve yoldaşlık gibi ana kavramlar üzerinden yapılacaktır. Bu kavramların minimalist anlatı biçimiyle ilişkisini anlamak için, filmde kullanılan sade görsellik, sınırlı diyaloglar ve sembolizm üzerine yoğunlaşılacaktır. (Şimşek, 2011, s. 236,237)

Filmdeki minimalist öğelerin, karakterlerin duygusal ve psikolojik derinliklerini nasıl ortaya koyduğu ve izleyiciyle kurulan duygusal bağın nasıl inşa edildiği üzerine bir analiz gerçekleştirilecektir. Ayrıca, Kiarostami'nin sinemasal dilindeki minimalizmin, varoluşsal temalarla nasıl bir uyum içinde çalıştığı araştırılacaktır. Bu bağlamda, filmdeki karakterlerin psikolojik durumu, onların birbirleriyle kurduğu sınırlı iletişim ve hayata dair sorgulamalarının minimalist anlatıdaki yeri ele alınacaktır.

Tematik analiz, Kiarostami'nin film dilindeki basitliğin, karakterlerin derin içsel dünyalarını nasıl açığa çıkardığına dair bir çözümleme sunacaktır. Özellikle, filmdeki sessizlik, uzun planlar, görsel sadeleştirmeler ve mekân kullanımı gibi unsurlar, varoluşsal temaların anlatımını nasıl derinleştirdiği noktasında incelenecektir. (Şimşek, 2011, s. 236,237) Bu metodolojik yaklaşım, filmdeki minimalizmin, karakterlerin arayışları, ölümlerle yüzleşmeleri ve yaşamın anlamını sorgulamalarıyla nasıl birleştiğini anlamayı amaçlamaktadır.

6. *Kirazın Tadı: Bir Yoldaşlık, Bir İntihar*

Film, Tahran'ın çorak arazilerinde arabasıyla dolaşan orta yaşlı bir adam olan Bay Bedii'nin hikâyesini anlatır. Hayatına son vermeye karar veren Bedii, ölümünden sonra onu gömecek birini aramaktadır. Bunun için tanıştığı insanlara, mezarını kazıp cesedini gömmeleri karşılığında para teklif eder. Yolculuğu boyunca üç farklı kişiyle karşılaşır. Her biri farklı yaşam deneyimlerine ve bakış açılarına sahip olan bu insanlar, Bedii ile varoluş, yaşam ve ölüm üzerine derin tartışmalara girer. Film, Bedii'nin içsel mücadelesini, insan ilişkilerinin karmaşıklığını ve yaşamın anlamını sorgulayan diyaloglarıyla öne çıkar.

Film, Bedii'nin aracında farklı kişilerle yaptığı konuşmaları, onların hayat hikayelerini ve dünya görüşlerini içerir. Bu diyaloglar, izleyiciyi insan hayatının anlamı, umutsuzluk, inanç ve yaşamın değeri gibi evrensel konular üzerinde düşünmeye yönlendirir. Bedii'nin içsel yolculuğu, film boyunca derin bir şekilde incelenir ve izleyiciye insan varlığının karmaşıklığını ve değerini sorgulattır.

Kiarostami'nin eseri *Kirazın Tadı*, Bedii'nin intihar kararını sadece bir bireyin yaşamı sonlandırma eylemi olarak ele almaz. Film, Bedii'nin çevresindeki insanlarla olan etkileşimleri ve bu kararın kökenlerini araştırmak yerine, Bedii'nin içsel dünyasına odaklanarak, izleyiciye derin bir düşündürme deneyimi sunar.

Bedii, arabasına aldığı ve yardımını istediği kişilere intihar düşüncesinin sebebini açıklamaz. Onlar, Bedii'nin kararını değiştirmeye çalışır, ancak Bedii'nin zihnindeki nedenleri sorgulamazlar. Bedii, bu işi yapan birçok insanı arabasına alabilirken, seçici davranır. Bu seçicilik, intiharın Bedii için değerli ve özel bir eylem olduğunu vurgular.

Filmde, Bedii'nin talepleri de dikkat çekicidir. Toprağın üzerine atmasını istediği kişilere, ertesi sabah kendisine iki kere seslenilmesini ve eğer yardım isterse çukurdan çıkarılmasını belirtir. Bedii, sadece basit bir gömme işinin değil, hayata tutunacak bir sebebin peşinde olduğunu ortaya koyar.

Kiarostami, bu minimalist yaklaşımıyla izleyiciyi Bedii'nin içsel dünyasına odaklanmaya yönlendirir. Bedii'nin intihar kararı aynı zamanda yaşamın anlamı, umutsuzluk ve içsel çatışmalarla ilgili derinlemesine bir düşünce provokasyonudur.



(Görsel 1 Arabaya aldığı ilk karakter.)

Bedii, arabasına genç bir Kürt askerini alır ve ona bol miktarda para kazanabileceği bir iş teklif eder. Ancak Bedii, işin ayrıntılarını açıklamaz; yalnızca gizemli bir teklif ve maddi kazanç vaadi sunar. Yolculuk ilerledikçe, Bedii askerle diyalog kurmaya çalışır, ancak içindeki çatışmaların ağırlığı hissedilir. Arabayla Bedii'nin kazdırmak istediği çukurun yanına geldiklerinde, asker işin mahiyetini anlar ve bu duruma dahil olmak istemediğini ifade ederek arabadan çıkmayı reddeder.

Bu sahnede Abbas Kiarostami, izleyiciyle Kürt asker arasında bir bağ kurar. Bedii'nin ölüm düşüncesiyle şekillenen karmaşık psikolojisine Kürt askerın gözünden yaklaşır.

Yönetmen, izleyicinin empati geliştirmesini sağlamak için çukuru göstermemeyi tercih eder. Çukurun gizemli bir şekilde saklanması, yalnızca Kürt askerın değil, izleyicinin de bu dramatik kararın ağırlığını ve yarattığı içsel çatışmayı daha derinden hissetmesine yol açar.

İzleyici, çukurun varlığını yalnızca Bedii ve askerın tepkilerinden anlamaya çalışır ve bu, filmdeki gerilim ve merak unsurunu güçlendirir. Kürt askerın çukurun yanına kadar gelip, orada duraksaması ve arabadan çıkmayı reddetmesi, karakterin yaşadığı ahlaki ve duygusal çatışmayı gözler önüne serer. Ancak Kiarostami, bu çatışmayı abartılı diyaloglarla değil, sade bir şekilde ifade eder. Bu, minimalist bir üslubun nasıl etkili bir anlatım yöntemi olabileceğini kanıtlar.

Araba içinde geçen diyaloglar, gündelik hayatın doğallığını yansıtarak sahneyi daha inandırıcı kılar. Kürt asker, Bedii'yi kararından vazgeçirmek için ikna edici argümanlar sunmak yerine,

kendi yaşamından kaçma arzusunu dile getirir. Bu durum, insanın varoluşsal çelişkilerine ve hayatta kalma içgüdüsüne dair daha genel bir mesaj taşır. Kiarostami, karakterler arasındaki bu doğal etkileşimi minimalist bir sinema anlayışıyla işler, izleyiciyi doğrudan olayın merkezine çeker ve onları karakterlerin iç dünyasını anlamaya davet eder.

Bedii ve Kürt askerinin bu kısa ama yoğun karşılaşması, yaşamın ve ölümün karmaşıklığını sade bir dille anlatır. Kiarostami, bu sahnede yalnızca çukurun fiziksel bir boşluk olmadığını, aynı zamanda karakterlerin içsel boşluklarını ve insanın kendi varoluşuyla yüzleşme cesaretini de temsil ettiğini ima eder. Bu basit görünen ama çok katmanlı anlatım, Kiarostami'nin minimalist sinema anlayışının güçlü bir örneği olarak öne çıkar.



(Görsel 2 İkinci yolcu, ilahiyatçı)

Bedii'nin arabasına aldığı ikinci yolcu, Afgan bir ilahiyatçıdır. Bu karşılaşma, Bedii'nin fiziksel yolculuğunun ötesinde, derin bir felsefi ve varoluşsal boyut kazanan bir içsel sorgulamaya dönüşür. İlahiyatçı, çimento makinesinin başında çalışan bir arkadaşını ziyaret etmek üzere geldiğini söyler. Bu detay karakterlerin maddi ihtiyaçlarının arka plandaki varoluşsal çatışmalarla nasıl iç içe geçtiğini vurgular. Bedii'nin seçtiği insanların ekonomik zorluklar içinde olmaları, teklifini kabul etme ihtimallerini artırırken, bu kişisel durumların arka planında derin etik ve dini meseleler yer alır.

Bedii'nin teklifine karşı ilahiyatçı, intiharın İslam'a göre büyük bir günah olduğunu ve bu eyleme yardım etmenin insanın Tanrı ile olan bağını koparacağını ifade eder. İlahiyatçının bu

yaklaşımı, yaşamı kutsal ve Tanrı'ya ait bir emanet olarak gören inanç sisteminin derinliklerini yansıtır. Bu karşılaşma, yalnızca iki karakterin görüşlerinin çatışması değil, aynı zamanda yaşamın kutsallığı ve bireyin kader üzerindeki yetkisi üzerine derin bir tartışmadır. Bedii'nin ölüm arzusuna karşı ilahiyatçının savunduğu yaşam fikri, insanın kendi varlığını anlamlandırma çabasıyla Tanrı'nın düzenine karşı sorumluluğu arasındaki gerilimi açığa çıkarır.

Bedii'nin sunduğu teklifin ekonomik cazibesi ile ilahiyatçının ahlaki ve dini dirençleri arasındaki çatışma, minimalist anlatının sınırlı ama yoğun ifadeleriyle derin bir boyut kazanır. Kiarostami, bu diyalogları abartılı duygusal tepkilerden arındırarak, sessizlik ve duraksamalarla zenginleştirir. Bu, seyirciye karakterlerin söyledikleri kadar söylemediklerini de düşünme fırsatı tanır. Bedii'nin gözle görülür çaresizliği, yaşamdan kopmuşluğu ve ilahiyatçının kararlı fakat huzursuz tavırları, insanın kendi varoluşunu anlamlandırma çabası ile ölüm fikrinin dayanılmaz cazibesi arasındaki çatışmayı minimal bir estetikle işler.

Kiarostami, kamerayı sık sık sabit tutarak ve geniş açılar kullanarak karakterlerin içsel dünyalarını ve aralarındaki boşluğu vurgular. Bu boşluk, yalnızca fiziksel bir ayrımı değil, aynı zamanda Bedii ile ilahiyatçının yaşam ve ölüm üzerindeki farklı algılarını da temsil eder. Diyalogların arasındaki sessizlik, bu ikilemi daha güçlü kılar; çünkü sessizlik, çoğu zaman kelimelerin taşıyamadığı derin anlamları yüklenir.

İlahiyatçının argümanları, yaşamın zorluklarına rağmen insanın dayanma gücüne ve Tanrı'nın iradesine olan inanca dayanır. Ancak Bedii'nin kararlılığı, bu argümanların bireysel varoluşun anlamına ilişkin daha geniş bir sorgulama içinde kaybolmasına neden olur. Bedii'nin sessiz direnci, bir meydan okumadan ziyade, yaşamla ölüm arasında sıkışmış bir ruhun çaresizliğini yansıtır.

Bu sahne, izleyiciyi yalnızca Bedii'nin durumunu anlamaya değil, aynı zamanda yaşamın anlamı, bireyin özgürlüğü ve ahlaki sorumluluk üzerine düşünmeye davet eder. Kiarostami, minimalist estetiğiyle izleyiciyi bir gözlemci konumundan çıkararak, onları Bedii ve ilahiyatçının tartışmasının içine çeker. İlahiyatçının inançlarına sıkı sıkıya bağlı duruşu ve Bedii'nin ölümcül arayışı, insanın varoluşsal boşlukla yüzleştiğinde ortaya çıkan karmaşıklığı ve bu boşluğun basit bir "evet" ya da "hayır" ile doldurulamayacağını gösterir.

Bu karşılaşma, Bedii'nin yolculuğunun bir sonucu olmaktan çok, bu yolculuğun içinde derinleşen bir durak gibi işlev görür. Seyirci, Bedii ve ilahiyatçının konuşmalarında yalnızca iki farklı yaşam görüşünü değil, aynı zamanda kendi varoluşsal sorularını bulur. Bu minimalist sahne, yaşam ve ölüm üzerine büyük soruların sessizlik ve sadelikle nasıl işlenebileceğine dair Güçlü bir örnek sunar.



(Görsel 3 düşüncelerinde bir dönüşümün başladığı an.)

Sonunda, Bedii'nin arabasına binen son yolcu, müzede çalışan orta yaşlı Türk olan Bakari'dir. Bakari'nin hayatı, hasta çocuğuna bakma zorunluluğuyla daha da zorlaşmıştır. Bu durum, Bedii'nin sunduğu teklifi Bakari için yalnızca ahlaki ve felsefi bir mesele olmaktan çıkarır; aynı zamanda maddi zorluklar içinde bir fırsata dönüştürür. Bakari'nin teklif karşısındaki tereddütleri, kendi yaşam mücadelesiyle Bedii'nin ölüm arayışı arasında güçlü bir karşıtlık oluşturur.

Bakari'nin Bedii'ye yaklaşımı, diğer karakterlerden farklı olarak daha nazik ve insancıdır. Onun Bedii'yi ikna etme çabası, din veya kültürel normlardan ziyade, gündelik yaşamın basit ve somut bir detayına dayanır. Dut, burada yalnızca bir meyve değil, aynı zamanda hayatın küçük güzelliklerine ve insanın yaşamı sürdürme isteğine dair bir metafor olarak işlev görür. Bakari'nin, dutun tadını ve doğanın cömertliğini hatırlatarak Bedii'ye yaşamın değerini hissettirmeye çalışması, Kiarostami'nin minimalist sinema anlayışının çarpıcı bir örneğidir. Bu sahne, abartılı dramatik ifadelerden uzak durarak, sessizlik ve küçük jestlerle yaşamın kırılğan ama büyüleyici yanlarını ortaya koyar.

Bedii, Bakari ile geçirdiği vakit boyunca düşüncelerinde bir dönüşüm yaşamaya başlar. İlk kez, ölüm kararının ağırlığıyla yüzleşir. Bu kararının karşısında bir korku hissetmeye başlar. Bakari'nin yaşam sevincini yansıtan tavırları, Bedii'nin içsel çatışmasını derinleştirir. Dut üzerinden yapılan bu basit ama güçlü anlatım, yaşamın karmaşıklığını, insan ilişkilerinin iyileştirici gücünü ve en basit anların bile bir insanın düşüncelerini nasıl değiştirebileceğini gözler önüne serer.

Ertesi sabah, Bedii Bakari'yi işine bırakırken bu değişimin ipuçları belirginleşir. Bedii, Bakari'den toprak atmasını istemiş olmasına rağmen, kendi ölüm kararına dair kesinliğin sarsıldığını hissederek. Ölümün ağırlığı altında ezilen Bedii'nin zihninde, yaşamın her şeye rağmen anlamlı olabileceği düşüncesi filizlenir. Bu anlatı, izleyiciyi yaşam ve ölüm arasındaki ince çizgide bir yolculuğa çıkarır ve bireyin kendi varoluşuna dair sorgulamalarını derinleştirir.

Kiarostami, bu sahnede minimalizmin estetik gücünü ustalıkla kullanır. Diyaloglar, sessizlik ve doğal görsellik, Bedii'nin içsel yolculuğunu inceliklerle işler. Geniş açılar ve sade kamera hareketleri hem karakterlerin yalnızlığını hem de onları çevreleyen dünyanın büyüklüğünü vurgular. Bu teknikler, izleyiciye yalnızca bir hikâye anlatmakla kalmaz, aynı zamanda insanın yaşamı, ilişkileri ve ölüm karşısındaki duruşunu sorgulatan derin bir deneyim sunar. Bakari ile olan bu karşılaşma, Bedii'nin yolculuğunda önemli bir dönüm noktasıdır. Bedii'nin yaşadığı dönüşüm, yalnızca bir karakter gelişimi değil, aynı zamanda insanın yaşamı ve ölümü anlamlandırma çabasında ilişkilerin ve küçük detayların nasıl büyük bir rol oynayabileceğinin güçlü bir örneğidir. Film, minimalist bir estetikle, izleyiciyi Bedii'nin dünyasına çeker ve onu kendi yaşamına dair sorular sormaya davet eder.



(Görsel 4 Yeniden uyanış.)

Bedii'nin Bakari ile vedalaşırken hissettiği umut, filmin duygusal dokusunda önemli bir dönüşüme işaret eder. Bakari'nin yaşam hikayelerinin Bedii üzerindeki etkisi artık inkâr edilemez bir hal almıştır. Bedii, yalnızca kendi iç dünyasıyla meşgul bir adam olmaktan çıkarak, çevresine ve etrafındaki yaşamın ince detaylarına daha fazla ilgi duymaya başlar. Eve dönüş yolunda gökyüzündeki bir uçağı izleyişi, gün batımının renklerine duyduğu hayranlık ve koşan çocukların neşesine odaklanması, hayatın küçük güzelliklerinin farkına vardığını gösterir. Bu anlar, Bedii'nin içsel yolculuğunun bir yansıması olarak, yaşamın inceliklerine dair yeniden uyanışı temsil eder.

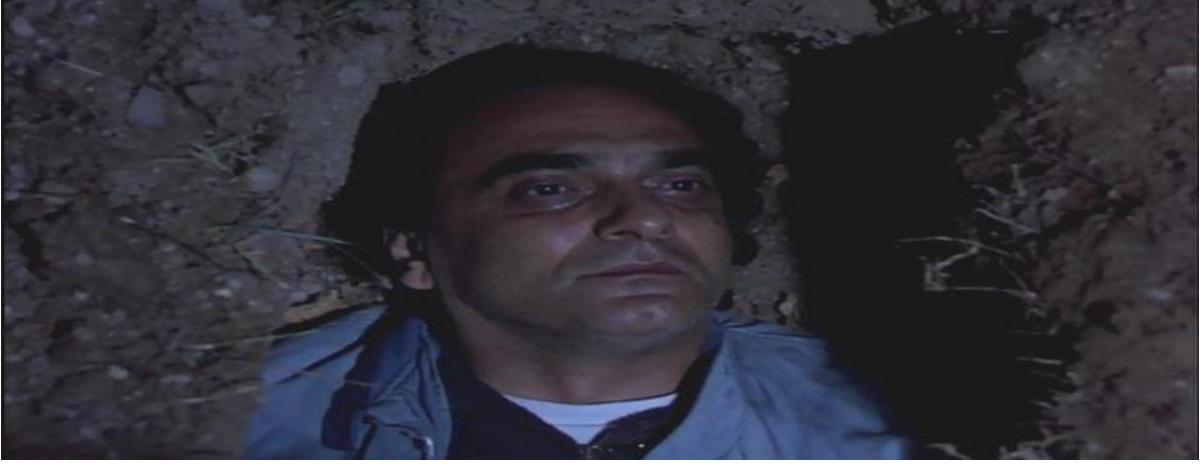
Bedii'nin intihar kararını bir başkasıyla paylaşma çabası, yalnızca fiziksel bir görevden çok, varoluşsal bir sorumluluğu bölüşme arzusunu yansıtır. Bu tercih, yalnızlığın derinliklerinde kaybolmuş bir insanın, hayata tutunmanın yalnızca başkalarının desteğiyle mümkün olabileceğini kavramasına işaret eder. Bedii, kendi içinde çözemediği bu yükü, başka bir insanın varlığıyla hafifletmeye çalışır. İntihar kararını paylaştığı her kişi, onun yaşam ve ölüm arasındaki ince çizgide bir duraklama, bir yeniden düşünme noktası olur.

Bu anlayış, Bedii'nin aracıyla bir toprak yolda duraklamasıyla somut bir metafora dönüşür. Araç, yolun dışına sapmıştır ve Bedii'nin bu durumu kendi başına çözmesi mümkün değildir. Ancak hemen çevrede çalışan bir grup işçinin yardıma koşması, filmin en etkileyici ve metaforik sahnelerinden birini oluşturur. Bu sahne, yalnızlığın çözüm olamayacağını ve insanların birlikte çalıştığında zorlukları daha kolay aşabildiğini zarif bir şekilde anlatır. Minimalist bir estetikle sunulan bu an, izleyiciye insan dayanışmasının basit ama güçlü doğasını hatırlatır.

Görsel dildeki sadelik, bu temayı destekler. Güneşin doğal ışığı, sahnede gerçekçiliği artırırken aynı zamanda yaşamın sürekliliğine dair bir umut taşır. Uzun planlar ve sessizlikle örülü anlatım, sahnenin duygusal etkisini derinleştirir. Seyirci hem Bedii'nin yalnızlığını hem de insan ilişkilerinin iyileştirici gücünü aynı anda hisseder. Kiarostami, bu sade ama derin anlatımıyla, yaşamın karmaşıklıklarını minimalist bir üslupla aktararak izleyiciyi kendi varoluşsal sorgulamalarına davet eder.

