

Editör

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Editör Yardımcısı

Dr. İmran UZUN

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, ISSN: 2757-6000

Değerli İletişim ve Sanat Dergisi okur - yazarları;

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisinin (İLSAD) 9. Sayısını, 2023 yılının Ağustos ayı itibariyle siz okurlarımıza sunmaktan ve farklı disiplinlerden akademisyen, sanatçı ve iletişim düşünürlerinin akademik üretimlerini sizlerle paylaşmaktan mutluluk duymaktayız.

Bu sayımızda yer alan çalışmalar heykel, tekstil, grafik tasarım, dijital sanat, sinema, müzik gibi sanatın farklı disiplinlerinden ve iletişimin farklı boyutlarından akademik üretimleri içermekle birlikte; eğitimin tasarım boyutuna ve tasarımın yeni eğitim paradigmalarına, dijital platformlarda uluslararası dil kullanımından, sosyolojik açıdan Türk müziğinin mücadele alanlarına, iletişim alanında insansızlaşmanın olanaklarına kadar birbirinden yaratıcı ve özgün konudan oluşmaktadır. Bu kapsamda dokuz akademik çalışmanın yer aldığı dergimizin bu sayısında sanatın, iletişimin, eğitimin, sosyoloji, ekoloji ve diplomasinin sınırlarında gerçekleştirilmiş metodolojik çalışmalardan bir seçki sizlere sunulmaktadır.

İLSAD editörü olarak, tüm araştırmacılara, dergi baş editörü ve editör yardımcısına, hakemlerimize ve üretici ekibimize emekleri için teşekkür ediyor; Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi yayın ekibi adına, kültürel değerlerimizin ve gelişimimizin sürdüğü, araştırmanın heyecanının hiç bitmediği nice günler, keyifli okumalar diliyorum.

Saygılarımla...

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi Editörü

İCİNDEKİLER

şeyma Müge İBA - Sertaç GÜNEY

SÜRDÜRÜLEBİLİR MALZEME İLE TEKSTİL HEYKELDE “JOANA SCHNEIDER”
ÖRNEğİ

*IN TEXTILE SCULPTURE WITH SUSTAINABLE MATERIAL THE EXAMPLE OF “JOANA
SCHNEIDER”*

s.1-16

Makbule Canan AKYÜZ - Halim ESEN

TÜRK SİNEMASI AYNAYI KENDİSİNE TUTUYOR

TURKISH CINEMA IS KEEPING THE MIRROR TO ITSELF

s.17-37

Gökhan KÖMÜR

KİşİLERARASI İLETİşİMDEN BİLGİSAYARLAR ARASI İLETİşİME: İNSANSIZ
İLETİşİMİN İMKÂNLARI

*FROM INTERPERSONAL COMMUNICATION TO COMPUTER-TO-COMPUTER
COMMUNICATION: OPPORTUNITIES OF UNMANNED COMMUNICATION*

s.38-60

Seher Tetik IşIK

PIERRE BOURDIEU SOSYOLOJİSİ BAğLAMINDA TÜRK MÜZİğİNİN YENİ
MÜCADELE ALANLARI: RADYO VE GAZİNO

*NEW FIGHTING AREAS OF TURKISH MUSIC CONTEXT OF PIERRE
BOURDIEU SOCIOLOGY: RADIO AND CASINO*

s.61-81

Özge DELEN - Ayhan DOĞAN

FISILTI DİPLOMASİSİ: ASMR DÜNYASINDA ULUSLARARASI BİR DİL OLARAK
TÜRKÇE İMAJI

*WHISPER DIPLOMACY: THE IMAGE IF TURKISH AS AN INTERNATIONAL LANGUAGE
IN THE WORLD OF ASMR*

s.82-104

Yunus Türkşad YEGİN

“DİJİTAL SANAT” ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARIN BİBLİYOMETRİK
ANALİZİ

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH ON “DIGITAL ART”

s. 105-118

Dicle YILDIRIM

DEĞİŞEN TASARIM EĞİTİMİNDE YENİ PERSPEKTİFLER VE YÖNTEMLERE
İLİŞKİN BİR İNCELEME

*A REVIEW OF NEW PERSPECTIVES AND METHODS IN CHANGING DESIGN
EDUCATION*

s. 119-131

Zehra ATABEY

KÜRESEL BİR MARKA OLARAK IKEA’NIN BASILI REKLAM
KAMPANYALARINDAKİ TASARIM ANLAYIŞI: İSVEÇ VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

*IKEA AS A GLOBAL BRAND DESIGN CONCEPT IN PRINTED ADVERTISING
CAMPAIGNS: THE CASE OF SWEDEN AND TURKEY*

s.132-147

Hayal GÜR

ÇAĞDAŞ TÜRK RESİM SANATINA ETKİ EDEN ÜSLUPLAR
STYLES THAT AFFECT CONTEMPORARY TURKISH PAINTING

s.148-161

Editör

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Editör Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi İmran UZUN

Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi (International Journal of Communication and Art-IJCOMAR) uluslararası katılıma açık, çok dilli, disiplinler arası ve bilimsel bir hakemli dergidir. Olağan yayım periyodunda Nisan-Ağustos-Aralık aylarında olmak üzere yılda 3 sayı yayımlanır. Akademi dünyasındaki gelişmeler, özel tematik ilgiler, sempozyum/kongre etkinlikleri ve yazarların kolektif teklifleri gibi durumlarda özel ya da ek sayılar yayımlanabilir.

IJCOMAR, İletişim ve Sanat disiplinleri ile alt disiplinlerinin her alanından kuramsal veya araştırma yönlü yazıları/çalışmaları yayımlayan bir dergidir. Dergide yayımlanması planlanan çalışmalarda, disiplinler ve disiplinler arası ilgiler kurulması beklenir. Günceli, tarihseli ve geleceğe dair olanı eksene alan yeni yaklaşımların tartışma alanı olma hedefiyle hareket edilir.

IJCOMAR'a gönderilmesi düşünölen çalışmaların ön değerlendirmeye alınması için, öncesinde hiçbir platform ya da yayım organında yayımlanmamış olması ön şartı aranır. Bunun yanı sıra, başka bir yayım ortamında eş zamanlı değerlendirmede olan çalışmalar, değerlendirmek üzere gönderilmemelidir. IJCOMAR, yazarlarından akademik etik davranışları bekler, çalışmaların bilim geleneğindeki üretme ve yaratıcılık kültürüne sadık birer katkı niteliğinde olmasını önemser. Yazarlarını özgül saygınlıkları ile özelleştiren IJCOMAR, karşılıklı saygı esasını yayım sürecinin merkezinde konumlandırır.

DERGİ YÖNETİMİ

Editör

Doç. Dr. Ezgi TOKDİL

Editör Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi İmran UZUN

ALAN EDİTÖRLERİ

Animasyon: : Dr. Öğr. Üyesi Elvan TEKİN-Fırat Üniversitesi

Müzikoloji: Doç. Dr. Seher TETİK IŞIK-Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Görsel İletişim ve Tasarım: Prof. Dr. Fatih ÖZDEMİR-Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Fotoğraf: Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN-Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Sanat Eğitimi: Dr. Aina Strode-Rezekne Academy of Technologies,Latvia

Dr. Yahya HİÇYILMAZ-Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Resim: Prof. Dr. Katarina Dordevic-University of Nis, Faculty of Arts in Nis, Serbia

Doç. Muhammed TATAR-Atatürk Üniversitesi

Tiyatro: Prof. Dr. Dima Raad-Lebanese University- Institute of Fine Arts and Architecture.

Sanat Kuramı ve Eleştirisi: Doç. Dr. Nardane Yusifova-Ulusal Azərbaycan Tarih Müzesi

Restorasyon: Dr. Öğr. Üyesi Reksane Hasanova-Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Heykel: Dr. Öğr. Üyesi D. Tülay Özkul-Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Öğr. Gör. Sitari Vasilii-Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice

Sahne Sanatları: Dr. öğr. Üyesi Tamer TEMEL-Atatürk Üniversitesi

Grafik: Prof. Dr. Gökçe KEÇECİ-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi

Doç. Zafer LEHİMLER-Atatürk Üniversitesi

Müzik: Öğr. Gör. İbrahim ODABAŞI-Akdeniz Üniversitesi

Mimarlık: Prof. Dr. Faris KARAHAN-Atatürk Üniversitesi

Geleneksel Sanatlar: Doç. Dr. Hüseyin ELİTOK-Atatürk Üniversitesi

Gazetecilik: Doç. Dr. İbrahim Ethem ZİNDEREN-Atatürk Üniversitesi

Sinema: Dr. Öğr. Üyesi Cevahir Sinan ALTUNDAĞ-Fırat Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Türker ELİTAŞ-Mustafa Kemal Üniversitesi

Halkla ilişkiler: Dr. Öğr. Üyesi Serpil KIR ELİTAŞ-Mustafa Kemal Üniversitesi

Yeni Medya: Öğr. Gör. Savaş KESKİN-Bayburt Üniversitesi

Seramik: Doç. Dr. Nevin AYDUSLU-Atatürk Üniversitesi

Moda Tasarımı: Dr. Hir P Vyas-Fashion communication Design NIFT Gandhinagar

Cam ve Çinicilik: Öğr. Gör. Şenol ÖZDEVRİM-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi

Yabancı Dil Uzmanı

M. Gani GENÇER

Grafik Tasarım

Mehmet FIRAT



BİLİM VE YAYIN KURULU LİSTESİ

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL – Türkiye Manas Üniversitesi İletişim Fakültesi/Kyrgyzstan

Prof. Dr. Süreyya TEMEL – Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Can KARAHAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Ata Yakup KAPTAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Güler ERTAN –Arel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN - İstanbul Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ – İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Devabil KARA – Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Işık ÖZDAL – Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Göksel GÖKER - Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Zafer LEHİMLER – Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Sena SENGİR - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Derya ŞAHİN - İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Binnaz KOCA - İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Benan ÇOKOKUMUŞ - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Elvan TEKİN – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Yahya HİÇYILMAZ - Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi/Türkiye

Dr. Bextiyar YUSUBOV - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaycan

Dr. Ramil Memmedov Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaycan

Dr. Hir P Vyas-Fashion communication Design NIFT Gandhinagar/India

Dr. Aina Strode-Rezekne Academy of Technologies/Latvia

Öğr. Gör. Şenol ÖZDEVRİM-Kıbrıs Amerikan Üniversitesi/Cyprus

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Katarina Dordevic-University of Nis, Faculty of Arts in Nis/Serbia

Prof. Dr. Dima Raad-Lebanese University- Institute of Fine Arts and Architecture/Lebanon

Prof. Evren KAVUKÇU – Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

**Prof. Dr. İnara MEHERREMOVA - Nahçıvan Devlet Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi/Nakhchivan**

Prof. Dr. Gökçe KEÇECİ-American University of Cyprus/Cyprus

Prof. Dr. Mahir KADAKAL - Bayburt Üniversitesi / Türkiye

**Prof. Dr. Mehmet KAVUKÇU – Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Güzel Sanatlar
Fakültesi/Türkiye**

Prof. Dr. Mustafa BULAT- Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Şükrü SİM – İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Prof. Dr. Çağatay İnam KARAHAN - Ondokuz Mayıs Üniversitesi/Türkiye

Prof. Dr. Fatih ÖZDEMİR - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/Türkiye

Doç. Dr. Aslıhan ZİNDEREN - Atatürk Üniversitesi / Türkiye

Doç. Dr. Erdoğan AKMAN - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/KIRGIZİSTAN

Doç. Dr. Seher TETİK IŞIK Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi/Türkiye

Doç. Muhammed TATAR - Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Aydın ZOR – Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

**Doç. Dr. Fatma ÖZTÜRK DÖNMEZ – Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel
Sanatlar Fakültesi/Türkiye**

Doç. Dr. Huriye KADAKAL - Bayburt Üniversitesi /Türkiye

Doç. Dr. İbrahim Ethem ZİNDEREN – Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. İsmail TETİKÇİ – Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Mahir BAYRAMOĞLU – Bayburt Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Afet ASLANOVA - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaijan

Doç. Dr. Bextiyar YUSUBOV - Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Azerbaijan

Doç. Dr. Üyesi Niyazi AYHAN - Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/KIRGIZİSTAN

Doç. Dr. Serpil Kır ELİTAŞ – Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Doç. Dr. Türker ELİTAŞ –Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

**Dr. Öğr. Üyesi Regina JAMANKULOVA - Kırgızistan-Türkiye Manas
Üniversitesi/KIRGIZİSTAN**

Dr. Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Lokman ZOR – Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi İmran UZUN – Kocaeli Üniversitesi /Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Tamer TEMEL- Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Neslihan GÖKER – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa DEMİR – Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Neslihan Dilşad DİNÇ – Bitlis Eren Üniversitesi/Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Aziz Coşkun – Bitlis Eren Üniversitesi/Türkiye

Öğr. Gör. Dr. Yunus Türkşad Yegin - Giresun Üniversitesi/ Türkiye

Dr. Meltem Güzel - İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa

Dr. Zülküf NANTO - MEB/ Türkiye

Dr. Bülent POLAT - MEB/ Türkiye

Dr. Ramil Memmedov Azerbaycan Devlet Ressamlık Akademisi/Türkiye

Öğr. Gör. Victor Cretu - Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice/Moldova

Öğr. Gör. Sitari Vasilii - Academia de Muzica Teatru si Arte Plastice/Moldova

Öğr. Gör. Liana Almyasheva - Yeosu Technical Institute in Tashkent/Uzbekistan

TARANDIĞI İNDEKSLER







Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 1-16

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 31.05.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Dr. Öğr. Üyesi şeyma Müge İBA

Selçuk Üniversitesi

mugeiba@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1612-2494

Dr. Öğr. Üyesi Sertaç GÜNEY

Selçuk Üniversitesi

sertac.guney@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9301-0026

SÜRDÜRÜLEBİLİR MALZEME İLE TEKSTİL HEYKELDE “JOANA SCHNEIDER” ÖRNEĞİ

ÖZET

Güncel sanat uygulamalarında malzeme ve tekniğin olanakları gün geçtikçe genişlemektedir. Postmodern süreçten bu yana bu ilişki çeşitli biçimlerde ele alınmıştır ve hala ele alınmaya devam etmektedir. Bu durum sürekli alternatif malzeme arayan bir yapıya dönüşmüştür. Bu bağlamda sürdürülebilirlik önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde tekstil endüstrisinin çok yoğun tüketim ihtiyacına cevap verdiği bilinmektedir. Bu durum, beraberinde kullanılmayan, atık olarak değerlendirilebilen ya da parça tekstil ürünlerini, geri dönüştürülebilir yapıyla, bir kaynak olarak değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Bu çalışmada ilk önce, sürdürülebilirlik kavramı ve tekstil ilişkisi incelenecektir. Daha sonra malzeme olarak tekstilin tekniğe dönüşen yapıyla heykel sanattaki örneklerine değinilecektir. Bu örnekler içinde güncel sanatçılardan konuyu ele alış bakımından daha farklı bir yapıyla eserler üreten Joana Schneider’in işleri üzerinden değerlendirme yapılması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda Schneider’in işleri hem sürdürülebilir malzeme hem de süregelen bir içerik olarak değerlendirilip çalışma sonlandırılacaktır.

Bu çalışmanın bütününde araştırma ve bulguların derlenmesi sırası ile gözetilecektir. Araştırma sırasında çeşitli yazılı ve görsel kaynakların yanı sıra, internet veri tabanı ortamından da yararlanacaktır. Bu çalışmanın materyalini ise çeşitli görsel kaynaklar ve literatür taraması sonucunda elde edilen verilerin oluşturması hedeflenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Tekstil Heykel, Geri Dönüşüm Sanatı, Sanat ve Sürdürülebilirlik, Joana Schneider, Maske

IN TEXTILE SCULPTURE WITH SUSTAINABLE MATERIAL THE EXAMPLE OF “JOANA SCHNEIDER”

ABSTRACT

The possibilities of materials and techniques in contemporary art applications are expanding day by day. Since the postmodern period, this relationship has been handled in various ways and still continues to be discussed. This situation has turned into a structure that is constantly looking for alternative materials. In this context, sustainability emerges as an important phenomenon. Today, it is known that the textile industry responds to the need for intense consumption. This makes it possible to evaluate the unused, waste or piece textile products as a resource with their recyclable structure.

In this study, firstly, the concept of sustainability and the relationship between textiles will be examined. Then, the examples of sculpture in art will be mentioned with the structure of textile as a material turned into technique. Among these examples, it is aimed to evaluate the works of Joana Schneider, who produces works with a different structure in terms of handling the subject from contemporary artists. In this direction, Schneider's works will be evaluated as both sustainable material and an ongoing content and the study will be concluded.

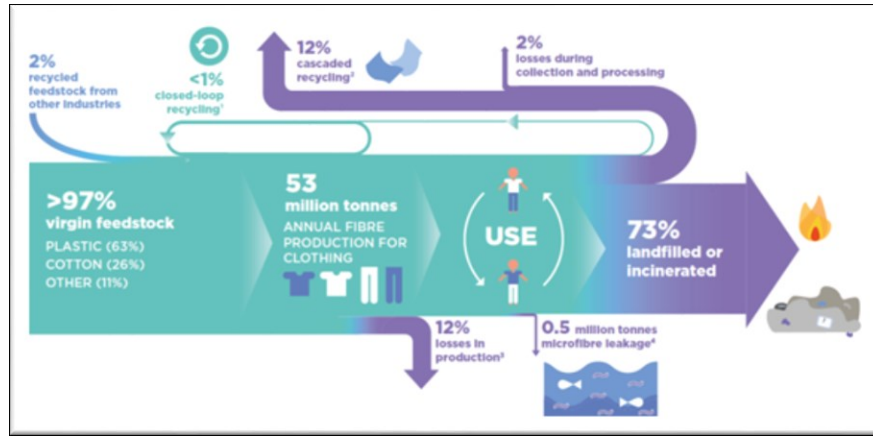
Throughout this study, research and compilation of findings will be observed in order. During the research, besides various written and visual sources, it will also benefit from the internet database environment. The material of this study is aimed to form the data obtained as a result of various visual sources and literature review.

Keywords: Textile Sculpture, Recycling art, Art and Sustainability, Joana Schneider, Mask

GİRİŞ

Günümüzde sürdürülebilirlik kavramı hemen hemen tüm sektörlerde karşımıza çıkmaktadır. Öncelikli olarak sivil toplum örgütlerinin ve devletlerin önderliğinde dikkat çekilmeye çalışılan bu kavramın, artık insanların bireysel olarak sahiplenmesi gerektiği bir noktaya gelmiştir. Sürdürülebilirlik, çevre dengesi ile ekonomik büyümeyi birlikte ele alan, hem doğal kaynakların etkin kullanımı sağlayan ve çevresel kaliteye önem veren hem de gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını tehlikeye sokmaksızın bugünkü ihtiyaçlarını karşılayabilen bir model olarak tanımlanmaktadır (Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Trendler, 2017: 3). Bu model içerisinde bireylerin de etkin rol alması gerekmektedir. Bu rolün benimsenmesinde tasarımcılara ve sanatçılara önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Bu kapsamda sürdürülebilirlik sadece üretim açısından değil tüketim açısından da değerlendirilmelidir. Yaşam kalitesindeki artış, tüketim artışına yol açmaktadır. İnsanların bireysel olarak, ihtiyaçlarını karşılayabilecek şekilde tüketim tercihlerinde bulunması ve gelecek kuşaklara yaşanabilecek bir dünya bırakabilmeleri sürdürülebilirlik kavramının özünü oluşturmaktadır. Üretim ve tüketim arasındaki dengenin kurulması ve döngüsel bir model içerisinde tüketilen malzemelerin üretime geri dönüşünün sağlanması büyük önem arz etmektedir. Bu döngüsel modelin sadece endüstriyel boyutunun değil sanatsal boyutunun da olması, bireylerin sürdürülebilirlik kavramını tamamen yaşam tarzlarına katabilmelerine destek olmaktadır.

Günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası olan tekstil ve giyim, küresel ekonomide lokomotif bir sektördür. Günümüzde, tekstil endüstrisi doğal kaynakları büyük oranda kullanmakta bununla birlikte insan hayatına ve çevreye negatif etki etmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirlik konusunda tekstil endüstrisi büyük bir etki faktörüne sahiptir. 53 milyon ton senelik lif üretimi ve bunun sadece %1’ den daha az bir oranının tekstil endüstrisi içerisine geri dönüştürülebilmesi her sene 100 milyon dolardan fazla kayıp anlamına gelmektedir. Üretilen giysilerin %73’ ünün kullanım dışı olarak çöpe atılması, tekstil endüstrisinin ne denli büyüyen bir problem olduğunun göstergesidir (Circular Fibres Initiative Analysis on the Share of Materials, 2017: 20). Görsel 1’ de giysi üretimindeki küresel materyal akışı gösterilmiştir.



Görsel 1. Giysi üretimindeki küresel materyal akışı (2015) (Circular Fibres Initiative Analysis on the Share of Materials, 2017: 20)

Tekstil ve giyim sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Tekstil üreticileri, geri dönüştürülmüş hammadde kullanarak üretilmiş ürün satışıyla, kullanılmış ürünleri geri dönüşüm için toplayarak ya da tasarımcılarının özel ürün tasarımlarıyla sürdürülebilirliğe dikkat çekmektedir. Sanatçılar ise kullanılmış giysi parçaları, üretim esnasında oluşan tekstil atıklarını sanat ürününe dönüştürerek sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.

Sanatın Sürdürülebilirliğe Katkısı

Sanatın gelişim sürecinde pek çok akım, dönem ve hareket oluşmuştur. Sanatçılar önceleri doğayı taklit eden mimetik yaratıcılar, kültür ve insanlık tarihi geliştikçe kendi üsluplarını yaratabilen bir hale gelmişlerdir. Klasik sanat eğitiminin, akademinin dışına çıkıp sanatın boyutunu, etkisini ve yerini sorgulamışlardır. Bu süreçte sanatın entelektüel ve burjuva sınıfına hizmet ettiği durumları tersine çevirmişlerdir. Dünyanın içinde bulunduğu savaşlar, ekonomik yapı ve siyasal yapı da sanatın anlamının değişmesine etmen olan nedenlerden bazılarıdır. Ayrıca psikoloji, fizik, sosyoloji ve felsefe alanında yaşanan gelişmelerde sanatı kökten değiştirmiştir. Artık sanatçı kişilik gittikçe bilinçlenmiş ve neden/nasıl/ ne için sanat

yaptığı konusunda oldukça bilgilenmiştir. Bu dönemlerden en önemlisi de kuşkusuz savaşlarda verilen kayıplar, yeni dünya inşası ve Bauhaus okuludur.

Bauhaus okulunda başlayan işlevsel tasarım mantığı giderek daha olgunlaşmış ve kendine yeni bir janr bulmuştur. Tasarım, ergonomi, özgünlük ve sürdürülebilirlik kavramları pek çok açıdan tekstil materyallerini kullanarak yeni bir alana doğru yönelmeye başlamıştır. Özellikle sanayi devriminin etkisi ile sanatçı, zanaatçı ve tasarım ilişkisine yeni bir bakış açısı gelmiştir. Toplumsal değişimlerin yanı sıra, sanatçı da bu değişim sürecinden etkilenmiştir artık zanaatkâr ustalık becerisinin yanı sıra, aklını ve iç dünyasını da tasarımlarına özgün bir biçimde yansıtmaya başlamıştır. Bu süreç psikalizin keşfinden ve arketiplerin, bilinçaltı ya da bilinçdışının, kolektif bilinç ve kolektif bilinçdışının literatüre katkısından sonra gerçekleşmiştir. Özellikle 19.yüzyılın ikinci yarısında bilim, teknoloji ve sanat alanları, sanatçının kendi benliğini bulmasına ve sadece bu benlik ile sanatını yapmasına etki etmiştir (Sevim ve Çınar, 2019: 131). Böylece de sanatçı özgün tasarım, yorum ve teknikler geliştirmiştir. Malzeme, teknik ve sanat ilişkisi bakımından yenilikçi bir döneme girilmiştir. Postmodern süreçten günümüze kadar, pek çok sanatçı bu kavramları birleştirerek işler üretmeye devam etmektedir.

Günümüzde sürdürülebilirliğe katkı sağlayan sanatçılar, kendi alanları içerisinde atık malzemeleri estetik ifade biçimlerine dönüştürerek sanat eserleri üretmişlerdir. Genellikle şekil verilebilen, kullanımı ve işlenmesi kolay malzemeler tercih edilmektedir. Bu kapsamda esnek olması, eğrilebilmesi ve dayanıklı olması nedeniyle tekstil atıkları sanatsal kullanım için en ideal malzemelerdendir. Tekstil endüstrisi içerisinde tüketim öncesi ve tüketim sonrası oluşan atıklar değerlendirilerek tekrar bir ürüne dönüştürülebildiği gibi, kişi veya kişiler tarafından bu tür atıklar işlenerek sergilenebilir sanat eserleri haline getirilmektedir. “*Sanat işlerinin takipçileri, sanatı onu izleyerek tüketirken, modanın takipçileri modayı kıyafetler giyerek tüketirler*” (Kawamura, 2016: 152). Kıyafetler tüketici kullanımı sonrası atık durumuna düşerken, izleyerek tüketilen, tüketilmiş bir ürünün veya malzemenin dönüştürülmüş bir hali olarak sunulmaktadır. Böylece atık durumdaki malzemeler uzun yıllar sergilenebilir ürünler olarak gelecek kuşaklara aktarılabilmektedir (Akdemir ve Korkmaz, 2021). Burada sunulan eserin dayanıklı bir formda olması ve uzun yıllar formunu kaybetmemesi sanatın sürdürülebilirliğe katkısı açısından en önemli kriterdir.

Tekstil ve Heykelin Birbirine Yakınlaşması

Sanatçılar, en temel tekstil yüzeyi oluşum tekniği olan dokuma tekniğini eserlerinde kullanmışlardır. Dokuma tekniği, sınırlı bir desen ve motif imkânı sağlayabilmesine rağmen sanatçılar, herhangi bir motif ve desen tercih etmeyerek bir tekstil yüzeyi oluşturarak eserlerinde bu tekniği sadece renk ve tonlama etkisi ile kullanmışlardır. Elde edilen tekstil yüzeylerinin kolayca deformasyona maruz kalabilecek bir formda olmaları uzun yıllar sergilenebilir ürünler olarak gelecek kuşaklara aktarılmasına engel olabilmektedir. Bu

nedenle sanatçılar sunulan eserlerinde kullanacakları teknik ve malzemelerini seçerken, uzun yıllar formunu kaybetmeden sergilenmesini sağlayabilecek dayanıklı bir form kazandırmaya önem vermeleri gerekmektedir.

1969 yılında MoMA (Museum of Modern Art in New York)da Mildred Constantine'nin küratörlüğünü üstlendiği “Wall Hangings” isimli, sekiz ülkeden yirmi sekiz sanatçının katıldığı heykelsi tekstil formlardan oluşan bir sergi açılmıştır. Bu sergi ile disiplinlerarası farkların kalktığı ve değişik malzeme ve tekniklerle formların yapılabileceği fikri daha da net oluşmuştur. Sergi tekstil ve heykel ilişkisi bakımından çok yenilikçi bir tavırda değerlendirilmiştir.

Larsen ve Constantine, sergilerinin kritik bir miras bırakmasını istiyorlarsa bunu kendilerinin sağlamaları gerektiğini biliyorlardı. 1972'de MoMA kataloğunu genişleten Beyond Craft: The Art Fabric'i yayınladılar ve 1981'de The Art Fabric: Mainstream'i yayınladılar. İkinci alt başlık kesinlikle hüsni kuruntuydu, çünkü bu zamana kadar fiber sanat hareketi ilgi odağından çekilmiş, hippie makromesinin bir sonucu olarak reddedilmişti (aslında tam tersi olmuştu). Kadınların fiber hareketin birincil kahramanları olması, marjinalleştirilmesinde şüphesiz göze çarpan bir faktördü (URL 1).



Görsel 2. (Sol) Lenore Tawney, 1962, Dark River, linen and wood, 164 by 22 1/2 inches. Museum Of Modern Art, New York. Erişim: 01.01.2023 <https://www.artnews.com/art-in-america/features/lenore-tawney-mirror-of-the-universe-john-michael-kohler-arts-center-1202686823/>



Görsel 3. (Sağ) Claire Zeisler, Red Preview, 1969, Jute, flanges square knotted and wrapped; cascading ends, 240 × 150 cm (96 × 60 in.), Art Institute Chicago. Erişim: 01.01.2023, <https://www.artic.edu/artworks/56108/red-preview>

Söz konusu tekstil olduğunda çeşitli tekniklerle hacimsel formlar yakalayan heykel ve lif sanatını yakınlaştıran pek çok sanatçı olmuştur. Geleneksel yöntemlerle dokuma tezgâhında dokuma yapan Lenore Tawney şeritler halinde bölerek dokuduğu tapestry’lerle özgün ve soyut arayışlara girerek form ve hacim ilişkisinde espası değerlendirmiştir (Görsel 2). Claire Zeisler ise serbest düğüm tekniğine dayanan oldukça büyük ölçekte makrome yapılarla formlar inşa etmiştir (Görsel 3).



Görsel 4. Sheila Hicks, Enstalasyon. Erişim: 01.01.2023, <https://www.sheilahicks.com/>

Sheila Hicks sarılmış ve dikilmiş modüler parçaları deneysel dokumalarla şekillendirmiş kendine özgü renklendirme yaparak sonlandırmıştır (Görsel 4). Enstalasyonlar yaparak tekstilin mekân içindeki yerini de sorgulamış ve devasa yapılarıyla o güne kadar olan tekstil algısını ironik bir biçimde yıkarak, görsel imaj temelli belleklere tekstil heykellerini farklı alanlara konumlandırarak uygulamıştır.



Görsel 5. Magdalena Abakanowicz, Erişim: 01.01.2023, <https://gloswielkopolski.pl/instalacja-magdaleny-abakanowicz-sprzedana-za-8-mln-zl-nalezala-do-kolekcji-robina-williamsa/ar/c13-14544283>

Polonyalı sanatçı Magdalena Abakanowicz ise resim ve heykel öğreniminin de etkisiyle, kendi başına ayakta durabilen büyük boyutlu dokusal ve hacimsel yapılarıyla heykelsi formları biçimlendirmiştir (Görsel 5).

Yugoslavyalı sanatçı Jagoda Buic dokumanın sınırlarının ötesindeki yorumlarıyla (Koşar. 2016: 198) anıtsal etkiler yakalamış ve tapestry ile heykel yaklaşmasını bir üst boyuta taşımıştır (Görsel 6). Tek başına ayakta durabilen bir nevi monolit yapısıyla tekstil heykeller, arkaik görsel imajları çağrıştırmak için aşinalık yakalamıştır.

Sürdürülebilir malzeme ile tekstil heykeller güncel sanat içerisinde çokça kullanılan bir olgudur. Bu alanda bazı sanatçılar tüketim toplumuna dikkat çekmek, kişisel müdahale ve doğal kaynakların tükendiğine dair sözlerini bu tarz yöntemlerle sanat yaparak ifade etmektedirler. Bu güncel sanatçılardan biri de Emma Freeman'dır. Emma Freeman tekstil heykellerinde öncelikle doğal malzemeleri kullanarak kendi müdahalesini gerçekleştirmektedir. Bunu kendi anlatımıyla bulunan doğal malzemeleri tüylü iplikle birleştiriyor, dokunuyor ve ardından kovan gibi doğal oluşumların etrafına sarıyor (URL 3). Zen Budizmi'nin ilkelerine odaklanan sanatçı bu süreci meditatif bir halde yapmaktadır.



Görsel 6. Jagoda Buić, Hangzhou Triennial of Fiber Art, Erişim: 01.01.2023,
<http://fiberartgallery.altervista.org/jagoda-buic/>

Ann B. Coddington ise dokuma ile heykeller yapmaktadır. Kendi sanatını dijitalleşen dünyaya karşı paradoksal bir şekilde insanları birbirine bağlama çabasıyla, insanları birbirinden ayıran, izole eden ve giderek daha karmaşıklaştıran yapıya karşı olarak (URL 4) yorumlamaktadır. Geleneksel sepetçilik zanaatını geliştirerek kendi üslubuyla harmanlamıştır.



Görsel 7. (Sol) Emma Freeman, kovan, iplik, Erişim: 09.02.2023, <https://emmafreeman.podia.com/fb28ff8d-c1c7-4974-89f1-9e55d07593e8>

Görsel 8. (Sağ) Ann B. Coddington, 2005, twined linen, Erişim: 09.02.2023,
<https://ux1.eiu.edu/~abcoddington/portfolio/wovens/wovens.html>

Patricia Downs tel ızgaralar etrafında şeritler haline getirdiği kullanılmış kumaşlardan heykeller yapmaktadır. Onun işlerinde kişisel süreçleri görmek ve üç boyuta dönüşüm evrelerini anlamak mümkündür.

Joyce Watkins King kendi sanatını şu şekilde tanımlar:

Tekstil ürünleri, dünya çapındaki kültürleri aşan evrensel bir dilin parçasıdır ve özel durumlar için güzellik, fayda, yaratıcılık ve semboller sunar. Kumaş, güçlü ve kalıcı bir şey yapmak için kaç ayrı ipin (kırılgan iplikler) bir araya gelebileceğinin bir metaforudur. Çoğu zaman işçiler, tüketiciler ve özellikle çevre için yıkıcı sonuçların farkına varmadan, çok fazla ucuz hızlı moda tüketme eğilimine karşı, işimde mümkün olduğunda ipliği, kumaşı ve buluntuları yeniden kullanmaya çalışıyorum (URL 5).

Sanatçı tekstilde geri dönüşüm mantığıyla hareket eder ve kitlesel tüketime dikkat çekerek işlerinde bu tarz vurgular yapmaktadır.

Derick Melander küresel tüketim ile giydiklerimizle kurduğumuz yakın ilişki arasındaki kesişimi keşfeden giysi heykelleri yaratmaktadır (URL 6).



Görsel 9. (Sol) Patricia Downs, Ulcerative Geodes karışık elyaf ve tel, 2020, Erişim: 09.02.2023, <https://www.patriciadownsart.com/about-my-work>

Görsel 10. (Sağ) Joyce Watkins King, "When did jeans become fast fashion?", Erişim: 09.02.2023, <https://www.jwkingart.com/2018/10/11/when-did-jeans-become-he-backbone-of-the-fast-fashion-industry>



Görsel 11. Derick Melander, The Painful Spectacle of Finding Oneself, Katlanmış ikinci el giysi, ahşap ve çelik, Erişim: 09.02.2023, <https://derickmelander.com/clothing-sculpture-all-works/clothing-sculpture-the-painful-spectacle-of-finding-oneself/>

Yukarıdaki örneklerde görüldüğü üzere, tekstil heykeller ayrı bir anlatım dili oluşturmaya başlamıştır. Tekstilin yüzeye yön veren yapısının heykelin formsal kaygılarıyla birleşmiş olduğunu söylemek mümkündür. Bu birliktelik heykelin sadece kütle sanatı olarak algılanmasına yönelik, ters köşe olabilecek yeni bir boyut kazandırmıştır. Temelde heykeldeki formsal kaygılar daha çok kütle ve espas kaygılı olduğu düşünülebilir. Tekstil ve heykelin buluşması ya da melez bir yapı oluşturması iki farklı disiplin içinde yeni bir yönelim başlatmıştır. Bu yönelimde tekstil sanatçıların temel kaygısı, heykelin anıtsal etkisini yakalamak olması mümkündür. Sadece anıtsallık değil aynı zamanda heykelin espas ve kütle ilişkisi bazında da yenilikçi bir tavır vardır. Bu tavır kendine bu melez oluşumla ayrı bir alan açmaktadır. Tekstil eserler genellikle uzamsal ilişki bazında biraz zayıf kalırken artık bu ilişki daha farklı bir mecraya taşınmıştır.

Çalışma kapsamında incelenen örneklerden güncel sanatçılara gelince, onların aradıkları etkiler daha kişisel ve yöresel bazdadır. Sanat temelde içsellik, öznel bir süreç ve bireysellik gerektirdiği için bu doğrultuda eserler görmek şaşırtıcı değildir. Ayrıca dijitalleşen bu çağ her şeyin kolay tüketildiği ve üretildiği, hiçbir şeyin pek de değerinin bilinmediği bir yapıdadır. El emeği gittikçe daha da değerlenmiş, el işçiliğinin kıymeti yeniden gündeme gelmiştir. Bilindiği üzere tekstil sanatında yöresel ve kişisel düğüm teknikleri, yöresel kumaşlar ve dokuma çeşitleri vardır. Bunlar dijital çağda yeniden değerlendirilmiş ve kendine bu anlamda bir alan açmıştır. Güncel sanatçılardan bazıları da bu alana hitap eden işler yapmaktadırlar.

Ayrıca tekstil heykellerinin çoğunu kadınların yaptığı da görülmektedir. Bu çalışmada ele alınan örnekler bazında değerlendirme yapmak gerekir ise tekstilin kültürel ve domestik yapısının yerini evrensel anlatım biçimleriyle şekillenen örneklerle dönüştüklerini söylemek mümkündür. Bu örnekler içinde Joana Schneider’ı farklı kılan en önemli özellik kuşkusuz ki sürdürülebilir malzeme ile kendi tekniğini oluşturmasıdır.

Joana Schneider Örneği

1990 doğumlu sanatçı tekstil ve moda eğitimi almıştır. Alman olan sanatçı okul döneminde deniz ile karşılaşması mesleki bir dönüm noktasına gelmesine sebep olur. Scheveningen ve Katwijk'teki denizcilerin ağ yapımlarını seyrederken ağların bazılarının yalnızca iki hafta kullanıldığını fark eder. Böylece bu ağlardan yeni bir tür sürdürülebilir bir teknik yapmaya karar verir. Bulduğu bu yeni teknikle kullanılmayan eski balıkçı ağlarını ve balıkçıların kullandığı düğüm teknikleriyle birleştirerek sürdürülebilir tasarım mantığında hacim verilebilecek bir yapıya dönüştürür. Mezuniyet için geliştirdiği bu proje ile Schneider, Keep an Eye Textile & Fashion Ödülü'nü alır (URL 2). Böylece kendi üslubunu yaratacak adımları atmış olur.



Görsel 12. Joana Schneider, “Frackles” ,2022, 135 x 210inc., atılmış halatlar, saman, denizcilerin avuç içi kullanılarak organik pamuk tığ işi, samanla örgü, Erişim: 01.01.2023,
<https://www.joanasnneider.nl/characters1?pgid=laee677g-5949739c-966e-48da-8176-cbff58cbebf8>

Schneider, eserinde malzeme olarak kolayca çalışılır ve şekil verilebilir artık ipler, hasır ve organik pamuk kullanmıştır. Malzemeleri özel bir ekipman kullanarak tığ işi formunda yüzey oluşumunu gerçekleştirmiştir. Tığ işi tekniği ile esere daha sağlam ve dayanıklı bir form kazandırılması sağlanmıştır.

Joana Schneider tekstil heykellerini yaparken genellikle organik formlar tercih etmektedir. Fakat kendi düğüm ve dokuma tekniğiyle giderek ebatları büyüyen karakterler yaratmaya başlar. Tekstil heykeller onun elinde heykelsi ifadeler bulur. Bu ifadecilik yumuşak düzey yapısında rastlanması ve elde edilmesi zor karakteristik unsura dönüşür (Görsel 12). Schneider’ın form kazandırdığı devasa masklar arkaik dönemlerden çıkmışçasına, adeta primitif sanatı işaret etmektedir. Bu tarz bir görsel grameri, dokular ve renklerle farklı ama kolektif bilinç açısından da bir o kadar tanıdık örneklere dönüştürmüştür. Jung kolektif bilinç ve kolektif bilinçdışı literatüre kazandırırken, bu iki alan için de insanlığın beslendiği ortak bir havuz benzetmesini yapmıştır. Jung’a göre; bu bağlamda insanlık evrensel bazda birbirine bağlı ve en derinde aynı görsel kaynağa sahiptir. İnsanlığı birbirine bağlayan bu havuz, her türlü insansal deneyimden oluşmaktadır. Jung’a göre insanlık bu havuz sayesinde gelişir. Bu havuzdaki öğelere ulaşma şekli farklılık gösterse de bilinçli ya da bilinçsiz olarak her insan bu havuzdan hem beslenmekte hem de havuzu beslemektedir. Sanatçılar için bu durum insanlığın ortak gramerini içeren zengin bir kaynağa dönüşmektedir.



Görsel 13. Joana Schneider, ” Totem Raufen”, 2018, 370 x 270inc., Yelkencinin avuç içi kullanılarak atık ip ile tığ işi, ip birleştirme, Erişim: 01.01.2023, <https://www.joanaschneider.nl/characters1?pgid=lace677g-af8a68c9-4160-4521-a044-c7c150cb6d8b>

Schneider, eserinde atık halatları uç uca ekleyerek yüzey oluşturmuştur. Uç uca eklemeyi yine özel bir ekipman kullanarak tığ işi yöntemi ile gerçekleştirmiştir. Kalın halatlar kullanarak büyük boyutlarda eserler elde edebilmiştir. Görsel 13’deki “Totem” de Schneider’ın kolektif bilinçte yer alan en güçlü olgulara nasıl bir çağrışım yaptığını bir kez daha göstermektedir. Bu çağrışımlar serbest olabileceği gibi ifadeciliğin çok yoğun olduğu ve salt anlamın peşinde olan yaban sanatı hatırlatmaktadır.

Maskların insanlık tarihi boyunca neredeyse her kültürde bir yeri olduğu bilinmektedir. Masklar insanlık tarihinde yaban insanın kullandığı ilk ve en temel portre ifade şekillerinden

oluşmaktadır. Yabanıl toplumlarda çoğunlukla inanışsal temelli ayinlerde ya da ritüelistik anlarda kullanıldıkları düşünülmektedir. Masklar, temelde insanın olmadığı ya da olamayacağı bir hale girmesine yardımcı olmaktadır. Bir bakıma insanı kendi kimliğini gizlerken başka bir kimliğe büründüren bir yapıya dönüştürür. Özellikle Şamanizm inancında toplu ayinlerde, şaman ruhuna eş olmak istediği hayvanın ya da o topluluk için önemli olan totemin ruhuyla ilişki kurmak bazında kullanılır. Bu sebeple neredeyse her yaban toplumunda maske kullanılır. Bu maskeler her kültürün yapısına göre farklılık gösterir. Yaban toplumlardan sonra primitif sanatla ilgilenen pek çok güncel sanatçı da maskeler yapmaktadır. Bunun sebebi olarak temelde masklar insanlığın en eski ifadesel formlarını taşıdığı düşünülürse kolektif bilinçte ve kolektif bilinç dışında bu imajın var olduğunu söylemek mümkündür. Ata kültürlerden gelen yadsınamaz imajlar pek çok zaman sanatçılara ilham olmuştur.



Görsel 14. (Sol) Joana Schneider, “Punk Boy”, 2022, 205 x 160inc., atık ip ile tığ işi, ip birleştirme, Erişim: 01.01.2023, <https://www.joanaschneider.nl/characters1?pgid=laee677g-78323090-611c-4cd3-8ef0-f48bc6185706>

Görsel 15. (Sağ) Joana Schneider, “Fugitive”, 2019, 300 x 200inc., halat atığı, geri dönüştürülmüş PET iplik, polyester, Erişim: 01.01.2023, <https://www.joanaschneider.nl/characters2?pgid=19r28ppz-6f30a7e6-7c88-456e-9426-0e686e4d9cf5>

Güncel sanatta masklar arkaik dönemdekinden farklı olarak pek çok değişik materyalle yapılmaktadır. Genellikle etkileri ve büyüklükleri çarpıcıdır. Fakat güncel sanatta maske kullanımını arkaik dönemlerden farklı olarak inanışsal temelli değildir. Burada sanatçının genel kaygısı evrensel bir imajı yöresel bir dokunuşla hem kişisel hem de çoğunlukla sadeleştirerek yansıtmaktır. Bu bağlamda Schneider’ın masklarında yeni bir teknikle insanlık tarihi bakımından eski ifadeleri görmek mümkündür (Görsel 14).

Schneider, eserinde atık halatları kullanmıştır. Atık halatların kullanım sırasında maruz kaldığı şartların etkisiyle meydana gelen kendine has ton geçişleri, eserde kendini göstermektedir. Schneider masklarında, hem malzemenin hem de ifadeciliğin sınırlarını ne denli zorladığı örneklerde görülmektedir (Görsel 11-12). Onun maskları sürdürülebilir bir teknikle ifadeye değer katması bakımından ve kolektif hafızanın kimliğini tekrar kazandırması bakımından oldukça farklı bir yaklaşımda olduğu görülmektedir.



Görsel 16. Joana Schneider, “Softcore”, 2020, 250 x 350inc., halat atığı, geri dönüştürülmüş PET iplik, polyester, Erişim: 01.01.2023, <https://www.joanaschneider.nl/characters2?pgid=19r28ppz-20421eb6-8da8-4622-af89-bbb578331029>



Görsel 17. Joana Schneider, “Fountain Man”, 2020, 250 x 190 inc., halat atığı, geri dönüştürülmüş PET iplik, polyester, Erişim: 01.01.2023, <https://www.joanaschneider.nl/characters2?pgid=19r28ppz-6ad9dfc4-b908-46b3-a1d1-0eb0cfb42b4d>

Sanatçı, eserlerinde atık halat ve geri dönüştürülmüş polyester ipler ile özel ekipman kullanarak tığ işi yöntemini kullanmıştır. Ayrıca farklı süsleme teknikleri ile daha detaylı bir eser elde etmiştir. Gimp iplik tekniği ile halat yüzeyi üzerinde dalgalı bir efekt elde edilmiştir. Passementerie yöntemi ile atık halat yüzeyleri canlı renklerle kaplanmıştır.

SONUÇ

Çalışmada sürdürülebilir tasarım ve malzeme ile tekstil sanatının ilişkisi incelenmiştir. Tekstil heykellerin sanat dünyasına çıkışı örneklerle değerlendirilmiştir. Bu örneklerin öncülüğünde gelişim süreci hakkında genel yönelimler de konu dâhilinde çalışmaya katılmıştır. Çalışma kapsamında tekstil ve heykelin buluşma serüveninin nerede başladığı ve hangi örneklerle bu alana doğru meyillendiği görülmektedir. Böylece melez bir yapı oluşum aşamaları anlamaya çalışılmıştır. Tekstil heykellerin form, mekân, içerik ve espas ilişkisine bakılacak olunur ise bu ilişki, gün geçtikçe, yeni malzemeler üretildikçe ve sürdürülebilir mantığı daha da benimsedikçe daha da olgunlaşacaktır. Heykel uzamsal ilişki pratiğinin her yönüyle denemiş en etkili disiplindir. Bu sebeple tekstilin heykele yaklaşması ve melez bir yapı oluşturarak tekstilin bir ihtiyaç, temel kullanım malzemesi yapısından çıkması ile farklı bir sürece evrilmiştir. Bu durum tekstili uzamsal ilişki kurmada yaşadığı temel zorluktan ve zorunluluktan kurtarmış ve kendine yeni bir gramer yaratmaktadır. Bu süreçte kendi üslubunu ve tekniğini oluşturan sanatçılar kendi alanlarında fark yaratmaktadır. Bunlardan biri de Joana Schneider'dır.

Bu makale kapsamında Lenore Tawney, Claire Zeisler, Sheila Hicks, Magdalena Abakanowicz Jagoda Buic, Emma Freeman, Ann B. Coddington, Patricia Downs, Joyce Watkins King ve Derick Melander'in tekstil heykelleri incelenmiştir. Bu heykellerden bazıları, sanatçıların özgün üslupları hariç formalsal olarak tekstil ve heykelin yakınlaştığı benzer örnekler olarak değerlendirilebilir. Bunlar arasındaki benzerlikten kasıt, öncelikle ifade olmayışı, tekstilin kendi dilini tam hissettirmeyişi, daha soyut ve kavramsal yaklaşımları ile ayrıca tekstilin yüzey sergileme fikrini dikey yaklaşımla heykelin anıtsal yapısına dönüştürmeleri bakımından değerlendirilmiştir. Güncel sanatçıların müdahaleleri ise daha çok dijitalleşme karşılığı, toplumsal tüketime ve sürdürülebilirliğe dikkat çeken örnekler olarak değerlendirilebilir. Güncel eserlerde sanatçının kişiselliğinin daha ön planda olduğu görülmüştür. Yumuşak yüzeyler farklı düğüm ve dokuma teknikleriyle şekillenmiş ve boyut kazandırılmıştır. Bu bağlamda yumuşak yüzey ve kütle yapısı hacimsel etkilere dönüşmüştür. Fakat makalede incelenen Joana Schneider'ın eserlere yaklaşımı bahsedilen yapıdan oldukça farklıdır.

Sonuç olarak kadın bir sanatçı olarak Schneider eril formlara ulaşmıştır. Yoğun bir el işçiliği gerektiren tekniğiyle tekstili domestik yapıdan çıkarmış onun yerine arkaik atalardan gelen imajlara dönüştürmüştür. Bu dönüşümde hem formlar içerik bakımından, hem de kullandığı malzeme bakımından, sürdürülebilir olgular olarak ayrılmaz bir yapı oluşmuştur. Bu yapılar temelde kütleli olması beklenen sert hacime sahip algısı yaratan yumuşak yüzey sanatıdır. Tekstil heykelde bu denli ifadeciliğe nadir rastlanıldığını söylemek mümkündür. Aynı zamanda

hem içerik hem de malzeme bakımında süreklilik esas alınmıştır. Schneider’ın sürdürülebilir malzemeyi kendi tekniği ile daha da kalıcı hale getirmiştir. Bunu sadece malzeme bazında değil aynı zamanda insanlığın kolektif bilincinde uzun zamandır çok etkili bir yere sahip olan en köklü imajlardan biri masklar ile de yapmıştır. Bu durum da onun sanatını hem içerik hem de malzeme tekniği bakımından ünik, hem sürdürülebilir hem de özgün kılmıştır.

KAYNAKÇA

Akdemir, İ. ve Korkmaz, F.D., (2021). Sürdürülebilirlik Bağlamında Moda ve Sanat İlişkisi. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. 1 (1), ss.191-207.

Circular Fibres Initiative Analysis on the Share of Materials., 2017.,
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/A-New-Textiles-Economy-Summary-of-Findings-Updated-1-12-17.pdf>

Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş*. Çev. Ş. Özüdoğru. Ayrıntı Yayınları.

Koşar, S.T.A. (2016). *Lif Sanatında Hacmin Etkilerine Farklı Yaklaşımlar*. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, İzmir.

Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği AR-GE ve Pazara Giriş Şubesi, (2017), Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Trendler, 1-41.

Sevim, S. S. & Çınar, S. (2019). Artistik Seramiklerde Alternatif Bir Malzeme Olarak Lületaşı Kullanımı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9 (1), 128-145. DOI: 10.20488/sanattasarim.600436

İnternet Kaynakçası

<https://www.joanaschneider.nl/> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

URL 1. Adamson,G.(2020). Experiencing the Shock of the Old, Fiber Artists Rediscover Shows Like MoMA’s Pivotal 1969 “Wall Hangings”. *Art in America*.
<https://www.artnews.com/art-in-america/features/wall-hangings-moma-rediscovered-fiber-art-1202692079/> (Erişim Tarihi:12.12.2022)

URL 2. #Meet The artist: Joana Schneider. Art Rotterdam.
<https://www.artrotterdam.com/2022/04/22/meet-theartist-joana-schneider/> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

URL 3. <https://notrealart.com/contemporary-textile-artists-womens-history-month-2022/> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

URL 4. <https://ux1.eiu.edu/~abcoddington/portfolio/> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

URL 5. <https://www.jwkingart.com/contact> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

URL 6. <https://derickmelander.com/> (Erişim Tarihi:01.01.2023)

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 17-37.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 27.07.2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
Yayımlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Makbule Canan AKYÜZ

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

canicansu@gmail.com

Prof. Dr. Halim ESEN

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

hesen@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2697-0171

TÜRK SİNEMASI AYNAYI KENDİSİNE TUTUYOR

ÖZET

Türkiye, geçmişten günümüze pek çok siyasi, ekonomik ve toplumsal olayla mücadele etmektedir. 1960, 1971 ve 1980 askeri darbeleri ile bu alanlarda pek çok değişim ve yenilik meydana gelirken, Türk halkı da yaşanan olayların etkisinde kalmıştır. Darbenin, devlet ve toplumsal yapı üzerindeki etkileri Türk sinemasına da yansımış, dönemin yaşanan sorunları filmlere konu olmuştur. Bu çalışma, Türkiye’de yaşanan toplumsal hareketliliklerin Türk sinemasına yansımalarını ve yönetmenlerin Türk sinemasında kalıplaşmış düzene karşı gösterdikleri direnişini ortaya koyması açısından önemlidir. Türk sinemasında devam eden düzenin sebebini, neden farklı çalışmalara imkân tanınmadığını ve yönetmenlerin bu sorunu filmlerinde nasıl ele aldığı çalışmanın problemidir. 1980-1990 yılları arasında çekilen Türk sinema filmlerinden *Arabesk*, *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni* ve *Gece Yolculuğu* filmleri örneklem alınmış, göstergebilimsel çözümleme ve söylem analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Seçilen bu üç filmin analizi ile Türk sinemasının kendini nasıl eleştirdiğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Yönetmenlerin, Türk sinemasına karşı eleştirisini gözler önüne sermek, bu çalışmanın temel çıkış noktasıdır.

Anahtar Sözcükler: Türk Sineması, Yönetmen, Darbe, Toplum, Yansıma, Film, Eleştiri

TURKISH CINEMA IS KEEPING THE MIRROR TO ITSELF

ABSTRACT

Turkey has been struggling with many political, economic and social events from past to present. While many changes and innovations took place in these areas with the military coups of 1960, 1971 and 1980, the Turkish people were also affected by the events. The effects of the coup on the state and social structure were also reflected in Turkish cinema, and the problems of the period were the subject of films. This study is important in terms of revealing the reflections of the social movements in Turkey on Turkish cinema and the resistance of the directors against the stereotyped order in Turkish cinema. The reason for the ongoing order in Turkish cinema, why different studies are not allowed, and how the directors deal with this problem in their films is the problem of the study. *Arabesque*, *Unforgettable Director of Love Movies* and *Night Journey*, which were Turkish movies shot between 1980-1990, were taken as samples and analyzed with semiotic analysis and discourse analysis method. With the analysis of these three selected films, it is aimed to reveal how Turkish cinema criticizes itself. The main starting point of this study is to reveal the critics of the directors against Turkish cinema.

Keywords: Turkish Cinema, Director, Coup, Community, Reflection, Film, Review

GİRİŞ

Türkiye Cumhuriyeti, var olduğu günden bu yana birden çok ekonomik, siyasi ve toplumsal sorun ile mücadele etmiştir ve günümüzde de bu durum devam etmektedir. Siyasi yapıda meydana gelen olaylar sadece devleti değil, sosyal ve ekonomik yaşamı da etkisi altına almıştır. 1960 darbesi, 1971 muhtırası, 12 Eylül 1980 askeri darbesi Türkiye'nin en önemli değişim faktörlerinden bazıları olmuştur. Özellikle 12 Eylül darbesinden sonra ülkede köklü değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler devletin temel yapılanmalarının haricinde kültürel, toplumsal ve sanatsal alanların da değişimini sağlamıştır. Değişimlerden en çok etkilenen sektörlerden biri de sinema olmuştur.

Her toplumda meydana gelen pek çok değişim bulunmaktadır. Bunlar savaş, ekonomik kriz ve teknoloji, bilim ve sanat alanındaki yenilikler ile meydana gelebilmektedir. Dünyada ya da herhangi bir küçük toplulukta dahi yaşanan bir durum, bambaşka bir yerde ses getirebilmektedir. Bunu sağlayan yapı ise hepimizin hayatında önemli yere sahip olan kitle iletişim araçlarıdır. Geçmişten günümüze insanların birbirlerinden haberdar olma ihtiyacı, kitle iletişim araçlarını geliştirmiştir. Kitle iletişiminde önemli bir yere sahip olan sinema filmleri de, toplumlar arasındaki etkileşimin önemli araçlarından biri konumuna gelmiştir.

Sinema, bir toplumda meydana gelen olayların gözlemlenmesi, o toplum hakkında bilgi vermesi ve içinde yer aldığı dönemin yansıtılmasında başvurulabilecek yollardan biridir. Kültürel bir ayna haline gelen sinema, toplumun sahip olduğu kültürden etkilenirken aynı zamanda, var olduğu toplum hariç geniş halk kitlelerini de etkisi altına alabilme özelliğine sahiptir. Türk toplumu da, sinemayı etkileyen ve aynı zamanda sinemanın ürünlerinden etkilenen toplumlardan biridir. Bir Türk vatandaşı olan Fuat Uzkınay'ın çektiği

Ayastefanos'taki Rus Abidesinin Yıkılışı (1914) filmi ile tartışmalı olarak başlayan Türk sinema tarihi, geçtiği dönemlerin toplum yapısını, ideolojisini, kültürünü, siyasi yaşamını, ekonomisini ve bunlar gibi pek çok kavram hakkında bilgiyi içeren bir kaynak haline gelmiştir. Ancak sadece bu tarz konular üzerine bilgi vermenin yanı sıra, sinemanın içinde bulunduğu durumu da belirtmektedir.

Bu çalışma Türk sinemasının, yıllar boyu devam eden kendini tekrar edişini açıklamaya çalışacaktır. Türk sinemasının neden tekrara düştüğü, farklı çalışmalara imkân tanınmamasının sebepleri, yönetmenlerin niye bir arayış içerisinde oldukları ve bu sorunları filmlerinde nasıl ele aldıkları çalışmanın problemi oluşturmaktadır. Türk sinemasının uzun yıllar boyunca tekrara düştüğünü konu edinen *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni (1990)*, *Gece Yolculuğu (1987)* ve *Arabesk (1989)* filmleri örneklem olarak alınmıştır. Bu üç film üzerinden çalışmamız, yönetmenlerin Türk sinemasında ayrılmadığı kalıpları, kendini sürekli tekrar edişini ve bu durumu ortadan kaldırmak isteyen yönetmenlerinde engellendiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Toplumsal gerçekliğin perdeye yansıtılmadığı, seyircilerin pasifleştirilerek düşünmeye sevk edilmediğini ve bir masala inandırıldıklarını düşünen yönetmenler, yeni bir arayış içerisine girmişlerdir. Ancak istediklerini bir türlü alamayan yönetmenler çareyi, yine kendi filmlerinde, yaşadıkları sorunları dile getirerek bulmaya çalışmışlardır. Türk sinemasında, kendilerini film üreterek ifade etmeye çalışmışları, bu tip yeni arayış içerisinde olan yönetmenlerin neler yaşadığı hakkında çalışmamız, bilgi verici nitelikte olacaktır. Dolayısıyla 1980-1990 yılları arasında çekilen bu filmlerin, Türk sinemasının var olduğu günden bu yana seyirciyi gerçeklikten uzaklaştırarak bir masal dünyasına inandırdığını ve Türk sinemasının kendi içerisindeki eleştirisini de ortaya koymasından önemlidir. 1980 ve 1990 yılları ile sınırlandırılan çalışma, belirlenen dönemler aralığında Türkiye'nin toplumsal yapısı ve sinemasını da ele alacaktır. Böylelikle sinemada toplumsal hayatın etkileri de açıklanmış olacaktır. Seçilen filmlerin yönetmenlerinin sinema anlayışlarından bahsedilerek, seçilen örneklem filmleri arasındaki bağlantıya değinilecektir. Filmlerin incelemeleri göstergebilimsel çözümleme ile söylem analizi yöntemi ile yapılacaktır. Söylem, en basit tabiri ile ağızdan çıkan, söylenen şey anlamına gelmektedir. Söyleme eyleminin bir sonucu olarak ortaya çıkan dilsel ifadenin sözlü veya yazılı halidir. Söylem analizi de, metin veya konuşma biçiminde kullanılan dilin detaylı olarak analiz edilmesidir. Bu çalışmada Söylem analizi ile filmdeki karakterlerin ve yönetmenlerin sinemada neler istediği, beklentilerini, yaşadıkları sorunları ve sinema dünyasının durumunu diyaloglar üzerinden tespit etmeye çalışılacaktır. Göstergebilimsel çözümleme ise hem sözlü hem de sözsüz gösterge sistemlerini ve bu sistemlerin anlamının kurulmasını sağlayan bir çözümleme yöntemidir. Çalışmada, bu çözümleme yöntemi ise olayların gösterilme şekillerinin temsil ettiği düşünceleri ortaya koymak için kullanılacaktır.

Askeri Darbe Sonrası 1980-1990 Dönemi Türkiye'si

Günümüz Türkiye'sinin yaşadığı toplumsal yapının düzenlemeleri, kırk yıl önce meydana gelen siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmelerin sonucudur. 1980 askeri darbesi,

Türk toplumunun aklına kazınan ve bu olaylara şahit olan insanların zor bir süreç geçirdiği önemli bir dönem olmuştur.

12 Eylül 1980 darbesi; 1960 darbesi ve 1971 muhtırası, ülkede yaşanan ekonomik, siyasal ve toplumsal sorunların zemin hazırlaması ile meydana gelmiştir. Ancak bu olayları tetikleyen nedenlere de bakılması gerekmektedir. 1979 yılının sonları siyasi ve ekonomik sorunların hat safhada olduğu bir dönem olmuştur (Çetkin, 2020). Hükümetin siyasi olaylara yön verememesi ve gerekli refah ortamını sağlayamaması halkı da rahatsız etmeye başlamıştır. Ülkeyi normal hayata döndürmek için atılan adımlardan biri de ekonomik alanda yapılan çalışmalar olmuştur. Türkiye'nin ekonomik yapısını düzenleyerek ülkeyi içinde bulunduğu buhrandan kurtarmak için alınan 24 Ocak Kararları, bunların en önemli olanlarından biridir. Ancak aslında büyük bir yıkımında başlangıcıdır. Ekonomide meydana gelen dalgalanmalar, ithalat oranının yüksek olduğu Türkiye ekonomisini etkilemiştir. 1979 yılının sonlarına doğru temel ihtiyaçları karşılayacak ürünlerde azalma ve yokluklar yaşanmaya başlamıştır. Mevcut hükümet bu olaylar karşısında istifa etmiş ve yerine Süleyman Demirel başbakan olarak gelmiştir. Demirel'in, Turgut Özal'ı başbakanlık müsteşarlığına getirmesiyle Özal tarafından hazırlanan 24 Ocak Kararları, ekonomik alanda yeni bir döneme geçişin ilk adımıdır. Ülkeyi ithalata sınırsızca açan bu karar ile beraber ihracat artarken aynı zamanda Türkiye'yi de yabancı sermayeye bağımlı hale getirmiştir. Temel ihtiyaçların üretiminde devletin verdiği yardım kaldırılarak, ekonomide halkın etkisi azaltılmıştır. Ekonomiye bireyselleştiren yani özel mülkiyet haline getiren bu karar, 24 Ocak 1980'de ilan edilmiştir. Sendikalar, sivil toplum kuruluşları, dernekler gibi işçi sınıfı kuruluşları kapatılmıştır. Böylelikle hükümetin serbestçe hareket etmesi mümkün hale getirilmiştir. Özal'ın söylemleri, ülkede emek karşıtı çalışmaların yapılmasına yol açmış ve bu duruma askeri kısımdan da destek gelmiştir. Radyo ve televizyonlar da sermayeye bağlanarak özelleştirme yoluna gidilmiştir. Darbenin yapılmasının ardından uygulamaya konulan 24 Ocak Kararları, 1980'lerin ortalarına ve sonlarına doğru beklenen ihracatı yaparken halk arasında gelir eşitsizliğine, rüşvet ve yolsuzluklara, iç ve dış borçlanmaya, küçük işletmelerin de büyük şirketlerin himayesine girmesine yol açmıştır. 1980 ve 1990 yılları arasında meydana gelen ekonomik olaylar ülke ekonomisini liberal bir yapıya dönüştürmüştür (Küçük, Türkiye'de Sosyal ve Siyasal Değişim:1980 ve Sonrası, 2019).

24 Ocak Kararları ekonomide asgari oranda ilerleme kaydetmiştir. Ancak 1961 anayasasının sağladığı özgürlüğün etkisiyle artan terör olayları, siyasetin sağ ve sol olarak bölünmesi, üniversitelerde meydana gelen öğrenci hareketlenmeleri, dernek ve sendika etkinlikleri darbenin yapılmasında önemli nedenler olarak gösterilmektedir. Meclisin kendi içerisinde problemleri çözmemesi, halkın hükümete karşı olan tedirginliğini de arttırmıştır. Sürekli seçim yapılmış ancak cumhurbaşkanı seçilememiştir. Toplumun sorunlarına çözüm getiremeyen iktidar, 12 Eylül 1980 yılında genelkurmay başkanı orgeneral Kenan Evren ve Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından yıkılmıştır. Sivillerin de darbenin gerçekleşmesinde rolü bulunmaktadır. Çünkü ülkenin içinde bulunduğu sıkıntılı durumdan kurtulmasının darbe ile mümkün olacağını düşünmüşlerdir (Akıncı, 2013). Ayrıca toplum tarafından darbeye tepki

gösterilmemiştir. İç karışıklıkların son bulması, halkın lehine olmuştur. Ancak yoğun olarak siyasileşen toplumu siyaset dışı bırakmak isteyen Türk silahlı kuvvetleri, baskı ve silah gücü uygulayarak bunu gerçekleştirmiştir. Evren, hazırlanan anayasa taslağını radyo ve televizyonlardan halka duyurmuştur. Türk halkını kendi istedikleri düzene getirene kadar tutuklamış, işkencelere maruz bırakmış ve hayattan koparmışlardır. Tüm siyasi partiler kapatılarak dernek ve sendika kurmak yasaklanmış, üniversitede yer alan sol görüşlü eğitimciler görevden alınmış ve sıkıyönetim ilan edilmiştir. Ardından başlayan tutuklamalarla eğitimcilerin haber ajanslarına, radyo ve televizyonlara bilgi vermesi suç sayılmıştır. Dolayısıyla pek çok gazeteci ve sanatçı bu durumdan zarar görmüştür (Çetkin, 2020). 1982 anayasası, 1961 anayasasının oluşturduğu yapıyı yeniden düzenlemeye yönelik hazırlanmıştır. Ancak temel hak ve hürriyetler kısıtlanırken cumhurbaşkanının yetkileri arttırılmıştır. Muhafazakâr sistemi de değiştiren anayasa, neo-muhafazakâr düşünce sistemi ile siyaset ve din ilişkisinin yeniden şekillendirildiği bir dönem olmuştur. İlk ve ortaöğretimde din derslerinin zorunlu hale gelmesi, devlet denetimi altında dini görevlerin kolaylıkla yapılması bu sisteme geçişin göstergelerindedir (Küçük, Türkiye’de Sosyal ve Siyasal Değişim:1980 ve Sonrası, 2019, s. 25-28).

