

**Cilt:5 Sayı :2**

**Volume:5 Issue:2**



**AKSARAY ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ**

**AKSARAY İLETİŞİM DERGİSİ  
JOURNAL OF AKSARAY COMMUNICATION**

**Temmuz 2023**

**July 2023**

**e-ISSN 2667-6168**

**Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi**  
**Aksaray İletişim Dergisi**  
Cilt: 5 Sayı 2: Temmuz 2023

**Yayın Sahibi**

Prof. Dr. Nezahat ALTUNTAŞ DUMAN

**Editör**

Doç. Dr. Gülşah SARI

**Editör Yardımcıları**

Doç. Dr. Mehmet Safa ÇAM

Araş. Gör. Dr. Fatih BARİTCİ – Araş. Gör. Dr. Lütfü PINAR

Araş. Gör. Hasan Hüseyin KAYIŞ- Araş. Gör. Nurcan EDE

**Yayın Kurulu**

Doç. Dr. Ercan AKTAN

Doç. Dr. Selahattin ÇAVUŞ

Doç. Dr. Zühal FİDAN BARİTCİ

Doç. Dr. Beyler YETKİNER

Doç. Dr. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN

Doç. Dr. Veysel ÇAKMAK

**Alan Editörleri**

Doç. Dr. Veysel ÇAKMAK

Doç. Dr. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN

Doç. Dr. Gökhan GÜLTEKİN

**DANIŞMA KURULU**

Prof. Dr. Caner ARABACI, KTO Karatay Üniversitesi

Prof. Dr. Ümit ARKLAN, Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Bünyamin AYHAN, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Şükrü BALCI, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet KALENDER, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin KÖSE, Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Aydın Ziya ÖZGÜR, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Gabriela RATULEA, Universitatea Transilvania din Braşov

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER, Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Narin Tülay ŞEKER, Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Erdem TAŞDEMİR, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Sevil YILDIZ, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Cem ZEYTİNOĞLU, East Stroudsburg University

Prof. Dr. Ahmet TARHAN, Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Brenton FREDERİCKS, Central University of Technology

Prof. Dr. Onur BEKİROĞLU, Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Ali BÜYÜKARSLAN, İstanbul Medipol Üniversitesi

Prof. Dr. Fuat USTAKARA, Gaziantep Üniversitesi

Doç. Dr. Hüseyin ÖZARSLAN, Gümüşhane Üniversitesi

Doç. Dr. Salvatore SCIFO, Bournemouth University

Dr. Sofia SOKOLOVA, Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy

Dr. Alina PAKLERSKA, Alcide De Gasperi University of Euroregional Economy

Atrimecia HASS, Central University of Technology

**Mizanpaj Editörü**

Arş. Gör. İbrahim KAHRAMAN  
Arş. Gör. Efe Numan CAN

**Yayın Türü:** Ulusal Süreli

**Yayın Tarihi:** Temmuz 2023 **Index:** ResearchBib, ASOS Index

**Yazışma Adresi**

Doç. Dr. Üyesi Gülşah SARI  
Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi, Kampüs 68100- Aksaray  
e-posta: gulsahsari@aksaray.edu.tr, ilefdergi@aksaray.edu.tr  
Dergi adresi: <http://dergipark.gov.tr/aid> Tel: 0382 288 2595

Aksaray İletişim Dergisi Ocak ve Temmuz aylarında olmak üzere yılda iki defa yayımlanır. Hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazara/yazarlarına aittir. Kaynak göstermeksizin alıntı yapılamaz.

## İÇİNDEKİLER

### Araştırma Makaleleri

		<b>Yemenli Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Devrim ve Kimlik Perspektifinden Bir Okuması</b>
1	46-65	Saddam Abdulalem Ahmed AL-NADHEEF (Doktora Öğrencisi) saddamnadheef@gmail.com
		<b>Höristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Kullanımı: Donald Trump'ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz</b>
2	66-84	Dr. Öğr. Üyesi Hacı Hasan SAF hacihasansaf@hotmail.com
		<b>Türk Sinemasında Bürokrasinin Temsili ve Memur İmgesi</b>
3	85-104	Uzman Uğur BOĞA ugurboga@yahoo.com
		<b>YouTube Ekonomisi Üzerine Yerel YouTuberlar ile Bir Görüşme (Bozkır İlçesi Örneği)</b>
4	105-124	Doç. Dr. İbrahim E. BİLİCİ ibilici@yandex.com.tr  İlker YÜKSEL (Yüksek Lisans Öğrencisi) ilker.yuksel.123@gmail.com

## Yemenli Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Devrim ve Kimlik Perspektifinden Bir Okuması

Saddam Abdulalem Ahmed AL-NADHEEF<sup>1</sup>

\*  
\*\*  
\*\*\*  
\*\*\*\*  
\*\*\*\*\*

### Öz

Bu çalışma, Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerini, devrim ve kimlik perspektifinden ele alıp, Sara'nın filmlerini yaparken kullandığı yaklaşımı belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşmak için Sara'nın, "Keramet'in Duvarları Yok" ve "Dut Evi" filmleri incelenip, yönetmen Sara ile görüşme yapılmıştır. Bu çalışmada, iki film gözlemlenip görüşmeler yapılarak nitel bir yöntem kullanılmıştır. "Keramet'in Duvarları Yok" filmi, Yemen'deki Arap Baharı devriminde gösterileri, baskı olaylarını ve devrimcilerin rejime karşı barışçılığını konu almaktadır. "Dut Evi" filmi, Sara'nın İskoçya'dan döndükten sonra devrim döneminde ailesiyle birlikte Yemen'de kaldığı süre boyunca, kendisini ülkesinin kimliğine, kültürüne, gelenek ve göreneklerine tamamen yabancılaşmış halde bulduğu anılarını ele almıştır. Çalışma, Sara'nın filmlerini yaparken gerçekçi ve basit yaklaşım izlediğini ortaya koymuştur. Sara'nın çalışmaya konu olan filmleri birkaç uluslararası festivalde gösterilerek iki filmine uluslararası başarı kazandırmış, bunlardan biri de Oscar'a aday gösterilmiştir. İki film, Yemen devrimi ve kimliğini dünyaya, duyduklarından daha medeni bir şekilde göstermiştir. Bu, sinemanın etkisinin gücünü, halkların ve ülkelerin imajını şekillendirmede, onu güzel veya çirkin bir şekilde göstermede önemli rolünü ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Belgesel Filmler, Sinema, Arap Baharı, Yemen, Ortadoğu

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı, saddamnadheef@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3182-9981.

\* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

\*\* Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

\*\*\* Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

\*\*\*\*Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

\*\*\*\*\*Bu çalışma Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulunun 436 sayılı ve 05.01.2023 tarihli kararı gereği etik açıdan uygun bulunmuştur.

## A Reading from the Perspective of Revolution and Identity in the Films of Yemeni Director Sara Ishaq

### Abstract

This study examines the films of Yemeni director Sara Ishaq from the perspective of revolution and identity and aims to determine the approach Sara uses while making her films. In order to achieve this aim, Sara's films "Keramet No Walls" and "Mulberry Evi" were reviewed and an interview was held with the director Sara. In this study, qualitative method was used by making interviews after observing two films. The film "Dignity Has No Walls" dealt with the events of the demonstrations and repression in the Arab Spring revolution in Yemen and the peacefulness of the revolutionaries in the face of the regime. The Mulberry House movie dealt with Sara's memoirs during her stay with her family in Yemen during the revolution period after her return from Scotland, to find herself completely alienated from her country's identity, culture, customs and traditions. Through the interview, the study found that Sara followed a realistic and simple approach in making her films, and this earned her two films international success by showing them in several international festivals, and one of them was nominated for an Oscar. The two films showed the revolution and the Yemeni identity to the world in a more civil way than it had heard about it. This reveals the strong influence of cinema and the important role it plays in shaping the image of peoples and countries and showing it in an ugly or beautiful way.

**Keywords:** Documentary Films, Cinema, The Arab Spring, Yemen, The Middle

### Giriş

Sinemanın önemi, toplum sorunlarına ışık tutan sanatlardan biri olmasında yatmaktadır. Sesini, katı politikalar ve düzenlemelerle sınırlandırılan medya araçlarından daha objektif bir şekilde aktarmaktadır. Sinemadaki yaratıcılık sayesinde, zihinler yaratıcı fikirlere açılabilir (Mahmood, 2013, s. 77-78). Sinema, sinema salonlarında gösterilecek dramatik filmler ve belgesellerin yapımında özetlenen çeşitli becerilerin yanında birleşik sanatları içeren sanat türlerinden biri olarak sınıflandırılır. Filmler; hedef izleyicinin kalitesi, filmdeki diyaloglar ve karakterler aracılığıyla izleyiciye yöneltilen mesajların niteliği ile kendi aralarında ayrılmaktadır (Ryall, 2020).

Günümüzde bazı insanlar sinemanın gücünü, sosyal, ekonomik ve entelektüel etkilerini küçümseyebilir. Ancak bu, dünyanın en kârlı endüstrilerinden biridir. Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada sinema sektöründen en çok kâr elde eden ülkeler listesinde ilk sırada yer alırken, onu Çin ve İngiltere, ardından Japonya ve son olarak da yılda en çok film üreten ülke olan Hindistan izlemektedir (Kiprop, 2020). Sinema, toplumların kültürel ve sosyal açıdan kapsamlı gelişiminde önemli bir rol oynar ve aynı zamanda siyasi araç olarak da kullanılır.

Bu araştırmada konumuz olan belgesel sinema ise, tarafsız bir şekilde ve üzerinde herhangi bir görüş belirtmeksizin bilimsel, tarihi veya politik bir gerçektir. Belgesel film, yakın geçmişte veya günümüzde meydana gelen felaketler, savaşlar veya önceden yaşanmış olayların tarihsel ya da politik bir anlatımını içerir (Ward, 2012, s. 12). Bu araştırmanın odak noktası olan Yemen'deki belgesel filmlerin gerçekliğine gelince ülke, son on yılda tam da 2011'deki Arap Baharı devriminden sonra bir anda, düzinelerce belgesel film yapımına tanık olmuştur. Bu filmlerden belki de en ne çıkanları, 2011'de Yemen'deki gençlik devriminin olaylarını belgeleyen "Keramet'in Duvarları Yok" ve Yemenli bir ailenin savaş zamanındaki yaşamını yakından gösteren "Dut Evi"dir. Uluslararası forumlara ve festivallere ulaşan bu iki filmi aynı kişi yönetmiştir ve savaşa rağmen başarıya ulaşmıştır. Bu bakımdan Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin Arap baharı devrimi ve kimliği perspektifinden bir okumasını yapabiliriz ve bu da araştırmanın konusu ya da problemidir.

Bu alışma, Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin devrim ve kimlik perspektifinden tarzını, gerçekliğini ve doğasını öğrenmeyi amaçlamaktadır. Bu, aşağıdaki sorulara cevap verilerek belirlenebilir:

1. Yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin, yapım nedenleri nelerdir?
2. Yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin, kapsadığı konular nelerdir?
3. Yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin, yapımında karşılaşılan zorluklar nelerdir?
4. Sara Ishaq'ın filmlerini yaparken kullandığı tarz veya yaklaşım nedir?
5. Sara Ishaq'ın filmlerinin Ulusötesi Sinema ve diğer Arap Baharı devrimi filmlerine kıyasla seviyesi nedir?
6. Yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerinin, Yemen Belgesel Sinemasına katkıları nelerdir?
7. Yönetmen Sara Ishaq'ın filmleri hangi başarıya ulaştı?

Bu alışma, Yemen'de belgesel sinemanın ilerlemesine katkı sağlayacağı için türünün ilk rneği olarak kabul edilebilir. Bundan dolayı çalışmanın önemi; diğer araştırmacıların bu konuya odaklanmasına, Yemen sinema sektörüne ve yapım rnesansına fayda sağlayacak kapsamlı çalışmalar yapılmasına yol açacak yeni ufuklar yaratacak olmasıdır. Bu alışma aynı zamanda, Yemen'deki sinema fakültelerine, enstitülerine, Yemen ve Türk kütüphanelerine yeni bir nitel eklemeyi temsil edecek olup, genel olarak sinema çalışmalarının gelişmesine katkıda bulunacaktır. Çünkü araştırmacıların daha önce erişemedikleri bilgileri sağlayacaktır.

Bu çalışmada, nitel bir araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmalar; gözlem, görüşme ve belgeleri

inceleme gibi, nitel bilgileri toplama tekniğidir. Aynı zamanda doğal ve gerçek bir üslupla olay ve analizlere ışık tutmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 39). Günümüzde sosyal bilimlere ait araştırmalarda görüşme teknikleri geniş şekilde kullanılmaktadır. Esnek gözlem yöntemine sahip bu teknikle, saha taramasından doğan kusurlar büyük oranda giderilmektedir. Aynı zamanda bilgiler daha derin bir şekilde toplanır. Yöneltilen kapsamlı ve derin soruların cevaplarıyla daha güvenilir bilgiler elde edilir (Güven, 2001, s. 169). Bu teknik sayesinde araştırmanın konusuyla ilgili derin bilgiler elde edilmiştir. Bu şekilde okurun konuya ilişkin detaylı bilgilere ulaşabilmesi amaçlanmaktadır.

Bu çalışma, Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın filmlerini kapsamaktadır. Çalışmanın amacına ulaşmak için amaçlı örneklem kullanılmıştır. Araştırmacı tarafından kullanılan amaçlı örneklem de dahil olmak üzere istatistikte kullanılan belirli örneklem çeşitleri vardır. Araştırmacı çalışmalarının amacına ulaştığını anlarsa, bu örneklemin parçalarını veya bireylerini amacına uygun olarak seçer. Bu örneklem, örnekleri inceleme yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. Bu; çalışmanın amacına ulaşması, hizmet etmesi ve uyması için çalışmanın kapsamından belirli bir şekilde seçilen unsurlardan ve durumlardan veri ve bilgi toplama yöntemi anlamına gelmektedir (Nouh, 2006, s. 16). Bunun ışığında, Yemenli yönetmen Sara Ishaq, bu çalışmada örneklem olarak seçilmiştir.

## 1. Yemen'de Sinema Tarihi

Sinema, sinema salonu ve tiyatrolarda büyük ekranlar aracılığıyla hareket eden ışığın yapılması ve halka sunulmasıdır. Avrupa, bu sanatın doğum bölgesi olarak kabul edilir. 1819 yılında, bizi bugünkü sinemanın son haline getiren seri araştırma ve buluşların doğuşuyla ilk adımları Avrupa'da atılmıştır. Yemen'de, bazı kaynaklara göre ilk sinema salonunun ortaya çıkış tarihi, İngiliz sömürgeciliği altında olan Aden'de geçen yüzyılın otuzlu yıllarının sonlarına dayanmaktadır. İlk sinema salonunun adı "Herken"di ve İngiltere'nin imajını süsleyip, sömürgeciliğin varlığını sağlamlaştıran İngiliz ve Avrupa filmlerini göstermekteydi (Al-Salmi, 2020). Kuzey Yemen'de, Eski Yemen Başbakanı olan araştırmacı Dr. Ahmed Obaid bin Dagher'in "Yemen İmam Ahmed'in Kuralı Altında" adlı kitabına göre İmam, iktidara gelmesini her yıl kutladığı Zafer Bayramı'nın yıldönümünde bir futbol maçı gösterilmesine izin vermiştir. Daha da önemlisi kitaba göre ilk kez 1957'de kutlamaların ardından bir film gösterimi yapılmıştır. Bin Dagher bu sunumun nasıl ve nerede gerçekleştiğini açıklamamasına rağmen, bunu nitel bir olay olarak nitelendirmiştir (Dagher, 2004, s. 55-62). Daha sonra Kuzey ve Güney Yemen'de birçok sinema ortaya çıkmıştır ve ayrıntılı olarak bahsedeceğimiz birkaç rolleri olmuştur. Ancak genel olarak, geçen yüzyıl boyunca hiçbir Yemen filmi yapılmamıştır ve sinemalarda gösterilen filmlerin tamamı yurt dışından; Mısır, Rusya, İngiltere, Amerika ve Hindistan'dan ithal edilmiştir. Fakat 1920'lerde de Yemen'de çekilen Yemen ile ilgili bir Rus belgesel filmi vardır.



## 1.1. Sinema Salonu

Sinema; fotoğrafın gelişmesinden, sunum ve hareket mekanizmalarından sonra, on dokuzuncu yüzyılın başlarında teknolojik gelişme bağlamında ortaya çıkmış; şirketler, projeksiyon sağlamak ve en düşük maliyetle sinema açmak için birbirleriyle rekabet etmişlerdir. Sinema için ilk uluslararası patent, ilk haliyle 1895 yılına dayanmaktadır ve ardından tüm bileşenleri ile film endüstrisi gelişmiştir. Bu gelişme bugüne kadar devam etmiştir ([The History of Movies, 2019](#)). Sinemayı yedinci sanat olarak adlandıran ilk kişi Fransız-İtalyan eleştirmen Ricciuto Canudo olmuştur. Canudo'ya göre mimarlık ve müzik en büyük sanatlardır. Mimarlık, heykel, görsel sanatlar, müzik, kompozisyon ve performans sanatlarını oluşturmuştur. Canudo, sinemanın bu altı sanatı güzelleştirdiğine ve birleştirdiğine, dolayısıyla yedinci sanat olduğuna inanmaktadır ([Barakat, 2017](#)).

Yemenliler, dünya çapında sinema sektöründe yaşanan gelişmelere ve vardığı konuma baktıklarında, kendi ülkelerindeki o büyük gelişmelere tanık olmamış ve sinema sektörünü değerli bir alan olarak görmemektedirler. Aslında pek çok Yemenli, Yemen'deki ilk sinema salonlarının geçen yüzyılın başında, 1918'de, Aden'de ortaya çıktığını bilmemektedirler ([Hassan, 2013, s. 2](#)). Yemen'in güneyindeki Aden şehri, 13'ten fazla sinema salonunu kucaklamakta öncü olmuştur ve bazı araştırmalara göre 1930'ların sonlarında Arap Yarımadası'nda ilk sinema salonu açılmıştır. Sinema salonları, sayıları 24'e ulaşan Aden'den İngiliz işgali altındaki güney illerinin geri kalanına yayılmış olup; o sırada Herken ve Shahinaz Sinemaları'nın yanında sessiz filmler göstermeye başlayan diğer sinemalar gibi bir dizi sinema meşhur olmuştur ([Al-Salmi, 2020](#)). Ancak sinema salonunun ortaya çıkışı muhtemelen Herken Sineması açarak -Sömürge hedeflerine ulaşmak amacıyla- Aden'de ilk sinema salonunu açmış İngiliz işgali ile geçen yüzyılın ellili yıllarına kadar uzanmaktadır. Harabeleri bugün hala mevcuttur. Mısırlı sanatçı ve aktör Farid Al-Atrash, Aden'i ziyareti sırasında Herken Sinemasını 1954'te ziyaret etmiştir. Geçen yüzyılın altmışlı yıllarının sonuna kadar Aden'deki sinema salonları, uluslararası sinemanın son çıkan filmlerini Kahire ve Beyrut ile eş zamanlı olarak göstermekteydi ([Fouad, 2020](#)).



**Görsel 1.** 1960, Aden'de 'Shahinaz' Sineması

Sinema 1962’de, İmamlık yönetimine karşı Yemen devrimine katılan Mısır askerleri tarafından Kuzey Yemen’e getirilmiştir. İmam Yahya sinemayı, renkli bir büyü olarak kabul ettiğinden ve girmesine ikna olmadığından daha önce sinema bulunmamaktaydı. Yemen vatandaşı, Yemen’de bulunan bazı yabancı elçiliklerden ve Britanya işgali altında bulunan Güney Yemen’e gidenlerden sinemayı tanımıştır. Daha sonra Yemen’in bazı şehirlerine sinema salonları yayılmıştır. Amaçları sadece kazanç olan Yemenli iş adamları tarafından Sanaa, Taiz ve El-Hudeyde şehirlerinde de sinema salonları açılmıştır (El-Hutami, 2012, s. 287). Mısırlı askerler sinemayı Yemen’e getirdiklerinde, Yemenli iş adamları arasında rekabet ortaya çıkmıştır. Öyle ki bir dizi sinema salonu kurmaya başlamışlardır ancak, İmamların yönetimi döneminde bunlar yasaklanmıştır. Ekim 1963’te Sanaa şehrinde bazı iş adamları tarafından ilk sinema salonunun açılışı yapılmıştır. Sinemada sadece Arap ve Hint filmlerini yayınlanmıştır. O dönemde sinema idari yönden Enformasyon Bakanlığına bağlıydı. Çünkü sinema salonlarının açılışı için Enformasyon Bakanlığı’ndan, salon sahiplerinin yasak film göstermemeleri ve 500 Riyal (150 dolar) ödemeleri şartıyla izin belgesi alınmaktaydı (Ez-Zeyn, 1995, s. 331). Güney Yemen'deki İngiliz sömürgeciliğine karşı 1963 devriminden ve İmamlığa karşı Kuzey Yemen'deki 1962 devriminden sonra tüm Yemen'de sinema salonu sayısı 49'a ulaşmış, ancak 1990 yılında Yemen'in birleşmesinden ve Yemen Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra sinemalarda önemli bir düşüş yaşanmıştır. Bunlardan sadece ikisi Aden'de kalmıştır ve mevsimsel olarak CD film oynatımında çalışmaktadır (Fouad, 2020). Suudi Arabistan'dan gelen Vahhabi dalgası nedeniyle sinema salonları ortadan kaybolmuş ve son zamanlarda bu durum, toplum özgürlüğü üzerinde yeni dini kontrol orduları olarak Husiler'in Şii adamları tarafından güçlendirilmiştir.

## **1.2. Birlik ve Cumhuriyetin Kurulmasının Ardından Yemen'de Sinemanın Gerilemesi**

1980'lerde sinema ve rolü daha fazla popülerlik kazanmıştır. 1990'ların başına kadar istikrarlı kalmıştır. O dönemde Hint, Arap ve Amerikan film türleri gösterilmiş, Hint

filmleri diğerlerinden daha fazla izlenmiştir. Sinemaseverlere gelince, onlar toplumun her sınıfındandı. Bilet fiyatı dört dolar kadar yüksek olmasına rağmen, zengin-fakir, genç-yaşlı, eğitilmiş-cahil, erkekler-kadınlardan oluşmaktaydı. Yemenli araştırmacı ve yazar Alawi Al-Saqqaf'a göre Yemen'de sinema yoktu. Bunun yerine, Yemen dışında üretilen filmlerin gösterim salonları vardı (Fouad, 2020). 1990'da Yemen'in birleşmesinden sonra Aden'deki Sinema Genel Kurumu ile Sanaa'daki Sinema Sektörü bir kurumda birleştirilerek Kültür Bakanlığı'na bağlı Tiyatro ve Sinema Genel Kurumu olarak adlandırılmıştır. Fakat kurum, maddi imkânsızlıklar nedeniyle sinemalara yeni filmler ithal etmek ve kiralamak için uğraşmamış; bu durum sinema salonlarının azalmasına neden olmuştur (El-Ağberi, 2014, s. 280-281). Yine Aden'de mevsimsel olarak CD-ROM ile çalışan iki sinema salonu kalmıştır (Hasan, 2013).