Bu sahne yalnızca bir olay değil, aynı zamanda filmin ana temalarına yönelik güçlü bir yorumdur. Bedii'nin duraklaması, yalnızca fiziksel bir aksaklık değil, aynı zamanda içsel bir aydınlanmanın başlangıcıdır. Yardımsever işçilerin varlığı, Bedii'nin insan ilişkilerinin gücünü yeniden keşfetmesine olanak tanır ve yaşamın, zorlukların paylaşıldığında anlam kazandığını

gösterir. Bu minimalist anlatım, Bedii'nin hikayesini evrensel bir varoluşsal meseleye dönüştürerek, izleyiciyi derin düşüncelere sürükler.



(Görsel 5 Bedii'nin çukura girişi.)

Kiarostami'nin *Kirazın Tadı* filmindeki biçimsel deneyimler, minimalist sinemanın gücünü ve derinliğini gözler önüne serer. Özellikle Bedii'nin iş makinesinden dökülen toprağı izlediği sahne, görsel ve tematik anlamda çarpıcıdır. Güneşi arkasına alan Bedii'nin gölgesi, dökülen toprağın üzerine düşer ve bu durum, bir insanın kendi varlığına yabancılaşmasını ve ölümle olan yüzleşmesini simgeler. Bu sahnede, Bedii'nin kendi gölgesini izlerken yaşadığı sessizlik ve hareketsizlik, izleyiciyi karakterin zihinsel durumuna daha derin bir şekilde dahil eder. Bu görsel anlatım, minimalist estetiğin gücüyle, ağır diyaloglar olmaksızın varoluşsal bir sorgulama yaratır.

Gece sahnesi, Bedii'nin intihar etmeyi planladığı yere gitmesiyle devam eder. Yağmurun sessizliği ve şehrin gece manzarası, yalnızlığın ve kararlılığın bir yansımasıdır. Bedii'nin çukura girişi ve yüzüne vuran ay ışığı, Bakari'nin anlattığı mehtap hikayesini hatırlatır. Bu an, karakterin ölümle olan bağını koparmadan, yaşamın basit ama derin güzelliklerini fark etmesine olanak tanır. Kiarostami, bu sahneyi duygusal ve felsefi bir doruk noktası olarak işlerken, doğal ışık ve yalın estetikle sahneyi dramatize etmek yerine izleyicinin kendi yorumunu geliştirebileceği bir alan bırakır.

Filmin finali, açık uçlu bir yapı sunarak Bedii'nin kaderi hakkında net bir bilgi vermez. Bu tercih, Kiarostami'nin klasik anlatı sinemasının izleyiciyi pasif bir alıcıya dönüştüren yapısına karşı

duruşunu ifade eder. İzleyiciyi hikâyenin bir parçası haline getiren bu yöntem, onların kendi yaşam deneyimlerini ve felsefi bakış açılarını filme yansıtılmalarını teşvik eder. Bedii'nin gözlerini kapattığı anın ardından gelen, filmin prodüksiyon sürecini gösteren sahne, bu duruşun bir uzantısıdır. Kiarostami'nin izleyiciye "çekim bitti" diyerek doğrudan seslenmesi, sinema ile gerçeklik arasındaki sınırları bulanıklaştırır ve izleyiciyi filmin üretim sürecine dahil eder.

Bu hem hikâyenin hem de sinema sanatının kendisinin sorgulanmasını sağlar. Kiarostami, anlatının ardındaki üretim sürecini saklamayı reddederek, sinema sanatını daha şeffaf bir hale getirir. Bu, izleyiciyi sadece izleyen bir pozisyondan çıkararak, aktif bir katılımcı haline getirir. Kiarostami'nin bu tercihi, kapitalist sinema sisteminin bireyi izole eden doğasına karşı bir eleştiri olarak da okunabilir.

Film boyunca kullanılan uzun planlar, doğal çerçeveler ve sade diyaloglar, minimalist estetiğin temel unsurlarını oluşturur. Doğal ışık, geniş açılar ve uzun sessizlikler, karakterlerin duygusal ve psikolojik durumlarını derinleştirirken, izleyiciyi de karakterlerin içsel dünyasına davet eder. Abartıdan uzak bu anlatım, filmin yalnızca bir izleme deneyimi değil, izleyicinin kendisini de sorgulamasına olanak tanıyan felsefi bir yolculuk haline gelmesini sağlar.

Kirazın Tadı sadece bir hikâye değil, izleyiciyle sürekli bir etkileşim kuran bir deneyimdir. Kiarostami'nin minimalist yaklaşımı, insan yaşamının karmaşıklığını ve ölümlü yaşam arasındaki ince dengeyi vurgular. Bu estetik ve anlatı tercihi, filmi sadece sinema tarihine bir başyapıt olarak değil, aynı zamanda insan doğasının derinliklerini keşfeden bir felsefi metin olarak konumlandırır.

SONUÇ

Minimalizm, sadece az malzemeyle çok şey anlatma sanatının bir ifadesidir. Abbas Kiarostami'nin *Kirazın Tadı* filmi, bu minimalizmin zirvesine ulaşan bir örnek olarak karşımıza çıkar. Film, sadece bir araba ve bir kamera kullanarak derin bir anlamı ifade etmeyi başarır. Kiarostami'nin az sayıda diyalog ve sade set tasarımıyla yarattığı atmosfer, seyirciyi görsel bir şölenin ötesine taşır ve duygusal, düşünsel bir zenginlik sunar.

Minimalizm, soyut bir terim olup, yalın, sade, ekonomik ve işlevsel bir tasarımı amaçlar. Kiarostami'nin filmi, bu prensipleri sadece sanat değil, aynı zamanda yaşamın kendisi için de kullanarak, doğanın sadeliğiyle insan varlığının karmaşıklığını bir araya getirir.

Minimalizmin derinlemesine kullanımı, izleyiciye varoluşsal bir sorgulama ve insanın içsel yolculuğunu deneyimleme fırsatı sunar. Minimalizm, sadece görsel bir estetik tercih olmakla kalmaz, aynı zamanda filmdeki felsefi temalarla güçlü bir şekilde örtüşerek, her sahnede anlam yoğunluğu yaratır. Kiarostami'nin sade anlatım tarzı, karakterlerin içsel dünyasını ve insan ilişkilerini daha derin bir düzeyde ele alır. Filmdeki minimalizm, yaşamın değeri, ölümün cazibesi ve insanın bu iki uç arasındaki varoluşsal gerilim üzerine güçlü bir etki yaratır.

Karakterlerin diyalogları, özellikle Bedii'nin yolcularla yaptığı konuşmalar, ölüm kararı ile yaşam arasındaki gerilimi yansıtır. Bedii'nin içsel yolculuğu, fiziksel bir yolculuktan çok daha fazlasını ifade eder; bu yolculuk, insanın yaşamın anlamını arayışını simgeler. Kiarostami, minimalizm ile sadece görsel bir sadeleştirme yapmaz, aynı zamanda yaşam ve ölüm arasındaki ilişkiyi sorgulayan felsefi bir zemin oluşturur.

Filmdeki açık uçlu anlatım, izleyiciyi kesin bir çözüm yerine düşünmeye sevk eder, böylece her izleyici kendi yaşamı ve ölümle yüzleşmesi üzerine kendi anlamını bulur. Bu açıdan film, izleyiciye yalnızca bir hikâye sunmakla kalmaz, aynı zamanda bir felsefi deneyim de yaşatır. Minimalizm, Kiarostami'nin filmindeki temaları daha da derinleştirir, yaşamın anlamını ve insanın varoluşsal sorgulamalarını ön plana çıkarır.

Extended Abstract

Minimalism is one of the most defining features of Iranian cinema, emerging as a result of both the socio-cultural context of Iran and the creative strategies employed by directors working under limited production conditions. This approach has been most notably reflected in the works of filmmakers such as Abbas Kiarostami, Jafar Panahi, and Asghar Farhadi. These directors use minimalism not just as an aesthetic choice, but also as a tool for conveying profound themes through simple narratives that encourage deeper reflection and engagement from the audience.

Iranian minimalist cinema often focuses on the simplicity of everyday life, seeking to capture the essence of human experiences through understated plots. By avoiding overly complex narratives, these films explore emotional and existential questions, examining themes like life, death, and human relationships. A prime example is Kiarostami's *Taste of Cherry* (1997), a film about a man named Mr. Badii who is on a quest to find someone to bury him after he takes his

own life. Through this simple yet powerful narrative, the film raises profound questions about mortality, the meaning of existence, and the isolation that comes with personal despair.

One of the key features of Iranian minimalist cinema is its ability to create an intimate atmosphere using limited characters and settings. These films often rely on natural landscapes, the use of non-professional actors, and sparse dialogue to convey meaning. The simplicity of the settings and the reliance on real locations help to ground the films in realism, making them feel authentic and relatable. The use of non-professional actors also adds a sense of rawness to the films, as they perform in a manner that is closer to real life than the polished performances often seen in mainstream cinema.

In minimalist films, silence is an important narrative tool. The lack of dialogue in certain scenes, or the sparse conversations that do occur, are laden with subtext, inviting the audience to engage in deeper thought. The silences between characters or the absence of a spoken word becomes a powerful way to express the emotional weight and psychological tension that the characters are experiencing. This can be seen in *Taste of Cherry*, where the silence in many scenes reflects Badii's internal struggles and contemplations.

Films like *Taste of Cherry* and Mohsen Makhmalbaf's *The Silence* (1998) exemplify how minimalist cinema can address existential questions while also reflecting on the social and political constraints of their time. While these films might appear simple on the surface, they are rich in meaning, addressing complex issues such as identity, the search for meaning, and human relationships. Kiarostami's approach to filmmaking, with its emphasis on naturalism and restraint, allows the films to explore these deep themes without resorting to heavy-handed symbolism or overly dramatic storytelling.

Abbas Kiarostami stands as one of the most prominent representatives of minimalist cinema. His work in *Taste of Cherry* is a prime example of how simplicity can be used to explore universal themes. Through simple, everyday stories, Kiarostami touches on deep emotional and philosophical inquiries. The use of visual simplicity, natural light, and wide shots enables the audience to focus on the psychological states of the characters rather than external events or extravagant plot twists. The natural landscapes that appear in his films are more than just backdrops; they serve as metaphors for the emotional and existential journeys of the characters.

In *Taste of Cherry*, the journey Badii embarks upon carries both physical and metaphorical significance. His quest to find someone to bury him after his death becomes a means of exploring themes of loneliness, despair, and the search for meaning. Throughout his journey, Badii encounters various characters who each represent different cultural, moral, and religious perspectives on life and death. These interactions serve as a way for the film to engage with diverse views on existence, creating a space for deep reflection on the value of life and the moral implications of suicide.

The minimalist aesthetic in *Taste of Cherry* is crafted through limited settings, sparse dialogue, and the use of natural landscapes. The silence that permeates many scenes invites the audience to reflect on the emotional depth of the characters' experiences. Long takes and natural lighting enhance the meditative quality of the film, allowing the viewer to become immersed in Badii's internal journey. The minimalist style not only serves to reflect the character's psychological state but also reinforces the film's exploration of existential themes.

As Badii encounters characters with differing views, his search becomes more than just a practical task; it is an exploration of various moral, religious, and cultural perspectives. For instance, his interactions with a Kurdish soldier, an Afghan cleric, and a Turkish taxidermist each bring forth different perspectives on life and death, offering nuanced insights into the nature of existence. These characters do not simply act as plot devices but as essential components of Badii's journey, challenging his ideas about life and giving the audience a richer understanding of the film's themes.

Iranian minimalist cinema, particularly through the lens of Kiarostami's *Taste of Cherry*, demonstrates how simplicity can conceal profound human emotions and complex themes. The minimalist approach allows these films to delve deep into the psychological and emotional landscapes of their characters, presenting existential questions in a way that feels authentic and grounded in the reality of human experience. The film becomes not just a story about one man's search for death, but a broader meditation on life, loneliness, and the struggle to find meaning in a world that often seems indifferent.

In conclusion, *Taste of Cherry* serves as a striking example of Iranian minimalist cinema's ability to address existential themes through a simple narrative. By using minimalist aesthetics, Kiarostami has created a film that explores the complexities of life, death, and human relationships with profound subtlety. His work continues to inspire filmmakers around the

world, redefining cinema as both a visual and philosophical medium capable of exploring the deepest aspects of the human condition. Through its simplicity, Taste of Cherry invites the audience to embark on a reflective journey, challenging them to consider their own views on life, death, and the search for meaning.

Kaynakça

- Alıcı, B. (2014, 4 11). Yeni İran Sineması'nda Çocuk. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, s. 120.
- Arargüç, M. F. (2016, 12 27). Sanattan Edebiyata Minimalizm Ve Edebi Bir Uygulama: Ann Beattie'nin The Rabbit Hole As Likely. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, s. 90,91.
- Bilginöglü, E. (2023, 12 31). İşyerinde Minimalizm:Azçoktur Felsefesini İşyerinde Uygulamak. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 112.
- Dabaşı, H. (2013). *İran Sneması Geçmişi,Bugünü ve Geleceği*. (B. A.-B. Kovulmaz, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Erol, A. Y. (2023, 10 23). İran Sinemsında Minimalizm Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, s. 41.
- Gülçür, A. S. (2016, 7 4). Sinemada Analitik Minimalizm Örneği:Gece. *Intermedia International E-journal*, s. 3.
- Karaca, G. (2021, 1 15). Soyut Ama Nesnel Sanat:Minimalizm. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, s. 336.
- Karahan, Ç. İ. (2015, 12 1). Sanatta Çağdaş Bir Dönüşüm Noktası:Minimal Sanat. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, s. 21.
- Kovacs, A. B. (2010). *Modernizmi Seyretmek Avrupa Sanat Sineması 1950-1980*. (E. Yılmaz, Çev.) Ankara: DeKi Basım Yayım.
- Özcan, O. (2018, 4 23). Minimalizm ve "Sil Gözyaşlarını Artık Hiçbir Şey Eskisi Gibi Olmayacak" adlı Oyunda Minimalizmin İzdüşümleri. *Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, s. 30.
- Özdoğru, P. (2004). *Minimalizm ve Sinema*. Ankara: Es Yayınları .
- Pelin, Ö. (2004). *Minimalizm ve Sinema*. İstanbul: Es Yayınları.
- Sivas, Â. (2013, 1 1). Sinemada Minimalizm: Yankesici Üzerine Bir Değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, s. 11,12.
- Sözen, M. (2009, 3 22). Minimal Sinema Anlatısı ve Bunun Türk Sinemasındaki İzdüşümleri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, s. 81.

TİRAD Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

- Sözen, M. (2012, 3 7). İran Yeni Dalga Sinemasında Varoluşsal Temalar ve Yönelimler. *Selçuk İletişim Dergisi*, s. 219.
- Şen, E. U. (2020, 4 1). Fotoğrafta Bir Sanat Akımı Olarak Minimalizm. *Sanat ve İnsan Dergisi*, s. 51,52,53.
- Şimşek, A. Y. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tapper, R. (2007). *Yeni İran Sineması:Siyaset,Temsil ve kimlik*. (K. Sansözen, Çev.) İstanbul: Kapı Yayınları.

KÜRESEL PAZARIN YENİ OYUNCULARI: TIKTOK FENOMENLERİ ve TOPLUMSAL DEĞİŞİM

Necatcan ŞERBETÇİOĞLU

Yüksek Lisans Öğrencisi
Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
necatcans@gmail.com
ORCID ID: 0009-0001-8961-8119

Bedir Han ÜNLÜ

Yüksek Lisans Öğrencisi
Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
bedirhanunlu338@gmail.com
ORCID ID: 0009-0007-0227-192X

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : İnceleme Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 29 Haziran 2024
Kabul Tarihi / Accepted : 7 Eylül 2024

İntihal / Plagiarism

Bu makale, benzerlik programı ve en az iki hakem tarafından incelenmiş olup intihal içermediği teyit edilmiştir.

This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software.

Öz

Bu çalışma, kapitalizmin küresel ve dijital pazar dinamikleriyle dönüşümünü ve sosyal medya platformlarının bu süreçteki rolünü analiz etmeyi amaçlamaktadır. Özellikle TikTok'un etkisine odaklanılarak, kullanıcıların ekonomik ve kültürel dönüşümler üzerindeki etkileri tartışılmıştır. Dijital teknolojilerle şekillenen küresel pazar, ekonomik faaliyetleri yeniden tanımlarken, sosyal medya platformları içerik üretimi, paylaşımı ve tüketiminde yeni dinamikler yaratmaktadır.

TikTok, kısa video formatı ve algoritmalarıyla küresel bir fenomen haline gelmiş, kullanıcıların yaratıcılıklarını sergileyebildikleri ve ekonomik değer üretebildikleri bir alan sunmuştur. Başlangıçta eğlence odaklı bir platform olarak ortaya çıkan TikTok, algoritmasının içerik

üretimini demokratikleştirmesiyle dikkat çekmiştir. Ancak, bu durum aynı zamanda tüketim kültürünü güçlendirerek toplumsal dinamikleri yeniden şekillendirmiştir.

Çalışmada, TikTok'un algoritmik yapısının kullanıcıları nasıl yönlendirdiği ve platformun toplum üzerindeki etkileri yapısal bir değerlendirmeye ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, 1000 içerik ve 2024 yılı itibarıyla en çok takipçiye sahip 10 TikTok hesabı örneklenmiştir. Bulgular, nitel içerik analiziyle incelenmiş, TikTok'un kullanıcı içeriklerini geniş kitlelere ulaştırarak ekonomik fırsatlar sunduğu ve kültürel etkileşimleri artırdığı görülmüştür.

Sonuç olarak, TikTok'un dijital pazar dinamikleri ve kapitalizm içindeki konumu değerlendirilmiş; kullanıcıların bu platform üzerinden ekonomik ve kültürel dönüşümlere katkıları analiz edilmiştir. Çalışma, TikTok'un dijital kapitalizmin önemli bir aktörü olarak ekonomik ve toplumsal etkilerini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazar, Küresel Pazar, Kapitalizm, Sosyal Medya, TikTok.

NEW PLAYERS in the GLOBAL MARKET: TIKTOK PHENOMENON and SOCIAL CHANGE

Abstract

This study aims to analyze the transformation of capitalism through global and digital market dynamics and the role of social media platforms in this process. Focusing particularly on TikTok, it discusses the potential impacts of users on economic and cultural transformations. While global markets redefine economic activities, digital technologies and social media platforms create new dynamics in content production, sharing, and consumption.

TikTok has become a global phenomenon with its short video format and algorithms, offering users a space to showcase their creativity and generate economic value. Initially launched as a platform for entertainment, TikTok has gained attention for democratizing content production through its algorithm. However, this phenomenon has also reinforced consumer culture and reshaped social dynamics.

The study examines how TikTok's algorithmic structure influences users and evaluates the platform's societal impacts through a structural analysis. The research includes a sample of

1,000 pieces of content and the 10 most-followed TikTok accounts as of 2024. Findings, analyzed through qualitative content analysis, reveal that TikTok provides users with economic opportunities by enabling their creative content to reach broader audiences while fostering cultural interactions.

In conclusion, the study evaluates TikTok's position within digital market dynamics and capitalism, analyzing how users contribute to economic and cultural transformations through the platform. This research highlights TikTok's role as a key actor in digital capitalism, emphasizing its economic and social impacts.

Key Words: Digital Market, Global Market, Capitalism, Social Media, TikTok.

Giriş

Kapitalizm, sanayi devriminden bu yana küresel ekonomik sistemin dominant modeli olarak hem yerel hem de uluslararası düzeyde toplumsal yapıları, kültürel normları ve bireysel yaşamları şekillendirmiştir. Kapitalizmin dinamikleri, zamanla evrilerek günümüzde küresel pazar ve dijital pazar gibi daha karmaşık ve geniş ölçekli ekonomik ağlar oluşturmuştur. Küresel pazar, dünya genelinde mal, hizmet, sermaye ve bilgi akışının serbestleşmesi ile karakterize edilirken; dijital pazar, bu unsurların internet ve dijital teknolojiler aracılığıyla daha hızlı, daha erişilebilir ve daha etkileşimli bir şekilde el değiştirmesini mümkün kılmıştır. Bu dönüşüm, bireylerin, işletmelerin ve devletlerin ekonomik aktivitelerini yeniden tanımlamış ve dijitalleşme süreci, kapitalizmin işleyişine yeni boyutlar kazandırmıştır.

Öncelikle, dijital teknolojiler sayesinde mal ve hizmetlerin değişim hızı artmış ve erişilebilirlik kolaylaşmıştır; internet üzerinden yapılan ticaret, küresel pazarda daha geniş bir erişim imkânı sunmaktadır. Ayrıca, büyük veri analizi ve yapay zekâ teknolojileri, bilgi yönetimini optimize ederek şirketlerin müşteri davranışlarını ve piyasa trendlerini daha iyi anlamalarına olanak tanımaktadır. Bu gelişmeler, işletmelerin stratejik karar alma süreçlerini daha etkin hale getirmiştir. Dijitalleşme aynı zamanda, geleneksel iş modellerini dönüştürerek yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamış, paylaşım ekonomisi ve dijital platform ekonomisi gibi yenilikçi yaklaşımlar yaygınlaşmıştır.

Sosyal medya, dijital pazardaki bu dönüşümün en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerik üretme, paylaşma ve tüketme

biçimlerini radikal bir şekilde değiştirmiş ve yeni sosyal ve ekonomik dinamikler oluşturmuştur. Bu platformlar, bireylerin kendilerini ifade etmelerine, topluluklar oluşturmalarına ve geniş kitlelere ulaşmalarına olanak tanırken, aynı zamanda işletmeler için yeni pazarlama ve gelir modelleri sunmaktadır.