1980-1990 yılları darbe ve darbe sürecinde Türkiye’nin yeni düşünce ve sistemlere geçişi, siyasi ve ekonomik alanın düzenlenmeye çalışıldığı ancak bu sırada da toplumun oldukça yıprandığı bir süreç olarak kalmıştır. Bu dönemde bireycilik, özel mülkiyet, yolsuzluk ve çıkarıcılık etkili olmuştur. Devletin yaptığı çalışmalara destek veren yüzlerce, binlerce kişi mağdur edilmiştir. Toplumun refah düzeyi düşmüş ve bunalım artmıştır. Düşünceler bastırılarak, zihinler sömürülmüştür.

Türk Sineması’nda 1980-1990 Dönemi

Toplumsal olaylar, ülkelerin yaşadığı siyasi karışıklıklar, ekonomik krizler, uluslararası sorunlar gibi pek çok durum sinema filmlerine, edebiyata ve şiirlere konu olmuştur. 1980 askeri darbesi, Türkiye’nin yeni bir döneme geçişini sağlamıştır. Ekonomik uygulamalar, ülkeyi krizden kurtarmaya çalışırken bir yandan borçlanmaya, dışa bağımlılığa ve yolsuzluklara itmiştir. Yeni siyaset anlayışları halkın özgürlüğünü, düşüncelerini ve hak arayışlarını kısıtlamıştır (Ekici, 2007). Bu olaylar dolayısıyla tüm sektörleri etkilemiştir. En çok etkilenenlerden biri de sinema sektörü olmuştur.

1980 darbesi Türk sinemasını tüm yönleri ile etkisi altına almıştır. Sinemanın bu döneminin “darbe dönemi sineması” olarak adlandırılması da bunun en iyi örneklerinden biridir. Sinemayı kurgu, tema, müzik, teknik ve senaryo açısından değiştiren Genç Türk Sinemacılar, Türk sinemasını yeni bir döneme geçiren kişiler olmuştur (Hamurcu, 2019). Bu sinemacılar siyasi ve toplumsal konuları filmlerinde işlemişlerdir. Bu çerçevede önceki dönemlerde çekilen özgür konulu filmler, bu dönemde yerini savaş, ekonomi, siyaset, köyden kente göç, toplumsal ve feminizm temalı filmlere bırakmıştır. Kadınlar ön plana çıkarılmış, özgür, iş sahibi ve topluma karışan, erkeğe bağımlı, fahişe olarak işlenmiştir. 1970’lerde seks

filmlerinden geçilmeyen sinemada, darbeden sonra eser kalmamıştır. Toplumsal sorunların artışı ve devlet baskısı arabesk kavramını sinemaya dâhil etmiştir. Zengin kız fakir oğlan, ayrılık, özlem, keder kavramları arabesk furyasının bu dönemde artması ve bunlara ek olarak yoksulluk, karamsarlık, umutsuzluk gibi temaların eklenmesiyle melodram seviyesi yükseltilmiştir. Ayrıca edebiyat uyarlamaları sıkça kullanılmaya başlamıştır. Televizyonun toplumda yaygınlaşmasıyla sinemaya olan ilgiyi azalmıştır (Yerlikaya, 2020).

Türk sineması 1980’li yıllarda uluslararası alanda da etkinliğini göstermeye başlamıştır. Yurt dışında yer alan dergi, festival ve araştırmalarda yer edinmiştir. Ayrıca bu dönemde gerçekleşen önemli gelişmelerden biri de Hollywood filmlerinin Türk sinemasına girmesidir. Videokasetlerin ortaya çıkmasıyla yurt dışından yabancı filmler ülke sinemasında yer edinmeye başlamıştır. Televizyon ve videokasetin gelişmesi ve yaygınlaşması, sinemanın önemini yitirmesine yol açmıştır. Çünkü zaten kısıtlı imkânlarla çekim yapan yönetmenler sinema salonlarında yer alamamış, yabancı sermayeye bağlanan sinema sektörü, Hollywood filmleri tarafından gasp edilmiştir. Videokasetlerin korsan olarak kullanılmaya başlanması da Türk sinemasına ayrı bir darbe vurmuştur. Genç Türk sinemacılar filmlerle toplumsal olayları, bu olaylar karşısında izleyiciyi düşündürmeye yöneltmeye çalışması devlet tarafından engellenmiştir. Bu filmlere bakıldığında sistem eleştirisine ya da karşıtlığına rastlanmadığı görülmektedir. Dolayısıyla toplumsal konulu filmlerin hayata geçirilememesi, yönetmenleri bireyci sinema anlayışına yöneltmiştir. Askeri darbe, toplumda emek savunucusu olan tüm dernek, sendika ve vakıf gibi kuruluşları ortadan kaldırmıştır. Halkın etkinlikleri silahlı güç uygulanarak engellenmiştir. Aydın kesim, gazeteci, yazar, eğitimci ve sinemacılar tutuklanmıştır. Bazı kitap ve filmler suç olarak sayılmıştır. Sine-sen gibi sinemacılara dair tüm kuruluşlar kapatılmıştır. Gözaltına alınan, işkencelere maruz kalan, tutuklanan kişilerin serbest bırakılmasıyla tekrar topluma uyum sağlama süreci filmlerde kısıtlanarak verilmiştir. Rejimin etkilerinin azalması ile sinemaya dönük çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. 1984 yılında Film Yapımcıları Meslek Birliği (FİYAB), 1987’de Türkiye Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği (SESAM), 1988’de SODER, 1989 yılında ise FİLM-YÖN kurulmuştur. Festival ve şenlikler düzenlenmeye başlamıştır. Kültür bakanlığı sinema teşvik ödülleri ile bir yarışma düzenlemiştir (Hamurcu, 2019).

1980 sonrasında sinema ve devlet ilişkilerinde düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Mecliste sinema ile ilgili yapılan görüşmelerde sinemanın olumsuz yönleri ele alınmıştır. Sadece filmler üzerinden eleştiriler yapılmış sinemanın sorunlarını çözmeye yönelik çalışmaları yer almamıştır. Filmlerin çocuklar ve gençler üzerinde oldukça yoğun bir etkisinin olduğu, anarşi, ahlaksızlık, milli gelenek ve göreneklere aykırı bir yapıda olduğu savunulmuştur. Sinemanın toplumun alt sınıfına hitap ettiği düşünülmektedir. Çıplaklığın, müstehcenliğin inanç sistemlerine ters düştüğü vurgulanırken cinsel içerikli filmlerin sinemada yer almasına nasıl izin verildiği, bu tip öğelerin filmlerde yer almasının özendirici olduğunu belirtmişlerdir. Milli değerlerin yok edilmeye çalışıldığı iddia edilmiştir. Sinema alanında yapılan çalışmalar da bu dönemden sonra başlamıştır. 1983 yılından sonra yasal olarak düzenlemeler yapılmıştır.

Bu düzenlemelerle, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ile korsan yayıncılığın engellenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Sinema Video ve Müzik Eserleri Kanunu, müzik ve sinema eserlerinin üretimi, dağıtımını, denetimi ve telif haklarıyla ilgili düzenlemeleri ele almaktadır. İlerleyen dönemlerde bu kanunlara değişiklikler getirilerek yenilemeler yapılmıştır (Hıdıroğlu, 2010).

Yıkıcı bir dönemden geçen Türk sineması, 1980’lerin sonlarına doğru devlet ile arasında olan bağı farklı bir döneme girmiştir. Yeni bir evreye giren sinema, yaşadığı sorunların üstesinden gelmeye başlamıştır.

Türk toplumu geçmişten günümüze sayısız sorunla mücadele etmiştir ve halen daha bu mücadelesine devam etmektedir. 1970’lerde etkili olan ekonomik kriz 1980 yılında tavan yapmış, bunalıma giren halk çözüm yolu bulamamıştır. Türk silahlı kuvvetlerinin yönetime el koymasıyla bir nebze sorunların ortadan kalkacağını düşünen toplum, büyük bir hezeyana uğramıştır. Devlet baskısı, yaşamın dengesini değiştirmiştir. Bu değişimin en çok yansıdığı alanlardan biri de sinema olmuştur. Toplumun sorunlarını dile getirmek isterken, engellenmiştir. Yinede pes etmeden film üretilmiş, yok olmamak için çok çaba sarf edilmiştir.

Ömer Kavur’un Sinemaya Bakışı: Gece Yolculuğu

1980 ve sonrası Türkiye’de pek çok düzenin değiştiği yıllar olmuştur. Ülkenin siyasal, sosyolojik ve ekonomik durumları sinemanın da gelişim ve değişime girdiği önemli bir dönem olmuştur. 50 yıla yakın Türk sinemasında etkin olan Yeşilçam süreci, 1980 darbesi sonrası değişen düzende yok olmuştur. Darbenin etkisiyle artık siyasetin radyo, yaygınlaşmaya başlayan televizyon ve sinemada sansürleri, baskıları yoğun olarak artmaya başlamıştır. Dolayısıyla bu dönemde toplumsal konulara eğilim azalmıştır. Toplumun yaşadığı sorunlu dönemler filmlere konu olmuş ancak bireyci bir anlayışla gösterilmiştir. Yeşilçam serüveninin sona ermesiyle, genç yönetmenler bu durumu yeni bir sinema anlayışına çevirmişlerdir. Farklı tema, müzik, kurgu ve alt metinler kullanılmaya başlanmıştır. Ömer kavur, bu yeni devirde, Türk sinemasının kalıplarından sıyrılıp kendine has bir yönetmen olarak sinemada yerini almıştır.

Ömer kavur, filmlerinde Yeşilçam’ın kalıplarından kurtularak kendine özgün yeni bir anlatım oluşturmuştur (Akıncılar, 1987). Bu özgün anlatımın temelinde ise kendi kişisel dünyası yer almaktadır. Yaşadığı olaylar ile toplumsal olayların etkilerini işlediği temalarda göstermiştir. Edebiyatçılarla birlikte çalışmalar yaparak, edebi eserleri filmlerine uyarlamıştır. 1986 yılında, Yusuf Atılgan’ın romanından uyarladığı *Anayurt Otel*i, Türk sinemasında edebiyat uyarlamasının en başarılı örneğidir (Kurt, 2019). İlk döneminde çektiği filmler Ömer Kavur’un sonraki filmlerinin de yapısını oluşturmuştur. Bu temalar özellikle yolculuk, iletişimsizlik, tasavvuf, yabancılaşma, yalnızlık, mutsuzluk ve toplumsal konulardır. Ancak 12 Eylül Askeri Darbesi’nden sonra toplumsal konuları filmlerinde kullanmış ama üzerinde fazla durmamıştır. Politik baskının etkisiyle bireyciliğe yönelmiştir.

Kavur’un, filmlerinde mekân ve zaman kavramlarını kullanışı çok dikkat çekicidir. Kullandığı mekânlarla karakterleri özdeşleşmiştir. Mekânları bir kahraman, bir insan gibi göstermiştir. Karakterlerin ruhsal durumlarını anlatırken yararlandığı öğelerden biri olmuştur. Mekânlar, onun için insanları var eder ve tanıtırken anlamı da derinleştirir. Filmlerinde hikâyeler için kasabaları ve İstanbul’un kenar mahallelerini tercih etmiştir. Bu mekânların gerçekliği daha çok yansıttığını ve diğerlerinden farklı olduğunu göstermiştir (Kurt, 2019). Buna verilebilecek örneklerden biri ise *Gece Yolculuğu* filminde Yönetmen Ali’nin duygu durumunu bir kasaba ile özdeşleştirmesidir. Kasabanın yıkık dökük, harabe yapılarını Ali’nin yalnızlığı ile birleştirmiştir (Bingöl, 2019).

Eserlerinde titizlikle işlediği kavramlardan biri de zamandır. Filmlerinin tümünde geriye dönüşler vardır ve bu dönüşlerle karakterin iç dünyasına yapılan yolculuğu gösterir. *Gece Yolculuğu* filminde zaman normal bir şekilde ilerlerken *Akrebin Yolculuğu*’nda ise geriye doğru akar. Zaman algısı Ömer Kavur sinemasında alışılmadık dışındadır. Dolayısıyla filmlerinin tümünde zaman kavramını sorgulamak zorunda kalınmaktadır. Bu sorgulamayı yaratmak için de en çok kullandığı metafor olan saati kullanmaktadır.

İnsan, bütün filmlerinde en önemli figürdür. Karakterleri genelde bunalımlı, yalnız ve mutsuzdur. Bir arayış içindedirler. Yolculuğa çıkarlar ve içsel sorunlarıyla bu yolculukta yüzleşmektedirler. Bu kişiler kentli ve kasabalıdır. Çeşitli pek çok insan tipi kullanmıştır. Esnaf, sinemacı, berber, fahişe, memur, hâkim ve daha fazlası. Bunları kullanmasının sebebi ise hayatın gerçekliğini vurgulamaktır. Bireylerin psikolojik sorunlarını toplumla bağdaştırmıştır (Kurt, 2019). Sinemanın evrensel bir dili olduğu görüşünde olan Ömer Kavur, bir filmin sadece ait olduğu ülkeye değil tüm dünyaya hitap etmesi gerektiğini savunur. Kendi filmlerinde de bunu uygulamaktadır. Bunun karşılığını da, filmlerinin uluslararası festivallerde gösterime girmesi ve kazandığı ödüllerle almıştır (Akıncılar, 1987). Kendi eserlerinde kullandığı dil kavraması ise akıcıdır. Karakterler uzun ve şiirsel konuşur ancak bu bir sıkıcılık yaratmaz. Müzik, kurgu ve görsellerle bunu dengeler (Kurt, 2019).

Gece Yolculuğu

Bu çalışmada yönetmenlerin inceleyeceğimiz filmlerinden ilki olan *Gece Yolculuğu* Ömer Kavur’un kendine ait ilk senaryosudur ve kendi yaşamından izler taşımaktadır. Ali yönetmen ve senarist Yavuz, çekecekleri filmin mekânları için bir yolculuğa çıkar. Pek çok yer gezdikten sonra terk edilmiş bir Rum köyüne yolları düşer. Bu filmde yer almak istemeyen Ali, farklı bir yapı için köyde bir kiliseye yerleşir. Senaristi de filmin yapımla işleriyle ilgilenmek için geri döner. Ali, kilisede bir senaryo yazmaya başlar. Kendi iç dünyası ile hesaplaşırken de bir yandan senaryosunu yazmaya devam eder. Artık kendi kimliğini arayışının sonlarına doğru senaryosu biter ve kâğıtları denize doğru atarak ortadan kaybolur.

Filmin giriş sahnesinde sokağa bakan bir adam görürüz. Ardından daktiloda yazılanlara dikkatli bakacak olursak, filmin başlangıç sahnesiyle gelecek sahne yer almaktadır. Filmin

yazım aşamasını ve sonunda Ali'nin yazdığı senaryonun da filme dönüştürüldüğünü buradan çıkarabiliriz. Ali yönetmen ve senarist Yavuz'un çıktığı mekân arayışı yolculuğu, Ali'nin kendi kimliğini arayışını başlatmaktadır. Ali'nin yolculuğa çıkması ile başlayan sorgulamaları, aslında Ömer Kavur'un içsel dünyasıdır. Filmde Kavur'un yaşamından ve düşünce yapısından izler olduğunu ve aynı zamanda senaryonun ortaya çıkışını Barış Pirhasan şöyle dile getirmiştir:

“Ömer yeni bir yolculuğa çıkmayı önerdi bana. Bu kez Güney'e, Marmaris, Fethiye yörelerine gidecektik. Düşündüğü konu, bir muhacir kızın hikâyesiydi. Oldukça somut olaylardan yola çıkan, dramatik bir öykü. Yola çıkarken “hayırdır inşallah” dediğimi anımsıyorum. Yol boyunca Ömer'i, Orhan Gencebay'ın yeni çıkmış “Dil Yarası” kasetini dinlemeye alıştırdım. Fethiye-Kayaköy'e varıncaya kadar işler yolundaydı. Kayaköy'ün altındaki ovada kurulmuş muhacir köyünde, öğretmen ve köylülerle uzun sohbetler ettik. Konumuz iyice biçimlenmeye, öykü ete kemiğe bürünmeye başlamıştı. Sonra 1923 mübadelesinde boşaltılmış hayalet Rum Kasabası Kayaköy, Ömer'i çağırma başladı. Kapıları, pencereleri sökülmiş evlerin önünde, yıkık kiliselerin içinde gereğinden çok dolaşmaya başladığımızı sezer gibi oldum. Önerilerimi biraz basit bulmaya başladığımı, ara sıra bir şeyler söylese de sesinin giderek bir veda tonu kazandığını hissediyordum. Dönüş yolunda sanırım onu kendi haline bırakmam için, o bana Orhan Gencebay dinletmeye başladı. İstanbul'a geldikten sonra bir süre görüşmedik. Daha sonra bildiğiniz gibi senaryosunu kendi yazdığı Gece Yolculuğu çıktı ortaya” (Orhan, 2019).

Ali, yolculuk sırasında pek fazla konuşmamaktadır. Bir sıkıntı içinde olduğunu ve bu çalışmanın içerisinde yer almak istemediğini, Yavuz'un konuşmalarına karşı verdiği durgun yüz ifadeleri ile hissettirmektedir. Mekân için yolculuğa devam ederken Ali, artık dayanamaz ve aracı durdurur. Bu filmi çekmek istemediğini Yavuz'a belirtir. Yavuz ve Ali'nin buradaki söylemleri dönemin Türk sineması hakkında bilgi verici niteliktedir. Yavuz, Ali'nin bu tutumunun doğru bir davranış olmadığını vurgulayarak bu durumdan ötürü sektörde istenmediğini söylemektedir. 1980'li yıllara kadar devam eden Yeşilçam serüveni yeniliklere açık değildir. Değişime girmek için çabalayan sinemacılar ise bu durum yüzünden dışlanmaktadır. Çünkü Yavuz'un söylemlerinde yer alan çevre yapısının onları şekillendirdiği, sinemada yer alan kurallara uymak zorunda olduklarını, beklentilere yönelik bir hizmet gerçekleştirdiklerini ve bundan sonra da böyle olacağını, dolayısıyla yönetmenlerin bu dönemde yeni bir bakış açısıyla film üretmelerinin mümkün olmadığı sonucunu doğurmaktadır. Sadece yıldız oyuncular ve yapımcılar için bir sinema anlayışının olduğu, bu yüzden bir sınama yapılamadığına dikkat çeken Ali, yalnız kalıp kendine özgü bir yapım üretmek istediğini dile getirir. Yavuz, Ali'nin yaşadığı bu durumun onun iletişimsizliğinden kaynaklandığını ifade eder. Bu söyleminden yönetmenlerin egemen sinema kurallarına uymamasının, yönetmenlerin kişisel bir sorunu olarak görüldüğünü çıkartabiliriz. Ancak Ali, sürekli kendini tekrar eden bu sinemanın içinde artık yer almak istememektedir. Ali karakterinin vermek istediği mesajda, hep aynı sistemin devam etmesinin verimli olmadığını, insanların bu yüzden içinde oldukları durumu kavrayamadıklarının ifadesi bulunmaktadır.

1980 askeri darbesinden sonra, Türk Sineması yeni hükümet sistemiyle değişime gitmiştir. Ekonomik kriz, Hollywood etkisi, video-kaset ve televizyonun yaygınlaşmaya

başlaması sinemaya olan ilgiyi azaltmıştır. Köydeki bir sinemaya giden Ali'nin karşılaştığı durum, sinema sektörünün uğradığı değişimi göstermektedir. Beklediği gibi bir sinema ortamı ile karşılaşamamıştır. Salon, koltuk satılan bir alana dönüşmüş, filmin gösterildiği sahne yerini çalışma masasına bırakmıştır. Eski sinema sahibi ile aralarında geçen diyalog da Ali, film çektiğini belirtir. Bunun üzerine eski sinemacının “Hala film mi çekiliyor, o çok eskiden değil miydi, ne çekiyorsunuz?” sorusu dönemin sinema sektörünün ülkenin ekonomik sorunları ile kendi içindeki kırılmalarını gözler önüne sermektedir. Sinemacılar televizyonun evlere girmesiyle salonlara izleyici çekememiştir. Dolayısıyla ekonomik anlamda yaşadıkları çöküntü, onların farklı meslek dallarına yönelmelerine yol açmıştır diyebiliriz. Geçmişte kullanılan teknik araç-gerecin hantallığından taşınmasına kadar olan zorluklarından bahseden eski sinemanın sahibi, film yapmaya çalışmış, karşısına çıkan engellere karşı direnmiş ancak istediği yapımları gerçekleştiremeyince sektörü bırakmak zorunda kalmıştır. Sinemada özgün üretimlerin, filmde belirtilen dönemden önce de var olduğunu buradan söyleyebiliriz. Yavuz, İstanbul'a döndükten sonra tekrar Ali'ye ulaşır ve senaryo da yapılan değişikliklerden bahsederek Ali'yi teşvik etmeye çalışır ancak başaramaz. Çünkü Ali, sinemanın bu baskıcı kalıplarına bağlı kalmadan, özgürce bir film yapmak istemektedir. Senaryosunu yazmaya devam ederken de bir yandan kendini sorgulamaktadır. Yazım aşaması bittikten sonra kâğıtlarla birlikte bir uçurumun kenarına gider ve kâğıtları denize doğru fırlatarak ortadan kaybolur. Çünkü emeğinin nasıl olsa görmezden geleceğini düşünmektedir.

Yönetmen Ali, sinema sektörünün dayatmalarından kurtulmaya çalışan ve farklı bir film ile insanları düşünmeye sevk eden bir yönetmen olarak temsil edilmiştir. Ancak alışılmış düzenin dışına çıkmak istemeyen yapımcılar, seyirciyi salonlardan uzaklaştıracak filmlerden uzak durmaktadırlar. Televizyon ve videokasetlerin yaygınlaşmasıyla seyircisi azalan sinema, daha fazla geri plana düşmemek için yıldız oyuncular ile popüler hikâyelere filmlerinde yer vermektedirler. *Gece Yolculuğu*, yönetmenlere olağanın dışında bir sinema hayatının sunulmadığı bir temsil olmuştur.

Yavuz Turgul Sinemasından Yönetmen Direnişi: Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni

Yeşilçam'ın yıkılmasının ardından 1980 yılında Genç yönetmenler dönemi başlamıştır. Toplumsal dönüşümlerin etkisinde kalan yönetmenler, bu sayede yeni bir sinema anlayışını da Türk sinemasına taşımıştır. Bu yönetmenlerden biri de Yavuz Turgul'dur. Muhabirlik yaptığı Ses Dergisi'nden sonra Ertem Eğilmez ile kurduğu bağ, onu Arzu Film ile tanıştırmıştır. Burada senaryo yazma ile yönetmenlik serüveni başlamıştır. Arzu Film kapsamında çekilen filmlerde gördüğü teknik ve içerikler, kendi sinemasına da yansımıştır. Ancak bu yansımaları kendi özgün fikirleri ile filmlerinde kullanmıştır. Turgul, Yeşilçam'ın sorunlarına aşınadır ve çektiği filmlerin bu sorunları ortadan kaldırmaya yardımcı olabileceğini düşünmektedir. Seyirci ile olan ilişkiyi koparmayan filmlerin de olabileceğini belirtmiştir ve sanat filmi ile geleneksel Türk sinemasını birleştirmiştir (Toker, 2019).

Toplumsal olaylar, Turgul'un filmlerinde kullandığı temel temalardan biridir. Toplumsal olaylar ile meydana gelen kültür ve toplum değişmesi filmlerinin ana temasıdır. Ancak değişimin nedenleri ile değil, sonuç ve etkileriyle ilgilenir. Müzik kullanımını da kültürel temayı desteklemek için özenle kullanmıştır. Karakterlerin kültürel özellikleri ile müzikler iç içe geçirmiştir (Dikmen, 2018). İstanbul'da doğan ve yaşayan Yavuz Turgul, İstanbul'un çeşitli kültürlerle ev sahipliği yapması ve bu durumdan kaynaklı yaşanan kültürel karşıtlıklar, filmlerinin konusunda yer edinmiştir. *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni* ve *Eşkya*, kültürel değişimin ve yeni döneme uyum sağlamaya çalışmanın örneklerinden biridir. Hikâyelerini anlatırken karakterlerin yaşadığı psikolojik, toplumsal ve duygusal sorunları ele almaktadır. Toplumsal değişimin karakterler üzerindeki etkisini mekân ve karşıtlıklar ile anlatmıştır (Battal, 2015).

Mekânları, hikâyeye yardımcı olacak şekilde ele almış, Ömer Kavur'un sinema anlayışında olduğu gibi temel unsur olarak kullanmamıştır. Bunlarla beraber tüm temiz ve iyi duygularıyla topluma ayak uydurmaya çalışan karakterlerin gösterdiği direnişi anlatmaktadır. Onlar gündelik hayatta görebileceğimiz kişilerdir. Karakterler, sadece toplum ile olan sorunlarıyla değil kendileriyle ilgili sorunlarıyla da mücadele etmektedir. Ancak bu mücadele her zaman olumlu sonuçlanmamaktadır. Asıl verilmek istenende sonuca kadar olan süreçtir. Mutluluk, umutsuzluk gibi olumsuz duygular dünya çapında var olmaktadır ancak Turgul filmlerinde karakterler, bu duyguları kendi anayurtlarından almaktadır. Ülkenin uğradığı değişimleri filmlerinde görmek mümkündür. Değişim süreçlerini, bu süreçte yaşanan olayları kendi yorumuyla ifade etmektedir (Dikmen, 2018).

İkililikler kullanarak bir çatışma kurgular ve bunlar kırsal-kent, iyi-kötü ve doğu-batı şeklindedir. Burada asıl yapmak istediği toplumun bir eleştirisi (Toker, 2019). Karakter ve zaman buradaki önemli faktördür. Karakterlerin karşıtlıklarını gelenek, görenek ve değer gibi kavramlarla ele almaktadır. Hikâyelerin başrolleri doğru, dürüst ve kültürel değerlerine önem veren kişilerdir. Ancak onlarda yanlış yapmaktadırlar. Yapılan eleştirilerde Turgul'un hep aynı hikâyeleri anlattığı söylenmektedir. Fakat aynı hikâyeleri kullanmamaktadır. Hikâyeleri, dönemin olayları ile farklı bir şekilde kurgulayarak anlatmaktadır. Eserlerinde gerçek hayattan esinlenir ve filmlerinde bunu masalsı bir şekilde ifade etmektedir. Hikâyeler kendi içerisinde gerçekçidir ancak gerçek hayata, dünyaya döndüğümüzde bir hayal olarak karşımıza çıkmaktadır. Temalarının önemli bir noktası da eskiye duyulan özlemdir. Karakterler, farklılaşan topluma uyum sağlamada zorlanır ve geçmiş dönemin olumlu yanlarını hatırlamaktadır (Dikmen, 2018).

Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni

Çektiği aşk filmleriyle tanınan bir yönetmenin, Türk sinemasının yaşadığı buhranlı bir dönemde kendine özgü ve farklı bir film yapmak istemesinin ardından, filmini çekerken yaşadığı olayları konu edinen *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni*, Yavuz Turgul'un Türk sinemasını kendi bakış açısıyla anlattığı eseridir.

Yönetmen Haşmet uzun dönem boyunca aşk filmi çekmiştir ve artık farklı bir iş yapmak istemektedir. Yazdığı senaryoyu yapımcısına götürür. Senaryonun içeriği 12 Eylül darbesi ve dönemin Türkiye’inde zengin bir baba ve kızı ile teröristler arasında geçmektedir. Bu senaryoyu kabul ettirebilmek için iki yapımcıya gider. İlki bir şarkıcı filmi istediği için, toplumsal bir konunun beğenilmeyeceğini öne sürerek çekimi yapmaktan kaçınır. Çünkü Türk sinemasında izleyici, alışık olduğu konuları ekranda görmek istemektedir diyebiliriz. Ayrıca yapımı üstlenilecek film, yüksek bir maliyet içermektedir. Dolayısıyla yapımcılar ucuz maliyetli ancak yüksek getirili üretim yapmak istemektedirler. Bu durum özgün eserler üretmek isteyen yönetmenlerin karşılaştığı engellerden biri olmaktadır. Yönetmen Haşmet, dünyanın farklı gerçekler yaşadığını belirterek yapımcının istediği şarkıcı filmini reddeder. Müjde Ar’ın filmde oynayacağını söyleyerek yapımcıyı ikna etmeye çalışır ancak başaramaz. Yeşilçam sinemasında yıldız oyuncuların filmlerde özellikle yer alması, seyircileri filme çekmek için kullanılmış bir yöntemdir. Dolayısıyla yıldız oyuncuların kullanılması filmlerin izlenilirliğini ve çekiciliğini artırarak ekonomik getirinin de artmasına yol açacaktır diyebiliriz. Çünkü Haşmet’in buradaki amacı, popüler bir oyuncuyu dâhil ederek filme izleyiciyi çekmek ve yapımcıyı ikna etmektir.

Haşmet’in evinde televizyon izlediği sahnede ekranda yer alan diziyi kötü olmakla eleştirmektedir. Televizyonun evlerde yaygınlaştığını ve sinemanın etkisinin bu yüzden azaldığını söyleyebiliriz. Yeni bir yapımcı ile görüşür ancak terör konularının yer aldığı senaryo yapımcıyı korkutur. Çünkü sansür engeline takılacaklarını belirtmektedir. 1980 sonrası Türkiye’nin yaşadığı siyasal sorunların sinema sektörüne de yansıdığına değinmiştik. Bu yüzden yaptırımlar nedeniyle sinemacılar toplumsal konuları filmlerinde nadir ve yüzeysel olarak işleyebilmişlerdir. İkinci olarak gittiği yapımcı, teröristlerin kahraman gibi gösterileceği için senaryonun tehlikeli bir proje olduğunu söyleyerek sansür uygulanabileceğinden bahsetmektedir. Bu söylem, 1980 sonrası toplumsal ve siyasi konular içeren filmlerin sansüre takıldığına bir göstergesidir. Şarkıcı, türkücü filmlerinin artık bırakılması gerektiğini belirten Haşmet yapımcıyı, filmin çok para getirecek oluşuna inandırmasıyla çekimi kabul ettirmiştir. Buradan filmlerin yüksek maliyetli olması, yapımcıları risk almamaya sevk etmektedir dememiz mümkündür. Çünkü ekonomik getirisi olmayan bir film, diğer bir üretim için sermaye sağlamayacaktır. Diğer sahnede, büyük hâsılat yapan filmlerin yenilikçi toplumcu filmler olduğunu söyleyen yönetmen, seyircinin de değiştiğini belirtmektedir. Ülkede yaşanan siyasi ve toplumsal olaylar, izleyicinin ekrandaki beklentisini değiştirmektedir. Bu yüzden filmde değişim geçirme kavramı vurgulanmaktadır. Haşmet, evinde senaryo üzerinde çalışırken kızı bir cihaz bulur ve babasına bu cihaz ile film izletmesini söyler. Haşmet’in yaptığını öğrendiğimiz cihazın, çocukken sinemanın çöplüklerinden bulunduğu artıklarla yaptığını ve zamanında çok iş gördüğünü hatta para da kazandığını belirtmektedir. Sinemanın yıllar önce de ticari amaçla kullanıldığını buradan çıkartabiliriz. Yapımcı ile film ekibini toparlayan Haşmet, yapımcının kameradan, görüntü yönetmeninden ve diğer teknik ekipmanlara kadar hepsinin düşük maliyetli olanlarını kullanmalarını istemektedir. Ancak yönetmen, filmde en iyi araç-gerecin kullanılması gerektiğini çünkü iyi bir film yapmak istediğini belirtmektedir. Ayrıca

farklı bir eser üretmenin bir nedeni ise izleyicinin artık ekranda gerçekleri görmek istemesi olduğu fikrine inanmasıdır. Yapımcı bunu istemediğini belirterek, herkesin film çektiği için ona deli gözüyle baktığını belirtir. *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni*, böylelikle çekildiği dönemin ekonomik yapısını da ekrana taşımaktadır. Yapımcının tabiri ile “deli” olarak nitelendirilmesi, o dönemde çekilen filmlerin kısıtlı bir bütçe ile yapılıyor olmasının, insanların bunu büyük bir risk olarak görmesine yol açmaktadır. Çünkü filmlerin beklenen hâsılatı yerine getirememesi sinema sektörü ve çalışanları için yıkım oluşturmaktadır. Yönetmen Haşmet de, senaryo, avans parası almadığını ve yönetmenlik parasını yarıya indirdiğini belirterek, bir yönetmenin kendini var edecek ve özgün kılacak bir yapım için kendi hayatından fedakârlık yapabileceğini göstermektedir. Yönetmen Tolga adında bir asistan ister ancak yapımcı bunu kabul etmez. Çünkü Tolga sol görüşlü biridir ve hapishaneden yeni çıkmıştır. Bu durum iktidar karşıtı kişilerin ekibe dâhil olmasının, toplumdaki iktidar korkusunun bir işaretidir diyebiliriz. Aynı zamanda ülkenin sağ ve sol olayları içerisinde olduğunun da bir mesajı verilmektedir. Yönetmen Haşmet, ısrarla asistanı istemektedir. Çünkü filminde topluma yönelik, aslında darbe döneminde iktidarın vatandaşlara uyguladığı yaptırımları ekrana taşıyacak olması, bunlara maruz kalan kişileri filme çekme isteğinden kaynaklanmaktadır.

Diğer sahnede ise yapımcıların çok borç içinde olduğu söylenmektedir. Sinema sektörünün finansal olarak çöküntü yaşadığını, yapımcıların farklı içeriğe sahip eserlerden kaçınmaları ile destekleyebiliriz. Çünkü zaten sıkıntılı bir dönemden geçen Türk sinemasının kayıp vermek gibi bir şansı bulunmamaktadır. Eski bir oyuncu olan Nihat’ın yanına giden Haşmet, perdede eski Türk filmlerinin oynadığını görür. Bu sahnede perde de siyah beyaz bir film oynamaktadır. Ancak dikkatlice baktığımızda etrafın karanlık ve dağınık olduğunu görürüz. Yeşilçam sinemasının artık yok olmak üzere ve eskimiş olduğunu buradan çıkartabiliriz. Nihat, geçimini ise sinema kitaplarını satarak sağladığını, eski filmleri seyrettiğini, bundan sıkılmadığını ve eski arkadaşlarına baktığını dile getirir. Haşmet’in ise artık onlardan farklı olduğunu ve koptuğunu, hepsinin parçalanıp dağıldıklarını söyleyerek her birinin bir filmin içinde olduğunu ifade eder. Sinemacılar haricinde oyuncuların da bu dönemde yaşadığı zorluklar yer almaktadır. Sinema kitaplarını satarak yiyecek alan Nihat, eski filmleri izlemesinin, Nihat’ın Yeşilçam’a ait bir yapıda olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü Haşmet’i farklı ve onlardan kopuk olarak dışlaması bunun bir sonucu olabilir. Asistan ile yönetmen Haşmet arasında geçen diyalogda da asistan, filmin çok didaktik olduğunu söylemektedir. Haşmet’in dünyanın yaşadığı gerçekleri izleyiciye sunmak istemesinde, izleyiciye öğretmek istediği bir şeylerin olduğunu bu söylemden çıkartmamız mümkün olacaktır. Çekim yapılacak mekâna giden ekibi, mekânın sahibi kadın karşılamaktadır. Kadın filmcilerin çok sıkıntı yaşadığını duyduğunu belirtir. Sadece sektör içerisindeki insanların değil vatandaşlarında bu durumdan haberdar olduğunun bir temsilidir. Yönetmen bu evin film için uygun olmadığını dile getirirse de kameraman, en uygun fiyata bu mekânı bulduklarını ifade eder. Ülkede bir ekonomik kriz yaşandığı bariz ortadadır. Mekân sahipleri de geçinmeleri için mülklerini kiraya vermesi fiyatları da artmaktadır. İçeriği gezen yönetmen, ortamda iyi bir ışık ister ancak kameraman gerekli olmadığını belirtir. Çünkü maliyetli bir araçtır ve o dönemde yapımcıların borç

içerisinde olması yeni teknik ekipman edinme konusunda önlerini kapatmaktadır. Haşmet, reklam sektörünün çalışmalarına bakılması gerektiğini söyleyerek reklam çekimlerini gerçekleştirenlerinde Türk olduğunu vurgular ve kendilerinin de iyi bir ışık kullanımı yapabileceklerini dile getirir. Oyuncu bakımından da yeni bir arayış içinde olan Haşmet, farklı yüzler aramaktadır. Aslında burada da sinemanın tamamıyla bir değişim geçirmesi hedeflenmektedir.

Müjde Ar ile görüşmeye giden yönetmen Haşmet, Müjde Ar’a “kolaylık tuzağına düşmeyen filmlerde yer aldığını” belirten bir cümle kurar. Dolayısıyla Türk sinemasındaki film içeriklerinde basit olarak söyleyebileceğimiz konular olabilmektedir. Haşmet yine bu söyleminde farklı bir çalışma yapacağını sinyali vermektedir. Yapacağı filmin içeriğinde bir kimlik hesaplaşması ve bir iç sorgunun olduğunu anlatır.

Yönetmenin oyuncu arkadaşları eskiden olduğu gibi bu filmde de yer alacaklarını düşünerek gelirler. Ancak asistan Tolga, yeni yüzleri istediğini Haşmet’e hatırlatarak filmde oynamalarının uygun olmayacağını anlatır. Ancak yönetmen onların paraya ihtiyaç duyduklarını ve eski arkadaşları oldukları için onları birden atamayacağını söylemektedir. Aslında ne kadar büyük bir dönüşüm geçirmek isteseler de, sinemanın eski kalıplarından kopamayışları oyuncular üzerinden de temsil edilmektedir. Ancak Haşmet, burada yeniliği arayan bir yönetmen olarak duygularına yenik düşmez ve eski oyuncularını gönderir. Yönetmenlerin kendini tekrar eden Türk sinemasının kalıplarından sıyrılıp değişim geçirmek için vazgeçişler içerisinde olduklarını söyleyebiliriz.

Müjde Ar’ın filmde yer almayacağını belirttikten sonra yapımcı filmin çok zor satılacağından endişe duymaktadır ancak Haşmet artık yönetmen filmlerinin sinemada var olduğunu ve seyircilerin yönetmene geldiğini dile getirir. Yeşilçam dönemindeki yıldız oyuncu filmlerinin artık sona doğru yaklaştığı, yönetmen filmlerinin ortaya çıkışı ile anlatılmaya çalışılmıştır.

Çekimin başlayacağı gün, mekânın önünde ekibin bir horoz kestiğini görürüz. Türkiye ekonomisinin çöküntü içerisinde olduğunun bir ayrıntısı da kurban için kesilen bir horoz üzerinden anlaşılmaktadır. Haşmet, bir sahnede sis makinesi kullanmak ister. Ancak yapımcı çok pahalı olduğu gerekçesiyle makineyi temin ettirmez. Ekip çalışanlarından biri sigara dumanıyla sis yapmayı önerir ancak yönetmen bunun on yıl önce olduğunu söyleyerek reddeder. Sinemada kısıtlı imkânlarla çalışıldığının ancak yapımlardan vazgeçilmediğinin, çözüm odaklı yol alındığının bir göstergesini daha görmekteyiz. 1980 sonrası Türkiye’de iktidarın değişmesiyle seks filmi furyası da değişmiştir. Toplumsal ve siyasi konulara getirilen sansürlerde, yönetmenleri bireysel konulara itmiştir. Bu sahnede dikkat çekici bir özellik de, seks filmi çekmediklerinin belirtilmesidir. Ülkenin yaşadığı sorunların sinema üzerindeki etkilerinin bir faktörünü de buradan edinebiliriz. Ayrıca kendi kendine söylenen çalışanın “takma isimle seks filmi çektiğini”ve “şimdi toplumcu yönetmen” olduğunu söyleyerek onu eleştirmesi sinemacıların yönetimin baskısından gizli olarak film ürettiklerini de açığa

çıkarmaktadır. Devamındaki sahnede yapımcı, iyi bir film değil film istediğini söyleyerek aslında sadece iyi bir gelir sağlamanın peşindedir. Fakat yönetimde gerçek anlamda görüntüsü, sesi ve oyunculukları ile iyi bir film ortaya koymak istemektedir. Sanat ve ticaret çatışmasının yaşandığını yapımcı ve yönetmen arasında çekişmelerden söylememiz mümkündür. Nihat'ın çekim sırasında ölmesi üzerine Haşmet, film bittikten sonra ölmesi gerektiğini ona fısıldar. Bu sahnede abartılı bir ifade ile bir yönetmenin hırs tutkusuna da değinilmektedir. Ardından yapımcının herkesi dolandırıp ortadan kaybolduğu haberi gelir. Film sermayesiz kalır, ekip çalışanları Haşmet'e artık bırakmaları gerektiğini söylese de vazgeçmez. Kendinin bu film ile var olacağını düşünen Haşmet, para bulmak için oyuncu olan eski eşine gider. Eşi, ona istediği parayı verir ve ondan yine bir aşk filmi yapmasını ister. Yapımcıların şarkıcı, türkücü, acıklı veya dramatik filmler istemesi hem yüksek bir getiri sağlaması hem de izleyicilere bunu alıştırmış olmalarıdır. Çok izlenen içeriklerin devam ettirilmesinin bir diğer sebebi de dolayısıyla seyircidir. Bu yüzden ilk başta herkes yönetmen Haşmet'e karşı çıkmıştır ancak direnmeye devam etmektedir.

Yönetmen, oyuncu Jeyan ile konuşmasında aslında bir sinemacı olmadığını, ortaokulu bile bitirmediğini anlatır. Ancak kendini yetiştirdiğini ifade eder. Sinemada yer almak için eğitim önemli olurken, bir yandan da yetenek işi olduğunu buradan çıkarabiliriz. Set yavaş yavaş dökülmeye başlasa da yinede yönetmen filmi çekmekten vazgeçmez. Kayıt için negatif film şeridine ihtiyacı vardır ancak sahibinden edinemez ve son çare hırsızlık yapar. Ekibin sayısının azalmasıyla Haşmet, kameramana yardım etmeye başlar. Mekânın parasını ödeyemedikleri için mekân sahibine kendi saatini vermek istemiştir ancak kabul edilmez. Zorlukların üstesinden bir yandan dürüst bir şekilde gelmeye çalışırken diğer yandan hata da yapmaktadır. Ellerinde son bir parça film şeridi kalmıştır ve çok endişe etmektedirler. Çünkü yapılacak en ufak bir hata tüm filmi sekteye uğratabilir. Bu, o dönemde sinema için kullanılan araç gereçlerinin maliyetli oluşunun da bir diğer göstergesidir. Haşmet, filmin kopyasını bastırmak ister ancak elinde para olmadığı için bastırılmamaktadır. Parayı almadan filmin kopyasını vermeyen işletmeciden kopyaları çalan Haşmet, filmi göstermek için hızlıca uğraşmaktadır. Film gösterime soksa da işler istediği gibi gitmez ve film seyirci çekmez. Bir sinemacının hüsrana uğradığı bu sahnelerde, bir film üretmenin maliyetinin yanı sıra çok emek gerektirdiği de ifade edilmektedir. Ekip yemeği sırasında, o kadar film yapmasına rağmen ödül alamadığını, isminin ilerde de anılmasını istediği için bu filmi yapmak istediğini dile getiren Haşmet'in bu söylemlerinden, yönetmenlerin eserlerinin takdir görmesini beklediklerini, bir karşılık istediklerini söyleyebiliriz.

Haşmet, intihar etmek için eve döner ve duvardan indirdiği eski Yeşilçam oyuncularının fotoğrafını tekrar yerine asar. Denemekten vazgeçmediği ancak istediği sonuca ulaşamadığını fark ettiğinde, aslında sıyrılmaya çalıştığı sinemadan kopamayacağını fotoğrafları duvara asması ile temsil etmiştir. Film şeridi ile kendini yakmak üzere iken bir telefon gelir ve yine bir aşk filmi için teklif alır. Onca emek verdiği filmin üzerine basarak yine bir aşk filmi çekmek

için yola koyulur. Ne kadar çaba gösterse de, Türk sinemasının dayatmalarından kurtulamadığının bir ibaresidir.

Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni, tüm olumsuzluklara rağmen direnen ancak yinede yenik düşen bir yönetmenin temsilidir. Türk sineması düzeninin aslında ne kadar güçlü olduğunun, Haşmet’in sonunda duvara astığı fotoğraflardan anlayabiliriz. Çünkü filme başladığı zamanda farklı bir tür ile sinemaya gireceğini temsilen, duvardaki Yeşilçam oyuncularının fotoğrafını indirmişti. Ancak filminin rağbet görmemesiyle tekrar fotoğrafları duvara geri asmıştır. O dönemde Türk sinemasında bir çıkış yolunun olmamasının en güzel temsillerinden biri olmuştur.

Ertem Eğilmez’in Türk Sineması Eleştirisi: Arabesk

Filmlerin konularına, temalarına baktığımızda hepsinin özünde yönetmenlerden izler taşıdığını görmekteyiz. Yaşadıkları toplumun psikolojik ve sosyolojik olaylarından mutlaka etkilenmiş, filmlerinde de bunları kendi yorumlarıyla ifade etmişlerdir. Toplumun sorunlarını güldürü temasıyla iç içe geçirerek bizlere aktaran Ertem Eğilmez de bunlardan biridir. Sinema hayatına girene kadar kitap basımından ticarete, bakkaldan yayıncılığa kadar pek çok meslekte yer almıştır. Devamında ise film şirketi kurarak sinemaya adım atmıştır (Arı, 2019).

Ertem Eğilmez, yönetmenliğe başladığı 1960 ve sonrasında güldürü ve melodram temalarını filmlerinde işlemiştir. Güldürü kavramının üzerinde fazla durması Tef Dergisi’nden kalmıştır. 1970’li yıllardan sonra toplumsal temalara eğilim göstererek, güldürü ögesini sosyolojik sorunlarla birleştirmiştir. Bunun en iyi örneği ve Yeşilçam devrinin kapanış filmi olan *Arabesk*’tir (Topaloğlu, 2019).

Sıcak aile ve mahalle ortamlarını göstererek izleyicilerine umut aşlamak istemiştir. Zengin oğlan fakir kız, iyi-kötü, zengin-fakir, kent-kırsal, üst-alt ilişkiler gibi karşıtlıkları kullanmıştır. Bunları giysiler, diyaloglar, mekân ve yaşam tarzları ile dile getirmiştir (Hıdıroğlu, 2010). Güldürü temalı filmlerinin ticari getirisinin yüksek olmasıyla bu alana daha çok yönelmiştir. Toplumdaki sorunları fazla derine inmeden ele almıştır. Müzik kullanımına da önem göstermektedir. İlk filmlerinde popüler müziklere yer vermiştir. Konunun işleyişine göre halk içindeki ezgilerden yararlanmaktadır. Karakterlerini gündelik hayatta karşımıza çıkan insanlardan seçmiştir. Hikâyelerinin gerçekliğini bu şekilde sağlamaktadır. Bizden olan insanları kullanarak izleyicinin beğenisini kazanmıştır. Ayrıca izleyicinin sıkılacağını bilerek filmlere dinamik sahneler eklemiştir. Filmlerinin tümünde iyimserlik yer almaktadır. Küçükleri sevmek, büyüklere saygı göstermek, doğru-dürüst davranışlarda bulunmak gerektiğini göstermektedir. İzleyici tarafından bu durum olumlu karşılanmıştır. Ana karakterlere önemli görevler yüklemektedir. Bunlar doğruluk, dürüstlük, saflık, iyilik ve yardımseverliktir (Topaloğlu, 2019).

Eğilmez filmlerinde kullanılan bir öge de Groteks'tir. Günlük hayatta karşımıza çıkan insan tiplerinin abartılarak kullanılmasıdır. Ayrıca geleneksel pek çok temaşa sanatına yer vermektedir. Bunlar Hacivat ve Karagöz, Keloğlan ve Orta Oyunudur. Karakterleri kurnaz, çıkarıcı, uyanık ya da saf, dürüst ve iyi olarak geleneksel temaşa sanatlarına uyarlamıştır. Kurduğu diyaloglar da bu duruma yardım etmektedir (Bıçakçoğlu, 2014). Olay örgüsü akıcıdır çünkü zaman normal bir şekilde akar ve konu neden-sonuç ilişkisi üzerine kurulmuştur. Filmlerin kurgusu ise oldukça düzdür. Farklı bir teknik kullanmaz (Arı, 2019). Ancak karakterlerin durumunu kamera çekimleri ile güçlü hale getirmiştir. İzleyici bu gerçeklik algısına kapılarak filmlerine rağbet göstermiştir. Perdede kendini gören seyircinin, Ertem Eğilmez' sinemasına olan bağlılığı artmıştır (Topaloğlu, 2019).

Arabesk

Şener ve Müjde'nin imkânsız aşk hikâyesinin anlatıldığı *Arabesk*, Ertem Eğilmez'in Türk sinemasının eleştirisini yaptığı filmidir. Filmde olay örgüsü sürekli tekrar etmektedir. Bu olayları açıklayarak Ertem Eğilmez'in Türk sinemasının eleştirisini nasıl ele aldığını inceleyeceğiz.

Ana karakterler Şener ve Müjde çocukluklarından itibaren birbirlerine âşıktır. Müjde'nin babasının tuzağına düşen Müjde, Şener'i yanlış anladıktan sonra tüm dengeler değişmektedir. Şener köyü terk eder, Müjde ise evden kaçır. Türk sineması melodramlarında yer alan yanlış anlaşılma, imkânsız aşk, kötü baba, gazinocu kralı, fahişe kadın, tecavüz, kör olma, yoksulluk, zengin koca, ölümcül hastalık gibi pek çok Yeşilçam klasiğinin toplamı *Arabesk*'te yer almaktadır. Ertem Eğilmez, tüm bu olayları hızlı ve aralarda duraksama olmadan vermektedir. Örneğin genel eve düşen Müjde, müşterisi olan kişiyle evlilik yapar. Ardından zengin bir hayata adım atar ancak babasının zorla evlendirmek istediği Kaya tarafından kocasının öldürülmesi üzerine tekrar pavyona düşer. Orada, Şener'i meşhur eden gazinocu tarafından keşfedilir ve onun işinde çalışmaya başlar. Bu olaylar oldukça yoğun bir atmosferde ve hızlı gelişmektedir. Bir nevi seyircinin nefes almasına izin verilmemektedir diyebiliriz. Bu yüzden filmde hiç bitmeyen bir melodram örgüsü bulunmaktadır. Şener ve Müjde'nin kavuştukları her olayın sonucunda kötü bir durum meydana gelir ve ayrılmaktadırlar. Ancak olay bir sonuca bağlanmamaktadır. Arabesk temalı filmlerinin geneline baktığımız da hikâyenin bir düzeni vardır ve ana konudan devam eder. Örneğin *Bir Teselli Ver*, fabrikatör bir babanın kızı Nermin ile fabrika işçisi Orhan arasındaki aşkı anlatmaktadır. Hikâye, Nermin ve Orhan birbirine âşık olması ile başlamaktadır. Orhan'ın işten kovulmasıyla birlikte, Nermin ve Orhan bir gecekonuda yaşamaya başlar ve olay gelişir, ailelerin tartışması ile doruk noktasına ulaşır. Çözüm sağlanmasının ardından Nermin ve Orhan'ın evlenmesi ile de hikâye son bulur. Ancak *Arabesk*'te hikâye böyle değildir. Birden çok olay örgüsü bulunur ve kendi içerisinde çözümlenir ancak hemen ardından farklı konuda, benzer bir hikâye başlar. Yani tüm hikâye tek bir çatı altında toplanmıştır ancak birbirini takip eden farklı olaylar barındırmaktadır. Şener, şarkıcı olduktan sonra Müjde'nin evlendirilmek istendiği Kaya tarafından tuzağa düşürülür ve

cezaevine girer. Koğuştaki kazılan tünelden kaçarak tekrar gazinoda işe başlar. Böylelikle diğer konu sona erer. Müjde ile tekrar bir araya gelirler ancak bu seferde Şener’in kötü bir hastalığa yakalandığı ve çok kısa bir ömrünün kaldığını öğrenirler. Müjde’yi kendinden uzaklaştırmak isteyen Şener başka bir kadını eve getirir ve Müjde, Şener’i terk eder. Olayın aslını bilen bir adam Müjde’ye her şeyi anlatır ve tekrar Şener’le doktora giderler. Hastanede raporların karıştığı, Şener’in ölmeyeceği ortaya çıkar ve iki âşık köyüne gitmeye karar verir. Ancak bu sefer de gazinocular kralı tarafından engellenirler. Yanlış anlaşılma, gazinocular kralı, hastalık, suçlu gibi pek çok unsur birbiri ardına verilmektedir. Burada yapılmak istenen Türk sinemasının, durmaksızın benzer konular üzerinden gittiğini göstermektir. Çünkü belirlenmiş bir konunun altında birçok alt konu da yer almaktadır. Biten olaylar yenisinin zeminini hazırlarken, devamlılığı da sağlamaktadır. *Arabesk*, hikâyesinin sürekli tekrar etmesi ve hikayelerin devamlılığa sahip olmasıyla, Türk sinemasının taklidini yapmaktadır. Bu özelliğinden dolayı türk sinemasının eleştirisini yapan film unvanını almıştır.

Gece Yolculuğu ve *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni* filmlerinin temel metni de bu devamlılık ve sisteme karşı eleştirilerdir. *Arabesk*’te değindiğimiz tekrar meselesi, bu iki filmde yönetmenlerin bakış açısıyla ele alınmıştır. Toplumsal ve içsel sorgulama üzerine eser üretmek isteyen iki yönetmen, sistemin baskısından istedikleri filmleri çekememişler, hatta vazgeçmek zorunda kalmışlardır. Yönetmenler bu durumdan ne kadar çok kurtulmak isteseler de, sektör tarafından destek görememişlerdir. Bu durum *Gece Yolculuğu* ve *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni*’nde dile getirilmiş, *Arabesk*’te de komediye dökülerek eleştirilmiştir. Bir diğer husus da, *Arabesk*’in olayları abartılı olarak vermesidir. Örneğin Müjde’den ayrılık haberi alan Şener’in saçları bir anda beyazlamıştır. Kaya’nın oyununa gelen Şener’i bir anda polislerin ortaya çıkarak alıp götürmesi, Müjde’nin olayları hemen kabullenmesi, Şener’in acıdan gözlerinin kör olması ve hemen ardından Müjde’nin araba çarpması sonucu kör olması normal bir olay gibi gösterilmiştir. Ancak normal olmayan bir konu var ki, yıllarca Türk sinemasının bunun seyirciye nasıl işlediğidir. Karakterler, başlarına gelen olayları olağan bir şeymiş gibi kabullenmektedirler. Verdikleri tepkilere bakıldığında, genellikle yapay duygular gösterdiklerini söyleyebiliriz. Filmin, gerçekten bir kurgu olduğunu duyguların ifade edilmişinden çıkartmak mümkün olmaktadır. Eğilmez, filmde kullandığı abartılı sahnelerle, artık bu kadarının da olamayacağını seyirciye anlatmaktadır. Müjde’nin tüm olayları sorgulamadan kabullenmesi, Türk sinemasının da aynı durum içinde olduğunu temsilidir. Sinemanın düştüğü durumun artık duygusuz, yapay, kısır döngü içerisinde yer aldığını ifade etmektedir diyebiliriz.

SONUÇ

Çalışmada incelediğimiz üç film, Türk sinemasının yönetmenler tarafından eleştirisini yapmaktadır. *Gece Yolculuğu*, insanların kendilerini sorgulayamadan, önlerine konulan ürünlere kapıldığından ve bunlardan vazgeçemediğinden yakınmaktadır. Bu durum ise kişileri gerçeklikten uzaklaştırarak var olan sistemin kurallarına itaat etmeyi getirmektedir. Yönetmen Âli’nin tüm bu kuralların dışında bir film yapmak istemesi, onun sorunlu, bir nevi hasta gibi

gösterilmesine yol açmaktadır. Fakat bu durum düzeltilmeye çalışılmamaktadır. Çünkü belirlenen sisteme karşı çıkmak, dışlanmayı beraberinde getirecektir. Çevresindeki kişiler de sinema sektörünün sorunlarının farkındadırlar. Ancak var olabilmek, geçinebilmek ve hayata tutunabilmek için boyun eğmek zorunda kaldıklarını göstermektedir. Aynı şekilde dünyanın ve içinde yaşanılan toplumun gerçek sorunlarının artık seyircilere verilmesi gerektiği ile insanların dış dünyadan bağımsız hale gelmesinin önlenmesini savunan *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni*; şarkıcı, türkücü ve aşk konulu filmlerin yerine içinde yaşadıkları toplumsal hayattan bir kesit anlatmak isteyen Haşmet’in kaybettiği bir savaştır. Özgün bir yapım gerçekleştirmeye çalışan Haşmet, tüm olumsuzluklara rağmen filmini çeker. Ancak hayal dünyasına alıştırılan seyirci, perdede gördüğü gerçeklerden hoşnut olmaz, onca emeğin harcandığı filmi seyretmeye bile gelmez. Dolayısıyla, emeğin göz ardı edildiği, zevkin ve paranın ön plana çıkartıldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Yapımcıların sermaye yetersizliği, film çekimlerine kaynak sağlayamamaya ve yapımların tekrara düşmesine yol açtığı bir ifadesidir. Aynı zamanda seyircinin taleplerinin de bu durumda etkisi oldukça büyüktür. Masal dünyasına alıştırılan seyirci, gerçekleri sıkıcı bulmakta ve onlardan kaçmaktadır. Çünkü onlara dayatılan dünya toz pembe, sorunsuz ve rahattır. Aynı zamanda ülkenin siyasi yapısı, sinema sektörünün içeriğine de müdahale etmektedir. Sinemacıların, muhalif eserler üretmesi, halkın da düşüncelerini değiştirecektir. Kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki etkisinden bahsederken, sinemanın da ideolojiye etki ettiğini belirtmiştik. Dolayısıyla filmlerin halk üzerinde yaratacağı etki iktidarın aleyhine olacağından, hükümet sinemanın önündeki büyük engellerden birini oluşturmaktadır. Ancak tüm bu sorunlara rağmen direnmeye çalışan yönetmenler, yenik düşerek, sisteme boyun eğmek zorunda kalmaktadır diyebiliriz. Ertem Eğilmez’in *Arabesk* filmi ise Türk sinemasının seyircilerine masal anlattığını ortaya koymaktadır. Seyircilerin bu masala bağımlılıkları sisteminde devam etmesini kolaylaştırmaktadır diyebiliriz. *Arabesk*’te sürekli tekrar eden aynı olaylar, Türk sinemasının hep aynı yoldan gittiğinin bir eleştirisidir. Yönetmenlerin, senaristlerin ve çalışanların da farkında olduğu ancak karşı koyamadığı sektör baskısını komedileştirerek gözler önüne sermektedir. Kendi tekrar etmenin artık komik duruma düştüğünü ifade eden *Arabesk*, Türk sinemasının kendine yaptığı eleştirinin en iyi temsilidir diyebiliriz. *Gece Yolculuğu*’nda senarist Yavuz ve Ali, *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni*’nde Haşmet’in set çalışanları ile arasında geçen konuşmalarda sinema sektörünün yaşadığı sorunlar ve sinema çalışanlarının sorunlarıyla ilgili bilgi verici diyaloglara ulaşılmıştır. Bu konuşmalarda, aslında her şeyin farkında olunarak yapıldığını öğrenmekteyiz. Bu camianın içerisinde olanlar hatta çevresinde kalanlar da tüm olanların farkındadır. Ancak temellerinin sağlam olarak atıldığı bu yapıyı yıkmanın neredeyse imkânsız oluşunu bilmek, onları geri adım atmaya zorlamaktadır. Çünkü hem devlet politikası hem de ekonomik yapı buna elveriş sağlamamaktadır. Bir çıkış yolu arayan ancak seslerini duyuramayan yönetmenler, sinemanın geniş halk kitlelerini etkisi altına almasının yararını bu filmler üzerinden görüp görmediği ise tartışma konusu olabilir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, A. (2013). Türk Siyasal Hayatında 1980 Sonrası Darbeler ve Muhtıra. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 42.
- Akıncılar, B. (1987). *Ömer Kavur Sineması*. İstanbul : Marmara Üniversitesi.
- Arı, H. (2019). *Ertem Eğilmez Komedi Filmlerinde Toplumsal ve Siyasal Mesajlar*. Ordu: Ordu Üniversitesi.
- Battal, V. (2015). *Yavuz Turgul Sinemasında Mizah ve Toplumsal Eleştiri*. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Bıçakçoğlu, Ö. (2014). *Türk Sineması'nda Bir Tür Olarak Güldürü:Ertem Eğilmez Filmleri*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Bingöl, H. (2019). *Ömer Kavur Filmleri Üzerinden Mekan, Bellek, Toplum İlişkilerine Bakmak*. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Çetkin, S. (2020). *1980'ler Türkiye Siyasi ve Sosyoekonomik Yapısının Türk Sineması Objektifinden Okunması*. Bingöl: Bingöl Üniversitesi.
- Dikmen, S. A. (2018). *Yavuz Turgul Sinemasında Kültürel Kodlar ve Kültürel Temsiller*. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi.
- Ekici, A. (2007). *1980-1990 Arası Türk Sinemasında Kentsel Ailede Kadının Konumu*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Erol, Ç. H. (2010). *Türkiye'de Ulusal Kalkınmacılığın İflası ve Toplumsal Anominin 1980'ler Türk Sinemasındaki İzleri*. İstanbul : Marmara Üniversitesi .
- Esen, Ş. K. *Sinemamızda Bir 'Auteur' Ömer Kavur*. Alfa Yayınları.
- Hamurcu, Ö. (2019). *Toplumsal Cinsiyet Rollerini Üzerinden Türk Sineması'nda Kadın (1980'li Yıllar)*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Hıdıroğlu, İ. (2010). *Türkiye'de 1980 Sonrası Sinema Politikaları*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Kurt, H. (2019). *Ömer Kavur Sinemasının Edebi Kökenleri*. İstanbul: Marmara Üniversitesi .
- Küçük, A. (2019). Türkiye'de Sosyal ve Siyasal Değişim:1980 ve Sonrası. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi* , 24-25.
- Küçük, A. (2019). Türkiye'de Sosyal ve Siyasal Değişim:1980 ve Sonrası. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi* , 25-28.
- Orhan, H. (2019). *Sinemada Rüya Temsilleri ve Ömer Kavur Sineması Bağlamında Değerlendirilmesi* . İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Toker, D. (2019). *Yitik Zamanın Romantik Bekçileri: 1980 Sonrası Toplumsal Değişim Bağlamında Yavuz Turgul Sineması Ve Nostalji*. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Fakültesi.

Topaloğlu, M. (2019). *Toplumsal ve Kültürel Yönleriyle Ertem Eğilmez Sineması*. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.

Türk Sineması'nda Bir Tür Olarak G.

Yerlikaya, B. (2020). *Toplumsal Cinsiyet Bağlamında 1980 Sonrası Türk Sineması'nda Çalışan Kadın İmgesi*. İstanbul : Marmara Üniversitesi

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 38-60.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date

Yayın Geliş Tarihi: 03.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date

Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KÖMÜR

Bayburt Üniversitesi

gkomur@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7516-2560

KİŞİLERARASI İLETİŞİMDEN BİLGİSAYARLAR ARASI İLETİŞİME: İNSANSIZ İLETİŞİMİN İMKÂNLARI

ÖZET

Teknolojik ilerlemeler toplumların gelişmelerini, toplumsal yapısını, sosyal ve kültürel değişimlerini doğrudan etkileyen unsurlar olarak gelişme göstermeye başlamıştır. Gündelik hayatın her noktasına nüfuz eden bilgisayarların ve onun ürettiği yeni medya araçlarının toplumsal yaşama nasıl etki ettiği ve onu dönüştürdüğü sosyal bilimlerin en temel tartışma konularından biri olduğu aşikârdır. Tarihte iletişimin biçimi ve içeriği bakımından indirgemeci yaklaşımlarla öne sürülen sınıflandırmalar, esasen hep bir insan-insan ya da insan-bilgisayar etkileşiminin yörüngesinde kalmıştır. Bu makale, teknoloji ile insan ve onun kolektif yapısallığı olan toplumun ilişkisini yeni bir tür teknolojik determinizm eleştirisi odağında ele almaktadır. Bu görüşe göre teknoloji insanların düşünce ve davranışlarını etkileyerek sosyal ve kültürel değişimlere yol açarak insanlar arasındaki ilişkilerin yeniden şekillenmesinde başat rol üstlenmektedir. Bu çalışma, iletişimi aktörün yapısallığı bakımından tarihsel bir sınıf bölmesinde düşünecek ve geleceğin iletişim sisteminin bugünün toplumlarında kurulmaya başlayan altyapısal örüntülerini kavramaya çalışacaktır. Çalışmanın temel amacı, teknolojik determinizm görüşünün toplumsallaştığı ve toplumun kurulmasında temel motivasyon olarak konumlandığı bir yenedünya görüşü içerisinde, insana özgü olanın bilgisayarlara aktarılmasının genelleştirilmiş eleştirilerinden öteye geçerek iletişimin aktör merkezli tarihsel kırılmasına dair bir teorileştirme denemesi yapmaktır. Tarihi iletişimin teknolojik boyutuna dayandırarak bölümlendiren görüşlerden farklı olarak bu çalışmada aktör merkezli yaklaşımla insan-insan etkileşimi, insan-bilgisayar etkileşimi ve bilgisayar-bilgisayar etkileşimi evreleri tartışılacaktır. Çalışmada bu yönüyle güncel iletişim biliminin ihtiyaç duyduğu yeni tarihsel referansı oluşturmak amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kişilerarası İletişim, İnsan-Bilgisayar Etkileşimi, Teknolojik Determinizm, Yapay Zekâ, Nesnelerin İnterneti

FROM INTERPERSONAL COMMUNICATION TO COMPUTER-TO-COMPUTER COMMUNICATION: OPPORTUNITIES OF UNMANNED COMMUNICATION

ABSTRACT

Technological advances have begun to develop as factors that directly affect the development, social structure, social and cultural changes of societies. It is obvious that one of the most basic discussion topics of social sciences is how computers and the new media tools affect social life. The classifications put forward by reductionist approaches in terms of the form and content of communication in history have essentially remained in the context of human-human or human-computer interaction. This article discusses the relationship between technology and human and its collective structural society, in the focus of a new type of technological determinism critique. According to this view, technology plays a leading role in reshaping the relations between peoples by influencing people's thoughts and behaviors, causing social and cultural changes. This study will consider communication in a historical class division in terms of the structural nature of the actor and try to understand the infrastructural patterns of the future communication system that are starting to be established in today's societies. The main purpose of this study is to make an attempt to theorize about the actor-centered historical breakdown of communication by going beyond the generalized criticisms of transferring the human-specific to computers in a new philosophy in which the view of technological determinism is socialized and is positioned as the main motivation in the establishment of society. Unlike the views that compartmentalize history by basing it on the technological dimension of communication, human-human interaction, human-computer interaction and computer-computer interaction phases will be discussed with an actor-centered approach in this study. It is aimed to create a new historical reference needed by current communication science.