Geçen yüzyılın doksanlı yıllarında Yemen'de sinema sektörünün büyük başarılar elde etmesiyle sinema salonlarının sayılarında artış olmuştur. Sinema salonlarının hızla artmasının ardından bu ivme aniden ortadan kaybolup, ondan geriye hiçbir şey kalmamıştır. Yazar ve romancı Ali el-Makri'ye göre, Yemen'in birleşmesinden önce de militan dini faaliyetler vardı ancak bu günlerdeki kadar ciddi değildi. Yemen'in birleşmesinden sonra, sınıf ve din birliği bahanesiyle sinema salonlarını kapatma çağrısı yapan militan dini gruplar ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni, bazı sinema salonlarının birkaç dakika boyunca pornografik klipler içeren filmleri göstermiş olmasıdır. Buradan kimi din adamları ve cami hatipleri sinema salonlarının kapatılması çağrısında bulunmuştur. Zamanla sinema salonlarına gidenler sapık olma benzetmesine maruz kalmış ve toplumun gözünde serseri olmuşlardır. Böylece sinema salonları bir yandan halk tarafından terk edilirken, diğer yandan militan toplum onları hükümetten önce kapatmıştır (Gibran, 2018, s. 3). Yemen'deki film yönetmeni Samir El-Afif, siyasetle dinin örtüşmesi dolayısıyla kültürel topluluğun rolünün yokluğunun ve aşiret ittifakının hâkim olduğu bir siyasi otoritenin varlığının, sinemanın rolünün gerilemesine büyük katkı sağladığına dikkat çekmiştir. El-Afif, El Cezire'nin bir raporunda; Yemen'deki sinematik gerçekliğin 1980'lerin sonundan itibaren 1990'lara kadar büyük bir durgunluğa tanık olduğunu söylemiştir. Bu, komşu ülkelerden (Suudi Arabistan) gelen Selefi gelgiti nedeniyle kültürel olarak zayıf bir toplumsal rolün sonucu olarak sinema salonlarının durmasına yol açmıştır (Hassan, 2013, s. 3).

Son olarak, sinemaların kapatılması Yemen'de film yapımının zayıf kalmasına neden olmuştur. Zira sinema salonları sinemanın üretiminde ana tema olarak kabul edilmektedir. Bu duruma özel sektör tarafından yapılan yatırımın eksikliği de bir neden olarak gösterilir. Bazı nitelikli film ve televizyon dizileri üreten uzmanlaşmış kadroların varlığına rağmen Yemen'de siyasi ve dini çatışma film yapımının zayıflığına yol açan diğer nedenlerinden biridir. Yemen'de sinemanın başarı kazanması için milli yapımın geliştirilmesi, sinema alanında yatırımlar yapmak için hükümetin desteği ve özel sektörün teşvik edilmesi gerekmektedir.

## 2. Belgesel Sinema

Tarihteki ilk belgesel denemeleri ve tanımını yapan Polonyalı film yapımcısı, Bolesław Matuszewski'dir. Yazılı eserler arasında geçen en eski metinleri 1898 yılında Fransızca olarak yayınlanmıştır ve bu belgesel değerini dikkate alan ilk yazılı çalışması olarak kabul edilmektedir. Matuszewski, belgesel film ve fotoğraf arşiv oluşturmayı güvenli görsel materyalleri toplayarak saklamayı öneren ilk film yapımcılarından olup; belgesel filmin tarzını belirleyenler arasında yer almaktadır (Mackenzie, 2014, s. 520). Belgesel film, gerçekliğin yaratıcı bir şekilde ele alındığı ve yaşamın olduğu gibi materyaller ile bir araya getirilip kurgusal niteliklerden uzak tutulduğu görsel çalışma yöntemidir. Yapısındaki temel konu ile izleyici arasında açık bir diyalog üretme biçimi olarak yoğunmalı ve reel olguyu üreterek ele alınması, "bilimsel" amaç ile yorumlanarak aktarılması gerekmektedir (Arda, 2020, s. 7-12).

İki tür belgesel vardır: Birincisi gerçek olayları kaydeden belgesellerdir. İkincisi, kamera önünde olanları kaydeden belgesellerdir. Belgesel filmin yapımında da teknik trendler vardır. Bunlar: yapımcının film fikrini istenen etkiyi elde etmek için belirli bir şekilde sunmak amacıyla aralarında seçtiği yaklaşımlardır ve trendler: romantik, gerçekçi, senfoni ve gerçeklik-sinema olarak temsil edilir (Ward, 2012, s. 14). Ayrıca en ünlüleri etnografik, doğa, bilimsel, sanat ve şiirsel belgesel olmak üzere pek çok belgesel türleri vardır. Belgesel türleri hakkında yazılmış makale ve araştırmalara bakıldığında, belgesel film türü ayırımında belli sorunlar yaşandığı görülmektedir. Belgesel eleştirmeni ve yönetmen Tekin Gün'e göre, belgesel film türlerinin, bu türün örneklerinde görüldüğü gibi ilk amacının bilgilendirmek olduğu anlaşılmaktadır. Fakat yapılan çalışmalar, belgesel filmlerin kendi içinde belgesel materyalin türlere ayırma konusunda benzer sorunlar yaşandığını göstermektedir.

Yemen'deki belgesel sinema filmlerden bahsetmişken genel olarak Yemen'deki belgesel ve uzun metrajlı film endüstrisi birçok sorun ve engel yaşamaktadır. Bunlardan belki de en önemlisi, Yemenli yapım şirketleri ve televizyon kanallarının maruz kaldığı marjinalleşmedir. Bunun karşısında, kârlılık da dahil olmak üzere çeşitli nedenlerle Arap görsel-ışitsel sahnesinde dramaya aşırı bir ilgi bulunmaktadır. Geçen yüzyılda sadece tek bir film çekilmiştir ve bu Yemen hakkında 25 dakikalık kısa bir Rus filmidir. 1929 yazında Birinci Sovyet Sinema Misyonu'nda çekilen bu film, Yemen hakkındaki ilk belgesel filmidir. Decaprist gemisi ile Odessa'dan Yemen'e doğru yola çıkılmıştır. Bu, Arap Yarımadası'na efsaneler ve gizemlerle dolu ve neredeyse yabancılara kapalı bir ülke olan Yemen'e yapılan ilk başarılı sinema gezisidir. İki kişilik ekip, yönetmen Vladimir Schneiderov ve kameraman Ilya Tolchan, son derece nadir bir eser olan Yemen üzerine ilk belgesel filmi çekmiştir. Film; şehrin gelenekleri, mimarisi, kahve ticareti-ihracatı, avcılık mesleği ve askeri geçit törenlerini konu almaktadır (Noamkane, 2021).

## 2.1. Arap Baharından Sonra Yemen'de Belgesel Sinemanın Gerçekliği

2011'de Yemen'e yayılan Arap Baharı devrimine kadar sadece Yemen televizyon kanallarında ve internette gösterilen bazı kısa ve uzun Yemen belgeselleri çekilmiştir. Bu filmlerin konuları: turizm, çevre, doğa, tarih ve arkeolojidir. Aynı konularda Yemen, Türk, Fransız ve Araplar ile ilgili yabancı belgeseller de vardır. Araştırmacının internet ve YouTube kanallarında yaptığı incelemeye göre bu filmlerin sayısı 50'yi geçmemiştir.

Yemen uzun yıllardan beri, savaş ve insani krizler yaşamaktadır. Ancak buna rağmen, acının doğduğu yerden uluslararası forumlara ulaşabilen, büyük ödüller kazanabilen hikâyeler ve filmler ürettiği görülür. Yemen sineması, 2011 devriminden sonra özgürlüğün genişlemesi sayesinde birçok kısa film, çizgi film ve belgeselin yapımına tanık olmuştur. Bu belgesel filmlerinin sayısı 50'yi geçmiştir fakat uzun metrajlı filmler açısından, 2011 devriminden önce iki, devrimden sonra bugüne kadar da sadece iki film bulunmaktadır. Eski Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Salih'i istifaya zorlayan 11 Şubat 2011 Devrimi, sanatsal belgelerden kayda değer bir pay almıştır. Resimlerde, kısa filmlerde ve popüler şarkılarda rol almıştır. Ancak filmlerde görülmemiştir. Her ne kadar bu belgeleme faal olmayan girişimlerle sınırlı ve resmi kurumların çalışmalarından uzak olsa da bazı sinema severler sanata biçilen değerden büyük ölçüde yoksun bir ülkede devrimin anısını yaşatmak için onu etkin bir adım olarak görmektedirler. Ülkenin 2015'in başından beri tanık olduğu savaş olayları, devrimi gölgede bırakmıştır. Tiyatro oyuncusu Ammar Daoud'un El Cezire web sitesine yaptığı açıklamaya göre, Şubat 2011 devrimi, Yemenli sanatçının geçimini sağlamak zorunda kalması üzerine yaratıcı insanlar için yeni alanlar açmıştır. Şarkılar ve tiyatrodan başlayıp devrim meydanlarının plastik duvarlarında resimlerle biten yaratıcılık durumunun, ülkenin büyük kentlerinde dağılan iyi bir atmosfer yaratılmasına katkıda bulunduğunu da sözlerine eklemiştir (El Cezire, 2020).

Şöhrete ulaşan, uluslararası festivallerde gösterilen ve ödüller kazanan iki elin parmağını geçmeyecek sayıda belgesel vardı. Genel olarak bu filmler devrim ve sonrasında, iç savaştan ve insani durumdan bahsediyordu. Bu filmler arasında belki de en öne çıkan, Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın "Keramet'in Duvarları Yok" ve "Dut Evi" adlı iki filmidir.

## 2.2. Keramet'in Duvarları Yok (Karama Has No Walls)

2012 yılında üretilen "Keramet'in Duvarı Yok" filmi, devrim olaylarını insani bir bakış açısıyla belgeleyen en önemli sanat eserlerinden biri olarak kabul edilir ve 2014 yılında kısa belgesel kategorisinde Oscar Ödülü adaylığına hak kazanan sekiz film arasında yer almıştır (El Cezire, 2014). Yemenli Sara Ishaq'ın ürettiği ve yönettiği film, devrimin en önemli olaylarından biri olarak kabul edilen Keramet katliamının gerçeklerini anlatır. Film iki genç adam tarafından çekilmiştir. 18 Mart 2011'de gerçekleşen "Keramet Cuması" gösterilerinin olaylarını belgelemiştir. O cuma

günü, eski Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Salih rejiminin ayrılmasını talep etmek için binlerce Yemenli sokaklara ve aylardır içinde buldukları oturma meydanına çıkmıştır. Belgesel, cuma namazından sonra başkent Sanaa'daki Değişim Meydanı'nda barışçıl gösteri yapan sivillere karşı işlenen şiddet ve çirkin suçları anlatır. Başkan Salih'in işlediği katliamda 50'den fazla genç devrimci öldürülmüş ve bu olaylar, ülkeyi otuz yıldan fazla yöneten eski cumhurbaşkanının rejiminin çökmesine neden olmuştur. Film hâlâ eğitim kurumlarında, periyodik olarak Yemen içinde ve dışında devrimin her hatırasında gösterilir (Saraishaq, 2021).

26 dakikalık kısa bir film olarak BBC'de yayınlanmıştır. Oscar adaylığının yanı sıra, "Dut Evi" filmi One World Media Award 2013'e ve İskoç BAFTA 2012 Yeni Yetenek Ödülü'ne aday gösterilmiştir. Film aşağıdaki gibi birçok ödül kazanmıştır:

- 2012'de El Cezire'den En İyi Kısa Film Ödülü
- 2012'de Birleşmiş Milletler Film Derneği (UNAFF) Festivali'nde En İyi Kısa Film Ödülü
- 2012'de San Francisco'daki Arap Filmleri Festivali'nde (AFF) En İyi Kısa Film Ödülü
- 2012'de Evolution Mallorca Uluslararası Film Festivali'nde Güçlü ve Hümanist Hikâye Anlatma dalında Mansiyon Ödülü
- 2012'de Glasgow Kısa Film Festivali'nde Film Yapımında Üstün Başarı Ödülü (Saraishaq, 2021).

### 2.3. Dut Evi (The Mulberry House)

"Dut Evi"; 2013 yapımı, 64 dakika uzunluğunda bir belgesel filmidir ve savaş zamanında Yemenli bir aileye yakından bakar. Film, yönetmeni Sara Ishaq'ın İskoçya'dan döndükten sonra ailesiyle birlikte Yemen'de kaldığı süre boyunca günlüklerini belgeler. Sara, Yemen'de Yemenli bir babanın ve İskoç bir annenin kızı olarak büyümüş; on yedi yaşında İskoçya'ya taşınmaya karar vermiştir. On yıl sonra -özellikle 2011'de- Sara, Yemen'e farklı bir insan olarak geri döner ve geçmişinin eviyle yüzleşmeye, uzun zaman önce kesilen kökleriyle yeniden bağlantı kurmaya hazırlanır ve tüm beklentilerinin aksine geri döner. Ailesini ve ülkesini devrimin eşiğinde bulur (Saraishaq, 2021).

Film, Viyana'daki "Bu İnsan Dünyası" Film Festivali'nde Jüri Ödülü'nü ve Birleşik Krallık'taki Berwick Film Festivali'nde 'Seyirci Ödülünü' kazanmıştır. Dubai Uluslararası Film Festivali'nde Muhr Ödülü'ne ve Selanik Film Festivali'nde AEGAN Ödülleri'ne aday gösterilmiştir. 2014'te Münih DOK. FEST Ödülü'ne ve 2014'ün En İyi Politik Belgesi olarak AEGEAN DOCS Ödülü'ne aday gösterilmiştir. Genel olarak film, 50'den fazla film festivalini gezmiş ve El Cezire English'de gösterilmiştir. Sara

Ishaq'ın yanında Diana Al-Jaroudi (Pro Action filmler) ve Mustafa Youssef (sinematik filmler) filmin yapımına katılmıştır (Saraishaq, 2021).

#### 2.4. Sara Ishaq Hakkında

Sara Ishaq, İskoçya'nın başkenti Edinburgh'da doğmuş; İngiliz vatandaşlığına sahip bir Yemenlidir. Halihazırda Amsterdam'da yaşamakta, evli ve iki erkek çocuğu vardır. İki yaşında Yemen'e taşındıktan sonra, Yemen'in başkenti Sanaa'da büyümüş ve 2001 yazına kadar orada okumuştur. 17 yaşında İskoçya'ya taşınmış ve liseyi bitirene kadar Linlithgo Akademisi'nde okumuştur. Sara daha sonra, 2003 yılında Edinburgh Üniversitesi'ne kaydolmuş ve orada İslami araştırmalar ve siyaset teorileri alanlarında uzmanlaşmıştır. 2007'de Sosyoloji Bölümü'nden lisans derecesi ile mezun olmuştur. Sara, üniversite mezuniyetinden bu yana BBC, Channel 4 ve AJ gibi uluslararası TV kurumlarında yönetmen, araştırmacı ve yerel yapımcı olarak kapsamlı bir şekilde çalışmıştır. Sara, 2011 yılında Edinburgh Sanat Fakültesi'nde Film Yönetmenliği alanında yüksek lisansını sürdürürken, BBC ile fotoğrafçı olarak ülkedeki "Arap Baharı Devrimi"ni belgelemek için memleketi Yemen'e dönmüştür. Yemen'de 20'den fazla uluslararası festivalde gösterilen ve birçok ödül kazanan, en önemlisi Oscar adayı olan ilk filmi "Keramet'in Duvarları Yok"u (kısa konu) yönetmiştir. 2011 yılında Yemen'de sosyal adalet talep etmek ve insan hakları ihlalleri konusundaki sessizliği kırmak amacıyla "Yemen Destek" organizasyonunu kurmuştur. 2012'de "Tacize Karşı Güç" derneğine katılıp rejimi devirmek amacıyla Sanaa'daki Değişim Meydanı oturma eylemlerine katılmıştır (Saraishaq, 2021).

Sara 2013'te, ikinci belgeseli "Dut Evi"ni (uzun konu) yönetmiştir. Film ilk olarak Amsterdam Uluslararası Belgesel Film Festivali'nde (IDFA) gösterilmiş ve daha sonra Avusturya'da gösterime girip, El Cezire İngilizce'de yayınlanmıştır. Sara, 2017 yılında yaratıcı film prodüksiyonu ve eğitimi için Yemen merkezli bir film organizasyonu olan Comra Films'i kurmuştur. Sara, yıllar boyunca BFI London Film Awards, BBC Aan Kurb Film Festival, IDFA Bertha Fonu ve MOOOV Film Festival gibi bir dizi film jürisine katılmıştır. Sara şu anda "Sheba Kızları" adlı uzun bir belgeselin prodüksiyonu üzerinde çalışıyor ve aynı zamanda, Yemen'de ilk metraj filmi "İstasyon"u da çekiyor (Saraishaq, 2021).

### 3. Bulgular ve Yorumlama

Bu araştırma: görüşmeler, gözlemler yapılarak nitel yöntem ve araştırmanın amaçlarına ulaşmak için amaçlı örneklem kullanılmıştır. Yemenli yönetmen Sara Ishaq'ın "Keramet'in Duvarları Yok ve Dut Evi" filmleri seçilmiştir. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak amacıyla yanıtlanması için yirmi soru belirlenmiştir. Zoom programı üzerinden kendisiyle sanal bir görüşme yapılarak şu anda Hollanda'da ikamet eden yönetmen Sara Ishaq'a sorular yöneltilmiştir. Görüşme bir buçuk saat sürmüş ve yönetmen Sara Ishaq'ın verdiği tüm soruların cevapları araştırmacı tarafından Arapçayla yazılmıştır. Daha sonra cevaplar Türkçe araştırma diline

çevrilmiştir. Bu araştırmada araştırmacı, giriş bölümünde belirtildiği gibi yedi ana soru ortaya atmış ve bir sonraki bölümde cevaplarına geleceğimiz gibi yirmi alt soruyu yönetmen Sara Ishaq'a yönlendirmiştir.

### 3.1. Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Yapımının Nedenleri

"Keramet'in Duvarları Yok" ve "Dut Evi" filmlerinin yapımcılığını, fikirden yönetmenliğe Sara Ishaq yapmıştır. Sara Ishaq'a göre montaj ve dağıtım çalışmaları karşılığında mülkiyet haklarının bir parçasını alan Dubai ve Ürdün gibi farklı yerlerden yapım şirketleri vardır. Dolayısıyla bu şirketler, her filmde üretime %30'a varan oranda ortak kabul edilirler. İki filmin izlemesi sayesinde anlıyoruz ki, "Dut Evi'nin" kameramanı, çekimde profesyonel olmadığını söyleyen Sara'nın kendisidir ve görüntüler de bu nedenle titrek görünmüştür. "Keramet'in Duvarları Yok" filmine gelince, olaylar iki genç adam tarafından filme alınmıştır ve çekilen sahneler bir filmde toplanmıştır. Sara Ishaq, filmin yapım maliyetinin kendi bütçesinden olduğunu ve ne kadar harcadığını hesaplamadığını, çünkü her şeyin önceden planlanmadan gerçekleştiğini, daha ziyade iki filmin yapımına neden olan tesadüfi ve beklenmedik olayların olduğunu söylüyor. Sara, diğer yapım şirketlerinin filmin ücretsiz olarak montajlanmasına ve pazarlanmasına katkıda bulunduğunu, bunun karşılığında mülkiyet haklarına katılmasını, görüntülenme ve sponsorluk gelirlerini almasını da sözlerine ekliyor.

"Dut Evi" filminde Yemen'deki devrim olayları filmin içinde televizyonda gösterilmiş ve film, devrim ve Keramet Cuması olarak adlandırılan Cuma günü yapılan katliamdan bahsetmiştir. Ve görünüşe göre burada iki film aynı dönemde çekilmiştir. Sara, protestolar döneminde 2011 yılında Sanaa'da "Dut Evi" filmini çektiğini, ancak "Keramet'in Duvarları Yok" filminin 2012'de, "Dut Evi'nin ise 2013'te gösterildiğini söylüyor. Nedeni, "Dut Evi" filmini gösterme konusunda tereddüt etmesiydi. Uzun süre derinlemesine düşündükten ve akrabalarına, arkadaşlarına danıştıktan bir süre sonra üretme ve gösterme kararını vermiştir. Çünkü onun filmi çekmesindeki amacı kişisel belgelemeden başka bir şey değildi.

Bu noktadan itibaren Sara, "Dut Evi" filmini çekmeye yönelik motivasyonunu açıklıyor. Sara, 2011'deki protestolar sırasında Yemen'e dönmekteki amacının devrim olaylarını belgelemek ve BBC'de muhabir olarak çalışmak olduğunu söylüyor. Sara için, yüksek lisans mezuniyet projesi olarak kısa bir film çekmesi ve Edinburgh'daki fakültesinde sunması isteniyordu. "Keramet Cuması" katliamı olaylarını ve genel olarak devrimin olaylarını belgeledikten sonra Sara, olayları belgeleyen ve çeken iki genç adamla temasa geçmiştir. Sadece dünyanın barışçıl Yemen devrimini bilmesi için YouTube'da paylaşması amacıyla bir film çekmek için anlaşmışlardır. Burada Sara'yı şaşırtan şey, iki filminin özellikle "Keramet'in Duvarları Yok" adlı filminin uluslararası üne kavuşması olmuştur.



"Keramet'in Duvarları Yok" filmi, rejim güçlerinin barışçıl protestocuların oturma eylemini dağıtma girişimi sırasındaki sert ve şiddetli sahneleri gösterir. Bu sahneler, Mısır ve Tunus'taki diğer benzer Arap Baharı filmlerinde bulunmayan kan ve cinayeti içermekteydi. Sara Ishaq şiddet içeren sahnelerin çok fazla ve korkunç olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca dünya; rejimin çirkinliğini ve oturma eyleminin barışçılığını bilsin diye olanlarla ilgili en basit şeyi bile gösterme kararı almıştır. Sara'nın bu sahneleri yayınlamasındaki önemli nedenlerden birisi de bu olayların kameramanlarından birinin hâlâ 15 yaşında bir çocuk olması ve o korkunç sahneleri izlemeye dayanabilmiş olmasıdır. Ayrıca olay sırasında protestocular kameramanları çekime devam etmeye ve durmamaya çağırmışlardır. Bu nedenle Sara, cinayet ve şiddet sahnelerinin küçük bir kısmını bile dünyaya göstermeyerek o insanları hayal kırıklığına uğratmak istememiştir.

"Dut Evi" filmi, Sara ve ailesinin kişisel hikâyesini anlatır. Burada kastedilen, ailesiyle olan kişisel etkileşimidir ve bu, Yemen gibi muhafazakâr bir ülke için cesur bir konudur. Çünkü kadının geç evliliğinden, açık oluşundan ve erkek gibi yabancılaşmasından bahsetmektedir. Dahası, evde olan her şeyi olduğu şekilde belgeler, Sara ve ailesi ev kıyafetleri içinde veya başında örtüsü olmadan gösterilir. Bu, Yemen gelenek ve göreneklerine aykırı bir şeydir. Bu yüzden Sara'nın amacı filmi göstermek değildi ve filmin biçimine otomatik olarak hâkim olan gerçekçi tarz veya yaklaşım dışında film yapımının gidişatını ve biçimini belirleyen belirli bir yaklaşımı yoktu. Sara, kamera kasetini izledikten sonra aklına filmi yapma ve yayınlama fikrinin geldiğini, ancak babası ve ailesi onu teşvik edene kadar bunu yapacak cesareti olmadığını söylüyor.