Sosyal medya üzerinden yapılan ticaret ve pazarlama, dijital ekonominin büyümesine ve karmaşıklaşmasına katkıda bulunarak, kapitalist sistemin dijital dönüşümünü hızlandırmıştır. Bu bağlamda, TikTok gibi sosyal medya platformları, dijital kapitalizmin en dikkat çekici örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. 2016 yılında Çin merkezli ByteDance şirketi tarafından piyasaya sürülen TikTok, kısa süreli video formatı, kullanıcı dostu arayüzü ve güçlü içerik öneri algoritmaları sayesinde kısa sürede dünya çapında büyük bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır. Platform, özellikle genç kullanıcılar arasında büyük bir popülerlik kazanarak, küresel bir fenomen haline gelmiştir. TikTok, kullanıcıların yaratıcılıklarını sergileyebildikleri, sosyal etkileşimlerde bulunabildikleri ve hatta ekonomik değer yaratabildikleri bir ekosistem sunmaktadır (Kızılkaya, 2022, s. 235).

TikTok'un başarısı, kapitalizmin dijital ve küresel pazar dinamikleriyle nasıl uyumlu hale geldiğinin bir örneğidir. Platform, kullanıcıların ürettiği içerik üzerinden reklam gelirleri elde ederken, içerik üreticileri için de yeni gelir fırsatları sunmaktadır. Bu durum, dijital kapitalizmin karakteristik özelliklerinden biri olan kullanıcı katılımının ekonomik değere dönüştürülmesini gözler önüne sermektedir. Ayrıca, TikTok'un içerik öneri algoritmaları, platformun kullanıcı bağlılığını artırarak, sürekli büyümesini ve kullanıcı etkileşimlerinin yoğunlaşmasını sağlamaktadır.

Bu makalede, kapitalizmin küresel ve dijital pazardaki dinamikleri ile sosyal medya platformlarının ve platformlar arasında yer alan TikTok'un bu süreçteki rolü içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Özellikle, TikTok'un kullanıcıları nasıl etkilediği, ekonomik ve kültürel anlamda ne tür dönüşümlere yol açtığı ve platformun kapitalist sistem içerisindeki konumu tartışılmıştır. Bu analiz, kapitalizmin dijital çağdaki dönüşümüne ve sosyal medya platformlarının bu süreçteki rolüne dair daha geniş bir perspektif sunmayı amaçlamaktadır. TikTok'un başarısının altında yatan faktörler, platformun işleyiş mekanizmaları ve kullanıcı etkileşimlerinin ekonomik ve sosyal sonuçları detaylı bir şekilde ele alınarak, dijital kapitalizmin dinamiklerine dair derinlemesine bir anlayış sağlanması beklenmektedir.

Araştırmanın evrenini, amaçlı örneklem yöntemi ile uygulama ana ekranından seçilen 1000 içerik ve Türkiye'de en çok takipçiye sahip 10 TikTok hesabı oluşturmaktadır Türkiye'de en çok takipçiye sahip 10 TikTok hesabı oluşturmaktadır. Elde edilen veriler nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir.

1. İletişim ve Medyada Ekonomi-Politik ve Eleştirel Ekonomi-Politik Yaklaşım

Ekonomi politik, ekonomik sistemlerin ve politik güçlerin karşılıklı ilişkilerini, toplumların ekonomik yapıları üzerindeki etkilerini ve ekonomik politikaların toplumsal sonuçlarını inceleyen disiplinler arası bir alandır (Sert & Eren, 2018, s. 213-214). Bu alan, ekonomik faaliyetlerin nasıl düzenlendiğini, ekonomik kararların kimler tarafından alındığını ve bu kararların toplumsal eşitsizlikler, güç dağılımı ve toplumsal refah üzerindeki etkilerini analiz eder. Siyasal ekonomi, ekonomi politik içinde önemli bir konum işgal eder (Yaylagül, 2019, s. 407-410).

Bu yaklaşım, ekonomik sistemlerin tarihsel gelişimini ve bu sistemlerin toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini inceler. Kapitalizmin işleyiş mekanizmaları, piyasa dinamikleri ve sermaye birikim süreçleri incelenerek, ekonomik politikaların belirlenmesinde temel bir zemin oluşturur. Bununla birlikte, eleştirel yaklaşımlar da ekonomi politik çerçevesinde önemli bir yere sahiptir. Marksist ekonomi politik, üretim ilişkileri, sınıf mücadelesi ve ekonomik yapılar arasındaki ilişkilere odaklanarak, toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerini açıklamaya çalışır.

Neoliberalizm eleştirisi ise piyasa merkezli politikaların toplumsal eşitsizlikler üzerindeki etkilerini sorgular ve alternatif ekonomik düzenlemeler önerir. Ekonomi politiğin uygulama alanları arasında sermaye ve emek ilişkileri, küreselleşme, sosyal adalet ve refah politikaları gibi konular yer alır. İletişim alanındaki ekonomi politik yaklaşım iki farklı anlayışa sahiptir (Freeman, 2016, s. 165-166). Birincisi, iletişim ve medya endüstrisini pozitivist bir metodolojiyle inceleyen ve neo-klasik iktisat teorilerini medya sektörüne uygulayan liberal ekonomi politiktir. Bu anlayış, klasik mikro ekonomi geleneğinde yer alarak, iletişim alanında sınırlı kültürel kaynaklarla sınırsız insan ihtiyaçlarının piyasa mekanizması içinde nasıl karşılanabileceği sorununu ele alır. Liberal ekonomi politik yaklaşım, mikro iktisadın istek, ihtiyaç, arz, talep, fiyat, değer ve fayda gibi kavramlarını temel alır. Diğer anlayış ise eleştirel ekonomi politiktir (Li Zhenfang, 2024, s. 2-3). Eleştirel ekonomi politik, iletişim de dahil olmak

üzere maddi ve düşünsel kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan toplumsal ilişkilerin özellikle iktidar ilişkilerinin incelenmesidir (Mosco, 1996, s. 25). Eleştirel ekonomi politik yaklaşımı, geleneksel ekonomi politik analizlerin ötesine geçerek, ekonomik süreçlerin politik ve toplumsal bağlamlarını derinlemesine inceleyen bir perspektiftir. Bu yaklaşım, ekonomik ilişkilerin sadece piyasa dinamikleriyle değil, aynı zamanda güç ilişkileri, ideolojik yapılar ve toplumsal eşitsizliklerle de sıkı sıkıya bağlantılı olduğunu vurgular.

Ekonomi politik analizlerinde ekonomik faaliyetlerin sadece fiyatlar, talep ve arz gibi kavramlarla sınırlı olmadığını öne sürerek, ekonomik kararların ve politikaların belirlenmesindeki güç dinamiklerini sorgular. Eleştirel ekonomi politik, özellikle Marksist ve neo-Marksist teorilerden etkilenecek, ekonomik sistemlerin yapısal ve ideolojik temellerini sorgular (Öztaş, 2022, s. 498). Bu çerçevede, ekonomik süreçlerin arkasındaki politik ve toplumsal güç ilişkilerini, sınıfsal çatışmaları ve ideolojik hegemonyayı araştırır. Örneğin, medya ve iletişim endüstrisindeki ekonomik yapılar ve politikaların, belirli bir ideolojik görüşü veya toplumsal sınıfın çıkarlarını nasıl yansıttığını ve güç ilişkilerini nasıl şekillendirdiğini inceler. Eleştirel ekonomi politik, ekonomik süreçlerin toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini ve toplumsal değişim dinamiklerini anlamak için güçlü bir araçtır (Yaylagül, 2019, s. 137-139).

Kapitalist üretim anlamında üretken emek, değişen sermaye parçasına (Sermayenin ücretle harcanan parçasına) karşılık değiştirilen ve sermayenin yalnızca bu parçasına (yada kendi emek gücünün değerini) değil ayrıca ona ek olarak kapitalist için bir artı değer üreten ücretli emektir (Marx, 1998, s. 50-53). Marx'ın teorisinde iki tip değer söz konusudur, kullanım değeri ve değişim değeri ayrıca bu iki değer arasında bir bağlantı bulunmamaktadır. Değişim değeri piyasa şartlarının oluşturduğu bir değerdir. Daha doğrusu ticari malların değişim ilişkileri kullanım değeri referans alınmadan belirlenir (Turan, 2017, s. 147).

Bu perspektif, ekonomik kararların ve politikaların toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini sorgulayarak, alternatif politika önerileri geliştirmeyi ve toplumsal eşitsizliklerle mücadele etmeyi amaçlar. Bu bağlamda, eleştirel ekonomi politik, sadece ekonomik sistemlerin işleyişini değil, aynı zamanda bu sistemlerin politik ve toplumsal bağlamlarını da dikkate alarak, daha kapsamlı bir analiz sunar. İletişimin ekonomi politiği, iletişim metalarının üretimi, dağıtımını ve tüketiminin iktidarla olan ilişkisini incelemeyi gerektirmektedir. Bu nedenle, iletişimin

ekonomi politiği yaklaşımı, incelemenin odağına iletişim sürecini etkileyen mülkiyet, pazar mekanizması ve siyaset gibi yapısal ve kurumsal güçleri alır.

Çünkü bütün iletişimsel süreçler belirli bir toplumsal yapı içerisinde gerçekleşir. Bu sürecin içerisinde gerçekleştiği toplumsal yapılar ve kurumlar, özellikle ekonomi ve siyaset gibi unsurlarla ilişkilidir ve bu unsurlar tarafından etkilenir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre, siyaset (iktidar) ve ekonomi (pazar) arasındaki ilişki, sınıf sömürsünün ve sınıf mücadelesinin dışavurumudur (Caporaso, 1992, s. 63).

2. Küresel ve Dijital Pazar

İletişim ve medya endüstrilerinin ulusal sınırların ötesinde faaliyet gösterdiği ve küresel düzeyde etkileşimde bulunduğu bir kavramdır. Bu pazar, medya içeriklerinin üretimi, dağıtımı ve tüketimi üzerindeki ekonomik etkileri incelerken, uluslararası ölçekteki ticaret, yatırım ve rekabet dinamiklerini de kapsar (Gökşin, 2017, s. 28-30). Küreselleşme süreciyle birlikte, iletişim ve medya endüstrileri küresel pazarlara daha fazla entegre olmuş, uluslararası medya şirketleri ve dijital platformlar aracılığıyla birçok ülkede faaliyet göstermeye başlamıştır (Farina, 2013, s. 4,5).

Küresel pazarın medya ekonomi-politiği, medya içeriklerinin üretim ve dağıtımında küresel şirketlerin egemenliğini, kültürel emperyalizm ve homojenleşme endişelerini, bilgi ve haber akışının denetimini, yerel medya çeşitliliği üzerindeki etkileri ve küresel iletişimdeki güç dengelerini ele alır. Küresel pazarın dinamikleri, uluslararası medya şirketlerinin rekabeti, dijital platformların küresel hâkimiyeti ve uluslararası medya politikalarının oluşturulması gibi konular üzerinde durarak, medya endüstrilerinin küresel boyutta nasıl şekillendiğini ve bu süreçlerin toplumsal, politik ve kültürel sonuçlarını değerlendirir. Özellikle dijital dönüşüm ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, küresel pazarın medya ekonomi-politiği önemi daha da artmıştır. Dijital platformların uluslararası medya içeriklerinin üretimini ve dağıtımını nasıl etkilediği, küresel çapta veri ekonomisinin nasıl şekillendiği ve dijital ticaretin uluslararası medya politikaları üzerindeki etkileri bu bağlamda önemli konular arasındadır.

Küresel pazarın medya ekonomi-politiği, ulusal düzeydeki medya politikalarının yanı sıra uluslararası düzeydeki iş birliği ve çatışma dinamiklerini de ele alarak, medya endüstrilerinin küresel ölçekteki dönüşümünü anlamaya ve yönetmeye yönelik önemli bir çerçeve sunar.

Küreselleşmenin insanların yaşamını etkilediği, bu etkinin ekonomik olduğu kadar, yaşamın sosyo-kültürel boyutuna da yayıldığını savunan görüşler vardır. Buna göre küreselleşme, iletişim ve bilişim teknolojilerinin oluşturduğu dijitalleşme ile birlikte, dünyada daha önce birbirlerinden gerek iktisadi gerekse siyasi açıdan çok uzak olan pazarları ve toplumları birbirlerine yaklaştıran bir süreç olarak değerlendirilmektedir (Ürgün, 2012, s. 46). Bu kapsamda uzaklıkların bir anlamı kalmamaktadır. Kavramı siyasi açıdan değerlendirenler ise, süreci siyasi sınırların eski önemini kaybettiği, ulusların ve devletlerin iktisadi birlikler oluşturarak bu oluşumlar içerisinde birbirleri ile eşit hak ve koşullarda bulunduğu bir proses olduğu görüşündedirler.

Bu görüşlerin sahipleri siyasi sınırların eski önemini kaybetmesi, ülkelerin diğer ülkelerle birlikler oluşturmaya başlaması nedeniyle, dünyanın tek bir devlet haline dönüşmeye başladığı, bu doğrultuda sosyo kültürel alanda oluşan yakınlaşmalar sayesinde, çıkar çatışmalarının da eski önemini kaybetmekte olduğu görüşündedirler (Gökdere, 2001, s. 72). Neo-Marksist bakış açısı, küreselleşmeyi kapitalizmin temel dinamikleri ve işleyiş prensipleriyle yakından ilişkilendirir. Bu görüşe göre, küreselleşme yeni bir olgu olarak değil, kapitalist sistem içinde uzun süredir var olan bir sürecin sonucudur. Neo-Marksist perspektiften bakıldığında, küreselleşme kapitalizmin genişlemesi, güçlenmesi ve derinleşmesi olarak görülür. Bu bağlamda, küreselleşmenin 20. yüzyılın sonlarında ön plana çıkmasının asıl nedeni, kapitalist yapıların, sermaye birikimi sorunlarıyla başa çıkmak için yeni pazarlar arayışında olmasıdır (Kıvılcım, 2013, s. 222).

Neo-Marksist düşünceye göre, küreselleşme süreci, kapitalist yapıların rekabet gücünü artırmak ve tekeli yapılarını güçlendirmek amacıyla giriştiği bir çabadır. Bu süreçte, sermayenin uluslararası dolaşımının yaygınlaşmasıyla birlikte, küresel piyasalarda rekabetin artması ve tekellerin egemenliğinin güçlenmesi söz konusudur. Neo-Marksistler, küreselleşmenin esasen merkezden çevreye olan ayrımı derinleştirdiğini ve dünya genelinde gelir dağılımındaki eşitsizliği artırdığını savunurlar. Bu bağlamda, Neo-Marksist perspektiften bakıldığında, küreselleşme kapitalist sistemin yapısal sorunlarını çözmek yerine, mevcut eşitsizlikleri ve sömürüyü derinleştiren bir süreç olarak değerlendirilir. Bu yaklaşım, küreselleşmenin özünde kapitalist sistem içindeki güç dengelerini ve sınıfsal çatışmaları yeniden üreten bir süreç olduğunu vurgular (Bulut, 2003, s. 182).

Dijital pazarlama, teknolojinin gelişimi ile paralel olarak her geçen gün güçleniyor. Markalar da bu gücü kullanarak akıllı reklamlar sayesinde mesajlarını hedef kitleye rahatça iletebiliyor. Çok hızlı gelişen bu dünyada dijital pazarlamanın gücünü kullanan markalar rakipleriyle rekabetlerinde daha avantajlı bir konuma sahip oluyor (Gökşin, 2017, s. 7). Dijital teknolojilerin kullanımıyla oluşturulan ve işletilen bir ticaret platformu olarak tanımlanabilir. Bu pazarlar, çevrimiçi platformlar aracılığıyla ürün ve hizmetlerin alım-satımının gerçekleştirildiği, genellikle sanal ortamda varlık gösteren ticari alanlardır. Dijital pazarlar, internetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte hızla büyümüş ve çeşitlenmiştir. Dijital pazarlar, tüketicilerin geniş bir ürün yelpazesine erişimini kolaylaştırırken, aynı zamanda işletmelere de küresel ölçekte potansiyel müşterilere ulaşma imkânı sağlar.

Dijital pazarlamanın kapsamı genellikle internet pazarlamasına odaklanmasına rağmen, internet erişimine dayanmayan diğer iletişim kanallarını da içermektedir. Sabit telefonlar, cep telefonları, MMS ve SMS gibi iletişim araçları ile banner reklamlar ve dijital açık alanlar gibi teknolojik olanaklardan faydalanır. Bu çeşitlilik, tüketicilerin ürün ve hizmetlere katılımını artırmak için çeşitli iletişim kanallarını kullanma esnekliği sağlar (Chaffey, 2013, s. 337). Bu pazarlar genellikle algoritmalar, veri analitiği ve hedefleme teknikleri gibi dijital araçlarla desteklenir, bu da işletmelere pazarlama stratejilerini daha etkili bir şekilde yönetme olanağı sunar. Çevrimiçi reklamcılığın ve dijital içerik üretiminin ekonomik yapılarını ve güç dinamiklerini anlamayı gerektirir.

Bu pazarlar, büyük teknoloji şirketlerinin (örneğin Google, Facebook, Amazon) hâkimiyeti altındadır ve bu şirketlerin reklam gelirleri ve veri ticareti gibi faaliyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca, dijital pazarlar üzerindeki düzenlemeler ve rekabet politikaları gibi konular da medya ekonomi-politiği açısından önemli bir araştırma alanını oluşturur. Dijital pazarların hızla evrimleşen doğası, medya endüstrilerinin dönüşümü üzerinde derin etkilere sahiptir. Geleneksel pazarlama stratejilerinin etkinliğinin azalmasıyla birlikte, teknolojik ilerlemeler insanların yaşam biçimlerini ve dolayısıyla alışveriş alışkanlıklarını derinden etkilemiştir. Bu değişim, işletmeler için tüketici kitlesinin dikkatini çekmek ve rekabet ortamında farklılaşmak konusunda yeni zorluklar doğurmuştur (Alan, 2018, s. 496). Özellikle dijital dönüşümün hız kazanmasıyla birlikte, şirketler geleneksel pazarlama stratejilerinden

ziyade dijital mecralara yönelerek, hedef kitlelerine daha hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmayı tercih etmektedirler.

Bu durum, dijital pazarlama faaliyetlerinin giderek daha fazla önem kazandığı bir döneme işaret etmektedir. Günümüzde, geniş kitlelere ulaşmak yerine belirli ve doğru hedef kitleleri belirleyip bu kitlelere odaklanmak, daha etkili sonuçlar almayı sağlamaktadır. Dijital pazarlamanın geleneksel pazarlamaya göre birçok avantajı bulunmaktadır (Alan, 2018, s. 496-497). Örneğin, dijital pazarlama stratejileri üzerinden gerçekleştirilen kampanyaların etkisi ve başarısı ölçülebilir ve izlenebilir niteliktedir. Bu da işletmelerin pazarlama faaliyetlerini daha verimli bir şekilde yönetmelerine olanak sağlamaktadır. Dijital pazarlama, işletmelere iki temel avantaj sunmaktadır.

İlk olarak, belirlenen hedef kitlelere odaklanma ve bu kitlelerin ilgisini çekme yeteneği, pazarlama stratejilerinin daha etkili ve hedeflenmiş olmasını sağlar. İkinci olarak, dijital pazarlama stratejileri üzerinden elde edilen verilerin ölçülebilir olması, işletmelerin kampanyalarının etkisini değerlendirmelerine ve gelecekteki stratejilerini daha iyi planlamalarına yardımcı olur. Bu nedenlerden dolayı, işletmeler için dijital pazarlama stratejileri her geçen gün daha da önem kazanmaktadır (Royle, 2014, s. 68).

3. Yeni Medya Ekseninde TikTok

Kapitalist sistemin etkisiyle bilginin alınıp satılması, özellikle bilgisayar teknolojisinin gelişiminde hızlanmaya neden olmuştur. 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başında endüstrileşmiş ürün tasarımlarında kullanılmaya başlanan bilgi işlem teknolojileri, 1980'li yılların ortalarına gelindiğinde görüntü sentezi amacıyla kullanılmıştır (Aktel, 2001, s. 198). Bu durum bilgisayar ortamında nesnelerin şekil ve renkleriyle oynamayı mümkün kılmıştır. 1990'lı yılların beraberinde getirdiği yeni medya yükselmiş ve doruk noktasına ulaşmıştır. Medya alanındaki düzenli gelişmeler ve dönüşümler sayısal teknoloji, fiber optik ve lazer teknolojisi sayesinde en üst seviyesine ulaşmıştır. Teknolojik alanda yaşanan önemli gelişmeler enformasyon sektörüne yansması, kitle iletişim araçlarını baştan aşağı inovasyon yaşamasını sağlamıştır. Bu durum yeni medya kavramı giderek önem kazanmıştır (Özel, 2012, s. 31,32).