Keywords: Interpersonal Communication, Human-Computer Interaction, Technological Determinism, Artificial Intelligence, Internet of Things

GİRİŞ

Bu makale, teknoloji ile insan ve onun kolektif yapısallığı olan toplumun ilişkisini yeni bir tür teknolojik determinizm eleştirisi odağında ele almaktadır. Bilgisayarların sosyal aktörler olarak yeniden toplumsal tanıma eriştikleri yöndeşmiş dünyada araç olan teknoloji ile aktör olan teknoloji arasındaki farkın okunmasına katkı sunmak, bu çalışmanın özgün değeridir. Çünkü nesnelere internet kavramı temelinde büyüyen tartışma cephesi, insanın bilfiil yer almadığı bir araçlar arası iletişim modelinin imkânlarına giderek daha olumsal çerçeveden bakmaktadır. Bu olumsuzluk faktörü, yeniden modellenen 'yaşam dünyalarında' insan ile birlikte aktörlük görevini üstlenecek olan bilgisayarların/yapay zekâların iletişimi insansızlaştırması ya da insanın yer almadığı yeni iletişim tiplerini küresel iletişim formasyonuna eklemelerini konu edinen bir iletişimbilimsel açmazın odak noktasıdır. Bu çerçevede öncelikle teknolojik determinizm görüşünün teorisinin sınırlarını aşarak toplumsal konsept geliştirme yaklaşımlarına sızmaya başladığı kolektif güdülenme hareketlerini tartışmak gerekir.

Teknolojik ilerlemeler toplumların gelişmelerini, toplumsal yapısını, sosyal ve kültürel değişimlerini doğrudan etkileyen unsurlar olarak gelişme göstermeye başlamıştır. Bu

değişmeler ve gelişmeler paralelinde teknolojinin insanları etkileyen bir unsur olduğu ve hatta toplumsal değişime neden olan bir güç olduğu ileri sürülmüş ve teknolojik determinizm görüşünün bir düşünce akımı olarak ortaya çıkması sağlanmıştır. Bu görüşe göre teknoloji insanların düşünce ve davranışlarını etkileyerek sosyal ve kültürel değişimlere yol açarak insanlar arasındaki ilişkilerin yeniden şekillenmesinde başat rol üstlenmektedir. Bu düşünce birçok eleştiri ile karşılanmakta olup, teknolojinin toplum üzerindeki etkisi konusunda farklı fikirler de bulunmaktadır. Ancak günümüz iletişim alanının etkilendiği ve besin kaynağı olarak kullandığı temel teorilerin önemli bir kısmında teknoloji determinist eğilimler ya da en azından post-teknolojik determinist yaklaşım setlerine geniş yer ayrılmaktadır. Çünkü teknolojinin merkez-güç olarak tüm süreçlerin varoluş koşullarında nispeten yer alması, yeni toplum teorilerinde teknolojiye en azından aktif-edilgen bir rolün yakıştırılmasını tartışılmaz kılmıştır. Teknolojinin temsil edildiği yeni 'üretici güç' aksamaları, toplumsal bir özne olma mertebesinde kabul görmese dahi onların birer fail olarak özerk konumda tanımlandıkları ve self-determinasyon (öz-belirlenim) çerçevesinde sosyal işlevselciliğe aktarıldıkları yeni bir tartışma evresi söz konusudur.

Teknolojinin toplum üzerindeki etkisi, toplumsal, kültürel ve ekonomik gelişimlere yön vermesi farklı şekillerde tartışma konusu olurken Smith ve Marx (1994) "Teknoloji tarihi yönlendirebilir mi?" sorusu üzerinde durmuşlar ve teknolojik determinizmin bir ikilem ortaya çıkardığını savunmuşlardır. Teknolojik determinizmin toplumu ve tarihi yönlendirdiği gibi, toplumun ve tarihin de teknolojiyi yönlendirdiği ve etkilediğini de salt bir varsayım olarak not düşmüşlerdir.

Karl Marx, toplumların temelini ekonomik ilişkilerin oluşturduğunu savunmuş ve ekonomik ilişkilerin gelişmesini üretici güçler tarafından gerçekleştiğini dile getirmiştir. İnsanların doğal kaynakları kullanma kabiliyetini, üretim araçlarını ve teknolojiyi üretici güç olarak tanımlamıştır. Fakat bu görüşlerini sadece teknoloji ve üretici güçlerin etkili olduğu bir determinizm anlayışına dayatmamıştır. Üretici güçlerin toplumun gelişmesinde etkili olduğunu savunmuş fakat bunun tek başına yeterli olmayacağını vurgulamıştır. Ona göre üretim güçlerinin gelişimindeki birincil faktör insandır. Teknoloji, özünde teknolojik olmayan bir karaktere sahip olan bu süreçte yalnızca kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır (Bimber, 1990, s. 333).

Teknolojinin geleceği tasarlamada geçmişten ya da bir başka ifade ile tecrübelerden yararlanması ve mevcut teknolojik imkânların kullanılması teknolojinin tasarım süreçlerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Ayrıca teknolojik determinizm, geçmişi somutlaştırmak ve geleceği tasarlamak fikrine yönelik olarak, insanların teknolojiyi tasarladığı ve kontrolünü elinde tuttuğu düşüncesini teşvik etmektedir (Hallström,2022).

McLuhan (1994) Sözlü Kültür (Kabile), Edebi Kültür (Yazım ve Basım), Elektrik-Elektronik Kültür (Medya ve İnternet) kavramları üzerinden medya ve iletişim araçlarının tarih

boyunca nasıl gelişim gösterdiğini ve bu gelişimin kültüre olan etkilerini ele almıştır. Sözlü kültür döneminde bilgi, kültür ve iletişim sözel olarak aktarılmaya başlanmış, yazının icadı ve matbaanın bulunması ile bilgi, kültür ve iletişim yazılı olarak iletmeye başlanmış ve bilginin kalıcı ve yaygın hale gelmesi Edebi Kültürün gelişimine de olanak sağladığını ifade etmiştir. Son olarak radyo, televizyon ve internet gibi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler bilgi ve kültür aktarımını hızlandırarak elektronik iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına olanak sağladığını savunmuştur. Innis (1950) iletişim tarihini yazılı dönemden başlatarak yazının icadı ile bilgi ve kültürün yazılı olarak ilerlediğini savunmuş ve iletişim tarihini yazılı ve basılı dönem olarak ikiye ayırmıştır. McLuhan ve Innis, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim ve değişimin, bireylerin düşünce ve toplumsal örgütlenme şekillerini de değiştirdiğini savunmuşlardır. Bu iki düşünürün yaklaşımı iletişim teorileri açısından teknokratik fikirlerdir. Teknolojiyi bağımsız değişken şeklinde kabul eden ve iletişim çalışmalarına gizemli bir hava veren bu görüş, teknolojiyi, dünyadaki problemlerin çözümü ve toplumun dönüştürücüsü olarak ele almaktadır (Yaylagül, 2022, s.69).

Medya ve iletişim tarihini Birincil Sözlü Kültür, Edebi Kültür, İkincil Sözlü Kültür olmak üzere 3 döneme ayıran Ong (1982), insan iletişiminin sözlü olarak başladığını ve bilgi ve kültürün sözel olarak aktarıldığını ifade etmiştir. Bu bakımdan düşüncelerinin birçoğu McLuhan ile benzerlik göstermektedir. Ong matbaa ve yazının kullanılmasıyla ve özellikle yeni iletişim teknolojileri ile beraber insanlığın sözün yeniden hâkim olduğu bir döneme girdiğini savunmuştur. Fakat bu yeni dönemin tamamen araç dolayımı olması nedeniyle bu dönemi ikincil sözlü dönem olarak isimlendirmiştir. Postman (1992) teknolojinin toplum üzerinde bir baskı oluşturduğunu savunmuş ve teknolojik gelişmelerin toplumun kültürel değerlerini ve iletişim biçimlerini şekillendirdiğini söylemiştir. İletişim tarihi sürecini Araç Kullanma, Teknokrasi, Teknopoli olarak 3 ayıran Postman, teknolojinin toplum üzerindeki, baskınlığını ve kültür üzerinde bir hegemonya oluşturmasını Teknopoli kavramı ile açıklamıştır. Teknolojinin sadece bir araç olmadığı yönüne dikkat çekmiş ve teknolojinin aynı zamanda kültürel bir güç olduğunu insan iletişiminin üzerindeki etkisini vurgulamıştır.

Ulmer (2003) medya ve iletişim tarihini açıklarken Sözlü (Orality), Edebi (literacy), Elektratik (Electracy) kavramları üzerinden hareket etmiştir. Özellikle internetin ortaya çıkması ile değişen iletişim ortamlarının ve kültürel etkilerinin insanların iletişim tercihlerini de değiştirdiğini savunmuştur. İnternetin ve diğer elektronik iletişim araçlarının geleneksel iletişim araçlarından farklı bir kültürel modeli temsil ettiğini ileri sürerek elektratik kavramını kullanmıştır. Elektratik kültürün geleneksel yazılı kültürden farklı olduğunu görsel, işitsel ve medya araçları üzerinden ortaya koymuştur. Toffler (1980) toplumu Birinci Dalga: Tarım, İkinci Dalga: Teknoloji, Üçüncü Dalga: Enformasyon Toplumu şeklinde 3 dalgaya bölerek toplumsal ve kültürel değişimleri ele almıştır. Her bir dalganın insanlık tarihindeki farklı dönemleri ortaya koyduğunu ileri sürmüştür. Özellikle 3. dalgada teknolojik gelişmelerin (Medya ve İletişim) toplum üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, bilgi aktarımının artması ve hızlanması, küreselleşme ve kültürel etkileşim gibi

gelişmelerin toplumsal yapıyı, kültürel değerleri değiştirdiğini ve yeni toplumsal düzenlerin oluşmasını sağladığını savunmuştur.

Logan (2000) internetin insan hayatına girmesi ve insanlığın bir internet çağında yaşamaya başlaması sonucunda insanoğlunun hayatında birçok değişikliğe neden olduğunu ifade etmiştir. Özellikle internetin insanların iletişim alışkanlıklarını değiştirdiğini ve farklı iletişim araçları ile etkileşim gerçekleştirdiğini savunmuştur. İnternetin bilgi paylaşımı, e-öğrenme, kültürel etkileşim, eğlence ve sanat gibi birçok alanda toplumsal değişime yol açtığını ve sonuç olarak bir kültürel dönüşüm meydana getirdiğini ifade etmiştir. Özellikle internetin geleceği ile ilgili yeni teknolojik trendlerin (Nesnelerin İnterneti) ortaya çıkmasını öngörmüştür. Yapay zekâ ve otomasyon teknolojilerinin internet ile daha entegre çalışacağını ve hatta tüm bunlara bağlı olarak yeni iş sektörlerinin ortaya çıkacağını ileri sürmüştür.

Yukarıdaki çalışmalar iletişim tarihini merkeze alarak insanlık tarihini, sözlü dönem, yazılı dönem, baskı dönemi, elektronik dönem ve son olarak da internet dönemi şeklinde evrelere ayırarak teknolojik ve kültürel değerler açısından incelemiştirlerdir. Bu çalışma kendi bakış açısından medya ve iletişim evrimini *İnsan-İnsan Etkileşimli Çağ*, *İnsan-Bilgisayar Etkileşimli Çağ*, *Bilgisayar-Bilgisayar Etkileşimli Çağ* şeklinde farklı dönemin özelliklerini ve etkilerini inceleyerek bir üçlemeye bölmektedir. Çünkü tarihsel bölüngenün insan ve bilgisayar denkleminde hiç kurulmamış olması, yeni iletişim evresinin tarihsel konumunu saptamak için doğru bir değişken tayini olacaktır. Tarihte iletişimin biçimi ve içeriği bakımından indirgemeci yaklaşımlarla öne sürülen sınıflandırmalar, esasen hep bir insan-insan ya da insan-bilgisayar etkileşiminin yörüngesinde kalmıştır. Bu çalışma, iletişimi aktörün yapısallığı bakımından tarihsel bir sınıf bölmesinde düşünecek ve geleceğin iletişim sisteminin bugünün toplumlarında kurulmaya başlayan altyapısal örüntülerini kavramaya çalışacaktır. Bu çalışmanın temel amacı, teknolojik determinizm görüşünün toplumsallaştığı ve toplumun kurulmasında temel motivasyon olarak konumlandığı bir yenedünya görüşü içerisinde, insana özgü olanın bilgisayarlara aktarılmasının genelleştirilmiş eleştirilerinden öteye geçerek iletişimin aktör merkezli tarihsel kırılmasına dair bir teorileştirme denemesi yapmaktır. Tarihi, aktör merkezinden 3 temel evreye ayıracak olan bu çalışma, iletişim biliminin ihtiyaç duyduğu yeni tarihsel referansı oluşturmayı da amaçlamaktadır.

İletişimin Araçsallaşma Serüveninde Sona Yaklaşmanın Tansiyonu

İletişimin araçsallaşması binlerce yıllık bir meseleyken, mevcut durumda gerçekleşmek üzere olan salt araçsallaşma, bir bakıma kendini tamamlama başarısıyla eşzamanlı olarak yeni bir başlangıca da işaret edecektir. Henüz tamamlanmamış bir tarihin sonuna doğru gelirken, bir başka tarihin kendine özgü kuruluşunu tedavüle almasıyla birlikte gerilim hali de kuşkusuz sona erecektir. Nitekim bu geçiş ve insan merkezliliğin sonlanışına yakınlık durumu, eleştirel teorinin şiddetle savunduğu karşı-tezlere karşın toplumsal yaşamda bir tür Kadife Devrim olarak gerçekleşmektedir. Ancak iletişimin araçsallaşma serüveninin bir tarih olarak kendini

tamamlama anına bu kadar yakın olmak, geleneğin sonlanması mitini öne süren çevreler tarafından düşmesi zor bir tansiyon halini göstermektedir.

Tarih boyunca insanoğlu yaşamının her alanında büyük değişimler yaşamış ve bu değişimlere de uyum sağlamak zorlanmamıştır. Teknolojik imkânların hızla gelişerek yaygınlaşması insanları bu teknolojik gelişmelerle karşı karşıya bırakmış ve bu gelişmeler de diğer değişimlerde olduğu gibi toplumsal yaşam üzerinde farklı yaşam tarzlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak iletişim teknolojilerinin de aynı hızla gelişmesi ve değişime uğraması kaçınılmaz olmuştur. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesinde en etkili unsurlardan bir tanesi de internettir. Özellikle internet kullanımının son yıllarda yaygınlaşması ve insanoğlunun hayatının bir parçası haline gelmesi yeni iletişim biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylece iletişim artık zamandan ve mekândan bağımsız olarak sanal ortamlarda gerçekleşmeye başlamıştır. İnsani duygulardan uzak, beden dili içermeyen bu anlık iletişim insanlara yapay bir dünya ve sanal bir hayat sunmaktadır.

Olmadığı halde varmış gibi kabul edilen sanal kavramı insanların mekândan ve zamandan uzak kurdukları ortamı ifade etmektedir. Böylelikle insanların arkadaşlıkları, iş birlikleri, alışverişleri, iş yerleri kısacası tüm yaşamları sanallaşmaktadır. Böyle ortamlarda insanlar sanallığın yukarıda ifade edilen anlamına uygun olarak gerçek bir yaşamış gibi yaşanmadığı halde ona uygun yaşarmış gibi hareket etmektedirler (Tutar, 2007, s. 135). İletişimin internet ve onun medya araçları ile sanal bir dünya oluşturması ve yüz yüze iletişimin yerine geçen sanal uygulamalar ne yazık ki kişilerarası iletişim yoğunluğu yanında çok yapay kalmaktadır.

Küreselleşmesinin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde ortaya çıkan dönüşümler bir ağ toplumunu ortaya çıkarmıştır. Enformasyonu temel alan ağ toplumu yer küreye yayılım göstererek toplumsal bir organizasyon yapısı oluşturmuştur. Bu yapı üretim, tüketim ve güç ilişkilerini etkilediği gibi, kültür aracılığı ile şekil alan bir etkileşim ortamı koymuştur (Castells, 2005, s. 123-133).

Castells, günümüz toplumunda neredeyse her şeyin internete bağlı olduğunu ve internete bağlanmadan yaşamının çok zor olduğunu ve bireylerin toplumdan ve hayattan kopmamak adına internete bağlanmaları gerektiğini ileri sürmüştür (Kaya, 2013, s. 162). McLuhan'a göreyse bilgisayar sistemlerinin medya ile entegre olması (computerized media) sonucunda bireyler farklı duyuşsal yetenekler kazanmış ve medyaların dijital uzantıları sayesinde daha önce hiç tatmadıkları tecrübeler yaşamaya başlamışlardır. Kazanılan bu çoklu duyuşsal yetenekler insanların düşünme ve eylemlerine tesir ederek algılarını da dönüştürmüş ve bunun sonucunda da insanlar da değişmeye başlamıştır. Yeni medya araçları sadece sundukları yetenekler, taşıdıkları içerikler ile değil yapısal olarak kendileri de anlamlar üretmektedir (Yanık, 2016, s. 899).

Yeni medya kavramı günümüzde yeni iletişim araçlarını topluca temsil etmektedir. Kavram ilk olarak 1970'lerde bilgi ve iletişim temalı çalışmalarda, ekonomik, sosyal, kültürel, politik ve psikolojik çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Fakat zaman içerisinde özellikle 1990'lı yıllarda bilgisayar ve internet teknolojisinin hızlı bir şekilde ilerlemesi ve yaygınlaşması ile kavramın anlamı genişlemiş ve çok daha kapsamlı hale gelmiştir (Thompson, 1995, s.23-25).

Yeni medya kavramının bu kadar kapsamlı olması çok geniş bir iletişim teknolojisini bünyesinde barındırmaktan kaynaklanmaktadır. Manovich yeni medyayı, bilgisayarlar aracılığı ile var olan medyayı etkileşimli bir şekilde, sayısal verilere dönüştürerek yönlendiren, dağıtan ve paylaşım yapan ortamlar olarak tanımlamıştır. Manovich yeni medyanın beş temel prensibi olduğunu ileri sürmüştü ve bu nitelikleri, sayısal, modülerlik, otomasyon, değişkenlik, kod çevrimi olarak belirlemiştir. Sayısal temsili bütün medya ürünlerinin sayısal formatlardan meydana geldiğini ifade etmiş ve onu klasik bir medyum olarak nitelemiştir (Manovich, 2001, s.19-48)

Yeni medya ortamlarında kişiler arası iletişim artık doğrudan oluşmamakta, görsel algılama ve temsil üzerine kurulmamaktadır. Yeni medya araçlarının ayrıca entegrasyon özelliği bulunmakta ve bu sayede yeni medya aygıtlarının birden fazla araçta birlikte kullanılarak multimedya oluşturmaktadır (Dijk, 2006, s.210-211). Yeni medya ilgili her şey ve yeni medyanın tüm öğeleri medya nesnelere aittir. Bu nesnelere aynı zamanda kültürel nesnelere temsil etmektedir ve fiziksel olarak da gerçek dünyada var olan nesnelere kaynak olarak, onları temsil ve inşa ederek yeniden üretmektedir (Manovich, 2001, s. 19).

Altunay (2015) Manovich'in yeni medyanın temel niteliklerinden biri olarak ifade ettiği yazılım tabanlı iletişimin güncel karşılığı olarak yöndeşme kavramına denk geldiğini ifade etmiştir. Yöndeşme kavramı yeni medyanın esas özelliklerinden biri olarak, yazılım tabanlı çalışma ilkesiyle yeni medya içeriklerini her araç için uygun şekilde getirilmesi ve gerektiğinde manipüle edilmesini de kapsadığını dile getirmiştir (Altunay, 2015, s. 414).

Sosyal medya ve sosyal ağlar yeni medyanın himayesinde özellikle mesafe sınırlarını yok ederek yüz yüze iletişimi ortadan kaldırarak kullanıcılar arasında kendilerine özgü yeni iletişim platformlarının oluşmasını sağlamışlardır (Torlak & Ay 2014, s. 83-94). Yani yeni medya bir nevi kendi medya araçlarını oluşturarak iletişimin de sınırlarını aşan bir hal almış ve insanları etkisi altına alan bir büyü gibi etkilemeye başlamıştır. Bireylerin yüz yüze iletişim biçimleri yerine sosyal medya uygulamalarını kullanmaya başlamaları onları teknolojik iletişim araçlarına bağımlı hale getirmiştir. Böylelikle teknolojik gelişmelerin etkisi ile ortaya çıkan aracı iletişim araçlarını kullanan bireyler giderek kişiler arası iletişimden koparak kendilerini sanal bir dünya içerisine sokmaktadırlar.

Geleneksel anlamda "insan merkezli" olan iletişim internet ile ağlar üzerinden kurulan iletişim nedeni ile "araç merkezli" bir iletişime evrilmektedir. İletişimin yaygınlaşması, çok

hızlı ve kolay ulaşılır hale gelmesi onun derinliğini ve boyutlarını kısıtlamış ve istenenin aksine içerik yönünden zayıflatmıştır. Kısacası araç-merkezli iletişim, insan-merkezli iletişimin içerik temelli ilişki şekillerini yok ederek, iletişim kanallarının çoğalmasına ek olarak, insanlığın kadim kültürünün bir ögesi olan yüz yüze iletişiminin de gerçekliğini ortadan kaldırarak insanı yalnızlık evrenine doğru itmektedir (Davutoğlu, 1995).

Geleneksel iletişim biçimlerinin insan-merkezli iletişim biçimlerine dayalı bir iletişim olanağı sunması ve insanlar arasından kurulan iletişim bağlarının artması insanların sosyallik seviyelerinin de artmasını sağlamıştır. Fakat bugün gelinen noktada araç-merkezli iletişim olanaklarının insanların hayatlarına etkili bir şekilde nüfuz etmesi onları gerçek manadaki sanal olmayan sosyallikten mahrum bırakmakta ve ironik olarak da bireylerin yalnızlaşmasına neden olmaktadır. Erişim olanaklarının büyümesi ile koşullanan insan zihni gerçek bir iletişimin niteliğinin önemini kavramakta başarılı olamamıştır. Bu nedenle araçsallaşmış iletişim, insanlar için iletişim kurmaktan öte bir erişim olmuştur (Tutar, 2007, s.135). Bu şekilde insanlar; sanal dünyada kişiliklere, cep telefonlarında sözcükler ve duygu belirten küçük imgelere (emoji) sosyal ağlarda ise profillere dönüşmüşlerdir. Bu bağlamda hareketle insanların robotlar ile olan iletişimi artarken, insanlar ile olan ilişkileri giderek azalmaktadır (Turkle, 2010, s.37).

İletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan "hızlı üretme, hızlı tüketme ve hızlı öğrenme" gibi teknikleri içerisinde bulunduran dokunmatik aygıtlar sayesinde insanlar parmak dokunuşları sayesinde tüm dünyayı avuçları arasına alabilmektedir. Bu durum dokunmatik bireylerden meydana gelen dokunmatik bir nesli ortaya çıkarmıştır (Yengin, 2012,s.36). McLuhan'ın dünyanın giderek küçülüp bir global köy haline gelmesi tezini doğrular nitelikte olan bu teknolojik değişimler iletişimsel anlamda fiziksel mesafeleri ve zamansal imkânsızlıkları ortadan kaldırmış olsa da insanların fiziksel ve duygusal anlamda birbirlerinden uzaklaşmalarına neden olmuştur. Kişiler arası ilişkilerin yerini artık onlar adına internet yoluyla ilişki kuran teknolojiler ve onların yeni medyaları almıştır.

Tarihin Yeniden Sınıflandırmak;

İnsan-İnsan Etkileşimi (Kişilerarası İletişim)

İnsan-insan iletişimi insanoğlunun dünyaya geldiği ilk günden bugüne kadar her zaman varlığını korumuştur. İnsanoğlu sosyal bir varlıktır ve onun en önemli ihtiyaçlarının başında beğenilmek ve takdir edilmek gelmektedir. Bu sebeple iletişim insanların aynı zamanda aidiyet duygularını pekiştirmek, kendilerini doğru ifade edebilmek ve karşıdakini doğru anlayabilmek için vardır. İletişim kısaca insanoğlu için hayatın özü olmuştur. İnsanların birbirleri ile işaretler ve diller aracılığı ile iletişim kurması kişiler arası iletişimin somut bir göstergesidir. İnsanlar farklı diller kullanarak iletişim kurmaktadır ve dünya üzerinde farklı diller bulunmakla beraber her dilin kendine özgü özellikleri vardır. Bu dillerin temel amacı verileri ve bilgileri kişiden kişiye aktarmaktır. İnsan-İnsan iletişiminin hem avantajları hem de dezavantajları

bulunmaktadır. Yüksek düzeyde anlayış sağlaması, kişinin kendini daha rahat ifade edebilmesi, katı olmayan bir yapıya sahip olması ve gizli bilgilerin iletilmesi için en güvenilir yöntem olması açısından avantajlıdır (Kalyani & Sharma, 2015, s.17-18). Aristo'nun antik dönemde iletişim ve söylem becerilerinin önemini vurgulamak adına yazmış olduğu retorik eseri kişilerarası iletişimin o dönemde bile ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Aristo eserinde özellikle iletişim sürecinde ikna ve motivasyon konularına yönelik ifadeler üzerinde yoğunlaşmıştır. Aristo etkili bir konuşma için konuşmanın üç unsurundan bahsetmiş ve bunları "hatip, konu, muhatap" şeklinde sıralayarak yüz yüze iletişimin bir düzen içinde seyretmesini savunmuştur. Bunlara ek olarak hedefe yönelik konuşmada hukuki söylev, müzakereci söylev ve epideiktik söylev olmak üzere üç konuşma türünün olduğunu ifade etmiş, ayrıca bu sınıflandırmasındaki üç söylev türünü logos, ethos, pathos şeklinde üç terimle ilişkilendirmiştir (Altınörs, 2011, s.88).

Dünyada yaşanan gelişmeler ışığında ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak iletişimin farklı biçimleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu doğrultuda kişilerarası iletişimin ne olduğu ile ilgili anlayış teknolojik gelişmeler ve bunların topluma yansımaları da farklılaşmıştır. Normal şartlarda yüz yüze olması beklenen kişilerarası iletişim giderek ve artan ölçüde yüz yüze olmaktan uzaklaşmış ve yer ve zamanın bir ölçü olduğu düşüncesi anlamını yitirmeye başlamıştır (Eren, 2018, s.23). İletişimin araç ve alışkanlıklarının değişmesi insanların iletişim tercihlerini de etkilemiş özellikle sosyal medya sayesinde kişilerarası iletişim biçimi yeni bir boyut kazanmıştır. Böyle bir durumda herkes istediği saatte ve istediği yerde istediği kişi ile iletişim kurarak ve sürekli ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu sayede insanlar birbirleri yüz yüze olmasa bile etkileşim kurabilmekte ve iletişimde kalabilmektedirler. Sosyal medya ve dijital teknolojilerin gelişmesi ve özellikle de internetin kullanımının yaygınlaşması yeni sanal ortamların oluşmasını sağlamış ve yeni sosyal mekânların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sonuç olarak İnsan-insana olan iletişim yüz yüze olmaktan çıkarak ve birçok özelliğini de kaybederek yeni bir boyuta geçmiştir.

İnsan-Bilgisayar Etkileşimi (HCI)

Her şeyin ölçütü olan insan kendinden sonra ortaya çıkan birçok gelişme ile de ilişki içerisinde olmuş ve bunların birçoğunu da yine kendi eliyle üretmiştir. 1940'lı yıllarda farklı amaçlar için üretilen bilgisayarlar ortalama bir insan için ulaşılması neredeyse imkânsız olan çok değerli, karmaşık makineler olarak kullanılmaya başlanmışlardır. O dönemde bilgisayarlar özenle korunmuş, klimalı sistemli odalarda, üniversitelerin ve şirketlerin araştırma laboratuvarlarının ve hükümetin korunaklı tesislerinin kilitli kapıları ardında saklanmışlardır. İlk yıllarda bu bilgisayarları tasarlayan mühendislerin akıllarında etkileşim sorunu yer almamıştı. Fakat 1980'lerde etkileşim ile ilgili problemler ortaya çıkmaya başlamış ve yeni bilgisayarlar artık güçlü olmanın da ötesinde herkesin kullanımına hazır hale gelmiştir. Bilgisayarların daha kullanılabilir hale gelmesi ile daha önce kapalı kapılar ardında bir sır gibi tutulan bilgisayarlar insanların iş yerine girmiş hatta daha ötesinde insanların evlerindeki

masalarında yerlerini almıştır. Böylelikle insan bilgisayar etkileşiminin (HCI) alanı açılmaya ve alandaki çalışmalarla uyumlu bir şekilde genişlemeye başlamıştır (MacKenzie, 2012, s.1).

Teknolojik gelişmelerin sosyal hayata gün geçtikçe egemen olması ve insanların gündelik yaşamlarını etkilemesi onların iletişim alışkanlıklarını da dönüştürmektedir. Bilgisayarların giderek küçülerek mobil teknolojik aletlere dönüşmesi ve insanların her an yanlarında taşıyabilecekleri aygıtlar olması onların sürekli iletişimde kalmalarına imkân sağlamaktadır.

İnsanların sosyal medyada kendilerini ifade etmesine imkân sağlayan ve yeni iletişim teknolojilerinden biri olan web 2.0. teknolojisi insanların bilgisayarlar sayesinde sosyal medya katılımcılığını artırmıştır. Mobil teknolojiler ve internet sayesinde (çevrimiçi) insanlar artık zaman ve mekândan bağımsız nereye giderlerse gitsinler her zaman sosyal bir ağa sahip olma imkânını bulmaktadırlar. İnsanların bilgisayarlar ile girmiş oldukları bu etkileşim -aynı mekânda ve zamanda olmasalar da- onların gerçek kimliklerinin ve fiziksel varlıklarının bir etkisi olmadan günlük hayatta iletişim kurarak söz almalarına ve eylemde bulunmalarına fırsat vermektedir. Aynı zamanda bu etkileşim iletişimi anlık, süreklilikten uzak ve geçici bir süreç haline getirmiştir (Eren, 2018, s. 22).

İnsan-bilgisayar etkileşimi insan hayatının her alanında önemli değişimler yaratmış özellikle kişiler arası iletişimde çok büyük dönüşümler ortaya çıkarmıştır. Günümüz egemen iletişim ve ilişki biçimleri zamanı ve mekânı belli olan, tarafların o ortamdaki varlıklarını zorunlu kılan geleneksel ilişki biçimlerinden çok uzak bir şekilde gerçekleşmektedir. Yani yeri ve zamanı belli olmayan, iletişime katılan tarafların varlıklarının zorunlu olmadığı, doğrudan değil dolaylı, fiilen değil vekâleten gerçekleştirilen iletişim ve ilişki biçimleri ortaya çıkmıştır. Geleneksel iletişim biçimlerinden olan yüz yüze iletişimde sürecin unsurlarından olan birey hem iletişimin kaynağı hem de aktarıcısı olurken, örneğin bir telefon konuşmasında sadece kaynağı olmaktadır. Bu kaynak somut bir varlık olmayıp sadece sesteki meydana gelmektedir. Ses burada yalnızca iletişimin iletisini değil aynı zamanda mesafesini de belirlemektedir. Sosyal medya iletişiminde ise içeriğin kontrolü kullanıcının elinde olmasıyla birlikte sosyal medyayı kullanan kişi sanki siber uzayın ara yüzlerinde yaşayan hayali bir varlık, dijital bir silüet olmaktadır (Köse, 2017, s.10). Sonuç olarak teknolojik değişimler ve toplumsal yansımaları, kişilerarası iletişimin giderek yüz yüze olmaktan uzaklaşmasına neden olmaktadır.

Bilgisayar-Bilgisayar Etkileşim: Nesnelerin İnterneti ve Ötesi

İnternetin hızla gelişip kapsamını genişletmesi onu 2010 yılından itibaren 4. Nesil internet olarak anılmasına neden olmuştur. "Yerel" kavramının artık Web 3.0 uygulama ve hizmetlerde bir anlam ifade etmediği, canlı ve cansız tüm nesnelerin internet ağları ile bağdaştırılması nesnelerin interneti olarak ifade edilmiştir. Esasen çok daha uzun yıllardır söylenen, fakat son yıllarda fiber optik kablo alt yapısının genişlemesi, geniş bant internetin

yaygınlaşması ve akıllı mobil cihazların artması ile büyük bir ivme kazanan ve yarının interneti olarak anılan bu 4. nesil internet teknolojisi bundan sonra "Nesnelerin İnterneti- Internet of Things (IoT)" olarak da kavramsallaştırılmıştır (Ulaş, 2015, s.1).

Nesnelerin interneti kavramı yeni kullanılan bir kavram gibi ele alınsa da, bilgisayarları ve ağları bir araya getirerek onları kullanmak yıllarca var olmuştur. Örneğin, 1970'li yıllarda elektrik sayaçlarının telefon hatları ile uzaktan izleme sistemleri ticari amaçla kullanılmıştır. 1990'lardaki kablosuz teknolojide yaşanan gelişmeler, teknik ekipman, izleme ve kurumlar için kurumsal ve endüstriyel çözümlerin artmasını sağlamıştır. Teknolojik gelişmeler, daha fazla veri üretimi, ileri analitik yetenekler, endüstriyel uygulamalar, günlük hayatı kolaylaştırma gibi gelişmeler, IoT'nin her geçen gün daha ilgi çekici ve popüler olması sağlamış ve potansiyelini her geçen gün artırmıştır. Bu potansiyel, teknoloji ve pazar trendlerini bir araya getirerek daha küçük cihazların daha uygun bir maliyetle birbirlerine bağlanmasını sağlamış ve yine sonuç olarak IoT'nin kullanım alanını çok daha genişletmiştir (Rose & vd. 2015, s. 7-8).

Dijitalleşmenin ve otomasyonun üretim sektöründe daha üst seviyelerde kullanılmaya başlanması ve üretimde yer alan tüm makine ve teçhizatın, internet aracılığıyla ve sensörler sayesinde koordineli bir şekilde teknoloji ile entegrasyonu, yeni bir devrim yaratmıştır. Üretim süreçlerindeki otomasyon, yapay zekâ, veri alışverişi, bulut sistemi ve depolanması, nesnelerin interneti gibi teknolojilerin üretim süreçlerine entegrasyonu birçok sektörde dönüşüm sağlamıştır. Sistemler arası bütünleşmeyi sağlayan bu süreç özellikle nesnelere arasındaki iletişimi gerçekleştirilmesi sayesinde daha akıllı ve bağlantılı sistemlerin kullanılmasını sağlamıştır (Şekeli ve Bakan, 2018, s. 17-18). Akıllı cihazların, veri toplayıcılarının ve özellikle de yapay zekâ uygulamalarının birbirleri ile olan iletişimi, birçok üretim sektöründe işlerin daha hızlı ve verimli olmasına olanak sağlamıştır. Endüstriyel olarak birçok alanda gelişime ve değişime ön ayak olan bu devrim insanların hayatlarında da birçok değişime ve gelişime neden olmuştur. İnsanların kullandıkları akıllı cihazlar onların kendi aralarındaki iletişiminde de yeni yollar açmış günlük alışkanlıklarını ve yaşam tarzlarını büyük ölçüde etkilemiştir. Akıllı telefonların, giyilebilir teknolojilerin, tabletlerin vb. birçok teknolojik aracın ev otomasyon sistemleri ile kullanılması, yani bu nesnelerin birbirleri ile iletişimi insanları daha bağlantılı ve bilgiye daha hızlı ulaştır hale getirmiştir. Bununla beraber yaşanan bu değişim hayatı kolaylaştırdığı gibi bazı olumsuz gelişmelerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve hatta gelecekte daha önemli sorunların da ortaya çıkabilme ihtimalini de güçlendirmiştir. Nesnelere arasındaki bu etkileşimin çeşitli güvenlik ve gizlilik problemlerini ortaya çıkarmasına ve verilerin korunması ile ilgili endişelerin oluşmasına neden olmaya başlamıştır. Hatta daha ileri boyutlarda düşünülecek olursa nesnelere arasındaki iletişimin, insanların iletişim sürecinden dışlanmasına neden olacağı düşüncesini de akıllara getirmiştir.

İletişim çalışmalarında CASA (computers are social actors) olarak bilinen ve bireylerin bilgisayarlar, televizyonlar ve yeni medya ile etkileşimlerinin esasen sosyal ve doğal olduğunu

savunan bir paradigma ortaya çıkmıştır (Wang, 2017, s. 334). Teknolojik gelişmeler ışığında önceleri sadece karmaşık hesaplamalar yapmak veri transferi gerçekleştirmek için kullanılan bilgisayarlar gün geçtikçe daha büyük verileri filtreleyerek kullanan ve çözümlenmeler yapan, bunların sonucunda da yorumlarda bulunma özelliği kazanan cihazlar olmuşlardır. Bilgisayarların bu özellikleri kazanması ve insanların karar verme mekanizmalarına benzer şekilde yapılandırılması, insanoğlunun hayatına etki eden daha kullanışlı hizmetler sunmasına olanak sağlamıştır (Öztemel, 2006, s.13). İnsanlar ile iletişimlerinde sosyal birer varlık gibi davranan bilgisayarlar insanların sosyal normlarına ve beklentilerine göre hareket ederek onlarla gerçekçi bir şekilde iletişim kurmaya başlamışlardır. Sanal robotlar, cep telefonlarındaki asistanlar, yapay zekâ temelli birçok uygulama bilgisayarların sosyal birer aktör olarak insanların hayatlarında yer edinmiştir. Bu uygulamaların insanlar ile olan iletişimlerinde sosyal becerilere sahip olması ve antropomorfik (insanbiçimsel) çağrışımlar göstermesi insanların da bilgisayarları sosyal birer varlık olarak görmelerini sağlamıştır. Yapay zekâ temelli birçok uygulamanın bu şekilde özelliklere sahip olması ya da bilinç kazanması yapay zekânın sosyal medyada daha aktif kullanılmasını sağlamıştır. Bu durumun olumlu sonuçları olduğu kadar tartışılması gereken olumsuz sonuçları da illaki ortaya çıkacak ve nispeten gündemi çok meşgul edecektir.

Nesnelerin aktörleşerek insandan bağımsız iletişim kurması nesnelerin internetinin başka bir aşamasını temsil etmektedir. Kendilerini temsil ve kontrol etme yeteneklerini kazanan yapay zekâ araçları artık insanlara ihtiyaç duymadan birçok alanda kendi iletişimlerini sağlamaya başlamışlar. Endüstriyel otomasyon sistemlerinde, akıllı ev teknolojilerinde ve yine akıllı şehir sistemlerinde nesnelerin daha doğrusu yapay zekâ araçlarının yer alması çok ütöpik gözükse de giderek birbirinden uzaklaşan ve sanal dünyalarda hareket eden insan iletişiminin önüne geçmeye başlayacaktır. Araçsal yayılımla birlikte insanın iletişim sürecinden dışlanması suskun insanın ortaya çıkmasına neden olacak ve suskunluğun giderek yaygınlaşması ve kişilerarası iletişimin azalması kaçınılmaz bir son olacaktır.

Birbirine internet üzerinden bağlı çok sayıda nesne, bu teknoloji sayesinde daha teknolojik ve entegre bir şekilde çalışabilmektedir. Nesnelerin interneti ayrıca üç farklı yönde iletişim sağlamaktadır. Bunlar (Lee& Crespi, 2010, s. 403):

İnsan-insan iletişimi: Bu, insanların bir cihaz aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurması durumunda ortaya çıkar.

İnsan-nesne iletişimi: Bu, insanların bilgiye erişmek için cihazlarla iletişim kurması anlamına gelir. İnsanların cihazlar ile belge paylaşımı ile özel bilgilere ulaşmasını sağlar.

Nesne-nesne iletişimi: Bu, bir nesnenin veya cihazın insanların katılımı olmadan insan dışı başka bir nesneye veya cihaza bilgi transfer ettiği iletişim şeklidir.

Teknolojinin ve iletişimin bu kadar gelişmesi internetin her şeye nüfuz etmesini kaçınılmaz bir hale getirmiştir. İlk zamanlarda sadece iletişim, belge ve veri transferi amacı ile kullanılan internet artık her nesne ile iletişim kurabilmekte ve onları da yönlendirebilmektedir. Akıllı telefonunun göndermiş olduğu bir komut başka bir akıllı cihaz tarafından algılanmakta ve insanoğluna bir konfor alanı oluştururken başka bir nesneye de işlevsellik kazandırmaktadır.

Endüstri, ulaşım, sağlık, akıllı yaşam alanları, kişisel ilişkiler, oyun robotları ve şehir bilgi sistemleri gibi daha birçok alanda birbirleri ile iletişim kurabilen akıllı cihazlar veri toplamak ve bu verileri değiş tokuş yapmak için bir araya gelen kablolu veya kablosuz ağlar oluşturmuştur. Bu yeni teknoloji insanlar adına her hangi bir yerde her hangi bir zamanda ve her şey ile bağlantı kurmayı sağlamış, veri transfer ederek insanlar adına kararlar almaya başlamıştır (Al-Sarawi vd.,2017,s.685). Özellikle sosyal sorunların çözümünde büyük katkı sağlaması IoT'nin etkilerinin çok daha derin olduğunu göstermiştir. Sağlık takibi, günlük yaşam takibi ve trafik sıkışıklığı kontrolü gibi sorunların çözümünde nesnelere birbirleri ile olan bağlantılarının gelişimini son derece önemli hale getirmiştir. Gelişen IoT teknolojileri sosyal ağlarla entegre olan bir düşünce ortaya çıkarmıştır. Sosyal Nesnelere İnterneti (SIoT) ismi verilen insan etrafındaki nesnelere akıllıca algılanabileceği ve ağ bağlantısı kurabileceği bir yaşam tanımlamıştır. Sosyal ağlardan (Facebook, Twitter, Instagram) esinlenen SIoT bu ağların insanların günlük yaşamlarını etkilediğinden hareketle sosyal ilişkilerin geleceğe yönelik İnternet'e entegrasyonunu tartışmaya açmıştır (Li & vd.2015.s 253).

Bilgisayarlar Arası İletişimin Toplumsal Koşulu: İnsan-Bilgisayar Tümlleşmesi (Toplum 5.0)

Nisan 2016'da Japonya Hükümeti "Süper Akıllı Toplum" veya "Toplum 5.0" olarak isim verdiği ve siber sistemler aracılığı ile insanoğlunun yaşam kalitesini ve üretkenliğini artırmak amacı ile insan odaklı ve sürdürülebilir bir toplum oluşturma vizyonu başlatmıştır. Bu vizyon kendinden önceki avcı toplumu, tarım toplumu, sanayi toplumu ve bilgi toplumu aşamalarının sonuncusu olarak adlandırılmıştır (Fukuda, 2019, s. 1).

Bu teknolojik dönüşüm kendinden önceki tüm değişimlerden farklı bir amaçla ortaya çıkmıştır. Toplum 5.0 'ı (T5.0) daha öncekilerden ayıran en temel özelliklerden bir tanesi merkezine insanı alması ve daha kapsayıcı olmasıdır (Büyükuslu, 2021, s.56). Bu doğrultuda T5.0 sosyal ve çevresel problemlere karşı çözüm üreten ve daha iyi seçenekler sunan teknolojik bir değişim olma özelliği göstermektedir. Hedeflerine varmak için insan robot iş birliğine önem veren T5.0, süper akıllı toplumlara geçiş şeklinde tanımlanmıştır (Deguchi vd., 2020.s 12).

T5.0 değişimi, teknoloji ve insan arasındaki ilişki ve insanlar ile toplum arasındaki teknoloji aracılığı ile olan ilişki şeklinde iki yeni ilişki biçimi ortaya çıkarmaktadır (Carayannis & Jancelewicz, 2021, s. 3449). Ayrıca bu ilişki sonucu ortaya çıkan dijital toplum, insanı hem beden olarak hem de zihinsel olarak teknolojik devrimin bir parçası haline getirmektedir. T5.0 ile insan ve robot iş birliği giderek artacak ve birçok konuda işbirlikleri gerçekleşecektir.

Teknoloji ve insanlar arasındaki ilişkinin her geçen gün artması insanların hayatlarını kolaylaştırdığı gibi onları bu ilişkiye daha da bağımlı hale getirmiştir. İnsanlar bu araçlar ile yoğun bir şekilde etkileşimde bulunarak günlük işlerini daha hızlı ve kolay hale getirmişlerdir. Fakat giderek artan ve her geçen gün insan hayatına etki eden bu teknolojik dönüşüm insanların temel görevlerini yerine getirme konusunda hayatlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Artık insanlar akıllı cihazlar olmadan günlük rutinlerinde kendilerini eksik hissetmeye başlamış ve bu cihazlar olmadan hayatlarını sürdürmenin çok zor olduğu düşüncesi ile hareket etmeye başlamışlardır. Bu durumun ortaya çıkarmış olduğu diğer bir konu ise yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı sosyal medya platformları olmuştur. Araçsallaşan insanlar bu platformlar üzerinden iletişim kurmaya başlamış, buradan haberleşmeye başlamış ve sosyal medyaya yükledikleri video ve resimlerle yaşadıkları hayatı buraya taşımışlardır.

Tekno-sosyal hayatın bir ögesi olan insanlar, teknik gelişmeler sayesinde makinesel kölelik yaşamaya başlayarak teknik üretimin bir parçası konumuna gelmiş ve teknik ile birleşerek sistemin bir parçası halini almıştır (Lazzarato, 2016, s. 25).

Z nesli: Bir sonuç mu yoksa son mu?

Kuşak kavramı, aynı yıllarda doğup büyüyen ve o yıllarda meydana gelen olaylardan etkilenen, o dönemin şartlarına ayak uyduran, birbirine benzer yazgıları yaşayan, tüm toplumsal gelişmelere şahit olan kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal bilimler literatüründe bir kavramın birden çok tanımı olduğu gibi kuşak kavramının da birden fazla tanımı bulunmaktadır. Literatüre bakıldığında en genel şekli ile dünyada çeşitli sosyo-ekonomik olaylar neticesinde meydana gelmiş ve insan topluluklarının yaşadığı zaman aralıklarına kuşak denilmektedir. Bu zaman aralıklarında doğup yetişen bireylerin içinde buldukları ortam sebebi ile kuşak olarak adlandırılan nesiller arasında yaşam tarzları, dünya görüşleri, karakter özellikleri ve iletişim yöntemleri gibi farklılıklar bulunmaktadır (Keleş, 2011, s.129).

Günümüz dünyasında şu an dört aktif kuşak bulunmaktadır. Bu kuşaklar arasında, kişisel özellikler, tutum ve davranışlar gibi birçok noktada farklılıklar bulunmaktadır. Çalışmada bu kuşakların kısaca iletişimsel özelliklerine değinilecektir.

- Bebek Patlaması Kuşağı (1946 – 1964 arası doğanlar),
- X Kuşağı (1965 – 1980 arası doğanlar),
- Y kuşağı (1980 – 2000 arasında doğanlar),
- Z Kuşağı (2000 yılı ve sonrasında doğanlar) şeklindedir (Twenge vd., 2010, s.1130).

İkinci Dünya Savaşından sonra bebek doğum oranlarında meydana gelen artış ile bir nüfus patlamasının yaşanması nedeni ile 1946-1964'lü yıllar arasında dünyaya gelen nesile "Baby Boomers" kuşağı ismini vermişlerdir (Reeves ve Oh, 2008; Watt, 2009; Keleş, 2011; Reilly, 2012). Bu kuşağın üyeleri iş yaşamında takım çalışmasına yatkın, iş birliği ve rızaya dayalı bir yönetim anlayışını benimsemişlerdir. Katılım ruhuna, paylaşılan sorumluluklara, bireysel özgürlüğe ve iletişime önem vermişlerdir (Toruntay, 2011, s. 71).

Farklı sosyal ve ekonomik krizler döneminde doğdukları için kayıp nesil olarak da adlandırılan ve 1965-1980'li yıllar arasında doğanlar X kuşağı olarak isimlendirilmektedirler (Kyles 2005: 54). Coupland X kuşağı bireylerinin toplumdan farklı olarak davrandıklarını ve topluma zıt yönde hareket ettiklerini dile getirmiştir. Bu davranışları, farklı giyim tarzlarına, farklı görünüşlerine, değişik müzik türlerine kısacası farklı bir yaşayış biçimine yansımıştır. Yüksek orandaki sosyalleşme ile varoluşlarının nedenini açıklarlarken kendilerini yüksek ve saygın bir statüde olduklarını varsayarlar. Daha iyi kariyer imkânlarına sahip olmak istedikleri için teknolojiyi kullanmaya yatkındırlar (Coupland, 1989, s 83).

1981 ve 1995 yılları arasında dünyaya gelen ve şu an 28 ile 42 yaş aralığında olan Y Kuşağı üyeleri, teknolojinin içinde doğan ve doğdukları zamanda internet ile tanışan bir nesil olmuştur. Teknoloji ile içi içe büyüyen bu nesil teknolojinin sıkı bir takipçisidir ve bilgisayar ve internet hayatlarında önemli bir yere sahiptir. Bu kuşağın bir önceki kuşaktan ayrılan önemli özelliklerinden biri de teknolojiye olan meraklarıdır. Cep telefonu, mp3 çalar, Google, Msn gibi olanakların olduğu bir zaman aralığına denk gelmişlerdir (Kyles, 2005; Downing, 2006; Malthus ve Fowler, 2009; Reeves ve Oh, 2008). Y kuşağının internet sayesinde dünyanın birçok noktasını gezip görme ve oralardan bilgi alma şansına sahip olması, farklı coğrafyalarda yaşasalar bile, Y bireylerinin birbirleri ile uyumlu değerleri, yaşam tecrübeleri ve bakış açıları bir önceki kuşaklara göre daha çok benzerlik göstermektedir (Howe ve Strauss, 2000, s. 359). Kısacası teknolojiyi takip eden, başarı odaklı ve yeniliklere açık olan bu nesil sosyal ağlardan ve iletişimden vazgeçmeme özellikleri ile de ön plana çıkmaktadırlar (Brown, 2013, s.1-60).

Z kuşağı dönem olarak 2000 yılı ve sonrasında doğan kişiler için kullanılan bir kavramdır. Bu dönemde doğan bireylere dijital çağın çocukları da denilmektedir. Teknolojiyi günlük yaşantılarının önemli bir parçası olarak kabul etmiş bu neslin sosyalleşme alanı sosyal medyadır. Giyilebilir ve taşınabilir teknoloji onlar için hayatlarının olmazsa olmaz bir unsuru haline gelmiştir (Williams, 2010, s. 12).

Dijital teknoloji aletleri ve bilgisayar ile sürekli etkileşim içerisinde olan Z kuşağı metinleri okumaktansa bilgisayarı kullanmaya tercih etmektedirler. Teknolojisiz yaşam hakkında en ufak bir fikre sahip olmayan bu kuşağın bireyleri, cep telefonsuz veya bilgisayarsız bir yaşamı hayal bile edemezken dışarıda çok fazla zaman harcamayarak çevrim içi iletişim kurmayı tercih ederler. Z'ler günlük yaşamlarını sürekli internete bağlı olarak etkileşim ve iletişim halinde yaşadıkları için bu gençlerin önemli bir kısmı başarıyı güçlü bir

network olarak algılamaktadırlar. Bu kuşak her şeyin (teknolojik aygıtların, oyunların, vb.) çok hızlı bir şekilde eskidiği bir zamanda yaşadıklarını bildikleri için, bilginin de çabuk eskiyeceği endişesinde olduklarından, bilgilerini ve kendilerini de sürekli güncellemeleri gerektiğini düşünmektedirler (Taş vd. 2017, s. 1033-1040).

Z'den Sonrası: Jenerasyon Alfanın İletişimsel Aksiyonu

Z kuşağı için I-Generation, bir sonraki kuşak, İnternet Kuşağı ve Ağ Kuşağı gibi kavramlar da kullanılmaktadır (Levickaité, 2010s. 173). İnternetsiz bir yaşam Z kuşağı için yaşanılmayacak kadar çekilmez olabilmektedir. Çünkü internet kullanımı onlar için birçok anlam ifade etmektedir. İletişimden, seyahate, alışverişe, sosyal medya takibine kadar birçok şeyi internet aracılığı ile yapmakta ve yaşam hızlarını ona göre şekillendirmektedirler (Golovonski, 2011, s. 48-49). Bu durum onların yaşam hızlarını artırarak yeni bir kuşağın oluşmasında son derece etkili olmaya başlamıştır.

Z neslinin geleceğe yönelik bir potansiyel barındırması açısından onları yakından tanımak ve doğru anlamak son derece önemlidir. Bütün diğer nesillerde olduğu gibi bu kuşaktaki farklılıkları doğru analiz etmek ve onların verimliliklerinden faydalanmak içinde bulunan zaman açısından önem arz etmektedir. Çünkü bu neslin sayıları azımsanamayacak kadar fazladır ve bu gençlerin hepsi yakın bir zamanda ülkelerinde her alanda aktif rol almaya başlayacaklardır. Z nesli daha önce de ifade edildiği gibi doğduğu andan itibaren teknolojinin içerisindeydi ve tüm teknolojik imkânların nimetlerinden yararlanarak büyüdü ve büyümeye de devam etmektedir. Bu sebeple bu nesil de diğer nesiller gibi insanoğlunun doğal bir gelişimi olarak ortaya çıkmıştır ve insanlığın devam etmesi için teknolojiyi verimli kullanarak ilerleme göstermesi beklenmektedir. Kısacası Z nesli bir son değil teknolojinin hızlı gelişip hayatın her noktasına nüfuz etmesinin ortaya çıkarmış olduğu bir sonuçtur.

Daha önceleri kuşakların belirlenmesinde veya ortaya çıkmasında tarihi olaylar dikkate alınırken şu an içinde bulunulan zamanda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler dikkate alınmaya başlamıştır. İnsanoğlunun hayatını ciddi bir manada etkileyen ve yön veren teknolojik ürünler yeni bir neslin ortaya çıkmasını da sağlamıştır. Son kuşak olarak ortaya çıkan ve literatürde Alfa Kuşağı olarak adlandırılan bu yeni nesil özellikle son on yılda doğan bireylerden oluşmaktadır. Teknoloji ile bu kadar iç içe doğan bu nesil, yaşamlarının her alanında yapay zekâ ürünleri ile birlikte hareket etmektedir. Bu neslin iletişim kurma becerileri dijital teknolojilere göre belirlenmekte ve bu doğrultuda şekillenmektedir.

Kuşaklar üzerine yaptığı araştırmalar ile tanınan McCrindle, Alfa Kuşağını laboratuvarında oluşturulmuş bir kuşak olarak tanımlamış ve deney nesli olarak da nitelemiştir. İçlerinden yaşça en büyüklerinin doğduğu yıl olarak kabul edilen 2010 yılı teknolojik açıdan birçok gelişmeye şahit olmuş, o yıl ilk İpad tanıtılmış, insanlar instagram uygulaması ile tanışmış ve yılın sözünün "uygulama" (application) olduğu belirtilmiştir. Bu yeni kuşak yeni bir başlangıcın simgesi olmuş ve Yunan Alfabesinin ilk harfi olan "Alpha" ile

isimlendirilmiştir (Nagy & Kölcsey, 2017, s.110). İnsanlık esasen bu kuşağa yabancı değildir. Kutsal kitap metinlerinde ve bilhassa İbrahimî dinlerde “Adem” olarak adlandırılan ilk insanı ve onun kuşak soyunu ifade eden Alfa, insanlık tarihinde birkaç kez yaşanan doğrudan ve sembolik kitlesel yokoluşların/sonlanışların ardından yeniden başlayan bir neslin kimliğidir. Nuh tufanında kitlesel olarak sonlanan neslin yeniden başlaması, birçok literatürde Nuh’a “Yeni Adem” denilmesinin gerekçesidir. Alfa öylesine bir başlangıçtır ki, çoğu zaman bir Z kuşağının varlığıyla birlikte anlamlıdır. Bu nedenle İsa, kendini “Alfa ve Omega, benim.” olarak tanımlar. Başlangıcın ve sonun kendinde olduğunu iddia eden bu yaklaşım, aslında Alfa ve Z kuşağı arasındaki döngüsel değişimi niteleyen bir alegori olarak yorumlanabilir.

Alfa kuşağının sahip olduğu en önemli özellik dijital bir ortamda dünyaya gelmiş olmalarıdır. Günlük hayatta birçok sosyal öge ile etkileşime girmekte ve “bağlantı” kavramı bu kuşağın merkezinde bulunmaktadır (Tootell vd., 2014, s.82). Eski kuşakların sabit ekran tecrübesi, bu yeni kuşağın mobil isteklerine ve tecrübelerine cevap veremez hale gelmiştir. Ve Alfa kuşağı için “Ekranergenlik” (Screenager) kavramı da kullanılmıştır (Güzel, 2021a, s.1345). Ekran bu kadar maruz kalmaları sebebi ile ortaya çıkan ekran bağımlılığı yaşamları üzerinde olumsuz etkiler oluşturmakta, aile içinde ve sosyal çevrelerinde yüz yüze iletişimi azalttığı gibi sosyal yaşamdan da kopmalarına neden olmaktadır.

Şu an ailenin en küçüğü konumunda olan ve Y kuşağının çocukları olarak dünyaya gelen Alfa kuşağı, bilgisayar destekli araçları ortalama 2 yaşından itibaren kullanmaya başlamaktadırlar. Okul çağında geldiklerinde en az bir kere internete girmiş olan bu nesil ilkokula başladığında da teknolojik aletlerin birçoğunu kullanabilme becerisine sahip olmaktadır (Oblinger, 2004, s. 4).

Alfa kuşağının teknolojisini taşınabilir cihazlar oluşturmaktadır. Daha önce de değinildiği gibi dijital cihazların egemen olduğu bir dönemde hayata gözlerini açmaları nedeni ile ilk oyuncakları çingiraklar, ziller, emzikler değil, akıllı telefonlar ve tabletler olmuştur. Bu nedenle de bu neslin bildiği tek şey sahip oldukları teknolojik imkânlardır. Ayrıca bu teknolojinin daha önceki gelişmelere kıyasla çok daha hızlı bir şekilde ilerlediği kabul görmektedir. Örneğin radyonun 50 milyon kişi tarafından kullanılmaya başlaması 38 yıl sürerken, TV 13 yıl, İpod 4 yıl, internet kullanımı 3 yıl ve Facebook ise sadece 1 yıl içinde 50 milyon kişiye ulaşmıştır (McCrandle, 2020, s.5- 8).

Ortaya çıkan bu neticeler doğrultusunda Alfa kuşağı teknolojinin nimetlerinden faydalanmakta ve bilgili, donanımlı, üretken bireyler olarak yetişmektedirler. Fakat bunun yanında kapıda başka tehlikeler beklemektedir. Bilinçsiz kullanılan dijital ve teknolojik araçlar bu neslin iletişim tercihlerini etkileyerek neredeyse bütün işlerini sanal ortamda çözebilecekleri algısını oluşturmuştur. Özellikle kişilerarası iletişimi daha az seviyeye indirerek aileleri ve sosyal çevreleri ile daha az iletişim kuran ve kursa bile bunu yine internet ve ona bağlı medya araçları üzerinden kurmayı tercih eden bir nesil yetişmektedir.

İşte tam olarak bu kısım ile birlikte Alfa kuşağına ve post-hümanizmaya değinmek gerekmektedir. Kuşak Alfa, “Yeni Ademler ve Yeni Başlangıç” olarak bilgisayarla tümleşmiş bir nesildir. Hatta bilgisayar tarafından özerk olarak temsil edilmesi beklenen ve “vekil-i mutlak”ı olan bilgisayarlara her türlü temsil imtiyazını sağlamış olan bu nesil, bilgisayarda yaşayan ve bilgisayar olmaksızın engelli statüsünde sayılacak olan bir artırılmış insan nesli olarak ortaya çıkmaktadır. Post-hümanizma olarak adlandırılan insanlık sonrası yeniden insanlaşma sürecinde insana özgü niteliklerin nasıl sürdürüleceği ve hangilerinin başka olanlarla yer değiştireceği konusu, tarihsel kırılmanın açıklayıcı bilgisidir. Tarih boyunca dinsel mitler ya da bilimsel mitler tarafından sürekli olarak tarif edilen jenerasyon Alfa’lar, post-hümanistik halleriyle tarihte hiç olmadık yeni formlarını sergileyecektir. Post-hümanizm boyutu yalnızca bedeninin organikliği ve inorganikliği arasında bir sentetik ötesi tümleşmeyi değil, aynı zamanda düşünsel, iletişimsel, görüngüsel ve mekanik bir tümleşmeyi ifade eden melez evreye geçişi simgelemektedir. Jenerasyon Alfa, post-hümanistik insanlık tarihinin ilk nesli olması itibarıyla önemlidir.

Sonuç Yerine: İnsanın Sessizleşmesi ve Yeni Bir Suskunluk Sarmalı

İnsanlar toplum içerisinde kendi fikirlerini, görüşlerini ve düşüncelerini, kamuoyundaki genel düşüncenin aksine olduğu kanaati nedeniyle bunları toplumdan dışlanma korkusu ile açıklamamayı tercih etmektedir. Özellikle azınlıkta olduklarını gördüğü ortamlarda insanlar görüşlerinin toplum tarafından kabul görmeyeceği ve baskıya maruz kalma endişesi ile açıklayamaz ve bir sessizliğe bürünürler. Çünkü insanların çoğu izole olmaktan korktukları için böyle bir yolu tercih ederler ya da onlarla aynı fikirde olmasalar dahi onlarla aynı fikirdeymiş gibi davranarak bu izolasyona karşı koymaya çalışırlar. İnsanların azınlıkta oldukları zaman hissettikleri baskının oluşması ‘suskunluk sarmalı’ (*Spiral Of Silence*) olarak adlandırılan bir sürece dönüşmektedir (Noelle-Neumann, 1974, s. 43-51).

Neumann’a göre medyanın gündem oluşturma konusundaki işlevi ve gücü kamuoyunda önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda medya toplumdaki hâkim görüşün yanında olursa bu görüş daha da egemen olacaktır. Fakat medya azınlığın görüşünü savunursa bu sefer de çoğunluktaki kesim toplumdaki sessiz çoğunluğu meydana getirecektir. Azınlık medyanın tepkisine göre rol almaktadır. Medya desteği alamaz ise sessiz kalmayı tercih ederken destek bulunduğu zaman tam tersi şekilde hareket eder. Sonuç olarak medya desteği alan görüşler toplumda egemen olurken bu desteği görmeyen ve fikirlerinin toplumda bir karşılığının olmadığını düşünen bireyler dışlanma korkusu ile kendi düşüncelerini açıklamaktan kaçınırlar. Bireylerin bu şekilde sessizliğe bürünmesi aynı zamanda yakın çevresini de etkileyerek onların da sessiz kalmasına sebep olmaktadır (Yurdağül, 2022, s.83).

Gündelik hayatın her noktasına nüfuz eden bilgisayarların ve onun ürettiği yeni medya araçlarının toplumsal yaşama nasıl etki ettiği ve dönüştürdüğü sosyal bilimlerin en temel tartışma konularından biri olduğu aşikârdır. Bununla beraber klasik teknolojilerden farklı

olarak üretilen yapay zekâ teknolojileri de dijitalleşmenin bir parçası olarak giderek toplumun her alanına etki ederek insansı özelliklere sahip olmaktadır. Aynı zamanda bu otonom sistemler sosyal birer aktör olarak hayatın içinde kendilerine yer edinmektedirler. Bu değişim ve dönüşüm karşısında zaten bilgisayarlara her türlü temsil imtiyazını sağlayan insanlık yapay zekâ karşısında böyle giderse konuşamayacak, dilsizleşecek ve kendine ait bir dili olduğunu dahi unuttur hale gelecektir. Kendi doğal zekâsı ile yapay zekâyı üreten insan onun karşısında sustuğunun farkında bile olamayacaktır. Çünkü iletişime doymuş bir toplumda her yerde araçlar konuşmakta, insan yapay zekâ karşısında sömürülmeye maruz kalmaktadır. Belki de bu durum insanın yapay zekâ karşısında bir suskun sınıf oluşturmasına neden olacak ve yeni bir suskunluk sarmalı modelinin ortaya çıkmasına zemin hazırlayacaktır.

Köse (2017) Baudrillard'dan Virilio'ya, Gerbner'dan Pavlik'e kadar birçok yazara atıfta bulunarak bir benzetme yapmış, modern teknolojiye ve ekonomideki gelişmelerin insani değerler adına bir gelişme sağlamadığını ifade ederek iletişim alanındaki teknik gelişmelerin de kişisel iletişim becerilerine hiçbir faydasının olmadığını savunmuştur (Köse, 2017, s.11). Aslında bilgisayar-bilgisayar etkileşimli çağ, bu makalede iddia edilen kitlesel yoksunluğun telafi edilmiş hali olarak önemlidir. Çünkü post-hümanistik insan ve onun iletişimsel yetileri, organik insan bedeninin yetersiz kaldığı ve yoksunluğa düştüğü bir artırılmış-insan modelinin pratiğidir. Doğal olarak insanın yoksunlaşması ve engellileşmesi, bilgisayara entegre olmuş insanın normal insan oluşu gibi kabul edildiği söz konusu çağda bir müddet sonra organikliğin dışlandığı ve bütünüyle bilgisayar sistemlerinin ikili (binary) dilini konuşan varlık-yokluk düzleminden söz etmek mümkün olacaktır. Bir tür ontolojik yenileşme olan bu varlık-yokluk düzleminde iletişimin bilgisayarlaşması, insanın organik olarak suskunlaştığı ancak mekanik/sayısal olarak iletişimsel uygunluğu deneyimlediği yeni evrede bilgisayarlar-arası iletişimin idare ettiği tekno-pesimist bir evrenin nedeni olma potansiyelini taşıyacaktır. İnsan suskunluğu ile bilgisayar konuşkanlığı arasındaki dengesizlik, daha fazla (more) medya çağının da güçlendirilmiş dinamiği olacaktır.

KAYNAKÇA

Al-Sarawi, S., Anbar, M., Alieyan, K., & Alzubaidi, M. (2017, May). Internet of Things (IoT) communication protocols. In *2017 8th International conference on information technology (ICIT)* (pp. 685-690). IEEE.