### 3.2. Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Kapsadığı Konular

Sara Ishaq'ın filmlerinde ele alınan ana konular 2011 Yemen devrimi ve sosyal kimliktir. "Keramet'in Duvarları Yok" filmi, Yemen'deki Arap Baharı devriminin gerçekliğini ve insanların 33 yıldır Yemen'i demir yumrukla yöneten yozlaşmış rejimi devirip nasıl barışçıl bir değişim yaşadığını anlatmaktadır. Film, devrimcilerin rejim güçleriyle çıplak göğüsleriyle karşı karşıya geldiklerini belgelemiş ve buna rağmen rejim askerleri, Cuma namazından sonra kendilerini güvende hisseden silahlı protestocuları öldürmekten çekinmemiştir. Sara, filmin dünyaya Yemen'i sahtecilik olmadan ve imajı açısından iyi -olduğu gibi- gösterdiğini söylüyor. Dünya, Yemenlileri silahlı bir kabile halkı olarak görmekteydi ancak Yemen halkı silahlarını evlerde bırakarak meydanlarda uğradığı baskıya rağmen barışçıl bir devrim başlatmış ve sonunda rejimi devirmeyi başarmıştır.

"Dut Evi" adlı film, Yemen kimliğine geniş bir şekilde değinmiş ve muhafazakâr olamayan birçok Yemenli ailenin olduğunu ortaya koymuştur. Sara, dış dünyanın Yemenlileri içeride kapalı bir toplum olarak, yani; kadınların erken evlendirilip çalışmasını engelleyen çok muhafazakâr bir toplum olarak gördüğünü söylüyor. Ancak film, Sara'nın dediği gibi; tam tersini göstermiştir. Kızının kimliğini, eşini,

elbisesini ve yaşam tarzını nasıl seçeceği konusunda baba ve kız arasında dostça bir diyalog vardır. Film ayrıca, Yemenli kadınların eğitilmiş ve başarılı olabileceğini, çalışma ve hatta yalnız seyahat etme, yabancılaşma hakkına sahip olduğunu göstermiştir. Hiç kuşkusuz araştırmacının bakış açısından filmin sunduğu şey. tüm Yemenli ailelere genellenemez. Ama önemli olan, başarılı deneyimlerin olması ve muhafazakâr olamayan pek çok ailenin bulunmasıdır. Tüm toplumun izole ve kapalı olduğu doğru değildir.

Sara; filmlerinin bu konuları bu şekilde ele almasının, gerçeği olduğu gibi somutlaştırmasının, filmlerin Yemen dışında büyük ün kazanmalarının nedeni olduğunu ortaya koyuyor. Sara'ya göre filmler ister uluslararası sinema festivallerinde olsun ister uydu kanallarında veya internette olsun Yemen dışında izlenmiştir. Sara, dış dünyanın Yemen'i içeriden gerçek bir şekilde görmeye hevesli olduğunu ve bunu "Keramet'in Duvarları Yok ve Dut Evi" adlı iki filmle gerçekleştirebildiğini anlatıyor. "Dut Evi" filmine gelince, kadınlara karşı cesur bir yaklaşımı ele almıştır ve bu, Yemen içinden veya dışından genel olarak filme ve özel olarak Sara Ishaq'a karşı tepkiler yaratmıştır. Sara, tepkilerin normal olduğunu, özellikle de açıklık ve kadınların aile kısıtlamalarından kurtuluşu fikirlerine karşı çıkanlara Yemen'den yanıt veriyor. Ancak Sara, tüm bunları kendini sosyal medyadan soyutlayarak yalnızca işine, özel hayatına ve ailesine odaklanarak aşmıştır. Böylece daha sonra, topluma tanıdık bir şey haline gelene kadar konuyu umursamamıştır.

### 3.3. Yönetmen Sara'nın Filmlerinin Yapımında Karşılaşılan Zorluklar

"Keramet'in Duvarları Yok" filminin çekim ekibi, şiddet ve cinayet sahnelerini belgelemekte zorluklarla karşılaşmıştır. Protestocuların öldürülmesi sırasında yaşanan sahneler, hayatları tehlikeye girmesine ve protestocuların ölmelerine rağmen kameramanların olayları sonuna kadar filme alma ve belgeleme konusundaki güçlerini, meydan okumalarını, kararlılıklarını göstermiştir. Sara bu bağlamda belgesel film yapım endüstrisinin gerçekçi bir yaklaşımla karakterize edilirse gerçek bir meydan okuma olacağı şeklinde yorumluyor. Sara'ya göre belgesel sinemanın uzun metraj sinemasına avantajı, sahneler herhangi bir değişiklik veya manipülasyon eklenmemesi koşuluyla gerçek olması ve gerçeği yansıtmasıdır. Eğer sahnelerde değişiklik yapılsaydı bu durumda sinema yaklaşımı gerçekçiden kurgusal olana doğru değişirdi. "Dut Evi" filmiyle ilgili olarak Sara, zorluğun "Keramet'in Duvarları Yok" gibi çekimler sürecinde olmadığını, çekim sonrasındaki aşamada filmin yapım ve gösterme kararının verilmesi ile ilgili olduğunu söylüyor. Sara konuşmasında genel olarak belgesel yapım sürecinin kolay olmadığını ve özellikle gerçekçi belgesel çekerken ki süreç ve finansman konusunda zorluklarla karşılaştığını açıklıyor. Bu nedenle birçok film, ya en başta çekimin zor olmasından ya da en sonunda üretim ve pazarlama için yeterli finansman olmadığından dolayı durmaktadır.

### 3.4. Sara Ishaq'ın Filmlerini Yaparken Kullandığı Yaklaşım

Daha önce de bahsettiğimiz gibi Sara, "Keramet'in Duvarları Yok ve Dut Evi" filmlerini yaparken gerçekçi belgesel sinema tarzını benimsemiştir. Sara gerçeğe yaklaşmaya çalışmadığını, ancak olayların kendi kendine gerçekçi yaklaşıma ya da tarzına doğru yöneldiğini söylüyor.

Sara, iki filmini çekerken gerçeği güzelleştirmeye çalışmadığını, bunun yerine gerçek güzelliğin onu olduğu gibi aktarmada olduğunu açıklıyor. Sara'ya göre kamera merceği, "Keramet'in Duvarları Yok" filminde protestolar ve göstericilere yönelik baskılar sırasında olduğu gibi etrafındaki her şeyi kaydetmiştir. Bu, "Dut Evi" filmi için de geçerlidir. Çünkü her iki filminde de önceden bir fikir, transkript veya plan yoktur. Bu da iki filme estetik bir karakter kazandırmıştır. Yani bu yaklaşım ve tarz çekimler sırasında kendiliğinden oluşmuştur.

Yemen ve İskoç vatandaşı olarak Sara, bu yaklaşımın film yaparken en iyisi olduğunu düşünmekte mesajın dünyaya olduğu gibi aktarılabilmesinin gerçekçi sinema yaklaşımı ile mümkün olduğuna inanmaktadır. Sara bu yöntemin kendisine ait olduğunu söylemiyor. Gelecek filmlerinin çoğunda da bu yöntemi uygulayacaktır.

Burada belgesel filmlerde bu yaklaşımın aslında, çekim sırasında otomatiklik ve kendiliğindenlik olarak uygulanabileceği söylenebilir. Ancak uzun metraj filmlerde bir ön senaryoya, bir çekim planına, oyunculara ve figüranlara ihtiyaç vardır. Sara, Yemen'de çekeceği bir gelecek filmi olan "İstasyon" adlı bir sosyal komedi filmi, uzun metraj olduğu için bunu fark eder. Sara, filmin gerçekçi tarz kullanarak gerçeği olduğu gibi yansıtmaya çalışacağını söylüyor. Sara, "Cannes Cinefoundation'ın" filmi bu nedenle desteklediğini açıklıyor. Ancak Sara'ya göre destek, pazarlayacakları ve gösterecekleri için maddi değil, soyut bir destektir ve bu Sara için yeterlidir, çünkü film uluslararası üne kavuşacaktır.

### 3.5. Sara Ishaq'ın Filmlerinin Ulusötesi Sinema ve Diğer Arap Baharı Devrimi Filmlerine Kıyasla Seviyesi

Sara'nın filmlerini yapay sahnelerden yoksun, tamamen gerçekçi bir sinema olduğunu söyleyerek ulusötesi sinema, hatta Arap sineması düzeyinde değerlendirebiliriz. Pek çok yabancı belgesel filmlerinde, estetik bir karakter katmak için bazı görüntüler tekrardan çekilir veya filme montaj sırasında değişiklikler eklenir ve bu tabii ki gerçeği yansıtmaz. Sara burada, "Keramet'in Duvarları Yok"un olayların bir kaydı olduğunu, dolayısıyla görüntülerin veya sahnelerin değiştirilemediğini açıklıyor. "Dut Evi" filmine gelince, Sara sahneleri daha iyi üretmek ve estetik hale getirmek için titrek çekimleri veya görüntüleri yeniden çekebileceğini, ancak bunu yapamayacağını söylüyor. Çünkü sahneler gerçek ve kendiliğindedir ve bazı ulusötesi belgesellerde olduğu gibi oyunculuk değildir. Herkes olduğu gibi hareket edip kamera yokmuş gibi davranıyordur ve bu Sara için sadece kişisel bir belgesel

film olmasına rağmen, "Dut Evi" filmi Yemen sınırlarını aşan bir ün kazanır. Sara burada, tüm bunlara rağmen Yemen sinemasının yeni doğduğunu ve henüz erken olduğu için ulusötesi sinemayla karşılaştırılmayacağını vurguluyor.

Sara Arap Baharı ile ilgili benzer Arap filmlerini, Sara Ishaq filmleriyle karşılaştırırken şöyle diyor: "Gerçek değerlendirme izleyiciler tarafından yapılır, bu yüzden filmlerimin Yemen veya Arap dünyasının en iyisi olduğunu bile söyleyemem ama şimdiye kadar yaptıklarımdan memnunum ve en iyisini üretmeyi dört gözle bekliyorum." Araştırmacı, Sara'nın filmlerinin Arap belgeselleriyle rekabet edebileceğini ancak uluslararası (ulusötesi) filmlerle rekabet edemeyeceğini söyleyebilir. Genel olarak, araştırmacının bakış açısından, Sara'nın birçok uluslararası festivalde gösterilen ve birçok ödül kazanan filmlerinin uluslararası ünü, onun başarısını göstermektedir. Ve burada özellikle, Oscar'a aday gösterilen "Keramet'nin Duvarları Yok" filminden bahsediyoruz. "Keramet'nin Duvarları Yok" benzeri Arap filmleri bu seviyeye gelememişlerdir ve belki de bu başarının sebebi filmde, devrimcilerin silah sahibi olmalarına rağmen silahsız protestoları karşısında yaşanan şiddet sahneleri ve buna rağmen barışçıl bir şekilde direnmeleridir. Yemen belgesellerine gelince; başka başarılı filmler de vardır ancak "Keramet'in Duvarları Yok" seviyesinde değildirler. Filmin küresel düzeyde elde ettiği başarıya, Oscar'lara ulaşmasına ve birçok uluslararası festivallerde göstermesine bakıldığında bu gözlemlenmektedir. Daha da önemlisi, "Keramet'in Duvarları Yok" filminin, dünyanın Yemen devrimine bakışını ve Yemenlilerin de kendilerine olan bakışını düzelterek yarattığı toplumsal değişimdir. Film Yemenlileri; eğitilmiş, sivil bir halk olarak göstermiştir, böylece dünyanın dikkatinin odağı olmuşlardır. Özellikle sonunda, devrimlerini başardıkları, rejimi barışçıl oluşlarıyla ve fedakârlıklarıyla devirdikleri için saygı ve takdir kazanmışlardır.

### **3.6. Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Yemen Belgesel Sinemasına Katkıları**

Sara'nın filmlerinin gösterildiği festivallere ve aldığı ödüllere bakıldığında, Yemen belgesel sineması Sara sayesinde uluslararası üne kavuşmuştur. Sara, Yemen sinemasının Oscar'a ilk kez "Keramet'in Duvarları yok" filmiyle ulaştığını, bu da savaşa ve kaynak eksikliğine rağmen Yemen'de sinema ve yaratıcılığın olduğunu dünyaya tanıttığını söylüyor. Bu aynı zamanda birçok Yemenli genci filmlerini üretmeye ve çekmeye teşvik etmiştir ve birçok festivalde gösterilen ve ödül kazanan birçok başarılı belgesel film bulunmaktadır.

Yemen, birçok filmin yapımı için ideal ve verimli bir ortamdır. Savaş ve ıstırap nedeniyle pek çok hikâye ve fikir üretilir. Bu nedenle Sara, Yemen'deki sinemanın geleceğinin umut verici olduğuna inanıyor. Çünkü dünya gerçekten Yemen'i gerçekçi sinemayla görmek istiyor ve bu çoğu Yemen belgeselinin ve hatta uzun metraj filmlerin dış düzeydeki başarısını açıklamaktadır. Sara, bugün Yemen'in başkenti Sanaa'da bir medya prodüksiyon şirketi olan Comra Films'in sahibidir. Şirket,

gençleri eğitmenin üretimin ve dağıtımın yanı sıra üretimi teşvik edip danışmanlık hizmeti vermektedir.

Sara, şirketini yaşadığı Hollanda'da açabildiğini, ancak Yemen ile İskoçya'da daha güçlü bir ilişkisi olduğunu ve menşei ülkesi Yemen'e hizmet etmek istediğini söylüyor. Bu nedenle Sara, Hollandalı bir erkekle evlendikten ve iki çocuğu olduktan sonra bile Yemen'den ayrılamamıştır. Sara Ishaq, Yemen'e en son 2018'de gitmiştir. Savaşa ve kötü koşullara rağmen hem çalışmak hem de ailesini ziyaret etmek için sürekli Yemen'e gitmektedir.

### 3.7. Yemenli Yönetmen Sara Ishaq'ın Filmlerinin Başarısı

Sara'nın uluslararası festivaller döngüsünden ve finansman sisteminden kâr sağladığı görülür ancak, gerçekte Sara'nın dediği gibi manevi kısmı dışında maddi hiçbir şeyden yararlanmamıştır. Sara, "Keramet'in Duvarları Yok" filminden on bin dolardan fazla kazanmadığını, kazandığını ise üretime katılan kameramanlara ve ekibe dağıttığını anlatmaktadır. "Dut Evi" filmine gelince, Sara'nın web sitesinde 4,39 dolarlık bir ödeme ile izlenmektedir ve yapımda Sara ile birlikte yer alan şirket ile bir yıl sonra sözleşmenin sonuna kadar devam edecektir.<sup>2</sup> Dubai merkezli şirket; sponsorluk, pazarlama ve dağıtım karşılığında elde edilen gelirleri "Dut Evi" filminden alırken, "Keramet'in Duvarları Yok" filmi YouTube'da ücretsiz olarak izlenebilir.<sup>3</sup> Sara, amacının film endüstrisinden kazanç sağlamak olmadığını, bunun bir vatan meslesi olduğunu, sinema aracılığıyla dünyaya iletmek istediği bir mesajı olduğunu ve filmlerinin başarısının sırrının bu olduğunu doğrulamaktadır.

Yaşanan gerçeğin sanat ve sinema yoluyla iyiye doğru değişebileceğine inanan Sara, uluslararası festivallerde birçok başarılı Yemen belgeseli ve uzun metraj filmin gösterilmesini ummaktadır. Sara kişisel düzeyde, gelecekte uluslararası bir yönetmen ve film yapımcısı olmak istiyor çünkü kendisine göre başarısı genel olarak Yemen için bir başarıdır. Sara, başkaları tarafından beğenilen eserleri dışında kendisini başarılı olarak görmemektedir.

### Değerlendirme ve Sonuç

Belgesel sinema, Yemen'i dünyaya tanıtmada ve 2011'deki Arap Baharı devrimi döneminde gerçekliğinin gerçek bir resmini aktarmada büyük rol oynamıştır. Ancak Batı medyası Yemen'deki olaylara ve ayaklanmaya Mısır, Tunus ve Suriye kadar ışık tutmamıştır. 2011'den sonra üretilen birçok Yemen belgeseli bulunmaktadır. Ancak bunlar uluslararası üne ulaşamamış, Yemen ile sınırlı kalmıştır. Sara Ishaq'ın filmlerini diğerlerinden ayıran şey devrimi, Mısır ve Tunus'taki benzer Arap filmlerinden farklı bir şekilde ifade etmesidir. Bu, Sara'nın sinemasının sınırını

<sup>2</sup> Dut Evi filmi için: <https://vimeo.com/ondemand/themulberryhouse>

<sup>3</sup> Keramet'in Duvarları Yok filmi için: <https://www.youtube.com/watch?v=6ukW6wHTsqc>

ulusötesi yapmıştır. Sara'nın "Keramet'in Duvarları Yok" ve "Dut Evi" filmlerinde benimsediği gerçekçi sinema tarzı, iki filmi çok ünlü yapmıştır. İki film çok sayıda uluslararası festivalde gösterilmiş ve başta Oscar adayı "Karama Has No Walls" olmak üzere birçok festivalde ödüller kazanmıştır.

"Dut Evi" gibi bir filmin yayın için değil de kişisel dokümantasyon amaçlı çekilmesi gerçekten bir tesadüftür ancak sürpriz, daha sonra bu filmin uluslararası festivalleri gezen bir film haline gelmesidir. "Keramet'in Duvarları Yok" filminin ise önceden duyurulmadan, insanların Yemen'deki ayaklanma ve baskı olaylarını öğrenmeleri için YouTube'da paylaşmak üzere çekilmesi amaçlanmıştır. Ancak film daha sonra kendisine bir Akademi Ödülü adayı bulmuştur. Burada bir şeyin güzelliğinin her zaman basitliğinde ve kendiliğindenliğinde olduğunu söyleyebiliriz. Evet, burada kastedilen gerçeklik sineması yaklaşımını benimsemede, yani; çekimde basitlik, kendiliğindenlik, otomatiklik ve herhangi bir kozmetik ilave olmadan gerçeği olduğu gibi aktarmak ve üretimde basitliktir. Bu sayede izleyiciye filmin içeriğinin gerçekliğini yansıtan gerçek bir görüntü oluşturulabilir.

İngilizceye çevrilen "Keramet'in Duvarları Yok" filmi sayesinde, dünya Yemen'i ve barışçıl Yemen devrimini öğrenmiştir. Film, 18 Mart 2021'de Değişim Meydanı'nda Cuma namazının ardından yaklaşık 52 silahsız sivili öldüren iktidardaki rejimin çirkinliğini gözler önüne sermiştir. Small Arms Survey'e göre Yemen halkı, Amerika ve Falkland Adaları'dan sonra dünyanın en çok silaha sahip üçüncü sivil halkıdır ve 60 milyon silaha sahiptir,<sup>4</sup> ancak mermilerin ve rejimin vahşeti önüne çıplak göğüsleriyle barışçıl bir şekilde çıkmışlardır. "Keramet'in Duvarları Yok" filminden dünyanın anladığı şey budur. İngilizce'ye çevrilen "Dut Evi" filmi de dünyaya Yemen toplumunun tamamen izole olmadığını, bazılarının inandığı gibi kapalı olmadığını ve gelişmiş dünyanın geri kalanı gibi medeniyet ve kentleşmeye açık, hevesli birçok aile olduğunu da göstermiştir. Film aynı zamanda Yemen kimliğinin de küreselleşebileceğini, gelenek ve göreneklerinden vazgeçip yeni bir kültür edinebileceğini göstermiştir.

Sara'nın iki filminin başarıyı yapım gücünden değil, gerçekliği simüle etmesinden dolayı kazandığı sonucuna varılır. İlk filmde "Karama'nın duvarları yoktur" filminin tüm sahneleri, daha önce çekilmiş bir filmde alınmıştır. Çekim için herhangi bir senaryo ya da plan yoktu ama en önemli şey, yapılan devrim olaylarının bazı kameramanlar tarafından belgelenmesiydi. "Dut Evi" filmi de kişisel belgeleme için kendiliğinden çekilmiştir. Amaç, devrimden sonra Sara'nın ailesiyle Sanaa'daki anılarını belgelemek ve bir kopyasını saklamaktır. Çekimin bir amatör tarafından yapıldığı ve yönetmen Sara'nın evindeki kişisel kamerasıyla çekildiği çok açıktı. Ancak film, devrimden sonra Yemen'deki her evin durum ve gerçekliğini yansıttığı için daha sonra uluslararası üne kavuşmuştur. Burada, belgesel sinemanın, halkların

<sup>4</sup> bkz. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/gun-ownership-by-country>

ve dünyanın herhangi bir ülkedeki belirli bir konuya yönelik algısını olumlu ya da olumsuz olarak değiştirmede televizyondan ve yeni medyadan daha az önemli olmayan, etkili ve büyük bir güç olduğu söylenmelidir.

### Kaynakça

- Al-Salmi, A. (2020). *Yemen’de sinema: Ruhlar tarafından terk edilmiş duvarlar!*. 05 10, 2022 tarihinde Manasati30: <https://manasati30.com/culture/12029/> adresinden alınmıştır.
- Arda, Ö. (2020). *Kültür aktarımı ve etnografik belgesel film*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Barakat, A. (2017). *Sinemanın yedinci sanat olarak adlandırılmasının nedeni*. Retrieved 04 03, 2022, from Mmovictopus: <https://movictopus.com/1275/>
- Dagher, A. O. (2004). *Yemen İmam Ahmed’in kuralı altında*. (<https://www.khuyut.com/blog/7180>, Dü.) Kahire: Madbouly kütüphanesi.
- El-Ağberi, S. (2014). *Yemen medyasına giriş*. Sanaa: Üniversite Kitabevi.
- El Cezire. (2014). *Üç Arap filmi Oscar’la taçlandırılmayı bekliyor*. 02 01, 2023 tarihinde El Cezire: <https://2u.pw/QSuAF> adresinden alınmıştır.
- El Cezire. (2020). *Öfke Hatırası: Sanatlar, Yemen devrimi olaylarını nasıl belgeledi?*. 12 15, 2022 tarihinde El Cezire: <https://2u.pw/QSuAF> adresinden alınmıştır.
- El-Hutami, A. (2012) *İletişim teknolojisi ve uygulamaları*. Sanaa: Darul Kitab El-Camie.
- Ez-Zeyn, A. (1995). *Yemen’de medya araçları* (1. b.s). Şam: Dâr Al- Fikr.
- Fouad, K. (2020). *Yemen’de sinema salonları*. 04 21, 2022 tarihinde Khuyut: <https://www.khuyut.com/blog/7180> adresinden alınmıştır.
- Gibran, J. (2018). *Yemen’de sinema: Ülkenin siyasi ve sosyal tarihini özetleyen bir biyografi*. 04 24, 2021 tarihinde Beyrut: <https://2u.pw/DeJhY> adresinden alınmıştır.
- Güven, S. (2001). *Toplumbiliminde araştırma yöntemleri* (2. bs). Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Hasan, S. (2013). *Yemen televizyon kanallarında medya hareketliliği*. 05 19, 2022 tarihinde El Cezire: <https://2u.pw/6Wme3> adresinden alınmıştır.
- Hassan, S. (2013). *Yemen’de sinemaların ortadan kaybolması*. Aden: El Cezire. 05 01, 2022 tarihinde El Cezire Araştırma Merkezi: <https://2u.pw/tiuIC> adresinden alınmıştır.
- Kiprop, V. (2020). *Largest film industries in the world*. Retrieved 04 03, 2022, from Worldatlas: <https://www.worldatlas.com/articles/largest-film-industries-in-the-world.html>

- Mackenzie, S. (2014). *Film manifesto and world film cultures: A Critical anthology*. California: University of California Press.
- Mahmood, I. (2013). Influence and importance of cinema on the lifestyle of educated youth: a study on Bangladesh University students. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, 17 (6).
- Noamkane, V. (2012). *Yemen'e ilk misyon*. 05 01, 2022 tarihinde Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=DjeaXHLUr2A> adresinden alınmıştır.
- Nouh, M. (2006). *Eğitim araştırmasının ilkeleri*. Suudi Arabistan: Tabuk Üniversitesi, El-Rashed Kütüphanesi.
- Ryall, T. (2020). *Art cinema*. Retrieved 05 09, 2022, from Encyclopedia: <https://www.encyclopedia.com/arts/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/art-cinema>
- Saraışaq. (2013). *About Sara*. Retrieved 05 20, 2022, from Saraışaq: <https://www.saraışaq.com/>
- Saraışaq. (2013). *Karama Has No Walls*. Retrieved 05 03, 2022, from Saraışaq: <https://www.saraışaq.com/films>
- Saraışaq. (2013). *The Mulberry House*. Retrieved 05 03, 2022, from Saraışaq: <https://www.saraışaq.com/films>
- The History of Movies. (2019). *Art cinema*. Retrieved 04 04, 2022, from Saylordotorg: [https://saylordotorg.github.io/text\\_understanding-media-and-culture-an-introduction-to-mass-communication/s11-01-the-history-of-movies.html](https://saylordotorg.github.io/text_understanding-media-and-culture-an-introduction-to-mass-communication/s11-01-the-history-of-movies.html)
- Ward, L. (2012). *Documentary Film & Television*. California: California State University.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. bs). Ankara: Seçkin Yayıncılık.



## Höristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Kullanımı: Donald Trump'ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz

Hacı Hasan SAF<sup>1</sup>

\*  
\*\*  
\*\*\*  
\*\*\*\*

### Öz

Höristik karar alma süreci, genellikle yaşamın her alanında kullanılmaktadır. Birçok konu çerçevesinde tartışılan kavram, siyasal olarak daha çok seçmen davranışları üzerine yapılan betimsel çalışmalarda geçmektedir. Ancak siyasal aktörlerin hedef kitleleri üzerine gerçekleştirdiği politikadaki höristik karar alma sürecinin etkisi yeterince araştırılmamıştır. Höristiğin özellikle popülizmin dijital ortamlardaki yüzü olan popülizm 2.0'da önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada popülizm 2.0'da höristik karar alma sürecinin kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Nitekim Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017 ile 28 Şubat 2017 arasındaki tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet içerik analizine tabi tutulmuştur. Bunlardan popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda stratejiyi oluşturmada alınan karar alma sürecinde höristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı ortaya koyulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim Çalışmaları, Höristik, Popülizm 2.0, İçerik Analizi, Eleştirel Söylem Analizi

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, hacihansaf@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7778-0258.

\* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

\*\* Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

\*\*\* Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

\*\*\*\*Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

## The Usage of The Heuristic Decision-Making Process in Populism 2.0: An Analysis on Donald Trump's Tweets

### Abstract

The heuristic decision-making process is generally used in all areas of life. The concept, which is discussed in many subject frameworks, goes through a descriptive evaluation made around political voters. However, the effect of the use of heuristic decision making on the spread policies of political actors on their target audiences has not been sufficiently investigated. Heuristics is thought to be especially important in populism 2.0, which is the face of populism in digital environments. In this study, it is aimed to examine the use of heuristic decision-making process in populism 2.0. As a matter of fact, Donald Trump's tweets between January 20, 2017 and February 28, 2017, after he took office, were analyzed and a total of 216 tweets were analyzed. 7 of them with populist content were analyzed by critical discourse analysis. As a result of the analysis, the presence of representation, accessibility and reference types of heuristics were revealed in the decision-making process taken in forming the strategy.

**Keywords:** Communication Studies, Heuristics, Populism 2.0, Content Analysis, Critical Discourse Analysis

### Giriş

Karar alma süreci, içerisinde çok sayıda dinamik barındırmaktadır. Geçmiş deneyimlerden yararlanma, benzer durumlar karşısındaki tutum ve davranışlarda benzer karar alma, çevreden etkilenme karar almada en sık görülen davranışlardandır. Karar alma sürecinde kullanılan hüristik karar alma yöntemi ise doğrudan ve hızlı karar alma biçimlerini ifade etmektedir.

Siyasal davranış bağlamında çokça tartışılan hüristik yöntem, daha çok seçmen davranışı üzerine etkisi perspektifinde araştırılmıştır. Bu çalışmalarda seçmenlerin parti ve adayları göz önüne alarak oy davranışını nasıl gerçekleştirdiği betimlenmiştir (Schafer, 2021). Ancak siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini nasıl yürüttüğü üzerine yapılan araştırma sayısı kısıtlıdır.

Siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini politika geliştirirken ve söylem inşa ederken kullandığı görülmektedir (Schafer, 2021). Bu söylem inşasında popülizmin yeri önemlidir. Son yıllarda gelişen dijital teknolojilerle popülizm de şekil değiştirmiş ve popülizm 2.0 kavramı karşımıza çıkmıştır. Bu çalışmada popülizm 2.0'da hüristik karar alma sürecinin kullanımının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçtan hareketle Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017 ile 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmıştır. Bu tarih aralığının seçilme nedeni Trump'ın yemin edip göreve başlamasından Amerikan Kongresine hitap ettiği bu zaman aralığında yürüteceği siyasal uygulamalarla ilgili popülist ve rasyonel birçok söylemde bulunmasıdır. Bu söylemler bahsedilen zaman aralığında ileride yürütülecek politika ve uygulamaların habercisi niteliğindedir. Toplamda 216 tweet içerik analizine tabi tutulmuştur. Nitel içerik analizi yapılan çalışmada tweetler

duyuru ve etkinlik haberleri, rasyonel ve popülist söylemler açısından inceleme yapılmıştır. Bu 216 tweetten popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir.

Tweetler Wodak (2015)'ın yaklaşımı baz alınarak şu temalar çerçevesinde kategorize edilmiştir: kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider. Daha sonra yukarıda sıralanan temaları gerçekleştirmek için kullanılan söylemsel stratejiler analiz edilmiş, şu stratejiler saptanmıştır: karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon (Wodak, 2015).

Çalışma bünyesinde doğrulanacak varsayımlar, hüristik karar alma sürecinin türlerine göre belirlenmiştir. Böylece popülizm 2.0'da kullanılan hüristik karar alma sürecinin betimlenmesi türlere göre yapılacaktır.

Hüristik karar alma yönteminin popülizm 2.0'daki kullanımının araştırılması için hüristik türlerinin popülizm 2.0 içeren söylemlerdeki varlığı sorgulanmış ve şu varsayımlar sınanmıştır:

- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden temsililik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden referans hüristiği kullanılmaktadır.

Bu çalışma ile yukarıda da belirtildiği üzere seçmen davranışları çerçevesinde incelenen hüristik karar alma sürecinin siyasal iletişimde kullanılan popülizm 2.0'da hangi çeşidi ile var olduğu ortaya koyulacaktır. Böylece süreç, farklı bir yönüyle incelenecektir.

## 1. Siyasal Dijital Hüristiğin Tasviri ve Popülizm 2.0

Bir karar alma sürecinde hızlı ve dolaysız olarak kanıya varma yaklaşımını ifade eden hüristik (buluşsal ya da sezgisel) yöntem, birçok alanda kullanılmaktadır. Yaşamın herhangi bir alanında alınan kararlarda toplumun yapısı, önceki deneyimler, unsurlar arası ilişkilerde eşitlik anlayışı inşa etme ve ön yargılar gibi kavramlar etkili olmaktadır. Böylesi bir durumda hızlı ve kestirme karar alma birçok kişi için sıradan bir hâl almıştır. Bu durum siyasal karar almada da karşımıza çıkmaktadır. Bu başlık altında özellikle dijital ortamda siyasal stratejilerde hüristik karar alma sürecinin kullanımı ve popülizm 2.0'a yansımaları ortaya koyulacaktır.

Literatürdeki kavramsal çeşitliliğe rağmen hüristik yöntem, genellikle karar verme sürecinin doğrudan ve hızlı bir şekilde basitleştirilmesini ifade etmektedir (Shah ve Oppenheimer, 2008). Mantıksal veya istatistiksel modellere ve ilgili tüm bilgilerin dikkate alınmasına dayalı bir durumun karmaşıklığını yansıtmaya çalışan karmaşık

karar verme stratejilerinin aksine hüristik yöntemler, mevcut bilgilerin bir kısmını göz ardı ederek ve belirli bir seçime odaklanarak karmaşıklığı azaltmaktadır. Örneğin seçmenler, oy tercihlerini adayların vaat ettiği politikaların kapsamlı bir değerlendirmesi yerine yalnızca adayların partilerine göre belirleyebilmektedir. Karar alıcıların (seçmen, kurum ya da lider gibi) karar alma süreçlerinde hüristik yöntemler mi yoksa karmaşık prosedürler mi kullanacağı sorusu ampirik bir sorudur. Ancak sınırlı sayıdaki rasyonalite teorileri; bireylerin karmaşık, güvensiz ve öngörülemez ortamlarda karar vermek zorunda kaldıklarında hüristik yöntemleri kullanma oranlarının yüksek olduğunu ortaya koymaktadır (Simon, 1990).

Hüristik muhakeme ve karar verme üzerine yapılan araştırmalar geniş ve çeşitlendirilmiş bir araştırma alanına dönüşmüş olsa da siyasi kişi ve kurumların iletişim stratejilerini incelemek için bu kavramı kullanan çok az çalışma bulunmaktadır (Vis, 2018). Hersh (2015)'in kavramı kullandığı çalışması, Amerikan siyasi partilerinin seçim kampanyalarında hedef kitlelerini saptamadaki sınırlılıkları açıklamada önemli görülmektedir. Bir diğer çalışma Miler (2009)'ın Amerikan Kongre temsilcilerinin seçim bölgelerini seçerken önyargılara dayanması durumunda ortaya çıkan sorunlara ilişkin değerlendirmesidir. Siyasal iletişim profesyonellerinin hüristik yöntem kullanımını anlamanın ve parti yöneticilerinin stratejik kararlarının incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle hüristik yöntemlerin dijital ortamdaki suretlerini anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunmaktadır.

Seçmenlerin oy vermedeki davranışlarını belirleyen karar alma süreçlerini anlama ve açıklamaya yönelik çalışma sayısı fazladır. Ancak politik ve siyasal iletişim stratejilerinde kullanılan karar alma süreçlerini betimlemeye yönelik çalışma sayısı azdır.

Siyaset ve iletişim alanındaki araştırmalarda hüristik yöntem, daha çok yurttaşların siyasal tutum (kamuoyu gibi) ve davranışlarını (oy tercihi gibi) analiz etmek için kullanılmıştır. İlksel yaklaşımlar, genel olarak kapsamlı bilgi edinme ve olayları değerlendirme ile ilgilenmeyen bir yurttaşlar için rasyonel hüristik sürecin olumlu etkileri üzerine odaklanmıştır (Mondak, 1993). Yurttaşların oy tercihlerinde hüristik yöntemleri nasıl ve ne zaman kullandıklarını inceleyen sonraki çalışmalar, taraflara ilişkin kanılar (Schaffner ve Streb, 2002), aday ya da partinin tanınırlığı (Kam ve Zechmeister, 2013) ve koalisyona katılan partiler (Fortunato ve Stevenson, 2013) üzerinedir. Hüristik yöntemlerin bireylerin kendi çıkarlarına yönelik karar vermelerini geliştirme potansiyeline yapılan vurgu, hüristik sürecin doğal rasyonalitesine ve özellikle bunların yanlış bilgi yoluyla manipülasyona karşı savunmasızlığına şüpheyle bakan bilim adamları tarafından sorgulanmıştır (Kuklinski vd., 2000). Sonraları araştırmacılar, farklı hüristik yöntemlerin sonuçlarına yönelik daha kapsamlı açıklamalar geliştirmeye başlamışlardır. Örneğin, Lau ve Redlawsk (2001), seçmenler tarafından deneysel seçim bağlamlarında siyaseti anlamlandırmak için kullanılan beş yaygın siyasi hüristik yöntemin avantaj ve dezavantajlarını araştırmışlardır. Hüristik yöntemlerin (özellikle uzmanlığı)

kullanılmadığı durumlarda ortaya çıkan sorunları ve sonuçları analiz etmişlerdir (Dancey ve Sheagley, 2013). Siyasal aktörlerin hüristik karar alma süreçlerinin betimlenmesi için hüristik yöntemin niteliksel ve işlevsel özelliklerinin izini sürmek gerekmektedir.

Gigerenzer (2004, s. 63-64)'in çalışmalarını takip ederek hüristik yöntemin, üç temel niteliğinden bahsedilmektedir. Öncelikle bir sosyal aktörün özelliklerine göre hüristik süreci yürütmek kolay görülmektedir. Bu, kapsamlı hesaplama gerektirmeden hızlı kararlar alınmasını sağlamaktadır. Hüristik yöntemin kullanılma kapasitesi, sosyal aktör hakkındaki bilgilere bağlı olarak belirlenmiştir. Spesifik bir karar stratejisi, deneyimli bir uzman için bir hüristik yöntem işlevi görse de sıradan bir birey için bunu getirmemektedir. İkinci olarak “sezgisel yöntemler, ortam yapılarından yararlanır”. Aktörler, belirli bağlamların ortaya çıkardığı karar verme zorluklarıyla karşılaşmalarda hüristik yöntemleri öğrenmekte veya benimsemektedirler. Bu nedenle hüristik yöntemler, her zaman için geliştirildikleri ortamların bazı özelliklerini yansıtmaktadırlar. Son olarak, birçok rasyonel seçim veya oyun teorisi modelinden farklı olarak hüristik yöntemler gözlemlenebilir uygulamaları ve süreçleri gerçekçi bir şekilde tanımlamaya talip görülmektedir.

Yukarıdaki kavramsallaştırmada hüristik yöntemler (potansiyel olarak) belirli bir bağlamda problem çözme için en verimli ve uygun araçları sağlayarak sistemsel bir rasyonaliteyi devreye sokmaktadır. Hüristik yöntemler, ortamın yapısıyla uyumlu hale gelmediği durumlarda başarısız olabilir de araştırmalar, oldukça belirsiz ve değişken ortamlarda daha karmaşık hesaplama modellerinden daha iyi tahminler üretebileceklerini göstermektedir (Gigerenzer ve Brighton, 2009). Bu ve buna benzer durumlar siyasal aktörlerin dijital ortamlardaki karar alma süreçlerine de yansımıştır.

Hüristik yöntemler, yaygın dijitalleşmeden önce geleneksel iletişim uygulamalarını anlamakla ilgilense de dijital ortamlarla daha da ilintilidir. Daha önce belirtildiği gibi gelişen dijitalleşme, halihazırda rekabetçi olan bilgi ortamını her zamankinden daha karmaşık, dinamik ve belirsiz hale getirmiştir. Buna karşın, dijital dünyada ortak iletişimde kullanılan hüristik yöntemlerde iki klasik yaklaşım göze çarpmaktadır. Siyasal aktörlerin uyguladığı iletişim stratejileri, tümevarımsal ve kategorik ya da teorik ve pratik düzeyde ampirik olarak test edebilmektedir. Unsurların dinamik karakteri ve keşif amacı göz önüne alındığında, bu çalışmalar her iki mantığı birleştiren bir bileşim yaklaşımı kullanmaktadır (Schwartz-Shea ve Yanow, 2012).

Daha önce ana hatlarıyla belirtildiği gibi, hüristik karar vermenin altında yatan temel ilke, karmaşık ve dinamik ortamlara uyum sağlamayı içermektedir. Sonuç olarak olası dijital hüristik yöntem türlerini belirlemede ilk adım, mevcut iletişim ortamlarının siyasi aktörler için ortaya koyduğu belirli zorlukların incelenmesini kapsamaktadır. Günümüzde siyasi partiler, günlük halkla ilişkiler ve reklam çalışmaları üzerinden kurum içi iletişim, seçim kampanyalarından iknaya kadar çeşitli amaçlar için dijital kanalları kullanmaktadır (Chadwick ve Stromer-Galley, 2016). Daha etkin bir strateji

yürütmek adına dijital ortamda kullanılan hüristiğin siyasal eğilimlerle eklemlenmesi gerekmektedir.

Dijitalleşmenin yol açtığı ve siyasal iletişimciler için uyum sağlamanın zorunlu olduğu iki ana eğilim vardır: Bunlar (yeni) medya mantığının dönüşümü (ve evrimi) ile siyasal iletişimde algoritmaların artan etkisidir. Bu iki unsur birbirine bağlı fenomen ve mevcut iletişim ortamının iki özellik demetini temsil etmektedir. Gelişmekte olan medya mantığı; kanalların ve biçimlerin çeşitlendirilmesine, izleyicilerin parçalanmasına, artan etkileşime ve geleneksel kurumların kontrolünün kaybına (Van Aelst vd., 2017) dayanmaktadır.

Dijital ortamlar, geliştirilebilir yönleri ve kullanıcıyı da içerisine dâhil etme potansiyeli bakımından hüristik açısından önem arz etmektedir. Siyasal aktörlerin karar alma süreçlerinde ve söylem geliştirmede dijital hüristiği kullanması, geleneksel medyadan bazı konular dâhilinde ayrılmaktadır.

Geleneksel medya, editörler, siyasal partiler ve parlamentoların; yurttaşların dijital ortamda kendilerini ifade edebildiği ve egemen kararlar alabildiği bir çağda işe yaramaz hale geldiği ifade edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal ağların trollemeden etkilendiği ve çevrimiçi ortamın yalan haberleri yaydığı düşünüldüğünde, internet üzerindeki denetimin eksikliğini gözler önüne sermektedir (Gerbaudo, 2014, s. 68). Bu denetimsiz ortamda internet kullanıcılarının artması, demokrasi 2.0 kavramını karşımıza çıkarmıştır (Gerbaudo, 2014, s. 69). Bu durum da demokrasi 2.0 kavramının işlevselliğini tartışmaya açmaktadır. Böylesi bir ortamda dijital demokrasi, popülizm 2.0'ın girdabına dâhil olmuştur.

Demokrasi kavramı olarak karşımıza çıkan ve aslında popülist olan stratejiler, hüristik karar alma sürecini içermektedir. Popülist stratejilerin uygulanmasında hem hüristiğin karakteristik özelliklerine hem de çeşitlerine rastlanılmaktadır.

Popülizmin kullanıcıları için sosyal medya, sahiplenilmiş ve geniş bir kitleye ulaşmak için araçsallaştırılmıştır (Gerbaudo, 2012). Sosyal ağlar yükselen düzen karşıtı dijital kitle siyasetinin araçlarından biridir (Gerbaudo, 2014, s. 69):

“Popülizm 2.0, bir ideolojiyi ya da daha doğrusu sosyal medyayı “yurttaşlara” hitap etme aracı olarak gören ideolojik bir yönelimi tanımlar. Sosyal medya aktivizmi, geleneksel olarak popülizmle ilişkilendirilen bazı retorik özellikleri yansıtmaya başlar; ancak etkileşim ve katılıma verdiği değerle Web 2.0'ın iletişimsel mimarisine uygun dinamiklere uyacak şekilde güncellenir. Bu bağlamda, popülizmin geleneksel özellikleri (birliğe çağrı, düzen karşıtı ve kurumsallık karşıtı söylem, doğrudan demokrasi için çabalama, araçların aradan kaldırılması) “ideoloji” diyebileceğimiz unsuru oluşturan bir dizi perspektiften eşleştirir. Sosyal medya (ve etkileşim, açıklık, doğrudanlık gibi özellikleri), popülist hareketler ve partiler tarafından heterojen bir kitleye hitap etmek için bir araç olarak kullanılır. Bu araçsallaştırmanın sonucu olarak etkileşimli ve katılımcı bir popülizm karşımıza çıkar, bu da popülizm 2.0 olarak adlandırılır”.

Dijital ortamlarda yürütülen popülist söylemlerde nasıl bir stratejiyi uygulanacağı ve hedef kitlelerin hareketlerine göre nasıl şekilleneceği, hüristik yöntemi karşımıza çıkarmaktadır. Popülist yaklaşımın araçsallaştırıldığı siyasal söylemlerde hüristik karar alma sürecinin varlığı görülmektedir.

Görüleceği üzere bir karar alma sürecinde etkili olan doğrudan ve kolay karar alma yöntemi olan hüristik, sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Siyasal karar alma süreçlerinde de görülen bu yöntem, daha çok seçmen tercihleri perspektifinden incelenmiştir. Bu başlık altında ise siyasal aktörlerin hüristik karar alma sürecini nasıl kullandığı betimlenmiş ve popülizm 2.0 çerçevesinde değerlendirilmiştir.

## **2. Hüristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Yerinin İncelenmesi İçin İki Aşamalı Bir Analiz**

### **2.1. Araştırmanın Konusu, Sorunu ve Amacı**

Çalışmada dijital ortamlarda bir siyasal söylem olarak kullanılan popülizm 2.0'da hüristik karar alma sürecinin yeri incelenecektir. Bu nedenle popülizm 2.0'dan önce siyasal söylem kavramı tartışılmalıdır. "Söylem, güç ve iktidar mücadelelerini içeren toplumsal bir pratiktir" (Fairclough 1989, s. 17). Söylemin ideolojik yönü medyanın katkıları ile kuvvetlenmektedir. Egemen söylemin toplumdaki güçlü kesimlerin gücünü artırdığı görülmektedir. Medyanın bu bağlamda toplumsal ve siyasal inşada kullanıldığı söylenebilir (Chevion, 2009, s. 187). Medya üzerinden üretilen ve yayılan siyasal söylemin popülerleşmesi siyasal söylemin etkisini artırmaktadır (Chevion, 2009, s. 198).

Foucault (1972, s. 101)'ya göre söylem "bir cümleden daha büyük bir dilin en küçük birimlerine kaynaklık etmektedir. Her öznenin sarf ettiği sözcükler birer söylem niteliği taşımaktadır. Çünkü o sözün söylendiği yer kadar, kim tarafından ve ne maksatla söylendiği, sözün içinde bulunduğu zihinsel bağlam önem taşımaktadır". Foucault (1972, s. 107) Bilginin Arkeolojisi adlı eserinde, söylemin semboller bütünü olduğunu ve kendi başına bir varoluş sergilediğini vurgulamıştır. Siyasal söylemde söylenmek istenen cümleler arasına gizlenmiş de olabilir. Nefret söylemi ve popülist amaçlar bu duruma örnek gösterilebilir (Van Dijk, 2006, s. 728-732).

Siyasal bir söylem olarak popülizm de yukarıda bahsedilenlere benzer bir yaratım süreci yürütmektedir. Popülizm, "biz" ve "onlar" ayrımı ile sıradan bireyler, yurttaşlar arasında ikilik inşa etmektedir. Bu kavrayış, popülist söylemin ideolojiden çok ahlaki ve etiksel sosyo-politik yapılar inşa eden retoriksel bir unsur olduğu temeline dayanmaktadır (Gidron ve Bonikowski, 2014, s. 7-14). Medyanın popülist söylemlerin inşası ve yayılması sürecindeki etkin rolü bu anlayışın merkezindedir (Waisbord ve Amado, 2017, s. 1331).