Hız kesmeyen bir büyüme sağlayarak sayısal etkileşimli televizyon yayıncılığı, internet teknolojisi ve uydu sistemleri bilgi ve iletişim çağı yükselmiştir. Kitle iletişim araçlarının

bilgisayar sistemiyle bütünleşmesi ile birlikte yeni medya güç kazanmıştır (Kırık, 2017, s. 234). Küresel Pazarın adeta iştahını kabartan yeni medya, endüstrileşmiş ürünlerin pazarlanması noktasında yeni medyanın beraberinde getirmiş olduğu, sosyal medya platformlarındaki fenomenler aracılığıyla imaj çalışmaları yapılmaktadır.

Sosyal medya platformları üzerinden yapılan bu tür uygulamaların, firmaların imajına hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileri olduğu söylenebilir. Yeni medya bu yönüyle yeni çalışma pratikleri meydana getirmiş iş tanımlarını yeniden şekillendirmiştir. Yeni medya enformasyonu ulaştırma noktasında çok etkili bir güç konumundadır. Fakat enformasyon kirliliğine de yol açmaktadır. Bu durum enformasyon bombası olarak da adlandırılabilir. Teknolojideki hız katlanarak seri bir şekilde ilerlemekte, böylece bilgi kirliliği de artmıştır.

1990'lı yılların başında gelişmeye başlayan internet ve daha sonra Tim O'Reilly tarafından ortaya atılan web 2.0 kavramı, sosyal medyanın yükselişiyle birlikte bireylerin günlük yaşamlarında merkezi bir rol oynamaya başladı. Bu iletişim araçları, dünya çapında anında iletişim imkânı sağlayarak bireylerin yaşam tarzlarını derinden etkiledi. Sosyal medya platformları, bireylerin yanı sıra birçok sektörün, bilginin ve teknolojinin de önemli bir parçası ve uzantısı haline geldi. Artık hemen hemen her alanda İnternet ve sosyal medya kullanımı yaygınlaşırken, bu araçlar erişim, paylaşım ve iletişim gibi süreçlere de yeni bir boyut kazandırdı (Gedik, 2020, s. 255-258). İnternet, World Wide Web, cep telefonları, dijital televizyon ve diğer birçok yeni bilgi ve iletişim teknolojisi, yaşam biçimlerini, öğrenme alışkanlıklarını, iş yapma yöntemlerini ve iletişim süreçlerini dönüştürmek için yeni yollar açtı (Dutton, 2004, s. 11). Küreselleşme ve bilgi toplumuna yönelik bu hızlı geçiş döneminde, bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler iletişim ve üretim süreçlerini derinden etkilemiş ve insanın rolünü ve konumunu yeniden yapılandırmıştır. Bu teknolojik gelişmeler, yaşanan tüm değişim ve dönüşümlerin dünya geneline hızla yayılmasını sağlamıştır (Ulugay, 2001, s. 118,119).

Sosyal medya, çevrimiçi platformlar aracılığıyla kullanıcıların içerik ürettiği, paylaştığı ve etkileşimde bulunduğu dijital iletişim araçları olarak tanımlanabilir. Bu platformlar, genellikle kullanıcıların profiller oluşturduğu, arkadaşlık kurduğu veya takip ettiği diğer kullanıcılarla etkileşimde bulunduğu ve çeşitli medya içeriğini paylaştığı interaktif alanlar sunar. Sosyal medya, web tabanlı teknolojilerin kullanımıyla ortaya çıkan bir fenomen olarak, iletişim alışkanlıklarını ve toplumsal ilişkileri derinlemesine değiştirmiştir.

Bilgi paylaşımını ve haber almayı hızlandırmış, bu süreçleri anlık hale getirmiştir. Geleneksel medyanın tek yönlü bilgi akışının yerini, kullanıcıların hem bilgi tüketicisi hem de üreticisi olduğu çift yönlü ve çoklu bilgi akışı almıştır. Bu durum, bireylerin ve toplulukların seslerini daha geniş kitlelere duyurabilmelerini sağlamış ve katılımcı demokrasi anlayışını güçlendirmiştir. Ayrıca, sosyal medya platformları, coğrafi sınırları ortadan kaldırarak küresel bir iletişim ağı oluşturmuş ve farklı kültürler arasındaki etkileşimi artırmıştır. Sosyal medya, kişisel ve profesyonel ağların genişlemesine olanak tanımış, böylece bireyler arasındaki sosyal bağları güçlendirmiştir. Öte yandan, sosyal medya üzerinden oluşan dijital topluluklar, ortak ilgi alanları etrafında toplanarak yeni sosyal yapılar oluşturmuştur.

Ekonomi-politiği bağlamında sosyal medyanın önemi giderek artmaktadır. Bu platformlar, geleneksel medya aracılığıyla yayılan bilgi ve eğlenceye erişimde devrim yaratmıştır ve kullanıcıların içerik üretmesi ve tüketmesi arasındaki sınırları bulanıklaştırmıştır. Ancak, sosyal medyanın ekonomi-politiği, işletme ve yönetim biçimlerinin yanı sıra reklam gelirleri ve kullanıcı verileri üzerinden elde edilen gelirlerin de dikkate alınmasını gerektirir (Yozkat, 2017, s. 181). Büyük teknoloji şirketleri tarafından işletilen sosyal medya platformları, bu gelirlerin büyük bir kısmını elde etmektedir ve bu durum, içerik moderasyonu, kullanıcı gizliliği ve veri güvenliği gibi konularda önemli tartışmaları beraberinde getirmektedir. Ayrıca, sosyal medyanın politik etkileri de göz ardı edilemez. Sosyal medya platformları, haber yayıncılığında politik kampanyalara kadar geniş bir yelpazede kullanılmaktadır ve toplumsal olayların şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar.

Ancak, platformların algoritmik yapısı ve kullanıcıların içerik tüketim alışkanlıkları, çeşitli politik ve toplumsal sonuçlara neden olabilir. Dolayısıyla, sosyal medyanın ekonomi-politiği, bu platformların işleyişi, yönetimi ve politik etkileri üzerine odaklanarak, medya endüstrisinin geleceğini ve toplumsal dönüşümleri anlamaya yönelik önemli bir alan oluşturur (Aydın, 2021, s. 73-74). TikTok'un ekonomik boyutu hem içerik üreticileri hem de reklam verenler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Platform, yaratıcı içeriklerin kolayca paylaşılabilmesi ve geniş kitlelere ulaşabilmesi sayesinde içerik üreticileri için gelir kaynaklarına erişim sağlar. TikTok'un algoritması, içerik üreticilerinin içeriklerinin keşfedilmesini ve viral hale gelmesini

teşvik ederek, kullanıcıların popülerlik kazanma potansiyelini artırır. Ayrıca, platform üzerinde reklam verenler için çeşitli reklam seçenekleri sunulmaktadır.

Markalar, TikTok'un geniş kullanıcı tabanına doğrudan ulaşarak ürünlerini veya hizmetlerini tanıtabilir ve potansiyel müşterilere ulaşabilirler. Bu da TikTok'un reklam gelirlerini artırır ve platformun ekonomik başarısını güçlendirir. Ancak, TikTok'un ekonomik etkilerinin yanı sıra, platformun politik ve toplumsal boyutları da göz ardı edilmemelidir. TikTok'un küresel bir platform olması, farklı ülkelerdeki siyasi ve kültürel etkileşimleri de içermektedir. Bazı ülkeler, TikTok'u sansürleyerek veya platformun faaliyetlerini denetleyerek, ulusal güvenlik endişeleri veya kültürel değerlerin korunması gibi nedenlerle platforma yönelik politikalar geliştirmişlerdir. Örneğin, Hindistan, ulusal güvenlik kaygılarını öne sürerek TikTok'u tamamen yasaklamış ve uygulamanın ülke sınırları içinde kullanımını durdurmuştur.

ABD ise, TikTok'un veri güvenliği ve kullanıcı bilgileri konusundaki endişeler nedeniyle platformu yasaklamayı veya sıkı düzenlemelere tabi tutmayı tartışmıştır. Çin, TikTok'un yerel versiyonu olan Douyin üzerinden sıkı içerik denetimleri uygulayarak platformun kültürel ve politik açıdan kontrol altında kalmasını sağlamaktadır. Ayrıca Endonezya ve Bangladeş gibi ülkeler de belirli içeriklerin kültürel normlara uygun olmadığı gerekçesiyle TikTok'u geçici olarak yasaklamış veya kısıtlamalar getirmiştir. Bu örnekler, TikTok'un küresel çapta nasıl çeşitli siyasi ve kültürel etkileşimlere maruz kaldığını ve her ülkenin kendi ulusal çıkarları doğrultusunda nasıl farklı politikalar geliştirdiğini göstermektedir.

Bu yönde atılan adımlar TikTok'un uluslararası politika alanında önemli bir konu haline gelmesini de yol açmıştır. Tüm bu faktörler göz önüne alındığında, TikTok'un ekonomi-politiği karmaşık bir konudur ve çeşitli boyutları içermektedir. Platformun ekonomik başarısı, içerik üreticileri ve reklam verenler için fırsatlar sunarken, politik etkisi de ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli tartışmalara neden olmaktadır.

4. TikTok Ekonomi Politiği

Üretici, Instagram ve Snapchat gibi fotoğraf ve video paylaşım ağlarından sonra görsel içerikler üretmeyi ve tüketmeyi daha fazla benimsemeye başladı. Çoğu üretici için duyguları, düşünceleri ve kimlikleri görsellerle ifade etmek, metinsel ifadeler göre daha kolay ve etkili görüldü (Evren, 2024, s. 969). TikTok kullanıcıları hesap oluşturmadan uygulamayı kullanıyor

ise, tüketici konumundadır. Kullanıcı hesap oluşturmaz ise TikTok'ta içerik üretemez yalnızca içerik üreticilerinin ürettiği videoları tüketimi mümkündür. TikTok algoritmik yapısı tüketicinin izlediği videoları sınıflandırır ve analiz eder. Bu durum tüketicinin önüne uzun süre izlediği videoları çıkarır. Aynı zamanda bu yöntem tüketicinin özelliklerini, beğendiklerini ve etkileşimde buldukları üzerinden veri toplamaktadır.

Kişileştirilmiş reklamların tüketicinin devamlı olarak önüne çıkmasının asıl nedeni bu durumdur. TikTok hedefli reklamcılık sistemi ile hem üreticileri hem de tüketicileri izlemeye alır. Hem üretici hem de tüketici verileri güçlü algoritmaları izlenir, işlenir ve çevrimiçi davranışlara göre ilgi alanları ve tercihler belirlenir ve reklam verenlerin hedef kitlesini şekillendirmede önemli rol üstlenir. TikTok, ister tüketici, ister üretici olsun yalnızca çevrimiçi etkinlikler ile kullanıcıyı sınırlamamaktadır, TikTok'un talep ettiği cihaz bilgilerini de paylaşma zorunluluğu vardır.

Yeni medya ortamlarında bu süzgeçlerin varlığı ve etkileri, geleneksel medyadan nasıl farklılaştığı ve benzer yönleri ile gözetim ilişkileri de bu bağlamda ele alınan konular arasındadır (Ahmet, 2019, s. 66-67). TikTok'un gözetim mekanizmasının sadece ticari amaçlar doğrultusunda işlendiği dikkate alındığında TikTok üreticileri ve tüketicilerinin metalaştırıldığı göze çarpmaktadır. TikTok platformuna sunulan endüstrileşmiş içeriklerin etkileşime girme yolları Instagram ile benzerlik göstermektedir. Üretici ve tüketiciler beğendikleri içeriğe yorum ve beğeni atabilirler. Fakat mevcut içerikler ile etkileşime girebilmek için TikTok hesabına sahip olmak gereklidir. Üreticilerin toplum tarafından kabul görme ve onaylanma arzusu, her paylaşılan içerik sonrasında üretici tarafından içeriğe yapılan yorum ve beğeni sayısının takip etmesine sebep olmuştur. Bu durumdan dolayı çoğu üretici daha fazla yorum ve beğeni elde etme arzusuyla platformun öne çıkan içeriklerin gösterildiği keşfet bölümünde içeriklerinin yayınlanmasını istemektedir (Evren, 2024, s. 969).

Kitle toplum yapısında farklı fikir ve düşünce yapılarına sahip bireylerin olması sosyal medya platformunu kullanan içerik üretici ve tüketici konumundaki bireyleri bir araya getirmiştir. Bu durum etkileşimi arttırmıştır. Sosyal medya platformları yeni çalışma iş modelleri meydana getirmiştir. Platformların reklam ve sponsorluk anlaşmaları tüketici hedef kitleyi de üretim bandına dahil ederek, bireylerin bu platformları gelir kapısı olarak görmelerine olanak sağlamıştır. TikTok reklam geliri, sponsorluklar, hediye paylaşımı ve benzeri stratejileriyle

bireylerin algısında yeni bir gelir kapısı kanısı oluştururken, TikTok fenomenleri kavramının ortaya çıkması da fenomenlerin birer rol model olmasına neden olmuştur (Bozkurt, 2021, s. 11).

Fenomenlerin rol model olarak alınması, kitle kültürü ve toplumsal yapı üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Fenomenler, geniş kitlelere hitap eden ve takipçileri tarafından idol olarak kabul edilen bireylerdir. Onların yaşam tarzları, davranışları ve değerleri takipçileri tarafından benimsenmekte ve taklit edilmektedir. Bu durum, kitle kültürünün şekillenmesinde büyük bir rol oynamakta, zira fenomenlerin popülerleştirdiği trendler, moda, güzellik algıları ve tüketim alışkanlıkları geniş kitlelere hızla yayılmaktadır. Toplumsal yapı üzerinde de etkili olan bu süreç, özellikle genç nesillerin değer yargılarını, kimliklerini ve sosyal ilişkilerini şekillendirmektedir. Fenomenlerin etkisiyle bireyler, toplumsal normları yeniden tanımlayabilmekte ve böylece kültürel değişim hızlanmaktadır.

Ancak, bu durum aynı zamanda eleştirel düşüncüyü zayıflatmakta ve yüzeysel değerlerin ön plana çıkmasına neden olabilmektedir. Kitle toplumu olarak farklı gelenek ve göreneklere bağlı aile yapılarında yetişmiş bulunmaktayız. Aile, toplum içindeki en temel ve önemli kurumlardan biridir. Bir ülkedeki sosyal hayat, bireylerin ve bu bireylerin oluşturduğu ailelerin bir arada yaşamıyla şekillenir. Eğer aileler ekonomik olarak güçlü, huzurlu ve sağlıklı bir durumdaysa, bu durum o ülkede yaşayan insanların hayat kalitesini olumlu yönde etkiler. Ailenin bireyleri, bilinç düzeyleri yüksek ve sağlıklı bir şekilde yetişirse, bu durum toplumun genel sağlığı ve refahı için de önemli bir katkı sağlar. Bu durumdan dolayı, farklı örf ve adetler, giyim tarzları ve üsluplar bakımından çeşitlilik göstermekteyiz. TikTok fenomenleri, bu çeşitlilik içerisinde endüstrileşmiş ürünler ortaya koymakta, ancak bu ürünler ticari gelir kaygısı taşıdığından topluma olumlu etkiler sağlayabilecek içerikler olmamaktadır (Filiz, 2021, s. 1086).

Çocuklar bazı TikTok içerikleri nedeniyle tehlikelere maruz kalabilmektedir. Bu nedenle ailelere bu konuda önemli bir görev düşmektedir. Çünkü çocuklar, gençler ve de yetişkinlerin zaman zaman fenomen olmak uğruna tehlikeli ve yanlış davranışlar sergilediği görülmektedir. Sosyal medyayı yalnızca bir gelir kapısı olarak gören bireyler, tehlikeli durumlar teşkil eden davranışlarının farkına ya varamamakta ya da bunları pek umursamamaktadır. Bireylerde, sosyal medyanın yalnızca bir gelir kapısı olduğu yönünde bir düşüncenin oluşması bu ortamların diğer tehlikeli ve olumsuz yönlerinin görülmesini de engellemektedir.

Sosyal medya platformlarına maddi kazanç kapısı gözüyle bakılması nedeniyle diğer olumsuz yönleri göz ardı edilmektedir. Bu olumsuz yansımalar çocukları, aileleri ve dolayısıyla toplumu etkilemektedir. Zira akıllı telefonlar üzerinden seyredilen muhteşem ya da mutlu görümlü kurgulanmış hayatlar gerçek yaşamla uyuşmadığından aile ve toplumsal yapıda çözümlere yol açmaktadır. Çocukların fenomenleri rol model olarak görmesi ve örnek almasıyla davranışları da farklı yönde şekillenmektedir. Çocuklardaki bu tutum ve davranış değişikliği aile içine ve çevreye karşı olumsuz ya da çatışmacı bir durum olarak yansımaktadır.

Fenomenlerin hayatları kurgudan ibarettir. Çünkü; tek amaçları gelir elde etmek oldukları için izler hedef kitlenin ilgisini çekecek şekilde hayatlarını dizayn ediyorlar. İzler hedef kitle ise gördükleri yaşantı karşısında bir içselleştirme gerçekleştirerek, fenomen ile bir bağ kuruyor ve takip etmeye başlamaktadır. Gösterilen hayatları kurgudan ibaret olan fenomenlerin tek amaçları gelir elde etmek olduğundan takipçi hedef kitlenin ilgisini çekecek şekilde bir hayat dizayn edilmekte ve sunulmaktadır.

5. En Popüler Tiktok Fenomenleri 2024

Khaby.lame: 163 milyon takipçi

Tiktok fenomeni Khabane Lame, videolarında basit işleri gereksiz yere karmaşıklaştıran insanları alaycı bir dille tiye aldığı ve özellikle günlük hayatta karşılaşılan olayları ve insan davranışlarını komik bir şekilde eleştirdiği görülmektedir.

Charlidamelio: 155,5 milyon takipçi

Dansçı Charli D'Amelio, sosyal medya platformu TikTok'ta 155,5 milyon takipçiye sahip.

Bellapoarch: 94,2 milyon takipçi

Filipinli-Amerikalı içerik üreticisi ve şarkıcı Bella Poarch, Tiktok platformunda 94,2 milyon takipçiye sahip.

Mrbeast: 102,3 milyon takipçi

Dünya genelinde büyük bir popülerliğe sahip olan MrBeast, TikTok platformunda 102,3 milyon takipçiye ve 978,2 milyon beğeniye sahip.

Addisonre: 88,8 milyon takipçi

TikTok platformunda en çok takip edilen üçüncü kişi olan Addison Rae Lopez Easterlingdir.

Zachking: 82,2 milyon takipçi

Zachary Michael King, aslında bir YouTube ünlüsüdür. Ancak TikTok platformunda da çok sayıda takipçisi bulunan King, sihir gibi dijital olarak düzenlenmiş altı saniyelik videolar paylaşmaktadır.

Kimberly.loaiza: 81,4 milyon takipçi

Meksikalı Kimberly Loaiza, TikTok platformunda 81,4 milyon takipçiye sahip. Hesabında 5,1 milyar beğeni bulunuyor.

Cznburak: 75,1 milyon takipçi

Sosyal medya platformları üzerinde yemek videoları paylaşarak büyük bir popülerliğe ulaşan Cznburak, TikTok platformunda 75,1 milyon takipçiye sahip. Hesabında 1,5 milyar beğeni bulunuyor.

TheRock: 74,6 milyon takipçi

Dwayne Johnson, bilinen adıyla The Rock, TikTok hesabında 74,6 milyon takipçiye sahip. Hesabında 552,9 milyon beğeni bulunuyor.

Willsmith: 75,1 milyon takipçi

Will Smith, TikTok platformunda 75,1 milyon takipçiye sahip. Hesabında 552,3 milyon beğeni bulunuyor (Yılmaz, 2024).

TikTok platformunun önde gelen isimlerinden Khaby Lame, basit işleri alaycı bir dille eleştirerek 163 milyon takipçiye ulaşmış durumda. Dansçı Charli D'Amelio ise 155,5 milyon takipçiyle dikkat çekiyor. Bella Poarch, 94,2 milyon takipçisiyle Filipinli-Amerikalı içerik üreticisi olarak öne çıkarken, MrBeast ise 102,3 milyon takipçi ve 978,2 milyon beğeniyle geniş bir hayran kitlesine hitap ediyor. Addison Rae Lopez Easterling, 88,8 milyon takipçiyle TikTok'ta popülerliğini sürdürüyor.

Zachary Michael King'in sihir videolarıyla tanınan hesabı 82,2 milyon takipçiye ulaşmış durumda. Meksikalı Kimberly Loaiza, 81,4 milyon takipçi ve 5.1 milyar beğeniyle büyük bir etki

yaratıyor. Yemek videolarıyla tanınan Cznburak ise 75,1 milyon takipçi ve 1.5 milyar beğeniye sahip. Ünlü oyuncu Dwayne Johnson (The Rock) 74,6 milyon takipçi ve 552.9 milyon beğeniyle TikTok platformunda geniş bir hayran kitlesine sahipken, Will Smith 75,1 milyon takipçi ve 552,3 milyon beğeniyle dikkat çekiyor. Bu veriler, TikTok'un çeşitli içerik türleriyle geniş bir kullanıcı kitlesine hitap ettiğini ve fenomenlerin platform üzerindeki etkilerini göstermektedir (Yılmaz, 2024).