Altunay, A. (2015). Bir Sosyalleşme Aracı Olarak Yeni Medya, *Selçuk İletişim*, 9(1), 410-428.

Atakan Altınörs (2011). "Platon ile Aristoteles'in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması", *EKEV Akademi Dergisi*, 15(49), 81-92.

Bimber, B. (1990). Karl Marx and the three faces of technological determinism. *Social studies of science*, 20(2), 333-351.

Büyüküslü, A. (2021). *Sürdürülebilir kalkınma ve endüstri 5.0*, İstanbul: Der Yayınları.

Carayannis, E. G., & Morawska-Jancelewicz, J. (2022). The Futures of Europe: Society 5.0 and industry 5.0 as driving forces of future universities. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-27.

Castells, M. (2005). “Enformasyonculuk ve Network Toplumu”, *Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım*, der. Pekka Himanen, çev. Şebnem Kaptan, Ayrıntı Yayınları.

Coupland, D. (1989), “The Young and Restless Work Force Following the Baby Boom: Generation X”, (<http://joeclark.org/dossiers/GenerationX.pdf>). 11.04.2023.

Davutoğlu, A. (1995). Derinliğini Kaybeden İletişim, *İzlenim Dergisi*, (30).

Deguchi, A., C. Hirai, H. Matsuoka, T. Nakano, K. Oshima, M. Tai, & Tani S. (2020). What is society 5.0?, Hitachi-UTokyo Laboratory, *Society 5.0: A people-centric supersmart society*, Japan: Springer Open.

Dijk, V, J. (2006). *The Network Society*. London. Sage

Downing, K. (2006). “Next Generation: What Leaders Need To Know About The Millennials”, *LIA (Leadership in Action)*, 26(3), 3-6

Eren, G. (2018). Kişilerarası iletişim nedir, ne değildir? S. Ulağlı (Ed.), *Kişilerarası İletişim Güncel Yaklaşımlar ve Kuramsal Temeller* (15-23). Motto Yayınevi.

Fukuda, K. (2019). Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0. *International Journal of Production Economics*, 220, 107460.

Golovonski, H., (2011). *Event 3.0: How Generation Y & Z are Re-shaping the Events Industry*, London: Newtonstrand, 48-49.

Güzel, M. (2021). Alfa kuşağıyla birlikte değişen oyun algısı: Dijital oyuncaklar ve ekran bağımlılığı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(70), 1344-1355. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2502>

Howe N. ve Strauss W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*, NY: Random House.

Innis, H. (1950). *Empire and communications*. Oxford University Press.

James B., Swanberg, J. E. ve McKechnie, S. P. (2007). “Generational Differences in Perceptions of Older Workers’ Capabilities”, *The Center on Aging & Work, Workplace Flexibility at Boston College*, Issue Brief 12 November, 1-10.

Kalyani, V.L.; Sharma, D. (2015). IoT: Machine to machine (M2M), device to device (D2D) internet of everything (IoE) and human to human (H2H): Future of communication. *Journal of Management Engineering and Information Technology (JMEIT)*, 2,(6) 17–23

Kaya. A. (2013). “Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi bağlamında Facebook”, *Sosyal Medya Araştırmaları 1: Sosyalleşen Birey İçinde*, Metis Yayınları.

Keleş, H. N. (2011), “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3, (2). 129-139.

Köse, H. (2017). İlgi Yoksunluğunun Kitleleşmesi: Geç Modern Dönemin Yeni İletişim ve İlişki Biçimleri Üzerine Bir Deneme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (27), 7-31 . DOI: 10.16878/gsuilet.373222

Kyles, D. (2005). Managing Your Multigenerational Workforce. *Strategic Finance*, 87 (6). 53-56.

Lazzarato, M. (2016). Göstergeler ve Makineler, (Çev: Ferda Nur Demirci). Otonom Yayıncılık.

Lee, G., & Crespi, N. (2010). Shaping future service environments with the cloud and internet of things: Networking challenges and service evolution. In *Leveraging Applications of Formal Methods, Verification and Validation. Industrial Practice* (pp. 311-324). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-16265-7_24

Levickaitė, R., (2010). "Generations X, Y, Z: How Social Networks Form the Concept of the World Without Borders (The Case of Lithuania)", *LIMES*, 3, (2), 170-183.

Li, S., Xu, L. D., & Zhao, S. (2015). The internet of things: a survey. *Information systems frontiers*, 17, 243-259.

Logan, R.K. (2000). *The Sixth Language: Learning a Living in the Internet Age*. Toronto: Stoddart

MacKenzie, I. S. (2012). Human-computer interaction: An empirical research perspective.

Malthus, S. ve Fowler, C. (2009). "Generation Y Perceptions", *Chartered Accountants Journal*, February-2009, 20-22.

Manovich, L. (2001). *The Language Of New Media*, Cambridge. Massachusetts Institute of Technology.

Mccrindle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. Australia: McCrindle Research Pty Ltd. <https://www.researchgate.net/publication/342803353>

McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. The MIT Press.

Mcluhan, M. (2002). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Cambridge.MIT Press,

Nagy, Á. ve Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or science. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(1), 107-115.

Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence, *Journal of Communication*, 24. 43-51. https://msp1021.weebly.com/uploads/1/1/8/4/11840812/noelle-neumann-1974-journal_of_communication.pdf. (Erişim tarihi: 31.05.2023).

Oblinger, D. (2004). The Next Generation of Educational Engagement. *Journal of Interactive Media in Education*, 8 (1), 1-18.

Ong, Walter J. (1982). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. New York: Routledge.

Öztemel, E. (2006). *Yapay Sinir Ağları*. Papatya Yayıncılık.

Postman, N. (1992). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York, Vintage.

Reeves, T. C. ve Oh, E. (2008). Generational Differences, In Handbook of Research on Educational Communications and Technology, Ed.: J.Michael Spector, M.David Merrill, Jeroen Van Merriënboer, Marcy P.Driscoll, 3th ed., Taylor&Francis Group, New York.

Reilly, P. (2012). “Understanding and Teaching Generation Y”, *English Teaching Forum*, No: 1, Mexico, 1-11.

Rose, K., Eldridge, S., & Chapin, L. (2015). The internet of things: An overview. *The internet society (ISOC)*, 80, 1-50.

Sezerer Albayrak, E. (2019). “Sosyal Ağlar Ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: Coca-Cola Reklam Örneği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70), 929-942 . DOI: 10.17755/esosder.486718

Smith, M. R., & Marx, L. (Eds.). (1994). *Does technology drive history?: The dilemma of technological determinism*. Mit Press.

Şekkelî, H,Z.ve Bakan, İ. (2018). Endüstri 4.0’ın Etkisiyle Lojistik 4.0. *Journal Of Life Economics*. 5 (2). 17-36.

Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.

Thompson, J. B,(1995).*The Media and Modernity: a Social Theory of The Media*, Cambridge:Polity Press

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam.

Tootell, H., Freeman, M. & Freeman, A. (2014). Generation alpha at the intersection of technology, play and motivation. In R. H. Sprague Jr (Eds.). 47th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), (82-90).

Torlak, Ö. & Ay, U. (2014). Facebook’ta Bulunma Amacı ve Facebook Reklamlarına Duyulan İlgi Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (4) , 83-94 . DOI: 10.18037/ausbd.76064.

Toruntay, H. (2011), *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Turkle, S. (2010). *Alone Together*. New York, NY: Basic Books.

Tutar, H. (2007). Katı Olan Her İş Sanallaşılıyor veya İş Görenin Artan Yalnızlığı Üzerine: Kuramsal Bir Yaklaşım, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 9(2).

Twenge, J.M., Campell, S.M., Hoffman B.J., Lance C.E. (2010), “Generational Differences in Work Value: Leisure and Extrinsic Value Increasing, Social and Intrinsic Value Decreasing”, *Journal of Management*, 36.(5). 1117-1147.

- Ulaş, S. (2015). Nesnelerin interneti ekosisteminde makineler arası özerk iletişim. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi
- Ulmer, G.L. (2003). *Internet Invention: From Literacy to Electracy*. Longman.
- Wang, W. (2017). Smartphones as Social Actors? Social dispositional factors in assessing anthropomorphism. *Computers in Human Behavior*.68. 334-344.
- Williams, S. (2010). Welcome to generation Z. *B&T Magazine*. 60, 2731.
- Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir Ne Değildir? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 9.(45). 898-910.
- Yaylagül, L. (2022). Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Dipnot Yayınları.
- Yengin, D. (2012). Yeni Medya ve Dokunmatik Toplum. Derin Yayınları: İstanbul.

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 61-81.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 07.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Doç. Dr. Seher Tetik IŞIK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

sehertetik@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4106-2676

PIERRE BOURDIEU SOSYOLOJİSİ BAĞLAMINDA TÜRK MÜZİĞİNİN YENİ MÜCADELE ALANLARI: RADYO VE GAZİNO

ÖZET

Türkiye’de kültürel modernleşmenin gerçekleşmesinde oldukça işlevsel bir role sahip olan radyo, erken cumhuriyet dönemi müzik politikaları doğrultusunda araçsallaştırılırken, Türk müziği, modernleşmenin bir getirisi olarak icra edildiği mekânlardan ve devlet himayesinden mahrum kalacaktır. Ancak Ankara Radyosu kurulurken oluşturulan idari kadrolar, radyonun hem bir eğitim kurumuna dönüşmesini hem de Türk müziğine ilişkin kültürel sermayenin modern algı kalıplarına göre düzenlenerek yeniden üretilmesini sağlayacaktır. Öyle ki, modernleşme ile ortaya çıkan radyo ve gazino gibi yeni iktidar alanları, cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren kültürel modernleşmenin bir parçası olarak tahayyül edilse de zamanla Türk müziğinin seslendirildiği yeni icra mekânları ve mücadele alanları haline gelecektir. Böylelikle modernleşmenin bir parçası olarak araçsallaştırılan kadının da, ağırlıklı olarak bu mücadelenin bir parçası olduğu görülecektir.

Makale, radyo ve gazinoyu Türk müziğinin yeni mücadele alanları olarak ele alması, radyo ve gazinoyu işleten ve zamanla dönüştüren dinamikleri, eyleyicileri ve onlara ait stratejileri Bourdieu sosyolojisi bağlamında incelemesi bakımından önem taşımaktadır. Makalede nitel yöntemle çalışılan betimsel bir tarama modeli kullanılmış olup, radyo uzantılı dergiler ve icracıların hayatlarının ele alındığı biyografilerin yanı sıra radyo ve gazinoya ilişkin yayınlar taranmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesiyle ulaşılan bulgular doğrultusunda, radyo ve gazinonun yeni birer mücadele alanı olarak ortaya çıktığı, radyoya okul gibi bir işlerlik kazandırmak suretiyle devlet sermayesi üzerinde iktidar sahibi olan Mesut Cemil Bey’in Türk müziğine ilişkin kültürel sermayenin yeniden üretilmesini, radyoya özgü kurumsal kültürün inşa edilmesini ve birbirinden farklı iki simgesel alanın oluşmasını sağlayarak Türk müziğinde bir ayırım düşüncesi aşıladığı, böylelikle Türk müziği cemaatinde iki cepheli bir çatışmanın doğmasına sebebiyet verdiği anlaşılmaktadır. Ancak İstanbul radyosunun kurulmasıyla ortaya çıkan yeni iktidar alanı ve bu alanın siyasi iktidarla olan ilişkisi, ayırımın pekiştirilmesinde ve birbirinden beslenen, birbirinden farklı sermayelerin işler olduğu iki ayrı yapı ve simgesel alanın ortaya

çıkmasına sebebiyet verirken "radyo tavrı" denilen, radyoya özgü simgesel sermayenin oluşumunu da gerçekleştirmiştir.

Anahtar Sözcükler: Pierre Bourdieu, Türk müziği, Simgesel sermaye, Radyo, Gazino.

NEW FIGHTING AREAS OF TURKISH MUSIC CONTEXT OF PIERRE BOURDIEU SOCIOLOGY: RADIO AND CASINO

ABSTRACT

Radio, which has a very functional role in the realization of cultural modernization in Turkey, will be instrumentalized in line with the music policies of the early republican period, while Turkish music will be deprived of the places where it is performed as a result of modernization and the protection of the state. However, the administrative staff created during the establishment of Ankara Radio will ensure that the radio is transformed into an educational institution and that the cultural capital of Turkish Music is re-produced by arranging it according to modern perception patterns. Such that, new areas of power such as radio and casino that emerged with modernization will be imagined as a part of cultural modernization from the first years of the republic. However, these venues would eventually become new performance venues and areas of struggle where Turkish music was performed. Thus, it will be seen that women, who are instrumentalized as a part of modernization, are predominantly a part of this struggle.

The article is important in terms of considering radio and casino as new struggle areas of Turkish music, examining the dynamics, actors and their strategies that operate and transform radio and casino in the context of Bourdieu sociology. In the article, a descriptive survey model, which is studied with a qualitative method, was used, and publications related to radio and casinos were scanned, as well as magazines with radio extensions and biographies of the performers' lives. In line with the findings obtained by evaluating the data obtained, Mesut Cemil Bey, who had power over the state capital by giving the radio a function like a school, in which radio and casino emerged as a new field of struggle, aimed to reproduce the cultural capital related to Turkish Music, to build the corporate culture specific to the radio. It is understood that it instills a thought of distinction in Turkish Music by enabling the creation of two different symbolic fields, thus causing a two-sided conflict in the music community. However, the new power area that emerged with the establishment of Istanbul radio and the relationship of this area with the political power led to the emergence of two separate structures and symbolic areas, which are fed from each other and where different capitals operate, while the formation of the radio-specific symbolic capital called "radio attitude". has also done.

Keywords: Pierre Bourdieu, Turkish music, Symbolic capital, Radio, Casino.

GİRİŞ

Modernleşmekte olan Türkiye’de, uygulama alanı olarak görülen radyo; yerel olanın ulusal platforma taşınması, kadınların özel alandan kamusal alana çıkması gibi kültürel modernleşmenin gerçekleşmesinde oldukça işlevsel bir rol üstlenmiştir. Ancak erken cumhuriyet dönemi müzik politikaları gereğince Türk müziğinin radyo yayınlarındaki diğer müzik türlerine görece azlığının yanı sıra resmi müzik eğitim kurumu olan İstanbul Konservatuvarında da Türk müziği eğitiminin yasaklanmasıyla, Türk müziği, devlet himayesinden ve kurumsal bir hüviyetten mahrum kalmıştır (Uzel, 2006: 89-90; Bardakçı,

2017: 57-58). Buna rağmen Ankara Radyosu kurulurken oluşturulan idari kadrolarda Türk müziğine hâkim müzisyenlerin yer alması; onların çabalarıyla radyonun bir eğitim kurumuna dönüşmesine ve kültürel sermayenin yeniden üretilmesinde işlevsel bir rol üstlenmesine sebebiyet verecektir (Özalp,1984: 94-95).

Cumhuriyetin ilan edilmesini de içeren bir dizi olayın gerçekleşme sebebi olan algı kalıbı değişimi ve modern olanın inşa çabası, yeni iktidar alanlarının doğmasına ve kültürel sermayenin yaratılmasına ya da yeniden üretilmesine imkân tanımıştır. Özellikle bilimsel epistemik cemaate geçişle birlikte meydana gelen epistemik merkez değişimi; dünya görüşü değişikliğine sebebiyet verdiği gibi kurumsal değişime de yol açacaktır (Arslan, 2019: 40-41; Swartz, 2022: 168-169). Bu kurumlardan birisi olan radyonun yanı sıra gazino da modernleşmenin vitrini olarak tasarlanmış ve cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren kültürel modernleşmenin bir parçası olarak tahayyül edilmiştir. Ancak başlangıçta modern olanı temsil etmek üzere açılan gazinolar zamanla Türk müziğinin seslendirildiği yeni icra mekânları haline gelirken, özellikle erken cumhuriyet dönemi müzik politikalarının uygulanabileceği bir alan olarak kurgulanan radyo da, bu dönem radyocularının kültürel sermayelerinin yeniden üretilmesine hizmet edecektir. Özellikle radyo idari kadrosunda bulunan isimlerin ağırlıklı olarak Türk müziğine hâkim müzisyenlerden oluşması; radyonun Türk müziğine ilişkin bir mücadele alanı olarak ortaya çıkmasına sebebiyet verirken, radyo gibi kadının da kültürel modernleşmenin bir parçası olarak araçsallaştırılması, mücadelenin ağırlıklı olarak kadınlar arasında gözlemlenmesine sebebiyet verecektir. Makale, radyo ve gazinoyu Türk müziğinin yeni mücadele alanları olarak ele alması, radyo ve gazinoyu işleten ve zamanla dönüştüren dinamikleri, eyleyicileri ve onlara ait stratejileri Bourdieu sosyolojisi bağlamında incelemesi bakımından önem taşımaktadır.

Makalede nitel yöntemle çalışılan betimsel bir tarama modeli kullanılmıştır. Bu doğrultuda başlangıçta modernleşmenin vitrini olarak tasarlanmasına rağmen zamanla Türk Müziğinin yeni icra mekânlarından biri haline gelen gazinoyu ve cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren yayın hayatına başlayan ancak Ankara Radyosunun kurulması ile siyasallaştırılan ve kurumsal bir hüviyet kazanan; çok partili hayata geçişle birlikte siyasi iktidarın ideolojisi doğrultusunda yeniden inşa edilen İstanbul Radyosu ve onu işleten, dönüştüren dinamikleri, stratejileri görünür kılmak amacıyla radyo uzantılı dergiler, icracıların hayatlarının ele alındığı biyografiler, radyo ve gazinoya ilişkin yayınlar taranmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesiyle ulaşılan bulgular doğrultusunda, radyo ve gazinonun yeni birer mücadele alanı olarak ortaya çıkışı, kültürel sermayenin yeniden inşa edilmesi ve yeni iktidar alanlarının oluşum süreci ele alınmıştır. Konunun anlaşılmasında kullanılabilecek en işlevsel analitik araçlar; Pierre Bourdieu'nun geliştirmiş olduğu habitus, alan, alana özgü doxa, ilisio, sermaye, sembolik şiddet, simgesel iktidar, tahakküm kavramları olup makale cumhuriyetin ilk yıllarından çok partili hayatın ilk yıllarında kadar geçen süre içerisinde radyo ve gazinoyu yeni birer mücadele alanı, özellikle radyo ve gazinoda icra etmekte olan kadın icracıları eyleyici

olarak ele alır. Ayrıca birbirleriyle ilişkili olan bu alanları ve meydana gelen olayları Bourdieu sosyolojisi bağlamında inceler.

Kavramsal Çerçeve: Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Temel Kavramlar ve Oyun Metaforu

Pierre Bourdieu, kendi kuramını geliştirirken fikirlerinden istifade ettiği Marx ve Weber'den farklı olarak, toplumsal yaşamın incelenmesinde eğitim ve kültür gibi faktörlerin en az ekonomik faktörler kadar önemli bir rol oynadığını düşünmektedir (Baran, 2019: 6-7; Allan, 2020: 240-241). Bu nedenle Bourdieu, günümüz toplumlarının çoklu sınıf yapısının anlaşılmasında etkili olacak alan, habitus ve sermaye olarak adlandırdığı kavramları kullanmaktadır (Swartz, 2022: 167-168). Nitekim müzik tercihlerinin bireylerin ait oldukları toplumsal tabaka ile ilişkilendirildiği çalışmalarda da Bourdieu'nun geliştirmiş olduğu alan kuramı ve içerisinde işlerlik kazanan kültürel sermaye kavramı, müzikte sosyal sınıfi duyumsama açısından kritik bir role sahiptir (Güven, 2022: s. 111).

Geliştirdiği bu kavramların daha iyi anlaşılması için oyun metaforunu kullanan Bourdieu, oyunun oynandığı yeri alan; oyuncuları, oyundan çıkar elde edecek kişiler; oyunun sonunda elde edilebileceğine inanılan çıkarları ise *illusio* kavramı ile açıklamaktadır. Bourdieu'ya göre oyuna dâhil olmak, oyunu oynamaya değer bulmak ve alanın yerleşik düzenini, kurallarını yani doxasını sorgulamaksızın kabul etmek demektir. Sermaye ise her oyuncunun oyunda kullanmak üzere elinde bulundurduğu kozları temsil etmektedir (Bourdieu&Wacquant, 2016: 82-83). Sermaye, maddi kaynaklara, eğitim yoluyla edinilmiş olan kültürel kodlara ve bireyin bir parçası olduğu sosyal ilişkiler ağına bağlı olarak ekonomik, kültürel ve toplumsal sermaye olmak üzere üç gruba ayrılmıştır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 82-83; Allan, 2020: 243).

Sözü edilen bu sermaye çeşitleri bir alanda mücadele silahı olabileceği gibi uğruna mücadele edilen şey olarak, sahibine belli bir iktidar ve bir nüfuz kurma olanağı vermektedir. Dolayısıyla bu sermaye tiplerinin bir araya gelmesiyle oluşan ve oyuncuları diğerlerine göre daha üstün kılan bir diğer sermaye türü ise simgesel sermaye olarak tanımlanır. Sermayeler farklı alanlarda farklı işlevler görmekle birlikte bu sermayelerin dördü de sınıfın üretimine yatırılır ve üretim için kullanılır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 82-83).

Bireyin sahip olduğu sermaye türlerini etkileme gücüne sahip olan ekonomik sermaye, servet ve gelire belirlenirken (Allan, 2020: 243), bireyin sahip olduğu sosyal bağlantılar ve bu ilişkilerden doğan yükümlülükler ve ayrıcalıklar toplumsal sermayesine refere eder (Göker, 2007:282; Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108). Bourdieu'nun çalışmasında oldukça önemli bir role sahip olan kültürel sermaye ise bireyin sahip olduğu ekonomik kaynaklar sayesinde kazandığı enformel sosyal beceriler, alışkanlıklar, dilsel üslup ve beğenilere ilişkindir. Bourdieu kültürel sermayeyi, bir alanda gücü elinde bulunduranların eğitim yoluyla bireylere aktararak sistemin yeniden oluşturulmasını sağladıkları bir tür bilgi sermayesi olarak da tanımlar (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108; Allan, 2020: 245).

Kültürel sermaye nesneleşmiş, kurumsallaşmış ve bedenselleşmiş olmak üzere üç farklı biçimde bulunmaktadır. Nesneleşmiş kültürel sermaye, kitaplar, tablolar, resimler gibi kültürel sermayeye ilişkin maddi ürünlere göndermede bulunurken; kurumsallaşmış kültürel sermaye, dereceler ve diplomalar gibi bilgi ve beceri sahipliğini tanıyan ehliyetlere refere eder. Bedenselleşmiş kültürel sermaye bireyin toplumsallaşma süreci boyunca edinmiş olduğu kazanımlara işaret ederken bireyde bilgi ve beceri şeklinde gömülü halde bulunur (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108). Bourdieu'nun kuramında önemli bir yer işgal eden bu kavram aynı zamanda habitusun bir parçası olup, kültürel sermayenin bu işlevi beğeni olarak dışa vurur (Ayas, 2015: 138-142).

Simgesel sermaye, tüm sermaye türlerini içinde barındıran ve bu haliyle bir alanda söz sahibi olabilmeyi mümkün kılan sermaye türüdür. Fiziksel ya da sosyal gerçekleri üretmek ya da pekiştirmek adına simgelerden yararlanma gücünü temsil eden simgesel sermaye, bu anlamda sosyal ayrımları görünür ve aşikâr kıldığı gibi bir ayrımı dayatma ya da bir ayrım düşüncesini aşılama kudretidir. Bu da simgesel sermayenin siyasal bir iktidar olduğu anlamına gelir (Allan, 2020: 244). Ancak simgesel sermayeyi kullanacak kişinin dikkate alınmasına yetecek sosyal statüye sahip olması gerektiği gibi, toplum içerisinde kimliklerini simgesel olarak konuşturabilme olanağına sahip diğer bireyler tarafından da tanınır olması gerekmektedir. Nitekim simgesel sermayeyle kültürel sermaye arasındaki ilişki bunun bir göstergesidir. Simgesel sermayenin kullanılması kültürel sermayenin var olduğu simgesel alanı üretir (Allan, 2020: 245). Çünkü simgesel sermayenin kullanılması toplumsal yapı ve toplumsal pratik arasındaki ilişkiyi oluşturan düşünce, davranış ve beğeni kalıplarına dayanır. Bireylerin topluma uyum sağlama ve toplum tarafından kabul görmesine imkân tanıyan bu davranış kalıpları ise Bourdieu'nün kuramsal tasarımında önemli bir yere sahip olan habitus kavramıyla açıklanır (Ayas, 2015: 142). Habitus, aynı grup ya da aynı sınıf mensuplarında ortak bir dünya görüşünün varlığına işaret eder (Ayas, 2015: 142; Allan, 2020: s. 244-246). Habitusun varlığı sayesinde etkin olan eyleyiciler alanın yeniden üretimini sağlayarak alanın var olmasında etken rol oynar. Bu durum habitus ve alanın birbirleriyle olan ilişkilerinin açık bir göstergesidir (Bourdieu, 2007: 48).

Bunlara ek olarak bir alandaki dinamizm, kaynağını alana özgü sermayeyi elde etme mücadelesinden alır. Böylelikle eyleyiciler hâkim simgesel sermayeye sahip olup, meşruiyet kazandıklarında, alanı kendi istekleri doğrultusunda dönüştürme yetisini elde eder. Böylelikle meşruiyet aracılığıyla tahakküm kurdukları gibi, var olan düzenin yeniden üretimini sağlayabilmek için fiziksel şiddet içermeyen bir baskı unsuru kullanırlar (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 166; Swartz, 2022: 128) Bourdieu'nün simgesel şiddet kavramıyla somutlaştırdığı bu durum, baskı gibi algılanmayan, bu nedenle Bourdieu tarafından “yanlış tanıma” olarak da adlandırılan, toplumsal bir eyleyici üzerinde kendi suç ortaklığı ile uygulanan bir şiddet biçimidir. Simgesel iktidar ise ona maruz kalan ancak bu iktidarı kendileri de kullanmak istedikleri için bu durumun farkında olmak istemeyen eyleyicilerin ürettikleri bir tür görünmez iktidardır. Dolayısıyla sembolik güç ona maruz kalanların katkısı olmaksızın hayata

geçirilemez ve onların buna maruz kalmalarının sebebi onu bu şekilde inşa etmiş olmalarıdır (Bourdieu, 2016, s. 166-167; Bourdieu, 2018: 56).

Türk Müziğinin Yeni Mücadele Alanları: Radyo ve Gazino

Osmanlı’da Batılılaşma hareketlerinin gerçekleşmesinden itibaren müziğin himaye gördüğü, kutsandığı, kurumsallaştığı icra mekânlarının teker teker lağvedilmesi, yerlerine batılı anlayışla hizmet veren yeni kurumların açılmasıyla Türk müziği de içinde yetiştiği, değer kazandığı ve kutsiyet atfedildiği bağlamlardan kopmaya başlayacaktır. Mehterhanenin kapatılmasıyla askeri müziğin; tekke ve zaviyelerin kapatılmasıyla dini müziğin icra mekânlarından koptuğu, saltanatın kaldırılmasının ardından Enderun mektebinin kapanması ve 1926 yılından itibaren Darülelhan’da da eğitiminin yasaklanmasıyla Türk müziğinin hem icra edildiği hem de eğitiminin gerçekleştirildiği kurumsal mekânlardan ve kimlikten mahrum kaldığı görülmektedir. Nitekim Tanzimat Fermanı’ndan itibaren faaliyet gösteren, çalgılı kır kahveleri, meyhaneler ve başlangıçta modernleşmenin bir sembolü olarak inşa edilen gazinolar, zamanla Türk müziğinin yeni icra mekânları haline gelecektir (Yapar, 2014: 60, 112; Bardakçı, 2017: 63). Taksim, Şişhane, Tepebaşı, Sirkeci, Cağaloğlu, Dolmabahçe, Üsküdar, Kadıköy gibi İstanbul’un çeşitli semtlerinde hizmet veren gazino, çay bahçesi ve müzikholler o dönemde Türk müziğinin icra edildiği yerler olacaktır (Uzel, 2006: 89).

İstanbul’daki bu eğlence mekânları, müziğin üretilip tüketildiği yerler iken İstanbul radyosunun alternatif bir mekân olarak ortaya çıkmasıyla hali hazırda müziğin üretildiği ve tüketildiği mekânlardan bağımsız bir alan oluşacaktır. Ayrıca Sirkeci Garında yayın hayatına başlayan radyo, kurulduğu ilk yıllarda siyasi ve iktisadi anlamda güçlü bir kurum değildir. Öyle ki canlı program yapacak çok sayıda icracının olmamasının yanı sıra müzisyenlere düzenli olarak maaş verecek ekonomik olanaklardan da yoksundur. Mesut Cemil Tel, Vecihe Daryal, Safiye Ayla, R. Ferit Kam ve Cevdet Kozanoğlu gibi radyonun ilk yıllarından itibaren yayınlara katılan müzisyenlerin anılarında radyonun o dönemde nasıl bir yoksunluk içerisinde olduğu, çalışanların maaşlarının bile ödenemediği anlaşılmaktadır (Kozanoğlu, 1988: 5-7). Dolayısıyla bu dönemde müzisyenlerin pek çoğu radyonun yanı sıra daha fazla kazanç elde edebilecekleri mekânlarda çalışmaktadır. Ancak bu dönemde modern olanı çağrıştırmadığı için Türk müziğine meşruiyet atfedilmemesinin yanı sıra içkili gazino, meyhane gibi mekânlarda icra edilmesi onun içki ile özdeşleştirilmesine sebebiyet vermiştir. Nitekim 1933 yılında Yeşilhilal (Yeşilay) Cemiyeti, “içkiyi özendirdiği gerekçesiyle” incesaz topluluklarının gazinolardan kaldırılması yönünde bir propaganda faaliyeti başlatacaktır. Peşinden dönemin önemli isimleri tarafından gazetelerde yayınlanan yazılarda klasik dönem müziğinin nitelikli eserleri haiz olsa bile bugünün dinleyicisine hitap edemeyecek ölçüde eskimiş olduğu, bestelenen yeni eserlerin ise kaliteden yoksun olduğu yazılarak radyoda bir saat elli dakikalık yayın süresini nitelikli eserlerle doldurmanın mümkün olmadığı, bu nedenlerle de söz konusu müzik türünün tümünden yayından kaldırılmasının yerinde olacağı yönünde düşüncelere yer verilmesi, Türk müziğinin

aleyhinde başlatılan kampanyaların hat safhaya geldiğini göstermektedir (Kütükçü, 2012: 46-47).

Ancak Ankara Radyosu kültürel modernleşme sürecinde kurumsallaşırken, radyoya özgü kurumsal kültürün inşa edilmesinde radyo kurulduğu ilk günlerden itibaren çalışan Mesut Cemil Bey’in simgesel emeği ve tecrübesinden istifade edilmesi (Swartz, 2022: 134-135), Ankara radyosunun Mesut Cemil Bey’in kültürel sermayesi doğrultusunda faaliyete geçmesine sebebiyet verecektir. Öyle ki Mesut Cemil Bey’in Ankara radyosunu bir okul gibi faaliyete geçirmesi ve Türk müziğine alan açması, cumhuriyet dönemi müzik politikaları doğrultusunda şekillendirilmek istenen radyonun yapısına bir tür direniş gösterdiği, ardından 1950’li yıllarda Türk müziğinin radyo ve gazino tavrı olmak üzere ikiye ayrılarak kutuplaştırıldığı görülmektedir.

Nitekim Cevdet Kozanoğlu’nun, Mesud Cemil’in 40. sanat yılında anlattığı bir anısında

“Onu (Mesud Cemil’i) ilk olarak takriben yirmi sekiz-otuz sene önce, sisli ve puslu bir gecede, kalabalık bir mecliste tanıdım. Yanında daha önce kendisiyle aşinalığım olan Kıymetli dostum Ruşen Kam vardı. Hiç unutmam Kemanî Rıza Efendi’nin Tahir-Bûselik peşrevini çalıyorlardı. İkisi de pürteravet dinç ve enerjik idiler. Peşrev bittiği zaman kemeçe ve tanburdan mürekkep bu ikili konserin icrasına meftun ve hayran olmuştum. İtiraf edeyim ki, o geceye kadar böyle asil bir uslubla icra edilen bir saz musikisini ne yapabilmiş ne de dinleyebilmişim. Bu genç ve muktedir sanatkarların küçük konseri, o zaman ülfet etmekte olduğum piyasa musikisi ile Hakiki Türk Sanat Musikisi arasında bir köprü oldu. Ben bugünkü durumuma bu köprüden geçerek vâsıl oldum” (Kozanoğlu, 1988: 8).

sözlerinden 1920’li yıllarda birbirinden farklı iki simgesel alanın var olduğu ve Mesut Cemil Bey’in bunu görerek bir ayırım düşüncesi aşılama başlatıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca Türk müziğinin gazino ve içki ile özdeşleştirilmekte olduğunu fark eden Mesut Cemil Bey, radyoya okul gibi bir işlerlik kazandırmak suretiyle bu ayırım düşüncesini pekiştirdiği gibi Türk müziği cemaatinde iki cepheli bir çatışmanın doğmasına ve son olarak radyoya özgü simgesel sermayenin oluşmasına alan açmıştır. Böylelikle Bourdieu’ya göre yeni bir alanın oluşumu için gerekli olan özerkliğin kazanılması (içerisinde bulunulan alanın yapısına direniş gösterilmesi), ikinci yapının ortaya çıkması (iki cepheli bir çatışmanın doğması) ve alana özgü simgesel sermayenin oluşması gerçekleşmiş olur (Bourdieu, 2020: 100-298). Radyo tavrı denilen tavrın ortaya çıkışı; radyoya özgü simgesel sermayenin oluştuğunu yani kendine has bir sermayeyle yeni bir alanın ortaya çıktığını göstermesi açısından kayda değerdir (Baran, 2019: 8).

Modernleşmeyle birlikte ortaya çıkan bu farklı iktidar ya da sermaye türleri ve bunların mukabilinde yeni alanların inşa edilmesi, farklı alanlar ve farklı sermaye türleri üzerinde iktidar sahibi olma olanağı veren, devlete özgü sermayenin doğmasına sebebiyet vermiştir. Dolayısıyla modernleşmeyle başlayan, imparatorlukların yıkılıp yerine ulus devletlerin kurulmasıyla devam

eden süreç, belirli iktidar alanlarının oluşumunu da beraberinde getirmiştir. Söz konusu iktidar alanları ise birbirinden farklı türlerde sermayeye sahip olanların özellikle farklı sermaye türleri ve bunların yeniden üretimini içeren (okul gibi) devlet sermayesi üzerinde iktidar sahibi olmaya çalıştıkları bir oyun alanıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 100-101). Öyle ki özellikle Mevlevihanelerin müziğin kutsanmasında, ilmüleştirilmesinde ve üretilmesindeki otoritesi gibi devlet sermayesini de modernleşmeyle birlikte yitirdiğini göz önünde bulundurursak, kurulduğu ilk yıllarda bir eğitim kurumu gibi hizmet veren radyonun, bir iktidar alanı olduğunu ve müzik özelinde uzun yıllar benzer bir güce, simgesel sermayenin de ötesinde bir devlet sermayesine sahip olduğunu ve bu güçle donandığını görebiliriz. Bu nokta da Mesut Cemil Bey, radyoya bir eğitim kurumu gibi işlerlik kazandırmak suretiyle kültürel sermayesini yeniden üretmiş, bunun yanı sıra yeni bir iktidar alanı olan radyoda devlet sermayesi üzerine bir mücadeleye girmiştir.

Özerkliğin Kazanılması: Mesut Cemil ve Radyo Okulu

Ankara’da kurulduğu ilk yıllarda siyasi iktidar ve onun ideolojisine hizmet etmek amacıyla araçsallaştırılan radyo, yayın hayatına başladığı ilk yıllarda sanatçılar için bir okul olarak hizmet vermekteydi (Kozanoğlu, 1988: 27; Dikici, 2016: 33, 85-88). Ankara Radyosu kurulurken oluşturulan idari kadrolarda Mesut Cemil, Cevdet Kozanoğlu, Ruşen Ferit Kam ve Nuri Halil Poyraz gibi Türk müziğine hâkim müzisyenlerin yer alması, onların çabalarıyla radyonun bir eğitim kurumuna dönüşmesine sebebiyet verirken, mevcut kültürel sermayenin de modern algı kalıplarına göre düzenlenerek yeniden üretilmesine yol açtı (Allan, 2020: 245). Nitekim cumhuriyetin ilan edilmesini de içeren bir dizi olayın gerçekleşme sebebi olan algı kalıbı değişimi ve modern olanın inşa çabası, kültürel sermayenin üretim alanlarını değiştirdiği gibi yeni kültürel sermayelerin oluşumuna da imkân verdi (Arslan, 2019: 40-41).

Cumhuriyet dönemi müzik politikalarıyla hedeflenen, halk ezgilerinin batı tekniği ile işlenmesiyle oluşturulacak “Ulusal Türk Müziği” beklentisinin aksine, değişen algı kalıplarıyla uyumlu bir müzik inşa etmeye çalışan Mesut Cemil Bey, içerisinde bulunduğu alanın yapısına direniş göstermiştir. Böylelikle klasik ve modern epistemik cemaat arasındaki kutuplaşmayı ve aralarındaki ayrımı görerek Türk müziğini dini müziğe mahsus okuyuşla ve oturarak meşk etmek gibi klasik epistemik cemaatle ilgili olan tüm simgesel bağlarından arındırmaya çalıştığı gibi içki ve gazinoyla ilgili unsurlardan da ayırıştırarak müziğe itibar kazandırabilmek için Türk müziğinde bir ayrım düşüncesi ortaya atmıştır (O’Connell, 2013: 24-27).

Mesut Cemil Bey, bu ayrımı yaratabilecek simgesel sermayeye ve dikkate alınmaya yetecek sosyal statüye sahiptir. Nitekim Tanburî Cemil Bey’in oğlu olması bile içerisinde bulunduğu müzik cemaati tarafından dikkate alınması için yeterliyken, babasının yanı sıra onun çevresinde yetişen müzisyenlerle de aynı ortamı paylaşması, bu alanda geçerli olan kültürel sermayeyi edinmek ve alanın doxasına bağlı olabilmek için Yenikapı ve Galata Mevlevîhânelerine devam ederek Türk müziğinin önemli temsilcileri ile bir arada bulunması

(Özcan, 2011: 392-393), o çevrenin habitusunu benimsediğini gösterir. Öyle ki, Osmanlı’da müzik alanında yetişebilmenin yolu da iyi bir hocadan meşk etmek kadar Mevlevihaneler, tekkeler, çalgılı kır kahveleri, semai kahveleri ve müzikli toplantıların yapıldığı konaklar gibi halka açık müzik çevrelerinde bulunmaktır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108).

Bütün bunların yanı sıra Mesut Cemil Bey’in lise yıllarında başlayıp yurt dışında devam ettirdiği batı müziği eğitimi, onu cumhuriyet dönemi idealleri konusunda simgesel bir mücadeleye girmekten kurtarmaktaydı (Allan, 2020: 245; Kıyak, 2018: 14-15). Öyle ki radyo, kurulduğu ilk yıllarda cumhuriyet dönemi politikalarını tahayyül edildiği şekilde yerine getirebilecek kadrolara sahip olmamakla birlikte “Bir Halk Türküsü öğreniyoruz” ve “Yurttan Sesler” gibi programlar yapılmasının yanı sıra radyoya girdiği ilk yıllarda şarkılar seslendiren kadın icracıların türkü, maya gibi çeşitli formlarında aralarında olduğu bir repertuarı seslendirmesinde ve halk ezgilerinin ulusal bir platforma taşınmasında öncü oldu. Ancak İstanbul radyosunun kurulmasıyla birlikte yönettiği Yurttan Sesler topluluğunu Muzaffer Sarısözen’e devretti. Böylelikle Muzaffer Sarısözen de, halk ezgilerinin derlenmesi, çalgıların standartlaştırılması ve derlenen ezgilerin ulusal bir kimlikle halka sunulması noktasında Ankara radyosu kadrosundaki yerini aldı (Dikici, 2016: 85; Kıyak, 2018: 32, 44).

Ancak çok partili hayata geçişle birlikte, siyasi iktidarın İstanbul’u milliyetçi muhafazakâr algı kalıbı doğrultusunda imar etmesi, İstanbul Radyosunun kurulması ve Mesut Cemil Bey’in idealist tutumu neticesinde, İstanbul Radyosu, Klasik Türk Müziğinin icra mekânı olarak inşa edilecekti (Işık, 2023: 60). Bununla birlikte radyoda icracı olmak; kurumsal bir hüviyete, kurumsallaşmış bir sermayeye sahip olmak anlamına geliyordu. Özellikle Ankara’nın aksine İstanbul’da gazino gibi radyoda alternatif çokça sayıda mekânın olması, İstanbul radyosunun icracılar için yeni bir icra mekânı haline gelmesi, elde edilebilecek yeni sermayeye dolayısıyla yeni bir mücadele alanının varlığına işaret etmekteydi (Öztürk, 2016: 2).

İki Cepheli Çatışmanın Doğması: Radyo ile Gazino Arasında ve Birbirine Dayanan Amansız Bir Geçim Mücadelesi

Radyonun varlığı icracılara bilgi ve beceri sahipliğini resmen tanıyan, kurumsal bir yetki onayı vermekteydi. Çünkü özellikle Ankara radyosunun bir okul gibi hizmet verdiği yıllarda sanatçı belirli eğitimlerden ya da sınavlardan geçerek yani öğretim yoluyla radyoda makam bilgisi, repertuar ve tecrübe ediniyordu. Böylelikle radyoda icracı olmak, kurumsal bir hüviyet sahibi olmanın yanı sıra iktidarın, otoritenin bir parçası olmak anlamına geliyordu (Swartz, 2022: 15). Bu da Bourdieu’nun deyimiyle oyuncular için oyuna dâhil olmaya değecek bazı çıkarların varlığına yani illüzyona işaret etmekte ve oyunun oynanmaya değer bulunması ve kuralların (doksanın) sorgulanmadan kabul edilmesi anlamına gelmekteydi (Bourdieu, 2006b: 405). Böylelikle radyo icracıları, kurumsal hüviyetin verdiği güçle, radyo sanatkarı olarak itibarlı ve meşru bir iş sahibi olmanın yanı sıra kamusal alanda radyonun prestijini yeniden üreterek kendi şahısları adına da kullanabiliyorlardı. Plak yapımcıları ve gazino patronlarının

özellikle radyoda mikrofon karşısına geçen icracılarla çalışmayı tercih etmesi radyoya özgü kurumsal sermayeyi farklı alanlarda da geçerli hale getiriyordu.¹ Nitekim sermaye çeşitleri bir alanda mücadele silahı olabildiği gibi mücadele edilmeye değer bir unsur olarak, sahibine iktidar ve nüfuz kurma yetkisi vermekteydi. Ayrıca hangi tür sermaye olursa olsun sermayenin büyüklüğünün sahibine pek çok ayrıcalık kazandırdığı ortadadır. Öyle ki gündelik yaşamda yeni bir fırsat doğduğunda bundan ilk haberdar olanlar, sermaye bakımından diğerlerinden daha zengin olanlardır (Allan 2020: 240-245). Benzeri şekilde Hamiyet Yüceses’in gelirinin büyük bir bölümünü gazinodan elde etmesine rağmen radyodan ayrılmak istememesini; radyonun sunduğu itibar, prestij ve güç ile ilişkilendirmek mümkündür (Benderli, V. H., 1953, 31 Ekim:18).

Ancak bu yetke çoğu zaman kadın icracılar arasında bir tahakküme dönüşmekte, bu durum gazino kulislerine kadar sirayet edebilmekteydi (Tükel, 1952: 10-11). Başlangıçta kültürel modernleşmenin bir parçası olarak araçsallaştırılan kadın icracıların verdiği bu mücadele; daha tanınır olmak, alanında otorite ve yetki sahibi olmak, radyoda daha uzun süreli programlar yapabilmek gibi iç içe geçen ve bir üst sermayeye kadar uzanan “radyo ile sahne arasında ve birbirine dayanan amansız bir geçim mücadelesiydi” (Münir, 1953, 25 Nisan: 31). Nitekim yayın hayatına başladığı ilk yıllardan beri radyonun iktisadi anlamda çok güçlü olmaması çoğu zaman gazinoya göre daha az tercih edilmesine sebebiyet vermiştir. Öyle ki pek çok kadın icracı İstanbul’da gazinoda çalışmak için Ankara radyosundaki görevinden ayrılacaktır (Kütükçü, 2012: 271; Dikici, 2016: 37, 91). Ancak Demokrat Parti iktidarıyla birlikte İstanbul’un siyasi iktidarın ideolojisi doğrultusunda imar edilmesi ve İstanbul Radyosunun imar faaliyetlerinin bir parçası olması, icracıların gazinonun yanı sıra radyoda da çalışmalarına imkân verecektir (Işık 2023: 60). Böylelikle radyoda sahne alan icracılar radyonun sağladığı kurumsallaşmış kültürel sermayeyi, yani sahip oldukları kurumsal yetke onayını; kimlik, tecrübe ve müzikal yeterliliği gazinoda sahne alırken kullanabileceklerdir. Sahip oldukları bu kimlik; gazinoda sahne alan icracıların kimlerle birlikte sahne alacağı, sahneye çıkış sırası ve seslendirecekleri repertuarın belirlenmesi gibi pek çok konuda etkili olacaktır.²

Bununla birlikte icracılar arasında söz konusu hiyerarşiyi üreten unsurlar; kıdemin yanı sıra makam ve usul bilgisi, nota okuyup yazabilme, derleme yapabilme gibi müziğe hakimiyeti gerektiren, bedenselleşmiş kültürel sermayeye ilişkin unsurlar olabilmektedir (Benderli, 1953,

¹ Akansel, R. (1952, 10 Mayıs) Ankara Radyosu'nun Yetiştirdiği Genç Kıymetlerden Biri Daha Bedia Yaltrak, *Radyo Haftası*, sy. 103, s. 6-9; Münir, H. (1953, 25 Nisan). Parazit, *Radyonun Sesi*, s. 31; Haftanın Dedikoduları, 1953, 25 Temmuz). *Radyonun Sesi*, sy. 22, s. 34; Cevriye Ceyhun ve Ragıp Tanju Ayrıldılar, (1953, 8 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 21; Benderli V. (1953, 8 Ağustos). İstanbul Radyosu Müdürü Mesut Cemil Bey’e Açık Mektup, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 2; Bilgin A. (1954, 3 Nisan). Şükran Özer’in Bugünkü Durumu, *Radyo Haftası*, c. 16, sy. 202, s. 5-7.

² Tükel Z. (1952, 31 Mayıs). Şen Kardeşlerle Tatlı Bir Konuşma, *Radyo Haftası*, sy. 106, s. 24-25; Tükel, Z. (1952, 22 Kasım). Sabite Tur Gülerman Nasıl Plak Doldurdu? *Radyo Haftası*, sy. 131, s. 38; Tepebaşı Gazinosunda Bir Gece Saime Sinan'ın Sazsız Okuduğu Şarkı, (1952, 27 Aralık). *Radyo Haftası*, s. 6, 38; Kulağımıza Gelenler, (1954, 4 Eylül) *Radyo Haftası*, sy. 224, s.10; Kulağımıza Gelenler, (1954, 11 Eylül). *Radyo Haftası*, sy. 225, s. 11,13; Belgin, A. (1954, 11 Eylül). Şenlerle Biraz Dedikodu Yaptık, *Radyo Haftası*, sy. 225, s. 22-25.

31 Ekim: 19). Nitekim bir eserin derleme yapan ya da ilk seslendiren kişi dışında biri tarafından seslendirilmesi, söz konusu hiyerarşiyi gündeme getirebilmektedir (Tükel, 1952, 22 Kasım: 24-26, 38; Akın, 1953, 8 Ağustos: 18-19; Ekicigil, 1953, 24 Ekim: 39). Örneğin Radife Erten, Tepebaşı Gazinosunda beraber çalışmakta olduğu Saime Sinan'ın bir gün okuduğu bir şarkıyı, kendisinin lanse ettiğini ve bir daha kendisinden başka kimseye okutturulmaması gerektiğini ileri sürerek Saime Sinan'ın bahçeden ayrılmasına sebep olduğu gibi bu tutumunda ısrarcı davranıp aynı şarkıya Hamiyet Yüceses'in sahip çıkmasından rahatsızlığını dile getirdiğinde, senelerden beri birinci sınıf solistliği elinde tutan Hamiyet Yüceses karşısında, beraber çalıştıkları Küçük Çiftlik parkından ayrılmak mecburiyetinde kalabilmekteydi (*Radyonun Sesi*, 1953, 25 Temmuz: 34-35; Akın, 1953, 8 Ağustos 1953: 18-19).

Bu hiyerarşi, alanın doxasını ve tahakkümün boyutlarını göstermesi açısından da çarpıcıdır (Ekicigil, 1953, 7 Kasım: 4-5). Nitekim bu yetke kadın icracılarla yapılan röportajların hangi sıraya göre yapılacağını (*Radyonun Sesi*, 1953, 17 Ekim: 5) ya da gazinoda birlikte sahne alacağı kişiyi seçme hakkını verebiliyordu (Ekicigil, 1953, 7 Kasım: 4-5; *Radyonun Sesi*, 1953, 12 Eylül: 35; Altındağ, 1953, 17 Ekim: 51; Dikici, 2016: 96). Öyle ki Turkuaz Gazinosu ile mukavele yapan Erdem Kardeşlerin, bu gazinoda çalışmamaları hususunda gazino sahibine baskı yapan Radife Erten'e karşı dava açmaya karar vermeleri bu durumun vahametini gözler önüne sermektedir (*Radyonun Sesi*, 1953, 31 Ekim: 20).³

Üstelik bu güç sadece aynı gazinoda beraber sahne alacakları kişileri değil, icracılar için hazırlanan afişlerde kimin isminin en başa yazılacağından⁴ hangi şarkıları okuyacağına;⁵ hatta sahneye tuvaletle çıkıp çıkamayacağı konusunda bile karar mercii gibi hareket etmelerine sebebiyet verebiliyordu. Nitekim Ayten Arıkan'ın, Perihan Altındağ ile birlikte sahne aldıkları Tepebaşı gazinosunda bir akşam tuvalet giyip sahneye çıkması ve o gecenin akabinde gazinodan ayrılmak mecburiyetinde kalması, radyo dergilerinde değinilen konulardan birisidir (*Radyonun Sesi*, 1953, 26 Eylül: 8).

Radyo ve gazinoda sahne almakta olan kadın icracılar arasındaki rekabet öylesine hat safhaya ulaşmıştır ki, (Akın, 1953, 5 Eylül: 20; *Radyonun Sesi*, 1953, 10 Ekim: 9; Ekicigil, 1953, 7 Kasım: 4-5) birbirlerinin sahnesini izlemek ya da izlettirmek (*Radyonun Sesi*, 1953, 4 Temmuz: 22; *Radyonun Sesi*, 1953, 10 Ekim: 9), mikrofonunun elektriğini kestirmek, kuliste

³ Benzeri şekilde 1945 yılında Tepebaşı Belediye Gazinosu işletmecisi Muhittin Öztuna gazinonun açılışı için sahneye çıkarmayı planladığı Perihan Altındağ ve Sabite Tur'u kadroya alıp almama konusunda Müzeyyen Senar'a danışacaktır (Dikici, 2016: 95-96).

⁴ Haftanın Dedikoduları, (1953, 27 Haziran). *Radyonun Sesi*, sy. 18, s. 9; Haftanın Dedikoduları, (1953, 11 Temmuz) *Radyonun Sesi*, sy. 20, s. 10; Haftanın Dedikoduları, (1953, 1 Ağustos). Perihan'a cephe alanlar ayrılıyor mu?, *Radyonun Sesi*, sy. 23 s. 8; Radife Erten "Her Yer karanlık" Gazelini Hala Okuyacak mı?, (1953, 1 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 23, s. 10; Benderli, V. (1953, 15 Ağustos). Perihan Sözeri İle Bir Konuşma, *Radyonun Sesi*, sy. 25, s. 49; Benderli V. (1953, 21 Ağustos). Şükran Özer'e Tavsiyeler, *Radyonun Sesi*, sy. 26, s. 21; Akın, E. (1953, 5 Eylül). Acaba kendilerinden şüphelerimi var?, *Radyonun Sesi*, sy. 28, s. 18-19.

⁵ Benderli, V. (1953, 25 Temmuz). Refik Fersan diyor ki; Sanatkar Olmadıkları Halde Sanatkâr Sifatını kullananlar Riyakardır! *Radyonun Sesi*, sy. 22, s. 4-6; Edip A. (1953, 8 Ağustos) Her Yer Karanlık Gazeli Hakkında Radife Erten'in Düşünceleri, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 18-19; Benderli, V. (1953, 21 Ağustos). Perihan Sözeri Dedikodulara Cevap Veriyor, *Radyonun Sesi*, sy. 26, s. 46; Akın, E. (1953, 5 Eylül). Acaba kendilerinden şüphelerimi var?, *Radyonun Sesi*, sy. 28, s. 18-19.

üstünlük kurmak için tuvalet masasındaki aynayı daha büyüğü ile değiştirmek gibi sembolik şiddete kadar uzanacak davranışlar sergileyebildikleri gözlenmiştir (Benderli, 1953, 15 Ağustos: 49). Safiye Ayla'nın Türk müziğinin artık sadece kadın icracıları inhisar ettiği, icracılığın kadınlık mefhumu ile birleştiği, hatta tuvaletin neredeyse repertuarın yerini aldığı konusundaki serzenişleri durumun vahametini gözler önüne sermektedir (Radyo Magazin, 1950, 30 Aralık: 10-16). Ancak gazinoda sahne alan hemen hemen bütün kadınların bu durumdan mustarip olmalarına rağmen bunu durdurmak yerine yeniden üretmeleri, iktidarı kendi lehlerine kullanmak istemelerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü şiddet gibi algılanmayan ancak bir tür baskı ve şiddet içeren davranışlar; ona maruz kalanların durumun farkında olmak istememeleri ve bu duruma göz yumanların bir nevi suç ortaklığı ile uygulanabilecek görünmez bir iktidardır (Allan, 2020: 240-245).

Radyo ve gazinoda özellikle kadın icracılar arasında gözlenen bu durum ve Türk müziği aleyhinde yayınlanan yazılar, kurumsal kimliğin verdiği yetkenin sorgulanmasına sebebiyet verecek, sanatçı kimliği sorgulanırken, radyo ve gazino birbirinden ayrıştırılacak ve böylelikle radyo ve gazino tavrının yanı sıra sanatçı ve piyasa şarkıcısı kavramları inşa edilecektir (Işık, 2023: 67-70).

Alana Özgü Simgesel Sermayenin Ortaya Çıkışı: Radyo Tavrı ve Sanatçı Kimliğinin İnşası

Ankara radyosunun kurulmasıyla birlikte Mesut Cemil Bey ve beraberinde göreve başladığı Ruşen Ferit Kam gibi idealist icracıların kültürel sermayeleri etrafında radyoya özgü bir üslup ortaya çıkarken; İstanbul radyosunun kurulması, İstanbul'da Türk müziğinin icra edildiği mekânların çeşitlenmesine sebebiyet verecekti. Böylelikle gazinoda icra eden sanatçılar için yeni bir mücadele alanı ortaya çıkarken radyodaki üsluptan bağımsız bir tavır da radyo sınırları içerisinde sergilenmeye başlayacaktır. Bu nedenle radyo ve gazinoda mikrofon karşısına geçen icracılar ve okudukları eserler değişmese de bir yandan Türk müziğini meşru kültür haline getirmek ve ona itibar kazandırmak, bir yandan da radyonun sınırlarını çizebilmek için radyo ve gazinoyu birbirinden uzaklaştırmak gerekmektedir (Işık, 2023; 70-71). Bu doğrultuda özellikle Mesut Cemil Bey, nota ve usule sadık, eserin orijinaline uygun, bestenin ya da güftenin önüne geçecek abartılı süslemelerden azade, yalın ancak küçük geçki ve süslemelere imkan tanıyan sade bir icrayı hedefleyen, sözlü icrada telaffuz, söyleyiş ve ses tonuna önem veren ve ilerleyen yıllarda radyo tavrı olarak anılacak çeşitli meşruiyet ölçütleri belirleyerek radyoda yapılan icraları klasik epistemik cemaate ilişkin sembollerden uzaklaştırarak özerkleşmeyi hedeflemektedir (Kütükçü, 2012: 76-77; Kıyak, 2018: 32- 42, 44). Bu nedenle özellikle dini müzik örneklerini çağrıştıran gazel formunu radyonun sınırlarının dışında bırakmaktaydı. Mesut Cemil Bey'in Ankara radyosunda oluşturduğu doksik yapı (Kozanoğlu, 1988: 29; Yener, 1999: 14; Dikici, 2016: 117; Kıyak, 2018: 46-47) daha sonra klasik üslup ya da radyo tavrı olarak anılacak olan üslubun inşasında etkili olacağı gibi kazanç

ve popülerite gibi nedenlerle radyonun yanı sıra gazinoda da çalışmaya devam eden icracılar “gazino tavrı” olarak adlandırılacak başka bir tavrın da oluşmasına sebebiyet verecektir.

Radyo ve gazinonun ayrıştırılmasında özellikle 1950’li yıllarda İstanbul radyosunda vuku bulan olaylar önem kazanmaktaydı. Nitekim Hamiyet Yüceses’in radyo programında okumayı arzu ettiği “Bakmıyor Çeşmi Siyah” isimli şarkının radyo programından kaldırılmasıyla başlayan süreç,⁶ Zahir Törümküney’in müdür bulunduğu sıralarda İstanbul Radyosunun ıslaha muhtaç olduğu yönünde yayınlar yapılması, ardından radyonun ıslâhı için bir komisyon kurulması ve Mesut Cemil Bey’in İstanbul Radyosuna tayiniyle devam etmiştir.⁷

Olayların yaşandığı 1950-1953 yılları arasında radyo idarecileri bazı şarkıların radyoda okunmasından rahatsızlıklarını dile getirseler de radyoda ve gazinoda çalışan icracıların aynı şarkıları söyleme konusunda ısrarcı olmaları,⁸ Hamiyet Yüceses gibi Radife Erten’in de aynı şarkıdan dolayı radyo idarecileri ile arasında sürtüşme yaşanmasına (Hınçer, 1953, 27 Haziran: 4-5), akabinde “Her yer karanlık” gazeli ile “Yarab kalbimin sahibi nerde? gibi birkaç şarkının radyo idaresi tarafından programlardan kaldırılmasına sebebiyet vermiştir (*Radyonun Sesi*, 1953, 25 Temmuz: 34).

Gazinoda başlayan, radyoya sirayet eden; radyodaki icracıların birbirleriyle olan ilişkilerinin bozulmasına hatta aralarındaki gerilimin hat safhaya ulaşmasına, kendi aralarında blok kurmalarına neden olan bu gazel ve alameti olduğu simgesel alan, dönemin kadın icracılarından Radife Erten’in Hamiyet Yüceses’le beraber çalıştıkları Küçük Çiftlik parkından ayrılmasına gerekçe olarak gösterilse de aslında İstanbul’da radyo ve gazinolarda sahne alan kadın icracılar için şarkılar, sadece aralarındaki tahakkümü üreten araçlardan bir tanesidir (Ekicigil, 1953, 7 Kasım: 4-5; Hınçer, 1953, 27 Haziran: 4-5). Öyle ki Perihan Altındağ’a karşı bir blok kurarak Küçük Çiftlik parkında sahne almaya başlayan Radife Erten, Hamiyet Yüceses ve Sabite Tur Gülerman’ın⁹ kurduğu blok, Her yer karanlık gazelinin gazinoda sadece Hamiyet Yüceses tarafından okunmasının istenmesi üzerine¹⁰ dağılmıştır (Benderli, 1953, 21 Ağustos: 12-13).

⁶ Kulağımıza gelenler, (1950, 25 Kasım). *Radyo Haftası*, sy. 27, s. 34.

⁷ Çeşmi Siyah Çağlayanı Hamiyet Yüceses, (1950, 9 Aralık). *Radyo Magazin*, sy. 3, s. 10-13; Hançerlioğlu, H. (1950, 23 Aralık). Şuh Sanatkar, Esmâ Engin, *Radyo Magazin*, sy. 5, s. 6-8; Sesiyle Kralları Dize Getiren İlahi Sanatkar Safiye Ayla, (1950, 30 Aralık) *Radyo Magazin*, sy. 6, s.10-16; Benderli V. (1953, 8 Ağustos). İstanbul Radyosu Müdürü Mesut Cemil Bey’i Açık Mektup, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 2; Benderli, V. (1953, 31 Ekim). İstanbul Radyosunun Son Aldığı Kararları Protesto Ediyoruz, *Radyonun Sesi*, sy. 36, s. 31; Kıyak, H. (2018). Mızrabı, Yayı ve Kalemikle Mesud Cemil, İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı, s. 32, 43.

⁸ İstanbul radyosu müdürlüğü bazı Serhat türkülerini kadın seslerine okutulmasını doğru bulmadığından bu çeşit plakları yayından kaldırmıştır. Bu plaklar arasında Safiye Ayla’nın (İzmir’in Kavakları), Müzeyyen Senar ve Neriman Altındağın (Kırım’dan gelirim) Perihan Sözeri’nin (Estergon Kal’ası) da vardır s. 15 Kulağımıza gelenler, *Radyo Haftası*, İstanbul 20 Eylül 1952, sy.122, s.15; Işık, S. (1950, 25 Kasım). Türk Musikisinin Estergon Kalesi Perihan Altındağ Bre Dilber Aman!, *Radyo Magazin*, sy. 2, s. 12-15; Kulağımıza gelenler, (1950, 25 Kasım). *Radyo Haftası*, sy. 27, s.18.

⁹ Benderli V. (1953, 21 Ağustos). Perihan Sözeri Dedikodulara Cevap Veriyor *Radyonun Sesi*, sy. 26, s. 12-13.

¹⁰ Perihan Sözeri, İkamızız Üzerine Her Yer Karanlık Gazelini Okumaktan Vazgeçti, (1953, 1 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 23, s. 21; Edip A. (1953, 8 Ağustos). Her yer Karanlık Gazeli Hakkında Radife Erten’in Düşünceleri, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 18-19; Niçin Geçinemediler?, (1953, 25 Temmuz). *Radyo Haftası*, İstanbul, sy. 166, s. 22-25

Söz konusu gazel ve alameti olduğu simgesel alan radyo ve gazinonun kutuplaştırılmasında araçsallaştırılırken, radyo ve gazinoda mikrofon karşına geçen icracıların ve seslendirilen eserlerin birbirinden ayrıştırılması düşüncesi ise Islah komisyonu fikrini yeniden gündeme getirmiştir. Ardından Zühtü Velebişe'nin riyasetinde bir Radyo Islah Komisyonunun kurulduğu haberi basına intikal etmiştir (*Radyonun Sesi*, 1953, 24 Ekim: 38). Şevket Rado, Burhan Asaf Belge ve Bedii Faik'ten oluşan kurul üyeleri (*Radyonun Sesi*, 1953, 24 Ekim: 1953: 38; Ekicigil, 1953, 7 Kasım: 4-5; *Radyonun Sesi*, 1953, 24 Ekim: 28) Türk müziğinin itibarını yükseltmek için usul, makam ve bilhassa nota bilmeyen solistlerin radyoda okutulmamasına karar vermişler, (*Radyonun Sesi*, 1953, 24 Ekim: 23). Islah komisyonunun aldığı kararlardan sonra Hamiyet Yüceses'in radyoda okuması, Neveser Kökteş, Sadettin Kaynak, Mustafa Nafiz ve Osman Nihad'ın bestelerinin "piyasa bestekârları" olarak lanse edildikten sonra radyoda seslendirilmesi yasaklanmıştır (Ekicigil, 1953, 14 Kasım: 3; Akın, 1953, 3 Ekim: 11-13; Çağlar, 1953, 7 Mart: 7).

Bunun nedeni radyoya özgü simgesel sermaye üretilirken hem müzik hem de cumhuriyetin ilk yıllarında modernleşmenin bir aracı olarak siyasallaştırılan kadın icracıların simgesel süreçlerin nesnesi haline getirilmiş olmasıdır. Simgesel süreçlerin temel mantığı ise ikili karşıtlıklar ve ayrımlar tesis etmektir. Bu anlayışla değerlendirdiğimizde simgesel sistemlerin temel içerme ve dışlama mantığı üzerine kurulu sınıflandırma sistemlerinin, müziğin yanı sıra kadınların da bu durumun bir nesnesi haline getirilerek radyo tavrı-gazino tavrı, fena piyasa nağmeleri- klasik Türk müziği, sanatçı-piyasa şarkıcısı gibi ikili karşıtlıklarla ayırım tesis ettiği anlaşılmaktadır (Swartz, 2022: 122-123) Ancak her ne kadar radyoya özgü sembolik sermaye ortaya çıksa da kurul üyelerinden Bedii Faik'in radyodaki vazifesine son verilmesinin ardından (*Radyonun Sesi*, 1953, 14 Kasım: 13; Aknesıl, 1954, 17 Nisan: 3) seansları İstanbul Radyosu programlarından kaldırılan Hamiyet Yüceses'in Ankara Radyosunda okutulması için dönemin Başbakanı Adnan Menderes tarafından radyo müdürlüğüne gelen emirle birlikte bir dizi olay gerçekleşecek böylelikle Mesut Cemil Bey'in devlet sermayesi üzerindeki yetkisi son bulacaktır (Akın, 1953, 1 Ağustos: 34-36; Gökmen, 1953, 14 Kasım: 45; *Radyonun Sesi*, 1953, 26 Aralık: 38-39; *Radyonun Sesi*, 1954, 10 Nisan: 20).

SONUÇ

Cumhuriyetin ilanı, klasik epistemik cemaatten modern epistemik cemaate geçişin, başka bir deyişle algı kalıbı değişiminin sembolik bir göstergesidir. Modernleşmeyle birlikte yaşanan bu değişim, geleneksel kurumların dönüşümünü beraberinde getirirken, gelenek de kültüre uygun bir biçimde modernize edilmiştir. Türkiye'de modernleşmeyle birlikte kurumsallaşan radyo ise kurumsal anlamda modernleşmeyi gerçekleştirecek faillere ihtiyaç duymaktadır. Ancak radyoya ilişkin kurumsal kültürü oluşturacak olan kadroların büyük ölçüde geleneksel kültürle yetişmiş olması, kendi kültürel sermayelerini yeniden üretmelerine sebebiyet verecektir. Nitekim Ankara radyosu yayın hayatına başladığında kurucu kadroda olan isimler

ve habitusları birbirinden farklı olduğu gibi radyoya icracı olarak alınan diğer kişilerde farklı habituslara dolayısıyla birbirinden farklı kültürel sermayelere sahip bireylerden oluşmaktaydı. Ancak Sirkeci Garında kurulduğu ilk günlerden itibaren radyoda çalışan Mesut Cemil Bey’in simgesel emeği ve tecrübesinden istifade edilmesinin bir sonucu olarak Ankara radyosu Mesut Cemil Bey’in kültürel sermayesi doğrultusunda faaliyete geçecektir.