Popülistin söyleminin temeli "seçkinler" ve "sıradan insanlar" arasındaki ayrışmanın normatif yapısına dayanmaktadır. Popülizm "biz" ve "onlar" ayrışmasını sunmaktadır. "Onlar" sadece rekabet edecek kitleler ya da gruplar olarak görülmemekte, aynı zamanda düşman olarak görülmektedir (Mudde, 2004, s. 544).

Postill (2019), dijital medya ile popülizmin yükselişi ile karşımıza çıkan popülizm 2.0'ı kavramak için yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal ve siyasal boyutlarını analiz etmeye odaklanmaktadır. Ona göre, yeni iletişim teknolojileri yalnızca egemenleri

değil toplumu da içerisine alan bir kapsayıcılığı barındırmaktadır. Bu nedenle, dijital medya ve popülizm ilişkisinde kültürel bağlam önemli bir rol oynamaktadır.

Söylemin popülizm ile kurduğu her şey popülizm 2.0 ile de kurgulanmaktadır. Bu inşa sürecinde karar alma süreçlerinden hüristik yöntemin yerinin belirlenmesi, üzerinde araştırma yapılması gereken bir sorundur. Çalışmada hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

Çelik (2013, s. 28)'e göre "en sık rastlanan hüristikler, temsililik, ulaşılabilirlik (mevcudiyet) ve referans (düzeltme ve dayanak veya çıpalama) hüristikleridir". Bireyler geçmiş tecrübelerini anlık ve ileri dönemlerde kullanmak için zihinsel olarak çeşitli sınıflandırmalarda bulunmaktadır. Bu sınıflandırma durum, nesne, olay ve gruplar için geçerlidir. Daha önce karşılaşılan bir durum tekrar belirdiğinde kısa yoldan bu duruma en yakın sınıfa ait olarak düşünülmektedir. Bu sezgisel, kestirme ve kısa yol (hüristik) ilk bakışta çok kullanışlı gözükse de bazen bu sınıflandırma basit hatalara ve yanlışlara yol açabilmektedir (Kahneman, Slovic ve Tversky, 1982). Bu da temsililik hüristiğini karşımıza çıkarmaktadır. Popülizm 2.0'da kullanılan kalıplaşmış söylemler, kitleleri gruplama, biz ve onlar karşıtlığı kurma gibi stratejiler bu hüristik türüne örnek olarak gösterilebilir.

İkinci hüristik türü ulaşılabilirlik hüristiğidir. Bireyler anlık gelişen durumlarda akıllarına ilk gelen olgu ve olaylara fazla önem vermekte, geçmiş tecrübeleri ya da bilgileri bir kenara bırakıp güncel bilgilere yönelmektedirler. Bir başka ifade ile bireyler tecrübe ettikleri ve edindikleri bilgileri karşılaşılan bir olayı değerlendirirken kullanmaktadırlar. Ancak güncel ve en son edilen bilgiler daha fazla dikkate alınmakta ve kullanılmaktadır. Eğer daha önce karşılaşılan bir olayla bilinmeyen olay benzer özellikler barındırıyorsa ulaşılabilirlik (availability) hüristiğine başvurulup tecrübe edilmeyen olayın biline olayla ile aynı sonucu ya da yapıyı barındırdığı düşünülecektir (Tversky ve Kahneman, 1973). Popülizm 2.0'da kullanılan güncel olaylarla ilgili söylemlerin geliştirilmesi ya da rakiplerin geçmiş politikalarının değil güncel çalışmalarının söyleme dâhil edilmesi buna örnek olarak gösterilebilir.

Son hüristik çeşidi ise referans hüristiğidir. Bu yaklaşıma göre bireyler bilmedikleri bir nesne, konu ya da olayla ilgili kanıda bulunurken bir referans noktası seçip ona göre pozisyon almaktadır. Örneğin bir bireyin sosyal hayattaki aktiflik düzeyiyle ilgili görüş bildirirken bireyin kendi sosyalleşme derecesini kıstas olarak alması bu hüristik çeşidinin yansımasıdır (Çelik, 2013, s. 29). Popülizm 2.0'da kullanılan benzetmeler, genellemeler bu türe örnektir.

Çalışmada hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için sınanacak varsayımlar yukarıda bahsedilen hüristik türleri perspektifinde kurulacak ve sınanacaktır. Kullanılan popülist söylemlerde bu üç türün varlığı aranacaktır.

## 2.2. Araştırmanın Yöntemi

Makalede hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi adına yöntem olarak içerik analizi ile eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Dijital alanlarda



kullanılan toplam siyasal söylem içerisinde popülizm 2.0'ın yerini saptamak için içerik analizi, popülist söylemlerin araldanının bulunması, bir amaç doğrultusunda inşa edilmesi ve çeşitli stratejiler barındırması nedeniyle de ile eleştirel söylem analizi araştırmada yöntem olarak belirlenmiştir.

İçerik analizi, verilerin kategorizasyonu ve niceliksel özelliklerinin betimlendiği bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır (Janis, 1949). Niceliksel betimlemelerde sıklıkla kullanılan yöntem, belirli kurallar çerçevesinde kodlamalar yapılarak içeriksel kategoriler ile bilimsel sayısal özet çıkarmaya yarayan sistematik bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2011). İçerik analizinde veriler, birbiriyle ilişkilendirilerek ya da farkları perspektifinde açıklanmaktadır. Bu süreç, verilerin işlenmesi, kodlanması, temaların belirlenmesi, kodların ve temaların kategorize edilmesi ve sonrasında yapılan değerlendirmeleri içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu nedenle siyasal söylem içerisinde popülizm 2.0'ın yerini saptamak için içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Daha sonra popülizm 2.0 içeren söylemlerde hüristik karar alma sürecini incelemek için eleştirel söylem analizi kullanılmıştır.

Söylem, dil ile ilintili ve onunla düşünülebilir bir kavram olarak tasvir edilmiştir (Sözen, 1999, s. 16). Ancak söylem sadece dilin kullanımı ile dilbilimin temel unsurları olan cümle, paragraf ve metinle sınırlandırılmamaktadır (Sözen, 1999, s. 20). Dil, sosyal bir uygulama ve yaratma süreci olarak görülmektedir. Bu özelliğiyle dil, sosyal yaşamın kurucu unsurudur. Bu bağlamda söylem, “yapısal ve içeriksel tutarlılığı olan ve sosyal bağlamda bireylere anlamı inşa etmeye olanak tanıyan dilsel malzemenin aracı” olarak tanımlanmıştır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 101). Söylem sistematik dilsel düzenlemeleri betimlemek üzere kullanılan, iletinin içeriğini değil, tüm boyutlarını kapsamaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 100).

Söylemin sıradan olmayan, anlam ve mesaj yüklü bir kavramdır. Dolayısıyla söylem, onu inşa edenin olaylara bakışını (ekonomik, siyasi, kültürel ve tarihi gibi), hayat görüşünü, mantalitesini, felsefesini ortaya koymaktadır. Bu da ideolojik olarak görülmesinin sebebidir (Doyuran, 2018, s. 306-307). Objektif değildir, bu da öznelarasılığını ve metinlerarasılığını işaret etmektedir (Sözen, 1999, s. 28). Böylece “söylem ve anlam arasındaki ilişkide, söylem anlamı taşır, kurar ve değiştirir” denilebilir (Üşür-Sancar, 1997, s. 93). Söylem evrensel gerçekliği de yok edip kendi gerçekliğini kurmaktadır (Sözen, 1999, s. 12). Güncel ya da tarihsel olayları kullanarak üretilen popülist söylemlerin dijital ortamlardaki hâli olan popülizm 2.0, bünyesinde söylem barındırmaktadır. Bu söylemler, kültürel ve sosyo-politik inşalar gerçekleştirildiğinden eleştirel bir süzgeçten geçirilmelidir. Bu nedenle de eleştirel söylem analizine başvurulmaktadır.

Eleştirel söylem analizi, “toplumsal olarak ortaya çıkan doğruların, değerlerin, gerçeklerin, gücün ve fikirlerin nasıl ortaya çıktığını, devam ettirildiğini, paylaşıldığını, çatıştığını ve nasıl değerlendirildiğini araştıran” bir yöntem olarak tanımlanabilir (Gür, 2013, s. 189). Söylem analizi, farklı disiplinleri içselleştirip onlara yönelik teorik bir bakış açısı sunan analiz tekniğidir. Söylemler analiz etmek için basit bir dil

incelemesinden çok söylenenlerin sözdizimsel ve semantik sınırlarının ötesine gitmeyi ve söylenenlerin altında yatan anlam ve içeriğe ulaşmak, onu anlamak, anlamlandırmak ve aktarmak gerektirmektedir. Bu analiz yöntemi, “söylem ya da dilin biçimsel (fonolojik ya da sözdizimsel) yönünden çok ilgi odağını, sosyal ve kültürel bağlam içinde iletişim kuran dil kullanıcılarının oluşturduğu sosyal olaylara” odaklanmaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 105). “Metnin söyleyemediğini bulabilmek, anlatılmak isteneni veya dolaylı olarak bahsedilen şeyi tespit etmek, olayları ve tarihsel süreçleri iyi bilmekle bağlantılıdır”. “Bu bağlamda, metnin anlaşılması ve yorumlanması dil bilgisel çizgiden sosyal bağlamlar çizgisine geçişle mümkün olabilmektedir” (Doyuran, 2018, s. 303). Söylemler sadece yan yana gelmiş söz dizileri ya da cümleler olarak görülmemektedir. İçerisinde derin anlamlar, amaçlar ve sosyo-politik özellikler barındırmaktadır. Bundan dolayı eleştirel bir süzgeçten geçirilmelilerdir.

Söylemin bu yönü, yine eleştirel söylem analizi yönteminin kapsamına girmektedir. Eleştirel söylem analizinde söylem, “güç ilişkilerinin yeniden üretilmesi ve bunların ideolojik etkilerini inşa eden ifade sistemi olarak” tanımlanmaktadır. Söylemin merkezinde eleştiri yer almakta ve söylem analizi, toplumsal grupların ve bireylerin gücü elde etmek ve ideolojik görüşlerini yaymak için dili nasıl kullandığı üzerine kafa yormaktadır (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 113). Van Dijk’e göre eleştirel söylem analizi, “iktidar, egemenlik, hegemonya, ideoloji, sınıf, cinsiyet, ırk, ayrımcılık, çıkar, yeniden üretim, kurumlar, sosyal yapılar ve sosyal düzen gibi kavramları incelemeyi içeren bir analiz yöntemidir” (2015, s. 468). Bu yöntem, toplumsal güç ilişkilerinin önemli oranda söyleme dayalı doğasını ön plana çıkarmayı hedeflemekte, güç ilişkilerinin söylemde nasıl tezahür edildiğiyle ilgilenmektedir (Sözen, 1999, s. 145).

Çalışmada popülizm 2.0’da görülen söylemler eleştirel söylem analizi ile analiz edilecek, hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0’daki yerinin incelenmesi için söylemlerde hüristik türlerinin varlığı araştırılacaktır.

### 2.3. Araştırmanın Evren, Örneklem ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini hüristik karar alma süreçlerinin kullanıldığı bütün popülizm 2.0 unsurları oluşturmaktadır. Örneklem olarak Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump seçilmiştir. Araştırma Donald Trump’ın göreve başlamasından Amerikan Kongresine hitap ettiği tarihe kadar attığı tweetlerle sınırlandırılmıştır. Çünkü Trump’ın başkan olarak Twitter’ı kullanım politikaları ve onu bir güç unsuru olarak nasıl kullandığının araştırılması önem arz etmektedir. Bu iki olay arasında Trump, göreve başlamasından hemen önce görev süresince yürüteceği politikalarla ilgili birçok görüş bildirmiştir. Bu çalışmanın amacı doğrultusunda göreve başladığı 20 Ocak 2017 ile Amerikan Kongresinde konuşma yaptığı 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet niteliksel içerik analizine tabi tutulmuştur. Tweetler içeriklerine göre kategorize edilmiştir. Toplamda anlamlara göre 3 tema altında toplanmıştır. Bunlardan popülist içerikli olan 7 tanesi eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir. Tweetler genel bir yaklaşımla duyuru ve etkinlik

haberi, rasyonel söylem ve popülist söylem olarak kategorize edilmiştir. Bu süreçte şu şekilde bir yol izlenmiştir.

- Verilerin Kodlanması: Daha önce belirlenmiş kavramlara (Popülizm gibi) göre kodlama yapılmıştır.
- Kategori ve Temaların Belirlenmesi: Atılan tweetler, cümleler bazında niteliksel olarak verilen mesaja göre oluşturulabilecek kategori ve temalar belirlenmiştir. Bunlar popülizm, söylemler (rasyonel ya da popülist), duyurular, çağrılar, haberler (etkinlik ve politikalarla ilgili) olarak sıralanmıştır.
- Verilerin Kategori ve Temalara Göre Belirlenmesi: Bu aşamada kodlara göre niteliksel içerik analizi ile kategoriler birleştirilmiş ve toplamda üç tema saptanmıştır.

**Tablo 1. Popülist Temaların Belirlenmesi**

<b>Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Donald Trump'ın 20 Ocak 2017 - 28 Şubat 2017 Arasında Attığı Tweetlerin Kategorik Dağılımı</b>	
<b>Tema</b>	<b>Sayı</b>
Popülizm 2.0 İçeren Tweetler	7
Rasyonel Söylemler	156
Duyuru ve Etkinlik Haberleri	53
Toplam	216

Yapılan içerik analizi sonrasında popülizm 2.0 örnekleri olan ve 20 Ocak 2017 - 28 Şubat 2017 tarihleri arasında atılan 7 tweette hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için hüristik türlerinin varlığı sorgulanacaktır.

#### **2.4.Araştırmanın Varsayımları**

Çalışmada hüristik karar alma sürecinin popülizm 2.0'daki yerinin incelenmesi için dijital ortamlarda görülen popülizm içeren söylemlerde hüristik karar alma süreci türlerinin varlığı sorgulanmıştır. İnceleme adına varsayımlarda hüristik karar alma sürecinin türlerine göre bir kurgu bulunmaktadır. Bu çerçevede varsayımlar şu şekilde sıralanmıştır.

- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden temsililik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik hüristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0'da hüristik karar alma türlerinden referans hüristiği kullanılmaktadır.

### 3. Bulgular

Bu çalışmada eleştirel söylem analizinin söylem-tarihsel uzam yaklaşımı göz önünde bulundurulmuştur. Nitekim bu yöntem, “söylemin tarihsel ve metinlerarası kaynaklar ile içinde bulunduğu sosyo-politik alanların arka planı hakkındaki bilgileri bütünleştirmektedir. Çünkü söylemler bu unsurlar arkasına saklanmaktadır” (Wodak 2012, s. 529). Tweetler Wodak (2015)’in yaklaşımı baz alınarak şu şekilde temalar çerçevesinde kategorize edilmiştir: kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider. Daha sonra yukarıda sıralanan temaları gerçekleştirmek için kullanılan söylemsel stratejiler analiz edilmiş, şu stratejiler saptanmıştır: karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon (Wodak 2015). Tweetler tek tek ele alınarak eleştirel söylem analizine tabi tutularak hōristik karar alma süreci türlerinin varlığı sorgulanmıştır.

- 20 Ocak 2017, halkın yeniden bu ülkeye hâkim olduğu gün olarak anılacaktır. (@realDonaldTrump, 20 Ocak 2017)

Yukarıdaki tweette Başkan Trump’ın Twitter’deki sağcı popülist söylemini gösteren bir örnek bulunmaktadır. Popülizmin temel unsurlarından birinin, homojen bir bütün olarak kavramsallaştırılan topluluklara yapılan güçlü vurgu olduğu görülmektedir. Trump tweetlerinde “halk”, “Amerikan halkı” veya bir “ulus”tan bahsetmektedir. Ayrıca popülist söylemler inşa edenler, halkı seçkinlerden daha iyi temsil ettiklerini ve egemenliği onlara geri getirdiklerini iddia etmektedirler. Bu, Trump’ın göreve başladığı gün tweetlenen yukarıdaki örnekte gösterilmektedir.

Tweette Trump, başkan olmasıyla birlikte halkın egemenliğini ona geri kazandırdığını belirtmektedir. Bu, halkın daha önce ülkede yeterince temsil edilmediği anlamı içermektedir. Böylece kendisini halka daha fazla demokrasi getiren kişi olarak sunmaktadır. Bütünü temsil eden “millet” veya “halk” gibi terimleri kullanmakta ve böylece halkı homojen bir varlık olarak tasvir etmektedir. Ayrıca aşağıdaki örnekte de görüldüğü üzere başkanlığında Amerikan halkının önceliklendirileceğini de açıklamaktadır. Büyük harflerle yapılan pekiştirme bunu işaret etmektedir.

Görüldüğü üzere Trump, “halk”, “millet” ve “ulus” kavramları ile bir insan çoğunluğunu bütünleştirmiş ve bir tek kavram üzerinden ifade etmiştir. Burada söylem üretilirken topluluklar sınıflandırılmış ve tek parça bir kategori üzerinden anlam kazanmıştır. Bu da temsillik hōristiğinin varlığını göstermektedir. “halkın yeniden bu ülkeye hâkim olduğu gün” ifadesi ile güncel bir yenilikten bahsedilmiş ve ulaşılabilirlik hōristiği kullanılmıştır.

- İki basit kurala uyacağız: AMERİKAN MALI AL VE AMERİKALI İSTİHDAM ET! #InaugurationDay #MAGA (@realDonaldTrump, 20 Ocak 2017)

Tweette gelecek zamanın kullanılması, yukarıda bahsedilen iki kuralın Trump'ın başkan olmadan önce uygulanmadığını ima etmektedir. Bir yandan Amerikan halkının dezavantajlı olduğunu iddia ederken diğer yandan bunu değiştirmeyi ve Amerikan halkı için daha fazla iş olanağı sunmayı vaat etmektedir. İşe alımlarda Amerikalılar bu nedenle tercih edilmeli ve göçmenler veya yabancılar arka plana itilmelidir. Başkan olarak yönetiminin ülkede Amerikan endüstrisini destekleyeceğini belirtip Amerikan halkına "Amerika'yı Yeniden Büyük Yap (#MAGA)" anlayışı için iş kolları açacağı vaadine atıfta bulunmaktadır. Burada yine ABD'deki tüm yurttaşlar "Amerikalı" kavramı üzerinden sınıflandırılmış, söylem geliştirilirken bireyler ve topluluklar "Amerikalı" olarak kategorize edilmiştir. Bu durum da temsililik hürriyetinin varlığını işaret etmektedir.

- "Kötülüğü" ülkemizden uzak tutmalıyız! (@realDonaldTrump, 3 Şubat 2017)

Yukarıda görüldüğü üzere popülistler "tehlikeli yabancılara karşı korunması gereken bir ana vatanı vurgulamaktadırlar. Bu şekilde tehdit senaryoları kurulur: vatan ya da "Biz", "Onlar" ya da ötekiler tarafından tehdit edilmektedir" (Wodak 2015, s. 66). Trump, "vatan" (ülkemiz) kavramını kullanmakta ve "şerden" korunması gerektiğini iddia etmektedir. Böylece vatanın (ülkenin) işgal edilmesi engellenmesi gereken, henüz belli olmayan bir "öteki" tarafından tehdit edildiği imajını kurulmaktadır. Birinci şahıs zamirinin kullanılması, "biz" / "bizim" ile kötü/öteki ayrımını derinleştirmektedir. "Biz" açıkça ifade edilmemektedir; ancak kötü olmadığımız "Biz"i tanımlamaktadır (Gimenez ve Natalia, 2016). Bu tweetteki "biz-onlar", "biz-öteki" ve "ülkemiz-dış güçler" karşıtıları ve sınıflandırmaları temsililik hürriyetini gözler önüne sermektedir.

- "Bir yargıcın ülkemizi böyle bir tehlikeye atacağına inanamıyorum. Bir şey olursa onu ve yargı sistemini suçlayın. İnsanlar acı çekiyor. Çok kötü! (@realDonaldTrump, 5 Şubat 2017)

Yukarıdaki tweet ise başka bir benzer bir yaklaşımın örneğidir. Çoğunluğu Müslüman olan altı ülkenin vatandaşlarının ABD'ye girişini askıya alan yürütme emri yürürlüğe girmiştir. Böylece, tehlikeli (!) "Öteki"yi ülkeden uzak tutarak, yürütme emrinin meşruiyeti ve ülkeyi güvende tutma ihtiyacı ileri sürülmüştür. Şubat ayında bir yargıcın "Müslüman yasağını" kaldırmasının ardından Başkan, tweetlerinde ABD'ye yönelik yakın bir tehdit korkusunu dile getirerek bu yasağı kaldırmanın "ülkeyi tehlikeye attığını" iddia etmektedir.

Tweette ne tür bir tehlikeden bahsedildiği belirtilmemektedir; ancak seyahat yasağı Müslümanları ABD'nin dışında tutmayı amaçladığından ABD için tehdit oluşturan Müslümanlarla üstü kapalı bağlantılar bulunmaktadır. Yine "öteki" üzerinden bir sınıflandırma yapılmış ve temsililik hürriyeti kullanılmıştır. Yargıçların ülkeyi tehlikeye atacağı iddia edilmiş ve terör örgütlerinin eylemleri ile Müslümanlar yan

yana anılarak örgütlerin yaptıklarının Müslümanlara yönelik fikirlere referans oluşturduğu görülmektedir. Bu da referans hüristiğinin varlığını kanıtlar niteliktedir.

- Radikal İslâmi terör tehdidi çok ciddidir, sadece Avrupa ve Orta Doğu'da neler olduğuna bakın. Mahkemeler hızlı hareket etmeli! (@realDonaldTrump, 6 Şubat 2017)

11 Eylül terör saldırılarında buna benzer çağrışımlar, ABD'nin "İslami terörizm" tarafından tehdit edildiği imajını inşa etmek için araçsallaştırılmıştır. Ayrıca mevcut durum, "kitlelerin akın etmesi" olarak nitelendirildiği için "ülkeyi tehdit eden insanların işgali" kavramı sıklıkla görülmektedir. Vurguyu güçlendirmek için ünlem işareti kullanılmıştır.

Avrupa'daki terör saldırılarına (Paris, Brüksel, Nice, Berlin) ve IŞİD'in Orta Doğu'daki terör faaliyetlerine atıfta bulunarak "biz"in (Amerikalıların) "onlar" (İslami teröristler) tarafından tehdit edildiği ifade edilmektedir. Avrupa ve Orta Doğu'ya yapılan bu atıf, terör tehdidinin "çok gerçek" olduğu iddiası için kullanılmaktadır.

Yukarıdaki son iki örnekte "kötü insanların" ABD'ye girmesine ve zarar vermesine olanak sağlayan muhtemel terör faaliyetleri ve bunun olası sorumlularından bahsedilmiştir. Böylece korku çekiciliği kullanılmıştır. Bu söylemde İslâmiyet'le ilgili genel yargılardan uzaklaşmış, bir terör örgütünün son dönemlerde gerçekleştirdiği terör eylemleri baz alınarak bir görüş bildirilmiştir. Böylece ulaşılabilirlik hüristiği kullanılmıştır.