Hesap Adı	Beğeniler	Görüntülenme Sayısı	İçerik Sayısı	Takipçi Sayısı	Eğlence İçeriği
@cznburak	1.5 milyar	18.7 milyar	2682	75.1 milyon	Gıda, İnsani yardım
@nnursema	422 milyon	8.9 milyar	1543	18,8 milyon	Resim, müzik, kozmetik
@cilgindondurmaci	202,3 milyon	1.1 milyar	1714	19.2 milyon	Yemek, dans
@nur_et	132,2 milyon	1.3 milyar	317	15,2 milyon	Yemek
@aydas	311,5 milyon	2.6 milyar	1473	17.4 milyon	Makyaj malzemeleri, giyim
@yesimresmi1	394,7 milyon	7.2 milyar	972	18,8 milyon	Müzik, dans, kozmetik
@cemresolmaz	835,6 milyon	12.2 milyar	2970	10.6 milyon	Müzik, dans, kozmetik

@cereyaldz	809,2 milyon	9.8 milyar	3774	9.9 milyon	Müzik, dans, kozmetik
@semiraminta	298,5 milyon	4.1 milyar	1446	12,8 milyon	Müzik, dans, elbise
@cellat36	425,8 milyon	1.9 milyar	1096	8,5 milyon	Müzik, dans, giyim

TikTok platformunda eğlence içeriklerinin genel başlığı altında çeşitli alt başlıklarda içerik üretildiği ve bu içeriklerin çeşitli konuları kapsadığı belirtiliyor. Özellikle kozmetik, giyim ve gıda gibi alt başlıkların sıkça karşılaşılan içerik üretim alanları olduğu vurgulanmış. Bazı hesaplar, belirli tematik alanlarda daha fazla içerik üretirken, diğerleri daha geniş bir yelpazede içerik sunuyor. Örneğin, @cznburak hesabı Gıda, Dini ve İnsani Yardım gibi alt başlıklarda içerik üretirken, @nusret hesabı TikTok içinde tematik alanlarda öne çıkıyor. Yemek kategorisinde içerik üreten hesaplar arasında @nusret özellikle başarılı olmuş.

Ayrıca, metinde TikTok'un canlı yayın alışverişi etkinliklerine odaklandığı ve bu alanda diğer sosyal medya kanallarına kıyasla daha etkin olduğu belirtiliyor. Bu da TikTok'un canlı alışveriş içeriklerinin en çok yer aldığı sosyal medya platformu olduğunu gösteriyor. Kapitalist sistemin üretim badında üretilen, ticari kaygı taşıyan içerikler yinelenmeler ile birbirinin birer kopyası olmaktadır. İçerik bakımından günün trendleri takip edilip aynı koreografi ile hedef kitlenin önüne sürülen ürünler tek düzelikten kurtulamamış, giderek içerik kalitesi düşüşüne sebep olmuştur.

TikTok'ta üretilen içerikler belli temalar ile hedef kitlesini oluşturmaktadır. Eğlence, kültür, sağlık ve enformasyon olmak üzere belli kategoride içerikler üretilip sunulmaya devam etmektedir. Fakat enformasyonun ticari kaygı güdülen bir platformda ne denli doğru bir biçimde aktarılacağı ve bilginin doğruluğu tartışma konusudur. TikTok'un eğlence anlayışıyla üretilen ürünler birbiri tarafından tutarlı olamayan davranışlar tarafından desteklenmektedir. Herhangi bir anlam ifade etmeyen bu davranışların izlenmesinin ve trend olmasının asıl sebebi ise nefret söylemidir. Bireyler günlük yaşantılarında bunalırlar, strese girerler bu dert ve

sıkıntılarını atmanın yolu olarak ise, herhangi bir anlamı olmayan mantık dışı davranışlar sergileyen içerik üreticisine klavye üzerinden nefret söyleminde bulunmaktadırlar. Bu bireyi rahatlatma görevini üstlenen bir davranış biçimidir.

TikTok platformunda bireyler güzellik algısını kullanarak, dış görünüşlerinin vermiş olduğu özgüven ile adeta podyuma çıkar gibi kendilerini sergilemektedir. Canlı yayınlarda hiçbir anlam ifade etmeyen sadece sohbet ve hediyeleşme üzerinden etkileşimde bulunularak göz boyama yapılan bir hal almıştır. Canlı yayınlara katılan bireyler merak duygularını pekiştirmek için içerik üreticisinin insafında dakikalarca bekletilerek zamanları ve emekleri harcanmıştır. Bu durum açıkça bir sömürüdür, fakat bu durumdan hedef kitle ilginç bir biçimde şikâyetçi değil bilakis bir sonraki yayını açması için içerik üreticisini sabırla beklemektedir. TikTok içeriklerini belirleyen birtakım imgeler, düşünceler ve semboller bulunmaktadır.

TikTok ideolojik olarak bir düşünceyi benimsetme ve yayma konusunda güçlü bir yeni medya platformu olarak göze çarpmaktadır. İçerik üreticisinin kendi tarafına çekmek istediği hedef kitlenin özellikleri, nitelikleri ve ilgi alanları üzerinden bir şablon oluşturarak içeriklerine yön vermektedir. Günümüzde TikTok içeriklerine baktığımızda vicdan, inanç, merak ve benzeri bireye ait davranış ve biçimlerine uygun paralellikte ticari kaygı güden ürünler bulunmaktadır.

İçerik üreticileri tarafından yapılan içeriklere bakıldığında, bireylerin psikolojilerine ve duygularına göre dram ya da melodram şeklinde içeriklerin hazırlandığı dikkat çekmektedir. Ayrıca üreticilerin ve tüketicilerin algısında, olayların ya da hikayelerin dramatize edilmesi ile içeriğin daha çok ön plana çıkacağı düşüncesinin hâkim olduğu görülmektedir.

6. Araştırmanın Metodolojisi

6.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Modern toplum yapısının beraberinde getirdiği kitle toplum yapısı ve yeni medya teknolojilerinin ilerlemesi, özellikle Tiktok gibi sosyal medya platformlarının ortaya çıkması, insanların günlük yaşamlarında önemli değişikliklere neden oldu. Bu platformlar, insanların düşünce, tutum ve davranışlarını etkilediği gibi aile, arkadaş çevresi ve toplumsal ilişkiler bağlamında etkilerinin bulunmasının yanı sıra eğlence kültürüne de yeni bir boyut kazandırdı.

TikTok üzerine yapılan çalışmalar, kullanıcıların bu uygulamayı nasıl kullandığını ve küresel endüstri içerisinde ürettiği içeriklerin eğlence anlayışına nasıl katkı sağladığını anlamayı amaçlamaktadır. Bu araştırma, platformda paylaşılan içeriklerin kültürel, toplumsal normlara uyma ve kullanım açısından nasıl değerlendirildiğini göstermektedir.

6.2. Araştırma Yöntemleri ve Soruları

Bu çalışma nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemi sayı, miktar ve konu bakımından son derece kapsamlı ve geniş bir uygulama olan TikTok'un sağladığı yapısal kolaylıkların incelenip belirlenmesi gerekliliğini tercih etmiştir. Bu kapsamda TikTok uygulamasında 1000 içerik ve 2024 yılı itibarıyla en çok takipçiye sahip 10 TikTok hesabı amaçlı örneklem yöntemi ile seçilerek incelenmiş ve kullanıcı deneyimi ve eğlence kültürü açısından bulgular ortaya konmuştur.

Araştırma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına ilişkin sonuçlar değerlendirilmiştir.

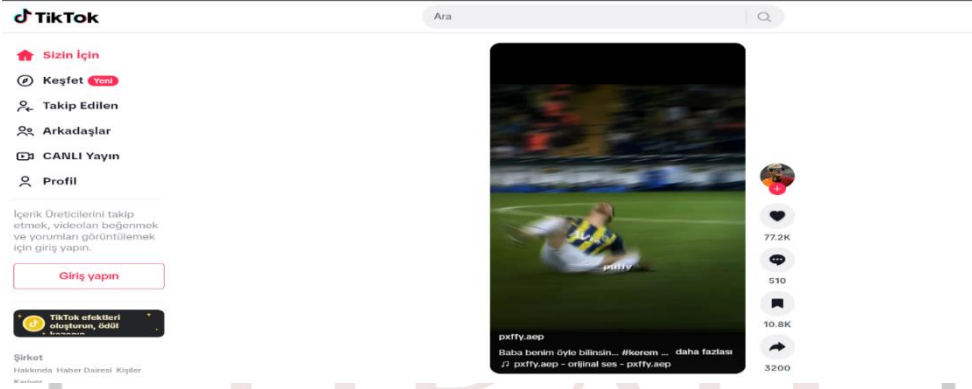
- S1.** TikTok uygulamasının medyanın ekonomi politikası açısından hangi yapısal özellikleri var?
- S2.** TikTok uygulama içeriğinde kullanıcılar ya da içerik üreticiler ne tür içerikler sunmaktadır
- S3.** Kapitalizm ve Dijital Pazar bağlamında TikTok uygulama içerikleri arasında ilişki var mı?

7. Bulgular ve Tartışma

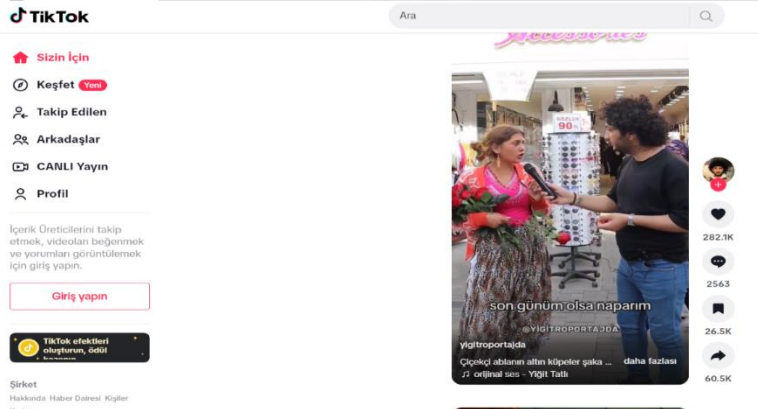
Bu çalışma, TikTok algoritmik yapısının kullanıcıları nasıl yönlendirdiği açısından yapısal bir değerlendirme ortaya koymayı amaçlamıştır. TikTok uygulamasının, toplum yapısını hangi yönde etkilediği üzerinden incelemeler içermektedir. Kapitalist düzen içerisinde, ürünler ortaya koyan içerik üreticileri, TikTok uygulamasını gelir kapısı olarak görmektedir. Kullanıcıların da birer üretici konumunda olması için basit bir algoritmaya sahip olan TikTok, bireylerin emek ve zamanlarını harcadıkları bir ortam sunmaktadır. Herkesin kolayca kullanabileceği basit bir yapıya sahip olan Tik Tok görseelliği de ön planda tutmuştur. Aynı zamanda TikTok algoritmik yapısının sunduğu beğeni kavramı ile bireylerin tatmin ve onaylanma duygusu karşılanmaktadır.

Böylece bireyler içeriklerini, beğenileri analiz ederek düzenlemiştir. Küresel pazarın beraberinde getirdiği hızlı üretim ve tüketim, bireyleri yeni içerik üretmeye teşvik etmiştir. Nitekim bireyler birbirlerini taklit etmekten ve yinelemelerden vazgeçememektedir. Bu durum bireyin önceden tutmuş olan içerikleri taklit ederek risk almamalarına sebep olmuştur. TikTok içerikleri genellikle yemek, eğlence, müzik akımları, danslar ve kısa short hikayeler üzerinden şekillenmiştir. TikTok içeriklerinde bireyler abartı kavramını tam olarak içeriklerinde uygulamaktadır.

Bu durumun asıl sebebi abartılı içeriklerin ilgi çekici olacağını ve hedef kitleleri kendine çekeceği yanılgısındanadır. Nitekim abartılı içerikler hedef kitlenin dikkatini çekmektedir. Modern dünyanın sıkıcı ve monoton dünyasında bunalan bireyler, streslerini azaltmak için, içeriklerin yorum kısımlarında nefret söylemlerinde bulunarak içeriklerin izlenmesini sağlamıştır.



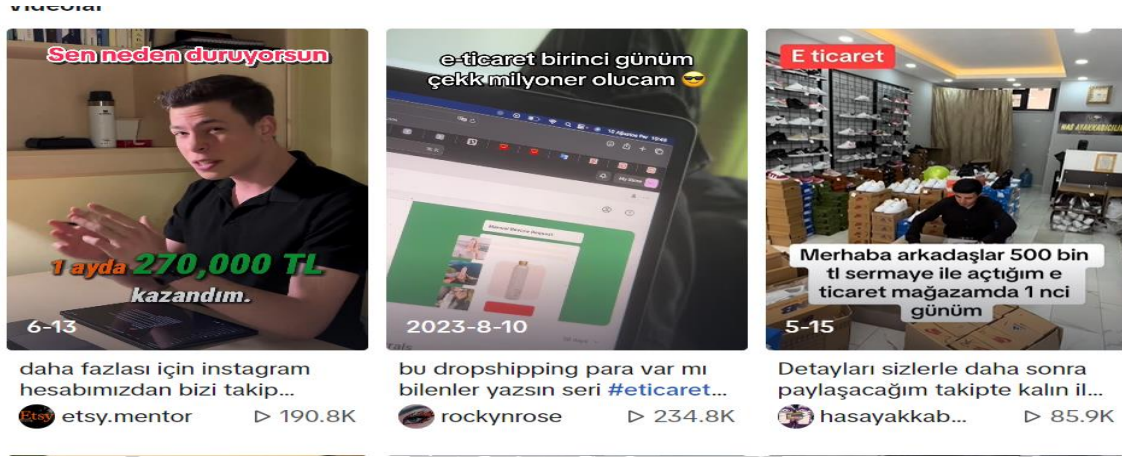
Görsel 1: Tiktok ana ekran örneği (Kaynak: TikTok)



Görsel 2: Tiktok ana ekran örneği (Kaynak: TikTok)

Kitle toplum yapısının içerisinde bulunan farklı kültür, gelenek ve inançlara sahip bireyler popüler kültürü oluşturmuştur. Bu durum TikTok içeriklerinin de farklı kültür, gelenek ve inançlardan etkilenerek üretildiğini göstermiştir. Nitekim kullanıcı kitlesi farklı kültürel değer ve inançları içinde barındıran içerikleri izlemesi, merak duygusunu açığa çıkarmasına sebep olmuştur. Bireylerin içeriği taklit etmelerine ve uygulamalarına neden olmaktadır. TikTok bu yönüyle bireye yeni bir bakış açısı kazandırmıştır. Ancak unutulmamalıdır ki bireyler içeriklerin tema ve konularına dikkat etmek zorundadır.

TikTok geniş bir kullanıcı kitlesine hitap etmesinden dolayı farklı ideolojileri içerisinde barındırmaktadır. TikTok bu yönüyle propaganda aracı olarak kullanılabilir. Diğer taraftan masum gibi görünen içerikler, cinsellik, yönelim ve şiddeti yayma potansiyeline sahip olmaktadır. TikTok uygunsuz içerikler ile aile kavramını zedelemektedir. Bazı TikTok canlı yayınları toplumsal normlara aykırı içerikler sergilenmektedir. Toplumun her kesimden birey bu durumu eleştirdiği halde, gizli takipçi kavramıyla uygunsuz içerikleri takip etmektedir. Aile içi huzursuzluğa sebebiyet veren bu durum, aile içi iletişimsizliği de beraberinde getirmiştir. Özellikle çocuklarının ve erişkinliğe yeni adım atan gençlerin, kimlik inşa etme süreçlerinde, TikTok'un zararlı içeriklerine maruz kalınmaması için ebeveynlere önemli görevler düşmektedir. Bu noktada aile içi iletişimin etkisi ve önemi de göz ardı edilmemelidir. TikTok, içerik oluşturucuların (influencer'ların) büyük kitlelere ulaşmasını sağlayan bir platformdur. Bu influencer'lar, ürün incelemeleri, kullanıcı deneyimleri veya moda trendleri gibi konularda videolar paylaşarak takipçileri üzerinde doğrudan etkiye sahiptirler. Dolayısıyla, bir ürün veya markanın TikTok'ta popüler hale gelmesi, hızla geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmasını ve potansiyel olarak satışları artırmasını sağlayabilir.



Görsel 3: TikTok E- Ticaret örnekleri (Kaynak: TikTok)

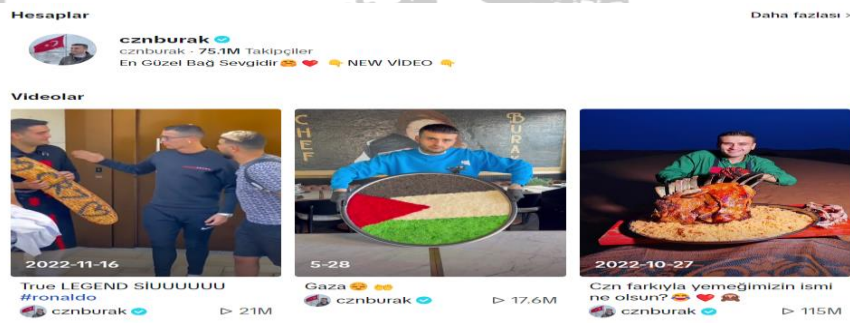
Tablo 2'de TikTok ana ekranında sunulan içeriklerin ana kategorileri 22.05.2024-25.05.2024 tarihleri arasında 1000 verinin analizi üzerinden incelenmiştir. Bu analiz, platformun kullanıcılarına sunduğu çeşitli içerik türlerini ve bunların kullanıcılar üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Her bir kategori, kullanıcıların ilgisini çeken farklı içerik türlerini temsil etmektedir ve TikTok'un geniş kitlelere hitap eden çeşitlilik sağladığını ortaya koymaktadır.

Tablo 2: TikTok içerikleri

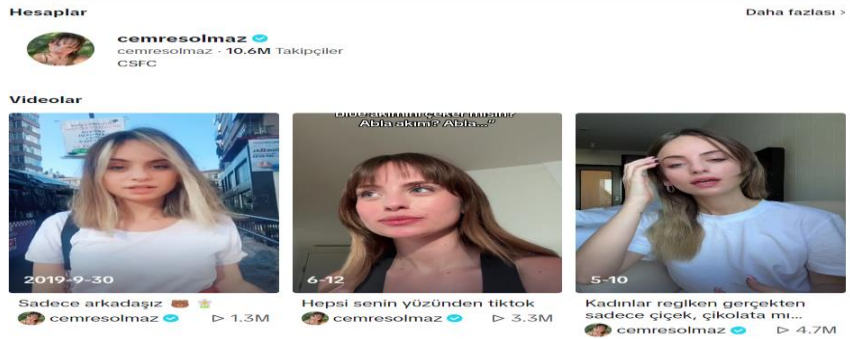
İçerik Türleri					
Eğlence	E- Ticaret	Şiddet	Cinsellik	Siyaset	Toplam
783	28	55	31	103	1000

TikTok ana ekranında incelenen içeriklerin büyük bir bölümü, ana tema olarak "Eğlence" kategorisine aittir. Bu kategori, analiz edilen içeriklerin %75' inden fazlasını oluşturmakta ve TikTok'un genel içerik dağılımında önemli bir yer tutmaktadır. Bireyler eş, çocuk ve aile büyükleriyle sohbet etmek yerine vakitlerinin büyük bir çoğunluğunu TikTok'ta geçirmektedir. Bu ve benzeri platformlarda geçirilen uzun süreli zaman, ister istemez aile ve çevre ilişkilerinde iletişimsizliğe ve sorunlara yol açmaktadır.

TikTok algoritmik yapısı tüketiciyi ekrana kilitler. Kısa dikey videolar, izleyiciyi yormaz, tek bir kaydırma hareketiyle izleyici hedef kitlesinin özelliklerine ve niteliklerine uygun videoları art arda sıralamaktadır. TikTok hedef kitleye kayıt olduğu sırada sorduğu birtakım sorular sorarak ilgili olduğu şeyler, sevdiği nesne, hayvan, birey ve canlı hakkında detaylı bir analiz yapar. Böylece bireyi algoritma tanır. Dolayısıyla bu algoritmalar nedeniyle birey telefonda ve bu mecrada saatlerce vakit harcamaktadır.



Görsel 4: TikTok Fenomenlerinin Hesaplarından Örnek İçerikler (Kaynak: TikTok)



Görsel 5: TikTok Fenomenlerinin Hesaplarından Örnek İçerikler (Kaynak: TikTok)

Kapitalist dünya düzeninde yeni bir iş ve gelir kapısı olarak karşımıza çıkan TikTok, bir taraftan da fenomen kavramını ortaya çıkararak gelir elde etmek isteyenlere ünlü olma ve maddi kazanç sağlama noktasında olanaklar sunan bir mecra konumundadır. Ancak TikTok'ta fenomenler tarafından aile ve toplumsal yapıdaki değer yargılarıyla bağdaşmayan hareketlerin gösterilmesi, sunulması ve de bu fenomenlerin takipçi kitle tarafından rol model alınması nedeniyle reel yaşamdan kopuş ve fenomen olma uğruna anlamsız davranışlar sergilendiği görülmektedir.

Sonuç

TikTok'un ilk çıkış amacı, eğlenceli kısa videoların paylaşımı olsa da zamanla bu amaçtan uzaklaşıldığı ve dijital kapitalizmin önemli bir temsilcisi olarak işlev gördüğü anlaşılmaktadır. Ayrıca dijital çağın dinamiklerine hızla ayak uyduran popüler bir fenomen mecrası olduğu sonucu karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada yeni medyanın beraberinde getirdiği inovasyonlardan biri olan TikTok'un sadece üreticiler ve tüketiciler arasında değil aynı zamanda küresel Pazar olan dijital ekonomide de üstlendiği önemli rol incelenmiştir.