Ankara Radyosuna bir okul gibi işlerlik kazandırmak suretiyle kendi habitusunu yani beğenilerini radyoya taşıyan Mesut Cemil Bey, simgesel sermayesini kullandığı gibi bir üst sermaye yani devlet sermayesi için bir mücadeleye girmiştir. Böylelikle bir yandan devlet sermayesine sahip olurken bir yandan da kendi kültürel sermayesini yeniden üretmiştir. Türk Müziği cemaati içerisinde birbirinden farklı anlayışların olduğunun farkında olan Mesut Cemil Bey, radyoya özgü bir üslup oluşturmakla birlikte Türk müziğinde bir ayırım düşüncesi ortaya atmıştır. İstanbul radyosunun kurulmasıyla bu ayırım iyice pekişmiş, böylelikle radyoya özgü sembolik sermaye yani “radyo tavrı” ortaya çıkarken, gazinoda gerçekleştirilen icra ise “gazino tavrı” olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Özellikle gazino tavrı denilen tavır pek çok açıdan Mesut Cemil Bey’in habitusunu yansıtmadığı gibi o dönemde meşru kabul edilmeyen bir kültürü de temsil etmektedir. Cumhuriyetin ilanından önce sadece gayrimüslim ve kıpti kadınların sahne alması, plak doldurması dolayısıyla tanınır olması, plaklara kaydedilen icraların genellikle şive farklılıkları ve avamî bir okuyuşla ilişkilendirilmesine sebebiyet vermiş ayrıca plaklarda kayıt altına alınmış diğer icraların çoğunlukla hafızlar tarafından gerçekleştirilmiş olması, modernleşmenin gerektirdiği seküler bir yaşamı, milli ve modern bir müziği temsil etmemesi açısından makbul görülmemiştir. Tüm tenkitleri göze alarak değişen algı kalıplarıyla uyumlu, meşru bir müzik inşa etmeye çalışan Mesut Cemil Bey, klasik ve modern epistemik cemaat arasındaki kutuplaşmayı görerek Türk müziğini klasik epistemik cemaatle ilişkili olan tüm simgesel bağlarından arındırmaya çalıştığı gibi cumhuriyetin ilk yıllarında bağdaştırıldığı içki ve gazinodan da ayırtırmak suretiyle radyoya ilişkin bir kültürel sermayenin oluşmasını sağlamıştır.

Ancak İstanbul radyosunun kurulmasıyla gazinoda sahne alan sanatçılar için radyo, yeni bir mücadele alanının ortaya çıkması anlamına geldiği gibi gazinoya özgü tavır da radyo sınırları içerisinde sergilenmeye başlayacaktır. Kültürel modernleşme doğrultusunda araçsallaştırılan ve kamusal alanda sahne almaya başlayan Türk kadını için radyo, Ankara’da kurulduğu yıllarda ekonomik açıdan gelir getirmemesi nedeniyle tercih edilmezken, İstanbul radyosunun kurulmasıyla radyo ve gazinoda eş zamanlı çalışabilme imkânı doğduğu gibi kadın icracıların İstanbul radyosunu tercih etmelerine neden olmuştur. Öyle ki radyodaki bu mücadele ağırlıklı olarak kadın icracılar arasında gözlemlenecektir. Nitekim Müzeyyen Senar’ın gazinoda çalışmak için Ankara Radyosundan ayrıldığı yıllarda Ankara Radyosuna giren Perihan Altındağ, İstanbul Radyosu açıldıktan sonra İstanbul’a taşınan icracılar arasındadır. İstanbul Radyosunda çalışmak, kurumsal bir hüviyete, nesneleşmiş kültürel sermayeye sahip

olmak anlamına geldiği için icracılara kurumsal bir yetke ve saygınlık sağlamaktaydı. Özellikle Perihan Altındağ gibi Ankara Radyosunun kültürel ortamında yetişmiş, radyonun doxasını, kurumsallaşmış kültürel sermayesini edinmiş, böylelikle İstanbul Radyosunda da iktidar ve nüfuz kurma olanağına sahip olmuştur. Ancak radyonun yanı sıra gazinoda da tahakküm kurabilmek amacıyla o dönemde gazinolarda sahne almakta olan Hamiyet Yüceses, Radife Erten ve Sabite Tur Gülerman gibi diğer icracılarla en çok simgesel mücadeleye girmek durumunda kalan isimlerden birisi de o olmuştur.

Başlangıçta kültürel modernleşmenin bir parçası olarak araçsallaştırılan kadın icracıların verdiği bu mücadele; daha tanınır olmak, alanında otorite yani yetki sahibi olmak, radyoda daha uzun süreli programlar yapabilmek ya da gazinoda assolist olabilmek, istediği şarkıyı seslendirip istediği gibi giyinme hakkını elde edebilmek gibi iç içe geçen illusiolarıyla bu iki alana özgü simgesel sermayeyi elde etmek için girilen simgesel bir iktidar mücadelesi olup kazanımlar kişinin mevcut sermayesine bağlı olarak değişmekteydi. Nitekim radyoda makam ve usul bilgisi, nota okuyup yazabilme, derleme yapabilme gibi müziğe ilişkin bilgi ve becerinin gömülü halde bulunduğu bedenselleşmiş kültürel sermayeye önem kazanırken, radyoda icracı olmak gibi kurumsallaşmış kültürel sermayenin varlığı, gazino için işler bir sermaye olmaktaydı. Nitekim gazinoda “İstanbul Radyosu sanatçısı” unvanıyla sahne alan icracıların sahip oldukları ayrıcalık; icracıların isim ve fotoğraflarının gazino afişleri üzerinde nereye basılacağından tutun da sahneye çıkış sırası ve seslendirecekleri repertuarın yanı sıra tuvalet giyip giyemeyeceklerinin belirlenmesinde bile etkili olabilmekteydi. Ancak gazinoya özgü davranış kalıpları ve buna bağlı olarak Türk müziği aleyhinde yayınlanan yazılar, kurumsal kimliğin verdiği yetkenin sorgulanmasına sebebiyet verdiği için sanatçı kimliği sorgulanırken, radyo ve gazino birbirinden ayrıştırılacak, radyo ve gazino tavrının yanı sıra sanatçı ve piyasa şarkıcısı kavramlarının inşa edilmesine sebebiyet verecektir.

Bu nedenle bir yandan Türk müziğini klasik epistemik cemaate ilişkin sembollerden uzaklaştırarak meşru kültür haline getirmek, ona itibar kazandırmak, bir yandan da radyonun sınırlarını çizebilmek, doxasını belirleyebilmek için radyo ve gazinoyu birbirinden uzaklaştırmak gerekmektedir. Bu doğrultuda özellikle Mesut Cemil Bey, simgesel sermayesini kullanarak Türk müziği bilgisine dayanan, eserin orijinaline uygun, dini müzik örnekleri ve onlara özgü tavrı çağrıştırmayan, özellikle gazel formunu radyonun sınırlarının dışında bırakan, yerel unsurlardan arınmış bir dil, doğru telaffuz ve sade bir icrayı hedeflemiş hatta bunu yaptırma dönüştürmüştür. Öyle ki “Bakmıyor Çeşmi Siyah”, “Her yer karanlık” gazeli ile “Yarab kalbimin sahibi nerde? gibi birkaç şarkı programlardan kaldırılmıştır. Söz konusu gazeller ve alameti olduğu simgesel alan radyo ve gazinonun kutuplaştırılmasında araçsallaştırılmış ve bunun neticesinde Hamiyet Yüceses’in radyoda okuması, Neveser Kökteş, Sadettin Kaynak, Mustafa Nafiz ve Osman Nihad’ın bestelerinin “piyasa bestekârları” olarak lanse edildikten sonra radyoda seslendirilmesi yasaklanmıştır. Ancak icracıların sahip olduğu toplumsal sermaye yani özellikle gazete ve dergilerde demeçler vermelerini sağlayacak, haklarında propaganda yapabilecek isimleri tanıyan olmaları da onlar için birer avantaj haline

gelecektir. Özellikle alanın iktidarla olan ilişkisi düşünüldüğünde bu durum daha da anlaşılır hale gelmektedir. Nitekim İstanbul Radyosu Demokrat Parti iktidarının milliyetçi muhafazakâr algı kalıbı doğrultusunda inşa edilmiştir. Ancak İstanbul radyosunda başlayan müzik, repertuar ve üslup seçkinciliği icracıların yanı sıra dinleyicilerin de bu durumdan şikayetçi olmalarına sebebiyet verecek, demokrat parti iktidarı ise haftalık radyo dergileriyle nabzını tuttuğu halkın beğenilerini, kendi mutlakiyetini garantiye almak adına meşrulaştıracaktır. Bu doğrultuda kendi simgesel sermayesini kullanarak radyoya özgü simgesel sermayenin oluşumunu sağlayan Mesut Cemil Bey’in devlet sermayesi üzerindeki yetkesi son bulacaktır.

KAYNAKÇA

Akgün, H. (7 Nisan 1951). Birbirini Çok Seven İki Sanatkar, Sevim Tan ve Necla Folay, *Radyo Haftası*, sy. 46, s. 32-35, 42.

Akın E. (1953, 1 Ağustos). Uzun Senelerden Sonra Hamiyet Yüceses’in Ankara Radyosundaki Konseri, *Radyonun Sesi*, sy. 23, s. 34-36.

Akın, E. (1953, 10 Ekim). Saime Sinan’la Neveser Kökdeş’i Ziyaret Ettik, *Radyonun Sesi*, sy. 33, s. 11-13.

Akın, E. (1953, 5 Eylül). Acaba kendilerinden şüphelerimi var?, *Radyonun Sesi*, sy. 28, s. 18-20.

Akın, E. (1953, 8 Ağustos). Her yer Karanlık Gazeli Hakkında Radife Erten’in Düşünceleri, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 18-19.

Aknesil, C. (1954, 17 Nisan). Şikayetler, Neveser Kökteş, *Radyonun Sesi*, sy. 60, s. 3.

Allan, K. (2020). *Çağdaş Sosyal ve Sosyolojik Teori*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Altındağ S., P. (1953, 17 Ekim). Sizinle Basbasa, Benden ne istiyorlar?, *Radyonun Sesi*, 17 Ekim 1953, sy. 34, s. 51.

Arslan, H. (2019). *Epistemik Cemaat*, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Ayas, G. (2015), *Müzik Sosyolojisi, Sorunlar, Yaklaşımlar, Tartışmalar*, İstanbul: Doğu Kitabevi.

Ayten, Ü. (1951, 20 Ekim). İstanbul Radyosunu Islah Yolunda Yürüyen Sanatkâr Mesut Cemil, *Radyo Haftası*, sy. 74, s. 16-18, 43.

Baran, A. G. (2019). Pratik, Kültür, Sermaye, Habitus ve Alan Teorileriyle Pierre Bourdieu Sosyolojisi, *Sosyolojide Yakın Dönem Gelişmeler*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Bardakçı, M. (2017). *Safiye*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Benderli V. (1953, 21 Ağustos). Perihan Sözeri Dedikodulara Cevap Veriyor, *Radyonun Sesi*, sy. 26, s. 12-13, 46.

Benderli V. (1953, 21 Ağustos). Şükran Özer'e Tavsiyeler, *Radyonun Sesi*, sy. 26, s. 21.

Benderli V. (1953, 8 Ağustos). İstanbul Radyosu Müdürü Mesut Cemil Bey'e Açık Mektup, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 2.

Benderli, V. (1953, 15 Ağustos). Perihan Sözeri İle Bir Konuşma, *Radyonun Sesi*, sy. 25, s. 49.

Benderli, V. (1953, 25 Temmuz). Refik Fersan diyor ki; Sanatkar Olmadıkları Halde Sanatkâr Sifatını Kullananlar Riyakardır!, *Radyonun Sesi*, sy. 22, s. 4-6.

Benderli, V. (1953, 29 Ağustos). Halk, Radife'den Soruyor: Manası Ne?, *Radyonun Sesi*, sy. 27, s. 15-16.

Benderli, V. (1953, 31 Ekim). İstanbul Radyosunun Son Aldığı Kararları Protesto Ediyoruz, *Radyonun Sesi*, sy. 36, s. 19, 31-32.

Bilgin, A. (1954, 27 Şubat). Sahneye Çıkmak İstemeyen Sanatkar Masume Ufuk'un Tercih Ettiği Şey, *Radyo Haftası*, sy. 197, s. 19-21.

Bourdieu P. & Wacquant L. (2016). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Bourdieu, P. (2020). *Sanatın Kuralları, Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Bourdieu, P. (2018). *Erişim Tahakkümü*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Çağlar, B. K. (1953, 7 Mart). Bir Radyo Hatırası, Gerçek Türk Musikisinin Hasretini Çekiyoruz, *Radyonun Sesi*, sy. 2, s. 7.

Çeşmi Siyah Çağlayanı Hamiyet Yüceses, (1950, 9 Aralık). *Radyo Magazin*, sy. 3, s. 10-13.

Deniz, K. (1950, 14 Ekim). Sesiyle Bütün Anadolu'yu Saran Neriman Altındağ ne çok Seviliyor?, *Radyo Haftası*, sy. 21, s.24-25.

Dikici, R. (2016). *Müzeyyen Senar Efsanesi*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Duydunuz mu? Bu ne perhiz bu ne lahana turşusu, (1953, 24 Ekim). *Radyonun Sesi*, sy. 35, s. 23.

Edip, A. (8 Ağustos 1953). Her Yer Karanlık Gazeli Hakkında Radife Erten'in Düşünceleri, *Radyonun Sesi*, sy. 24, s. 18-19.

Ekicigil, R. (1953, 14 Kasım). Radyonun Keşmekeşliği, *Radyonun Sesi*, sy. 38, s. 3.

Ekicigil, R. (1953, 24 Ekim). Hamiyet Yüceses Radyodan Çıkarıldı, *Radyonun Sesi*, sy. 35, s. 39.

Ekicigil, R. (1953, 7 Kasım). Artistlerin Kıskançlığı Onlar Birbirlerini Neden Çekemezler? *Radyonun Sesi*, sy. 37, s. 4-5.

Gökmen, L. (1953, 14 Kasım). Sayın Başvekil Adnan Menderesin Emriyle, H. Yüceses Radyoda Okuyacak, *Radyonun Sesi*, sy. 38, s. 45.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 11 Temmuz). *Radyonun Sesi*, sy. 20, s. 10.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 12 Eylül). *Radyonun Sesi*, sy. 29, s. 34.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 25 Temmuz). *Radyonun Sesi*, sy. 22, s. 34-35.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 26 Eylül). *Radyonun Sesi*, sy. 31, s. 8

Haftanın Dedikoduları, (1953, 27 Haziran). *Radyonun Sesi*, sy. 18, s. 9.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 3 Ekim). *Radyonun Sesi*, sy. 32, s. 9.

Haftanın Dedikoduları, (1953, 31 Ekim). *Radyonun Sesi*, sy. 36, s. 20

Haftanın Dedikoduları, (1953, 4 Temmuz). *Radyonun Sesi*, sy. 19, s. 22.

Haftanın Dedikoduları, Bedii Faik'in Radyodaki Vazifesine Son Verildi, (1953, 14 Kasım). *Radyonun Sesi*, sy. 38, s. 13.

Haftanın Dedikoduları, Hamiyet Ankara Radyosuna Davet Edildi, (1953, 19 Aralık). *Radyonun Sesi*, sy. 43, s. 38-39.

Haftanın Dedikoduları, Konservatuardan ayrılmadı, (1954, 10 Nisan). *Radyonun Sesi*, sy. 59, s. 20.

Haftanın Dedikoduları, Meğer Konservatuarın Vazifesi Ne Olmalıymış?, (1953, 24 Ekim) *Radyonun Sesi*, sy. 35, s. 28.

Haftanın Dedikoduları, Perihan'a cephe alanlar ayrılıyor mu?, (1953, 1 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 23 s. 8.

Hamiyet Yücesesi Tanır Mısınız?, (1954, 2 Ocak). *Radyonun Sesi*, sy. 45, s. 34-35.

Hançerlioğlu, H. (1950, 23 Aralık). Şuh Sanatkar, Esmâ Engin, *Radyo Magazin*, sy.5, s. 6- 8.

Hınçer, İ. (1953, 27 Haziran). Radife Erten Radyodaki Seanslarına Başlıyor, *Radyonun Sesi*, sy. 18, s. 4-5.

Hosan, B. (1952, 27 Aralık). Feriha Tunceli'yi Yakından Tanıyalım, *Radyo Haftası*, s. 7-10

Işık, S. (1950, 2 Aralık). Türk Musikisinin Estergon Kalesi Perihan Altındağ Bre Dilber Aman!, *Radyo Magazin*, sy. 2, s. 12-15.

Işık, T. S. (2023), Kemalist Modernleşmeden Muhafazakâr Modernleşmeye Bir, Paradigmalar Arası Geçiş Örneği: Klasik Türk Musikîsi ve Bir İcra Mekânı Olarak İstanbul Radyosunun İnşası, *Yegah Müzikoloji Dergisi*, sy. 1, s. 57-83

Kıyak, H. (2018). Mızrabı, Yayı ve Kalemle Mesud Cemil, İstanbul: Kubbealtı Neşriyatı.

Kozanoğlu, C. (1988). Radyo Hatıralarım, Ankara: TRT Müzik Dairesi Yayınları.

Kulağımıza Gelenler, (1950, 25 Kasım). *Radyo Haftası*, sy. 27, s. 18.

Kulağımıza Gelenler, (1952, 20 Eylül). *Radyo Haftası*, sy. 122, s. 15.

Kütükçü, T. (2012). *Radyoculuk Geleneği ve Türk Musikimiz*, İstanbul: Ötüken Yayıncılık. Münir, H. (1953, 25 Nisan). Parazit, *Radyonun Sesi*, sy. 9, s. 31.

Niçin geçinemediler?, (1953, 25 Temmuz). *Radyo Haftası*, İstanbul, sy. 166, s. 22-25

O’Connel, J. M. (2013). *Alaturka: Style in Turkish Music (1923-1938)*, Dorchester: Dorset Press.

Öğüt, N. & Eren R. (1951, 13 Ekim). Anadolu’yu Dağ Tepe Dolaşan Sanatkar Hacer Buluş Yakında Ana Oluyor, Müjde! *Radyo Haftası*, sy. 73, s. 23-25.

Özalp, M. N. (1984). *Türk Musikisinin Yakın Tarihçesi ve Ruşen Ferit Kam*, Ankara: Yorum Matbaası.

Öztürk, İ. (2016). Ankara’daki Müzikli Eğlence Yerlerinin Dünü ve Müzik Türlerindeki Değişim, <https://www.repertukul.com/Makaleler>, s. 1-11.

Perihan Sözeri İkazımız Üzerine Her Yer Karanlık Gazelini Okumaktan Vazgeçti, (1953, 1 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 23, s. 20-21.

Radife Erten “Her Yer karanlık” Gazelini Hala Okuyacak mı?, (1953, 1 Ağustos). *Radyonun Sesi*, sy. 23, s. 10.

Radyo Postası, (1951, 29 Eylül). *Radyo Haftası*, sy. 71, s. 36.

Radyodaki Curcuna ve Post Kavgası, (24 Ekim 1953). *Radyonun Sesi*, sy. 35, s. 38.

Sesiyle Kralları Dize Getiren İlahi Sanatkar Safiye Ayla, (1950, 30 Aralık). *Radyo Magazin*, sy. 6, s. 10-16.

Swartz, D. (2022). *Kültür ve İktidar*, Pierre Bourdieu’nun Sosyolojisi, İstanbul: İletişim Yayınevi.

Tepebaşı Gazinosunda Bir Gece Saime Sinan’ın Sazsız Okuduğu Şarkı, (1952, 27 Aralık). *Radyo Haftası*, s. 6, 38

Tükel Z. (1952, 31 Mayıs). Şen Kardeşlerle Tatlı Bir Konuşma, *Radyo Haftası*, sy. 106, s. 22-27

Tükel, Z. (1950, 30 Aralık). Mualla Gökçay’a Atatürk’ün Muzipliği, *Radyo Haftası*, sy. 32 s. 28-31, 44.

Tükel, Z. (1950,7 Ekim). Ankara Radyosunun Üç Sesinden Biri Berrin Erbay, *Radyo Haftası*, sy. 20, s. 5-8, 29, 42.

Tükel, Z. (1951, 19 Mayıs). Meşk Arasında Çok Tatlı Bir Konuşma, Nevzat Altınok Hocası Agapos’a Nasıl Sualler Sordu?, *Radyo Haftası*, sy. 53, s. 22-25.

Tükel, Z. (1951, 22 Eylül). İstanbul Radyosunda Çok Sevilen Bir Ses, Suzan Güven’e Neden Hep Genç Kızlar Aşık, *Radyo Haftası*, sy. 70, s. 26-29.

Tükel, Z. (1951, 26 Mayıs). Meşk Arasında Çok Tatlı Bir Konuşma, Nevzat Altınok Hocası Agapos’a Nasıl Sualler Sordu?”, *Radyo Haftası*, sy. 53, s. 11-15, 22-25.

Tükel, Z. (1951, 26 Mayıs). Zeki Müren ve Yeşil Gözlü Kız, *Radyo Haftası*, sy. 53, s. 11-15.

Tükel, Z. (1952, 19 Nisan). Bir Yıldız Böyle Doğdu, Sahne Arkası Entrikaları, *Radyo Haftası*, sy. 100, s.10-11.

Tükel, Z. (1952, 22 Kasım). Sabite Tur Gülerman Nasıl Plak Doldurdu?, *Radyo Haftası*, sy. 131, s. 24-26, 38.

Uzel, N. (2006). *Radyoda Bir Gün*, İstanbul: Pan Yayıncılık.

Yapar, S. (2014). *Modernleşme Projesinin Mekânı: Taksim Belediye Gazinosu (1939-1967)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Bilgi Üniversitesi SBE.

Yener, F. (1999) *Radyo ve Televizyon Günleri, Olaylar, İnsanlar, Anılar*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 82-104.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 09.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Arş. Gör. Özge DELEN

İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi

ozge.delen@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7443-773X

Doç. Dr. Ayhan DOĞAN

Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi

ayhandogan@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2317-4789

FISILTI DİPLOMASİSİ: ASMR DÜNYASINDA ULUSLARARASI BİR DİL OLARAK TÜRKÇE İMAJİ*

ÖZET

Otonom Duyusal Meridyen Tepkiler (ASMR) içerikli Youtube videoları, izleyenlerini/ kullanıcılarını tetikleyerek onların vücutlarında karıncalanma, sıcaklık, gıdıklanma, sakinleştirme gibi duyuşal fenomenler oluşturarak beyinsel rahatlama sağlamaktadır. Fısıltılı konuşma, tahta, çelik vb. malzemelerden çıkartılan sesler, tırnakların sert bir yüzeyde tıklanması, yavaş ve sessizce hareket edilmesi, gülüşmeler, fırça sesleri ya da mikrofona vurma gibi seslerin kullanılması olarak sıralanabilir. Asmr (Autonomous Sensory Meridian Response) videolarının gördüğü yoğun ilgi doğrultusunda dikkatleri üzerine çekmektedir. Yabancı içerik üreticilerinin Youtube’ da Asmr videolarını oluştururken Türkçe konseptli, Türkçe öğreten ve Türkçe kelimeleri kullanarak içerik ürettiği videolar görülmektedir. Türkçe kelimelere, Türkçe konuşmalara, ses, tını, fısıltılara yer vermelerindeki temel sebep Türkçenin fonetik yapısının Asmr konseptine uygunluğudur. Bu çalışma özelinde temel alınan Youtube Asmr videolarında kamuoyu diplomasisi politikasıyla yabancı kamular Türkçeden haberdar olmakta ve uluslararası çerçevede Türkçenin imajı gelişmektedir. Devletler, diplomatlar kendilerini diğer devletlere kabul ettirmek onların ilgi ve beğenisi kazanmak için dijital ortamlardan sosyal medyadan yararlanmaktadır. Böylece geleneksel

* Bu çalışma; Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı kapsamında gerçekleştirilen “Fısıltı Diplomasisi: ASMR Dünyasında Uluslararası Bir Dil Olarak Türkçe İmajı” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

kamuoyu diplomasisi yerine dijital kamuoyu diplomasisi benimsenmektedir. Bu platformdaki olumlu yorumlar yabancı kamuların Türkçe diline yakın hissetmeleri, Türkçeyi sevmeleri ve Asmr konseptinin gereği sakinleştiriciliği, yumuşak tınıları, sesleri sağlaması ve onlarda ortak duyguları çağrıştırmaya kaçınılmazdır. Türkçe imajının olumlu yönde gelişmesine yardımcı olan Asmr videoları maliyetsiz, evrensel olarak hemen hemen her kamuya hitap ettiği ve etkileşimi artırdığı için araştırmaya değer görülmüştür. Bu çalışmada, saha verilerinin toplanması ve işlenmesi için içerik analizi metodu kullanılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Asmr, Türkçe İmajı, Kamuoyu Diplomasisi, Youtube, Dijital Kamu Diplomasisi

WHISPER DIPLOMACY: THE IMAGE OF TURKISH AS AN INTERNATIONAL LANGUAGE IN THE WORLD OF ASMR

ABSTRACT

Youtube videos with Autonomous Sensory Meridian Responses (ASMR) trigger the viewers/users and provide cerebral relaxation by creating sensory phenomena such as tingling, warmth, tickling, calming in their bodies. Whispered speech, wood, steel, etc. The sounds made from the materials can be listed as clicking the nails on a hard surface, moving slowly and silently, laughing, brush sounds or using sounds such as hitting the microphone. Asmr (Autonomous Sensory Meridian Response) attracts attention in line with the intense interest in its videos. While creating Asmr videos of foreign content producers, videos with Turkish concepts, teaching Turkish and producing content using Turkish words are seen. The main reason why they include Turkish words, Turkish conversations, sounds, tones and whispers is the compatibility of the phonetic structure of Turkish with the Asmr concept. In Youtube Asmr videos, which are based on this study, foreign publics are aware of Turkish and the image of Turkish is developing in the international framework with the policy of public diplomacy. States, diplomats make use of digital media and social media in order to make themselves accepted by other states and to gain their attention and admiration. Thus, digital public diplomacy is adopted instead of traditional public diplomacy. Positive comments on this platform play a major role in foreign publics feeling close to Turkish language, liking Turkish language and providing calming, soft tones and voices as a requirement of the Asmr concept and evoking common feelings in them. Asmr videos, which help to lengthen the Turkish image in a positive way, are cost-effective, universally appealing to almost every public and they see the value they see because they increase interaction. In this study, content analysis method will be used to collect and process field data.

Keywords: Asmr, Turkish Image, Public Opinion Diplomacy, Youtube, Digital Public Diplomacy

GİRİŞ

Ulusların uluslararası ilişkilerinde varlıklarını, imajlarını, dillerini, kültürlerini korumayı ve evrensel olarak uluslara hitap etmeyi istemeleri kapsamında çeşitli etkinlikler ve yönelimlere başvurduğu bilinmektedir. Çalışma dahilinde Türkçenin imajının diğer uluslardaki izlenimi, bilinirliği ve kabulü hakkında Youtube'daki yabancı içerik üreticilerinin Türkçe konseptli Asmr (Autonomous Sensory Meridian Response) videolarındaki izleyicilerin/kullanıcıların yorumlarının, geri dönütlerinin baz alınması ile bir yol haritası çizilmiştir. Bu videolardaki olumlu geri dönütler ve dikkat çekici yorumlar Türkçenin imajını, bilinirliğini artırmakla

birlikte ulusların dikkatini çekerek dilimize karşı sempati duydukları bilinmektedir. Böylelikle çalışmaya değer bir konu olarak ele alınmıştır.

Kullanıcıların kendi içeriğini ürettiği yine aynı içeriği tüketerek eleştiren, yorumlayan bir imaj dahilinde yeni medya unsurlarından olan sosyal medya platformları günümüzün vazgeçilmezlerindedir. Yeni medyanın sunduğu sosyal ağlar vasıtasıyla çeşitli din, dil, ırk, sosyal yapıya mensup olan kullanıcıların ortak bir amaç veya istek doğrultusunda belirli bir içeriğe yöneldiği bilinmektedir. Bu tez çalışmasında, sosyal medya mecralarından biri olan Youtube’da Türkçe konseptli ASMR videolarında konuşan uluslararası kimlikli Youtuberların rahat bir şekilde uyku moduna geçmeye yardımcı olacak fısıltı, yumuşak hareket ve sesler, çeşitli malzemelerin kullanılması ile çıkarılan sesler ile yüksek etkileşim kazanan videolarının ve videolara yapılan yorumların çözümlenmesiyle birlikte bir imaj ölçümü çalışması yapılmıştır. Bu tez çalışmasının amacı, Türk ve uluslararası kimlikli Youtuberların Türkçe fısıltılı konuşma kategorisindeki ASMR içeriklerindeki uluslararası dil imajını ölçmek ve bu imajın bir kamu diplomasisi aracı olarak kullanımını teşvik edecek geniş çaplı uygulamalar için bilimsel zemin bilgisi oluşturmaktır. Türkçe’nin ASMR dünyasındaki yumuşak gücü, bu alanın bir halkla ilişkiler faaliyet alanı olarak daha yoğun kullanılması için fırsattır. Çünkü siyasal, kültürel ve tarihsel halkla ilişkiler faaliyetleri, ASMR içeriği olarak profesyonelce uyarlanabilirler. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Ele alınan 14 Asmr videosundaki yabancı kullanıcıların Türkçeye yönelik tepkilerini sergilediği yorumları değerlendirilmiştir.

Sosyal Medya ve Yeni Medya

Geleneksel medya, olayların çeşitli araçlar vasıtasıyla kitlelere haber olarak duyurulduğu ve bu yolla iletişim kurulan bir ortamı yaratmaktadır. Geleneksel medya araçları; televizyon, radyo, gazete ve dergileri içeren yazılı basından oluşmaktadır (Yücel, 2012: 2 akt. Şahinsoy, 2017: 55).

Günümüzdeki kitle iletişim araçlarının vasıtasıyla sağlanan iletişim, medya çatısı altında toplanmaktadır (Magnet, 2014: 41). Uğur’a göre (2002) medya olarak adlandırılan yapı iki süreçte toplanabilir. Birincisi, gazete, kitap, dergi, radyo ve televizyonun dahil olduğu geleneksel süreç iken ikincisi de yeni medya olarak tabir edilen “iletişim teknolojileri ve yeni enformasyon” sürecidir (Uğur, 2002: 94-95).

Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak kitlelere erişme onları etkileme, yönlendirme, enformasyondan haberdar etme bağlamında farklılıklar içermektedir. Geleneksel medya anlayışında bir merkezden diğer kitlelere gönderilen tek yönlü mesajlar yerine yeni medya teknolojilerinin sunduğu olanaklar dahilinde artık birçok merkezden birçok merkeze anlayışı özerklik kazanmıştır (Kırık, 2017: 234).

Teknolojinin; iletişime, yeni medyaya ve yeni medyanın unsurlarına sunduğu olanaklardan birisi de sosyal medya mecralarıdır. Bu sosyal medya mecraları teknolojinin temel ögesi olan internet vasıtasıyla kitlelere rahatlıkla erişmekte, oluşturulan mesajları onlara iletmekte yardımcı olmaktadır.

Sosyal medya kavramı medyanın sosyal ağlar üzerindeki yeri, yapısını, işlevlerini içermektedir. Boyd ve Ellison (2007) sosyal medyayı kişisel profil, kimlik ve iletişime geçtikleri diğer kullanıcıları tanımalarını, okumalarına, yazmalarına ve hem özel hem de gizli şekilde paylaşım yapmalarına olanak sağlayan internet tabanlı hizmetler olarak tanımlamıştır (Boyd&Ellison, 2007: 39)

Sosyal medya, bireylerin toplumsal gerçekliğin dışında kalan ilişkilerinin yarattığı gerçek üstü toplumsallığın yenisidir. Gerçek toplumsal bağlamda kimliğinden kopan bireylerin yaşadığı aidiyet problemi, sanal topluluklara olan bağlılığı arttırmaktadır (Elitaş & Keskin, 2014: 163). İnternette ve sosyal medyada kamusal alana katılarak özgür ifadelerini paylaştıklarını iddia eden bireylerin, ait olduğu gruplara verdikleri destek karşılığında o gruba ait olan insanların da desteğini kazandığı, kendilerini daha güçlü ve büyük bir grubun bir üyesi olarak görmeye başladıkları görülmektedir (Doğan & Topbaş, 2016: 136).

Günümüzdeki en popüler sosyal medya platformları; Youtube, Facebook, Twitter ve Instagram'dır³. Çalışma özelinde ise yaklaşık 1,9 milyar aktif üyesi olan Youtube özelinde Türkçe içerikli Asmr videoları değerlendirilecektir.

Youtube; kullanıcılarının kişisel telefon veya kameraları ile çektikleri videoları yükleme imkanı sunan, hem kullanıcı hem içerik üreticisi kimliğine büründüren bir sosyal medya platformudur. Kullanıcılar kendi istek ve beğenileri temelinde hoşnut kaldıkları kanallara abone olarak, izlemek ve haberdar olmak istediği video içeriklerini, video tarzlarını kendisi seçmektedir.

Jerslev (2016) Youtuberları, kişisel Youtube kanallarına düzenli olarak video yükleyen video blog yazarları olarak belirtmektedir (Jerslev, 2016: 17). Chen ise (2016) Youtuber fenomenlerinin, aynı zevkleri ve ilgi alanlarını paylaşan, çevrimiçi olarak tanışan ve videolar aracılığıyla parasosyal etkileşim kuran küresel dijital toplulukların oluşumuna iyi bir örnektir şeklinde tanımlamaktadır (Chen, 2016 akt. Yıldırım, 2020: 56).

Asmr, Yayıncılığı ve İzleyici Profili

Otonom Duyusal Meridyen Tepkisi (ASMR), fısıldama, dokunma, el hareketleri, kullanılan araç-gereç veya diğer unsurlar ile bir dizi görsel-işitsel tetikleyiciler vasıtasıyla başın tepesinde hissedilen karıncalanma, titreşim hissi deneyimleri olarak tanımlanabilir.

³ [www.ticimax.com /blog/en-populer-sosyal-medya-platformlari/](http://www.ticimax.com/blog/en-populer-sosyal-medya-platformlari/) Erişim tarihi: 02.12.2022

ASMR, yumuşak konuşma, fısıldama, hafif dokunuşlar, vuruşlar, oldukça yavaş el hareketleri ile yakınlaşarak kişisel ilgi ve dikkati üzerine çekme şeklinde, tetikleyicilerin yardımıyla izleyicileri/dinleyicileri etkileyerek sakin ve dingin bir ortam oluşturmaktadır. ASMR' nin temellerine inildiğinde aslında birçok insanın çocukluk dönemlerinden itibaren tanıdığı ancak tam olarak etkisinin ve var oluş biçiminin bilimsel bir dayanağa dayandırılmadığı bir his deneyimidir. Kişilerin bebeklik dönemlerinde kendilerine fısıldanan ninnilerle, sakin ve yatıştırıcı el hareketleri, dokunuşlarla birlikte uyuma eğilimlerinin arttığı bilinmektedir. Asmr'nin çoğunlukla stresli, sinirli veya duygusal olarak rahatsız hissettiğimiz anlarda geçici olarak rahatlama hissi sağladığına dair öneriler bulunmaktadır. Ayrıca Asmr'nin ne işe yaradığına dair çeşitli yönelimler bulunmaktadır. Bazıları duygusal anlamda bozuklukları gidermek için semptomları hafifletmek için kullanım alanlarına yönelirken diğerleri ise Asmr'nin kitleler üzerinde ikna etkisini sağladığını savunmaktadır. Bu bağlamda Asmr'nin etkileri veya kullanım alanlarına dair bilimsel temellendirme olmamasına rağmen çeşitli öneriler mevcuttur. Ancak durum her ne kadar böyle olsa da Youtubedaki Asmr içerikli videoların sayısının 5,2 milyon civarında olması Asmr kültürünün böylelikle göz ardı edilemeyeceğini ve önemli olduğunu göstermektedir¹⁴

E,Barratt& N,Davis (2015) 'e göre Reddit'te özel bir ASMR alt grubu dünyanın dört bir yanından 86.000 aboneye sahiptir ve video paylaşım sitesi Youtube'daki en popüler ASMR içerik oluşturucularından bazılarının, örneğin GentleWhispering'in 300.000'den fazla abonesi vardır(E,Barratt& N,Davis, 2015). Birkaç saygın uluslararası medya kuruluşu, bu olgunun gördüğü ilgiyi ve bilimsel açıklama eksikliğini bildirmektedir (Marsden, 2012 ; Tomchak, 2014 akt. E, Barratt & N, Davis, 2015).

Asmr tekniğinde kullanılan çeşitli argümanlar bulunmaktadır. Fısıldama, ağız sesleri, video içeriğine uygun olacak şekilde kullanılan materyallere tırnakları vurarak çıkarılan sesler, rahatlatıcı sesleri sağlayabilecek tüm ürünlere dokunarak yüksek kaliteli mikrofonlar ile kaydedilmiş sesleri içermektedir.

Copeland'a göre (2017) Asmr videoları izleyici/dinleyici üzerinde tatmin edici duyguları ortaya çıkardığı, kafa derisi ve omurgalarda karıncalanma ve ürpertilere neden olduğu, trans benzeri bir rahatlama hali sunduğunu ifade etmektedir (Copeland,2017: 65). Bu bağlamda Asmr videolarının duygusal olarak, sesler ve dokunuşlar vasıtasıyla izleyiciyi/dinleyiciyi etkilediği anlaşılmaktadır.

Karıncalanma hissini tanımlayan Jennifer Allen tarafından ASMR olarak kavramsallaştırılan ve hemen hemen herkesin sahiplendiği bir kavramdır. ASMR teriminin kelime açılımları şu şekildedir;

⁴ www.thinkwithgoogle.com / Youtubedaki-en-buyuk-trend-muhtemelen-hic-duymadiginiz-asmr-videolari. Erişim tarihi: 05.12.2022

- Autonomous (özerk): Bireyin üzerinde hiçbir kontrolünün olmadığı davranışları ifade eder.
- Sensory (duyusal): Beyne bilgi taşıyan bir sinir türüdür.
- Meridian (meridyen): Çin tıbbında kullanılan, yaşam enerjisi anlamına gelen ve geçen bir çakradır insan vücudunun merkezinden geçer.
- Response (yanıt): Vücudun belirli uyaranlara ve düşüncelere verdiği yanıt olarak tanımlanır (Young ve Blansert, 2015: 5 akt. Bayraktar, 2022: 108).

Hostler ise (2018) Asmr terimini beyin orgazmı olarak tanımlamaktadır (Hostler,2018: 32). Asmr videolarını mahremiyeti ve yakınlık hislerini uyardığını ve Asmrtist'lerin içeriklerinde çoğunlukla seksi tavırlar sergilediğine değinmektedir. Ancak seks dürtüsünden uzak kişide duygusal olarak rahatlama ve kaygı giderme üzerine kurulduğuna da değinmektedir.

Dinleyici kitlesinin akıl sağlığına, ruhunu sakinleştirme yetisine, uyku problemlerini çözmesine yardımcı olan Asmr video konsepti kullanıcıları için oldukça önemlidir. Dijital yayıncılık ortamında kitlelerle buluşan, insanlarda Asmr hissini oluşmasını sağlayan Asmr içerik üreticilerine Asmrtist denilmektedir. İçerik üreticileri, izleyici kitlesinin isteklerinden haberdar olup buna yönelik içerikler oluşturarak hitap ettiği kitlelerce kabul görmektedir. Asmrtistler ve izleyiciler aralarındaki bağ, ilişkiler bütünü izleyicilerin yorumları, dönütleri, beğenileri vasıtasıyla yapılmaktadır. Genel itibari ile Asmr yayıncılığı kendi konsepti doğrultusunda içerik üreticileri tarafından izleyicilerle sohbet edasında, yakın ilişkiler geliştirerek sakinleştirici, teskin edici, uyku düzenleyici ve çevrimiçi ninni etkisiyle yol almaktadır. Uyku öncesi, uykuya hazırlanış ve beyinsel olarak rahatlatmayı amaçlayan bir yayıncılık anlayışı söz konusudur.

Asmr kavramı yakın zamanlarda yaklaşık 2009-2010 yıllarında kamuoyunun dikkatine sunuldu. Günümüzde oldukça popüler olan bu kavram Jennifer Allen tarafından ortaya atılmakla birlikte bilimsel olarak henüz temellendirilememiştir. Otonom Duyusal Meridyen Tepkisi olarak adlandırılan bu terim birden fazla duygu karmaşasını içermektedir. Asmr'ye yönelik tanımlamalara ve ifadelere zaman içerisinde gazete, dergi, elektronik yayınlarda vs. yer vermeye başlanmıştır. Medyada bu terime olan ilgi, farkındalık artarak kitleler tarafından kabul görmüş ve birbirinden farklı sosyo-kültürel yapıya sahip toplumları bir araya getirmeyi başarmıştır. Literatürde bu alana ait oldukça az çalışmaya rastlanmaktadır. Buna ithafen Asmr kavramının bilimselliğe dayanmayışına ve alanındaki yetersiz çalışma sayısına paralel olmayarak kamuoyunun Asmr'ye olan yönelimi, izleme oranları ve takip etme sıklıkları oldukça yüksektir.⁵

⁵ <https://tr.wikipedia.org/wiki/ASMR> Erişim Tarihi: 04.12.2022

Asmr ve izleyiciler arasında mahremiyet alanının oluştuğu, yakınlık hissini ve samimiyetin aşılandığı bir ortamı kapsamaktadır. Otonom duyuşal meridyen tepki, yani Asmr izleyicileri/ dinleyicileri tarafından belirli bir istek ve beklenti karşılığında tercih edilmektedir. Hem izleyiciler hem de Asmr sanatçıları, yani Asmrtistler karşılıklı olarak belirli bir amaç doğrultusunda birbirleriyle sosyal medya mecralarından biri olan Youtube' da buluşmaktadırlar. Böylelikle izleyiciler/dinleyiciler beyinsel, ruhsal olarak rahatlamak, uyku düzenlerini geliştirmek veya rahatlıkla uykuya geçmek için bu video konseptini tercih etmektedirler. İzleyiciler, gençler ve orta yaş gruplarının çoğunlukta olduğu bir kitleyi oluşturmaktadır. Genellikle bir yaş kısıtlaması olmamasına karşın, 18-40 yaşları arasındaki izleyiciler/dinleyiciler tarafından daha fazla rağbet görmektedir (Aytekin, 2019: 25)

Kitle iletişimi, izler kitleye ses, yazı ve görsellerin dağıtılmasında medyadan yararlanılan bir iletişim biçimi olarak ifade edilmektedir (Dijk, 2006: 51). Bu bağlamda medyanın kitlelere erişirken televizyon, dergi, kitap, radyo, gazete ve benzeri iletişim araçlarını kullandıklarını ve onlarda ne denli etkili olduklarını kitle iletişiminde etki araştırmaları sarmalamaktadır. Güçlü etkiler döneminde kitlelerin medya aracılığıyla gönderilen tüm mesajlara maruz kaldığı, onlara doğrudan etki ederek fikirlerini ve eylemlerinin şekillendirdiği iddia edilirken, sınırlı etkiler döneminde ise kitleler üzerinde bahsedildiği kadar yoğun ve net bir etki olmadığını bilakis kendi istedikleri mesajı seçip istediklerini seçmedikleri bir bilinç düzeyinin olduğu savunulmaktadır. Kitleler bu yaklaşım temelinde kendi isteklerini, çıkarlarını, yararlarını gözetererek gönderilen mesajlarda seçici davranmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının gün yüzüne çıktığı dönemlerde medyaya yönelik bambaşka bir paradigma söz konusudur. Bu yaklaşım kitle iletişim etki kuramlarında, pasif izleyici yaklaşımına karşıt olarak geliştirilmiştir. İzleyiciler 'Güçlü etkiler dönemi' olarak tanımlanan bu dönemde medya içeriklerinin izleyicilerini adeta sihirli bir mermi gibi etkilediği şeklinde bir görüş hakimdir. Bu dönemdeki paradigmanın tersine kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında artık izleyici/ dinleyici videoları, mesajları kendi istekleri ve hedefleri doğrultusunda doyumlarını gözetererek tüketmektedir. Aktif izleyici/dinleyici profiline sahip olan kamular artık medyayı nasıl isterlerse, amaçlarına hizmet edecek şekilde kullanırlar.

Bireylerin medyayı hangi amaçla kullandığı ya da belli başlı medya içeriklerini hangi motivasyonlarla tercih ettikleri gibi sorulara cevap arayan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bir diğer yandan medyayı nasıl kullandığımızı ve nihayetinde medyadan nasıl etkilendiğimizi anlamamızda bize yardımcı olmaktadır (Krcmar ve Strizhakova, 2009: 43). Böylelikle medyanın etkilerinden ziyade medyanın işlevlerine yönelme söz konusudur. Bu medya işlevlerinin kitleler ile olan bağlantısı temelinde geliştirilen fikirler, kitlelerin kendi çıkarlarını ilgi alanlarını gözetererek ancak istedikleri mesajları kabul ettikleri şeklindedir.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı 1960'lı yıllarda Katz'ın medyanın güçlü etkiler dönemine yönelik, medya izleyicilere ne yapıyor sorusu yerini izleyiciler medya ile ne yapıyor

yaklaşımına bırakmıştır (Katz,1959 akt. Çerçi, 2021: 25). Yani bu paradigmada izleyici/dinleyici etkin konumda olarak, maruz kaldıkları veya karşılaştıkları mesajlara, içeriklere karşı pasif değil aktif olarak yol almaktadır. Diğer yandan Katz medyanın ihtiyaçları doyumlamak için diğer kaynaklarla rekabet içinde olduğuna dikkat çekerek, kamuların medyadan aradığı doyumların bilgilenme ihtiyacından eğlenceye doğru kaymakta olduğunu savunmaktadır (Katz,1973: 26) Çalışma bağlamında düşünüldüğünde izleyiciler /dinleyiciler Asmr videolarını tercih ederken bu konseptin kendilerine sunduğu faydaları, doyumlarını, ihtiyaçlarını düşünmektedir. İzleyici/ dinleyici uykusuzluk ile baş etmek, stresten arınmak, ruhsal olarak rahata ermek gibi ihtiyaç ve doyumları doğrultusunda bu Asmr videolarını izlemeyi tercih etmektedir.

Kullanım ve doyumlar yaklaşımına göre izleyiciler Asmr videolarını kendi doyum arayışları doğrultusunda izlemektedirler. Doyumun söz konusu olduğu, buna ithafen kullanımın gerçekleştiği, medya ve izleyici/dinleyici ilişkisi yeni bir boyut kazandırmıştır. Genellikle hazzal doyumların ön planda olduğu ve duygu temelli bir yapının olduğu bilinmektedir.

Asmr videoları izleyicisinin üzerinde sakinleştirici, yatıştırıcı, ruhsal olarak dinginleştirici, uyku problemlerine çözüm bulucu yönleri ile onları doyumada anlamlı bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda izleyiciler/dinleyiciler duysal ve ruhsal bir doyum gayesi ile bu videoları tercih etmektedirler. Videolar sayesinde kamuların içlerindeki doydurdukları çeşitli duyguları bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak sakinleşmek, ruhsal olarak rahatlamak, dinlenmek, uyku telkinleme vs. verilebilir.

Youtubeda Asmr videoları milyonları aşarak yüklenmeye ve bir o kadar da izlenmeye devam eden bir video biçimidir. Beyinde farklı dalgalanmalar ile adeta uyuşukluk etkisi oluşturarak kişilerde uyku problemlerine çare bulmaya, stresi siniri en aza indirmeye, beyinsel ve ruhsal olarak rahatlatmaya yaramaktadır. Youtubeda yaklaşık 5,2 milyon civarında ve dünyanın her yerinden büyük ilgi ve sıkı takip ile izlenen Asmr videoları bulunmaktadır. Youtube mecrasında Türkçe ve yabancı Asmr kanallarının fazla olduğu, takipçilerinin ve sevenlerinin sayısının kayda değer olduğu bilinmektedir. Asmr konseptine yönelik yoğun ilgi izlenme oranları, beğeni sayıları, yapılan yorumlar kapsamında net bir şekilde anlaşılmaktadır.²⁶ Çalışma dahilinde ele alınan videolar Youtubeda en çok izlenme sayısına sahip Türkçe konsept ile oluşturulan Asmr videolarıdır. Asmr videoları hedef kitlelerine hızlı ve kolay şekilde en çok Youtube mecrasında ulaşmaktadır. En popüler video izleme ve paylaşım sitesi olan Youtube, Asmr konseptini de içinde barındırmakta ve hedef kitleleriyle buluşmasında aracı olmaktadır.

Çalışmada ele alınan toplam 7 video, Youtubede en çok izlenme ve etkileşimi yakalayan videolardır. Youtubedaki bu ele alınan Asmr videolarında; Türkçe içerikli, Türkçe ifade ve seslerin olduğu videolarda kullanıcıların olumlu yorumları ve Türkçeyi öğrenmeye yönelik

⁶ www.bilimma.com/ Asmr Videoları Nasıl Etki Ediyor Erişim tarihi: 05.12.2022

istekli, meraklı oluşları yapılan yorumlarda görülmektedir. Bu yorumlarda teşvik edici ve herkes tarafından takdir edilen ve sevilen Türkçe imajı izleyicilerde/dinleyicilerde etki oranını daha da artırarak dikkatleri üzerine çekmektedir. Çoğunluğun bu video konseptine (Türkçe Asmr) olumlu yönelmesi ve Türkçeyi öğrenme isteği, ulusal çapta Türkçe bilinirliğini, saygınlığını artırmıştır. Türkçenin uluslararası çapta kabul gören, sevilen ve genellikle olumlu imaj faaliyetlerine katkıda bulunan Asmr videoları çalışmaya değer görülmüş ve Türkçe için bugüne kadar yapılan diğer faaliyetlerin aksine bu konseptin daha hızlı ve daha etkili olduğu kabul görmüştür.

Türkçenin uluslararası bilinirliğinin artmasıyla dilimizi yabancılara öğretip onlarda Türkçeye karşı sempati oluşturma konusu büyük ivme kazanmıştır. Türkçenin evrensel bir dil olmasına, yabancılar tarafından kabul görmesine yönelik çeşitli faaliyetler sürdürülmektedir. Bu faaliyetler doğrultusunda Türkçe, tüm kamulara hitap edecek şekilde belirli mesajlar ve içerikler doğrultusunda hazırlanmaktadır.

Türkçe öğretimi ülke sınırları içerisinde eğitim kurumlarının, üniversitelerin veya farklı kurumların yabancılara Türkçe öğretim merkezlerinde çeşitli desteklerde bulunduğu örnek verilebilir. Yurt içerisinde olduğu kadar keza yurtdışında da üstlenen sorumluluklar bulunmaktadır. Türk Kültür Merkezleri, yükseköğretim merkezlerine bağlı Türk Dili ve Edebiyatı bölümleri, Türkçe öğretim merkezleri, Türkçe geleneksel günleri vs. şeklinde sıralanabilir.

Günümüz teknolojisinin küreselleştirdiği dünya yapısında artık yapılan her eylemin uygulanış biçimi, olayların sergilenme durumu alışlagelmiş yapısının dışına çıkarak yeni bir boyut kazanmıştır. Türkçe de bu durumdaki nasibini elbette almıştır. Artık büyük meblağlara gerek duyulmadan, kurumlarda yapılan faaliyetlerinin kullanımının azalmasına ek olarak sosyal medya mecraları bu görevi üstlenmiştir. Bu mecralardan biri de Youtube'dur.

Asmr videolarının temel alındığı bu çalışma kapsamında, Türkçe imajının yabancı kamulara nasıl etki ettiğini onlarda dilimize karşı oluşan sempati ve öğrenme isteği gözler önüne serilmektedir. Baz alınan Asmr videolarındaki yabancı içerik üreticilerinin, Türkçe kelimeler, Türkçe fısıltılar ve tüm Türkçe materyallerin kullanılmasıyla yabancı kamuların dikkatini çekmekte ve onlarda Türkçe öğrenme isteği uyandırmaktadır. Yabancı kamular Türkçenin fonetik yapısının, naif ifadelerinin, ses ve tınılarının yumuşaklığına karşı koyamamakta ve dilimizi merak etmektedirler. Tüm bu olanaklar yeni medya teknolojilerinin sunduğu fırsatların sonucudur. Türkçe gelişen bilinirliği artmakta olan, yabancılar tarafından beğenilen bir dil haline gelerek imajı gün gittikçe yükselen bir dil haline gelmektedir. Neticede tüm bu imaj şekillenmesi aynı amaç ve beğeniler çerçevesinde, ruhsal dinlenme, deşarj olma ve stres atma uğruna bir araya gelen kamular vasıtasıyla anlam bulmaktadır.

Youtubeda Türkçe içerikli/Türkçe konseptli ve Türkçenin imajına destek sağlayacak ve onu geliştirecek sayısız video bulunmaktadır. Bu platformun haricindeki Türkçe konseptli diğer

videolar, internet ortamında var olmaktadır. Sosyal medya mecralarında da varlığını sürdüren videolar istenilen zaman ve mekanda erişime açıktır. Youtubedaki Türkçenin gelişim sürecine destek veren tüm videoların izlenme sayısı ve etkileşimi oldukça yüksektir. Mevzu bahis videoların yarısını Asmr videoları oluşturmaktadır. Bu Asmr videoları tercih edilen ve hedef kitesince değer gören türdendir.

Her geçen gün Asmr videolarına artan ilgi alaka ve farkındalık oranı, kitleleri bir araya getirmekte ve ortak bir amaçta buluşturmada oldukça başarılıdır. Günümüzde çevrimiçi video paylaşımı ve sosyal medya platformlarından olan Youtube her alandan video içeriklerini barındırdığı gibi Asmr alanındaki videoları da barındırmaktadır. Günlük aktif kullanıcısınının 30 milyona eriştiği bilinen bu mecranın etkileşim oranları oldukça fazladır.⁷ Genellikle uyumak ve rahatlamak için izlenen/dinlenen Asmr videoları bu çalışma bağlamında yabancı Youtuberların "Türkçe konuşuyorum, Türkçe öğretiyorum, Türkçe fısıltılar" gibi başlıklar altındaki Türkçe içerikleri ele alınmaktadır.

Youtuberlar etkileşim oranlarını artırmak, ses getirmek, kamuoyu tarafından kabul görmek ve desteklenmek amacıyla diğer video içeriklerinde olduğu gibi Asmr videolarında da bu durumu gözetmekte ve Asmr kavramının gerektirdiği gibi çeşitli nesnelere vasıtasıyla ses çıkarabilecek her şeyi baz alarak, ağız nefes sesleri, dokunuşlar, fısıldamalar, yumuşak konuşma, oldukça yavaş el hareketleriyle bu işlemi tamamlamaktadırlar. Böylelikle hazırlanan video amacına ulaşmış olup, izleyici/dinleyici üzerinde etki oluşturabilmektedir. Asmr bahsedildiği gibi yumuşak sesleri, kulağa naif gelen, incitici olmayan sesleri içermektedir. Türkçe gerek fonetiği gerekse dil yapısı gereği yumuşak sesleri içermektedir.

Kamu diplomasisi kavramını irdelerken ilişki inşa etme gücüne, hükümetlerin iletişim politikası olma boyutuna, kültürel diyalogun kapısını aralama becerisine, ülkelerin imajlarını şekillendirme potansiyeline, algılamaları yönetebilme sanatına ve doğru bilgiyi yayma gücüne de atıf yapmak gereklidir (Demir, 2012, 12 akt. Özkan, 2015: 42). Böylelikle kamuoyu diplomasisini etkili kullanan devletler kendilerini uluslararası anlamda oldukça etkin ve dengeli ifade edebilmektedirler. Türkçenin imajı Youtube Asmr videoları özelinde değerlendirildiğinde geniş bir yabancı kamuya hitap etmekte ve imajına, bilinirliğine yönelik etkin bir yönelimi sağlamaktadır. Türkçenin evrensel bir dil olabileceği, dünya genelinde kabul görmüş ve bilinir hale gelmiş bir imaja sahip olabileceği olasılığı bu videolar sayesinde daha da artmıştır. Yüksek bütçeler ayrılmadan, üzerinde düşünülmüş herhangi bir stratejiyi barındırmadan, yalnızca kulağa güzel gelen ve izleyicisini/dinleyicisini rahatlatan Asmr videoları bağlamında Türkçenin bilinirliği, kabulü ve uluslararası etkileşimi mümkün olabilmektedir.

Youtube'daki Asmr videolarında Türkçenin imajına yönelik videonun içeriğini oluşturan Türkçe temelli unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar kendi aralarında çeşitlenmektedir. Türkçe kelimeler, Türkçe alfabe, Türkçe şarkılar, Türkçe sesler şeklinde

⁷ www.famecop.com Bir Blogumuzda Best Asmr Twitch Flamalar/ Erişim tarihi:05.11.2022

sıralanabilir. Türkçenin imajı bu video konseptlerinde oldukça sağlamdır ve yabancı kamular tarafından takdir gören, sempati duyulan bir yapı söz konusudur.

Dinleyen/ izleyen yabancı kamuların Türkçeyi naif bulduğu ve fonetik yapısı, telaffuz biçiminden mütevellit dilimizi çok beğendiklerini dile getirmektedirler. Türkçeden etkilenmekle kalmayıp dilimizi öğrenmek ve dil becerilerini geliştirmek için çaba verdiklerini ifade etmektedirler. Türkçenin Asmr videolarının gerekliliklerini karşılıyor olması, yumuşak ve gırtlaktan çıkarılmayan sesleri içermesi bu alandaki yükselişine sebebiyet vermiştir.

Tablo1.

Türkçe içerikle oluşturulan popüler Asmr videoları

Youtube' da Asmr ile ilgili Türkçe içeriklerle oluşturulan yabancı popüler videolar. Sayılar 30 Kasım 2022 itibarıyla doğrudur.

Video İsmi	Video URL'si	Video Görüntüleme
1)Asmr trying to speak Turkish close up whispers	https://www.youtube.com/watch?v=GoRsR9wUTA4&t=15s	420.947
2)My First Asmr video in Turkish	https://www.youtube.com/watch?v=fkoAEJzLofE	616.372
3)Turkish. whispers and face touching..	https://www.youtube.com/watch?v=KkWo4OMDgLw	346.676
4)Asmr, Teaching you Turkish	https://www.youtube.com/watch?v=BiNa3cu49fU&t=366s	186.101
5)Asmr, Turkish trigger words	https://www.youtube.com/watch?v=OkVKZzN_Cc&t=4s	174.677
6)Asmr, speaking only Turkish	https://www.youtube.com/watch?v=vHzeP0e6D5o&t=10s	173.276
7)Asmr, welcome to Turkish class	https://www.youtube.com/watch?v=oSi7ICPGzns	141.045

Tablo 1. de temel alınan videoların hepsi Türkçe öğreniyorum, Türkçe kelimeler, Türkçe fısıltılar vb. şeklinde içeriğe sahiptir. İçerikler Türkçeyi kamularla buluşturup belki de o güne değin Türkçeye dair hiçbir fikri olmayan kamulara Türkçeyi öğretip, Türkçe telaffuzla etkili bir Asmr videosu çekmeyi hedeflemektedir. Asmr videolarının gerektirdiği fısıltılı konuşmalar, yumuşak sesler ve fonetiğin uygunluğu kriterlerine Türkçe uygun bulunmaktadır. Youtube ‘da oldukça yüksek bir video sayısına sahip Asmr videoları bu bağlamda Türkçe kelime, ses, içeriklere yönelmekte ve her Youtuber bir diğer rakip içerik üreticisinden daha iyi olabilmek, daha çok izlenmek amacıyla Türkçeyi tercih etmektedir. İçerik üreticilerinin Asmr videolarına mevcut durum analizi yaptığı durumda kamuoyunun Türkçeye yönelik sarf ettiği olumlu dönütler, Türkçeyi benimseme ve beğenme oranları, içerik üreticilerini de Türkçe içeriklere yönlendirmektedir. Türkçe içerikli bu videolar keyifli olmakla birlikte kamularda Asmrnin rahatlatma etkisi, stres ve kaygıyı gidermesi, yumuşak sesler ile amaçlarına erişirmesi kaçınılmazdır.

Dijital Kamu Diplomasisi

Kamu diplomasisi 60’lı yılların ortalarında ortaya çıkması ile birlikte gittikçe yaygınlaşan ve bilinirliği artan bir kavram haline gelmiştir. Kavram günümüz uluslararası ilişkilerinde, ulusların kendi çıkarlarını gözettiği, ötekiler üzerinde kendi politik ve ideolojik fikirleri ile onları etkilemeye, yönlendirmeye çalıştığı bir süreci kapsamaktadır. Devletler kendi yetkinliklerini artırmak amacıyla uluslararası sistemler içerisinde çeşitli iletişim faaliyetlerini kullanmaktadırlar. Kamu diplomasisi kavramı da bu faaliyetlerden biridir. Hükümetler, siyasi güçler ulusal olarak hedeflerindeki amaçlarına, çıkarlarına erişebilmek için kasıtlı olarak hazırlanmış oldukları mesajlarını yayarak yabancı bir kamuoyu oluşturmaktadır. Kamu diplomasisi kavramının yüksek etkisi, göz ardı edilemeyecek seviyede oluşu hükümetler tarafından zamanla daha net fark edilmiştir. Bu farkındalık durumu dış politikaların elzem bir unsuru haline gelmiştir (Yağmurlu, 2007: 10).

Giddens’in (2004) ifade ettiği şekilde küreselleşme süreci uzak yerleşimleri birbirine bağladı, yerel oluşumları çok uzaklardaki olaylarla biçimlendirdi ve dünya çapındaki toplumsal ilişkileri ise yoğunlaştırdığını ifade etmektedir (Giddens,2004 akt. Özkan, 2015: 57). Böylelikle günümüz teknoloji çağında enformasyonun yoğun ve erişilebilir oluşu, verilere erişilme kolaylığı gibi avantajları sayesinde kamuoyu diğer alanlara olduğu gibi uluslararası ilişkilerin akıbetine de daha yakından şahit olmaktadır böylelikle toplumsal ilişkiler yoğunlaşarak belirginleşmiştir.

Nye (2005: 15) tarafından geliştirilen yumuşak güç kavramı, “askeri güç tehdidi ya da ekonomik yaptırımları kullanarak diğerlerini değiştirmeye zorlamak değil, dünya siyasetinde gündemi oluşturmak ve onları kendine çekmek” şeklinde açıklanmaktadır. Nye, uluslararası ilişkilerde geleneksel olarak belirleyici olan askeri ve ekonomik güçlere, yani sert güçlere alternatif olarak sunduğu yumuşak gücü, zor kullanma yerine ikna ile başkalarının tercihlerini

şekillendirme becerisine dayandırmaktadır. Bunun için de “ortak değerlere çekme ve bu değerlere ulaşmaya katkıda bulunmanın doğruluğu ve sorumluluğu” şeklinde idealize ettiği iş birliği araçlarını önermektedir (Nye, 2005: 16). Böylece yumuşak gücü askeri güç, ekonomik güç vs. gibi diğer güçlerden (sert güçlerden) ayıran davranışlar ve temel araçlar şeklinde kategoriler bulunmaktadır. Bu kategorilerdeki davranış biçimleri kullanılan temel araçlar olayı tamamen yumuşak güçten ayırılmaktadır. Askeri güç zorlama, caydırma, koruma gibi davranışlar ve tehdit, kuvvet, zorluk gibi temel araçları içermektedir. Bir diğer yandan ekonomik güç teşvik, zorlamaya benzer davranışları barındırarak yine para verme, yatırım, sirkülasyon gibi temel araçlarla ile sınırlarını çizmektedir. Tüm bunların aksine kamuoyu diplomasisi (yumuşak güç) hayranlık uyandırma, gündem yaratıp ona yön verme, kamuları etkileme davranışlarını sergileyerek değerler, kültür, politikalar, ortak amaç, birliktelik gibi temel araçları kullanmaktadır.

Bir ülkenin tarihsel birikimi, gelecek vizyonu, manevi medeniyetin değerleri, kültür, sanat, bilim, eğitim gibi faktörleri ile yumuşak güç araçlarını etkili kullanabilirse, kamu diplomasisini tam anlamıyla kullanabilirse başarı kaçınılmaz olacaktır. Yumuşak güç kavramı böylelikle devlete çeşitli faydalar fırsat ve imkanlar sunmaktadır. Türkiye'nin çok önemli bir kamu diplomasisi potansiyeli olduğu oldukça açıktır. Ülkemizin uluslararası anlamda cazibe merkezi haline gelmesi, stratejik hedeflerine erişebilmesi adına kamuoyu diplomasisi kıymetli fırsatlar sunmaktadır. Bu bağlamda kendisini küresel çapta ifade edebilecek, kamuoyuna rahatlıkla erişip onları bilgilendirebilecektir. Çalışma özelinde de bugüne kadar ulusal anlamda Türkçe'nin imajına yönelik çeşitli faaliyetlerin yapıldığı, yabancı dizi-sinema sektöründen yaralanarak Türk dizilerin büyük meblağlara yayınlatıldığı keza Türkçenin bilinirliği ve Türkçeye yönelik olumlu bakış açısı sağlamak adına sempozyumlar, bilimsel çalışmalar vb. söz konusu olduğu bilinmektedir (Kömür, 2020: 90). Ancak bu çalışmada bilinenin aksine Türk diline yönelik imaj faaliyetlerinde bambaşka bir yola başvurulmaktadır. Sosyal medya mecralarından biri olan Youtube üzerinde ortalama 5,2 milyon civarındaki Asmr videoları özelinde yabancı uyruklu youtuberların/ içerik üreticilerinin Türkçeye olan ilgi, alaka ve yönelimlerdeki artış oldukça dikkat çekmektedir. Türkiye'nin Türkçe'nin imajı, saygınlığı uluslararası anlamda ivme kazanarak yabancı kamular tarafından kabul görmüştür. Bu kabulleniş Asmr'nin yapısı gereği yumuşak fonetiği, gırtlak seslerinin olmayışı, telaffuzdaki naifliği gibi temel sebeplerden kaynaklanmaktadır. Çalışmada baz alınan youtube videolarındaki yorumlarda yabancı kamuoyunun Türkçe yönelik düşüncelerini belirtirken ki olumlu, yapıcı ve öğrenmeye yönelik çaba veren bir kitle profiline rastlanmaktadır. Kamular Asmr videolarını rahatlamak, uyku düzenini dengelemek, zihinsel anlamda dingin hale erişmek, stres ve kaygıdan arınmak amacıyla izlerken Türkçeye karşı olan ilgileri ve öğrenme istekleri artış göstermektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve yaygın kullanımı, küreselleşen dünyada pek çok değişime yol açtığı gibi devletlerin diplomasi pratiklerinde de değişikliklere sebebiyet vermiştir. Geleneksel diplomasi, dijital diplomasisi anlayışından daha farklı bir süreci temsil

etmektedir. Dijital diplomasi çift yönlü iletişimi benimseyen, etkileşime dayalı ve diyaloglara açık bir süreci kapsamaktadır. Gelişen bu yeni anlayış biçemi geleneksel diplomasi anlayışından sıyrılıp sosyal medya ağlarını, kanallarını kullanarak sürecin ilerleyişine destek olmaktadır. Dijital diplomaside bu ağlar işleyişin temel aktörlerini oluşturmaktadır.