- Ana akım (yalan haber) medyaya inanmayın. Beyaz Saray ÇOK İYİ çalışıyor. Bir enkaz miras aldım ve onu düzeltme sürecindeyim. (@realDonaldTrump, 18 Şubat 2017)

Yukarıda görüldüğü üzere olumsuz çekiciliklerle birlikte genellikle olumlu benlik sunumuna da rastlanılmaktadır. Son iki örnek, Trump'ın kendisini olumlu bir şekilde sunarken suçu önceki yönetime ve ana akım medyaya atmak için olumsuz diğer sunumunu nasıl kullandığını göstermektedir. Medyayı sahte ve sahtekâr olarak nitelendirerek kendisine zarar vermeyi ve halkı aldatmayı amaçlayan güvenilmez, taraflı ve güvenilmez bir basın imajı kurgulayarak okuyucunun ana akım medyaya inanmamasını istemektedir.

Bunun tersi olarak, kendisinden bahsederken olumlu niteliklere odaklanmaktadır. Kendisini sorumlu ve işle ilgilenen biri olarak göstermek için hataların inkarını kullanmakta, karşısında olanları günah keçisi ilan ederken vurgu için büyük harfler seçmektedir. Ana akım medya "yalan haber" yapan bir topluluk olarak sınıflandırılmış, temsililik hüristiği araçsallaştırılmıştır.

- Florida'dan biraz önce ayrıldım. YALAN HABER medyasının bahsetmeyi reddettiği büyük coşkulu destekçi kalabalığı sıraya giriyor. Çok alçakça! (@realDonaldTrump, 12 Şubat 2017)

Tweette halkın kendisine olan güçlü desteğini vurgulamaktadır. Coşkulu destekçilerden oluşan büyük kalabalıkların kendisinin yolunu çizen insanlar olduğunu vurgulamaktadır. Çok sayıda destekçiye atıfta bulunması, onu halkın değerli bir temsilcisi olarak tasvir etmeye ve Başkan olarak eylemlerini meşrulaştırmaya yardımcı olmaktadır. Basına yönelik sert eleştirilerini pekiştirmek için ünlem işareti ve ağır eleştiri (Çok alçakça!) kullanmıştır. Bu söylemde ana akım medya "yalan haber medyası" olarak sınıflandırılmış, temsililik höristiği kullanılmıştır.

Görüldüğü gibi, Twitter'da paylaşılan söylem içerikli tweetlerde popülizm 2.0 örnekleri olarak Trump'ın paylaşımlarında birey ve toplulukların kategorize edilmesi, güncel olaylarla genellemelere gidilmesi ve bir olayın güncel yüzünün öncelenmesi perspektifinde karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinin kurulduğu görülmüştür. Stratejiyi oluşturmada alınan karar alma sürecinde höristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı mevcuttur. Karşıtlıkların inşası, olumlu "biz" sunumu ve olumsuz karşıt sunumu stratejilerinde temsililik höristiği kullanılmıştır. Suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinde ise ulaşılabilirlik ve referans höristikleri saptanmıştır.

## Sonuç

Karar alma sürecinde birçok neden bu süreci etkilemektedir. Yaşam tecrübesi, benzer durumlarda benzer kararlar verme, içerisinde bulunulan sosyal gruptan etkilenme karar almada en sık görülen etkenlerdendir. Bu süreci etkileyen höristik karar alma süreci ise kısa yoldan hızlı karar almayı önermektedir. Siyasal davranış üzerine yapılan çalışmalarda höristik yöntem, daha çok seçmenlerin parti ve adayları göz önüne alarak oy davranışını nasıl gerçekleştirdiği perspektifinde araştırılmıştır. Ancak siyasal aktörlerin politikaları ve seçmenlere yönelik davranışlarında höristik karar alma sürecini nasıl kullandığı üzerine yapılan araştırmalar kısıtlıdır.

Höristik karar alma sürecini siyasal aktörler tarafından politika geliştirirken ve söylem inşa ederken kullanıldığı görülmektedir. Söylem inşasında birçok unsurla birlikte popülizm de kullanılmaktadır. Son yıllarda ise popülist söylemlerin dijital ortamların yaygınlaşmasıyla bu alanlara kaydığı ve popülizm 2.0 kavramının kullanımının arttığı görülmüştür.

Bu makalede popülizm 2.0'da höristik karar alma sürecinin kullanımının tasvir edilmesi amaçlanmıştır. Donald Trump'ın göreve başlamasından sonra 20 Ocak 2017

ile 28 Şubat 2017 arasındaki tüm tweetleri ele alınmış, toplamda 216 tweet içerik analizi ile incelenmiştir. Bu 216 tweetten popülizm içeren 7 tanesi ise eleştirel söylem analiziyle çözümlenmiştir.

Tweetler; kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider temaları altında kategorize edilmiştir. Daha sonra söylemsel stratejiler ortaya koyulmuş ve karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ile provokasyon stratejilerine rastlanılmıştır.

Höristik karar alma yönteminin popülizm 2.0’daki kullanımının araştırılması için höristik türlerinin popülizm 2.0’daki yukarıda bahsedilen stratejilerin söylemlerdeki varlığı sorgulanmış ve şu varsayımlar sınanmıştır:

- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden temsililik höristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden ulaşılabilirlik höristiği kullanılmaktadır.
- Popülizm 2.0’da höristik karar alma türlerinden referans höristiği kullanılmaktadır.

Gerçekleştirilen eleştirel söylem analizi sonunda karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu, suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinin varlığı görülmüştür. Bu stratejilerden yola çıkarak höristiğin temsililik, ulaşılabilirlik ve referans türlerinin varlığı saptanmıştır. Karşıtlıkların inşası, olumlu “biz” sunumu ve olumsuz karşıt sunumu stratejilerinde temsililik höristiği kullanılmıştır. Suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon stratejilerinde ise ulaşılabilirlik ve referans höristiklerine rastlanılmıştır. Bu da popülizm 2.0’ı araçsallaştıran siyasal aktörlerin genellemeler, önyargılar, sınıflandırmalar, kalıplaştırmalar üzerinden bir karar alma stratejisi uyguladıklarını ortaya koymaktadır.

Bu çalışma kapsamında araştırılan konular, bundan sonra da tartışılmalıdır. Popülizm 2.0, yeni teknolojilerle daha etkin hale gelen popülist yaklaşımlar için öngörülebilir bulunmamızı sağlamaktadır. Benzer konuların araştırılması, alana ait bilgi birikiminin artmasına katkı sağlayacaktır.

### **Kaynakça**

- Büyüköztürk, Ş, Çakmak, K. E., Akgün, E. Ö, Karadeniz, Ş, Demirel, F. (2011). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem.
- Chadwick, A., ve Stromer-Galley, J. (2016). Digital Media, Power, and Democracy in Parties and Election Campaigns. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 283-293.



- Cheviron, N. T. (2009). Haber-Yorumdan Seyir ve Gösteriye. Y. İnceoğlu, ve N. A. Çomak içinde, *Metin Çözümlemeleri* (ss. 55-70). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çelik, Ç. (2013). İMKB’de İşlem Yapan Yatırımcıların Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 337480 (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2022).
- Çelik, H., ve Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi. <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/1193/164229561SM.pdf?squence=1>. (Erişim Tarihi: 15 Temmuz 2022).
- Dancey, L., ve Sheagley, G. (2013). Heuristics Behaving Badly: Party Cues and Voter Knowledge. *American Journal of Political Science*, 57(2), 312-325.
- Doyuran, L. (2018). Medyatik Bir Çalışma Alanı Olarak Eleştirel Söylem Çözümlemesi (Televizyon Dizileri Örneğinde), *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (4), 301-323.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fortunato, D., ve Stevenson, R. T. (2013). Perceptions of Partisan Ideologies: the Effect of Coalition Participation. *American Journal of Political Science*, 57(2), 549-477.
- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York: Pantheon Book.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.
- Gerbaudo, P. (2014). Populism 2.0: Social Media Activism, the Generic Internet User and Interactive Direct Democracy. C. Fuchs, ve C. Fuchs (Dü.) içinde, *Social Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube* (ss. 67-87). Abingdon: Routledge.
- Gidron, N., ve Bonikowski, B. (2014). Varieties of Populism: Literature Review and Research Agenda. *Weatherhead Working Paper Series*, 13(2), 0-38.
- Gigerenzer, G. (2004). Fast And Frugal Heuristics: The Tools Of Bounded Rationality. D. J. Koehler, N. Harvey, D. J. Koehler, ve N. Harvey (Dü) içinde, *Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making* (ss. 62-88). Oxford: Blackwell Publishing.
- Gigerenzer, G., ve Brighton, H. (2009). Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1), 107-143.
- Gimenez, E., ve Natalie, S. (2016). The Visual Construction of ‘the People’ and ‘proximity to the People’ on the Online Platforms of the National Front and Swiss People’s Party. *Österreichische Zeitschrift Für Soziologie*, 41(2), 213-242.
- Gür, T. (2013). Post-modern Bir Araştırma Yöntemi Olarak Söylem Çözümlemesi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 5(1), 185-202.
- Hersh, E. D. (2015). *Hacking the Electorate. How Campaigns Perceive Voters*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Janis, L. (1949). *The Problem of Validating Content Analysis*. New York: George W. Stewart.
- Kahneman, D., Slovic, P., ve Tversky, A. (1982). *Judgment Under Uncertainty: Heuristic and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Kam, C. D., ve Zechmeister, E. J. (2013). Name Recognition and Candidate Support. *American Journal of Political Science*, 57(4), 971-986.
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., ve Jerit, J. (2000). Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *The Journal of Politics*, 62(3), 790-816.
- Lau, R. R., ve Redlawsk, D. P. (2001). Advantages and Disadvantages of Cognitive Heuristics in Political Decision Making. *American Journal of Political Science*, 45(4), 951-971.
- Miler, K. C. (2009). The Limitations of Heuristics for Political Elites. *Political Psychology*, 30(6), 863-894.
- Mondak, J. J. (1993). Public Opinion and Heuristic Processing of Source Cues. *Political Behavior*, 15(2), 167-192.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 542-563.
- Postill, J. (2019). Populism and Social Media: A Global Perspective. <https://www.oxfordresearchgroup.org.uk/blog/populism-and-social-media-a-global>. (Erişim Tarihi: 15 Nisan 2022).
- Schafer, A. (2021). Digital Heuristics: How Parties Strategize Political Communication in Hybrid Media Environments. *New Media & Society*, 2(3), 1-18.
- Schwartz-Shea, P., ve Yanow, D. (2012). *Interpretive Research Design, Concepts and Processes*. New York: Routledge.
- Shah, A. K., ve Oppenheimer, D. M. (2008). Heuristics Made Easy: An Effort-Reduction Framework. *Psychological Bulletin*, 134(2), 207-222.
- Simon, H. A. (1990). Invariants of Human Behavior. *Annual Review of Psychology*, 41, 1-19.
- Sözen, E. (1999). *Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Tversky, A., ve Kahneman, D. (1973). Availability: A Heuristic For Judging Frequency and Probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207-232.
- Üşür-Sancar, S. (1997). *İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Van Aelst, P., Strömbäck, J., ve Aalberg, T. (2017). Political Communication in A High-Choice Media Environment: A Challenge for Democracy? *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 3-27.
- Van Dijk, T. (2006). *Ideology, and Discourse*, Universitat Pompeu Fabra. <http://www.discourses.org/OldArticles/Politics,%20Ideology%20and%20Discourse.pdf>. (Erişim Tarihi: 15 Ağustos 2022)
- Van Dijk, T. (2015). *Critical Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Vis, B. (2018). Heuristics and Political Elites' Judgement and Decision Making. *Political Studies Review*, 17(1), 41-52.
- Waisbord, S., ve Amado, A. (2017). Populist Communication by Digital Means: Presidential Twitter in Latin America. *Information Communication and Society*, 20(9), 1330-1346.
- Wodak, R. (2012). *Politics as Usual*. New York: Routledge.

Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: Sage.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

## Türk Sinemasında Bürokrasinin Temsili ve Memur İmgesi

Uğur BOĞA<sup>1</sup>

\*  
\*\*  
\*\*\*  
\*\*\*\*

### Öz

Bürokrasi, memurluk, taşra memurluğu, rüşvet, yolsuzluk, iş kapısı olarak devlet gibi bazı kavramlar, insanların bilinçaltılarında yerleşmiş bulunmakta, bu ve benzeri fikirler sinema filmleri aracılığıyla geniş kitlelere yayılmaktadır. Bir taraftan bu sinema filmleri toplumun bürokrasi ve memur kavramlarına bakışını imgelerken, bir taraftan da bir propaganda aracı olarak bu kavramların topluma nasıl gösterilmek istendiği gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada bürokrasi ve memuriyet kavramları hakkında genel bilgiler verildikten sonra, toplumun aynası konumundaki sinemanın, bürokrasi ve memur kavramlarını ele alma biçimlerine dair film çözümlemesi yapılmış, toplumda bürokrasi ve memur kavramlarının nasıl algılandığı irdelenmiştir. Sinemanın, dolayısıyla toplumun bürokrasiyi algılama şekli, bürokrasinin özellikle toplumla temas ettiği noktalarda baş gösteren sıkıntıların ortaya koyulmasında önemli bir faktör olmaktadır. Dışardan bakan göz olarak sinema, kamu hizmeti amacıyla oluşturulan sistemin kamu tarafından nasıl algılandığını gözler önüne sermektedir.

İncelenecek filmler seçilirken, bürokrasi veya memur kavramlarının filmlerde ne denli geniş ele alındığından yola çıkılmış, bürokratik süreçlerin ve memur karakterlerin anlatının merkezinde konumlandığı filmler tercih edilmiştir. Çoğu sinema filmlerinin belli bir kısmında bürokrasi veya memur imgesi bulunsa da çalışma için seçilen filmlerde bu kavramların filmin geneline nüfuz etmiş olmasına dikkat edilmiştir. Çalışmada öncelikle bürokrasi ve memur kavramı ülkemizdeki gelişimiyle birlikte değerlendirilmiştir. Akabinde Ertem Eğilmez'in yönettiği *Namuslu* filmi ve Nuri Bilge Ceylan'ın yönettiği *Bir Zamanlar Anadolu'da* filmi,

<sup>1</sup> Uzman, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, ugurboga@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-9501-9000.

\* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

\*\* Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

\*\*\* Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

\*\*\*\*Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

toplumbilimsel yöntemle tarihsel bağlamlarından koparılmadan karşılaştırmalı olarak ele alınarak bürokrasi ve memur temsili bağlamında incelenmiştir.

Bürokrasinin çıkar ilişkileri aracına dönüşmesi, toplumun bürokrasiye olumsuz bakışı genel olarak her iki filmde ortak olarak göze çarpmaktadır. Benzer şekilde yozlaşmış ast-üst ilişkileri, iki filmde de yer almaktadır. *Namuslu* filminde trajikomik olarak ele alınan bürokratik imgelem *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde gerçekçi bir bakış açısıyla sergilenmekle birlikte, ele alınan olumsuz memur tiplmeleri, çıkara dayalı bürokratik süreçler filmlerde birbirine benzer şekilde örtüşmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Bürokrasi, Türk bürokrasisi, Memur, Türk sineması

## **The Representation of Bureaucracy and the Image of Civil Servants in Turkish Cinema**

### **Abstract**

Some concepts such as bureaucracy, civil service, provincial civil service, bribery, corruption and thinking the state as a job opportunity are embedded in society's subconscious, and these and similar ideas are spread to large masses through movies. While these movies are reflecting the society's thoughts to the concepts of bureaucracy and civil servants, on the other hand, the reality of how these concepts are intended to be shown to the society as a propaganda tool also happens.

In this study, after giving general information about the concepts of bureaucracy and civil service, films are analyzed about the ways in which the cinema, that is the mirror of society, deals with the concepts of bureaucracy and civil servant, and how the concepts of bureaucracy and civil servant are perceived by society. The way that the cinema, and of course the society, perceives bureaucracy is an important factor in revealing the problems that arise especially at the points where bureaucracy comes into contact with society. Cinema, as being an eye from outside, shows up how the structure created for purpose of public service is perceived by the public.

While selecting the films to be examined, it is taken account that how excessively the concepts of bureaucracy and civil servants are handled in the films, and in which films bureaucratic processes and civil servant characters are positioned at the center of the narrative. Although there have been scenes about bureaucracy or civil servants in some parts of most cinema films, it is preferred that these concepts have diffused the overall film while selecting the films. In the study, firstly the concept of bureaucracy and civil servant was evaluated together with the development in Turkey. Subsequently, the film *Namuslu* directed by Ertem Eğilmez and the film *Once Upon a Time in Anatolia* directed by Nuri Bilge Ceylan are examined in the context of bureaucracy and civil servant representation by sociological analysis method with the historical context and comparatively.

The assimilation of bureaucracy into a tool of interests and the negative perception of bureaucracy in society are considerable in both films. Similarly, degeneration of bureaucratic superior relations are also common in both films. While the bureaucratic

imagination, that is handled as tragicomic in the movie *Namuslu* and is handled from a realistic point of view in the movie *Once Upon a Time in Anatolia*, the negative civil servant images and the bureaucratic processes based on interest overlap both in the two movies similarly.

**Keywords:** Bureaucracy, Turkish bureaucracy, Civil servant, Turkish cinema

## Giriş

Bürokrasi kavramı, geniş bağlamda patrimonyal ve hukuki-rasyonel olarak sınıflandırılmaktadır. Patrimonyal bürokrasi, sözleşmeye bağlı olarak atanmış görevlilere değil, özgür olmayan memurlara dayalı bir yapılanma biçimidir (Weber, 1987, s. 20). Hukuki-rasyonel bürokrasi ise modern örgütsel modellere dayanan bürokratik yapıya işaret etmektedir. Rasyonel bürokraside ilişkiler nesnel kıstaslara göre belirlenmiş rasyonel, idari düzenlemelere, kurallara dayanmaktadır.

Bürokrasi kavramı, günümüzde gereksiz kırtasiyeciliği anlatmak üzere verimsiz ve kötü yönetimi, gereksiz iş ve işlemleri ifade etmek için de kullanılmaktadır. Dilimize yerleşen kırtasiyecilik ifadesi kamuda işlerin yavaşlamasını, formalitelerin artmasını anlatmak için kullanılmaktadır (Tortop vd., 1993, s. 213-214). Günümüzde bürokrasinin bu anlamda kullanılması, bürokrasinin olumsuz yönlerini ifade etmektedir. Bu anlamda bürokrasi bir örgütün yürütmek zorunda olduğu amacın dışına sapması, bencil bir otoriteye dönüşüp mükemmelliğe ulaşmaya çalışması, bu şuur ve alışkanlıkların mensuplarında da yerleşmesidir. Verimsizlik, faaliyetlerin yavaşlaması ve hantallaşma, yetki devretmede isteksizlik, gereksiz kuralcılık ve kırtasiyecilik, otoriteye aşırı bağımlılık ve yönetimde şeffaf olmama gibi birtakım olumsuz davranışları ifade etmektedir (Gökçe vd., 2002, s. 47). Bürokrasiye yüklenen olumsuz anlamlar, örgütün gerçekleştirmekle görevli olduğu esas faaliyet amacını unutması, bencil bir otoriteye dönüşmesi, sorumluluktan kaçması ve işlerin yavaş yürütülmesidir (Abadan, 1959, s. 247).

Bürokrasinin bir anlamı da sosyal ve ekonomik yaşam için kararlar alma ve icra etme sürecinde aldığı konum ve üstlendiği fonksiyonla bir yönetim şekli olmasıdır. Bu bağlamda bürokrasi, örgütlenme, uzmanlaşma, işbölümü, planlama ve hiyerarşik bir yapı içinde kitlelerin disiplinli bir yaklaşımla idare edilmesini işaret eden toplumsal bir safhaya denk gelmektedir (Gökçe vd., 2002, s. 48). Düzensiz toplumsal hareketler nesnel ve rasyonel biçimde düzenlenmektedir. Bürokrasinin bu rasyonel anlamına değinen ilk düşünür Max Weber'dir. Weber bürokrasiyi, yazılı kuralların, işbölümünün, otoriter hiyerarşinin, gayri şahsiliğin, disipliner bir yapının ve resmi statülerin çerçevesinde oluşan bir örgüt şekli olarak tasvir etmektedir. Bürokrasi konusunda başat kavrayış, Weber'in tanımı çerçevesinde toplanmaktadır. Weber'in ele aldığı bürokrasi, modern endüstri toplumlarında oluşan ve temel özelliği büyüklük olan bürokrasidir (San, 1971, s. 128-129).

Weber, bürokratik yönetim modelinin en iyi yönetim anlamına geldiğini iddia etmemekte, kavramsal bir çerçeve çizilebilir amacıyla bürokrasiyi ideal bir tip olarak ele almaktadır. Nitekim Weber'den sonar yapılan çalışmalar çoğunlukla

bürokratik örgüt işleyişinin oluşturduğu olumsuzluklar üzerine olmuştur. Weber'den sonra Alvin Gouldner (1954), Peter Michael Blau (1955), Robert King Merton (1940) gibi düşünürler bürokratik örgüt modelini ayrıntılı olarak incelemiş ve geliştirmişlerdir.

Cyril Northcote Parkinson (1996) ile Laurance Johnston Peter ve Raymond Hull (1985) ise bürokratik yönetim modelini ironik olarak eleştirmişlerdir. Parkinson'a (1996, s. 12-18) göre bürokratik örgütlerde iş hacmi azalsa da memur sayısı sürekli artmaktadır. Yani iş hacmi ile çalışan sayısı arasında ters orantı bulunmaktadır. Parkinson'a göre bürokrasideki nihai hedef memur sayısının artırılmasıdır. Memurlar kendilerine rakip olacak değil, aslarının sayısının artmasını istemekte ve birbirleri için iş yaratmaktadırlar. Örgütsel büyüme kırtasiyeciliği, karmaşayı, bayağılığı ve yozlaşmayı da beraberinde getirmektedir.

Peter ve Hull'a (1985, s. 15-20) göre ise bürokratik örgütlerde, henüz yetmezlik seviyesine gelmemiş olanlar iş yapabilmektedir. Ne var ki örgüt içinde terfi eden herkes kişisel yetmezlik seviyesine erişme eğilimindedir. Dolayısıyla terfi etme verimliliği azaltan bir sürece dönüşmektedir. Peter ve Hull'a göre hiyerarşideki her memur kişisel yetmezlik seviyesine ulaşacaktır.

### **Bürokrasinin Doğuşu ve Gelişimi**

Bürokrasinin üzerinde konsensüs sağlanmış genel bir tanımını vermek mümkün değildir. Bilim adamları, kendi bakış açılarına, kendi çalıştıkları disiplin alanlarına göre ve bürokrasiye yükledikleri anlam doğrultusunda bürokrasiyle ilgili çeşitli tanımlar yapmışlardır. Vincent De Gournay 1745'te, "Bürokrasi" kelimesinin Latince "bura" (masaları kaplamada kullanılan koyu renkli kalın kumaş) ve Yunanca "kratos" (egemenlik, yönetim) kelimelerinin bir araya getirilmesiyle türetilmiş olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda bürokrasi, masaların ya da büroların egemenliğine denk gelmektedir. Bürokrasi kavramının ilk ortaya çıktığı dönemde memurların çalıştıkları masaların üzeri koyu renkli kalın kumaşlarla örtülü olduğundan, esasında bu benzetme ile ifade edilen de memurların toplum üzerindeki yönetim hakimiyeti ve egemenliğidir. Memurların egemenliği, çalıştıkları bir araç olarak yazı masasıyla ya da mekân olarak büroyla ifade edilmiştir (Kalağan, 2010, s. 17).