Yeni medyanın beraberinde getirdiği bu inovasyon, sadece tüketici ve üreticiler arasında değil, aynı zamanda küresel Pazar olan dijital ekonomide de önemli bir rol üstlendiği incelenmiştir. TikTok algoritmasının içerik üretimini herkesin erişimine açık hale getirmesiyle, geleneksel medya şirketlerinin üretim bandını zayıflattığı, her tüketicinin birer içerik üreticisi olduğu ve dünya genelinde milyonlarca kişiye ulaştığı sonucuna varılmıştır. TikTok algoritmasının bu yapısı dijital kapitalizmin merkezindeki güç dinamiklerini kökten değiştirmiş ve kullanıcılar arasında bir eşitlik sağladığı gözlemlenmiştir. Ancak, kullanıcı odaklı bu stratejinin, platformun ticari ve gelir modelini oldukça karmaşık hale getirdiği görülmektedir. TikTok, reklam gelirleri, sponsorluklar, veri ticareti ve uygulama içi satın almalar sayesinde küresel pazarda kendine yer bulduğu sonucuna varılmıştır. TikTok kullanıcıların istekleri, arzuları, eylemleri ve tutumları üzerinden veri toplayarak, medya patronları olan reklam verenlere daha etkili reklam çözümleri sunmuştur. Böylece bu sosyal medya platformunun sadece kullanıcı odaklı olmakla kalmayıp bunun ötesine geçerek ciddi bir anlamda ekonomik gücü elinde bulundurduğu kanısına varılmıştır.

TikTok'un başarısı, sürekli inovasyon sayesinde dinamik bir yapıya bürünmesi ile sağlanmıştır. Fakat içeriklerde bu yenilik anlayışının olmadığı tespit edilmiştir ve içeriklerin kalitesiz olduğu gözlemlenmiştir. TikTok algoritması kullanıcılarına yeni deneyimler sunmak için gelişim ve özellikler getirmektedir. Ancak içerik üreticileri bu yeniliklere tam olarak karşılık veremediğinden, birbirlerini yineleyen içerikler sık sık karşımıza çıkmaktadır. TikTok içerik denetimi ve kullanıcı verileri gizliliği gibi konularda yetersiz kalmaktadır ve endişeleri

beraberinde getirmektedir. TikTok'un, ebeveynlerin rahatça çocuklarının kontrolüne bırakabileceği bir platform olmadığı gözlemlenmiştir.

TikTok'un içerik bakımından cinsel, şiddet, ideolojik ve benzeri olumsuz davranışları örnek teşkil edebilecek bir konumda olduğu tespit edilmiştir. Küresel pazarda rekabetin üst düzeyde olması birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. TikTok, içerik üreticileri aracılığıyla aile yapısından e-ticarete ve toplum yapısına kadar geniş ve derin bir etki yelpazesi sunmaktadır. Aile yapısında, özellikle genç kullanıcıların yoğun ilgisi, ebeveynleri ve diğer aile üyelerini de platforma çekerek aile içi iletişimi artırabilir. Ancak, bu durum mahremiyet ve güvenlik konularında yeni endişeler doğurabilir. Ebeveynler, çocuklarının çevrimiçi güvenliği konusunda daha bilinçli hale gelirken, aynı zamanda aile içi bağların güçlenmesi için de fırsatlar yaratabilirler. E-ticaret alanında, TikTok influencer'ları markaların ürün ve hizmetlerini geniş kitlelere tanıtmak için etkili bir araçtır.

Bu, influencer pazarlamasının önemini artırırken, aynı zamanda tüketici davranışlarında da değişikliklere yol açar. TikTok'un e-ticaret entegrasyonları, kullanıcıların platform üzerinden doğrudan alışveriş yapmalarını kolaylaştırarak, alışveriş deneyimini dönüştürür ve ticaret hacmini artırır. Toplum yapısında ise TikTok, kültürel değişimlerin hızlanmasına ve toplumsal hareketlerin yayılmasına katkıda bulunur. Farklı kültürlerle ait içeriklerin paylaşılması, kültürel farkındalığı artırırken, kullanıcıların sosyal ve politik konularda daha aktif olmalarını sağlar. Bu platform, sosyal etkileşimleri genişleterek bireylerin farklı bakış açılarına maruz kalmalarını teşvik eder ve toplumsal diyalogu zenginleştirir. TikTok'un bu geniş etkileri hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Aile içi ilişkilerde, e-ticaret faaliyetlerinde ve toplumsal dinamiklerde önemli değişikliklere yol açan bu platformun etkilerini dengelemek ve bilinçli kullanımını teşvik etmek, uzun vadede daha sürdürülebilir ve sağlıklı bir dijital ekosistem yaratmak için gereklidir. TikTok'un sunduğu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek, toplumsal faydayı maksimum seviyede tutmak için önemlidir. TikTok'tan aile ve toplum yapısına aykırı paylaşımlar yapıldığı sonucuna varılırken, bu platformun, kültürel kimliğin giderek zayıflamasına etki ettiği ve kapitalist yönüyle popüler modern yaşamı teşvik ettiği görülmektedir. TikTok'un Yeni iş modelleri sunarak bireylerin ekonomik açıdan refah düzeyine ulaşmasına olanak sağlayabilecek popüler bir uygulama

olduğu tespit edilmiştir. TikTok, tüketicilerin emek ve zamanlarını kısa videoları art arda izlemelerini sağlayarak günlük yaşamlarını ve üretkenliklerini olumsuz yönde etkilediği de elde edilen sonuçlar arasındadır.

TikTok rol model kavramı üzerinden hedef kitlesi ile kurduğu özdeşlik sayesinde reklam verenlerin ürünlerini ve imaj çalışmalarında başarılı bir şekilde tanıtımını yaparken, tüketicilerin güzellik algılarını zedeleyip, tüketicilerin kendilerini kötü hissetmesine neden olmaktadır. Bu durumun beraberinde getirdiği tüketim kültürünün de incelendiği bu çalışmada TikTok'un sürekli akış formatı ile tüketicilerin dikkatini dağıttığı ve gerçek ile kurgu arasındaki farkın giderek azalmasına sebep olduğu gözlemlenmiştir. Günümüzde yaygın olarak kullanılan TikTok'un, kullanıcı bireylerin video izlerken veya içerik üretirken gerçek dünya ile bağlantılarını kopardıkları ve kendi kurgusal gerçeklikleri içerisinde kayboldukları bir sosyal medya mecrası olduğu sonucuna varılmıştır

Extended Abstract

Background

This structure of the TikTok light has radically changed the universal power dynamics of digital capitalism and a freedom of freedom has been observed among users. However, it seems that this user-focused strategy has made the commercial and revenue identity of the platform quite complicated. TikTok has a presence in the global market thanks to advertising revenues, sponsorships, data commerce and in-app purchases. By collecting data on users' wishes, desires, actions and behaviors, TikTok has offered more effective advertising solutions to advertisers, who are media moguls. Thus, it has been concluded that this social media platform has a serious economic power not only by reducing but also deteriorating the user distribution.

Purpose

Studies on TikTok show how users use this application and how the content they receive within the global industry aims to contribute to the understanding of entertainment. This research shows how the content on the platform is evaluated in terms of non-compliance with cultural and social norms and usage.

Method

This study was conducted using the qualitative content analysis method. He preferred the necessity of examining and determining the flexibility of TikTok, which is an extremely concise and broad application in terms of the number, amount, and subject of content analysis methods. This skill is TikTok's dexterity method for the 10 TikTok accounts with 1000 content and the most followers by 2024. The findings were evaluated in terms of user experience and entertainment culture using the qualitative content analysis method.

Findings

This study aims to structurally evaluate how TikTok's algorithmic structure directs users. While examining the effects of the TikTok application on society, it discusses how content producers generate income within the capitalist system. TikTok has a simple algorithm that encourages its users to also become content producers, thus providing a platform where individuals can spend their time and effort. TikTok, which has a structure that can be easily used by everyone, offers a user-friendly experience by prioritizing visuality. The like system provided by TikTok's algorithmic structure plays an important role in meeting individuals' sense of satisfaction and approval. Thus, individuals edit their content by analyzing likes. The rapid production and consumption cycle brought about by the global market encourages individuals to constantly produce new content. As a result, individuals often imitate each other and reproduce the same types of content. This situation causes individuals to avoid taking risks by imitating previously successful content. TikTok content generally focuses on recipes, entertainment, music trends, dances and short stories. On TikTok, individuals frequently use the concept of exaggeration in their content. The reason for this is the idea that exaggerated content will be interesting and attract the target audience.

Conclusions

It has been concluded that TikTok has become a popular phenomenon that is rapidly keeping up with the dynamics of the digital age. It has been observed that TikTok has gradually moved away from being a platform for sharing entertaining short videos and has become an important representative of digital capitalism. It has been examined that this innovation brought by the new media plays an important role not only among consumers and producers, but also in the digital economy, which is the global market. It has been concluded that the TikTok algorithm

makes content production accessible to everyone, weakens the production line of traditional media companies, every consumer is a content producer and reaches millions of people around the world.

This structure of the TikTok algorithm has radically changed the power dynamics at the center of digital capitalism and has been observed to provide equality among users. TikTok's success has become dynamic thanks to constant innovation. However, it was determined that the contents did not have this sense of innovation and it was observed that the contents were of poor quality.

TikTok offers a wide and deep range of influences, from family structure to e-commerce and social structure, through its content producers. In the family structure, especially the intense interest of young users can increase family communication by attracting parents and other family members to the platform. However, this may raise new concerns about privacy and security. As parents become more conscious of their children's online safety, they can also create opportunities to strengthen family bonds. In the field of e-commerce, TikTok influencers are an effective tool for brands to promote their products and services to large audiences.

While this increases the importance of influencer marketing, it also leads to changes in consumer behavior. TikTok's e-commerce integrations make it easy for users to shop directly on the platform, transforming the shopping experience and increasing commerce volume. In social structure, TikTok contributes to the acceleration of cultural changes and the spread of social movements. Sharing content from different cultures increases cultural awareness and enables users to be more active on social and political issues. This platform expands social interactions, encouraging individuals to be exposed to different perspectives and enriching social dialogue.

Kaynakça

- Ahmet, A. (2019). Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde Yeni Medyanın Büyük Veri Üzerinden İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktel, M. (2001). Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), s. 193-202.

- Alan, A. K. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), s. 493-504.
- Aydın, B. (2021). Mahremiyet Algısının Çöküşü: Tiktok Uygulaması Örneğinde Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Medya ve İletişim Araştırmaları Dergisi*(2), s. 71-89.
- Bozkurt, V. (2021). Bir yozlaştırma operasyonu: Tik Tok. (S. Bahar, Röportaj Yapan) Sabah Gazetesi. <https://www.sabah.com.tr/pazar/2021/09/05/bir-yozlastirma-operasyonu-tik-tok> adresinden alındı
- Bulut, N. (2003). Küreselleşme: Sosyal Devletin Sonu Mu? *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 52(2), s. 173-197. (Erişim: <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/38/282/2573.pdf> , 30.11.2013) adresinden alındı
- Caporaso, J. A. (1992). *Theories of Political Economy*. New York: Cambridge University Press.
- Chaffey, D. &. (2013). *eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing*. Oxford: Routledge.
- Dutton, W. (2004). *Social transformation in an information society: Rethinking access to you and the world* (Cilt 13). Paris: Unesco. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001520/152004e.pdf> 10.07.2014 adresinden alındı
- Evren, F. B. (2024). Instagram'ın ve Tiktok'un Ekonomi-Politik Eleştirisi ve Katılımcı Kültür Olanakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 34(2), s. 961-974.
- Farina, İ. A. (2013). *Küresel Pazarlama*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Filiz, H. (2021). Televizyonun ve TikTok'un Türk Aile Yapısı ile İlişkisi ve Kültürel Değerler Üzerindeki Rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(78), s. 1080-1095.
- Freeman, M. (2016). Neoliberal Politikalar ve İnsan Hakları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 17(2), s. 165-188.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada Yeni Bir Çerçeve: Sosyal Medya ve Web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), s. 252-269.
- Gökdere, A. (2001). Küreselleşmeye Genel Bir Bakış. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 1(1), s. 71-101. (Erişim,<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/16/16/371.pdf> 17.11.2013) adresinden alındı
- Gökşin, E. (2017). *Dijital Pazarlama Temelleri* (Cilt 1). (M. Şendir, Dü.) İstanbul: Abaküs Kitap.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), s. 230-261.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinin Etkisinde Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), s. 219-230.
- Kızılkaya, Z. Z. (2022). Gençlerin TikTok Kullanım ve Doymu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Anemon Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), s. 231-247.

TİRAD Tirebolu İletişim Fakültesi Akademik Dergisi
TIRAD Tirebolu Faculty of Communication Academic Journal
Ocak – January 2025, 2 (1)

- Li Zhenfang, S. S. (2024). Social Structural Factors Influencing Personal Health Information Disclosure. *Telematics and Informatics Reports*(13), s. 1-8.
- Marx, K. (1998). *Artı Değer Teorileri* (Ankara: Şahin Matbaası b.). (Y. Fincancı, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publications.
- Özel, S. (2012). Yeni Medya'nın Temelleri Üzerine Bir Tartışma. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 3(7), s. 29-45.
- Öztaş, F. (2022). Büyük Anlatıda Zaman İçindeki Değişimden Kültür ve Mekâna Neo-Marxizm. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), s. 494-507.
- Royle, J. &. (2014). The Digital Marketing Skills Gap: Developing a Digital Marketer Model for the Communication Industries. *International Journal of Information Management*, 34(2), s. 65-73.
- Sert, M., & Eren, A. (2018). *Ekonomi Politik: Zarif Mezar Tafları*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Turan, V. (2017). Karl Marx'ta Bölüşüm. *Politik Ekonomik Kuram Dergisi*, 1(2), s. 143-167.
- Ulugay, O. (2001). *Küreselleşme Korkusu*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ürgün, Z. &. (2012). Küresel Pazar Tekliflerinin Tasarımlaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 4(16), s. 43-62.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme Sorunu. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(48), s. 404-418.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), s. 134-152.
- Yılmaz, B. (2024). *Tamindir*. https://www.tamindir.com/blog/tiktok-fenomenleri_74130/ adresinden alındı
- Yozkat, S. A. (2017). Sosyal Medyanın Ekonomi Politikliği Bağlamında Instagram'ın İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(2), s. 173-182.

Tirebolu İletişim Fakültesi
Akademik Dergisi

FRANCİS BACON: ANTİK Mİ MODERN Mİ? Herbert Marshall McLuhan

Çeviri

Ali KARAKAYA

Dr. Öğretim Üyesi

Giresun Üniversitesi, Tirebolu İletişim Fakültesi

ali.karakaya@giresun.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-5582-016X

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : Çeviri/ Translation

Geliş Tarihi / Received : 07 Kasım / November 2024

Kabul Tarihi / Accepted : 14 Kasım / November 2024

Herbert Marshall McLuhan

Basım Yeri: Renaissance and Reformation / Renaissance et Réforme, Vol. 10, No. 2 (1974), pp.93-98

1920'lerden bu yana 'sıcak' ve 'soğuk' sözcüklerinin kullanımları nasıl değiştiyse, 'antik' ve 'modern' sözcüklerinin kullanımları da aynı şekilde değişti. On ikinci ve on üçüncü yüzyıllarda modernler denildiğinde, kilise kurallarına uygun (*canonical*) kitaplara ve kutsal kitaba dair çalışmaları diyalektik yönetime tabi tutan mantıkçılar ve 'ortaçağ üniversite eğitmenleri'i (*schoolman*) kastediliyordu. On altıncı yüzyıla gelindiğinde ise ortaçağ üniversite eğitmenleri, Kilise Babalar'ına ve Kutsal Yazılara dair yaklaşımlarını ifade eden ansiklopedik bir edebi ve bilimsel arka plan konusundaki ısrarları nedeniyle, gramatikçiler tarafından saf dışı bırakılıyordu. On altıncı yüzyılda Peter Ramus, edebiyatın kendisini eski mantık ve diyalektik yöntemlerine göre yeniden ele alarak popüler bir üne kavuşmuştur. Ramus, yeni faaliyetin önceki yönetime tabi tutulması gerektiğini öngören 'uygulama yasaının' geleneksel bir örneğidir. Ramus'un işe

koyduğu yasa, bugün sistem analizi ve sistem mühendisliği prosedürlerinde hala eski analitik yöntemlerle programlanmakta olan bilgisayarlarda da geçerlidir: Bir bilgisayar programı için herhangi bir durumu kodlamak üzere, bilgisayar programının ‘iki bit’ veya evet/hayır gerekliliklerini sağlaması amacıyla, söz konusu durum istatistiksel ve niceliksel olarak homojenleştirilir. Kısaca ifade edilirse ‘uygulama kanunu, en yeni farkındalık düzeyinin belirlenmiş prosedürlere göre işlenmesi gerektiğidir.’

Bugün bütüncül alan çalışmasının ekolojik çağına girerken, bilgisayarın kullanımına ilişkin yanlış anlayışımız bizi ekolojik olanı homojen parçalara ayırmaya ‘zorluyor’. Günümüzde sistem analizi, Peter Ramus'un eski skolastik yöntemleri yeni hümanist tarih, şiir ve hitabet malzemelerine uygulamasının on altıncı yüzyılda çağdaş olarak görülmesine benzer şekilde, yenilikçidir (*avant garde*). Ramus, bu noktayı, faydacı programını açıklarken oldukça pervasız bir biçimde ifade etmiştir: Çoğunlukla Aristoteles'in mantıksal eserlerinden *Organon*'u içeren üç buçuk yıllık düzenli skolastik felsefe eğitimim yüksek lisans derecem verilmesiyle sona erdikten sonra, mantıksal sanatları nasıl uygulamaya koyabileceğimi düşünmeye başladım.

Walter Ong Ramus'un stratejisini yorumlar:

Daha açık bir ifadeyle, Ramus burada *eruditio*'ya –yani tarih, antikite, retorik, hitabet ve şiir malzemesine– mantık kurallarını uygulamayı ve böylece skolastizmin saltanatını kısa kesmeyi önermektedir. Ancak bunu, mantığın saflığını müfredatın üst kısımlarından (felsefe) alt kısımlarına (beşeri bilimler) kadar genişletecek bir şekilde yapmayı önermektedir. Bu manevra, onun zamanında yeni olması ve dolayısıyla en azından bir tür aşırı mantıksallaştırmayı bir ortaçağ fenomeni olmaktan ziyade bir Rönesans fenomeni olarak ortaya koyması açısından özellikle ilginçtir.

Ramus'un mantıksallaştırması, tam da Gutenberg'in pagan şairlerin, tarihçilerin veya ‘antiklerin’ birçoğunu erişilebilir kıldığı bir zamanda skolastik yönteme geri dönüştü. Ernst Robert Curtius, *Avrupa Edebiyatı ve Latin Ortaçağı* adlı eserinde şu gözlemlerde

bulunur: Ortaçağ pedagojisinde sanatlar konusunda iki teori seçebiliriz: Patristik ve seküler-skolastik.

Modernlerin aksine antikler, on ikinci yüzyılda yeni mantığı değil, gramer ve edebiyatı ya da Philo Judaeus, Clement, Origen ve Augustine aracılığıyla gelişen patristik kültür geleneğini temsil ediyorlardı. Henri de Lubac'ın çalışması (*Exégèse médiévale , les quatre sens* 1959-1964) elimizde olduğuna göre, Kutsal Yazıların çok düzeyli tefsirinin, Kilise Babaları'ndan Francis Bacon'ın *Novum Organum*'una kadar kesintisiz bir gelenek içinde 'Doğa Kitabı' yorumcularının bilimsel çalışmalarıyla nasıl harmanlandığını açıklamak daha kolaydır. Bu bağlamda önemli bir eser olan Ernst Curtius'un çalışmalarında da, hem Kutsal Kitap'ın hem de doğanın incelenmesinde üçlü ve dörtlü yapının sürekliliği ayrıntılı olarak açıklanmaktadır:

Rönesans'ın sararmış parşömenlerin tozunu silkelediği ve bunun yerine doğanın ya da dünyanın kitabını okumaya başladığı iddiası, popüler tarih görüşünün en sevdiği klişelerden biridir. Ancak bu metaforun kendisi Latin Orta Çağı'ndan gelmektedir. Örneğin bu iddiadan, Alan'ın 'deneyim kitabı'nda bahsedilir. Ona göre her yaratık bir kitaptır.

Dünyadaki her yaratık,

Bir kitap gibi durur,

Aynı zamanda bizim için bir ayna gibi...

Daha sonraki yazarlarda da, özellikle de vaizlerde, 'yaratılış bilimi' (*scientia creaturarum*) ve 'doğanın kitabı' (*liber naturae*) eşanlamlı sözcükler olarak karşımıza çıkar. Çünkü doğa kitabının vaizi, bir materyal kaynağı olarak Kutsal Kitap'la birlikte şekillenmelidir. Bu fikir Sabunde'li Raymond gibi geç bir yazarda hala görülmektedir.