Özdemir (2020) gelişen teknolojilerle beraber dijital diplomasi anlayışının ön plana çıktığını ve yeni iletişim teknolojilerinden faydalanılarak diplomatik girişimlerde bulunulduğunu ifade etmektedir. Hedef kitlelere yönelik yapılan kampanya, strateji ve yöntemler sosyal ağlar üzerinden gerçekleştirilmekte, herhangi bir konuda devletlerin aleyhinde gerçekleşecek olumsuz durumlar karşısında anlık bilgilendirme yapılabildiğini belirtmektedir (Özdemir, 2020: 17). Böylelikle dijital diplomasi hayata geçtiği sosyal medya platformlarında kampanyalarda, faaliyetlerde ya da stratejilerde oluşabilecek olumsuz herhangi bir durumda anlık düzenlemeler, telafi edebilme, konuya ilişkin bilgi aktarımı yapılabilir ve geri dönüt alınabilir.

Dijital diplomasi hem devletlerarası ilişkilerde hem de bir devlet ve yabancı bir kamuoyu arasındaki ilişkilerde kullanılacak dijital iletişim teknikleri olarak tanımlanabilir. Dijital kamu diplomasi kullanımı 2000'li yılların ardından hızla hayatımıza girmiştir. Bu durumu geliştiren ve ivme kazandıran sosyal medya mecralarının payı büyüktür. Sosyal medya kişiler arasındaki mesafe, zaman, olay fark etmeksizin global dünyanın getirdikleri doğrultusunda sonuçlara yol açmıştır.

Enformasyon kitleler arasında hızlı, sürekli değişen ve gelişen, dünyanın her köşesine erişen biçimiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Sosyal medya ile etkileşim artmıştır. Bu platformlar sayesinde hem yabancı kamuoyunu ikna etmeye hem de onlardan önemli dataların toplanmasına destek olmaktadır. Bu durumlardan ötürü dış politikada kamuoyu diplomasi önem kazanan bir kavram olmuştur.

Gürdal (2021) dijital kamu diplomasisini etkileşim odaklı yabancı kamuoyunu anlama, onların isteklerini, beklentilerini doğrudan kendilerinden dinleme fırsatı sunan bu dijital platformlar diğer yandan bu toplumlar hakkında önemli veriler sunmaktadır şeklinde tanımlamaktadır (Gürdal,2021:418).

Enformasyonun zaman sınırlılığından etkilenmeden her yere hızlı bir şekilde erişmesi ve bu sayede anlık sosyal ilişkiler oluşturarak etkileşimin boyutu sosyal medya ile küreselleşmiştir. İletişim ağlarının yaygınlaşması, her alanda olduğu gibi siyasal iletişimde de kendisini göstermiştir. Halkla ilişkiler ve kamuoyu diplomasi alanlarında iletişim biçimleri dijital bir görünüm kazanmıştır (Özdemir,2020: 52). Böylelikle devletler ya da iktidarlar belirli alanlarda kamularını oluştururken yeni iletişim teknolojilerine sık sık başvurmaktadır. Devletler oluşturdukları gündem özelinde, kamulara iletmek istedikleri mesajları çok hızlı şekilde onlara iletebilme olanağına sahip olmaktadır.

Dijital kamu diplomasisini gerekliliklerini gerçekleştiren diplomatlar veya devletler bu gereklilikleri sosyal medya mecralarının yardımı ile gerçekleştirmektedir. Bu platformlardan biri olan Youtubeda, bu çalışma özelinde sınırlandırılmıştır. Ülkeler kültürel, sosyal, ekonomik vb. alanlarda sosyal medya mecralarında ve bunlardan biri olan Youtubeda yabancı kamulara kendilerini tanıtmaktadır. Bu tanıtım ve etkileşim faaliyetleri videolar, fotoğraflar, sesler yardımı ile yapılmaktadır. Böylelikle Youtubedaki tüm videolar dahil olmak üzere Asmr videolarında da tanıtım ve etkileşim faaliyetleri görülmektedir. Ortak amaçları olan izleyiciler/dinleyiciler videolardaki yorumlarda buluşmaktadır.

Bulgular

Çalışmada ele alınan 7 Asmr videosuna dair görüntülenme oranları, videoların linki ve videoların ismi tablo.1 de listelenmiştir. Ayrıca Asmr videolarının altında bulunan yabancı izleyicilerin/ dinleyicilerin Türkçeye yönelik yorumları değerlendirilmiştir. Veriler derlenmiş, en çok izlenme ve etkileşim oranını yakalamış olan videolar özelinde bir sınırlandırmaya tabii tutulmuştur. İçerik üreticileri birbirinden farklı kültürlere, dillere, yapılarla sahip olmakla birlikte Türkçe konseptli içerikler geliştirmişlerdir. Böylelikle Türkçenin Asmr konseptiyle bulunduğu Youtube videolarında yabancı içerik üreticilerinin İngiliz, Fransız, Yunan, Çinli gibi her ulustan olduklarına denk gelinmektedir.

1. Asmr trying to speak Turkish close up whispers video

“Asmr trying to speak Turkish close up whispers” başlıklı Youtube videosu, “Asmr Türkçe konuşmaya çalışırken yakın çekim fısıltılar” anlamına gelmektedir. Videonun altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: What a beautiful language! Your pronunciation is sounded nice and relaxing.

Çevirisi: Ne güzel bir dil! Telaffuzunun kulağa hoş ve rahatlatıcı geliyor.

Yorumcu 2: So impressed! I'm Italian, trying to learn Turkish (such a beautiful language) and I think you did a great job! Especially loving your final R (like in iyi geceler) because they are so hard to pronounce for me. In my head this was asmr+ dizi and that's perfection. I subscribed immediately.

Çeviri: Çok etkilendim! Ben İtalyanım, Türkçe öğrenmeye çalışıyorum (çok güzel bir dil) ve bence harika bir iş çıkardın! Özellikle son R'nizi (iyi geceler'deki gibi) seviyorum çünkü benim için telaffuzu çok zor. Kafamda bu asmr+ diziydi ve bu mükemmeldi. Hemen abone oldum.

Yorumcu 3: Wow as a subscriber that have been following you since one year I think you are very good in Turkish, respect!

Çeviri: Vay canına seni bir yıldır takip eden bir abone olarak Türkçe'nin çok iyi olduğunu düşünüyorum, saygılar.

Yorumcu 4: I'd love to learn to speak Turkish fluently.

Çeviri: Akıcı bir şekilde Türkçe konuşmayı öğrenmeyi çok isterim.

Video toplamda 420.947 izlenme sayısına erişmiştir. 1,6 B yorum bulunmaktadır. Yapılan yorumlarda da görüldüğü gibi yabancı kullanıcıların/izleyicilerin Türkçenin etkileyici olduğunu, Türkçe kelimeleri dinlemenin ve öğrenmenin zevkli olduğunu, Türk dizi veya filmlerinden Türkçeyi bildiklerini az da olsa aşına olduklarını belirtmektedir. İçerik üreticisi video boyunca merhaba, evet, hayır, aşk, teşekkürler, tamam, nasılsın gibi temel Türkçe kelimeleri fısıltılı bir şekilde ve tekrar ederek söylemektedir. Genel anlamda yorumlarda yabancı kullanıcılar memnuniyetlerini dile getirerek Asmr konseptine Türkçenin uygun olduğunu söylemektedir. Yapılan yorumlarda beautiful language, so impressive, we tries to learn Turkish vs. ifadeler sık sık görülmektedir. Bu yorumlar özelinde dijital diplomasinin sunduğu faydalar, yabancı kamuların Türkçeye yönelik fikirlerini, tutumlarını, duygularını öğrenmemizi sağlamaktadır.

2. My First Asmr Video in Turkish

“My first Asmr video in Turkish” başlıklı Youtube videosu, “Türkçe ilk Asmr videom” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: I can't believe, this is one of the best Turkish Asmr's I've ever listened to. I'm sure it took quite a lot of time and I'm amazed by your patience as well. Overall an awesome video, thank you so much for his.

Çeviri: İnanamıyorum, bu şimdiye kadar dinlediğim en iyi Türkçe Asmr'lardan biri. Eminim epey zaman almıştır ve sabrınıza da hayran kaldım. Genel olarak harika bir video, onun için çok teşekkür ederim.

Yorumcu 2: I love it.

Çeviri: Bayıldım.

Yorumcu 3: Aww, it's so cool. I am Russian, but I very love Turkey an this Asmr is the best I ever see.

Çeviri: Çok havalı. Ben Rus'um ama Türkiye'yi çok seviyorum ve bu Asmr şimdiye kadar gördüğüm en iyisi.

Bir diğer Asmr konseptli videonun izlenme sayısı 616.372’dir. Video toplamda 3,1 B yorum içermektedir. Video üreticisi içerik boyunca Asmr konseptiyle çeşitli Türkçe kelimeler kullanmıştır. Bu ifadeler günlük hayatta kullanılan kısa ve belirgin Türkçe kelimelerden oluşmaktadır. Merhaba, nasılsın, günaydın, iyi akşamlar, fena değil, tanıştığımıza memnun oldum, adın ne, teşekkürler, rica ederim, sağ ol, özür dilerim, seni seviyorum, neler yapıyorsun gibi ifadeler kullanılmıştır. Videoya yorum yapan yabancı kamular Türkçeyi havalı ve naif bulduklarını, Asmr konsepti sınırlılığında gördükleri ve duydukları en iyi dilin Türkçe olduğunu, yalnızca uyku tetikleyici yönünde değil Türkçe öğrenmelerine de katkıda bulunduğunu belirtmektedirler. Bu öğrenim sürecini gönüllü bir şekilde üstlendiklerini, Türkçeyi Asmr videoları sayesinde daha yakından tanımalarına katkıda bulunduğunu açıkça söylemektedirler.

3. Turkish Whispers and Face Touching

“Turkish Whispers and Face Touching” başlıklı Youtube videosu, “Türkçe fısıltılar ve yüze dokunuş” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: I want more Turkish. Thus you should make Turkish Asmr video.

Çeviri: Daha fazla Türkçe istiyorum. Bu yüzden Türkçe Asmr videosu çekmelisiniz.

Yorumcu 2: Turkish whispers are soo tingly!

Çeviri: Türkçe fısıltamalar çok ürpetici.

Video toplamda 346.676 kez izlenmiştir. İzleyiciler/ dinleyiciler tarafından 667 tane yorum yapılmıştır. Bu yorumların çoğunda yabancı izleyicilerin Türkçeye yönelik sempatik yorumları bulunmaktadır. Asmrtist videosunda, bugün nasılsın, iyi misin, sonbaharda yapraklar dökülecek, yaprakların rengi değişecek, gülleri seviyor musun, güller çok güzeldir, kuşlara bakıyorum gibi cümlelerle hikayeleştirilmiş bir konsept oluşturmuştur. Yine Asmrtist Türkçe sesler çıkarırken çok eğlenmekte ve zevkli bulmaktadır. Yorumlar kısmında ise Asmr için Türkçenin çok iyi bir dil, daha fazla Türkçe seslerin olduğu fısıltılı videolar istiyoruz, keşke Türkçe anlasaydım sesler çok güzel ve sakinleştirici, Türkçe sesleri anlamadığıma rağmen çok etkileyici geliyor vb. yorumlar görülmektedir. Böylelikle Asmr yapısı gereği seslerin hissettirdiklerine yönelimi kapsadığı için izleyiciler/ dinleyiciler duydukları sesin yumuşaklığına ve telaffuzuna odaklanmaktadırlar. Kullanılan kelimenin ne demek olduğuna odaklanmak ve cümleyi anlamak ikinci sırada gelmektedir.

4. ASMR- Teaching You Turkish

“Asmr- teaching you Turkish” başlıklı Youtube videosu, “Asmr- sana Türkçe öğretiyorum.” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: Lovely video. Turkish is such a beautiful language.

Çeviri: Güzel video. Türkçe çok güzel bir dil.

Yorumcu 2: I love how the Turkish people in the comments appreciate the fact that you’ re trying to learn their language and they’ re supporting you, it’s very wholesome.

Çeviri: Türklerin yorumlarda sizin onların dilini öğrenmeye çalıştığınızı ve sizi desteklediklerini takdir etmelerine bayılıyorum, bu çok sağlıklı.

Türkçe etkileşimi yüksek olan Asmr videolarından biri olan bu Asmr videosu ise 186.101 kez izlenmiştir. Video toplamda 2.5 B Yorum almıştır. Asmrtist video genelinde Türkçe alfabesini ve Türkçe sayıların okunuşunu konu edinmiştir. Telaffuz kısmında zorlandıkça gülen, eğlenen ve deneyimlemekten mutlu olan bir içerik üreticisi görülmektedir. Videoda kullanılan ibarelerden birkaçı Türkçe alfabe öğrenelim, Türkçede 29 harf vardır, A,B,C,Ç,D,E,F..., sağ, sol, yumuşak G, sıfır, bir, iki, üç, dört..., ona kadar sayılar, şeklindedir. Ayrıca video kapsamında Türkçe alfabenin öğretildiği eğitici videolarda kullanılmıştır. Yorumlar kısmında Asmr izleyicisi ise Türkçeye yönelik, sevgi dolu bir video, Türkçe çok iyi bir dil, Türkçe öğrenmeyi denemelisin ve Türk dilini desteklemelisin. Türkçe kelimeleri telaffuz etmek çok zor ama Türk dili çok iyi bu seri devam etmeli çünkü Türk dili çok iyi hissettiriyor, dil öğrenmek favori hobimdir ve bir gün Türkçe öğrenmeye başlamalıyım. Bu video çok eğlenceli olmuş sayende biraz Türkçe öğrendim, bu güzel dili öğrenmeye çalışıyorum ve çok zor ayrıca video harika. Türkçeyi seviyorum video için teşekkürler, çok tatlı Türkçe konuşuyorsun, gerçekten çok iyi, sakinleştirici, bu serinin ikincisini de istiyoruz gibi yorumlarla yabancı kitlelerin Türkçeye karşı ilgi ve alakalarının arttığını, Türkçeyi çok sevdiklerini anlamaktayız.

5. Asmr, Turkish Trigger Words

“Asmr, Turkish Trigger Words” başlıklı Youtube videosu, “Asmr- Türkçe tetkileyici kelimeler” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: The Turkish language sounds very nice to your voice.

Çeviri: Türkçe dili sesinize çok hoş geliyor.

Yorumcu 2: Hey which language is that? Sounds great this language is perfect.

Çeviri: Hey bu hangi dil? Kulağa harika geliyor, bu dil mükemmel.

Bu Asmr videosu ise toplamda 174.677 kez izlenmiştir. Videoya ilişkin 723 yorum bulunmaktadır. Asmrtist videosu süresince çeşitli Türkçe kelimeler kullanmıştır. Bu kelimeler bulutlu, uçak, yatak, komik, harika, düzeltmek, ağlamak, çekmek, alışveriş, bay bay şeklindedir. Bu kelimelerin öncelikle İngilizcesini daha sonra Türkçesini söylemektedir. Yorumlar kısmına değinilecek olunursa Türkçe dili çok hoş, harika, dinlerken kendi ana dilimi unuttum seninle birlikte Türkçe kelimeleri tekrar ettim, bu hangi dil sesler muhteşem şeklinde ilerlemektedir. Bir diğer yorumda ise videoda neden Türkçe tercih edildiğine dair soru sorulmuş ve yanıtında ise farsça gibi dillerin aksine Türkçenin k,t,d harflerini içerdiği ve çoğu kelimenin zor sesler olmasına rağmen yumuşak olduğunu belirten bir yorum söz konusudur. Böylelikle yabancı kamuları dilimizden haberdar edip onların Türkçe kelimelerle buluşmasını sağlayan bir ortam söz konusudur.

6. Asmr, speaking only Turkish

“Asmr, speaking only Turkish” başlıklı Youtube videosu, “Asmr- sadece Türkçe konuşuyorum” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: I’ve never thought that Turkish would be such a relaxing language I’m serious, I might start learning it, it sounds so fine.

Çeviri: Türkçenin bu kadar rahatlatıcı bir dil olabileceğini hiç düşünmemiştim ciddiğim, öğrenmeye başlayabilirim, kulağa çok hoş geliyor.

Yorumcu 2: Please more Turkish video!

Çeviri: Lütfen daha fazla Türkçe video!

Bu video ise toplamda 173.276 kez izlenme sayısına erişmiştir. Asmr videosunda 821 yorum bulunmaktadır. Yapılan yorumların içeriğine bakıldığında genel olarak olumlu yön olduklarını görülmektedir. İçerik üreticisi Youtuber videosuna başlarken kendisini Türkçe kelimeleri kullanarak tanıtmaktadır, ana dilinin kullanmamaktadır. Böylelikle konseptle uyumlu olarak ilerleyen Youtuber, Türkçe ile izleyicileri/dinleyicileri başlangıçta buluşturmuştur. Ardından Türkçe bir metin okuyarak Türkiye’yi iklim özelliklerini, coğrafi yapısını, kültürünü vs. tanıtmaktadır. Ülkemize ait meşhur yiyeceklerden, tarihi yerlerinden övgü ile bahsetmektedir. Yorumlara bakıldığında ise Türkçenin böylesi sakinleştirici bir dil olabileceğini asla düşünmezdim sesler çok iyi Türkçeyi öğrenmeye başlayabilirim, Türk değilim ama bu sesler çok iyi, daha fazla Türkçe video, Türkçeyi çok sevdim teşekkür ederim şeklinde yorumlar yapılmıştır. Bu yorumlar özelinde yine Türkçeye karşı sempati duyan kamu,

onu seven ve kulağa hoş geldiğini belirten bir kitle profili görülmektedir. Türkçe kelimelerin telaffuz edildiği bu Asmr video konseptinin beğeni topladığı ve bu videoların devam etmesini talep eden kullanıcıların varlığı söz konusudur. Bu durumun başat sebebi Türkçedeki samimi, yumuşak, sakinleştirici seslerin, kelimelerin, cümlelerin varlığıdır. Böylelikle Asmrnin kendisinin yapısına uygun olan Türkçe sesler bu videolardaki başarı oranını artırmakta, kitleleri tatmin eden ve onların beğenilerini kazanmaya katkıda bulunan bir video imajı olmuştur.

7. Asmr, welcome to Turkish class

“Asmr, welcome to Turkish class” başlıklı Youtube videosu, “Asmr- Türkçe sınıfına hoşgeldiniz” anlamına gelmektedir. Video altındaki yorumlarda yorumcuların ifadeleri şu şekildedir;

Yorumcu 1: Your Accent is just too cute and it is so tingle inducing I melt whenever I listen to your Turkish videos.

Çeviri: Aksanın çok tatlı ve o kadar tüyler ürpertici ki ne zaman Türkçe videolarını dinlesem tüylerim diken diken oluyor.

Yorumcu 2: Turkish words make me feel good. I often listen.

Çeviri: Türkçe bana iyi hissettiriyor. Sıklıkla dinlerim.

Asmr, welcome to Turkish class başlıklı Asmr videosu toplamda 141.045 kez kamular tarafından izlenmiştir. Video kapsamında 783 tane yorum yapılmıştır. Yorumlar detaylı ve kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Bu videonun içeriğinde ise Asmrtist videosunda Türkçe alfabeyi yazıp bu harfleri seslendirmektedir. Türkçe ders sınıfı konseptinde harfleri birer birer öğretmektedir. Bu öğretme sürecini somutlaştırmakta ve harflere yönelik örnekler sunmaktadır.

Örnek olarak öğrettiği her harften sonra o harfi benimsetecek bir kelime vermektedir. Yorumlar dahilinde yabancı kamular Türkçenin güzelliğine, yumuşak sesleri barındırdığına değinmektedir. Her ne zaman Türkçe videolar dinlersem eriyorum, rastgele Türkçe hakkında videolar ararken denk geldim ve harika bu videoyu sevdim, Türkçe videoları seviyorum şeklinde yorumlara denk gelinmektedir. Sonuç olarak yine izleyicisini/ dinleyicisini Asmr konsepti dahilinde Türkçe kelimeler, sesler, harfler kullanarak memnun eden beğenisini kazanan bir Youtuber ya da Asmrtist imajı görülmektedir.

SONUÇ

Çalışma bağlamında ele alınan Asmr videolarında yapılan değerlendirilmeler sonucunda çalışma başlangıcında yola çıkılan çalışma amacı çerçevesinde Asmr ve Türkçenin uyumu etkileşiminin yüksek olduğu, Türkçenin yabancı kamulara Asmr videoları vasıtasıyla kolaylıkla eriştiği ve onlarda Türkçeye yönelik sempati oluşturduğu doğrulanmıştır. Asmr

konsepti fısıltılı, rahatlatıcı, karıncalanma etkisi oluşturan yapısıyla Türkçenin fonetik yapısından, yumuşak seslerinden faydalanmaktadır. Bu bağlamda Asmr izleyicileri, yorumlarda bir araya gelen yabancı kamular Türkçeyi Asmrye uygun bulmaktadırlar. Çalışmada Türkçe kelimelerle, seslerle oluşturulan Asmr videolarının ele alınması ve içlerinden en popüler olan 7 video bağlamında yabancı kamuların Asmr videolarında Türkçeyle karşılaşması, Türkçeyi merak edip onu öğrenmek istemesi ile uluslararası çerçevede varlığını ve imajını olumlu yönlendirerek, ilerleme kaydeden bir dil olarak gelişimini sağlamaktadır. Bir diğer yandan Türkçenin bilinirliğini, saygınlığı ve evrenselleşmesini sağlamak adına çeşitli çalışmalar, projeler yapılırken tüm bu uğraşlara gerek kalmadan dijital medya ile sosyal medya mecralarından biri olan Youtube'un sağladığı alan ile bir Türkçe imajı sağlanmaktadır. Yeni medyanın sunduğu kolaylıklar, etki alanı ve kamulara rahatlıkla erişme imkanının getirdiği faydalar dahilinde Türkçe yabancı kamularla buluşmuştur ve onların iyi niyetini, beğenisini ve farkındalıklarını kazanmıştır.

Dijital kamuoyu diplomasisi kavramının özelinde çalışmada kamuoyu diplomasisinin gerekliliklerini yerine getiren dijital platformlardan biri olan Youtube ile sınırlandırılmıştır. Asmr içerikli videoların yoğun olarak yer aldığı bu mecrada Türkçe ifade, ses ve kelimelerin kullanıldığı, Asmr ve Türkçe dilinin uyumunun, etkileşiminin hissedildiği, popülerliği kabul eden bu içerik biçimi yabancı kamularca takip edilmiş ve beğenilmiştir. Bu sayede gerek dilimiz gerekse ülkemiz uluslararası ilişkilerde, evrensel olarak imajında, bilinirliğinde kendisini ifade ederek geliştirmiştir. Tüm bu süreçte Türk dilinin yabancı kamulara ulaştırılmasında, onların Türkçeye ilgi duymasında, uluslararası olarak imajını geliştirecek tüm yönlendirmelere destek olan Asmr videolarının desteği oldukça fazladır. Diğer devlet veya uluslarda kendisinden söz ettirecek bir dil haline gelmesine katkıda bulunan bu asmr videoları çalışmaya değer görülmüş ve araştırmalar sonucunda Youtubedeki bu videoların altına yapılan yorumlarda yabancı kamuların ya da Türk olmayan, Türkçe bilmeyen herkesin aslında Türkçenin öğrenilmeye değer olduğunu, fonetik yapısının, yumuşak seslerin kulağa çok iyi geldiğini ve dilimizden çok etkilendiklerini dile getirmektedirler. Uluslararası kapsamda varlığını koruyan ve kendisinden söz ettiren dilimiz artık yabancı kamulara erişmekte ve onlara sempatik gelmektedir. Öğrenilen, sevilen ve telaffuzuna hayran kalınan Türkçenin, kamular tarafından ülkemizin, dilimizin içeriğine daha da yakından farkında olduklarını ve onun uluslararası bir dil olmasında katkıda bulduklarını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Aytekin, B. A. (2019) İzleyici ve İçerik Etkileşimi Bağlamında Yeni Bir YouTube Fenomeni Olarak Otonom Duyusal Meridyen Tepki (ASMR) Etkisinin Deri İletkenliği Ölçümü (GSR) Tekniği ile İncelenmesi-i Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, uluslararası toplum araştırmaları dergisi

Barratt, E. L. & Davis, N. J. (2015), Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): a flow-like mental state. *PeerJ*, 3(2015), 851.

Bayraktar, R. (2022) Tematik Yayıncılık Örneği Olarak ASMR ve İzleyicisi: Türkçe ASMR Üzerine Bir Araştırma. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*.

Boyd, D. M. Ellison. N. B. (2007) Social Network sites: Definition, History and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*,13, 210-230

Chen, C. P. (2016) Forming Digital Self and Parasocial Relationships on Youtube. *Journal of Consumer Culture*.

Çerçi, M. (2021). Otonom Duyusal Meridyen Tepki (Asmr) Reklamlarının Duygu Oluşturmadaki Rolü. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11 (3), 932-942.

Dijk, J. A. V. (2006) *The network society: Social aspect of new media*. London:Sage Publications, Inc.

Doğan, A. Topbaş, H. (2016) *Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım*.

Giddens, A. (2004). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Gürdal, E. (2021). Dijital Kamu Diplomasisi Mi Dijital Gözetim mi: *Mecmua Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*

Hostler, T. (2018). ASMR videos could be a new digital therapy for mental health. Erişim: 15 Şubat 2019.

Jerslev, A. (2016) Media Times in the time of the microcelebrity: celebrifcation and the Youtuber Zoella. *Int J Commun* 10:5233-5251

Kırık, A. M. (2017) *Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu*.

Krcmar, M. And Strizhakova, Y. (2009). *Uses and gratifications as media choice*

Magnet, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Uğur, A. (2002). *Kültür Kıtası Atlası*, İstanbul: Yap Kredi Yayınları.

Nye, J. S. (2005). *Dünya Siyasetinde Başarının Yolu: Yumuşak Güç*. Çeviren: Rayhan İnan Aydın. Ankara: Elips Kitabevi.

Özdemir, M. (2020). *Dijital Diplomasi ve Sosyal Medya: Barış Pınarı Harekâtı Kapsamında Türkiye Washington Büyükelçiliğinin Twitter Kullanımı*

Özkan, Abdullah (2015). 21. Yüzyılın Stratejik Vizyonu Kamu Diplomasisi ve Türkiye'nin Kamu Diplomasisi İmkânları

Yağmurlu, Aslı (2007). Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi. İletişim Araştırmaları

Yıldırım, A. (2020) Türkiye’de Youtuber Fenomeni ve İzlenme Türlerine Göre Youtube Analizi.

Yücel, U. (2012) Sosyal Medyanın Sosyal ve Ekonomik Hayata Etkileri, Van Depremi Wikipedia <http://dijitalkulturgra331.blogspot.com.tr/2013/01/sosyal-medyannsosyal-ve-ekonomik.html>

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 105-118.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 07.08.2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date
Yayımlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Öğr. Gör. Dr. Yunus Türkşad YEGİN

Giresun Üniversitesi

yunus.yegin@giresun.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5049-3005

“DİJİTAL SANAT” ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

ÖZET

“Dijital sanat”; dijital tekniklerin ve programların sağladığı imkanların kullanılmasıyla bilgisayar ortamında yapılan fiziksel nesnelerin bu ortamda üretilmesiyle gerçekleşen sanat biçimidir. Bu çalışma, “Digital Art” başlıklı Web of Science’te (WOS) veri tabanında taranan araştırmaları seçmek için geriye doğru arama stratejisi benimsenerek yapılmıştır. “Digital Art” terimi geçen araştırmalarda önde gelen eğilimlere yönelik bibliyometrik harita çıkarılarak genel bir bakış açısı sunulmuştur. Arama yönteminin “Title” şeklinde yapılması ile belirtilen kelimelerin, taranan makalelerin, dergi başlıklarının, kitap başlıklarının, bildiri başlıklarının ve daha fazlasının tarandığı anlamına gelmektedir. Araştırma, her türlü çalışmayı kapsamaktadır. Yapılan analiz sonucunda toplam 404 araştırma çalışmaya dahil edilmiştir. Analiz verileri, ilk araştırma yapılan yıl olan 01 Ocak 1996 yılından 01 Mart 2023 tarihine kadar yayınlanan araştırmaları içermektedir. Sonuç olarak içerisinde “Digital Art” kelimeleri geçen çalışmalar kapsamında; yayın yılı, atıf sayısı, yazar, ülke, üniversite, yayın dili, indeks, kategori, yayın tipi, anahtar kelime ağ analizi, dergi ortak atıf ağ analizi, yazar ortak atıf ağ analizi ve yayın yapan ülkelerin iş birliği analizi yapılmıştır. Bu araştırma kapsamında, en fazla yayın 2019 yılında yapılmış olup, çalışmalar en çok atıfı 2022 yılında almıştır. En üretken yazar Mona Sakr, en fazla yayın yapan ülke Amerika olmuştur. University of California System üniversitesi yayın sırasında ilk sırada yer almaktadır. En fazla yayın yapılan dil İngilizcedir. Arts & Humanities Citation Index en fazla yayının tarandığı indeks olmuştur. Sanat kategorisinde en çok yayın yapılmakla birlikte, makale tipi yayın ilk sıradadır. Çalışmayı kapsayan yıllar arasında yapılan çalışmalarda anahtar kelime olarak en fazla “Digital Art” terimi kullanılmış olup, zamana göre harita analizinde bu terimin en çok 2017 yılında kullanıldığı göze çarpmaktadır. Son olarak; en çok atıf yapılan dergi, 63 atıfla ve 213 bağlantı gücüyle “Leonardo” dergisi olmuştur. Ortak yazarlık analizinde ülke iş birliğine bakıldığında, bağlantı sayısına göre Amerika’nın 18 bağlantıyla en yüksek sayıya sahip ülke olduğu görölmektedir.

Anahtar Sözcükler: Sanat, Dijital sanat, Bibliyometrik analiz

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH ON "DIGITAL ART"

ABSTRACT

"Digital art"; It is an art form that is realized by the production of physical objects made in the computer environment by using the opportunities provided by digital techniques and programs. In this study, a reverse search strategy was adopted to select the studies searched in the Web of Science (WOS) database titled "Digital Art". A bibliometric map of the leading trends in studies using the term "Digital Art" is presented and an overview is presented. By using the "Title" search method, it means that the words, scanned articles, journal titles, book titles, paper titles and more are scanned. Research covers all kinds of studies. As a result of the analysis, a total of 404 studies were included in the study. Analysis data includes studies published from January 01, 1996, the year of the first research, to March 01, 2023. As a result, within the scope of the studies in which the words "Digital Art" are mentioned; publication year, number of citations, author, country, university, publication language, index, category, publication type, keyword network analysis, journal co-citation network analysis, author co-citation network analysis and cooperation analysis of publishing countries were made. Within the scope of this research, the most publications were made in 2019, and the studies received the most citations in 2022. The most prolific writer was Mona Sakr, the country with the most publications was the United States. The University of California System ranks first at the time of publication. The most published language is English. The Arts & Humanities Citation Index was the index with the highest number of publications scanned. Although the most publications are made in the art category, the article type publication is in the first place. In the studies conducted between the years of the study, the term "Digital Art" was used the most as a keyword, and it is striking that this term was used most in 2017 in the map analysis by time. Finally; The most cited journal was "Leonardo" with 63 citations and 213 link strengths. Looking at the country collaboration in the co-authorship analysis, it is seen that the United States has the highest number of connections, with 18 connections.

Keywords: Art, Digital art, Bibliyometrics analysis

GİRİŞ

Sanatın başlangıcı insanlık tarihi ile başlamaktadır. İnsanlık tarihi boyunca akıl yoluyla gelişen bilim ve teknoloji sanatla birleşerek, sanatın bir eylem biçimi olarak tanımlanmasıyla devam etmiştir. Antropolojik bulgularla da ispatlanan sanat ve teknoloji ilişkisi mağara duvarı resimlerinden 21. yüzyılda dijital sanata kadar uzanan geniş bir alanda etkili olmuştur (Tuğal, 2018: 11).

Sanatın teknoloji ile entegrasyonunun en güzel örneği 18. ve 19. yüzyıllarda yaşanan Sanayi Devrimiyle başlamıştır. Bu dönemde makineleşme ve endüstri, sanat ile bilimin ortak paydada buluşup, demir, çelik ve tekstil gibi alanlarda bir arada kullanılmasıyla devam etmiştir (Atan, Uçan, Bilsel, 2015: 2). Bu süreçte teknoloji ve teknolojik aletlerin hızlı gelişimi, ulaşılabilir olması hayatımızın pek çok alanına etki etmesine neden olmuştur. Teknolojik gelişmeler beraberinde dijital evren dediğimiz yeni bir dünya yaratmış ve bu dijital dünya içerisinde birçok sanat alanı teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir (Ak, 2013).

Dijitalleşme; 1990 yılından sonra bilgisayar ve fotoğraf makinesi gibi teknolojik aletlerin yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Dijital teknolojilerin merkezinde bulunan bilgisayar, günümüzde sanat ve sanat yapıtını üretme biçimlerinde değişikliklere neden olmuştur ve bu değişiklikler neticesinde "dijital sanat" kavramını ortaya çıkarmıştır (Atan, Uçan, Bilsel, 2015: 2). "Dijital sanat" dijital tekniklerin ve programların sağladığı imkanların kullanılmasıyla bilgisayar ortamında yapılan fiziksel nesnelere bu ortamda üretilmesiyle gerçekleşen sanat biçimidir. Dijital ortamda yapılan her çalışma sanat kapsamına girmez, bunun için sanatın ayırt edici özelliklerini taşıması gerekmektedir (Ak, 2013).

Günümüz dijital dünyasında bilgiye erişim oldukça kolaydır. Bu kolaylık beraberinde gereksiz literatür yığına neden olmaktadır. Elde edilen literatür birikimini sınıflandırmak ve analiz etmek için belli yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yöntemlerden biri de bibliyometrik analiz yöntemidir. Bibliyometrik analiz, çalışmaların bir bilim dalıyla ilgili alan yazınındaki araştırmaların yönelimini, gelişimini ve mevcut durumunu ortaya koyarak bunlar arasındaki ilişkileri analiz etmeye yarayan bir yöntemdir (Üstdiken ve Pasadeos, 1993).

Bibliyometrik analiz yöntemi, eşdeğer ölçü bilimi anlamına gelmektedir ve 1969 yılında Alan Pitchard tarafından ilk kez tanımlanmıştır (Sengupta, 1992). Bu yöntem çoğunlukla sosyal bilimler ve eğitim araştırmalarında kullanılmaktadır (Geçimli ve Köksal, 2022). Bibliyometrik analiz, nitel araştırma deseni çerçevesinde belirli alanlarda yazılmış yayınları kategorize ederek analiz edilmesidir. Ayrıca yayınlar arasındaki ilişkiler, atıf sayıları, ülke, dil ve dergi gibi ilişkilerde değerlendirilmektedir. Böylelikle ele alınan bilim dalı, dergi ve süreli yayınların gelişim ve seyrine ilişkin önerilerin ve düzenlemelerin tartışılmasına olanak tanımaktadır (Yılmaz, 2017).

Bu çalışmada, "Digital art" başlıklı Web of Science'te (WOS) veri tabanında taranan araştırmaları seçmek için geriye doğru arama stratejisi benimsenmiştir. "Digital art" terimi geçen araştırmalarda önde gelen eğilimlere yönelik bibliyometrik harita çıkarılarak genel bir bakış açısı sunulması hedeflenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın evrenini WOS veri tabanı kapsamında bulunan, "Title" başlığında "DIGITAL ART" kelimeleri geçen çalışmalar oluşturmaktadır. WOS sitesi içerisinde yapılan taramada; "Title" (başlık) ta "Digital Art" kelimeleri geçen çalışmaların bulunma durumuna göre yapılmıştır. Bu bağlamda; taranan makalelerin, dergi başlıklarının, kitap başlıklarının, bildiri başlıklarının ve daha fazlasının tarandığı anlamına gelmektedir. Araştırma, her tip çalışmayı kapsamaktadır. Yapılan analiz sonucunda toplam 404 araştırma çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmada veriler, ilk araştırma yapılan yıl olan 01 Ocak 1996 yılından 01 Mart 2023 tarihi arasında yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Araştırmanın sınırlılığı, "Digital Art" başlıklı çalışmaların yalnızca WOS veri tabanında taranmasıdır.

Çalışmada; Bibliyometrik analiz verileri VOSviewer 1.6.18 yazılım programı aracılığıyla analiz edilmiştir. VOS, benzerliklerin görselleştirilmesi (visualization of similarities) anlamına gelmektedir. VOSviewer, Van Eck ve Waltman (2010) tarafından bibliyometrik haritalar oluşturmak ve görüntülemek için geliştirilen ücretsiz bir bilgisayar programıdır (Van Eck ve Waltman, 2010).

Web of Science Veri Tabanından Elde Edilen Bulgular

Tablo 1.

WOS'ta "Digital Art" Başlıklı Yayınların Yıl ve Atıf Sayısına Göre Dağılımı

Yayın Yılı	N	%	Atıf Sayısı	Yayın Yılı	N	%	Atıf Sayısı
1996	1	0.25	-	2010	13	3.22	-
1997	4	0.99	-	2011	10	2.48	6
1998	-	-	-	2012	17	4.21	11
1999	2	0.50	-	2013	24	5.94	17
2000	3	0.74	-	2014	21	5.20	24
2001	16	3.96	-	2015	30	7.43	34
2002	14	3.47	1	2016	20	4.95	34
2003	5	1.23	-	2017	31	7.67	41
2004	6	1.49	-	2018	24	5.94	42
2005	9	2.23	1	2019	38	9.40	113
2006	5	1.23	3	2020	16	3.96	83
2007	8	1.98	1	2021	23	5.69	99
2008	7	1.73	7	2022	36	8.91	128
2009	11	2.72	6	2023	10	2.48	61
TOPLAM					404	100,00	712

Tablo 1' de WOS' ta dijital sanat başlıklı yayınlara bakıldığında en çok yayının 2019 yılında (38 tane) yayınlandığı, en çok atıf alan yılın ise 2022 yılı (128 atıf) olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki yayınlarda ve atıf sayılarında düzenli bir artış görülmemekle birlikte yapılan çalışmalarda artış olduğu söylenebilir.

Tablo 2.

WOS'ta Son 10 Yılda "Digital Art" Başlığını İçeren En Çok Atıf Alan İlk Beş Çalışmanın Yıllara Göre Atıf Dağılımı

Sıra No.	Yazar	Yayın Yılı	Yayın Türü	Yayın İsmi	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Yıllık Ortalama Atıf Sayısı	Toplam Atıf Sayısı
1	Kwastek, K	2013	Kitap	Aesthetics of Interaction in Digital Art	5	5	6	4	10	10	10	9	6	4	6.27	69
2	Drucker, J	2013	Makale	Is There a "Digital" Art History?	1	1	6	3	4	14	2	8	10	3	4.73	52
3	McConagh, M ve ark.	2017	Makale	Visibility and digital art: Blockchain as an ownership layer on the Internet	0	0	0	0	1	10	6	6	9	6	5	35
4	Halverson, ER	2013	Makale	Digital Art Making as a Representational Process	1	0	0	4	3	2	2	5	5	1	2.18	24
5	O'Dwyer, R	2020	Makale	Limited edition: Producing artificial scarcity for digital art on the blockchain and its implications for the cultural industries	0	0	0	0	0	0	0	5	10	5	5	20

Tablo 2 incelendiğinde, en çok atıf alan ilk beş çalışma içerisinde, atıf sayısı en fazla olan (69 atıf) yayının Kwastek, K tarafından 2013 yılında yazıldığı görülmektedir. "Aesthetics of Interaction in Digital Art" isimli çalışma kitap türündedir.

En çok atıf alan (52 atıf) ikinci yayın ise Drucker, J tarafından 2013 yılında yazılmış olan "Is There a "Digital" Art History?" isimli makale çalışmasıdır. En çok atıf alan yayının kitap olması, ileriki yıllarda yapılan çalışmalar için iyi bir literatür niteliği taşıyacağı düşünülmektedir. Üçüncü sırada da 2017 yılında McConagh, M ve ark. Tarafından yazılan "Visibility and digital art: Blockchain as an ownership layer on the Internet" makale bulunmaktadır. Bu makale 35 atıf almıştır.

Tablo 3.

WOS'ta "Digital Art" Başlıklı Yayınların En Üretken Yazar, Ülke ve Üniversite Dağılımları

Sıra No.	Yazar	Toplam Yayın	Ülke	Toplam Yayın	Üniversite	Toplam Yayın
1.	Sakr M	8	Amerika	90	University of California System	14
2.	Rodriguez ACM	7	Çin	49	Rluk Research Libraries Uk	8
3.	Kwasteg K	6	İngiltere	35	University of London	6
4.	Crowther P	5	İspanya	17	Duke University	5
5.	Daniels D	5	Avustralya	12	Universidade Do Minho	5

Tablo 3'e baktığımızda en üretken yazarın Mona Sakr (8 yayın), en üretken ülkenin Amerika (90 yayın), en üretken üniversitenin University of California System (14 yayın) olduğu görülmektedir.

Tablo 4.

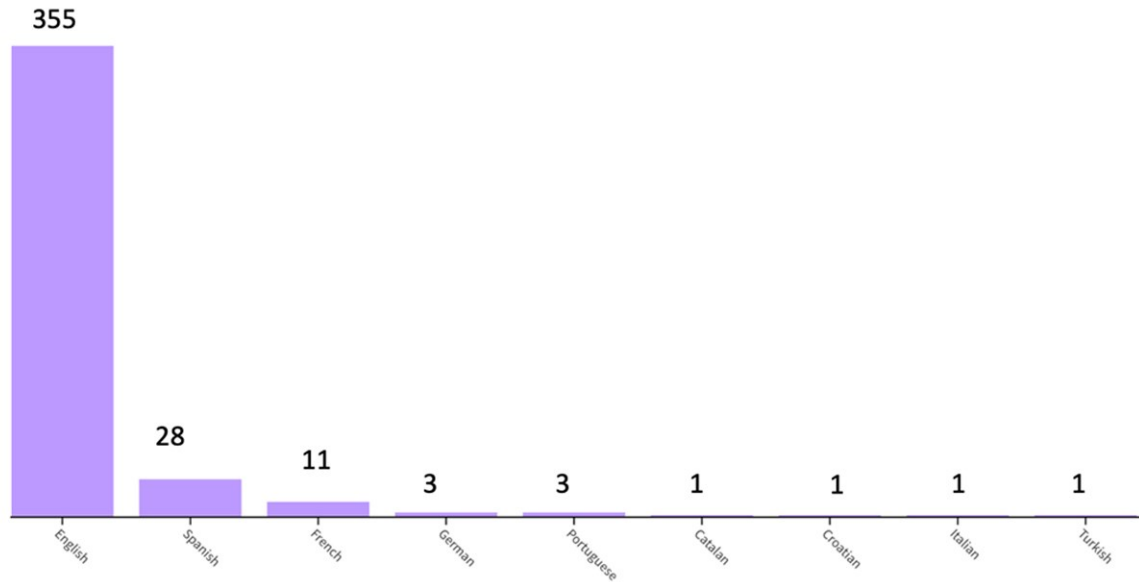
WOS'ta "Digital Art" Başlıklı Türk Yazarlar Tarafından Yapılan Yayınlar

Sıra No.	Yazar	Yayın Yılı	Dergi	Yayın Adı	Atıf Sayısı
1.	Akgün BT	2004	Leonardo	The Digital Art of Marbled Paper	9
2.	Esin S	2009	6th International Symposium of Interactive Media Design	Interactivity Being a Context For The Language in Digital Arts	-

3.	Akören AN	2015	World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurshp	Interaction of Outdoor Advertising Improved by Innovative Methods with Digital Art	2
4.	Arslan C	2018	Art-Sanat	Art in The Age of Digital Reproduction: Reconsidering The Concept of "Aura" in Digital Arts	-

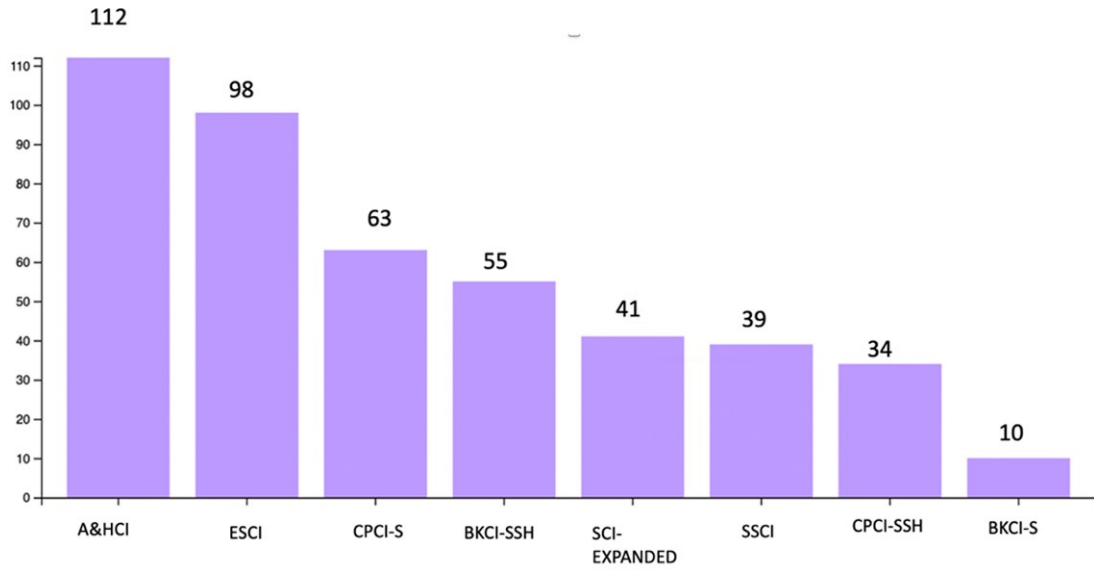
Türk yazarların çalışmalarında ise konu ile ilgili WOS' ta taranan 4 tane çalışma görülmektedir. Bu çalışmaların sadece 2 tanesi makale çalışmasıdır. İlki 2004 yılında B. Tevfik Akgün "The digital art of marbled paper" isimli çalışmadır. Leonardo dergisinde yayınlanmış olup 9 atıf almıştır. Diğer çalışma ise Dergipark bünyesindeki Art-Sanat dergisinde Canan Arslan tarafından yayımlanan "Art in the age of digital reproduction: Reconsidering the concept of "Aura" in digital arts" isimli makaledir. Bu makalenin atıf almadığı görülmektedir. 2015 yılında Ayşe Nesrin Akören'in "Interaction of Outdoor Advertising Improved by Innovative Methods with Digital Art" isimli çalışmasının 2 atıf aldığı görülmektedir. Diğer bir Türk yazar olarak Canan Arslan'ın 2018 yılında yayınladığı "Art in The Age of Digital Reproduction: Reconsidering The Concept of "Aura" in Digital Arts" isimli makale çalışması ise henüz atıf almamıştır.

Çizelge 1. "Digital Art" Başlıklı WOS'ta taranan çalışmaların yayın dili dağılımı



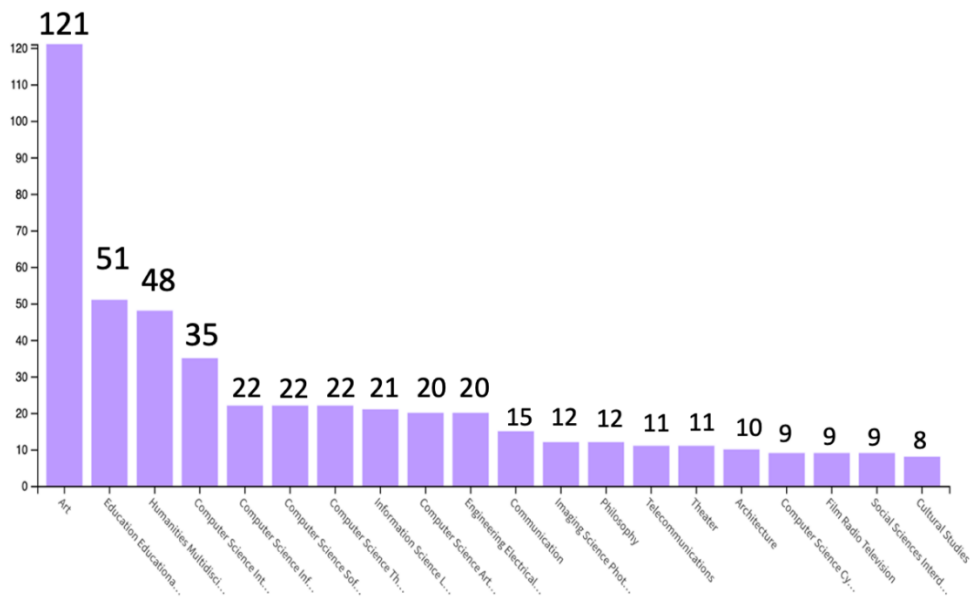
Çizelge 1.'de "Digital Art" başlıklı WOS'ta taranan çalışmaların yayın dili dağılımı incelendiğinde en fazla İngilizce (355) dilinde yazıldığı görülmektedir. Yayın dili Türkçe olarak ise WOS' ta taranan 1 tane yayın bulunmuştur (Çizelge 1).

Çizelge 2. WOS'ta taranan “Digital Art” başlıklı çalışmaların indeks analizi



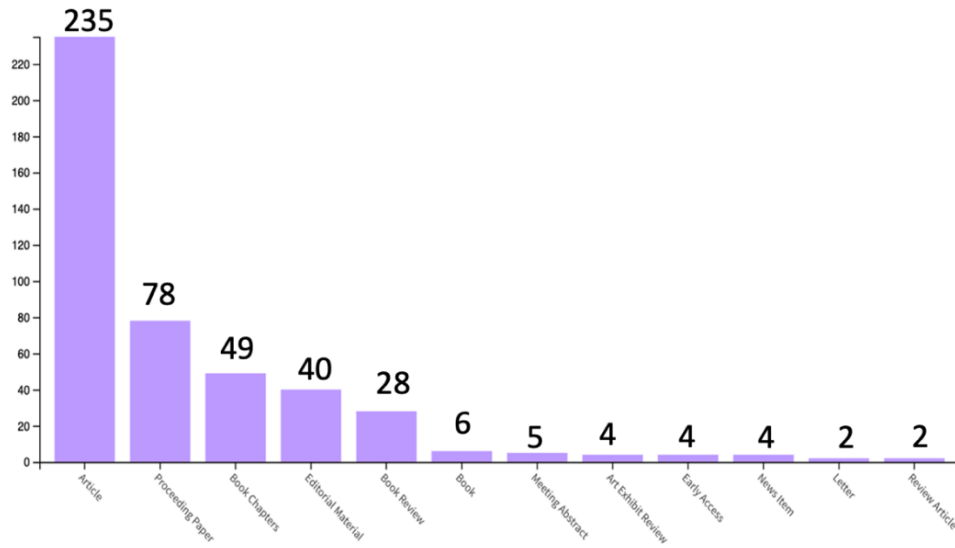
Çizelge 2’de “Digital Art” başlıklı WOS’ta taranan çalışmaların en fazla Arts & Humanities Citation Index’te taranan dergilerde yayın yapıldığı gözlenmektedir. Arts & Humanities Citation Index, aynı zamanda Arts and Humanities Search olarak da bilinir, 1.700’den fazla sanat ve beşerî bilimler akademik dergisi için soyutlama, indeksleme, sosyal ve doğa bilimleri dergilerini içeren disiplinleri kapsayan bir atıf indeksidir.

Çizelge 3. WOS'ta taranan “Digital Art” Başlıklı çalışmaların kategori analizi



Çizelge 3’te de görüldüğü gibi, WOS’ta en fazla “Digital Art” başlıklı yayınlar arasında “Art” (Sanat) kategorisinde 122 çalışma yer almaktadır. Art kategorisini, 51 çalışmayla “Education Edicational Research” (Eğitim araştırmaları) kategorisi ve 48 çalışmayla “Humanities Multidisiplinier” (Beşeri bilimler multidisipliner) kategorisi takip etmektedir.

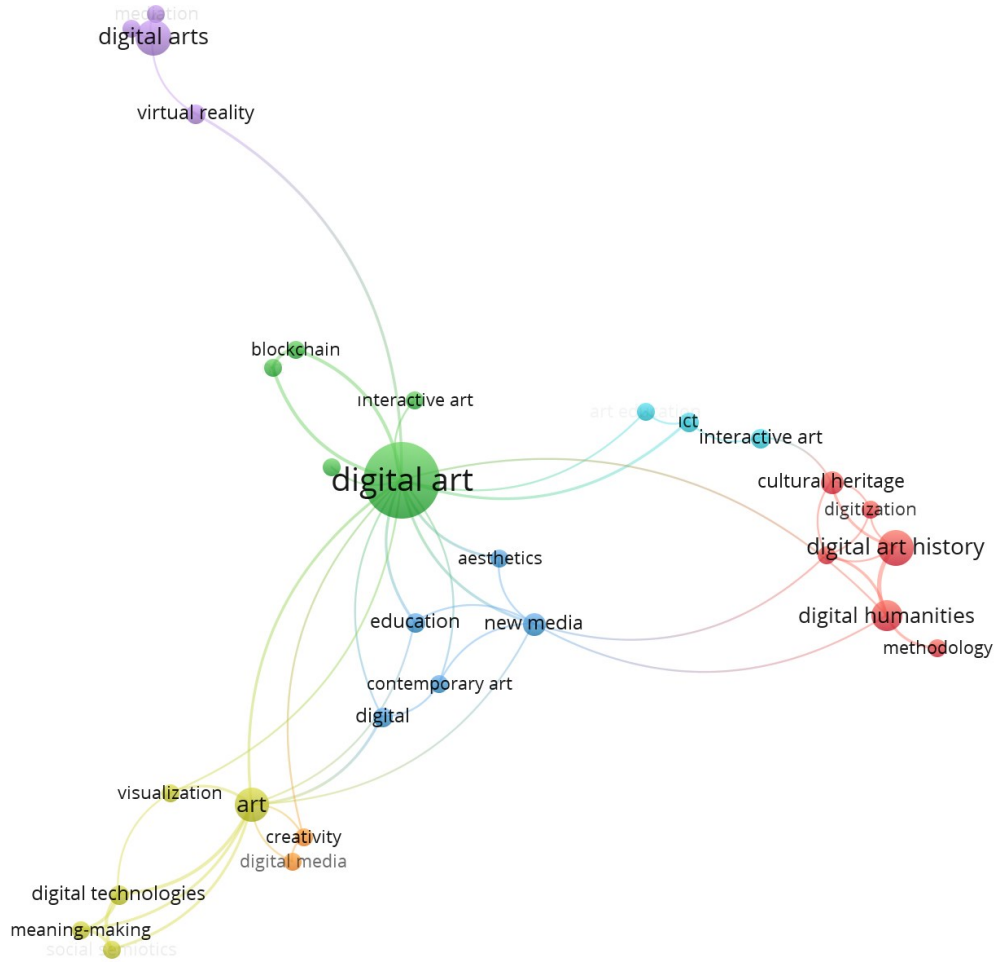
Çizelge 4. WOS’ta taranan “Digital Art” Başlıklı çalışmaların yayım tipi analizi



Çizelge 4’te en fazla yayım tipi olarak “Article” (Makale) görülmektedir. Bu yayım tipinde 235 makale yapıldığı dikkat çekmektedir. İkinci olarak en fazla yayım tipi ise “Proceeding Paper” (Kongre kitapçığı) 78 çalışmayla çizelgede yer almaktadır. Türk yazarlar tarafından yapılan WOS’ta taranan 4 çalışma bulunmaktadır (Tablo 4). Bu çalışmalardan 2 tanesi proceeding paper tipinde olduğu göze çarpmaktadır.

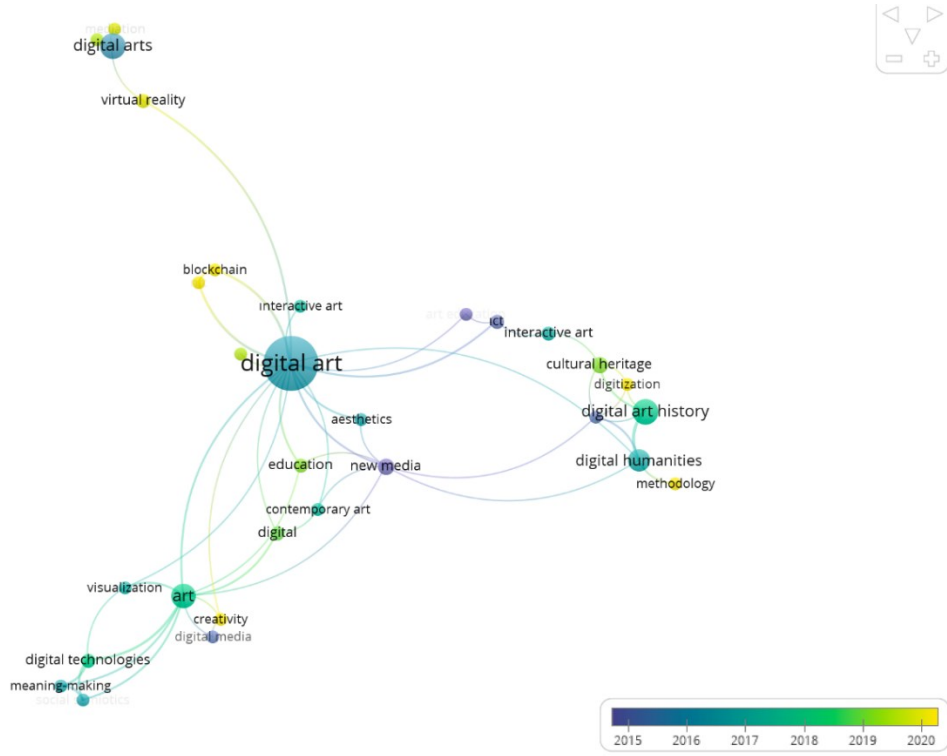
Yazar Anahtar Kelime Ağı

Bu çalışma için, Vosviewer yazılımı ile anahtar kelime sayısı minimum 3 seçilerek 778 anahtar kelime arasından 32 tanesinin eşik değerini geçtiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda ağ haritası 32 anahtar kelime sayısı ile 52 bağlantı ve 7 kümeden meydana gelmektedir. “Digital art” en çok (54) kullanılan anahtar kelimeyi oluşturmaktadır. Bu kelimeyi sırasıyla “digital arts ve digital art history” (12), “art” (11) ve “digital humanities” (9) kelimeleri takip etmektedir (Şekil 1).

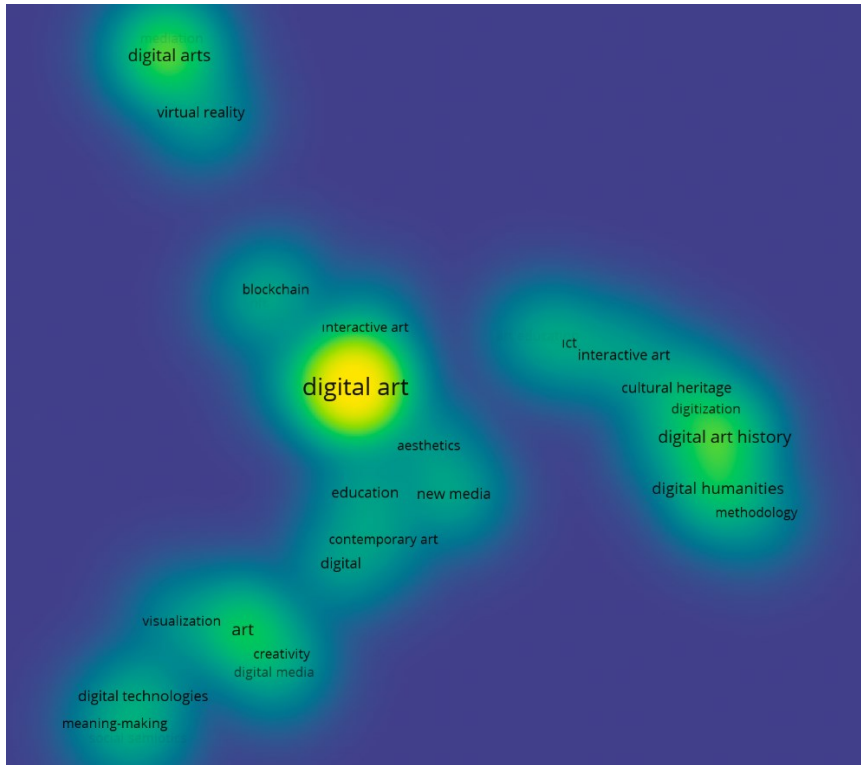


Şekil 1. WOS’ ta “Digital Art” başlıklı yayımların anahtar kelime ağ analizi

Şekil 2’de ise “digital art” anahtar kelimesinin en fazla 2017 yılında kullanılmasıyla birlikte, son zamanlarda bu terimin yerini “blockchain, digitization, methodology, creativity, virtual reality” terimlerinin aldığı görülmektedir. Bunlara rağmen, genel olarak anahtar kelime kullanımında “digital art, digital art history, art” terimlerinin yoğun kullanımı sonucuna varılmıştır (Şekil 3).



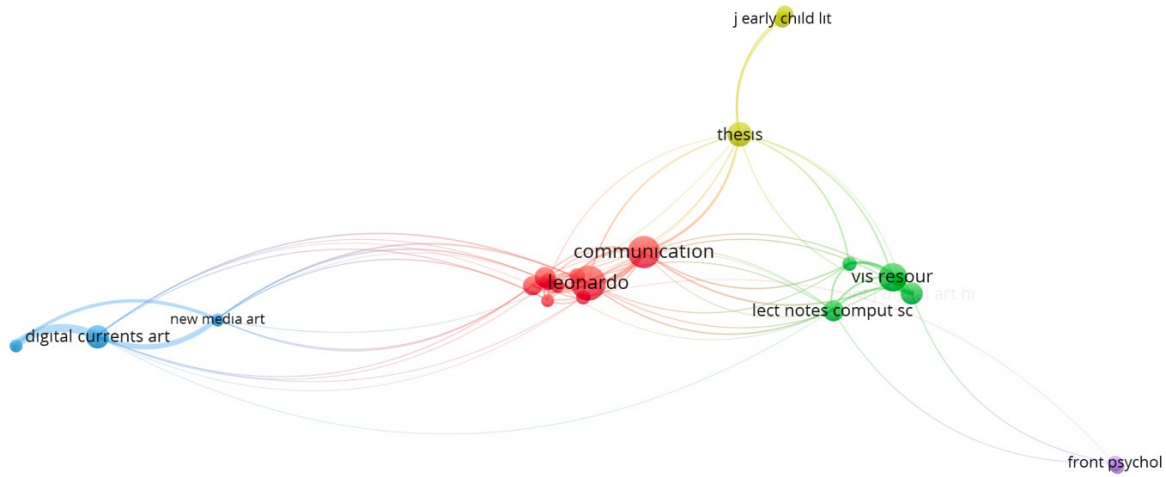
Şekil 2. WOS’ ta “Digital Art” başlıklı yayınların anahtar kelime ağ analizi zaman haritası



Şekil 3. WOS’ ta “Digital Art” Başlıklı Yayınların Anahtar Kelime Ağ Analizi Yoğunluk Haritası

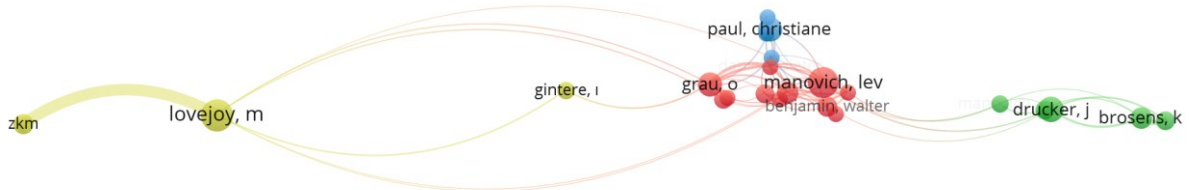
Dergi Ortak Atıf Ağı

Dergiler arasındaki mesafeler atıf ağını ortaya koymaktadır (Doğan ve Doğan, 2020: 576). Atıfta bulunulan kaynakların minimum düzeydeki alıntı sayısı 10 seçilerek 5730 kaynağın 24’ü eşik değerini karşılamaktadır. En çok atıf yapılan ilk üç dergi sırasıyla “Leonardo” (atıf sayısı 63, bağlantı gücü 213), “Communication” (atıf sayısı 55, bağlantı gücü 143) ve “Vis Resour” (atıf sayısı 42, bağlantı gücü 172) dergileridir (Şekil 4).