Dolayısıyla bürokrasinin yaygın anlamlarından birisi, hükümet etme işinin memurların elinde olduğu yönetim tarzı olmasıdır. 18. Yüzyılda bu anlamda kullanılan bürokrasi, o dönemde krala karşı sorumlu olan memurların bakanlıklarda bulunduğu yönetim şeklini ifade etmektedir. Bürokrasi bir anlamda seçilmişlerin yönetimine karşı, memurların yönetimini işaret etmektedir. Temsil hükümet sistemi olmasına rağmen, hükümet sistemi içinde hakim otorite siyasetçilerde değil, memurların elindedir (Gökçe vd., 2004, s. 47). Bir başka ifadeyle siyasi iktidar egemenliğini memurlarla paylaşmaktadır. Atanmış memurlar sınıfı, politikaları uygulamak için geniş ölçekte bir örgütü oluşturmaktadır.

Türk Dil Kurumu (2011) ise “bürokrasi” kelimesini “Devletle ilgili işlerin yürütülmesinde gereksiz kural ve işlemler, kırtasiyecilik” şeklinde tanımlamaktadır. Benzer biçimde “bürokratik” kelimesi ise “kırtasiyecilikle ilgili” olarak tanımlanmıştır. Bürokrasi, devletin örgütsel işlerinin toplumdan çıkan ancak toplumun üstünde yer alan ayrıcalıklı kişiler eliyle yürütülmesi diye de tanımlanabilir. Verilen tanımlar doğrultusunda, bürokrasi kavramının hangi anlamda algılandığını da görmek mümkündür. Özetle bürokrasi, büyük örgütleri idare etmek için görevli kişileri barındıran, nevi şahsına münhasır yönetim yapısı ve açıkça belirlenmiş normatif kuralları bulunan bir sistem olarak ifade edilebilir.

Bürokrasiyle ilgili olarak ilkel toplumlara dair incelemelerde, kabile veya aile temeline dayanan toplumların günümüz anlamında bir bürokrasi örgütüne sahip olmadığı görülmektedir. Toplumun ihtiyacını karşılamak üzere örgütsel bir yapı bulunmamakta, toplum yönetimi yazılı kurallar yerine sözlü emirlere ve geleneklere dayanmaktadır (Sauvy, 1975, s. 10). İlk bürokratik uygulamalar pratikte binlerce yıl önce, eski Mısır, Çin ve Mezopotamya’da görülmektedir. Max Weber’e göre ilk patrimonial-bürokratik devlet tipi Eski Mısır’dır. Merkezîyetçiliğe dayanan bu bürokratik sistemi ortaya çıkaran sebepler öncelikle ekonomik ve teknik şartlardır. Eski Mısır bürokrasisi, en eski bürokrasi olarak kabul edilmektedir. M.Ö. 3000li yıllarda, Nil nehrinin sulama için ve ulaşım yolu olarak kullanılması birtakım kuralları gerekli kılmıştır. Bu kuralların uygulanması ve denetimine ilişkin ilk yazılı belgeler ve kurulan bürolar, Eski Mısır bürokrasisini oluşturmuştur. Nehrin doğal bir ticaret yolu olarak kalabilmesi, ülkenin açlık tehlikesi ile karşılaşmaması için sulama tesisleri ile nehrin taşmasını belli aralıklarla engellemek ihtiyacı, kâtipler adı verilen bir memurlar topluluğunun oluşmasına sebep olmuştur.

M.Ö. 2500lü yıllarda ise Çinliler, bürokratik yapılanmanın temeli sayılabilecek nitelikte örgütsel özelliklere sahip bir devlet kurmuşlardır. Roma İmparatorluğu da, örgütlenme ve idaredeki başarısı sayesinde büyük bir coğrafyada yüzyıllarca varlığını devam ettirmiştir. Tüm bunların yanında, pratikteki tarihi bu derece eskiye dayanan bürokrasi konusunda yapılan kuramsal çalışmalar ise oldukça yenidir. Günümüzde çeşitli faktörler aracılığıyla devletin görev alanı genişlemiş ve yapı büyümüştür. Genişleyen devletin üstlendiği hizmetlerin büyük bir kısmı ise, bürokrasi diye tabir edilen kamu yönetimi örgütü tarafından yerine getirilmektedir (Gökçe vd., 2004, s. 47).

### **Türkiye’de Bürokrasi ve Memur**

Osmanlı’da batılı anlamda bürokratik kurumların oluşumuna dair ilk ciddi çalışmalar II. Mahmut döneminde gerçekleşmiştir. Bu dönemde ve sonraki dönemlerde hakim bürokrat tipinin oluşmasında öncülük edecek modelde, Osmanlı bürokrasisinin yapısını değiştirmeye yönelik olarak devlet tarafından Avrupa’ya öğrenciler yollanmıştır. Özellikle 1850-1920 arasındaki dönemde, bu model aracılığıyla ülkelere dönen öğrenciler idari reformlarda etkin rol oynamıştır (Şener, 1986, s. 143).



Türk bürokrasisi, patrimonyal bürokrasi olarak doğmuştur. Bu durumun en belirgin nedenleri; merkezdeki liderin ülkenin sahibi olarak algılanması, otoritenin geleneksel özelliği, merkezle merkez dışı arasındaki sert ayrımdır (Heper, 1977, s. 55). Yönetim anlayışı farklı olsa bile, Türkiye Cumhuriyeti elindeki kadro itibari ile büyük ölçekte Osmanlı mirasını devralmıştır. Memurların büyük çoğunluğu, Osmanlı memur kadrosundan gelmektedir. Bu bağlamda radikal bir modernleşme projesi hayata geçirilmeye çalışılsa da, bürokratik yönetim geleneği süreklilik arz etmektedir (Bozkurt, 1998, s. 3571). Osmanlı'nın özellikle son dönemindeki bürokratik sistem ve bu sistemin getirdiği olumlu veya olumsuz tutumlar ve değerler miras olarak Cumhuriyet Türkiye'sine geçmiştir (Ergun ve Polatoğlu, 1992, s. 76).

Akılcı bir yönetim tarzı olarak modellendirilen bürokrasi her ne kadar Osmanlı'nın reform hareketleriyle birlikte düşünülmüşse de Weberyen kuramın aksine şekilde, siyasi elitlerle özdeşleşerek toplumu şekillendirmeye yönelik bir değişim ajanı olarak ortaya çıkmıştır. Tek partili toplumlarda siyasal iktidar parti bünyesinde toplanmaktadır. Yönetim, partinin politik kararlarını uygulamak için bir araçtır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaygın biçimde, politikayla ilgilenen bürokrasi tipine rastlanmaktadır. Parti bürokrasilerinde, esas benimsenen rejime siyasi bağlılığın sağlanması ve politik ideolojinin yaygınlaşmasıdır (Bozkurt, 1998, s. 3571-3577).

Türkiye'de tek partili dönemde bürokrasi devletle bütünleşmiş, Kemalist ilkelerin topluma yerleşmesi çerçevesinde hareket edilmiştir. Atatürk, halkın halk tarafından yönetilebilmesi için toplumun belirli bir kültür seviyesine ulaşmasının gerekliliğine inanmaktaydı. Bu çerçevede egemen merkez, uyumlu kenar geleneği sürdürülmüştür (Heper, 1977, s. 72).

1923-1950 döneminde, Şaylan'a (1974, s. 76) göre Türkiye'de bürokrasinin gücü iki yönlü sürece bağlı olarak gelişmektedir. Bürokrasi bir taraftan Kurtuluş Savaşı'nda öncü rol üstlenmiş ve sonrasında iktidara yön verme eğiliminde olmuş, diğer taraftan da başka iş alanlarının bulunmaması nedeni ile de yüksek statülü, modern, laik, batıda eğitim almış kişilerin bürokrat olmaları durumu ortaya çıkmıştır. Bürokrasi bu dönem halka hizmet eden değil, daha ziyade emreden bir konumda değerlendirilmektedir. Dolayısıyla geniş yetkili, özlük hakları ve hukuki hakları güvencede olan bürokrasi, toplumda statü göstergesi haline gelmiştir. Tavırları, değerleri ve yaşam tarzlarıyla toplumun geri kalanından ayrılan toplumsal bir grup ortaya çıkmıştır. 2. Dünya Savaşı döneminde, toplumun ihtiyaç duyduğu malzemelerin dağıtımında memurlar lehine izlenen tutumlar, vergilerin tahsilinde izlenen sert yöntemler, zaten tepeden bakan bürokrasi hakkında toplumun geri kalanının daha da olumsuz düşünmesini doğurmuştur (Ergun ve Polatoğlu, 1992, s. 78-79). Eroğlu'na (1993, s. 237) göre bürokrasinin bu dönem Türk bürokrasisindeki yansımaları, gerçek yabancılardan Türk bürokratlara doğru seyretmektedir. Geçmişteki devşirme kapıkulları gibi Cumhuriyet döneminde de bürokratlar toplumdan büyük oranda koparak, batının değerlerinden etkilenmişlerdir (Cangızbay, 1998, s. 3562).

1950'den itibaren memurların saltanatını kırma hamleleriyle birlikte, ekonominin gelişmesine bağlı olarak özel sektörde büyük işletmelerin kurulması ve serbest meslek sahibi olmanın prestijinin artmasıyla memurluğun egemenliği nispeten azalmıştır. Bürokratların üzerlerinde bulunan siyasi baskılar ve özel sektördeki yüksek ücretler, bürokratların uygun iş bulduklarında özel sektöre geçmelerini doğurmuştur (Ergun ve Polatoğlu, 1992, s. 80).

Türkiye'de Fordist personel rejimi 1965'e kadar parçalı olarak ilerlemiştir. 1965'ten itibaren kurulan bütüncül Fordist kamu personel rejiminin 1975'lerde bunalıma girmesiyle 80lerden itibaren yeni bir sermaye birikim rejimi belirlemiştir. Fordist yapıları eritme yönünde başlayan bu esnek rejim, farklı yapı ve kategoriler üzerinde farklı araçlarla hareket etmiştir. Bu bağlamda memurluk rejimi de sözleşmeli personel, geçici işçilik, taşeronlaşma gibi araçlarla esnetilmiş, parçalı bir yapı ortaya çıkmıştır (Aslan, 2005, s. 110).

Sonuç olarak, bürokratik devlet anlayışının ülkemizde modernleştirme fonksiyonunu sürdürmek için sık sık siyasal hayata müdahalelerde bulunduğu gerçeği bulunmakla birlikte (Göktürk, 2015, s. 20), çağdaşlaşma miti çerçevesinde oluşmaya başlayan Türk bürokrasisi bugün için, yürütme organına karşı sorumlu, üniter devlet biçimine göre şekillenmiş ve düzenlenmiş, özel hukuktan ayrı bir hukuk dalı olarak seyreden idari yargıya tabi, hukuki-rasyonel bürokrasi özelliklerini taşıyan bir görünüm arz etmektedir.

## Yöntem

Toplumbilimsel yöntem, toplumsal yapı ve film içerikleri arasındaki ilişkileri, bağları incelemekte, toplumsal yapıyı analiz ederek yeni fikirler oluşturmaktadır (Özden, 2004, s. 155). Kuruluşlar genel olarak sosyal hayatı modelleme ve düzenleme aracı olarak görüldüğünden, toplumbilimin temel ilgi alanı grupların ve kuruluşların sosyalleşme sürecinde nasıl işlediğidir. Berger (2018, s. 99-115) yabancılaşma, anomi, bürokrasi, sosyoekonomik sınıf, kültür, sapkınlık, elitler, etnisite, işlevselcilik, yaşam tarzı, marjinalleşme, kitle toplumu, postmodernizm, ırk, sosyal rol, cinsiyet, sosyalleşme, statü, stereotipler (tektipler) ve değerler gibi bazı temel toplumbilimsel kavramların medya içeriklerinin çözümlenmesinde kullanılabileceğini ifade etmektedir. Toplumbilimsel yöntem, toplumla ilgili bu tarz kavramlar aracılığıyla yapılan bir incelemeyi kapsamaktadır.

Berger'e (2018, s. 103) göre toplum giderek büyüdükçe ve daha karmaşık hale geldikçe, düzenlemeler yapmak gittikçe daha zorlaşmakta ve işlerin belirli bir biçimde etkin olarak sürmesini sağlamak sorun haline gelmektedir. Bürokrasi genellikle anonim olup belirli standart kuralları ve rutinleri izleyen insanlardan oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışmada, Türk sinemasında bürokratik süreçleri ve memur tiplerini odağına alan eserlerden iki tanesi, toplumbilimsel yöntemle analiz edilmişlerdir. Bürokrasi kavramı bağlamında filmler toplumbilimsel analiz ile incelenmiştir. Farklı dönemlerde çekilmiş olan filmlerde bürokrasinin ve memurların temsil edilmiş biçimleri, tarihsel bağlamında karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Bu kapsamda, yapılan çalışmanın amacı toplumbilimsel bir kavram olarak bürokrasinin ve buna bağlı biçimde memur karakterlerin hangi kavramlarla ilişkilendirildiğini, tarihsel bağlamda nasıl bir değişikliğe uğradığını ortaya çıkarmaya çalışmaktır.

Ülkemizde bürokrasi ile ilgili film analizlerine baktığımızda; Erdi Aksakal'ın da (2021) *Bir Zamanlar Anadolu'da* filmini erkeklik halleri ve bürokrasi bağlamında ele aldığı görülmektedir. Çalışma sonucunda filmin tekinsiz bir taşra hayatının, insan davranışındaki irrasyonelliğin, iktidarın devir tesliminin, eril yapının onarılma gayretinin söylem üzerinden açığa çıktığı bir zamansızlık ve mekânsızlık haline sahip olduğu, filmde söylem üzerinden gerçeklik, bürokrasi, hiyerarşi, aidiyet, iyi ve kötü olmak olgularının açığa çıktığı sonucuna varılmaktadır. Songül Demirel Değirmenci'nin (2021) 1960-1990 yılları arasındaki 17 filmi ele aldığı çalışması ise fimlerde kamu personellerinin temsilini ele almaktadır. Farklı mesleklerdeki kamu personel tiplerinin yer aldığı filmlerin eleştirel söylem çözümlemesiyle incelendiği araştırmada kamu personeli çoğunlukla dürüst, hukuktan ve ahlaki değerlerden şaşmayan kimseler olarak nitelendiği sonucuna varılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar açısından ilk bakışta bu çalışmanın, Aksakal'ın çalışmasıyla benzer sonuçlara ulaştığı, ancak Demirel Değirmenci'nin çalışmasıyla tezat sonuçlara varmış gibi olduğu görünse de esas itibarıyla varılan sonuçlar birbirine benzerlik göstermektedir. Çalışmalarda ulaşılan ortak sonuç öncelikle memurların dürüst, prensipli ve ahlaklı olarak gösterildiğidir. Ancak ne var ki bu çalışmada farklı olarak ortaya çıkan bir sonuç; memur bireylerin en nihayetinde yozlaşmış sistemin çarkına kapılmaktan kendilerini alamamaları, hiç istemeseler de, hatta belki yine belirli prensipleri korumak adına sistemin kurallarına uymak zorunda kaldıklarıdır.

### **Bir Dürüstlük Abidesinin Dönüşümü: *Namuslu***

**Tablo 1. *Namuslu* filmi künye bilgileri**

<b>Künye bilgileri:</b>	
<b>Adı</b>	Namuslu
<b>Tür</b>	Dram / Komedi
<b>Gösterim Tarihi</b>	1984
<b>Yönetmen</b>	Ertem Eğilmez
<b>Yapımcı</b>	Ferit Turgut, Kadir Turgut
<b>Senaryo</b>	Başar Sabuncu
<b>Görüntü Yönetmeni</b>	Ertunç Şenkay
<b>Süre</b>	110dk
<b>Ülke</b>	Türkiye
<b>Oyuncular</b>	Şener Şen, Aysen Gruda, Adile Naşit, Erdal Özyağcılar, Ergun Uçucu, Tuncer Sevi, Zihni Küçümen, Bilge Zobu

*Namuslu*, kendini işine ve ailesine adayan ancak toplumdaki hak ettiği değeri bir türlü göremeyen dürüst bir memurun, başına gelen olaylar neticesinde yozlaşmış

toplumun kendisine biçtiği yozlaşmış role nasıl evrildiğini gösteren trajikomik bir hikayeyi konu edinmektedir. Ali Rıza Bey, *Namuslu* filminin ilk bölümünde soyu tükenmekte olan dürüstlük timsali bir mutemedi canlandırmaktadır. Ancak bu dürüstlük timsali namuslu mutemedin toplumdaki karşılığı, hor görülme, itilip kakılma, aşağılanmadır. Toplum dürüstlüğe, işini hakkıyla yapmaya değil, zenginliğe itibar göstermektedir. Zenginliğe giden yolda ise her yöntem mubahtır. Namusuyla para kazanmaya, ilkeli olmaya Ali Rıza Bey'in en yakın çevresinde, hatta ailesinde bile bir önem atfedilmemektedir. Aksine zengin olmak için çalıp çırpamak, yolsuzluk, hırsızlık yapmak itibar görmenin yoludur. Dürüst Ali Rıza Bey gasp edildiğinde, herkes olmasını beklediği yakıştırmayı yapar ve namuslu mutemedin bu olayı gerçekleştirdiğine kendilerini şartlandırır. Ali Rıza Bey ne kadar kendisini anlatsa da başta ailesi olmak üzere çevresindeki herkes, bütün olan bitenin bir kurgu olduğuna ve Ali Rıza Bey'in olmasını istedikleri kişi olduğuna inanırlar. Duruma kimseyi inandıramayan, namuslu mutemet, en sonunda pes eder ve kendisinden isteneni yapmaya, hem de en yakınındaki kişileri dolandırarak yapmaya karar verir. Hırsızlık yapmasını, başkalarını ve devleti soymasını teşvik eden kişiler, kendilerinin kandırıldığını ve soyulduğunu anladığında ise onlar için çok geç olacaktır.

Filmin diyalogları irdelendikçe, yansıtılan memur karakterleri de daha ayrıntılı göze çarpmaktadır. Hem söylev olarak hem de görüntüsel imgelerle dürüst memur tiplmesi filmde tek karakterle çizilirken, aslında bu tip bir memurun da sistemin içinde ne kadar yalnızlaştığı ve sonunda en basit bir insan olmanın yolunun dahi bu yozlaşmış sisteme ayak uydurmaktan geçtiği filmin en önemli vurgularındandır. Ali Rıza Bey her ne kadar rüşvet almadıysa, yolsuzluğa bulaşmadıysa, toplum içindeki itibarı da o derece aşağıdadır. Ne ailesinden ne iş arkadaşlarından saygı gören mutemet Ali Rıza Bey ne zaman ki yolsuzluk yapıp zengin olmaya giriştiği düşünülür, o zaman toplumda saygın bir yer de edinmiştir.

İktidarların ekonomi politikaları her zaman için kamuoyunda kendisine geniş ve hızlı biçimde yer bulmaktadır. Her mahallede bir milyoner oluşturma politikası da, *Namuslu* filminde sadece ekonomik anlamda her ne şekilde olursa olsun köşeyi dönen bir mutemedi değil, aynı zamanda ontolojik olarak dürüst ama fakirin varoluş mücadelesine trajikomik biçimde ışık tutmaktadır. Yozlaşmış bir toplumda etik değerler, ideal olanın tersine biçimde varoluşun baskılanmasına neden olmakta, maddi değerler toplumda karşılık bulmaktadır. Zengin olmak, öncesi ya da nasılı sorgulanmaksızın saygın bir statünün aracına dönüşmektedir. Şeref, haysiyet, onur gibi değerler yerini maddi elverişliliklere bırakmaktadır.

Bu fütursuzca sahiplik arzusu 1950'lerde oluşmaya başlayan değişime uzanmaktadır. Bu dönem kırsal nüfus ile kentsel nüfusun oranlarının hızla değiştiği, kentleşmenin arttığı, dışa bağımlı sanayinin geliştiği bir döneme denk gelmektedir. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarının da rolü değişmektedir. Medya aracılığı ile, çalışma dışı zamanların eğlenceye odaklandığı ve bu eğlence anlayışının da nispeten eskiye nazaran dönüştüğü, farklı kültürel pratiklerin medya eli ile toplumsal meşruiyet kazandığı ve normalleştirildiği yeni bir kültür yapısı ortaya çıkmaktadır. Kültürel

pratiklerle birlikte ekonomik pratikler de dönüşüm içindedir. Zamanla toplumun en kalabalık sınıfını oluşturmaya başlayan alt-orta gelirli kitle bir taraftan yaşam pratiklerinden sıkılırken, bir taraftan da eğlencenin ve tüketimin en önemli müşterisi ve tüketicisi konumuna gelmiştir. Meta ekonomisinin yaygınlaşmasıyla yitirilen insani değerler yerini tüketim ideolojisinin benimsenmesine, yozlaşan topluma, bireylerin sürecin gönüllü ve doymaz bir yandaşı olarak kendini diğerlerinin üstüne çıkaracağı umuduna bırakmıştır. Tüketim kültürünün doyumsuzluğu, yeni çarpık ekonomik ve kültürel pratiklerle toplum çok farklı bir döneme girmiştir (Oskay, 1993, s. 178).

Filmde memur maaşının düşük kaldığı, özellikle tek maaşla aile geçindiren bir memurun maddi olarak bir hayli zorlandığı göze çarpmaktadır. Mahallede ki tüm esnafa borcu olan Ali Rıza Bey'in ev sahibi ile ödeyemediği kira hakkında yaşadığı diyalog da hayli ilgi çekicidir.

*“Ali Rıza: Kusurum büyük ama Hacı Efendi, yarın aybaşı malum.*

*Ev Sahibi: Geçen ayın kirası ne olacak peki?*

*Ali Rıza: Yılbaşına katsayı artar da, maaş farklarını Mart başında öderlerse, inşallah!”*

Ali Rıza Bey'in mahalle esnafıyla da diyalogları benzer şekildedir.

*“Manav: Kesmece kesmece!*

*Ali Rıza: Borcumu inşallah, yarın aybaşı ya... Yarına inşallah. Vallahi borcum borç, billahi!*

*Beyaz Eşya Esnafı: Selamiünaleyküm.*

*Ali Rıza: Hee, ocağın taksidi, bizim hanım inşallah yarın uğrayıp...*

*Yahu çocuklar ayıptır!”*

Hiçbir kesimden beklediği itibarı göremeyen Ali Rıza Bey, yine de elinden geldiği kadar memurluk mesleğini savunmakta, oğlunun da çalışarak kendisi gibi şerefli bir memur olmasını düşünmektedir. Filmin birçok kısmında memurun şerefli ve haysiyetli olması gerektiği üzerine atıfta bulunulmuş, ancak toplumun ise insanları bu durumdan çok sahip oldukları mal, mülk, mevki, makam gibi değerlere göre sınıflandırdığına dikkat çekilmiştir (Görsel 1).



**Görsel 1. Ali Rıza ve apartman görevlisi**

Filmde göze çarpan diğer bir unsur ise, bürokrasideki iş yapma şekilleridir. Rüşvetin bürokraside hem çalışanlar hem de memurlar tarafından sıklıkla kullanılan bir yöntem olduğu birçok yerde vurgulanmaktadır. “At binenin kılıç kuşananın”, “Bal tutan parmağını yalar” gibi atasözleriyle aslında bürokrasinin o gün için içinde bulunduğu durum bir nevi özetlenmeye çalışılmaktadır.