Doğa sayfası ile Kutsal Kitap sayfasının ortaçağdaki ayrılmazlığı, on dokuzuncu yüzyıl ve sonrasındaki birçok yazarın kafasını karıştırmıştır. Nitekim Bacon'ın editörü Spedding, Bacon'ın "kendine özgü felsefe sistemi"nin 'mantık (*organum*)', 'formül',

anahtar (*clavis*), 'doğayı yorumlama sanatı', 'Labirent ipi' gibi kendine özgü araştırma yöntemleri olduğunu ve tüm 'bu felsefeden' hiçbir şey elde edemeyeceğimizi söylemiştir. Görünüşe göre Spedding, bu geleneksel gramer kavramlarının Bacon'a özgü olduğunu düşünüyordu. Benzer biçimde, Bacon'ı modern bilimin temsilcisi olarak seçen Basil Willey de, Bacon'ın bilime eski gramercilerin ve doğa kitabının gözlemcilerinin ruhuyla yaklaştığını anlamıyordu. Bu konuda başka bir örnek olan Alfred North Whitehead de, gözlemini açıklığa kavuşturacak bir yola sahip olmadan, Bacon'ın "yüzyıla hakim olan fiziksel düşünce çizgisinin dışında" olduğunu iddia ediyordu: "Bacon'ın düşünce çizgisinin, o zamanlar fizik için yeterli olarak şekillendirilen materyalist kavramlardan daha temel bir hakikati ifade ettiğine inanıyorum." Oysaki oldukça açık bir biçimde, Bacon'ın doğa ve yaratılış kitaplarına dair hümanist ve gramatik yaklaşımı, "doğa için temel olan bir organizma anlayışı"nı ortaya koyuyordu. Tam da bu nedenle ben, Bacon'ın organik yaklaşımının, hem doğa kitabının hem de Kutsal Yazıların çok düzeyli bir tefsirinden türetildiğini öne sürüyorum. Bu bağlamda dikkat çekmek istiyorum ki, Antik Grammatika'daki tüm seviyelerin eşzamanlılığı, doğanın fiziksel ve kimyasal bağıyla 'rezonans aralığı' olarak ilgilenen yirminci yüzyıl kuantum mekaniğiyle örtüşmektedir. Yeni fiziğin akustik eşzamanlılığı, Ferdinand de Saussure ve Lévi-Strauss'ta anlaşıldığı şekliyle dil, edebiyat ve antropolojideki eşzamanlılık ve yapısalcılıkla bir arada bulunmaktadır. Aziz Bonaventure için de aynı şekilde eşzamanlılık ya da akustik ve eşzamanlı yapısalcılık hiçbir sorun teşkil etmemiştir. Profesör Gilson'un *The Philosophy of St. Bonaventure* adlı çalışmasından birkaç kelime Bonaventure'un geleneksel grammatika ile tam bir uyum içinde olduğunu göstermektedir:

Evren ona bakan kişinin gözlerine okunacak bir kitap olarak sunulduğundan ve o kişinin gözleri doğada Kutsal Yazılarınkine benzer bir duyusal vahiy gördüğünden, kutsal kitaplara her zaman uygulanmış olan geleneksel yorumlama yöntemleri yaratılış kitabına da aynı şekilde uygulanabilir. Nasıl ki kutsal metnin dolaysız ve gerçek bir anlamından ayrı olarak bir de harfin işaret ettiği inanç gerçeklerini keşfettiğimiz

alegorik bir anlamı, tarihsel bir anlatı biçimindeki pasajın ardındaki ahlaki bir ilkeyi keşfettiğimiz topolojik bir anlamı ve ruhlarımızı Tanrı'nın sevgisine ve arzusuna yükselten tinsel bir anlamı varsa, bizim yapmamız gereken yaratılış kitabının gerçek ve dolaysız anlamıyla ilgilenmekten ziyade, içerdiği teolojik, ahlaki ve mistik derslerdeki iç anlam ile ilgilenmektir. Bu iki alan arasında birinden diğerine geçiş, gerçekte birbirinden ayrılamaz oldukları için kolayca gerçekleşir.

Bu açıdan bakıldığında Bacon'ın bilgi ve bilimin ilerlemesine yönelik programı, patristik grammatığın geleneksel çerçevesi içinde kalır:

Yaratılış tamamlandıktan sonra, insanın orada çalışmak üzere bahçeye yerleştirildiği bize bildirilir; ona bu şekilde atanan iş, 'tefekkür' işinden başka bir şey olamazdı. ...Ki, insanın cennette gerçekleştirdiği ilk eylemler, bilginin iki özlü bölümünden oluşuyordu; yaratılmışların görünümüne bakmak ve adlandırmak.

Yaratılmışların görünümüne bakmak ve adlandırmak tam da Bacon'ın programının ana hedeflerine karşılık gelmektedir. Bu hedeflerden ilki evrensel bir doğa tarihi yazılması üzerinden, ikincisi adlandırılmış/işaretlenmiş maddenin (*materia signata*) geleneksel gramere dayalı yorumlama teknikleriyle okunması üzerinden gerçekleştirilecektir. Bacon'ın programının bilginin yerleştirilmesi ve aktarılmasına yönelik teknikleri içeren üçüncü hedefi ise Adem peygambere dahi sunulmadı. Çünkü Adem peygamber, aktarabileceği bir gelecek kuşağa sahip olmadan önce bilgisini kaybetti. Bacon bizim işimizi, bu bilgiye dair bir geri getirme işi olarak görüyordu. O, bu hedefe ulaşma konusunda mükemmel bir şansımız olduğunu düşünüyordu. Bu bakış açısından hareketle Bacon, çağdaşlarından bazılarıyla aynı fikirde olarak, zamanın işaretlerini Daniel'in¹ kehanetleriyle bir araya getirdi. Birçokları için geleceğin kalan kısmı hakkında sadece kasvetli bir endişe olan şey, coşkulu Bacon için kendi özel bilimsel yöntemleri için mutlu bir başarı kehaneti oldu:

¹ Hristiyanlıkta peygamber olarak kabul edilen, Yahudilikte peygamber olarak kabul edilmeyen ancak kutsal ve değerli olarak görülen kişi; Danyal Peygamber.

“Bu bitkinin (bilginin) yeşermesi ve meyve vermesi, Tanrı’nın bir takdiriyle, hatta sadece genel bir takdirle değil, özel bir kehanetle dünyanın bu sonbaharına atandı: Çünkü Daniel’in kehanetinde, son zamanlardan bahsederken, “Birçokları gidip gelecek ve bilim artacak” denen yeri böyle yorumlamak benim anlayışıma göre, katı değildir ve olay gerçekleşikten sonra artık güvenlidir; sanki dünyanın denizcilik ve ticaretle açılması ve bilginin daha da keşfedilmesi tek bir zamanda ya da çağda buluşacakmış gibi...

Bacon’ın *Yeni Atlantis*’teki araştırma laboratuvarı için kullandığı isimlendirme de Daniel’in programını desteklemesiyle uyumludur. *Süleyman’ın Evi*’ne alternatif olarak *Altı Günlük İşler Okulu* adı verilmiş ve İbrani kralıyla olan önemli ilişkisi oldukça açık hale getirilmiştir. Bacon ortaya koyduğu bilime dair çabalarını, Adem peygamberin haklı olarak mahrum bırakıldığı doğal bilgeliği ve metafizik öz bilgisini, insanoğullarından yalnızca Süleyman’ın geri kazandığı şeklindeki yaygın Hıristiyan geleneğiyle ilişkilendirmek istemiştir. Bacon’ın şemasında geleneksel gramere ne tür bir önem atfedildiği aşağıdaki pasajdan açıkça anlaşılmaktadır:

Konuşma ve Sözcüklerle ilgili olarak, bunların incelenmesi Gramer bilimini ortaya çıkarmıştır: Çünkü insan, kendi hatasıyla mahrum kaldığı bu nimetlerle kendini bütünleştirmek için hala çabalamaktadır; ve diğer tüm sanatları icat ederek ilk genel lanete karşı mücadele ettiği gibi, Gramer sanatı ile ikinci genel lanetten (ki bu dillerin karışıklığıdır) kurtulmaya çalışmıştır. İnsanın bu bağlamdaki görevi iki doğaya sahiptir. Bunlardan bir tanesi popüler olandır: Halkın dilleri hızlı ve mükemmel bir şekilde öğrenmesi içindir. Diğer ise, felsefi olandır: Aklın ayak izleri ve çıktıları oldukları için kelimelerin gücünü ve doğasını incelemek içindir. Bu ikincisi tamamen olmasa da çoğunlukla seyrek ve parça parça ele alınmıştır. Böyle diye onu eksik olarak niteleyemem ama onun tam anlamıyla işlenerek kendi başına bir bilim haline getirilmeye çok layık olduğunu söyleyebilirim.

Bu son felsefi anlamda gramer, yüzyıllar boyunca fizik, kozmogoni ve teolojinin temel bir tarzı olmuştur. Bu geleneği Sokrates öncesi döneme kadar takip etmesek de, Bacon'ın çağdaşları arasında Grammatica'ya yönelik nitelikli bir tutum olduğunu gösterebiliriz. Evelyn Simpson, bu durumu John Donne'a atıfta bulunarak açıklar:

Mezmunlar ya da Eski Ahit'in herhangi bir kitabı üzerine vaaz verirken Donne genellikle Origen ve İskenderiyeli Clement zamanından Rönesans'a kadar vaizler ve yorumcular tarafından kullanılmış olan üç aşamalı –literal, ahlaki ve tinsel– yöntemi kullanmıştır. On altıncı ve on yedinci yüzyıllarda bu yöntem biraz eski moda görünmeye başlamıştı ve Donne'un çağdaşlarının çoğu daha tarihsel bir yaklaşım lehine bu yöntemi terk ediyordu. Ancak Donne'un kendisi Lincoln's Inn'de Otuz Sekizinci Mezmur üzerine verdiği iki vaazda bu yöntemin altı vaazdan oluşan dizisinin temelini oluşturacağını duyurmuştur. Donne, Kutsal Yazıların ahlaki ve tinsel anlamlarından sık sık yararlandığı da, gerçek anlamın üstünlüğünü savunmakta oldukça kararlıdır ve böylece daha önceki yorumculardan bazılarının içine düştüğü saçmalıklardan kaçınmıştır. Aziz Paul'de 1621 yılında verdiği Noel vaazında şöyle der: Kutsal Yazıların kabul ettiği çeşitli duyuları harekete geçirmek her zaman yasal ve çoğu zaman bağlılığımızı yükseltmek ve yüceltmek için çok yararlı olsa da, yine de bu, edebi duyunun kendisini ihmal etme ya da zayıflatma tehlikesi varsa, kabul edilmemelidir. Çünkü gerekli duyulardan daha fazlasını bulmak gibi ruhsal bir ahlaksızlığa gerek yoktur; ne kadar çok ışık varsa, o kadar çok ışık tarafından o kadar çok gölge düşürülür. Bu, dini görevlerde doğru olduğu gibi, din meselelerinin yorumlanmasında da doğrudur: Necessarium & Satis conventuntur; görevinizde yapmanız gerekeni yaptığınızda, yeterince yapmış olursunuz. Bu yüzden gerekli duyuya sahip olduğunuzda, yani oradaki Kutsal Ruh'un anlamına sahip olduğunuzda, yeterince duyuya sahip olursunuz; o zamana kadar hiç bu kadar çok ve hiç bu kadar keyifli olmamış olsanız bile.

John Donne, Jeremy Taylor ve on yedinci yüzyıldaki diğer pek çok kişi geleneksel ama skolastik karşıtı ve de eşzamanlı doğa ve kutsal kitap görüşünü sürdürmüş olsalar da, yaptıkları bu olgulara esnek ve akustik bir yaklaşımdı. Görsel düzen ve sınıflandırma

üzerine yeni bir vurgu yaygınlaştıkça da söz konusu yaklaşım, popülerliğini yitirmeye başladı. On sekizinci yüzyıl rasyonalizmi vurguyu akustik düzenden görsel düzene kayda değer ölçüde kaydırmıştır. Öyle ki Evelyn Simpson'ın belirttiği üzere, çok düzeyli tefsire yönelik tüm yaklaşım 19. yüzyıl için kabul edilemez olmuştur.

On dokuzuncu yüzyılda bu yöntem Matthew Arnold, Jowett, Dekan Farrar ve Piskopos Charles Gore gibi çeşitli düşünce ekollerine mensup Kutsal Kitap eleştirmenleri tarafından saçma bulunarak kınanmıştır. Farrar İskenderiyeli Kilise Babaları'nın çalışmalarını şöyle özetlemiştir: “Onlar yanlış yorumlama sanatını sistematik hale getirmekten başka bir şey yapmıyorlar. Kutsal Yazılar'ın önemine tek bir gerçek ışık tutmadan ciltler dolusu temelsiz uygulama sunuyorlar.

Ancak, yeni fizik ve yeni biyoloji ile birlikte:

Yirminci yüzyıl bu toptan mahkumiyetten bir tiksintiye tanık olmuştur. Bazı yorumcular hala Kutsal Yazılar'ın tek bir düz anlamını” arzulasa da, Eski Ahit literatürünün sembolik yorumuna yaygın bir dönüş olmuştur.

Aslında, Baudelaire'den itibaren sembolizm ve yapısal eşzamanlılığın tüm gelişimi, antik tefsirin mantığının anlaşılmasını yeniden sağlama eğiliminde olmuştur.

The Orphic Voice: Poetry and Natural History adlı kitabında Elizabeth Sewell, Ovid'den Mallarmé'ye şiir ve bilimdeki Orfik ya da metamorfik ve büyülü geleneği incelemiştir. Onun çalışmasında Francis Bacon, tam da Doğa Kitabı'nın diliyle ilgilendiği için onun çok özel bir yere sahiptir:

Doğal cisimlerin tüm çeşitlerinin bir koleksiyonu... Bir araştırmacının kullanabileceği, çevirebileceği, heceleyebileceği, Doğanın Kitabı'nı okuyabileceği ve Doğanın Grameri'nin yazımını, etimolojisini, sentaksını ve prozodisini gözlemleyebileceği ve bir sözlükte olduğu gibi, kolayca gerçek şekillere, kompozisyona dönebileceği bir koleksiyon. Doğanın karakterlerinin, kelimelerinin, ifadelerinin ve cümlelerinin türetilmesi ve kullanımı, silinmez, en kesin ve en etkileyici harflerle yazıldığı kitaplardan oluşan bir koleksiyon; bu kitaplar olmadan doğanın dili ve anlamı

konusunda tam anlamıyla bir okuryazar olmak çok zor olacaktır. Bacon'ın bu temelde ortaya koyduğu formlar doktrini, her ne kadar tamamlanamamış olsa da, özensizlik ve kesinsizlik suçlamalarına maruz kalmıştır. Bu projeyi tamamlamak kesinlikle kolay değildi. Ancak Bacon'ın her şeyden önce yeni bir şey söylemeye çalıştığını unutmamalıyız.

Ancak yine de söylemek gerekir ki, bu 'yeni' yaklaşım, Bacon'dan önceki patristik ve ortaçağ dönemleri boyunca süregelen bir geçmişe sahipti. Elizabeth Sewell'in Orfik gelenekte şiir ve bilim arasında bulunduğu bağ, Martianus Capella'nın Merkür ve Filoloji evliliğinde üçlü ve dörtlü arasında kurduğu bağıdır:

Orta Çağ boyunca otorite olarak kalan liberal sanatların tanımını 410-439 yılları arasında yazan Martianus Capella tarafından yapılmıştır. Notker Labeo onu Eski Yüksek Almanca'ya çevirdi; genç Hugo Grotius yeni bir baskıyla (1599) mahmuzlarını kazandı ve Leibniz, kendi zamanında bile, bir başkasını planladı. Martianus'un izleri, on altıncı yüzyılın sonlarındaki gösterilerde hâlâ görülmektedir.

Martianus Capella, dil sanatlarını bilimlere ve matematiğe taşımayı başarmış, hem antik ve ortaçağ hem de Bacon'cu Grammatika tarafından temsil edilen bilgiye kapsayıcı ve akustik yaklaşımı karakterize eden birleşik ansiklopedizmi yaratmıştı. Lain Entralgo'nun çalışması da (*The Therapy of the Word in Classical Antiquity*) dilin tıbbi ve büyüsel özellikleri üzerine bir çalışma olarak ortaya çıkmıştı: Şamanistik kökenli ve antik dünyada bilinen klasik şiir türlerinin yaratılmasına dair etkili bir çalışma. Günümüzde ise, bu tür çalışmalara benzer bir etkiyle, elektronun mikroskop altı dünyası, duyularımızı bir kez daha doğal fenomenlerin ve sanatın akustik özelliklerine uyumlandırarak hem Bacon'ın 'bilimini' hem de hem Doğa kitabı hem de Kutsal Kitap yorumcularının uzun zamandır aşına olduğu teolojik tefsir bilimini çağdaş hale getirdi.

***CHANGING MODELS FOR JOURNALISM: REINVENTING THE NEWSROOM
BİR KİTAP İNCELEMESİ***

Ersel KİRAZ

Araştırma Görevlisi, Dr.
Bursa Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi
ersel.kiraz@btu.edu.tr
ORCID ID: 0000-0002-7627-998X

Makale Bilgileri / Article Information

Makale Türü / Type : Kitap Değerlendirmesi / Book Review
Geliş Tarihi / Received : 14 Kasım / November 2024
Kabul Tarihi / Accepted : 2 Aralık / December 2024

**Brant Houston, *Changing Models for Journalism: Reinventing the Newsroom*,
New York: Routledge, 2023, 244.**

Changing Models for Journalism: Reinventing the Newsroom, Brant Houston'un dijital çağda gazeteciliğin nasıl evrildiğini, karşılaştığı zorlukları ve sürdürülebilir bir medya modeli oluşturma çabalarını derinlemesine ele alan önemli bir eser. Houston, geleneksel gazetecilik modellerinin neden ve nasıl çöktüğünü, dijital medya girişimleri ve kâr amacı gütmeyen haber odalarının yükselişiyle gazetecilikte nasıl yeni bir dönem başladığını detaylı bir şekilde aktarıyor. Kitap, özellikle medya sahipliği, finansman kaynakları, etik sorunlar ve üniversitelerin rolü gibi birçok kritik konuyu kapsamlı bir bakış açısıyla sunarak gazetecilik dünyasındaki büyük değişimleri anlamamıza yardımcı oluyor. Houston'un akıcı dili ve konuları örneklerle desteklemesi, okuyucuların hem mevcut sorunları kavramasını hem de gelecekteki gazetecilik modellerine dair bir perspektif geliştirmesini sağlıyor. Bu eser, medya profesyonelleri, gazetecilik öğrencileri ve medya üzerine düşünen herkes için öğretici ve ilham verici bir kaynak olarak öne çıkıyor.

Kitabın olumlu yanları arasında, Brant Houston'un dijital çağdaki gazetecilik modellerine dair çok yönlü bir perspektif sunması ve kapsamlı bir analiz yapması öne çıkıyor. Özellikle, kâr amacı gütmeyen medya kuruluşlarının yükselişi, üniversitelerin katkısı ve etik problemler gibi günümüz gazeteciliği için kritik konuları ele alarak sektördeki önemli değişimleri

detaylandırması büyük bir artı. Houston, teorik bilgilere ek olarak başarılı örneklerle, çözüm odaklı habercilik ve dijital yeniliklerin etkilerini somutlaştırıyor ve okuyuculara pratik bir bakış açısı kazandırıyor. Bu yönüyle kitap, medyanın geleceğine dair geniş bir vizyon sunarak hem profesyonellere hem de gazetecilik öğrencilerine rehber niteliği taşıyor.

Olumsuz yönlere gelecek olursak, Houston'un odak noktalarının ABD merkezli olması, özellikle uluslararası gazetecilik dinamiklerini daha fazla merak eden okuyucular için dezavantaj olabilir. Kitap, ABD'deki medya sahipliği, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve yerel gazetecilik odaklı anlatımlarla sınırlandırıldığı için farklı ülkelerdeki medya modellerini daha az ele alıyor. Ayrıca hızla değişen dijital medya dünyasında kitapta önerilen bazı modeller ve stratejiler, teknolojinin ve kullanıcı alışkanlıklarının hızla evirildiği bir alanda kısa sürede eskimiş olabilir veya yetersiz kalabilir. Yine de kitabın genel başarısı ve içerik zenginliği göz önüne alındığında, bu eksiklikler kitabın değerini çok fazla etkilemiyor.

Houston, geleneksel gazeteciliğin çöküş nedenlerini analiz ederken, bu boşluğu doldurmak için ortaya çıkan kâr amacı gütmeyen haber odaları, bloglar ve dijital medya girişimlerini örneklerle açıklıyor. Özellikle, gazetecilik mesleğini sürdürmek isteyen bireylerin yeni gelir akışları yaratma ve dijital araçları kullanarak sürdürülebilir bir medya ortamı oluşturma çabalarına ışık tutuyor. Kitap, ayrıca gazetecilik eğitimindeki dönüşüme de değinerek üniversite temelli haber odalarının artan rolünü ve medya kurumlarıyla olan iş birliklerini irdeliyor. Kitap, gazetecilik mesleğini anlamak ve geleceğe yönelik başarılı stratejiler geliştirmek isteyen herkes için bir başucu kaynağı olma niteliği taşıyor.