Şekil 4. WOS’ ta “Digital Art” Başlıklı Yayınların Dergi Ortak Atıf Ağ Analizi Yazar Ortak Atıf Ağı

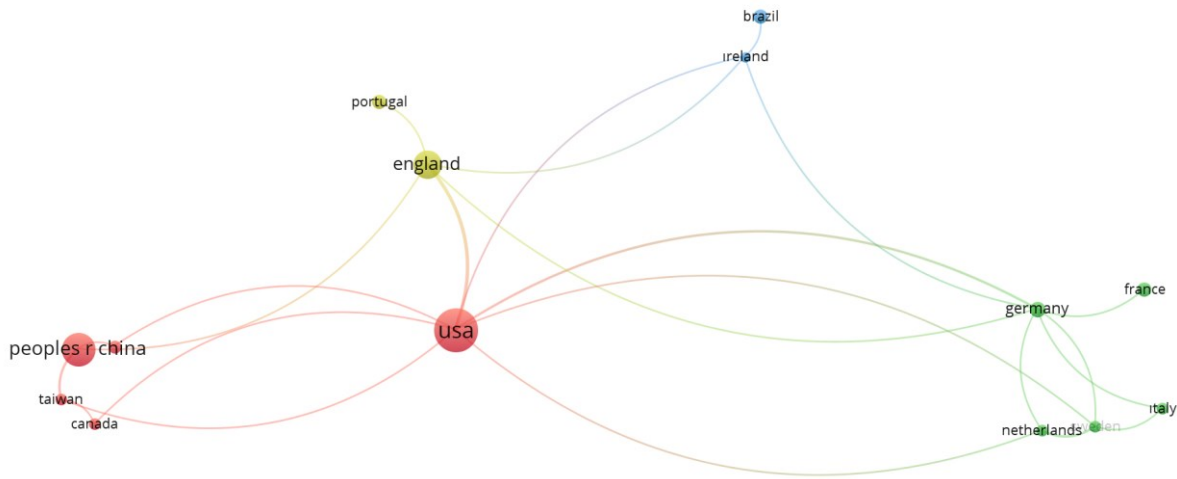
Atıf yapılan yazarların minimum düzeydeki alıntı sayısı 7 seçilerek atıf yapılan 5012 yazarın 31’i eşik değerini karşılamaktadır. En çok atıf yapılan yazar 26 atıf ile Lovejoy, M dir. Manovich Lev 23 atıf ile, Drucker J ise 16 atıf ile sıralamada yerini almaktadır (Şekil 5). Bağlantılar arasındaki mesafeler, atıf yoğunluğunu göstermektedir (Doğan ve Doğan, 2020: 576).



Şekil 5. WOS’ ta “Digital Art” Başlıklı Yayınların Yazar Ortak Atıf Ağ Analizi

Ortak Yazarlık Analizinde Ülke İş Birlikleri

Şekil 6’da “Digital art” başlığıyla ilgili iş birliği yapan ülkeler görülmektedir. Arasındaki bağ hattı ne kadar kısa ise iş birliğinin fazla olduğu söylenebilir. Analizdeki düğümler, ülkeleri ve kurumları temsil ederken aralarındaki düğüm uzunlukları yayınlanan makaleleri, mesafe ve bağlantı çizgilerinin kalınlığı ise iş birliği derecesini yansıtmaktadır (Doğan ve Doğan, 2020, 576). Ülkelerin belge sayısı minimum 5 seçilerek 54 ülkenin 18’i eşik değerini karşılamaktadır. Bağlantı sayısına göre Amerika en yüksek (18 bağlantı) sayıya sahiptir. Amerika’yı Çin (7 bağlantı), İsveç (7 bağlantı) ve Almanya (6 bağlantı), Hollanda (6 bağlantı) takip etmektedir. Üretkenlik açısından Amerika 86 makale (232 atıf sayısı) ile en üretken ülkedir.



Şekil 6. WOS’ ta “Digital Art” Başlıklı Yayın Yapan Ülkelerin İş Birliği Analizi

SONUÇ

Bir araştırmanın akademik etkisi, başka yazarlar tarafından alıntılanma sayısı ile ölçülmektedir. Bibliyometrik analiz, yayınlanmış her tip çalışmanın istatistiksel olarak değerlendirilmesi olarak tanımlanır ve çalışmaların bilim dünyasındaki etkisini ölçmek için kullanılır.

Bu araştırma; 01 Ocak 1976’dan, 01 Mart 2023 tarihine kadar yapılan tarama işlemi kapsamaktadır. WOS veri tabanında “Digital Art” başlığıyla (title) yapılan taramada toplam 404 çalışmanın olduğu belirlenmiş ve bu çalışmalar değerlendirme kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda; “Digital Art” ile ilgili en fazla çalışmanın 2019 yılında (38 çalışma) yapıldığı görülmektedir. Çalışmalarda en fazla atıf, 2022 yılında yapıldığı ve toplamda 128 atıfın olduğu görülmektedir. “Digital Art” başlıklı çalışmalar içerisinde en fazla atıf alan çalışma, Katja Kwastek isimli yazarın yazdığı “Aesthetics of Interaction in Digital Art” kitabı olmuştur. 2013 yılında yayınlanan kitap son 10 yılda 69 atıf almıştır. Ayrıca, en üretken yazarın Mona Sakr (8 yayın), en üretken ülkenin Amerika (90 yayın),

en üretken üniversitenin University of California System (14 yayın) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Türk yazar olarak WOS'ta taranan ilk çalışmayı 2004 yılında "The digital art of marbled paper" isimli makaleyle B. Tevfik Akgün yapmıştır.

Aynı zamanda WOS'ta "Digital Art" başlığıyla taranan çalışmaların çoğunun yayın dili İngilizcedir. En fazla "Arts & Humanities Citation Index"te taranan dergilerde ve "Art" kategorisinde yayın yapılmıştır. Yayın tipi olarak ilk sırada makale tipi yayın yer almaktadır. Bu araştırmayı kapsayan yıllar arasında yapılan çalışmalarda en fazla "Digital Art" kelimeleri kullanılmış olup, zamana göre harita analizinde bu terimlerin en çok 2017 yılında kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte; en çok atıf yapılan dergi, 63 atıfla ve 213 bağlantı gücüyle "Leonardo" dergisi olmuştur. Ortak yazarlık analizinde ülke iş birliğine bakıldığında, bağlantı sayısına göre Amerika 18 bağlantıyla en yüksek sayıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma ile, yapılan analizler doğrultusunda elde edilen veriler değerlendirilmiş olup, araştırmannın dijital sanat konusuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara yol göstereceği düşünülmektedir. Ayrıca ülkemizde WOS' ta taranan çalışmalara ağırlık verilmesi, çalışmalarda uluslararası geçerliliği olan İngilizce dilinin kullanılması ve bu alanda araştırma sayısının artırılması ile ilgili yazarları güdülemesi açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Ak, H.A. (2013). Dijital sanat. Akademik Bilişim, XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. Akdeniz Üniversitesi, Antalya 919-923.

Atan, A., Uçan, B., & Bilsel, Ç. (2015). Dijital Sanat Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 7(26), 1-14.

Doğan. S., & Baynal Doğan, T.G. (2020). Uluslararası Alan Yazında Sağlık Turizmi Alt Bileşenleri Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz. Hacettepe *Sağlık İdaresi Dergisi*, 23(4), 561-586.

Geçimli, M., & Köksal, K. (2022). " Sanat ve Tasarım" Anahtar Sözcüklü Araştırmaların Bibliyometrik Analizi. *Turkish Studies-Social Sciences*, 17(5), 767-786.

Jan Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software Survey: VOSviewer, A Computer Program For Bibliometric Mapping. *Scientometrics*. 84, 523-538.

Sengupta, I.N. (1992). Bibliometrics, informetrics, scientometrics and librametrics: an overview. *Libri*, 42(2), 75-98.

Tuğal, S.A. (2018). Dijital Sanat. Hayalperest Yayınevi.

Üsdiken, B., & Pasadeos, Y. (1993). Türkiye'de örgütler ve yönetim yazını. *Amme İdaresi Dergisi*, 26(2), 73-93.

Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 119-131.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 10.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Dr. Öğr. Üyesi Dicle YILDIRIM

Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi

dicle.yildirim@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1115-8017

DEĞİŞEN TASARIM EĞİTİMİNDE YENİ PERSPEKTİFLER VE YÖNTEMLERE İLİŞKİN BİR İNCELEME

ÖZET

Bu araştırma, grafik tasarım eğitimi kapsamındaki teori ve metodolojiler üzerinden tasarım uygulamaları yoluyla tasarım araştırmaları ve eğitimdeki son eğilimleri gözler önüne sermeyi hedefler. Başat olarak grafik tasarım eğitiminde güncellenmesi ve geliştirilmesi gereken noktalara temas ederek buradan hareketle oluşacak yeni yaklaşımlar ve farklı yöntemlerin tasarım eğitime aktarılması üzerinden ele alınmıştır. Özellikle eleştirel düşünce ve teorinin kavranmasını tasarım projeleriyle birleştirerek, tasarım eğitimini yeniden düşünmeyi ve geliştirmeyi konu edinen çalışma, tasarım araştırmasını bilimsel bakış açısı ile temellendirip, tasarım eğitime odaklanmanın önemini vurgulamıştır. Farklı tasarımcıların eğitim modellerini öğrenme biçimlerindeki çeşitliliği gözler önüne sermeyi hedefleyen çalışma, grafik tasarım disiplini içindeki eğitimcileri ve araştırmacıları da günümüzde hızla değişen tasarım eğitimi üzerine düşünmeye ve yeni modeller oluşturmaya teşvik etmeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda çalışma, pedagoji, hetagoji gibi terimleri açıklayarak tasarım eğitimindeki yerine dikkat çekmiştir. Tasarım düşüncesini hetagojik yöntemlerle ilişkilendirildiğinde nasıl bir etki alanı olacağına dair bilgiler paylaşılmış, tasarım yoluyla öğrenme pratiklerini aktarmıştır. Tasarım eğitiminde farklı eğilimleri, ders içi konuları ve uygulamaya yönelik girişimleri incelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Hetagoji, Grafik Tasarım, Tasarım Eğitimi, Metodoloji

A REVIEW OF NEW PERSPECTIVES AND METHODS IN CHANGING DESIGN EDUCATION

ABSTRACT

This research aims to uncover the latest trends in design research and education, focusing on practical applications, theories, and methodologies within the realm of graphic design education. Primarily, it addresses areas in graphic design education that require updates and improvements. Additionally, it explores new approaches and innovative methods that can stem from this point, examined through the lens of design education. This study seeks to rethink and enhance design education by merging critical thinking and theoretical understanding with design projects. It emphasizes the significance of anchoring design research in a scientific perspective to advance design education. The study's objective is to unveil the diversity in learning styles among various models of designer education, with the aim of inspiring educators and researchers in the rapidly evolving field of graphic design to develop new educational paradigms. In this context, the study sheds light on terms like 'pedagogy' and 'heutagogy,' elucidating their role in design education. The research explores the potential impact of integrating design thinking with heutagogic methods and conveys learning practices through design. Furthermore, it examines various trends, in-class subjects, and practical initiatives in design education.

Keywords: Heutagoji, Graphic Design, Design Education, Methodology.

GİRİŞ

Öğrenme biçimleri geçmişten bugüne geçirdiği değişim ve dönüşümler çerçevesinde mevcut olanın üzerinden kendini güncellemiş; yeni formatlar ve metodolojilerin gelişmesini sağlamıştır. Bu gelişim, sadece eğitim alanında değil aynı zamanda da sosyal sistemlere eklenerek ilerlemiştir. İnsanın öğrenme sürecindeki rolden, yansıtıcı uygulama kavramına, öğrenci merkezli öğrenmeden eğitim metodolojilerine kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Özellikle eleştirel yaklaşımlar ve araştırmalar, öğrenme biçimlerini dinamik tutmuş; nasıl bir yol izlenmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Bu durum; başka öğrenme biçimlerini yeniden düşünmeye yönelik bir çağrı niteliği taşımaktadır (Blaschke ve Hase, 2016, s.25-26). Pedagoji Andragoji ve Hetagoji gibi terimler birbirlerinin birikimleri üzerinden gelişerek farklı eğitim modellerinin ortaya çıkmasını sağlayan, eğitim psikolojisinin içerisinde kendine alan açan ve öğrenme biçimlerini işaret eden etkin terimlerdir. Yirminci yüzyıl ile sistematik öğretim ve öğrenim tekniklerini araştırmak için yeni kollara açılanan pedagojik modellerde, pedagoji terimi; öğretme sanatı ve bilimi olarak tanımlanmaktadır. Eğitiminin merkezde yer alması geleneksel eğitim modlarında yaygın olarak görülen bir tutumdur. Diğer taraftan Andragoji, pedagojideki yaklaşıma daha mesafelidir. Çünkü andragoji yetişkin odaklı bir modeldir. Fakat yirmi birinci yüzyıldaki öğrenme sürecine ilişkin dikkat çekici ve geliştirici olacak olan unsurların başında; öğrenme sürecinin kontrolü eğitimciden çok öğrencilerin merkezde olduğu bir yöntem olmasıdır. Bu bağlamda geleneksel döngünün taşlarını değiştiren Andragoji, eğitim metodolojisini geliştirmiş olmasına karşın öğretici-öğrenci ilişkisindeki geleneksel çağrışımların izlerini de taşıdığı görülmektedir. Tüm bu bilgilerin ışığında hetagojik yaklaşım ise pedagoji ve andragojik yöntemlerin eksik kalan yanlarını gidermede tamamlayıcı ve yenilikçi bir sistem olarak sürecin etkin bir paydaşı olmuştur (Akyıldız, 2019, s.152-153).

Kendi kendine öğrenme biçiminin incelenmesi olarak tanımlanan hetagoji kavramı, kendi kendine öğrenme edimlerinin bir uzantısı olarak gelişmiştir. Bu bilgiden hareketle öğrenenin kişisel deneyimlerinin sonucunda ortaya çıkan kendi öğrenme yolculuğu ve bireysel öğrenme yöntemi, öğrenenin sürecin ana aktörüne dönüşmesi olarak görülmektedir. Özellikle bu terim, öğrenci müfredatı temelli bir sürecin aksine öğrenme sürecinin merkezinde yer alır. Hetagoji’de öğrenme açığa çıktıkça yeni yollar, yeni sorular ve yeni bağlamlar ortaya çıkmaktadır. Tüm bu olguları besleyen itici bir güç olarak merak duygusu da öğrenme biçimlerini derinden etkileyen önemli bir unsurdur. Kendi kendine öğrenme biçiminden uzak bırakılan eğitim metodolojilerinde; ihtiyaca yönelik cevap vermede etkinin azaldığı, öğrencilerin eleştirel düşünme ve yaratıcılık gerektiren alanlarda varlık sürdürmekte ve uyum sağlamada güçlük çekildiği gözlenmiştir. Özellikle yirmi birinci yüzyılın tasarım eğitimi içerisinde hızla gelişen teknoloji ve görsel içerik üretimleri gün ve gün ilerlemektedir. Bu hıza verilecek en olumlu yaklaşımlar, öğreticinin rolü öğrencinin ihtiyaçlarına göre kişiselleştirilmiş bir forma uygun olmakla birlikte öğrenciye rehberlik edilmesidir. Blaschke ve Hase; öğrenme ortamlarının bu bağlamda öne çıkmasını, öğrencinin neyi, nasıl ve ne şekilde keşfediyor oldukları ve bu keşifler üzerinde düşünmeleri adına fırsatlar yaratılmasını vurgulamıştır (Blaschke ve Hase, 2016, s. 27-29-32).

Kendi kendine öğrenme biçimlerinin sağlıklı şekilde gözlemlenmeye uygun alanların başında uygulamalı eğitim yapan disiplinler gelmektedir. Bu disiplinlerin içerisinde yer alan tasarım eğitimi, içeriği her geçen gün yenilikçi yaklaşımlarla öğrenme biçimlerini değiştirmektedir.

Tasarım eğitiminden ve tasarım odaklı düşünce sistemlerinden önce tasarımın nasıl olması gerektiğine dair tanımlara bakıldığında; toplumun gerçek ihtiyaçlarına cevap veren, kullanıcılarının gereksinim ve yeteneklerine uygun görsel materyaller üretebilmek ve ortaya çıkarmak olduğunu söyleyen Frascara; tasarımın topluma sunabileceği faydalara, farklılıklara, yaratıcı yanıt veren işlevsel bir tasarım olması şeklinde açıklamıştır. Bu işlevi gerçekleştirmek için özellikle tasarımın kullanıcı merkezli, kanıta dayalı ve sonuç odaklı olması gerektiğinin altını önemle çizmiştir (Frascara ve Noel, 2013). Richard Buchanan, tasarım düşüncesini tasarımın dört alanını ayırt ederek aktarmıştır. Sembolik ve görsel iletişimlerin tasarımı (grafik tasarım pratikleri dahil) maddi nesnelere (endüstriyel tasarım ve kapsamına giren pratikler) faaliyetler ve organize hizmetler (geleneksel yönetimler dahilindeki pratikler) ve yaşamak, çalışmak ve öğrenmek için karmaşık sistemler veya ortamlar (mimari tasarım ve şehir planlama pratikleri). Bu başlıklar, tasarım düşüncesinin kapsam ve çerçevesini bir anlamda belirlemeye yönelik girişimlerdir. Tasarım odaklı düşünme, bilgi ve uygulamalardan yararlanan ve bunları bütünleştiren bir sistemdir. Örneğin yeni bir ürün geliştirme görevi, yalnızca maddi nesnelere tasarım alanındaki bir görev değil, aynı zamanda kullanıcılara ürünün nasıl ele alınacağını (faaliyet tasarımı) nasıl iletileceği (iletişim tasarımı) ile de ilgilidir. Bu ilgi, yirminci yüzyılın sonlarından itibaren tasarım, her türlü sorunun çözümüne yönelik genel bir yaklaşım olarak kendine nasıl bir yer edindiğine dair ilişkin bilgiler vermektedir. Nigel Cross; tasarımı ayrı üçüncü bir “tasarım kültürü” olarak tanımlaması, tasarım odaklı düşünme başlığını yenilemenin

bir yaklaşım olarak ivme kazanmasıyla sosyal tasarımları ele alan oldukça heterojen bir paradigmaya gönderme yapmaktadır (Vermaas ve Pesch, 2020, s. 533). Dolayısıyla tasarım düşüncesi, bir sorunla başlayıp yanıtla biten benzeri proje yaklaşımlarından çok, sistemi doğru yönde ve sürekli dönüşüm amaçlayan bir dizi etkinlik olarak görülmüştür. Tasarım düşüncesine yönelik geliştirilen bu bakış açısı, tasarımcıları analizlerine daha fazla yaratım yapmaya ve tasarım tepkilerinin yansımalarını profesyonel bağlamda göstermeye yönlendirmiştir. Bu eksende ilerleyen ilgili çabalar aynı zamanda tasarım düşüncesine olan toplumsal güveni güçlendirmeye yardımcı olmaktadır (Vermaas ve Pesch, 2020, s. 543). Özellikle 1990’lı yıllardan bugüne bakıldığında tasarımcı ve tasarım düşüncesi tayfında yapılan tasarım araştırmaları sadece üretim ve ürün tasarımına hizmet etmenin ötesinde toplumsal sorunları etkili bir şekilde ele almayı amaçlayan yaklaşımlar sergilemeye başlamıştır.

Tüm bu çalışmalar tasarım düşüncesinin zenginliğini ortaya koyarken bu zenginliğin tasarım eğitime entegreli bir şekilde yansımaları, öğrencilere kazandırılması gerekmektedir. Sanat ve tasarım eğitimi veren kurumlarda algı ve bilişsel psikoloji ile ilgili okumalar ve pratikler ne yazık ki henüz çok güçlü bir biçimde sürdürülememektedir. Frascara ve Noel bu konuda, tasarım eğitimindeki pratiklere yansıyan taklit ederek öğrenme edimi için mükemmelliğe ulaşmak adına artık güvenilir bir strateji olarak görmediğini dile getirmiştir. Bu aktarımlar, öğretim yöntemlerine yeniden bakmayı zorunlu kılar niteliktedir. Öğretim sürecinde başat olarak öğrencilerin öğrenmelerini sağlayacak nitelikli deneyimler içermesi beklenmektedir. Öğrenme edimi bilginin edinilmesinin yanı sıra öğrenme becerilerinin bireysel olarak geliştirilmesini de içeren geniş bir çatı olarak görülmektedir. Böylelikle aktarım, öğretmeyle gerçekleşirken, keşfetme ise öğrenmeyle bağlantılı olarak ilerlemektedir. Öğretim ve keşfetme başlıkları eğitim süreçlerinin temellerini oluşturmaktadır (Frascara ve Noel, 2013, s. 46-47-49).

Tasarım eğitimi ve yaratıcılığa odaklanan akademisyen Sheila Pontis; son yıllar için tasarım açısından ilginç zamanlardan geçildiğini ifade etmiştir. Yirmi yılı aşkın bir süredir tasarım yüksek öğrenimiyle ilgilenenler için Pontis, iç ve dış faktörlerin tasarımcıların eğitimini nasıl etkilediğini bildiklerinden söz etmiştir. Özellikle öğrenci profili, proje türleri, uygulama alanları perspektifinde bakıldığında tasarım eğitimi, artan bu karmaşıklığa ve dönüşümlere yanıt vermeye başlamıştır. Böylelikle yapılandırmayı öncelik yapan andragojik (yetişkin odaklı) ve işbirlikçi öğretim yaklaşımlarına doğru bir geçiş bulunmaktadır. Pontis’e göre; on yıl öncesinden farklı olarak, artık gerçek dünya sorunlarına dayanan proje tabanlı öğrenme biçimleri, artan öğrenci-öğretici etkileşimi ve öğrencinin yeni formatlar geliştirmesine olanak sağlayan, üretim odaklı genişletilmiş bir müfredat sunan tasarım programlarını görmeyi yaygınlaştığına değinmiştir. Pontis problem çözmeye daha az odaklanan stratejiler ve açık uçlu, çerçevesiz problem çözme yaklaşımlarında farklı bakış açıları arayan eğitim modellerinin geliştiğini vurgulamıştır. Tasarım eğitiminin özü aynı kalmakla beraber içeriğe eklenen yeni model ve arayışlar ile giderek zenginleştiğini söylemek yanlış olmayacaktır (Pontis, 2020). Bu noktadan hareketle çalışma tasarım odaklı düşünce biçimleri üzerinden grafik tasarım

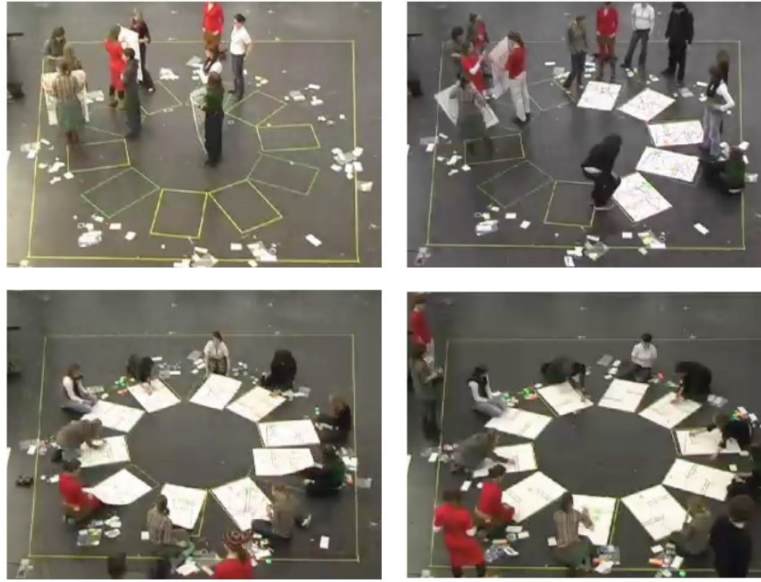
eğitiminde değişen perspektifleri ve eğilimleri tartışmış yeni metodolojileri aktarmaya çalışmıştır.

Grafik Tasarım Eğitiminde Yeni Paradigmalar

Tasarım alanı içinde grafik tasarım disiplini çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Ancak en sık karşılaşılan, görsel iletişimin bir problem çözme etkinliği olarak bilinmesidir. Tasarım topluluklarında geniş bir kesim bu yaklaşımı, grafik tasarımın sektörel işlevini tanımlamak için kullanmıştır. Söz edilen bu tanım, çoğunlukla tasarımın işlevsel ve ticari yönlerini ön planda tuttuğu; grafik tasarım mesleğinin sosyal, eğitimsel ve bilgilendirici rolleri için sınırlı bir algılamaya yol açtığı düşünülmektedir. Problem çözme terimi ise analiz ve sentez görevi üstlenmiştir. Tasarımcı, tasarım sürecinin karmaşasında anlamlı ve başarılı müdahaleler üretmesi için sorgulama ve anlama yöntemlerine başvurmuştur. Metodolojiler hem tasarım eğitimcilerine hem de tasarımcı adaylarına grafik tasarım projesinin geliştirilmesinde ve aşamalandırılmasında nelerin yararlı olabileceğine dair bilgi ve stratejileri keşfetmesini sağlamıştır. Bu yönüyle metodolojiler, grafik tasarımcılar için analitik ve pratik bir araç olarak kullanılmaktadır (Noble ve Bestley, 2005). Bu nokta da grafik tasarımın çelişkili kesişim alanları ile uygulama, analiz, tasarım teorileri, tasarım düşüncesi ve tasarım ilkeleri gibi eğitiminde güncel olarak yürütülen tasarım ve araştırma faaliyetlerinin incelenmesi gün geçtikte artmaktadır.

Tasarımcının sürekli bir sorgulama sürecine dahil olması, eğitim sürecindeki sorgulama kavramından ileri gelmektedir. Dolayısıyla hetagojiye yönelik tasarımı düşünürken, bağlam ne olursa olsun, öğrenmeye yönelik bir dizi tasarım ilkesi uygulanmaktadır. Öğrencilerin tasarım ve öğrenme süreci boyunca neyi ve nasıl öğrendikleri konusunda müzakere içinde olması, müfredatın esnek ve genişleyebilen bir kurgulamada öğrencilerin soru, motivasyon ve düşüncelerinin nasıl değişeceği dikkate alınarak geliştirilmelidir (Blaschke ve Hase, 2016, 32).

Grafik tasarım öğrencileri öğrenme biçimlerini hem bireysel hem kolektif bir bilinçle afiş tasarımı yaptı (Resim 1)'de bir grup öğrenci 22. Brno Grafik Tasarım Bienalinde kullanılması için tasarlanan afiş üretimini, bilgisayar ortamının dışında tasarlamaktadır. Öğrencilerin çember oluşturduktan sonra belirli zaman aralıklarında yanındaki arkadaşı ile yer değiştirerek, yeni ve başkasına ait olan bir tasarıma müdahalede bulunmasının yanında hem kişiselleştirilmiş öğrenim biçimini deneyimlerken hem de yeni sorular ve yeni üretimler ile karşılaşmaktadır (Puckey, 2019). Son derece proaktif bir uygulama biçimi olan bu afiş tasarımı pratiğinde hetagojik yönetime ilişkin izler göze çarpmaktadır.



Resim 1. “Afiş Tasarım Atölyesi” Bir grup öğrenci tarafından gerçekleştirilen afiş tasarım aşamasından kesitler, 2005.

Tasarımcı ve tarihçi Richard Hollis’e göre; grafik tasarımın muğlak bir dile sahip ancak sürekli olarak genişleyen bir kelime havuzu olarak belirtmiştir. Farklı disiplinlerden gelen terminolojiler grafik tasarımı ve eğitiminde yeni perspektifleri de beraberinde getirmektedir. (Noble ve Bestley, 2005). Eğitim sürecine yerleşmiş bu yeni perspektiflerle dolaşıma giren tasarım öğrencileri, kendi çalışmalarında kişisel ve eleştirel bir bakış açısı geliştirmeyi çok daha rahat uygulayabilmektedir. Titiz bir metodolojinin benimsenmesi, tasarım öğrencisine bir projeye nasıl odaklanması ve ele alınacak problemleri hangi formatlar içinde tanımlaması gerektiğine yardımcı olmaktadır (Noble ve Bestley, 2005, s. 46-47).

Tasarım yoluyla öğrenme pratiklerinin gün geçtikçe artması tasarım eğitimini daha farklı paradigmalara buluşturmuştur. 2004’ten bu yana, öğrenmenin macera öğrenimi “adventure learning” (AL) modeli dünya çapında milyonlarca öğrenciyi eğitmek için geliştirilmiştir. AL, öğrencilere ve öğretmenlere çevrimiçi bir öğrenme ortamında dünyanın çeşitli yerlerindeki maceraperestler, öğrenciler ve içerik uzmanlarıyla etkileşimde bulunurken gerçek dünya içeriği hakkında bilgi edinme fırsatı sağlayan hibrit bir öğrenme platformudur. AL, öğrenmeye yönelik iki temel teorik yaklaşıma dayanmaktadır. Bunlar deneysel ve araştırmaya dayalı yaklaşımlardır. Sorgulamaya dayalı öğrenmeyi teşvik eden bir model olan AL, deneyime dayalı öğrenmenin birleşimini kullanmıştır. Bu bakış açısından bakıldığında teknolojilerin heyecan verici döngüsü, yeni ortaya çıkan bir teknolojinin göstergesi olmuştur. Bu döngülere en hızlı uyum sağlayan eğitim teorileri ve modelleridir (The Learning Technologies Collaborative, 2010, s.93-103).



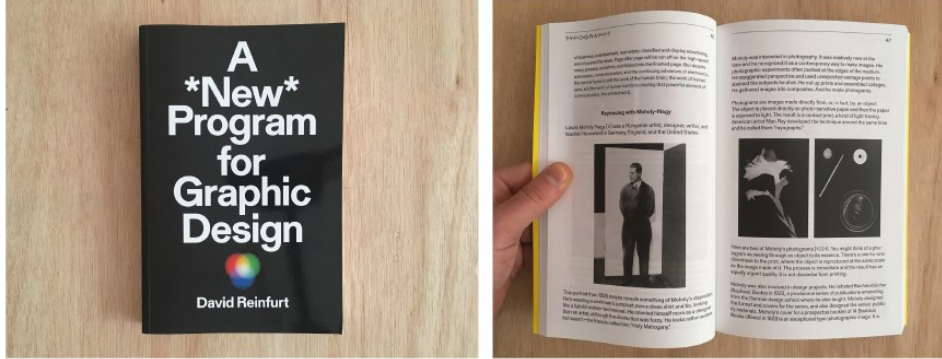
Resim 2. “2019 Bahar Dönemi Princeton Üniversitesi Öğrencileri”, Dersten bir kesit.

Son on beş yıl içinde sosyal medya araçlarındaki kullanımın artış göstermesi, bilgiyi görselleştirme ve paylaşma yöntemlerini çeşitlendirmiştir. Bu çeşitlenme, tasarım uygulamalarını ve tasarım eğitimini de şekillendirilmiştir. Günümüzde tasarım eğitiminde artan karmaşaya ve sistematik dönüşümlere yanıt vermekte daha yapıcı, iş birliğine dayalı öğretim yaklaşımlarına doğru geçiş yapılmakta olduğu gözlemlenmiştir. Sheila Pontis (2020); tasarım eğitiminin yeniden gözden geçirilmesini ve ders müfredatlarında yapılacak küçük değişikliklerin uzun vadede önemli bir fark yaratmayacağını dile getirmiştir. Tasarımcıları gelecekteki zorluklarla başa çıkabilme becerisini kazandırmak için yeni pedagojik modellere ihtiyaç olduğuna değinen Pontis, “hetagoji” öğrenme modelinin gelecekteki tasarım sürecine ciddi katkılar sağlayacağını belirtir. (Resim 2)’de tasarım eğitimini yeniden düşünme üzerine ders içi konuşmalar ve fikir alışverişlerinin yapıldığı görülmektedir. Bu model, tasarım eğitiminin standart yaklaşımlarından farklı olarak “bireyselleştirilmiş” bir öğrenme biçimini benimsemektedir. Söz edilen yaklaşım, eğitimcilerin uzaktan eğitimde ortaya çıkan yeni teknolojileri kullanarak öğretim yöntemi geliştirme ve aktarma yollarını yönlendirmek için bir teori olarak öne sürülmüştür (Blaschke ve Hase, 2016, 32).

Tasarım eğitimiyle ilgili değişkenliklere verilen yanıtlar, eğitmen ve öğrencinin değişen profilleri, yirmi birinci yüzyılda tasarım öğrencilerinin ve tasarımcı adaylarının yeterlikleri ve yeteneklerini iş birliği, yaratıcı uygulama, esneklik ve disiplinler arası düşünme biçimleri grafik tasarım eğitimi başlığının olmazsa olmaz yaklaşımlardandır.

Bu bağlamda grafik tasarım eğitiminin yeni perspektifler ile ilişkili olabilecek, teorik ve pratik alanlardaki tasarımcıların, araştırmacıların ve eğitimcilerin bir birleşimi olan Ulm Tasarım Okulu’na bakmak doğru bir adım olacaktır. Ulm Tasarım Okulu’nda daha bilimsel bir yaklaşım içeren yeni temel eğitim türleri arasında Tomás Maldonado tarafından tasarlanmış olan algı teorisi ve matematikteki teorik bilgiye dayalı eğitimler yer almıştır. Bu temel eğitimin ana konusu görsel metodolojidir. Görsel metodolojinin amacı; öğrencileri tasarım süreçlerinin

bilinçli ve kontrollü bir şekilde ele alınması konusunda eğitime fikrini taşımaktadır. Daha sonra “Ulmer Modeli” olarak adlandırılan yeni bir eğitimde ise “Algılama ve Gestalt Teorisi, Simetri Kavramları ve Topoloji” gibi geniş bir içeriğe sahip olmuştur (Leopold, 2013, s. 368-369-377). Ulm Tasarım Okulu'nda geliştirilen bu yöntemler, pratikler ve fikirlerin günümüzün dijital tabanlı ve parametrik tasarım yaklaşımları için verimli bağlantı noktaları olduğu kanıtlanmıştır.



Resim 3 “A New Program for Graphic Design”, David Reinfurt’un kitabından kesitler.

Bu yaklaşımlar, akademisyen David Reinfurt’un “A New Program for Graphic Design” adlı kitabı pragmatik ile deneysel olanı birleştiren, yirminci yüzyılın ortalarından sonlarına kadar uzanan pedagojik modeller üzerine inşa edilen bir kitapla yeniden gündem olmuştur (Resim 3)’deki kitap, grafik tasarımın yalnızca ticari başarıya değil, toplumsal faydaya da yönelik olması gerektiğini savunmaktadır. Kitap içeriği, insan etkileşiminden tipografiye, tasarım teorilerinden, öğrenci projeleri ve üretimlere kadar geniş bir çerçevede ele alınmıştır. Kitap, Max Bill, Rudolf Arnheim, Dondis A. Dondis, George Corrin ve yinelenen tasarımcılar Bruno Munari ve Susan Kare'den örneklere yer vermiştir (talkingtohosts, 2021).

Bu bilgidен hareketle Ulm Tasarım Okulu’ndaki yaklaşımların ve Reinfurt’un kitabındaki pedagojik modellerin, grafik tasarımın farklı disiplinlerle olan ilişkilerinden doğacak yeni model ve yöntemlere ne kadar açık ve uygun olabileceğinin bir kanıtıdır.

Icograda 2000 ve 2011’de dünya çapında çeşitli tasarım disiplinlerinden tasarım eğitimcileri ile iş birliği içinde yazılan iki kapsamlı manifesto yayınlamıştır. Bu manifestolarda, Bonsiepe’yi tekrarlayarak, "grafik tasarım" teriminin "teknolojik açıdan zayıflatıldığını” bunun yerine "görsel iletişim tasarımının daha iyi bir terim olduğunu öneren bilgilere yer verilmiştir. Grafik tasarımcı ve eğitmen Gunnar Swanson’a göre; “tasarım eğitimi eleştirel bir zihniyete odaklanmalı, teori ve tasarım tarihi, tasarım eğitiminin ayrılmaz bir parçası olmalıdır” açıklamalarıyla tasarım eğitimindeki olması gereken vizyonu öne çıkarmıştır. 2011’deki manifestoda üslup değişerek “görsel” sözcüğü herhangi bir açıklama yapılmadan çıkarılmış ve “iletişim tasarımı” ‘entelektüel, yaratıcı, stratejik, yönetsel ve teknik bir faaliyet’ olarak tanımlanmıştır. Ancak bilgi çağının profesyonelleşmesine doğru varoluşsal bir ivmeye dikkat çekmekte ve on yılın sonundaki "entelektüel ve yaratıcı" faaliyetin bu alanda hayatta kalmayı garantilemek için yeterli olunmayacağı açıkça görülmektedir (Cezzar, 2020, s. 215).

Tasarımcıların problem çözme stratejileri tek disiplinli takımlardan çoklu ve disiplinler arası takım çalışmalarına doğru gelişmiştir. Pazarlama, tasarım, mühendislik, teknoloji, sosyal bilimler ve tıp dahil olmak üzere tasarım çözümlerinin geliştirilmesine farklı disiplinlerden profesyoneller dahil edilmektedir. Bu disiplinlerin her biri modern problem çözme sürecinin vazgeçilmez bir bileşeni haline gelmiştir. Farklı geçmişlere sahip profesyoneller, sürecin ilk aşamasında, yani kavramsal tasarım aşamasında, çözümlere yönelik güçlü temeller elde etmek için birlikte çalışır (Pontis 2011, s.66). Tam olarak bu noktada tasarım eğitimi için bu türden bir yaklaşımı benimsemek, tasarım uygulamalarına dahil ederek yeni metodolojilere eklenerek ilerlemesi, farklı tasarım eğilimlerine zemin hazırlayabilmektedir.

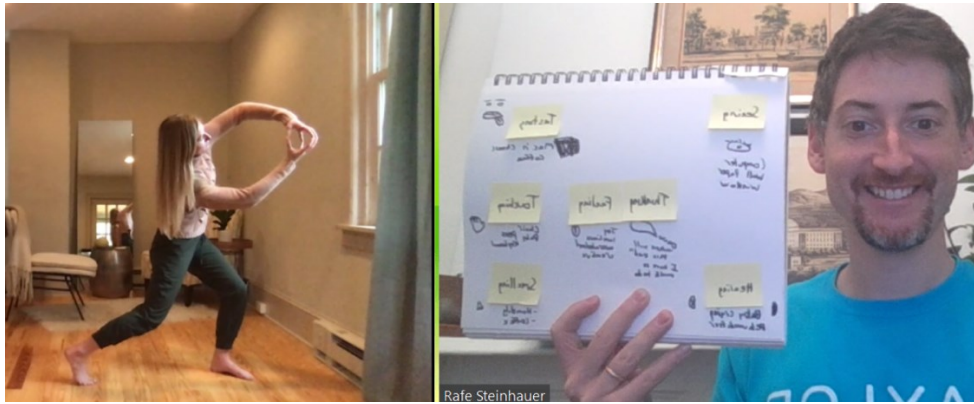
Öğrenme Biçimleri Üzerine Yeniden Düşünme

Grafik tasarım uygulamalı bir alan olması nedeniyle başarı ölçütünü ortaya koyduğu üretimler ve pratikler üzerinden ölçen bir disiplindir. Genellikle grafik tasarım eğitiminde gerekli beceri ve prosedürlere odaklanmış bir eğitim müfredatı hakimdir. Özellikle okuma ve çıkarımların en aza indirildiği stüdyo derslerinin sayıca fazla olduğu, projeler ve ödevler aracılığıyla öğrencilere verilen bir eğitim yöntemi ağırlıklıdır. Ancak günümüzde tasarımcılardan çok çeşitli konuları ele almalarının istenmesi, tasarım eğitiminde yeni türde bilgi ve becerilere ihtiyaç duyulduğunu gösteren güçlü bir argümandır. Bu bağlamda probleme dayalı öğrenme ve proje merkezli öğrenme, deneyimsel öğrenmenin biçimlerinden biridir. Buradaki en belirgin nokta kapsam olarak bakılmasıdır. Proje merkezli eğitim, yalnızca bir sorunu çözmek veya bir ürün üretmek yerine, sosyal, toplumsal, ekonomik, etik, ekolojik yönleri ile çözümün daha da fazlasını içeren eksiksiz bir çözümü kapsar. Bu, tasarımcılar için çok kritiktir. Günümüzde tasarımcılar sıklıkla tasarımlarının başkaları tarafından "mahvedildiğinden" şikâyet etmektedir. Fakat bir yerden bakıldığında başkalarının tasarımı değiştirmek zorunda kalması, tasarımın diğer kritik gereksinimleri karşılayamadığı anlamına gelmektedir. Bu eksik yanların güçlendirilmesi için tasarım eğitimi tasarım düşüncesini besleyecek olan yeni metodolojiler ile tamamlanmalıdır (Kirschner ve Norman, 2021).

Bu kapsamda "esnek öğrenme" felsefesi bu yeni metodolojilere ve eğilimlere öncülük edebilmenin yanı sıra esnek öğrenmenin pek çok tanımı, öğrenmenin öğrenci merkezli bir yaklaşım olduğunu ve bunun ayırt edici özelliğinin "öğrencilerin ihtiyaçlarına ve koşullarına uyarlanabilirliği" üzerinde düşünülmesi, grafik tasarım ve birçok tasarım disiplini adına geliştirici bir girişim olabilmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken başlıca hususlardan biri öğrenme açısından, bir öğrenci için "esnek" olan şey, bir başkası için "katı" olabilmesidir. Bu durumda kişisel uyum kavramı, esnek öğrenmenin "öğrencilerin zamanlama, öğrenme modları ve öğrencilerin kendileri için öğrenmeyi neyin oluşturduğunu tanımlayabilmelerini rahatlıkla gerçekleştirebilecek bir proje çerçevesinden yaklaşması anlamına gelmektedir (Willems, 2011, s. 29-30).

Son yıllarda öne çıkan duygusal zekâ, tasarım eğitiminde başka bir eğilim olarak yer almaktadır. A. Mecquel, Princeton Üniversitesi, Lewis Sanat Merkezi'nde bulunan bir öğretici ve öğretim görevlisidir. Tulane Üniversitesi Phyllis M. Taylor Sosyal İnovasyon ve Tasarım

Merkezi'nde tasarım odaklı düşünme alanında misafir yardımcı doçent olan Rafe Steinhauer'ın Mecquel ile ortak yürüttüğü sekiz haftalık bir çevrim içi ders olan “Embodying Design Mindsets” adlı bir eğitim vermiştir. Çalışmanın mottosu “Anlatma, Göster” pratiği üzerinden iki mikro çalışmadan oluşmaktadır. Mecquel ve Steinhauer, duygusal zekâ ve bedensel zekâ becerilerini geliştiren bir dizi alıştırmalar yapmıştır. (Resim 4)'de yer alan bu alıştırmalar, sezgiyi fark etmek; özgünlük, yaratıcılık, akıl yürütme, geri bildirim, hayal gücü ve empati üzerine gerçekleşmiştir. Mecquel ve Steinhauer'a göre; empati, tasarım eğitiminde giderek kutuplaşan bir konudur. Özellikle tasarımda (eğitimde) empatiden bahsetmenin anlamsız olduğuna dair çokça yorum almalarına karşın ayrıca empatiye bakmak isteyen bu eğitimciler, bugün empatiyle ve empatiyi göz ardı etmenin, onu duygusal zekâ olmadan öğretmek kadar zararlı olduğuna dair bir varsayımda bulunmuşlardır ve empati odaklı bir alıştırmaya daha yapmayı uygun bulmuşlardır. Bu ders ile beklenen çıktı hem duygusal zekâyı hem de bedensel zekâyı açıkça öğretmek tasarım eğitimini nasıl algılamaya çalışıldığına dair bir örnek oluşturmuştur. “Bilişsel Empati, Duygusal Empati ve Empatik İlgi” adı altında dersi üç başlıkta yürüten eğitimciler, tasarım eğitiminde duygusal zekâyı açıkça öğretmeye yönelik ders modülünden sadece bir tanesini olduğuna değinmiştir (Steinhauer, 2020).



Resim 4 “Princeton Üniversitesi Çevrimiçi Embodying Design Mindsets adlı ders”e ait bir kesit.

Grafik tasarım mesleğine bakıldığında tasarım ve toplum derin iletişim bağlarıyla birbirine bağlıdır. Yeni toplumsal taleplere yanıt olarak tasarımın yeni işlevleri tarafından üretilen güncel tasarım çözümlerinin değiştirilmesine veya geliştirilmesine sürekli ihtiyaç duyulmaktadır (Pontis 2011, s.64). İşte bu nokta mevcuttaki yeniyi daha iyi anlamın yolu, empatiden geçmektedir. Mecquel ve Steinhauer'ın yaptığı derslerde özellikle grafik tasarım eğitimi alan öğrenciler için son derece proaktif bir eğitim modeli olduğu görülmektedir.

Sanatta ve tasarımda oluşturulan öğretim stratejileri, çevrim içi dersleri daha anlamlı ve etkileşimli hale getirmeyi amaçlayan eğitimcilere keyifli ve geliştirici bir rota oluşturmaktadır (Perry ve Edwards, 2010, s.129). Mecquel ve Steinhauer'ın çevrim içi öğretim stratejilerini açıkça uyguladığı bu derslerde, özellikle de sanatsal pedagoji teknolojilerine ilişkin yeni bir anlayış ve arayış sağladığı görülmektedir.

SONUÇ

Tasarım eğitimi geçmişten getirdiği modelleri bugünün tasarım anlayışıyla buluşturan genişletebilen ve farklı bağlamlarla dolaşıma girebilmesiyle esnek bir yapıya sahiptir. Bu kapsamdaki teori ve metodolojideki problemler her dönem tasarımcı, eğitimci teorisyen ve araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınmıştır. Tasarım uygulamaları yoluyla tasarım araştırmaları ve eğitimdeki denenen yaratıcı yöntemler, teknolojik gelişmeler ve sosyoekonomik süreçlere paralel olarak ciddi bir ivme göstermektedir. Özellikle grafik tasarım ve görsel iletişim eksenindeki disiplinler, bu gelişimlere rahatlıkla uyum sağlayabilmektedir. Tasarım eğitimindeki ayırt edici faktör, geniş bir yelpazede görsel, dilsel yeteneklere sahip öğrencilere sıradan ve hep bilinen yolları takip etmelerinin dışında, daha da geniş bir sonuç yelpazesine ulaştırma çabasına girilerek; tasarım eğitimine yeniden bakılması gerekmektedir. Bu bakış açısı, tüm tasarım disiplinleri için geçerli olmasına karşın özellikle grafik ve iletişim tasarımında sonuçlarının daha hızlı gözlemlenmek ve dönütleri alabilme noktasında görece başarılı olabilecek alanların başında gelmektedir. Bu çerçevede özelinde bakıldığında, eleştirel düşünce ve teorinin kavranmasını tasarım projeleriyle birleştirerek, tasarım eğitimi yeniden düşünmeyi ve geliştirmeyi kendilerine sorumluluk atfeden tasarımcı ve araştırmacıların sayıca artması yine tasarım eğitimi için olumlu sonuçlara neden olacaktır. Dolayısıyla tasarım araştırmalarını bilimsel bir bakış açısı ile temellendirip, tasarım eğitimine odaklanmanın önemi, müfredatları ve tasarım metodolojilerini zaman içinde değiştirecektir. Tasarım eğitimi modellerine göre şekillendirilmeye başlayan dersler ve müfredatlar daha kavramsal, bütünleştirici ve kapsayıcı bir disiplin inşa etme fırsatını ortaya çıkarmaktadır. Grafik ve iletişim tasarımı eğitimindeki bazı olgular çoğunlukla fakültenin veya disiplinin kontrolü dışındaki dış etkenlere göre değişiklik gösterse de tasarım eğitimindeki bu dönüşümler meydana geldikçe hem disiplinlerin kendisi hem tasarım eğitimi veren kurumların vizyonu hem de öğrenciler birçok yönden yeni ve farklı gereksinimlere cevap verilebilecektir. Farklı disiplinlerin getirdiği metodolojilerin ve çevrim içi öğrenme biçimleri, tasarım eğitimindeki modeller üzerinden farklı oluşumlara yer açacaktır. Sonuç olarak çalışma bu inceleme ile söz edilen farklı öğrenme biçimleri, tasarım öğrencilerinin beklentileri, tasarım öğretmenlerini farklı modlar, teoriler ve metodolojiler geliştirmeye teşvik etmesi amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

Akyıldız, T.S. (2019). Do 21st Century Teachers Know about Heutagogy or Do They Still Adhere to Traditional Pedagogy and Andragogy? *International Journal of Progressive Education, Volume 15 Number 6, 2019.*

Blaschke, L. M. & Hase, S. (2016). Chapter 2 Heutagogy: A holistic framework for creating twenty-first-century self-determined learners, *The Future of Ubiquitous Learning: Learning Designs For Emerging Pedagogies,*

Cezzar, J. (2020). Teaching the Designer of Now: A New Basis for Graphic and Communication Design Education. *she ji, The Journal of Design, Economics, and Innovation* Vol. 6, No. 2, Summer 2020.

Collaborative T.L.T. (2010). “Emerging:” A Re- Conceptualization Of Contemporary Technology Design and Integration, (Ed. Veletsianos, G), *Emerging Technologies in Distance Education*, AU Press.

Frascara, J ve Noel, G. (2013). “What’s Missing in Design Education Today. *Visible Language* 46.1 /2,

Kirschner. A.P, Norman, D. (2021). Teaching and Learning Of Design. *Education Today*.

Leopold, C. (2013). Precise Experiments: Relations Between Mathematics, Philosophy and Design at Ulm School of Design. *Nexus NetwJ*-Vol.15, No.2, 2013.

Noble, I. –Bestley, R. (2005). *Visual Research an Introduction to Research Methodologies in Graphic Design*, AVA Publishing UK.

Perry, B. Edwards, M. (2010). Creating a Culture of Community in the Online Classroom Using Artistic Pedagogical Technologies, (Ed. George Veletsianos), *Emerging Technologies in Distance Education*, AU Press.

Pontis, S. (2011). The Role of Design: Yesterday and Today. In: DESIGNA 2011, *1st International Conference on Design in the University of Beira Interior*. Covilhã, Portugal 25th-26th November 2011.

Pontis, S. (2020). Redesigning Design Education: Better Together, <https://sheilapontis.com/2020/11/24/redesigning-design-education-better-together/>

Puckey, J. (2019). The Poster Factory, <https://jonathanpuckey.com/projects/graphic-design-in-the-white-cube/>

Steinhauer, R. (2020). Emotional Intelligence in Design Education, <https://medium.com/future-of-design-in-higher-education/emotional-intelligence-in-design-education-ee9e610a01e7>

Talkingtoghosts, (2021). David Reinfurt’s “A new Program for Graphic Design”, <https://www.talkingtoghosts.com/home/2021/11/22/review-david-reinfurts-a-new-program-for-graphic-design>

Vermaas, E. Pech, U. (2020). Revisiting Ritter and Webber’s Dilemmas: Designerly Thinking Against The Background of New Societal Distrust. *She ji, The Journal of Design, Economics, and Innovation* Vol. 6, No. 4, Winter 2020.

Willems, J. (2011). Students Perceptions: Flexing Pedagogy and Practice, (Edited by; Elizabeth Burge, Chere Campbell Gibson, And Terry Gibson. *Flexible Pedagogy, Flexible Practice Notes from the Trenches of Distance Education*. Published by AU Press, Athabasca University, 2011.

Görsel Kaynakça

Resim 1 “*Afiş Tasarım Atölyesi*” Bir grup öğrenci tarafından gerçekleştirilen afiş tasarım aşamasından kesitler, 2005. <https://jonathanpuckey.com/projects/graphic-design-in-the-white-cube/> (Erişim: 20.08.2023).

Resim 2 “*2019 Bahar Dönemi Princeton Üniversitesi Öğrencileri*”, Dersten bir kesit. <https://sheilapontis.com/2020/11/24/redesigning-design-education-better-together/> (Erişim: 20.08.2023).

Resim 3 “*A New Program for Graphic Design*”, David Reinfurt. <https://goodpress.co.uk/products/a-new-program-for-graphic-design-by-david-reinfurt> (Erişim: 20.08.2023).

Resim 4 “*Princeton Üniversitesi Çevrimiçi Embodying Design Mindsets adlı ders*”e ait bir kesit. <https://medium.com/future-of-design-in-higher-education/emotional-intelligence-in-design-education-ee9e610a01e7> (Erişim:20.08.2023)

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 132-147.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 01.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Dr. Öğr. Üyesi Zehra ATABEY

Trakya Üniversitesi

zehratabey@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2308-0819

KÜRESEL BİR MARKA OLARAK IKEA’NIN BASILI REKLAM KAMPANYALARINDAKİ TASARIM ANLAYIŞI: İSVEÇ VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

ÖZET

Marka, bir ürünün diğerlerinden ayırt edilmesi ve hedef kitleye bilgi verme amacını taşımaktadır. Teknolojinin gelişimi dünya genelinde ulaşım ve bilginin kolay bir şekilde sağlanmasına olanak vermiştir. Bu doğrultuda, markalar da dünya çapında aynı isim ve işaret ile uluslararası pazarda kendilerine yer edinmeye çabalamaktadır. Küresel markalar pazarda tutunmaya çalışırken, kendilerine özgü değerleri de tasarımlarına aktardıkları düşünölmektedir. Araştırmada küresel bir marka olan IKEA’nın basılı reklam kampanyalarında görsel tasarım unsurları ve bu unsurların tasarımda ortaya çıkardıkları ifade biçimleri üzerinde durulmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, IKEA markasının basılı reklam kampanyalarındaki tasarım anlayışını ele almaktır. Çalışmada, IKEA markasının İsvet ve Türkiye basılı reklam kampanyalarının görsel tasarımları ve tasarımı oluşturan unsurlar aracılığıyla markanın kurum kültürünün yapıtaşlarından biri olan değerleri incelenmektedir. Araştırma betimsel analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına IKEA markasının İsvet ve Türkiye basılı reklam kampanyaları alınmıştır. Araştırmanın örneklemini İsvet’ten 4 reklam kampanyası kapsamında 9 basılı reklam çalışması ve Türkiye’den 5 reklam kampanyası kapsamında 13 basılı reklam oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Marka, Küresel Marka, Tasarım, IKEA, Basılı Reklam

IKEA AS A GLOBAL BRAND DESIGN CONCEPT IN PRINTED ADVERTISING CAMPAIGNS: THE CASE OF SWEDEN AND TURKEY

ABSTRACT

The brand aims to distinguish a product from others and to inform the target audience. The development of technology has made it possible to easily provide transportation and information around the world. In this direction, brands are striving to gain a place in the international market with the same name and sign around the world. It is thought that while global brands try to hold on in the market, they also transfer their unique values to their designs. In the research, visual design elements in the print advertising campaigns of IKEA, a global brand, and the forms of expression these elements reveal in design are emphasized.

The aim of this study is to discuss the design concept of the IKEA brand in print advertising campaigns. In the study, the values that are one of the constituent of the corporate culture of the brand are examined through the visual designs of the Swedish and Turkish print advertising campaigns of the IKEA brand and the elements that make up the design. The research was carried out with descriptive analysis method. Swedish and Turkish print advertising campaigns of the IKEA brand were included in the research. The sample of the research consists of 9 print advertisements within the scope of 4 advertising campaigns from Sweden and 13 printed advertisements within the scope of 5 advertising campaigns from Turkey.

Keywords: Brand, Global Brand, Design, IKEA, Print Advertisement

GİRİŞ

Pazar ortamında rekabetin artması ile birlikte, kurumlar ürünlerini rakiplerinden ayırt etmekte zorluk yaşamaya başlamışlardır. Bunun sonucunda da ürünlerin diğer ürünlerden farklı olabilmesi adına, marka konusu gündeme gelmiştir. Marka, ürünün diğerlerinden ayırt edilebilmesini ve akılda kalıcı olmasını sağlamaktadır. Böylece tüketici ürünü satın almaya yönelik olarak eyleme geçmektedir.

Teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte, ürünlerin, hizmetlerin ve dolayısıyla markaların ülke dışına yayılımı başlamıştır. Bu süreçte markaların tutunabilmeleri ve başarılı olabilmeleri için, bu yeni ortama adapte olmaları ve küreselleşmenin getirdiği yenilikleri özümsemeleri gerekmiştir. Bu ortamda var olan ve yaklaşık 80 yıllık bir geçmişe sahip olan IKEA’da küresel pazarda kendine yer edinen İsveç kökenli bir markadır. IKEA’nın kurum kimliğini İsveç değerleri oluşturmaktadır. Kurucusunun isminin ve kurulduğu kasabanın baş harflerini taşıyan ve İsveç bayrağının renklerine sahip olan logosuyla IKEA uygun fiyatlı ve kullanışlı ürünler sunan bir markadır.

Kurumsal tasarımın bileşenlerinden biri olan iletişim tasarımı, kurumların görünen yüzü olarak tüketiciye ürün ve hizmetler hakkında bilgi akışını sağlamaktadır. Bir kurumun iletişim tasarımı gerçekleştirilirken, tutarlı ve bir bütünlük içinde olması beklenmektedir. Tasarımlar kurumların, kendilerine ve ürün ve hizmetlerine ilişkin olarak somut bir şekilde hedef kitleye ulaşmalarına olanak vermektedir. Tüketici logo/amblem, renk ve tipografi gibi görsel tasarım unsurlarıyla, kurum, ürün ve hizmetlere ve kurumun değerlerine ilişkin fikir sahibi olmaktadır. Bu durum, görsel tasarım unsurlarının doğru ve etkili bir şekilde kullanımı ile sağlanabilmektedir. Bu çalışmanın amacı IKEA markasının basılı reklam kampanyalarındaki tasarım anlayışını ele almaktır.

Marka, Küresel Marka Kavramı ve IKEA

Teknolojinin gelişimi ile birlikte pazarın hareketlenmesi, rekabetin artmasına neden olmuştur. Bu doğrultuda kurumlar ürünlerini geliştirmelerinin yanında, onları diğerlerinden ayırt etme ihtiyacı duymuştur. Bunun sonucunda marka kavramı gündeme gelmiştir. Tüketici ve ürün arasında bir bağlantı görevi üstlenen marka ile ilgili tanımlar şu şekilde sıralanabilir: Tanınmış pazarlama uzmanı Aaker’a göre marka (2007: 25), satıcının mal ya da hizmetlerini belirlemesine ve bunları rakiplerinden farklı kılmasına aracılık eden ayırt edici isim ya da sembollerdir. Ürünün ayırıcı özelliklerini oluşturan sembol ve işaretler olarak marka, müşteriye ürünün kaynağına ilişkin bilgi sağlarken, müşteri ve üreticiyi benzer ürünleri üreten rakiplerinden korur. Marka, ürünün rakiplerinden ayrılmasını sağlayacak, farklılık oluşturacak semboller bütünü ya da isim olarak da tanımlanmaktadır (Elden, 2009: 94). Karpat Aktuğlu ise (2009:11-12) markayı şu şekilde tanımlamaktadır; özellikle somut ürünleri birbirinden ayıran ve tüketicinin satın alma sürecinde etkili olan pazarlama ve reklam faaliyetlerinin odak noktasını oluşturmaktadır. Tüm bu tanımlar ışığında; markanın, isim (sözel) ve işaret (görsel) unsurları aracılığıyla, ürünlerin rakiplerinden ayırt edilmesini sağladığı ve duygu ve düşüncelerin tüketiciye yansıtılarak ürüne bir kişilik kazandırdığı sonucuna varılabilmektedir.

Sözel ve görsel unsurlar aracılığıyla ürünlerin tüketiciler tarafından tanınmasını sağlayan kurumlar sadece yerel pazarda değil, aynı zamanda bilgi ve ulaşım teknolojilerinin de gelişimi ile birlikte uluslararası pazarda da kendilerine yer edinebilmektedir. Dünyanın küresel bir köye dönüştüğü günümüzde, önceden ismi bile bilinmeyen ülkelerin durumu takip edilebilmektedir (Açıkgöz, 2009: 45). 1980’li yıllarda gündeme gelen küreselleşme (globalleşme) kavramı en genel tanımıyla, dünyanın bir bütün halinde tek bir pazar haline gelmesidir. Bu yalnızca ekonomik olarak değil, aynı zamanda politik, sosyal ve kültürel olarak ilişkilerin artması, dünyadaki kutuplaşmanın azalmaya başlaması ve farklı kültürel, inanç ve değerlerin bilinmesi gibi birçok alanda etkili olmaktadır (Karpat Aktuğlu, 2009:102).

Küresel marka, dünya genelinde ürünlerin aynı isim, ifade biçimi, sembol, tasarım veya bunların bir araya getirilerek kullanılması ve rakiplerinden ayrılması temeline dayanır (Ghauri vd., 2010’dan akt. Karataş vd. 2014, 30). Hofstede ve Hofstede’ye (2005) küresel markayı şöyle tanımlamaktadır; birçok ülkede faaliyette olma, benzer konumunu bütün pazarlarda muhafaza

edebilme, marka ismi ve marka logosuna sahip olma gibi özelliklerinin bulunması gerekir. Küreselleşmiş kuruluşlar, tüm pazar için standartlaştırılmış ürünler, promosyon kampanyaları, fiyatlar ve dağıtım kanalları kullanır. Pazarın küreselleşmesi, uluslararası pazarlamaya tam bağlılık gerektirir; dünyanın tek bir pazar olduğu görüşünü somutlaştırır. Örneğin Nike spor ayakkabıları, Levis kot pantolonlar ve Coca Cola’nın küresel sınırları aşmış olması gibi (Vignali, 2001: 97-98). Hollis, (2011: 45) ise, markanın temel bileşenlerinin aynı olduğunu savunsa da, bazı özelliklerin markanın türüne, kategorisine veya yerel kültüre göre değişiklik gösterebileceğine işaret etmektedir.

IKEA, düşük fiyatlarıyla daha fazla kişinin satın alabilmesine olanak sağlayan, işlevsel ve yaratıcı mobilyalar sunan bir firmadır. Fiyat politikası ve kullanışlı tasarımlarıyla daha çok kişiye ulaşmayı amaç edinen firma, “Çoğunluk için daha iyi günlük yaşam yaratmak” vizyonunuyla hareket etmektedir. Firmayı rakiplerinden ayıran üretim ağırlıklı tasarım, tedarikçilerle iş birliği içinde olma, depolamada alandan kazanç, nakliyeyi müşterinin üstlenmesi ve müşterilerin montajı kendilerinin yapması gibi özellikleriyle ürün fiyatlarının düşük olması sağlanmaktadır (Yılmaz, 2007: 60).

İsveç kökenli bir firma olan IKEA, İsveç kültürüne özgü kalite, eşitlik ve yaratıcılık gibi özellikleri yansıtmaktadır. Kurum imajı olarak İsveç kültürünün özelliklerine sahip olan IKEA, İsveç’e özgü olan kalite ve sağlamlığı ürün ve hizmetlerine yansıtmaktadır. Bununla birlikte; İsveç insanın sahip olduğu dakik olma, sade, samimi, mütevazı olma, ortak karar alma ve eşitlik gibi özellikleri IKEA’nın kurum kültüründe de görmek mümkündür (Aydın, 2012: 96)

Markalar ulusal değerlerinden güç alarak bu değerleri kimliklerine yansıtabilmektedirler. Ülkeye özgü olumlu değerler, uluslararası pazarda marka değerine olumlu katkılar sağlamaktadır. IKEA markası da İsveçliliği ve uluslararası pazarda İsveç orijinini marka kimliğine aktarabilmektedir (Demir, 2007: 46)

Küresel Bir Marka Olarak IKEA ve Tasarım

Kurum kimliğinin temel bileşenlerinden biri olan kurumsal tasarım; ürün tasarımı, iletişim tasarımı ve çevre tasarımından oluşmaktadır. İletişim tasarımı kurumun hedef kitle ile kurduğu iletişimde, iletişim araçlarının (birincil unsurlar: logo/ amblem, kurumsal renk, tipografi, şablon/layout) birbiriyle ve tüm kurum kimliği unsurlarıyla uyumlu bir tasarım içinde olmasını sağlar. Kurumun sembolik öğelerle ifade edildiği bu alandaki tüm tasarım öğelerinin birbirleri ile uyumlu olması beklenmektedir (Elden&Yeygel, 2006: 141).

Grafik tasarımcıların kendilerine özgü bir kelime dağarcıkları bulunmaktadır. Tasarım problemine doğru bir yaklaşım sağlayabilmeleri, bu tasarım dilini anlayarak benimseyerek ve geliştirerek gerçekleştirilebilmektedir. Bunun sonucunda da mesaj net ve doğru bir şekilde hedef kitleye ulaşmaktadır. Mesaj iletimi tipografi, renk ve görseller yoluyla sağlanmaktadır (Ambrose&Harris, 2013a: 100). Basılı reklam tasarımlarında görsel tasarımı oluşturan unsurlar

yoluyla, mesajın doğru ve etkili bir şekilde iletilmesi hedeflenmektedir. Bu tasarımlar gerçekleştirilirken tasarım anlayışı olarak, kurumun kimliğine uygun ve kurum kimliğinin bütünlüğünü bozmayacak bir tasarım dili sağlanmaktadır.

Tanıtımı yapılan ürün ya da markaya kimlik kazandıran unsurlardan biri renktir. Tasarımcı kurumsal bir tasarım hazırlarken, rengin kültürel çağrışımı, hedef kitlenin renk tercihi, firma ya da ürün karakteri ve kişiliği ve tasarımdaki yaklaşım biçimini göz önünde bulundurmalıdır (Becer, 2002: 60). Renk, reklam çalışmalarında ürünün fark edilir ve tanınır olması, tipografinin okunaklı olması, ürüne kişilik verilmesi ve ikna gücünün artırılması gibi faydalar sağlamaktadır (Ürper, 2012: 152)

Tipografi, kurum tasarımcısının bir aracıdır. Bir basılı malzeme için seçilen yazı firmanın tüm görsel kimliğiyle karakteristik bir etken oluşturmaktadır (Okay, 2013: 127) Bu nedenle başlık, metin ya da slogan kullanımında tipografi seçimine dikkat edilmelidir. Net ve kolay okunabilen yazılar seçilirken, aynı zamanda kurum kimliğini de etkili ve doğru bir biçimde yansıtmayı göz önünde bulundurulmalıdır. Tselentis’e (2011: 36) göre, yazı karakterleri düz ya da yan anlamlar taşıyabilmektedir. Bir yazı karakterine objektif olarak bakıldığında, serifliye karşı serifsiz, genişletilmiş yazı karakterine karşı dar yazı gibi özelliklerden öte görsel bir değerlendirme yapılabilmektedir.

Fotoğraf kullanımı reklamda tanıtılan ürünü daha ilgi çekici bir hale getirmektedir. İllüstrasyon ise bir reklam tasarımında fotoğrafın gösteremeyeceği nitelikte bir konu olması, görselin daha ayrıntılı bir şekilde gösterilmesi ya da hayal gücüne dayalı görsellerin istenmesi durumunda tercih edilmektedir (Arnston: 2007’den akt. Elden&Okat: 2015: 121).

Şablon/layout ya da sayfa düzeni tasarımın genellikle ızgara, yapı, hiyerarşi, özel ölçüler ve aralarındaki ilişkiler açısından değerlendirilmesidir. Dolayısıyla sayfa düzeni, bilgiyi denetlemek veya düzenlemek için kullanılmaktadır ve yaratıcılığa olanak sağlamaktadır (Ambrose&Harris, 2013b: 10). Sayfa düzeni, bir tasarımda yer alan görsel ve tipografik unsurların düzenlenmesine ve bu unsurların aralarındaki ilişkilerin sistemli olmasına olanak sağlamaktadır.

Kurum logosu/amblemi, bir kurum, marka ya da ürünün özelliklerini yansıtan ticari sembollerdir. Logo/amblem hedef kitleye marka imajını yansıtan en önemli unsurdur (Elden&Okat: 2015: 123-124). İç ve dış hedef kitleye yönelik olarak geliştirdiği açık ve dürüst bir iletişimle IKEA, “IKEA evinizin her şeyi” sloganıyla kitlelere ulaşmaktadır. IKEA logosu İsveç bayrağının renklerinden oluşmaktadır ve kurucusunun ismi ve doğduğu kasabanın adının baş harflerinden meydana gelmektedir (Aydın, 2012: 99).

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın amacı, IKEA markasının İsveç ve Türkiye basılı reklam kampanyalarının görsel tasarımları ve tasarımı oluşturan unsurlar aracılığıyla markanın tasarım anlayışını ortaya koymaktır. Çalışmada, küresel bir marka olan IKEA’nın İsveç ve Türkiye basılı reklam kampanyalarının görsel tasarımını oluşturan unsurlar aracılığıyla kurum kültürünün temellerinden olan değerleri incelenmektedir. Araştırma kapsamına IKEA markasının İsveç ve Türkiye basılı reklam kampanyaları alınmıştır. Araştırmanın örneklemini adsoftheworld.com sitesinin “basılı medya” kategorisinde yer alan İsveç’ten 4 reklam kampanyasının 9 basılı reklam çalışması ve Türkiye’den 5 reklam kampanyasının 13 basılı reklamı oluşturmaktadır ([https://www.adsoftheworld.com/campaigns?search=ikea &button=](https://www.adsoftheworld.com/campaigns?search=ikea&button=), e.t.20.06.2023).

Araştırma verileri betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Bu yöntemde elde edilen veriler önce sistemli bir şekilde betimlenmektedir. Sonrasında bu betimlemeler, açıklanmakta ve yorumlanmaktadır, neden- sonuç ilişkileri irdelenmektedir ve sonuçlara ulaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256) Çalışma kapsamında IKEA markasının İsveç ve Türkiye’den 9 reklam kampanyasının 22 basılı reklam çalışması incelenmiştir. Çalışmada IKEA’nın basılı reklamlarındaki tasarım anlayışı, görsel tasarım unsurları ve bu doğrultuda markanın tasarıma yansıyan değerleri ele alınmaktadır. IKEA’nın kurum kültürünün yapı taşlarından biri olan değerleri; birliktelik, insanlara ve dünyaya değer vermek, maliyet bilinci, sadelik, samimiyet, mütevazı olma, yaratıcılık, yenilenmek ve geliştirmek, anlamlı farklılık, sorumluluk almak ve vermek ve örnek olarak liderlik etmek olarak sıralanmaktadır (Aydın, 2012: 96, [https://www.ikea.com.tr/hakkimizda /kariyer](https://www.ikea.com.tr/hakkimizda/kariyer), e.t. 22.06.2023) Araştırmada görsel tasarımı oluşturan unsurlar; renk (sıcak renk ağırlıklı, soğuk renk ağırlıklı, siyah-beyaz ağırlıklı, siyah-beyaz), tipografi (serifsiz, serifli, el yazısı, dekoratif), görsel (fotoğraf ve/veya illüstrasyon) ve logo/amblem (sayfanın üstünde, sayfanın ortasında, sayfanın altında) olarak ele alınmaktadır (Atabey, 2018:112).

Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme:

1. IKEA İsveç Basılı Reklam Kampanyalarının Tasarımlarına Yönelik Değerlendirme:

'RISÖR' isimli bu profesyonel kampanya Mayıs 2018'de İsveç'te yayınlanmıştır. IKEA markası için, Acne reklam ajansı tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya bir basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/risor> e.t.20.06.2023).

Basılı reklam tasarımında ağırlıklı olarak siyah-beyaz renklerin kullanıldığı görülmektedir. Tasarımda görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır ve sayfanın ortasında yer almaktadır. Tasarıma tipografik açıdan bakıldığında serifsiz yazı kullanıldığı görülmektedir. Kurumsal logo sayfanın alt sağ köşesinde yer almaktadır.

IKEA'nın Risör ürünü için hazırlanan bu reklam çalışmasında, IKEA'nın kurum kültüründen gelen *sadelik ve mütevazı olma* özellikleri görmek mümkündür. Reklamda sadece ürün fotoğrafının yer alması, serifsiz tipografi kullanımı ve az renk kullanımıyla sadece kurumsal logonun ön plana çıkarılması bu özelliği destekler niteliktedir.



Resim 1: RISÖR, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/risor> e.t.20.06.2023

'Harry, Pruta' başlıklı bu profesyonel kampanya Mayıs 2018'de İsveç'te yayınlanmıştır. Ikea markası için, Acne reklam ajansı tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya iki basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/harry>, e.t. 20.06.2023).



Resim 2: Harry, Pruta, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/harry>, e.t. 20.06.2023

Ikea Harry ürünü için hazırlanan reklam çalışmasına bakıldığında, ağırlıklı olarak siyah-beyaz renkler kullanıldığı görülmektedir. Tasarımda ürün fotoğrafı sol tarafta kullanılmıştır ve sayfanın sağ tarafı tipografi ve logo ile dengelenmektedir. Çalışmada tipografi serifsiz olarak kullanılmıştır ve kurumsal logo sağ alt köşede yer almaktadır.

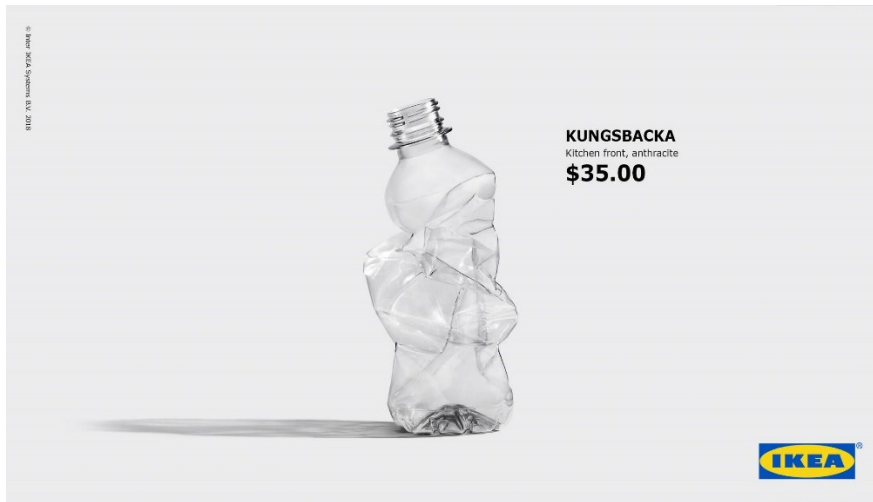
Ikea'nın bu reklam çalışmasında fotoğraf, tipografi ve logo koyu zemin üzerinde kullanılarak ön plana çıkarılmıştır. Yalnızca bahsi geçen görsel unsurların vurgulandığı çalışmada yine kurumsal bir değer olan *sadelik ve mütevazılık* tasarıma da yansımaktadır.

Aynı kampanyanın Pruta ürünü için hazırlanan reklam çalışmasında ise, yine ağırlıklı olarak siyah-beyaz renklere ağırlık verildiği görülmektedir. Çalışmada görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Reklamda tipografik olarak serifsiz yazı yer almaktadır ve kurumsal logo sağ alt köşede bulunmaktadır.

IKEA'nın Pruta ürünü için hazırlanan bu reklam çalışmasında, düz bir zemin üzerine yerleştirilen görsel ve serifsiz tipografi ile markanın değerlerinden biri olan *sadelığın ve mütevaziliğin* tasarıma yansıdığı söylenebilmektedir. Aynı zamanda reklamı yapılan ürün haricinde kullanılan görsel ile kurumsal değerlerden olan *samimiyet ve birlikteliğe* de vurgu yapıldığı söylenebilmektedir.

'Şişe' başlıklı bu profesyonel kampanya Mart 2018'de İsveç'te yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı Acne tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya bir basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/bottle-7d6f4bdf-17cf-4795-a26f-b49f9caecfd>, e.t.20.06.2023).

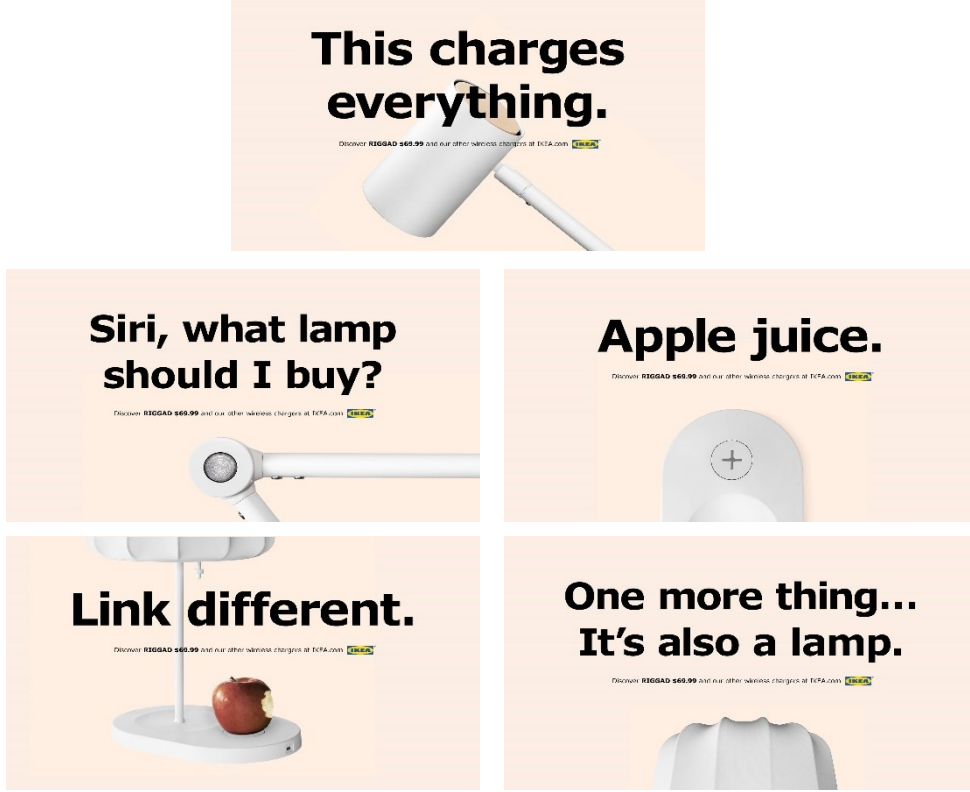
IKEA'nın geri dönüştürülmüş malzemeler kullandığı seri için oluşturulan bu reklam kampanyasında görsel tasarım açısından bakıldığında, siyah-beyaz renk tonlarının ağırlıklı olarak kullanıldığı söylenebilmektedir. Tasarımda görsel sayfanın ortasına konumlandırılmıştır ve görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Tipografik olarak serifsiz yazıya yer verilmiştir. Kurumsal logo ise sağ alt köşede yer almaktadır.



Resim 3: Şişe, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/bottle-7d6f4bdf-17cf-4795-a26f-b49f9caecfd>, e.t.20.06.2023

Diğer tasarımlarda olduğu gibi IKEA'nın bu çalışmasında da görsel ve tipografik unsurların düz bir zemin üzerine yerleştirildiği ve benzer sayfa düzeninin oluşturulduğu bu tasarımda kurumsal bir değer olarak kullanılan *sadelik ve mütevazilik* anlayışını görmekteyiz. Bununla birlikte küresel geri dönüşüm günü için hazırlanan bu tasarımda metafor olarak

kullanılan şişe görseli markanın bugün ve gelecek nesiller için kalıcı etki yaratmaya dayalı bir değeri olan *insanlara ve dünyaya değer verme* kurum kültürü olarak tasarıma yansımaktadır.



Resim 4: Siri, Elma Suyu, Bağlantı, Lamba, Bu herşeyi şarj eder..., <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/siri>, e.t.20.06.2023

'Siri, Elma Suyu, Bağlantı, Lamba, Bu herşeyi şarj eder...' başlıklı bu profesyonel kampanya Eylül 2017'de İsveç'te yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı Acne tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya beş basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/siri>, e.t.20.06.2023).

Bu reklam kampanyaları görsel tasarım açısından ele alındığında, tasarımlarda ağırlıklı olarak pastel ve sıcak renklerin kullanıldığından söz edilebilmektedir. Çalışmalarda görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Çalışmalara tipografik açıdan bakıldığında, serifsiz yazının kullanıldığı görülmektedir. Tasarımlarda görsel ve tipografik unsurlar sayfaya ortalanmıştır. Kurumsal logo ise sayfanın ortasında ve sağ tarafta yer almaktadır.

Bu reklam çalışmasında kullanılan renkler ve logonun konumu ile kurum kültüründeki değerlerden biri olan *samimiyet* tasarımlara yansımaktadır. Bununla birlikte diğer tasarımların genelinde olan düz zemin üzerine yerleştirilen görsel ve tipografik unsurlarla da yalın bir tasarım anlayışı göze çarpmaktadır. Bu doğrultuda kurumsal kültürün değerlerinden *sade ve mütevazî olmanın* tasarımda görüldüğünü söylemek mümkündür.

2. IKEA Türkiye Basılı Reklam Kampanyalarının Tasarımlarına Yönelik Değerlendirme:

'Çorap, Kravat, Ayakkabı' isimli bu profesyonel kampanya Aralık 2015' te Türkiye'de yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı TBWA tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya üç basılı reklamdır (https://www.adsoftheworld.com/campaigns/socks-fe8f71d9-2018-4094-92b8c0c777c 156b1, e.t.20.06.2023).



Resim 5: Çorap, Kravat, Ayakkabı., https://www.adsoftheworld.com/campaigns/socks-fe8f71d9-2018-4094-92b8c0c777c 156b1, e.t.20.06.2023

IKEA için hazırlanan bu reklam kampanyalarında, ağırlıklı olarak sıcak renklerin kullanıldığı görülmektedir. Çalışmalarda görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Reklamlarda tipografik olarak serifsiz ve dekoratif yazıya yer verilmektedir. Kurumsal logo sayfanın sağ alt köşesinde yer almaktadır.

IKEA'nın bu reklam kampanyasında IKEA'nın değerlerinden biri olan *samimiyetin* tasarıma yansıdığı görülmektedir. Tasarımda hareketli bir zemin ve canlı sıcak renklerin kullanılmasının yanı sıra, ürün fotoğrafına da yer verilmesi bunu destekler niteliktedir. Ayrıca bu tasarımın, genellikle düz zemin üzerinde sadece ürünün yer aldığı basılı reklamlarından farklı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda da, IKEA'nın alışılmadık biçimlerde düşünmeye dayalı olan *anlamli farklılık* ve *yaratıcılık* değerleriyle örtüştüğünü de söylemek mümkündür. Bununla birlikte Felici'ye (2012: 79) göre; dekoratif yazılar abartılı, farklı, okunması zor ve espirili gibi özellikler taşımaktadırlar. Bu da bahsi geçen değerleri destekler niteliktedir.

'CD Rafı, DVD Rafı, Kitaplık' başlıklı bu profesyonel kampanya Eylül 2011'de Türkiye'de yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı TBWA tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya üç basılı reklamdır (https://www.adsoftheworld.com/campaigns/cd-rack, e.t. 20.06.2023).



Resim 6: CD Rafi, DVD Rafi, Kitaplık, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/cd-rack>, e.t. 20.06.2023

Bu reklam kampanyasında ağırlıklı olarak sıcak renklere yer verildiği görülmektedir. Çalışmalarda fotoğraf kullanılmıştır. Tipografik olarak serifsiz yazı kullanımını vardır. Kurumsal logo sayfanın sağ alt köşesinde yer almaktadır.

IKEA’nın bu reklam kampanyasında ürün doğrudan kullanılmayarak, ürünü temsil eden görsellere yer verilmiştir. Yaratıcılığın ön planda olduğu tasarımlarda, dinamik bir yapı ve renk kullanımıyla samimi bir tasarım anlayışını görmek mümkündür. Bu nedenle, tasarımda kurumsal değerler olan *yaratıcılık* ve *samimiyetin* etkisinin olduğu düşünülmektedir.



Resim 7: Çerçeve, Sandalye, Sehpa, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/frame-59a100e0-d61f-48d1-a60d-aaf88fabb2ae>, e.t.20.06.2023

'Çerçeve, Sandalye, Sehpa' başlıklı bu profesyonel kampanya Haziran 2011'de Türkiye'de yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı TBWA tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya üç basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/frame-59a100e0-d61f-48d1-a60d-aaf88fabb2ae>, e.t.20.06.2023).

Çalışmalarda ağırlıklı olarak soğuk renklere yer verilmektedir. Tasarımlarda fotoğraf kullanılmıştır ve sayfanın merkezinde yer almaktadır. Tipografik olarak serifsiz yazı kullanılmıştır. Kurumsal logo sayfanın sağ alt köşesinde bulunmaktadır.

Bu reklam kampanyasında düz bir zemin üzerinde yalnızca ürün görseli, logo ve tipografik unsurlar görülmektedir. Aynı zamanda renk kullanımıyla da bu tasarımda *sade ve mütevazı* bir tasarım anlayışı olduğunu söylemek mümkündür.

'Kanepe' isimli bu profesyonel kampanya Haziran 2011'de Türkiye'de yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı TBWA tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya bir basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/sofa-5563b5f2-e781-40d3-8a7b-5da08d95f7a5>, e.t. 20.06.2023).



Resim 8: Kanepe, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/sofa-5563b5f2-e781-40d3-8a7b-5da08d95f7a5> , e.t. 20.06.2023

Bu reklam kampanyasında ağırlıklı olarak siyah- beyaz kullanımı olduğu görülmektedir. Çalışmada görsel olarak fotoğraf kullanılmıştır. Tipografik olarak serifsiz yazı bulunmaktadır. Kurumsal logo sayfanın sağ alt köşesinde yer almaktadır.

Bu çalışmada ürünün bir kısmına yer verilerek tasarımda zemin oluşturulmuştur. Bununla birlikte görsel devamlılık açısından bakıldığında, mağaza konseptinin de tasarıma yansıtıldığı düşünülmektedir. Bu tasarımda da, görsel ve tipografinin basılı reklamda benzer tasarım anlayışla *sadeliği* yansıttığı görülmektedir.

'Turuncu, Yeşil, Pembe' isimli bu profesyonel kampanya Nisan 2010'da Türkiye'de yayınlanmıştır. IKEA markası için, reklam ajansı TBWA tarafından oluşturulmuştur. Bu kampanya üç basılı reklamdan oluşmaktadır (<https://www.adsoftheworld.com/campaigns/orange-2ca5acfe-439e-418a-a388-4a95a7336a08>, e.t. 20.06.2023).



Resim 9: Turuncu, Yeşil, Pembe, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/orange-2ca5acfe-439e-418a-a388-4a95a7336a08>, e.t. 20.06.2023

Bu reklam kampanyasında ağırlıklı olarak sıcak renkler kullanılmıştır. Çalışmada görsel olarak fotoğraf yer almaktadır. Tasarımlarda serifsiz tipografi kullanılmıştır. Bununla birlikte kurumsal logo sayfanın sağ alt köşesine konumlandırılmıştır.

Bu reklam kampanyasında, renk, görsel ve tipografik unsurların kullanımı ve tasarımda ürüne yer verilmesi kurum kültürünün özelliklerinden olan *samimiyetin* tasarım anlayışı olarak ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Sıcak renkler enerjiyi ve dışa dönüklüğü temsil ederken; soğuk renkler ise sakinlik ve içe dönüklüğü çağrıştırmaktadır (Schmitt&Simonson, 2000:113). Bu doğrultuda da IKEA’nın değerlerinden *samimiyet ve birlikteliğin* tasarıma yansıdığı söylenebilmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, IKEA’nın basılı reklam kampanyalarında görsel tasarım unsurları ile tasarım anlayışı üzerinde durulmaktadır. Küresel bir marka olan IKEA’nın basılı reklam kampanyalarında tasarım anlayışı İsveç ve Türkiye örnekleri ile ele alınmıştır. Reklam çalışmaları görsel tasarım unsurları üzerinden değerlendirilmiştir ve bu unsurlar aracılığıyla kurum kültürünün temellerinden biri olan kurumun değerlerini ifade edilmesi üzerinde durulmuştur. Araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada İsveç’te yayınlanan 4 reklam kampanyası 9 basılı reklam çalışması ve Türkiye’de yayınlanan 5 reklam kampanyası 13 basılı reklam çalışması olmak üzere 22 basılı reklam değerlendirilmiştir.

IKEA’nın basılı reklam tasarımları renk, tipografi, görsel ve logo/ambleden oluşan görsel unsurlara göre değerlendirilmiştir. Bunun sonucunda IKEA’nın kurum kültürünün esaslarından olan değerleri, görsel tasarım unsurları çerçevesinde ele alınmıştır. Bu doğrultuda, IKEA’nın kurum kültürünün tasarım anlayışı ile oluşturduğu bütünlük ortaya çıkarılmıştır.

Çalışma sonucunda basılı reklamların geneline bakıldığında, tasarımlarda tipografi, görsel ve logonun tek renkten oluşan düz bir zemin üzerine yerleştirilmiş olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, IKEA’nın sadelik ve mütevazi olma değerlerinin tasarımlara yansıdığını söylemek mümkündür. Bu durum IKEA’nın mağaza içi düzenlemeleri ve katalogları olmak üzere ürün, iletişim ve çevre tasarımı gibi kurumsal tasarımlarında da görülmektedir. Bununla birlikte tasarımlarda kullanılan serifsiz yazı karakteri de bahsi geçen değerleri destekler niteliktedir.

Gerçekleştirilen değerlendirmeler sonucunda, basılı reklam tasarımlarının bir kısmında sıcak ve canlı renkler ve dekoratif yazı karakteri kullanıldığı görülmüştür. Kullanılan bu görsel unsurlarla IKEA’nın kurum kültüründen gelen samimiyet değerinin çalışmalara yansıdığı sonucuna varılmıştır. Tüm basılı reklam tasarımlarında kurumsal renklere logolar dışında yer verilmediği görülmektedir. Bu durumda tasarımlarda logoların ön plana çıkmasını sağlamıştır. Becer’e göre (2002: 31), Batı kültürlerinde yazılı iletişim sol üstten sağ alt köşeye, yatay ve çizgisel olarak devam etmektedir. Grafik tasarım yüzeyleri düzenlenirken, temel kriterlerden biri olan bu hareket yönünün göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bununla birlikte, Batı kültürlerindeki bu düzenleme şekli okuma yönüyle de ilişkilidir. Tasarımların genelinde logoların sağ alt köşede yer alması da bu durumla ilgilidir. Hedef kitle tasarım alanını takip ederken son olarak logoyu görmektedir ve böylece logo hedef kitlenin aklında yer edinmektedir.

Sonuç olarak reklam tasarımlarının görsel tasarım unsurlarıyla değerlendirildiği bu çalışmada, tasarım unsurlarının IKEA’nın kurum kültürünün temellerinden olan değerlerini yansıttığı görülmüştür. Gerçekleştirilen betimsel analizde reklam tasarımlarının genel olarak IKEA kurum kültürünün sadelik, mütevazi olma ve samimiyet değerlerini yansıttığı sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte tasarımlarda, kurumsal değerlerden olan birliktelik, insana ve dünyaya değer vermek, yaratıcılık ve anlamlı farklılık da çalışmalara yansımıştır. IKEA’nın basılı reklam kampanyalarında tasarım anlayışı olarak, kurum kültürünün temellerinden olan değerlere uygun ve kurum kimliğinin bütünlüğünü bozmayacak bir tasarım diline sahip olduğunu söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Aaker, D. A. (2007), *Marka Değeri Yönetimi, Bir Marka İsminin Değerinden Yararlanmak*, (çev.) Ender Orfanlı, İstanbul: MediaCat Yayınları.

Açıkgöz, B. (2009) *Küresel Marka Yaratma ve Türkiye Uygulamaları*. Dokuz Eylül Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Ambrose, G. & Harris, P. (2013a). *Dil ve Yaklaşım*, (Çev. Taşçıoğlu M.), İstanbul: Literatür Kitabevi.

Ambrose, G. & Harris, P. (2013b). *Grafik Tasarımda Sayfa Düzeni*, (Çev. Beykal İz, D.),

İstanbul: Literatür Kitabevi.

Aydın, F. (2012) Halkla İlişkiler Perspektifinden Kurum İmajının Tüketici Davranışına Etkisi IKEA Örneği. Başkent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

Atabey, Z. (2018), Görsel Tasarım ve Kültür: Bireyci ve Toplulukçu Kültürel Özelliklerin Dergi Reklamlarındaki Görsel Tasarım Öğelerine Yansımaları, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Doktora Tezi), İzmir.

Becer, E. (2002). İletişim ve Grafik Tasarım, 3.Baskı, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Demir, F.O. (2007) Ülke Orijininin Marka Kimliğine Yansıması: Ikea Örneği, İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, Issue: 28

Elden, M. (2009) Reklam ve Reklamcılık, Ankara: Say Yayınları.

Elden, M. & Okat Özdem, Ö. (2015), Reklamda Görsel Tasarım- Yaratıcılık ve Sanat, İstanbul: Say Yayınları.

Elden, M. & Yeygel, S. (2006), Kurumsal Reklamın Anlattıkları..., İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Felici, J. (2012). A Complete Manual of Typography: A Guide to Setting Perfect Type, Second Edition, USA: Peachpit Press.

Hofstede, G.& Hofstede, G.J. (2005) Cultures and Organizations. Software of the Mind (2nd edn). New York: McGrawHill

Hollis, N. (2011) Küresel Marka Dünya Pazarında Kalıcı Marka Değeri Yaratma ve Geliştirme Yöntemleri, İstanbul: Brandage Yayınları

Karataş, A., Mert, K., ve Altunışık, R. (2014). Hangisi küresel, hangisi değil? Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 6(2), 25-51.

Karpat Aktuğlu, I. (2009). Marka Yönetimi, Güçlü ve Başarılı Markalar İçin Temel İlkeler, 3. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Okay, A. (2013). Kurum Kimliği, 7. Baskı, İstanbul: Derin Yayınları.

Schmitt, B. & Simonson, A. (2000). Pazarlama Estetiği Marka Kimliği ve İmajın Stratejik Yönetimi, (Çev. Ayman, Z.) İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Tselentis, J. (2012). Typography References, A Comprehensive Visual Guide to the Language, History and Practice of Typography, Eds. A. Haley, R. Poulin, J.Tselentis, T. Seddon, G. Leonidas, I. Saltz, K. Henderson, T. Alterman, America: Rockport Publishers.

Ürper, O. (2012). Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı, İstanbul: Say Yayıncılık.

Vignali, C. (2001) McDonald's: Think Global, Act Local- The Marketing Mix. British Food Journal. Vol:103. No:2.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 9. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, M. (2007) Marka Kişiliğinin Boyutları ve IKEA Uygulaması. Yıldız Teknik Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

....., adsoftheworld.com, e.t. 20.06.2023

....., <https://www.ikea.com.tr/hakkimizda/kariyer>, e.t.22.06.2023

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 9, Ağustos/August, 2023, s. 148-161.

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date
Yayın Geliş Tarihi: 09.08.2023

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
Yayınlanma Tarihi: 31.08.2023

ISSN: 2757-6000

Hayal GÜR

Milli Eğitim Bakanlığı

mrs.tasarimci@hotmail.com

ÇAĞDAŞ TÜRK RESİM SANATINA ETKİ EDEN ÜSLUPLAR*

ÖZET

Sanat tarihinde zamansal, kültürel, teknik, üslup vb. açılardan sınıflandırmalar olsa da sanatçıların birbirleriyle etkileşimleri doğrultusunda sanatın manzarası her seferinde yeni görünümler kazanmaktadır. Her sanatçı kuşkusuz kendinden önceki sanatçılarla ve kendinden sonraki sanatçılarla sanat aracılığıyla bir etkileşim kurmaktadır. Sanat üreten toplumlar birbirleriyle daima etkileşim halinde olmuştur. Bu etkileşim zaman zaman sanatçıların çalışmalarını doğrudan etkilerken zaman zaman da yaratıcı ve özgün denemelerin bir karmasında kendini hissettirmektedir. Sanatı yalnızca sanat kuramları ve pratikleri içerisinde ele almanın imkânsız olduğu gibi sanatçıları da bağlı bulunduğu toplumdaki ve farklı toplumlardan bağımsız ele almak çok güçtür. Bu bağlamda bir toplumun sanatı ele alırken çağın pratikleri ve sanatçıyı etki eden tüm dinamikler göz önünde bulundurulmalıdır. Bu makale Çağdaş Türk Resim Sanatına odaklanarak görsel sanatlar alanında yaşanan uluslararası boyutlardaki gelişmelerin Türk resim sanatının gelişimi üzerindeki etkilerini incelemektedir. Sanatı ve sanatçıları birbirleriyle ve Batı sanatıyla etkileşim pratikleri içerisinde ele alırken, sanatçıların eserlerindeki doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmeleri açığa çıkarılması amaçlanmaktadır. Sanatçıların yaşadığı dönemin toplumsal koşulları ve sosyal yaşamlarını etkileyen değişimler çerçevesinde Batı sanatıyla ilişkilerinin ele alındığı bu çalışma Türk resim sanatına yönelik panoramik bir bakış sunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Türk Resim Sanatı, Üslup, Biçim, Özgünlük

* Bu çalışma; Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı kapsamında gerçekleştirilen “Resim Sanatında Yaşanan Gelişmelerin Çağdaş Türk Resim Sanatına Etkisi” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

STYLES THAT AFFECT CONTEMPORARY TURKISH PAINTING

ABSTRACT

Undoubtedly, every artist interacts with the artists before him and the artists after him through art. In the history of art, there are temporal, cultural, technical, stylistic, etc. Although there are classifications from different angles, the landscape of art gains new appearances every time in line with the interaction of the artists with each other. Art producing societies have always been in interaction with each other. While this interaction sometimes directly affects the works of the artists, it sometimes makes itself felt in a mix of creative and original experiments. It is impossible to deal with art only within art theories and practices, and it is very difficult to consider artists independently of society and different societies. In this context, the practices of the age and all the dynamics that affect the artist should be taken into consideration when considering the art of a society. This article focuses on Contemporary Turkish Painting and examines the effects of international developments in the field of visual arts on the development of Turkish painting. While dealing with art and artists in the practices of interaction with each other and with Western art, it is aimed to reveal the direct or indirect effects of artists in their works. This study, which deals with the relations of the artists with Western art within the framework of the social conditions of the period in which the artists lived and the changes affecting their social lives, offers a panoramic view of the Turkish art of painting.

Keywords: Turkish Painting, Style, Form, Originality

GİRİŞ

Sanat üretimi insanlık için vazgeçilmez bir eylemdir. İnsanlık tarihi boyunca sanat bireysel ve toplumsal kaygıların dışı vurulduğu bir alan olmuştur. Türk resim sanatı 18. yy'ın son çeyreğine kadar İslam sanatının etkisi altındayken, Osmanlı İmparatorluğu bu tarihten sonra Batı sanatından etkilenmeye başlamıştır. Osmanlı'nın 17. Yy. sonlarında toprak kaybetmeye başlaması batılı teknolojileri ve eğitim sistemlerine duyulan ihtiyacı beraberinde getirmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun kurumlarının batılılaşmasını izleyen dönemlerde devlet tarafından yetenekli görülen kişiler Avrupa'nın önemli sanat merkezlerine Batı kültürünü yakından tanımaları için gönderilmiştir. Cumhuriyetin ilanından sonra da Batıya eğitim için yetenekli kişilerin gönderilmesi geleneği sürdürülmüştür (Tansuğ, 2008). 1975'te batıdaki modellere uygun bir eğitim kurumu olan Mühendishane-i Berri Hümayun'un kuruluşu Çağdaş Türk Resim sanatının gelişimine derinden katkı sağlamıştır. Bu kurumun çağdaşlaşma sürecine yaptığı katkılar yadsınamazdır fakat yine de Türk resim sanatında çağdaşlaşma sürecini kesin bir tarihe dayandırmak mümkün değildir (Tansuğ, 2008). Öte yandan Türk resim sanatı yoğun etkilenmelerle karşı karşıya kalsa da sanatçıların tümüyle kendi geleneklerinden ve sanatsal yaratım süreçlerinden tümüyle uzaklaştığı söylenemez (Tansuğ, 2008). Çağdaş sanatın oluşum süreçlerinde XIX. yy'da Osmanlı Devleti'nin yeni eğitim modelleri ve sitemlerini benimsemesinin etkisi büyüktür. Padişah Abdulaziz döneminde Süleyman Seyyid ve Ahmet Ali Bey resim eğitimi almaları için yurt dışına gönderilmiştir. Sanat eğitimi için yetenekli

kişilerin yurt dışına gönderilmeleri uluslararası alandaki sanatla etkileşim kurulması açısından son derece önemlidir (Başbuğ, 2009, s. 1).

TARİHSEL ÇERÇEVEDE GELİŞİM

1900 -1950 Yılları Arası Oluşumlar

1914 Kuşağı

1914 yılında I. Dünya Savaşı'nın başlamasıyla birlikte Avrupa'da bulunan pek çok genç ressam geri dönmek zorunda kalmıştır. Almanya'dan, İtalya'dan ve Fransa'dan dönen bu genç sanatçılar Anadolu'ya döner dönmez bir araya gelerek çeşitli sergiler açmışlardır. Yeni teknik, yeni duyuş ve yeni ruh bu ressamların ilk sergilerinden itibaren kendini gösteren bir özellik olarak dikkat çekmekteydi. Avrupa'dan döndükten kısa bir süre sonra yabancı ressamların etkisinden yavaş yavaş kurtulan bu ressamlar kendi öz değerlerini eserlerinde zaman içinde ön plana çıkarmıştır. Avrupa'dan dönen sanatçıları eserlerinde ilk dikkat çeken özellik yöntemleri olmuştur. Doğadaki ufak detaylara önem vermeyerek şekilleri topluca saran çizgiler, şeffaf renkler kullanırken paletleri koyu ve karanlık renklerden arınmış durumdaydı. Bu eserler halk tarafından benimsenmesi beklenildiği gibi hızlıca olmamıştır. Sanat izleyicileri o güne kadar Şeker Ahmet Paşa, Osman Hamdi, Süleyman Seyyit gibi sanatçıların kişisel bir yoruma ya da bir deformasyona yönelmeden tablo ve tabiat arasında bir ayırım yapmadan sürdürdükleri eserlere ve yöntemlerine alışıktır. İzleyicinin dikkatini çeken başlıca değişim, kuşkusuz, yeni ressamların yöntemleri olmuştur. Doğanın ufak detaylarına önem vermiyor, gevşek, şekilleri topluca saran çizgiler, parlak, güneşin pırıltılarını, şeffaf, akislerini yansıtan renkler uyguluyorlardı. Paletleri kara, koyu karışımlarından temizlenmişti (Berk, 1973).



Görsel 1. Nazmi Ziya, Şezlongda Pembeli Kadın, Tuval Üzerine Yağlı Boya, (1915).
<http://www.leblebitozu.com/turk-resminin-onemli-ismi-nazmi-ziya-guranin-24-tablosu/>

Çallı kuşağı sanatçıları Osmanlı'nın son döneminden ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarına kadarki süreci gözlemlemiş olmaları sebebiyle Türk resminde önemli bir konuma sahiptirler. Bu sanatçılar rastgele çalışmaktan uzak bir şekilde plânlı ve programlı olarak bazı imgeleri resimlerine dahil etmişlerdir. Kadın imgesi sıklıkla bu imgelerden biri olarak kullanılmıştır (Başbuğ, 2010).

Öncelikle Galatasaraylılar Yurdu'nda, sonrasında ise her senenin Ağustos ayında Galatasaray Lisesi'nin resim sınıfında açılan sergilerle gittikçe daha güçlü bir şekilde kendilerini tanıtan yeni ressamın bazıları şu isimlerdir: Ruhi Arel, Çallı İbrahim, Hikmet Onat, Feyhaman Duran, Namık İsmail, Avni Lifij ve Nazmi Ziya Güran (Buğra, 2007, s. 255–256).

1914 Kuşağı sanatçıların uyguladıkları kendilerinden önceki sanatçılardan en önemli farklılıkları, doğayı hiç değiştirmeden kopyalamak yerine, yorumlarını ve bireysel duyguları tuvale aktarmalarıdır (Giray, 1995).

Yeni Ressamlar Cemiyeti (1923)

1923 yılında Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte ülkenin büyük değişikliklere yaşamıştır. Çağdaş bir Türk Devleti kurulmasıyla birlikte sosyal ve kültürel kurumların tümünde eskiye karşılık yeni düşüncesi hâkim olmuştur. Bu sebeple eskiyi temsil eden her türlü anlayış terkedilerek yerlerini yeniye bırakmıştır. Sanat eğitimlerini bitiren, çok sayıda yetenekli genç ressam bir sanat cemiyeti kurup, bu alanda sergiler düzenlemek istemişlerdir. İbrahim Çallı ve Hikmet Onat atölyelerinde çalışmış olan bu sanatsever gençler Yeni Resim Cemiyeti çatısı altında bir araya gelmişlerdir. Bu genç sanatçılardan bazıları Elif Naci, Muhittin Sebati, Saim Özeren, Şeref Akdik, Refik Epikman, ve Cevat Dereli'dir (Berk&Gezer, 1973, s. 41).

Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği (1929)

Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği Cumhuriyet sonrasında kurulan ilk sanatçı derneğidir (Bulut, 2009, s. 6). 1920–1929 yılları arasında Avrupa'daki eğitimlerini tamamlayarak Türkiye'ye dönen bu genç ressamın, Yeni Resim Cemiyeti'nin uzantısı olarak Müstakil Ressam ve Heykeltıraşlar Birliğini kurmuşlardır (Altan, 1966, s. 36).

Birbirlerinden farklı okullarda ve atölyelerde eğitim alan bu ressamın Nurullah Berk Paris'te Ernest Laurent atölyesinden Cevat Dereli, Refik Epikman, Şeref Akdik, Muhittin Sebati de Paris'teki Academie Julien isimli Paul Albert Laurens'in atölyesinden eğitim almıştır (Korur, 2008, s. 75-76).

Bu birlik Türk resim sanatının resim derneklerinin üçüncüsü, Cumhuriyet Türkiye'sinin ise ilk ressam birliği olmuştur. 1928-1942 yılları arasında Türk resminin yaygınlaştırılması, geliştirilip özgünleştirilmesi ve tanıtılması amacıyla önemli etkinliklerde bulunmuşlardır.

İsimlerini ise Paris’de aynı yıllarda faaliyet gösteren “La Societedes Artistes Independonts” adlı gruptan almışlardır (Tuna, 1995, s. 38).

Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği büyük bir çaba içinde Türk Resim ve Heykel sanatını toplumun kültürüne yerleştirmeyi amaçlamışlardır. Çini, hat, kilim gibi ve hatta metal gibi geleneksel el sanatları gibi resim ve heykel sanatının da Türk evine ve çalışma mekânlarına, lüks sayılmadan, yadınmadan girebilmesini ve yaygınlaşması için çabalamışlardır. Fakat dönemin koşulları içerisinde bu amaçlarına ulaşamamışlardır (Giray, 1995).

D Grubu (1933- 1947)

D Grubu 1930’larda, kültür ve sanat olaylarına ulusal ve yeni bir yön verilmek istendiği güçlenen halkçılık ve ulusçuluk programları doğrultusunda süreçte var olmuştur. Osmanlı geleneklerinden, kültürel belleğinden yararlanmak yerine batıdaki yeni akımları tanıtmaya ve deneme yolunu seçen grup çağdaşlaşma yolunda tüm kurumlarıyla batıyı örnek alan Türkiye’nin, sanatının da yeni olması gerektiğini savunmuştur.

Birlikte sergi açmak üzere bir araya gelen bir heykeltıraş ve beş ressam hiçbir resmi niteliği olmayan bir grup kurmuşlardır. Fakat grubun içindeki sanatçıların, resim anlayışı birbirlerinden oldukça farklılık göstermektedir. En önemli ortaklıkları sanata aydınlanmacı bir perspektiften yaklaşarak yurtdışında yurtiçi ve sergileri açıp, ülkede ilerici bir sanat atmosferi yaratmalarıdır (Renda, 1993).



Görsel 2. Turgut Zaim, “Köylü Kadınlar” Tuval Üzerine Guaj Boya, 48x38 cm.

Kaynak: <https://artam.com>

Bu grubun üyeleri arasında Fahrünnisa Zeid ve Zeki Kocamemi, Turgut Zaim, Bedri Rahmi, Nusret Suman Eyüboğlu, Eren Eyüboğlu, Eşref Üren, Halil Dikmen, Sabri Berkel, Hakkı Anlı ve Salih Urallı yer almaktadır (Aydoğan, 2008).

D Grubu'na Turgut Zaim ve Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun katılmasıyla sanatçılar yerel motiflere ve temalara yönelmişlerdir. Anadolu kırsalını geometrik soyut formlar kullanarak kübist bir üslupla yansıtmaya çalışmışlardır. 1933 yılında 1947 yılına kadar on beş grup sergisi düzenleyen sanatçıların eserleri arasında tıpkı Müstakillerde olduğu gibi üslup açısından bir birlikten söz edilemez (Aydoğan, 2008).

Yeniler Grubu (Liman Grubu) (1941)

İlk sergilerinde konu seçimleri sebebiyle “Liman Grubu” olarak da anılan topluluk, sanat özellikle de resim alanlarının, toplumun sorunlarıyla yakından ilgilenmesi ve toplumun mutluluğunu veya dertlerinin aynası olması gerektiğini savunmuştur. Grup üyeleri bu konular üzerine, “D Grubu'nun toplum sorunlarına eğilmediğini yabancı kaldıklarını öne sürerek harekete geçmişlerdir. 1933'te kurulan Abidin Dino, Zeki Faik İzer, Zühtü Müridoğlu, Nurullah Berk, Elif Naci, Cemal Tollu gibi sanatçılardan oluşan “D Grubu” Konstrüktivizm, Kübizm, Sürrealizm ve soyut sanatı Türkiye'ye getireceklerini iddia etmişlerdir. 1937- 1949 yılları arasında Türkiye'de Güzel Sanatlar Akademisi'nde Resim Bölümünde Bölüm Başkanlığı yapan Fransız sanatçı Leopold Levy'nin atölyesinde yetişen sanatçılar da hocalarının da onlar yüreklendirmesiyle “D Grubu'na karşı bir duruş sergilemişlerdir. (Elmas, 2002).

Onlar Grubu (1946)

Onlar grubu 1947 yılının Mayıs ayında Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun öğrencilerinden Hulusi Sarptürk, Mustafa Esirkuş, İvyStangali, Leyla Gamsız, Fahrünnisa Sönmez, Turan Erol, Nedim Günsür, Orhan Peker, Mehmet Pesen ve Fikret Otyam tarafından kurulmuştur. Grubun ana amacı Anadolu'nun geleneksel nakış öğeleriyle modern batı resim sanatının anlatım biçimlerini birleştirerek, gerçek çevrelerinden seçtikleri konular eşliğinde yöresel bir dil oluşturmaktır. Bu soyutlama eylemini ise çağdaş sanatın dinamikleri üzerinden gerçekleştirmeyi amaçlamaktalardı. Bedri Rahmi'nin sanat anlayışından ve yapıtlarından etkilenen grup üyeleri İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'ndeki eğitim süreleri boyunca Batılı sanatçıları yakından tanıma ve eserlerini etüt etme fırsatı bulmuştur. Özellikle Leonardo Da Vinci gibi ressamların desenleri öğrencilerin eğitimlerinin merkezinde yer almaktaydı. Sağlam bir batılı desen bilgisi üzerine Türk bezeme sanatlarından aldıkları öğeleri yöresel üslupları eklemişlerdir. Grubun üye sayıları ilk sergilerinden sonra hızla artmaya başlamıştır. Topluluk zaman içerisinde gerek anlatım ve teknikte özgün bir çizgiye ulaşmış gerekse dönemin sanat atmosferine yeni bir soluk olarak getirmiştir. Topluluk üyelerin her biri kendi özgün çizgisini geliştirirken kolektif bir biçimde Türk resim sanatı tarihine ortak bir sanat görüşü kazandırmamışlardır. Daha çok özgün bir toplumsal hareket yaratmışlar ve böyle dikkat uyandırmışlardır. Grup üyelerinin sonrasında bir kısmının resmi bırakmasına rağmen büyük bir

kısmı çalışmalarına devam ederek Türk resim sanatına önemli katkılarda bulunmuştur (Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, 1977).

1950’lerden Sonra Evrensel Uyum Çabaları

1950’li yıllar toplumsal ve siyasal atmosferi sebebiyle “Türkiye’nin kültür ve sanat yaşamında, evrensel yaklaşımlara önceki yıllardan daha yatkın olan bir dönemdir. Bu yatkınlık 50’li yıllardan günümüze kadar uzanmaktadır. 50’li yıllarda sosyo-ekonomik yapıda görülen değişiklikler, toplumun yaşam ve düşünce tarzını etkilerken bireylerin kişisel yaşantılarında da birçok farklılığa yol açmıştır” (Tansuğ, 1995, s. 7). 1930’larda Türkiye’ye gelen ve 1905-1910 yılları arasında Batı’da ortaya çıkan, ekspresyonizm, fovizm ve kübizm, gibi akımlar, 1950’li yıllarda akademikleşmeye başlamıştır. Batı sanatındaki bu akımların her ne kadar zamansal olarak arada bir farklılık olsa da özümsemeye çalışıldığı ve takip edildiği bir dönemdir. Batı sanatını üslupsal olarak çemberine giren Türk sanatı için bu dönemin toplama deresi olduğu görülmektedir (Turani, 2010, s. 675-678). Bu yıllarda Türk sanatında figür ağırlıktayken zamanla soyut eğilimlere yönelim başlamıştır. Bu durumun Türkiye’de İkinci Dünya Savaşı sonrasında, çok partili sisteme geçilmesinin kültürel ve sosyo-politik hayatta yarattığı değişimlerden kaynaklanmaktadır. Batı ile yakın ilişkilerin kurulduğu bu dönemde sanatçıların rahatça yurt dışına çıkarak, dünya sanatındaki bu göze üslubu, soyut sanatı doğrudan izleme ve inceleme fırsatı bulmuşlardır. Bu bağlamda 20. yüzyılın ikinci yarısında soyut sanat alanında Türk sanatçılarının üretimleri Türk resminin çağdaşlaşmasına ve özgün araştırmalar yapılmasına katkı sağlamıştır (Germaner, 1987, s. 19).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Batı resim sanatında giderek artan soyut kübizme ve lirik soyutlamaya yönelik eğilimler Avrupa’ya giden Türk sanatçıları tarafından da fark edilmiştir. Bu sebeple bazı sanatçıların soyut kübizm, lirik soyutlamaya ve sanatta yeni malzeme arayışlarına doğru yönelerek yapısal bir estetiğin peşine düştükleri görülmektedir. Türk ressamı da Batı sanatında olduğu gibi yeni sanatsal eğilimleri takip ederek yeni anlayışlara sanatlarında yer vermeye başlamışlardır. Soyut yapısal etkiye sanatlarında yer veren sanatçıları arasında Refik Epikman, Sabri Berkel ve Bedri Rahmi Eyüboğlu bulunmaktadır (Turani, 1977, s. 11). İkinci Dünya Savaşı sona erdikten sonra Leopold Lévy’nin öğrencilerinden, 1945 yılında Selim Turan, 1946 yılında Nejad Devrim ardından ise 1947 yılında Fahrelnissa Zeyd kendi imkanlarıyla bireysel olarak Paris’e gitmişlerdir. Bu sanatçıları gelişmeleri yakından takip ederek, soyut anlayışta çalışmalar yapmaya başlamışlardır (Seuphor, 1957, s. 246-390).

1950-60’lı yıllarda figüratif ve soyut eğilimler alanında sanatçıları ortaya konulan alternatif üslup çalışmaları resim sanatında özgünlüğü ve yenileşmeyi getirmiştir. Bu dönemin figüratif resminde görülen yaklaşımların toplumsal-eleştirel gerçekçi ve fantastik-gerçekçi olarak ik farklı eksende şekillendiği göze çarpmaktadır. Dönemin fantastik figür resimleri ile ve özgün ifade biçimleriyle öne çıkan sanatçıları arasında Cihat Burak, Yüksel Aslan ve Nuri

Abaç yer almaktadır. Üretimlerini 1960’larda gerçekleştiren pek çok sanatçının zaman içerisinde değişen ifade ve yorum anlamındaki farklılıklara rağmen figüratif anlatıma çalışmalarında daima yer verdikleri dikkat çekmektedir (Kahraman, 1987, s. 61).

1960’lı yıllar önemli değişikliklerin yaşandığı toplumsal açıdan hareketli bir dönem olmuştur. Bu dönemde kültürel ve toplumsal konuların sanat aracılığıyla rahatlıkla irdelenmeye başlandığı görülmektedir. 1961 Anayasasının getirdiği özgürlük anlayışı ve 27 Mayıs Hareketi ülke genelinde toplumsal sorunlara karşı gerçekçi bir bakış açısını beraberinde getirmiştir. Teknolojinin ve bilimin günlük yaşamın içerisine hızla girmeye başlaması ve toplumsal konuların tartışmaya açılmasıyla birlikte Türk resim sanatçıları kültürel kimliklerini ve Batılılaşma süreçlerini sorgulamaya başlamışlardır. Soyut sanat farklı biçimlerde ve türlerde devam ederken, ülkede kısa bir süre etkisini kaybetmiş olan figüratif anlatım yaklaşımları yeniden önem kazanmaya başlamıştır. Dönemin figüratif eserleri, aynı zamanda toplumsal sorunlara yönelik birer yanıt özelliği de taşımaktadır. Dönemin sanatçıları tartışılan toplum problemlerine karşı ve figürsel anlatımı bir aracı olarak görerek değişen toplum ve kent yaşantısını Anadolu insanını kendi gerçeklikleri içerisinde resime konu etmişlerdir. Bu sanatçılar arasında Orhan Peker Neşet Günal ve Nedim Günsür yer almaktadır (Germaner, 2008, s. 14; Tansuğ: 2008, s. 269).

1960’lı yıllarda ise köyden kente göçün artmasıyla birlikte aralarında İbrahim Balaban ve Nuri İyem’in yer aldığı sanatçılar göç ve göçün oluşturduğu kültürü köy yaşantısına ait gerçekleri içeren çalışmalar yapmıştır (Özsezgin, 1968, s. 18). Altmışlı yılların sonunda göç ve gecekondu temalı toplumsal sorunlara çözüm arayan bu eserlerin etkisi yavaş yavaş azalmıştır bu tarihlerden sonra sanatçılar toplumsal sorunlardan ziyade daha çok kendi iç dünyalarını eserlerinde konu etmeye başlamıştır.

Sanatçıların toplumsal sorunlar yerine daha çok kendi yaşamlarını çalışmalarına konu olarak almasıyla birlikte gruplaşma eğilimleri yerini bireyselliğe bırakmıştır. 1970’lere doğru grup eğilimlerinde oldukça bir azalma görülmektedir. Son gruplaşma eğilimleri arasında 1947 yılında kurulan Onlar Grubu ile 1959-1963 yılları arasında etkinlik gösteren Yeni Dal Grubu gösterilebilir (Özsezgin, 1998’a, s. 48). Bu yıllarda sanat eğitimi gören ve yurt dışına giden sanatçıların çalışmalarında soyut resim ya da toplumsal konulardan çok iç dünyalarını sergileyebilecekleri özgün ve alternatif anlatım biçimlerinin peşlerine düştükleri dikkat çekmektedir.

1980 Sonrası Türk Resim Sanatı

1980’li yıllarda Türkiye’deki sanat galerilerinin sayıları artmaya başlamıştır. Sanat eserlerinin sergilenmesine yönelik bu mekanların artmasıyla birlikte genç sanatçılar kendilerini ifade edebilmek ve çalışmalarını sergilemek için yeni ortamlara kavuşmuşlardır. 1980’de Galeri Lebriz, 1981’de Urart Sanat Galerisi, 1982’de Sevimce Sanat Galerisi, 1984’te Ankara’da Siyah Beyaz Sanat Galerisi ve Galeri Nev, 1985’te Tesvikiye Sanat Galerisi ile 1986’da Tem Sanat

Galerisi kültür ve sanat ortamına katkı sağlayan mekanlardan bazılarıdır. Başlangıçta Ankara ve İstanbul gibi büyükşehirlerde açılmaya başlanan galeriler zamanla Anadolu’da ve neredeyse her kentte yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Fakat bu galerilerin pek çoğu ticari sebeplerden dolayı kapanmak zorunda kalmıştır. Buna rağmen son 30 yıl içerisinde Türkiye’de sanat galerileri resim sanatının kurumsallaşması ve sanat ortamının biçimlenmesi konusunda büyük katkılar sağlamıştır. Bu galeriler Türk resim sanatında çok yönlülüğün artmasında sanatçıların kendilerini ifade edebilecek ve eserlerini izleyicilerle oluşturabilecek ortamlar bularak üretimlerinin sürekliliğinin korunmasında rol oynamaktadır. Öte yandan toplumun farklı kesimden pek insanı sanat ve sanatçılar etrafında mekânsal olarak bir arada buluşturarak toplum ve sanat ilişkisine de güçlendirmektedir. Sanatçıların kimliklerini geliştirme olanağı buldukları bu ortamlar aynı zamanda sanatçıların ekonomik özgürlüğünü sürdürebilmesi için de çok önemlidir (Üstünipek, 2005).

Toplumsal Gerçekçiler

Toplumsal gerçekçi sanatçılardan biri olan Nuri İyem yalnızca resimle uğraşarak yaşamını sürdüren birkaç sanatçıdan biridir. 1960’ lı yıllardan bu yana çalışmalarını toplumsal gerçekçi ekseninde bir tema etrafında çeşitlendirerek süreklilik içerisinde sürdürmektedir. “Anadolu’dan İnsan Yüzleri” olarak isimlendirilen bu çalışmalardaki portrelerin kimlere ait olduğu bilinmemekle birlikte çoğunluğu siyah ve çekik gözlü köylü kadınların yüzlerine tuvalin çok büyük bir kısmını kaplayacak şekilde kompozisyona yerleştirilmiştir (Ersoy, 1998, s. 81).



Görsel 3: Nuri İyem, Güvercin Uçuranlar, 40x56cm. Tuval Üzerine Yağlıboya

Figüratif Gerçekçi Doğa Yorumları

Hayranlıkla resim yapan bu sanatçılar doğaya olan ilgilerini natüralist bir anlayış içerisinde ve gelişmiş tekniklerle ifade etmişlerdir. Şeref Bigalı Figüre ve dua gerçeklerine bağlı kalırken çizgi ve deseni ön plana çıkaran bir sanatçıdır. Desenlerinde soyutlama tekniklerini

kullanan sanatçı resimlerinde düşünce ve tekniği birleştirerek yalın bir anlatım dili yaratmayı amaçlamaktadır (Ersoy, 1998, s. 97).



Görsel 4: Turan Erol, Kömür Dağıtım Yeri, 100x300 cm. Tuval Üzerine Yağlıboya.

Gerçekçi figüratif resmin önde gelen sanatçılarından birisi de Turan Erol'dur. Beyaz rengi en iyi kullanan ressamlarımız biri olarak da bilinen Erol peyzaj çalışmalarında geniş fırça vuruşları eşliğinde pastel renkleri kullanarak resimlerini oluşturmuştur.

Dışavurumcular

Dışavurumcu sanat (Ekspresyonizm) duyguların ve düşüncelerin tüm yönleriyle aktarılması olarak tanımlanmaktadır. Kişinin benliğinin derinliklerindeki duygulara şekil veren onları ortaya çıkaran bir sanatsal yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Dışavurumcu üslupta resmin anlamı salt resimde görünen şey olmaktan çıkarak nesnel bütünüyle birbirinden kopmuştur. Dış dünyanın gerçekliğinin yerini sanatçının gerçekliği almakta böylelikle günlük, rastlantısal, bilimsel, ruhsal vb. gerçekler sanatçı üzerinde yarattığı tüm duygu durumlarının çözümlenmesiyle sanatçının yaratıcılığı ve zihinsel gerçekliği ile resim anlatısında ortaya çıkmaktadır. Dışavurumcu sanatçılar için gerçek, kişinin içindedir. Dışarıdan görülen tümüyle özgün olamaz ve sanatçının eserinin doğrudan konusu olamaz. Nesnenin asıl anlamı onun görüntüsünün arkasındadır. Bu üslubu benimseyen sanatçı artık başkalarına güzel görünen şeyi verme yerine kendisi ve sanatı için önemli olanı yansıtmaya eğilimindedir (Ersoy, 1998, s. 110).

Gerçeküstücüler

Gerçeküstücüler nesnelere gözle görünen fiziksel özelliklerinde yer alan herhangi bir durumu değiştirmekle değil maddenin derinlikleri ve düşünce biçimiyle ilgilenirler.

Gerçeküstücülük düşünsel bir madde olmamakla beraber ne bir ruh ne de manevi bir metadır (Ersoy, 1998, s. 131). 1970 kuşağının önde gelen sanatçılarından birisi Burhan Uygur’dur. Resminin içeriksel kurgusuyla bütünleşen özgün lekesele arayışları ile genç kuşağı etkileyen bir sanatçıdır (Özsezgin, 1992, s. 321). Sanatçının ilk dönem çalışmalarından son dönem çalışmalarına kadar çalışmaların merkezindeki ortak duygu hüznün duygusudur. Bilinçaltının karmaşık dünyasından imgeler derleyen sanatçı çevremizi kuşatan ve yaşantımızın birer parçası haline gelen gerçeklerin tedirginliğini, çelişkisini sanatı içerisinde özgün kompozisyonlarla resmetmiştir (Özsezgin, 1982, s. 49).

Figüratif Soyutlama

Soyut sanat akımları figüratif yaklaşımlar üzerinde çeşitli etkiler bırakmıştır. Bu etkiler bazen süsleyici motifler içerirken bazen de figürlerin karmaşık ve çarpıtılmış görünümünü içermektedir. Figüratif soyutlayıcı yapıtlar üreten sanatçılarımızdan birisi Abidin Dino’dur. Dino, yalın bir desenden doğanın gizemli geometrisine değin değişik teknikler ve estetik açıdan farklı yaklaşımlar deneyen bir yandan da üslubunun gizemini daima koruyan bir sanatçıdır (Ersoy, 1998, s. 70).

Naifler

Naif resmin temsilcileri arasında yer alan sanatçılarından birisi de Fahir Aksoy’dur. İçten ve çocuksu bir yaklaşımla yaptığı resimlerde akademik resim kurallarına uymamaktadır. Sanatçı kişiliğini Türk kültüründen kilim, halı dokuma, nakış ve minyatür gibi sanatların canlı, hareketli renk ve formlarından etkilenecek inşa etmiştir. Bir diğer naif ressamlarımızdan birisi de İbrahim Balabandır. Kendi resmine has bir üslup yaratırken kimseden etkilenmeden özgün bir biçimde üretimini gerçekleştirmektedir. İnsan figürlerini oluştururken açık koyu karanlık aydınlık gibi teknik endişeler duymadan yalnızca figürlerinin özüne odaklanmaktadır. Resimlerine köy yaşamının yalın ve özentsiz gerçekliğini konu ederken tüm duyarlılığıyla salt gerçekliği ifade etmeye çalışmaktadır

Günümüz Türkiye Sanat Ortamının Resim Sanatına Etkisi

Günümüz resim sanatına bakıldığında ise özel ve kurumsal koleksiyonların azlığı resim sanatı pazarının gelişmesini engellemektedir. Böyle bir manzarada Türk resim sanatçıları, amaçları sadece kâr amacı gütmek olan galerilerle temas kurmak zorunda kalmaktadır. Galerilerin talepleri etrafında oluşan bu süreçte sanatçıların özgür ve özgün üretimleri birer tartışma konusudur (Karayağmurlar,2009, s. 40).

SONUÇ

Batı sanatı gelişim süreci içerisinde kendi kültürünün yanı sıra farklı pek çok kültürün etkileşiminin izleriyle karşılaşmak mümkündür. Bunun erken örnekleri antik dönemlere kadar

uzanır. Kültürleri fark etmeksizin sanatçılar üretimlerini gerçekleştirirken birbirlerinden tarihsel süreç boyunca etkilenmişlerdir. Türk sanatına baktığımızda ise bu etkilenmeleri toplumsal yaşam kültür sanat dünyasındaki gelişmeler, sanatçıların kişisel yaklaşımları, sanat eğitimleri ve sanat akımları olmadan ele almak imkansızdır. Çalışma kapsamında Türk resim sanatının etkisi altında kaldı yaklaşımlar ele alınarak dönemsel olarak bir iş sürülmüştür. Bu gelişmelerin Kronolojik bir perspektifte ortaya konulması sağlanmıştır. 1794 yılında Mühendishane-i Behri Hümayunda (Kara Harp Okulu) ilk resim dersi verilmeye başlanmıştır. 1845 yılında Avusturyalı ressam Oreker’in Çırağan Sarayında manzara resimlerinden oluşan ilk sergisi açılmıştır. 1864 yılında Avrupa’ya sanat eğitimi almaları için öğrenciler gönderilmiş ve 1883 yılında ise sanat eğitimi vermek amacıyla Sanay-i Nefise Mektebi (Güzel Sanatlar Akademisi) kurulmuştur. Cumhuriyet’e kadar geçen süreçte sanatsal etkinlikler İstanbul’da, saray ve çevresiyle sınırlı kalırken çoğunlukla manzara konulu resimler yapılmıştır. 1923 yılından itibaren ise Ankara’da kültür sanat hayatında hareketlenmeler yaşanmış resim sergileri açılmıştır.

Çalışmamız kapsamında 1950’lere değin Türk resminin batı sanatının etkisi altında kaldığı sonucuna erişilmiş olup, 1950’lerde yaşanan sosyo-ekonomik değişiklikler ışığında bireyselliğin ön plana çıkmasıyla birlikte sanatçıların daha özgün çalışmalara imza attıkları tespit edilmiştir. Osmanlı Devleti’nin toprak kaybetmesiyle başlayan batı teknolojilerinin takip edilmesi süreci batı kültür ve sanatının da takibini de beraberinde getirmiştir. Batı Sanatında ortaya çıkan sanat akımlarının zaman farkıyla takip edildiği süreçler 1800’lerden 1950’lere kadar sürmüştür. Bu süreçlerde sanatçılar gruplaşma eğilimi göstererek hep birlikte bu gelişmeleri yakından takip etmeye çalışmıştır. 1950’li yıllarda yaşanan sosyo-ekonomik gelişmelerin beraberinde gruplaşma eğilimleri azalma gösterirken bireysellik ön plana çıkmaya başlamıştır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte İkinci Dünya Savaşı’nın ardından sanat eğitimi veren kurumların ve fuar, bienal gibi sanat etkinliklerin sayısı artış göstermiştir. Bu süreçte sonra Batı sanatıyla ilgili gelişmeler daha yakından takip edilirken sanatçılar için sanat alanı her geçen gün sınırlarını genişletmeye başlamıştır. Türk Resim Sanatı’na yönelik bir analizin yapıldığı bu çalışmada kültürel-toplumsal ve sanatçının dünyayla etkileşimi çerçevesinde bir bakış gerçekleştirilmiştir. Bugün Türkiye’de sanat kültür alanına ayrılan kaynaklar sınırlı kalmaktadır. Sergi, bienal ve sanat fuarı gibi faaliyetlerin sürdürülmesi yalnızca sanatçılar tarafından gerçekleştirildiğinde oldukça zor olmaktadır. Türk resim sanatçıları sanat alışverişinin uluslararası sanatın önemini tarih boyunca farkında olmuşlardır. Uluslararası sanat yoluyla bireysel ve toplumsal gelişiminin yaşanabileceğini Türk Resim Sanatı tarihi göstermektedir. Sonuç olarak sanatçılar ve toplum olarak içinde yaşanılan çağın sanatsal potansiyelinin farkına vararak, geleceğe dair atılımların öncülüğünü yapmak, geçmişini özümseyerek günümüz koşullarıyla bağdaştırarak özgün bir senteze ulaştırmak gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Altan, Ö. (1966). Zeki Faik İzer. İstanbul: Akademi, S. 5.
- Aydoğan, K. B. (2008). Sanatta Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Performans Sanatı. Art-e Sanat Dergisi, 1(1), 1-17.
- Başbuğ, F. (2009). 1914 Çallı kuşağı'nın Türk resim sanatı ve eğitimine etkisi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- Berk, N. (1973). Elli Yılın Resim ve Heykeli. İstanbul: İş Bankası.
- Buğra, H. B. (2007). 1914'lerden1940'lara Türk Resim ve Romanında Gerçekçilik. İstanbul: Ötüken.
- Elmas, T, (2002). Çağdaş Türk Resminde Minyatür Etkileri. Konya: T. C. Konya Valiliği İl Kültür Müdürlüğü Yayınları.
- Ersoy, A. (1998), Günümüz Türk Sanatı, İstanbul:Bilim Sanat
- Germaner, S. (1987). 1950'den Günümüze Türk Resmi. Sanat Çevresi Dergisi,Nisan, s:19- 20
- Giray, K. (1995). Hikmet Onat, İstanbul:Yapı Kredi
- Tansuğ, S. (2008). Çağdaş Türk Sanatı. İstanbul: Remzi.
- Tuna, Z. D. (1995). Batılılaşma etkisinde Türk resim sanatının oluşumu ve oluşumda rol oynayan sanat grupları (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.
- Turani, A. (1977). Batı Anlayışına Dönük Türk Resmi. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Sanat Dizisi: 31.
- Kahraman, H. B. (1987). Türk Resminde Çağdaşlaşma Evreleri. Sanat Olayı Dergisi,60, s:60- 65, İstanbul.
- Karayağmurlar, B. (2009). Deginmeler. İzmir; Çalı
- Korur, A. (2008). Cumhuriyet'in ilk on beş yılında Türk resim ve heykel sanatı (1923-1938) (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Ankara.
- Renda, G. (1993). Çağdaş Türk Resmi, Başlangıcından Bugüne Türk Sanatı, Ankara, T. İş Bankası Kültür Yayınları, Ajans Türk
- Özsezgin, K. (1968). Resim 1967-68. Dost Dergisi,Ağustos, s: 18.

Özsezgin, K. (1998). Cumhuriyet’in 75. Yılında Türk Resmi. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Cumhuriyet Dizisi:20, İstanbul.

Seuphor, M. (1957). Knaurs Lexikon Abstrakter Malerei. Droemerische Verlaganstalt, München – Zürich.

Üstünipek, M. (2005) Dr. Mehmet, Türk Resim Tarihi, <http://www.lebriz.com.tr.htm>, 23.09.2005