Birinci bölüm Geleneksel Gazeteciliğe Ne Oldu? başlığıyla kaleme alınmış. Bu bölümde Brant Houston, geleneksel gazeteciliğin çöküşünü ve sektördeki temel değişimleri ele alıyor. Yazara göre gazetecilik sektörü, özellikle ABD'de, dijital dönüşümle başa çıkmakta zorlanan ve bu nedenle finansal baskılar altında ezilen bir yapı haline gelmiştir. Houston, dijitalleşme sürecinin basın üzerinde yarattığı yıkıcı etkileri anlatırken özel şirketlerin gazeteleri kâr amacıyla nasıl kontrol altına aldığını ve bu durumun yerel habercilikteki yıkıcı sonuçlarını açıklıyor. Bölümde basılı gazetelerin, 2000'lerin başından itibaren düşen reklam gelirleri ve azalan tirajlarla mücadele ederken bazı büyük medya kuruluşları ve yatırım fonlarının bu boşluğu doldurduğu dile getiriliyor. Örneğin, Alden Global Capital gibi risk sermayesi fonları, gazeteleri satın alıp personel azaltma, gayrimenkul satışları ve yüksek abonelik fiyatları gibi kârlılığı artırmaya

yönelik stratejiler benimsemiştir deniyor. Yazara göre bu stratejiler, gazeteleri finansal açıdan ayakta tutsa da gazeteciliğin kalitesini ve erişimini büyük ölçüde zayıflatmış.

Houston, geleneksel medya kuruluşlarının dijitalleşme sürecinde gösterdiği yavaşlığa ve dirence de değiniyor. Bölümde dijital medya devleri olan Google ve Facebook gibi platformların, gazetelerden ücretsiz içerik toplama ve dijital reklam pazarına hâkim olma stratejisiyle sektördeki reklam gelirlerinin büyük bir kısmını ele geçirdiği ifade ediliyor. Houston özellikle Craigslist gibi dijital sınıflandırılmış ilan platformlarının ortaya çıkışı ile birlikte gazeteler için önemli bir gelir kaynağı olan sınıflandırılmış ilan gelirlerinin ciddi şekilde etkilendiğini ifade ediyor. Houston bu bölümde ayrıca özellikle ekonomik olarak daha zayıf ve kırsal bölgelerde yerel habercilik eksikliğini toplumsal etkilerine dikkat çekiyor. Houston "Haber çözü olarak adlandırılan bu bölgelerde, geleneksel gazeteler kapanmış veya personel azaltma yoluna gitmiştir. Bu, toplumun yerel haberlere erişimini bozmakta ve bilgiye ulaşma konusunda derin eşitsizliklere yol açmaktadır" ifadelerini kullanıyor.

Bölümde, geleneksel gazeteciliğin bu düşüşü karşısında, kâr amacı gütmeyen haber odalarının ve dijital medya girişimlerinin yükselişi de ayrıca inceleniyor. Houston, geleneksel gazeteciliğin aksine bu yeni model gazetecilik yaklaşımlarının daha sürdürülebilir ve topluma daha yakın olduğunu belirtiyor. Yazara göre kâr amacı gütmeyen medya kuruluşları, özellikle bağımsız habercilik yapabilmek ve yerel sorunlara odaklanabilmek amacıyla topluluklardan ve bağışçılardan destek almakta. Ancak bu modelin sürdürülebilirliği konusunda hala soru işaretleri bulunmakta olduğu ifade ediliyor. Bu bölüm, geleneksel gazeteciliğin geçirdiği köklü dönüşümü ve dijitalleşmenin sektöre olan etkilerini derinlemesine ele alarak okuyucuya gazetecilik dünyasında yeni modellerin ve yaklaşımların kaçınılmaz hale geldiğini ortaya koyuyor.

İkinci bölümde Brant Houston, blogların ve dijital start-up'ların ortaya çıkışıyla birlikte, geleneksel gazetecilik modellerini hızla değiştiren kâr amacı gütmeyen haber odalarının yükselişini detaylandırıyor. Yazara göre, blogların ilk kez 1994'te ortaya çıkmasından sonra, hızla büyüyen bu dijital ortam, gazeteciliğin dijitalleşme sürecini hızlandıran bir faktör. Dijital medya girişimleri, büyük sermaye veya basım maliyetleri olmadan sadece çevrim içi ortamda faaliyet gösteriyor. Bu süreçte, kâr amacı gütmeyen haber odaları topluma yönelik araştırmacı gazetecilik yapmak üzere bağımsız kaynaklardan ve bağışlardan destek alıyor. Özellikle,

2009'da kurulan Institute for Nonprofit News (INN), ABD'de birçok bağımsız dijital haber odasına katkı sağlıyor ve hızla büyüyen bir topluluk oluşturuyor. ProPublica gibi büyük kâr amacı gütmeyen haber kuruluşları, önemli fon desteğiyle sektöre dâhil oluyor ve ABD'nin en büyük araştırmacı gazetecilik merkezlerinden biri haline geliyor. Bu girişimler, özellikle azınlıklara ve yerel haberciliğe odaklanarak büyük medya kuruluşlarının yerine geçmeye başlıyor ve gazetecilikte yeni bir sürdürülebilir model yaratıyor.

Üçüncü bölümde Brant Houston, medya sahipliği ve finansman yapılarındaki değişiklikleri ayrıntılı bir şekilde ele alıyor. Houston'a göre, 21. yüzyılda medya sektöründe ortaya çıkan zorluklara yanıt olarak, Amazon kurucusu Jeff Bezos gibi zengin bireyler Washington Post'u satın alarak geleneksel gazeteciliğe önemli yatırımlar yapıyorlar. Benzer şekilde, Carlos Slim New York Times'a, Marc Benioff ise Time Magazine'e yatırımlar yaparak dijital dönüşümü hızlandırıyorlar. Houston ayrıca medya endüstrisinde özel yatırım fonlarının etkisini vurguluyor; bu fonlar, satın aldıkları gazetelerde bütçeleri kısmak ve gayrimenkulleri satarak kâr elde etmek gibi yöntemlerle kârlılık sağlamaya çalışıyorlar. Diğer yandan, kâr amacı gütmeyen medya kuruluşları ve küçük çaplı dijital haber girişimlerinin yükselişi alternatif medya modelleri oluşturuyor. Houston'a göre, özellikle Knight Foundation, Open Society Foundations gibi kuruluşlar, bağımsız haberciliğin sürdürülmesi ve topluluk temelli habercilik faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla büyük fonlar sağlıyor. Bu durum, yerel gazetecilikte sürdürülebilir modeller yaratmak için önemli bir temel oluşturuyor ve gazeteciliği finanse etme konusunda yeni yaklaşımları beraberinde getiriyor.

Brant Houston, dördüncü bölümde gazetecilikte sürdürülebilirlik sağlamanın yollarını ve farklı gelir akışlarının önemini detaylandırıyor. Houston'a göre, geleneksel reklam ve satış gelirlerinin azalmasıyla medya kuruluşları alternatif finansman yöntemlerine yöneliyor. Özellikle kâr amacı gütmeyen haber odaları, kitlesel fonlama, bağış toplama ve üyelik modelleri gibi topluluk destekli yöntemlerle finansman sağlamayı hedefliyor. Block Club Chicago gibi örnekler, topluluk katkısıyla bağımsız habercilik faaliyetlerini sürdürerek, yerel haberciliğin devam etmesine olanak tanıyor. Kitlesel fonlama ve bağışlar, bu tür kuruluşlar için önemli bir destek sağlarken aynı zamanda habercilik alanında toplumsal bir sahiplenme yaratıyor.

Yazar Houston, INN (Institute for Nonprofit News) gibi vakıf desteklerinin bağımsız habercilik için kritik bir kavşak niteliğinde (özellikle kaynak açısından) olduğunu ifade ediyor. Bağımsız

gazeteciliğe katkı sağlayan Knight Foundation ve Open Society Foundations gibi büyük ulusal vakıflar, bu girişimleri finansal olarak destekleyerek onların uzun vadede varlık göstermelerine yardımcı oluyor. Bu hibeler, küçük ölçekli dijital haber odalarından, ulusal çapta faaliyet gösteren araştırmacı gazetecilik kuruluşlarına kadar birçok medya kuruluşunun güçlenmesine katkı sağlıyor. Houston, vakıfların sağladığı bu hibelerin, gazeteciliğin topluma yönelik sorumluluğunu yerine getirmesi için hayati bir rol oynadığını belirtiyor.

Çeşitli gelir akışlarına sahip olmanın gazetecilik kuruluşlarına sağladığı esnekliği de vurgulayan Houston, çoklu finansman modellerinin kuruluşların uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkı sağladığını ifade ediyor. Texas Tribune ve VTDigger gibi kuruluşlar, vakıf hibeleri, bireysel bağışlar, etkinlik gelirleri ve abonelikler gibi birden fazla kaynaktan yararlanarak ekonomik bağımsızlıklarını koruyorlar. Houston, bu modellerin sadece finansal istikrar sağlamadığını, aynı zamanda medya kuruluşlarının beklenmedik mali darbelere karşı daha dayanıklı hale geldiğini ve halka karşı hesap verebilir bir yapı oluşturduğunu vurguluyor.

Beşinci bölümde, Brant Houston, gazetecilikte dijital araçların ve yeniliklerin ilerlemesini ele alıyor. Houston'a göre, özellikle yapay zekâ ve otomasyon sistemleri sayesinde veri odaklı habercilik, gazetecilerin veri analizine, görselleştirmeye ve hikâyelere daha fazla bağlam kazandırmasına olanak tanıyor. Örneğin, Stanford Üniversitesi'nde yürütülen Big Local News projesi, yerel yönetimlerin toplantı gündemlerini otomatik olarak indirip organize ederek gazetecilere ve kamuya sunuyor. Bu tür otomasyon projeleri, personel kaybı yaşayan küçük haber odalarına verimli çözümler sunarak kamuya daha fazla bilgi sağlanmasını mümkün kılıyor. Houston, bu tür dijital inovasyonların, özellikle küçük haber odalarının maliyetleri düşürüp geniş kitlelere ulaşmalarına katkıda bulunduğunu belirtiyor.

Houston'a göre, mobil cihazlara uyumlu bir stratejinin eksikliği, gazetecilikte dijital yeniliklerin önünde bir engel oluşturuyor. MobileMe&You gibi konferanslar aracılığıyla gazeteciler mobil cihazlarda haber yazımı, yapay zekâ ve makine öğrenimi kullanarak veri işleme, artırılmış gerçeklik uygulamaları ve drone teknolojisi gibi konularda eğitim alıyorlar. Houston, mobil gazetecilikte metin mesajlarının kullanılması, konuma dayalı uyarı sistemleri ve hatta sensörlerin kullanımı gibi yenilikçi yaklaşımlarla halka yönelik haberlerin daha yerinde ve etkili sunulabileceğini vurguluyor. Özellikle düşük gelirli kesimlere ulaşma çabaları, bilgiye

erişim konusunda adaleti sağlamayı hedefliyor. Bu tür dijital araçlar, gazeteciliğin daha erişilebilir ve etkileşimli hale gelmesini sağlıyor.

Altıncı bölümde ise Brant Houston, üniversitelerin gazetecilikte artan rolünü inceliyor. Houston'a göre, özellikle yerel gazeteciliğin düşüşüyle, üniversiteler bu açığı kapatmak ve toplumlara hizmet etmek için giderek daha önemli bir kaynak haline geliyor. Üniversiteler, haber odaları ile iş birliği yaparak ve kendi öğrencilerini yerel haberler üretmeye ön ayak olarak gazetecilik eğitiminin kapsamını genişletiyorlar. Columbia Üniversitesi'nden Nicholas Lemann, üniversitelerin "öğretim hastanesi" modelini benimseyerek öğrencilere profesyonel bir haber odası ortamında deneyim kazandırması gerektiğini belirtiyor. Yazara göre bu modelin amacı, öğrencilerin haber üretiminde aktif rol almaları ve meslekleri üzerinde gerçek zamanlı bir etki yaratmalarınıdır.

Houston, aynı zamanda ABD'de bazı üniversitelerin eyalet meclisleri ve yerel hükümetler hakkında habercilik yapmaları için öğrenci merkezli programlar oluşturduğunu vurguluyor. Missouri Üniversitesi gibi okullar, eyalet meclislerinde öğrencileri görevlendirerek toplumla ilgili önemli konularda sürekli haber akışı sağlıyorlar. Bu tür programlar, öğrencilere hem uygulamalı gazetecilik eğitimi sağlarken hem de halka faydalı bilgiler sunuyor. Diğer üniversiteler de Maryland ve Arizona State gibi gazetecilik programlarını genişleterek kendi yerel topluluklarına hizmet ediyor, bu süreçte öğrenciler gazete, radyo ve televizyon aracılığıyla farklı platformlarda deneyim kazanabiliyor.

Houston'a göre, bu model sadece öğrenciler için değil, yerel halk için de büyük avantaj sağlıyor. Bölüme göre araştırmalar üniversitelerin gazetecilik programlarının, "haber çölü" olarak adlandırılan ve gazetecilik faaliyetlerinin azaldığı bölgelerde habercilik açığını doldurduğunu ortaya koyuyor. Bu programlar, halkın bilgiye erişimini kolaylaştırıyor ve haber alma konusunda yaşanan garabetleri azaltıyor. Yazara göre özellikle büyük vakıflar, üniversite destekli haberciliği öne çıkaran hibeler sağlayarak bağımsız ve yerel gazeteciliğin sürdürülmesine katkıda bulunuyor.

Yedinci bölümde Brant Houston, kamu medyasının dijital start-up'larla ve kâr amacı gütmeyen haber odalarıyla olan iş birliğini derinlemesine ele almış diyebiliriz. Houston'a göre, ABD'de kamu medyası giderek daha fazla yerel gazeteciliğe yatırım yaparak topluma hizmet ediyor ve bu yolda Chicago Public Media'nın, Chicago Sun-Times'ı satın alması önemli bir dönüm

noktasını oluşturuyor. Bu birleşme, kamu yayıncılığının yerel gazeteciliği destekleme konusunda ne kadar kararlı olduğunu ve kâr amacı gütmeyen bir modelle yerel haberciliği koruma amacını yansıtıyor. Nitekim bu model, büyük şehirlerde yerel gazetecilik yapan kuruluşların ayakta kalabilmesi için bağışçılar ve vakıflardan elde edilen desteklerle güçleniyor.

Houston, bu tür birleşmelerin giderek yaygınlaştığını ve kamu medyasının yerel gazetecilikteki etkisini artırdığını vurguluyor. Örneğin, NPR'ın belirli konularda iş birliği yaparak "topic teams" adını verdiği ekiplerle kamu radyo istasyonlarında kapsamlı araştırmalar yürütmesi, küçük haber odalarına büyük katkı sağlıyor. Bu tür iş birlikleri, NPR'ın ABD genelinde yerel halkla araştırmacı gazetecilik yapmasını mümkün kılıyor. Houston'a göre, kamu medyasının dijital start-up'larla yaptığı birleşmeler, yerel habercilik için güçlü bir altyapı sağlıyor ve toplumsal bilgilendirme işlevini daha iyi yerine getirmesine katkı sunuyor. Houston, kamu medyasının dijital haber girişimleriyle birleşmelerine yönelik yayımlanan Public Media Merger Playbook raporuna da değiniyor. Bu rehber, kamu medyası ile dijital haber kuruluşlarının bir araya gelerek yerel topluluklara yönelik kapsamlı ve yüksek kaliteli hizmet sunabileceğini öngörüyor. Kamu medyası, güçlü bağış toplama altyapısını dijital start-up'ların hızlı haber üretimi ile birleştirerek yerel haberciliğin sürdürülebilirliğini artırmayı hedefliyor. Houston'a göre, bu model sayesinde yerel habercilik daha geniş bir topluluğa erişim sağlayabiliyor ve dijitalleşme sürecinde önemli bir rol oynuyor

Sekizinci bölüm oldukça ilginç. Bu bölüme geldiğimizde Brant Houston gazeteciliğin aktivist gruplarla artan iş birliğini ele alıyor. Houston'a göre, sivil toplum kuruluşları ve aktivist gruplar, gazetecilikle iş birliği yaparak toplumsal sorunlara dair daha derinlemesine bilgi sunmaya ve farkındalığı artırmaya çalışıyorlar. Örneğin, New York Times'ın Intercept Brasil ve Brezilya'daki yerli halkı savunan Hutukara gibi kuruluşlarla yaptığı ortak çalışmalar, yasadışı madencilik gibi konularda kapsamlı araştırmalar yapılmasını sağlıyor. Houston, bu tür iş birliklerinin, gazetecilik ve savunuculuk arasındaki çizginin giderek incelmeye neden olduğunu ve gazetecilerin toplumsal değişim yaratma amacı güden projelere yöneldiğini belirtiyor.

Houston, özellikle "Çözüm Odaklı Gazetecilik" (Solutions Journalism) ve "Yapıcı Gazetecilik" (Constructive Journalism) gibi yeni yaklaşımların önemini vurguluyor. Bu hareketler, gazetecilerin yalnızca toplumsal sorunları ortaya çıkarmakla kalmayıp, çözüm önerileri sunmaları gerektiğini savunuyor. Houston'a göre, bu yaklaşım özellikle ABD ve Avrupa'da

destek buluyor ve haberciliği yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda toplumsal gelişime katkı sunan bir araç olarak yeniden tanımlıyor. Çözüm Odaklı Gazetecilik Ağı gibi girişimler, küresel çapta birçok gazeteciyi çözüm odaklı habercilik yapmaları için eğiterek gazetecilikte yeni bir standart oluşturuyor. Bu tür iş birlikleri, yalnızca izleyiciler için daha fazla ilgi çekici ve bilgilendirici içerik sağlamakla kalmıyor; aynı zamanda haberciliğin demokratik ve toplumsal etkisini artırıyor.

Dokuzuncu ve son bölüm olan “*Gazetecilikte etik standartlar*” bölümü gazeteciliği koruma çabalarını ve yeni dijital çağda ortaya çıkan etik zorlukları tartışıyor. Houston’a göre, sosyal medya, botlar ve sahte haber gibi dijital çağın getirdiği sorunlar, gazetecilikte doğruluk ve güvenilirlik standartlarının korunmasını zorlaştırıyor. Özellikle, doğruluğun, şeffaflığın ve etik davranışların sürdürülebilmesi için gazetecilerin bu yeni tehditlerle başa çıkacak şekilde standartlarını geliştirmesi gerekiyor. Stephen Ward¹ gibi gazetecilik etiği profesörleri de dijital çağın getirdiği bu karmaşık ortamda geleneksel etik ilkelerin revize edilmesi gerektiğini savunuyorlar.

Houston, ayrıca tarafsızlık kavramının günümüzdeki siyasi kutuplaşma ve sosyal medya etkisiyle sorgulandığını belirtiyor. Houston’a göre geleneksel olarak tarafsızlık, olayları bilimsel bir yaklaşım ve delil temelli raporlamayla ele alma olarak tanımlanıyordu; ancak günümüzde, tarafsızlık bazen birden fazla bakış açısına eşit yer verme şeklinde çarpıtılabiliyor, bu da hakikatle uyumsuz bilgilere yer verilmesine yol açabiliyor. Bu sorunlar, kamuya bilgi sağlayan bağımsız medya kuruluşları için güvenilirliği korumanın zorluklarını daha da artırıyor. Houston, bu yüzden özellikle kâr amacı gütmeyen medya kuruluşlarının, şeffaflık ve editoryal bağımsızlık konusunda kendilerini daha sıkı bir şekilde tanımlamaları gerektiğini savunuyor.

Houston'a göre, bağışçılardan gelen fonlarla finanse edilen kâr amacı gütmeyen haber odaları için bağışçı etkisi gibi konular da etik zorlukları beraberinde getiriyor. Bağımsızlık ve şeffaflık politikalarının geliştirilmesi, bu tür kuruluşların güvenilirliğini koruma ve toplum tarafından

¹ Stephen JA Ward, yazıları ve projeleri teori ve pratikte alanın gelişimini etkileyen uluslararası alanda tanınmış bir medya etiği uzmanıdır. Eğitimci, danışman ve ödüllü bir yazardır. Gazetecilik ve medya etiği üzerine dokuz kitabı yayımlanmıştır. Ward, aynı zamanda hem akademik hem de profesyonel olarak medya deneyimine sahip bir gazetecidir. Ward UBC Gazetecilik Okulu'nun müdürlük görevinde uzun yıllar kalmıştır. Wisconsin-Madison Üniversitesi'ndeki Gazetecilik Etiği Merkezi, Gazetecilik ve İletişim Okulu'nun da kurucu müdürlüğünü yapmıştır. Oregon Üniversitesi Gazetecilik Okulu'nda Profesör unvanı ile görev yapmaktadır.

hesap verilebilir olma yönünde önemli bir adım olarak görülüyor. Yazara göre bağımsız haber odalarının, kendilerini destekleyen bağışçılarla ilişkilerini kamuya açık bir şekilde yönetmesi ve editoryal bağımsızlığı güvence altına alacak politikalar oluşturması, günümüz gazeteciliği için elzem hale geliyor.

Kaynakça:

Houston, B. (2023). *Changing models for journalism: Reinventing the newsroom*. Routledge.