Filmde bürokratik açıdan, memurların yaptıkları işlerin dağılımındaki adaletsizlik de göze çarpan diğer bir unsurdur. Özellikle müdürün gönül ilişkisi içinde bulunduğu çalışana karşı takındığı yanlı tavır göze çarpmaktadır. Bürokraside liyakatten ziyade ikili ilişkiler önem kazanmakta, hem işlerin paylaşımında, hem de yapılan işlerin sahiplenilmesinde açıkça adam kayırmacılık öne çıkmaktadır (Görsel 2).



**Görsel 2. Ali Rıza ve müdür**

Bürokratik hiyerarşi, rüşvet ve yolsuzlukta da devam etmekte, vatandaşlardan alınan haksız paralar hiyerarşik biçimde çalışanlarca dağıtılmaktadır. Aynı hiyerarşi, zengin olacağı düşünülen Ali Rıza Bey'i kapma yarışında da kendini göstermektedir. Filmde hırsızlık yaptığı düşünülen Ali Rıza Bey'e tüm çevresinin bakışı bir anda

değişmektedir. Herkes el üstünde tutarken aslında maddi olarak bir pay kapma çabasına girmektedir (Görsel 3).



**Görsel 3. Ali Rıza ve ailesi**

Sonunda insanların oluşturduğu bu bozuk sisteme karşı direnemeyen Ali Rıza Bey, kendine yakıştırılan namussuz rolüne gerçekten geçerken, etrafındaki tüm insanları da dolandırarak filmle birlikte yozlaşmış topluma da son noktayı koymaktadır.

**Geceden Sabaha Taşra Bürokrasisi: Bir Zamanlar Anadolu'da**

**Tablo 2. Bir Zamanlar Anadolu'da filmi künye bilgileri**

Künye bilgileri:	
Adı	Bir Zamanlar Anadolu'da
Tür	Dram / Psikolojik
Gösterim Tarihi	2011
Yönetmen	Nuri Bilge Ceylan
Yapımcı	Zeynep Özbatur Atakan
Senaryo	Nuri Bilge Ceylan, Ebru Ceylan, Ercan Kesal
Görüntü Yönetmeni	Gökhan Tiryaki
Süre	157dk.
Ülke	Türkiye, Bosna-Hersek
Oyuncular	Muhammet Uzuner, Taner Birsal, Yılmaz Erdoğan, Ahmet Mümtaz Taylan, Fırat Tanış, Ercan Kesal, Murat Kılıç

*Bir Zamanlar Anadolu'da*, geceden sabaha kadar süren bir cinayet soruşturmasını konu edinmektedir. Film boyunca savcı, doktor, polisler, askerler ve zanlılardan oluşan grup, Anadolu'nun bozkırında maktulün cesedini aramaktadırlar. Bürokratların birbirleriyle veya toplumun diğer kesimleriyle ilişkilerinin irdelendiği filmde basit bir cinayet soruşturması süreci, taşra bürokrasisine dair detayların sergilendiği, toplumun farklı kesimlerinin bürokratik süreçlere nasıl dahil

olduğunun açığa serildiği, görünenden daha karmaşık, daha ilişkişel bir sürece dönüşmektedir.

Basında çokça yer alan film eleştirileri dışında, literatürde de filmle ilgili incelemeler bulunmaktadır. Filmle ilgili olarak; Sibel Kaba (2019), Dilek Tunalı (2014), Serhat Yetimova ve Mustafa Aslan (2018), Gönül Eda Özgül ve Kağan Tahan (2014), Aydın Çam (2018), Tezcan Kaplan (2016) ile Mehmet Sefa Doğru'nun (2020) akademik çalışmaları bulunmaktadır. Bu çalışmalar genellikle zaman-mekân, gerçeklik, varoluşçuluk, erkeklik halleri gibi kavramlar üzerinden eleştirel söylem analizi yöntemiyle filmi ele almışlardır. Dolayısıyla toplumbilimsel yöntemle bürokrasi perpektifinden yapılan bu çalışma, filmi farklı bir bakış açısıyla değerlendirmektedir.

Film, zamandan ve mekândan bağımsız şekilde her yerin bir kasabaya dönüştüğü gerçeği bağlamında birbiriyle benzeşen, uzun, ince ve kıvrımlı monoton yolların oluşturduğu birbirine benzer insan hikayeleriyle bezeyerek, aslında yeni ve farklı olanın boş bir hayal olduğunu tartışmaya açmaktadır. Bugüne kadar Anadolu kültürü, bireysel ve toplumsal özdeşleşme pratiklerimiz, toplumsal eşitsizlikler gibi birçok açıdan değerlendirmesi yapılan filme bu çalışmada da bürokrasinin taşra pratiklerine yansması ve gerçeğe ne kadar örtüştüğü, bürokratik ast-üst ilişkileri bağlamında yaklaşılmaktadır.

Filmde bürokrasinin işleyişi, devlet görevlilerin kendi aralarında ve vatandaşlarla aralarında gerçekleşen konuşmalarla, süreçlerle ve ilişkilerle irdelenmektedir. Bürokratik ilişkilerde iktidar için bireylerin verdikleri uğraş, statülerini kabul ettirme, hakimiyet alanlarında varlıklarını konumlandırma ve koruma çabaları filmde bolca kendine yer bulmaktadır. Bir cesedin peşinde gece boyu dolaşan bürokratların yaşadıkları, aslında bürokratların pratik hayatta birbirleriyle ve kendi içlerinde yaşadıkları mücadeleyi, yüzleşmeleri ve çıkar çatışmalarını gözler önüne sürmektedir. Mülkiye, askeriye ve tıbbiye alanlarında görev alan kişilerin hem kendi içlerinde yaşadığı çelişkiler ve yüzleşmeler, hem aynı birim altında çalıştıkları diğer görevlilerle yaşadıkları ilişkiler ve hem de devletin farklı birimlerinde bulunan görevlilerle karşılaştıklarında takındıkları tutumlar detaylı olarak ele alınmaktadır.

Kişiler, iş hayatında sahip oldukları unvan ve görevler ne olursa olsun, insan olmanın getirdiği özelliklerden tam olarak azade olamamaktadır. Kişisel hazzın peşinde koşan görevli, esas meseleleri paspasın altında bırakırken küçük mutluluklarla haz duyabilmektedir. Savcının kendi eşinin başına gelen olayı otopsi yapmadan kafasındaki gerçeklikle kabullenmesi, yeri geldiğinde Clark Gable'a benzetilince aldığı hazzı dışa vurmaktan kendini alıkoyamaması, küçük mutlulukları takip edip kendi aykırılıklarını görmezden gelmesi ve bu şekilde kabul ettirmeye çalışması, savcının da kendi dünyası özelinde görevinde objektif olmadığını göstermektedir (Görsel 4). Ya da görevi esnasında yine de iki kavunun peşinde koşan polis Arap'ın duyduğu haz, küçük mutluluklarla yetinmeye çalışan, ama esas sorgulamalardan kaçınan bireyi göz önüne sermektedir.





**Görsel 4. Savcı**

Doktor da sürdürmek istediği idealleriyle bireysel tercihleri arasında tıkanmakta ve nihayetinde yaptığı tercih sonucunda son sahnede doktorun yüzüne kan sıçrayarak, girdabın içine o da girmektedir. Doktor gece boyunca kendi ilkeleriyle gerçeğin sureti arasında sıkışıp kalmakta, ancak bütün idealist karakterine rağmen gerçeklik karşısında o da tutunamamaktadır. Acı gerçeklik yüzüne tokat gibi çarparak ideal dünyasını yıkarken doktor canlı canlı gömülmektedir (Görsel 5). Bütün bu olup biten, insanın ontolojik olarak özünü dışa vurmakta ve kişi bu durumdan kendini soyutlayamamaktadır.



**Görsel 5. Doktor ve otopsi teknisyeni**

Öte yandan komiser Naci'nin diğer polislerle takındığı tavır ile savcıya takındığı tavır, bürokraside ast-üst ilişkisini göstermesi bakımından son derece önemlidir. Komiser, diğer polislerin amiri olarak her fırsatta hükmedici rolünün altını çizmekte, savcıya ise iş bitirici bir tavırla yaklaşmaya çalışmaktadır. Savcının da komisere karşı tutumu, sürecin devam ettiği zamanla, işin nihayete erdiği zaman için farklı olmaktadır. Naci'nin savcı için sarf ettiği sözlerle de bu durum açıkça anlatılmaktadır. Bir gerçek var ki, görevliler sahip oldukları konumun altını çizerek belirli bir seviyenin altına inmemeyi görev addetmektedir. Savcı ipi eline aldığı anda komiser kenara geçmek zorunda kalmakta, film boyunca mülayim mizahlı doktor otopsi yapılırken otoriter bir lider edasına bürünmektedir.

Astsubayın adım adım sayarak savcıya ifade ettiği yetki tartışması ise, taşrada yaşanan bürokratik bir problemi işaret etmektedir. Kurumlar ve görevliler yetkililik konusunda kimi durumlarda kendi yorumlarını katmaktadırlar. Bu bağlamda diğer dikkat çeken bir nokta ise, farklı kurumlar ve görevlilerin arasındaki diyalektik ilişkidir. Çekişmelerin arasında bürokratlar diğerlerini kendine rakip olarak görmekte ve mücadele etmektedir. Doktor, eşiyile ilgili olarak savcının işine müdahale ettiği anda, savcının hiç sorgulama gereği düşünmeden yaptığı işi savunması ve üst perdeden doktora karşı bilgiç tavrı, hem kendi öz bilişsel süreçlerindeki sübjektif yanını, hem de söz sahibi olduğu alanda otoriter yapısını korumayı her şeyden önce düşündüğünü açıkça göstermektedir. Bu bağlamda film, birbirlerinin alanlarına dahil olmakta beis görmeyen bürokratların, kendi korunaklı alanlarını savunurken gösterdikleri gayret arasında yaşanan çekişmelerle birlikte diyalektik ve mücadelecı bir ilişkiler süreci üzerinde salınmaktadır. Bu tarz alan savunmaları filmde sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bu karakter çatışmaları yan karakterlerde daha mizahi bir yolla sergilenirken, doktor, savcı ve komiser gibi ana karakterlerde daha üst perdeden ve ciddiyetle ortaya koyulmaktadır.

Bununla birlikte film boyunca üstünde durulan bir nokta da, bürokratik süreçlerin işleminde ikili ilişkilerin oynadığı kilit roldür. Muhtar ev sahibi statüsünü de kullanarak, köyün ihtiyaçlarını savcı aracılığıyla halletmeye çalışırken (Görsel 6), komiser Naci kızı için gerekli ilaçları almak için doktoru ikna etmeye çalışmaktadır. Otopsi teknisyeni ise, kendi oyun alanındaki işlemler için yine doktoru aracı olarak devreye sokmak istemektedir. Bütün bunlar, özellikle taşrada bireysel ilişkilerin bürokratik süreçlerde ve engelleri kaldırmada ne denli önemli olduğunu açığa vurmaktadır.



**Görsel 6. Muhtar, savcı ve polis memurları**

Bürokrasiye dair filmin değindiği konulardan birisi de elbette taşra bürokrasisi pratiklerinin merkezi teorik yaklaşımla farkıdır. Merkezdeki düşün yapısının olaylara teorik bakış tarzıyla taşrada yaşanan pratikler arasında derin uçurumlar bulunmaktadır. Esasen görevlilerin ve vatandaşların bürokratik pratiklerde bireysel ilişkileri öne çıkarmasındaki bir etken de bu durumun yarattığı çaresizliktir.

Tüm bunların yanında, filmin değindiği diğer bir konu ise taşra bürokrasisinde erkek egemenliğidir. Film bozkırın kısır topraklarında erkek egemen dünyanın bir sergisini sunmaktadır. Elbette bu durumun bir sebebi olarak filmin sahada geçmesi ve zaman olarak gece boyunca sürmesi gösterilebilir. Ancak muhtarın ailesindeki kadınların gerektiğinde aynı koşullarda bütün işi göğüslemesi, bu önermenin gerçek olmadığının bir kanıtıdır. Erkek egemen bürokrasi, ataerkil düşünce yapısının bir tezahürü olup tamamen kurmaca bir düşün tarzına dayanmaktadır. Yeri geldiğinde erkek, yapılması beklenen işi gece demeden, arazi demeden zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde kadına yükleyebilmektedir. Dolayısıyla film, kadının ötekileştirildiğini göstermesi bakımından son derece önemlidir.

Toplumun bir yansıması olarak çalışanlar film boyunca bürokrasinin farklı tezahürlerinden şikayet etmektedirler. Herkes işlerin yolunda gitmesini istemekte, bunun için farklı taleplerde bulunaktadırlar. Herkes bir taraftan kuralları olumlarken, bir taraftan da kendi durumlarında kuralları kestirmeden gitmenin yolunu aramaktadır. Toplum asla kesin olarak normatif bir karakter kazanamamaktadır. Herkes diğerlerinin kural tanımazlığından şikayet ederken, kendilerine daha rahat bir yol bulmaya çalışmaktadır. Ontolojik bir gizem altında bireyler kendi dar dünyalarında saklamak istedikleri bir yer tutarken, diğer yandan merak içinde arayışlarını da sürdürmektedirler. Bireyler esas problemleri halının altına gizlemeyi seçerken, diğerlerinin açıklarını ortaya dökmeyi kendilerine görev addetmektedirler. Muhtarın kızı karanlıkta elinde gaz lambasıyla odaya girdiğinde, herkesin aklında gizli olan gerçek düşünceler yüzlere, hatta bazen ifadelere yansımaktadır. Kurmaca bir hayat yaşayan ve bunu kabullense de dile getirmeyen insanlar, küçük mutluluklarla hazzın peşine düşmekte, gerçeği halının altına saklamayı tercih etmektedirler. Ama acı gerçek yine bir tokat gibi yüzlerine çarpmakta ve hazzın arkasından ne kadar üstü örtülmeye çalışılsa da belirivermektedir.

## **Sonuç**

Sinema filmleri toplumda var olanı ortaya koyan bir ayna konumunda iken, aynı zamanda kaynağını da toplumdaki almaktadır. Diğer bir deyişle sinema ve toplum birbirini beslemekte, çift taraflı bir etkileşim sürdürmektedirler. Bu bağlamda sinema, bürokrasi ve memur kavramlarını imgelerken bir taraftan toplumun bu kavramlara yaklaşımını ortaya koymakta, diğer yandan gösterilmek işlenen bürokrasi ve memur kavramları algısını da topluma aşılama çalışmaktadır. Bunu yaparken de genel itibariyle tek yanlı bir tutum sergilemektedir. Sinema filmlerinde bürokrasi çoğunlukla, vatandaşların işlerini zorlaştıran kamu gücü, memur ise bu zorlamaların ve engellemelerin sebebi konumunda sunulmaktadır. Toplumun bürokrasi ve memur kavramlarına nasıl yaklaştığını ortaya koymak için sinema filmleri önemli bir göstergedir.

Dönemsel olarak bürokrasideki değişimler de bir kitle iletişim aracı olan sinemaya yansımaktadır. Ele aldığımız iki filmde de ait oldukları bürokratik dönemlere ilişkin önemli belirtiler göze çarpmaktadır. Bu belirtiler, yönetmenlerin biçimlerine de bağlı

olarak *Namuslu* filminde daha açık ve aleni iken, *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde daha sembolik, daha hissettirmeye yöneliktir. *Namuslu* filmi vermek istediği mesajları net bir şekilde izleyiciye sunarken, *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde ise mesajların büyük bölümü seyircinin aramasına, hatta mesajları izleyicinin kendisinin oluşturmasına yöneliktir.

İki filmi birlikte ele aldığımızda yapıldıkları dönemler dolayısıyla bürokratik farklılıklar da ortaya çıkmaktadır. 1984 yapımı olan *Namuslu* filminde 80'li yıllara kadar maaş rejiminin en önemli aktörü olan katsayı uygulaması kendini göstermektedir. Daha önce belirtildiği gibi ev sahibiyle yaşanan diyalogda, katsayı artışına bel bağlayan memur imgesi, özellikle 70li yıllardan sonra düşüşe giren ve 1980 civarında diplerde gezen memur maaşlarını gözler önüne sermektedir. Bu dönemden sonra ise ek gösterge, makam tazminatı, özel hizmet tazminatı, döner sermaye gibi farklı kurumlarda farklı etkenler, maaşların belirlenmesinde önemli kriterler olmuşlardır. 80li yıllara kadar süregelen maaşların üniter görünümü, daha sonra kurumdan kuruma değişen bir hal, hatta kurum içinde dahi farklılaşabilme eğilimi göstermeye başlamıştır. *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde ise bu farklılaşma somut olarak görülmektedir.

*“Arap Ali: Size fazla mesai veriyorlar, değil mi Doktor?*

*Doktor Cemal: Bilmem. Verirler herhalde.*

*Arap Ali: Verirler, verirler. Almak lazım. Ölü parası iyidir. Bak Tevfik'e. Hiç kaçırıyor mu? Ölü parası, diri parası derken ikinci katı çıktı evin üstüne.”*

Polis memuru ve doktor arasında geçen bu diyalog, memura sağlanan mali kaynağın artık yalnız maaştan ibaret olmadığını, fazla mesai gibi başka faktörlere de dayandığını gösterdiği gibi, ayrıca bu kaynakların kurumdan kuruma değiştiğini de açıkça ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber çalışanların, maaş haricindeki bu mali kaynaklara erişmek için verdiği çaba da gözler önüne serilmektedir.

İki film yan yana koyulduğunda, maaş rejiminin dönemselsel olarak farklılaşmasını gösterdiği gibi kurum içi hiyerarşide de ne denli değişiklikler olduğuna dair fikirler vermektedir. Özellikle son dönemde kamu hizmetlerinin memurlar haricinde sözleşmeli personeller, taşeron firmalar eliyle görülmeye başlanmasıyla, memur haricindeki çalışanlar da bürokraside fiili olarak yer almaya başlamışlardır. *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde özellikle mezar kazıcıların bulunduğu sahnelerde, bürokrasinin hiyerarşisinde en aşağıda yer alan bu insanların aşağılanması ön plandadır. Taşeron firmaların memur olmayan çalışanları, hiyerarşide en altta olmakla birlikte, çalışma şartları bakımından çok daha zor koşullar taşımakta, mali haklar açısından da son derece dezavantajlı bir konumda bulunmaktadır.

Filmlerde bürokratik imgelem açısından farklılaşmalar olmakla beraber ortak olan unsurlar da bulunmaktadır. Özellikle çalışanlar arasındaki çıkar çatışmaları, her iki filmde de ön planda bulunmaktadır. İnsanlar birbirinin dedikodusunu yapmakla beraber, zorda kalan çalışanlar suçu rahatlıkla bir başkasının üzerine atabilmektedir.

Her iki filmde de maddi durumu zora giren memurlar, geçinmek için maaş harici gelirlere bel bağlamaktadır. 80li yıllarda yavaş yavaş başlayan, geçinmek için ek iş yapma kavramı *Namuslu* filminde kendini göstermektedir. Kimi memur çay ocağına ortak olurken, büyük bir çoğunluğu da rüşvet almayı sistem içerisinde içselleştirmiştir. 80 sonrası dönemin memur imgesine sahip filmlerinde, memurların geçinmek için ek iş yapmaya başlamaları sıklıkla kullanılmıştır. *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde ise daha önce bahsedildiği gibi, memurlar fazla mesai veya benzer başka maddi olanaklara ulaşmak amacındadır. Maddi açıdan rahat bir yaşam sürebilmek için bu tip ek kaynaklar artık zorunludur. Ancak bu durumda memur, *Bir Zamanlar Anadolu'da* filminde olduğu gibi evine ikinci katı çıkabilmekte, aksi durumda ise, *Namuslu* filminde olduğu gibi bodrum katında kiracı olarak kalmaktadır. Bu bağlamda belki de iki filmin en can alıcı ortak noktalarından birisi, kişilerin ve özellikle memurların ekonomik olarak yaşadığı sıkıntılar ve bunun sonucunda toplumsal değerlerin, ahlaki normların yerini giderek işi kalıbına uydurma, fırsatlardan yararlanma olgusunun almasıdır. Kapitalist sistemin kamçıladığı tüketim çılgınlığı bireyleri kendi sürecine dahil ettikçe, geri dönülmez bir boyutta ve ölçekte, maddi değerler manevi değerlerin yerini almakta, ilkeler ve değerlerin yerine bu maddi unsurlar toplumda prim yapmaya başlamaktadır.

Özetle ele aldığımız filmler, bürokrasinin toplumda yaygın olan olumsuz algısının sinemada da pekiştirildiğini göstermektedir. Memurlar sisteme uymak zorunda bırakılmakta, ilkelerden eninde sonunda ödün verilmektedir. İlkeli davranmaya çalışan memurlar ise gerek maddi, gerekse manevi gerekçelerle olsun bir sebeple taviz vermek zorunda kalmaktadırlar. Bürokrasi toplumla devlet arasına giren bir sete dönüşmektedir. Memurlar ise bu durumu fırsata çevirip, maddi ve manevi kazanç elde etmenin peşine düşmektedirler. Çıkara dayalı yaklaşım, toplumla bürokrasi arasındaki ilişkiye ket vururken, bürokratik süreçlerin de daha fazla yozlaşmasına neden olmaktadır.

### **Kaynakça**

- Abadan, N. (1959). Bürokrasi. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Aksakal, E. (2021). Bürokrasi ve Erkeklik Halleri Üzerinden Taşra Kültürü; Bir Zamanlar Anadolu'da. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(1), 29-48.
- Aslan, O. E. (2005). Kamu Personel Rejimi: Statü Hukukundan Esnekliğe. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Berger, A. A. (2018). Medya Çözümleme Teknikleri. (N. Pembecioğlu, Çev.) Ankara: Nobel Yayınları.
- Blau, P. M. (1955). The Dynamics of Bureaucracy. Chicago: University of Chicago Press.

- Bozkurt, V. (1998). Cumhuriyet Döneminde Bürokrasi; Siyasal Elit - Halk İlişkileri: 1923-1960. *Yeni Türkiye Dergisi*, 5(23-24), 3571-3577.
- Cangızbay, K. (1998). Hiç Kimse'nin Cumhuriyeti. *Yeni Türkiye Dergisi*, 5(23-24), 3560-3570.
- Çam, A. (2018). Sinemasal Hodolojik Mekânlar - Bir Zamanlar Anadolu'da Filminin Hodolojik Mekân Bağlamında Çözümlemesi. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 9, 45-56.
- Demirel Değirmenci, S. (2021). 1960-1990 Yılları Arasında Türk Sineması'nda Kamu Personelinin Temsili. *Lapseki Meslek Yüksekokulu Uygulamalı Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 134-144.
- Doğru, M. S. (2020). Zaman ve Mekân Bağlamında Bir Zamanlar Anadolu'da Filmini Bahtin'in "Kronotop" Kavramıyla Okumak. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 6(1), 329-341.
- Ergun, T., & Polatoğlu, A. (1992). *Kamu Yönetimine Giriş*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Eroğlu, F. (1993). Bürokrasinin Çıkmazları ve Türk Bürokrasisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1-2), 237-241.
- Gouldner, A. W. (1954). *Patterns of Industrial Bureaucracy*. Glencoe: The Free Press.
- Gökçe, G., Şahin, A., & Örselli, E. (2002). Türkiye'de Siyasetin Bürokrasi Üzerindeki Etkisi: Siyasallaşma. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(4), 45 - 58.
- Gökçe, O., Göküş, M., Kutlu, Ö., & Şahin, A. (2004). *Kamu Yönetimi Ders Notları*. Konya: Dizgi Ofset Matbaacılık.
- Göktürk, İ. (2015). Modernizmden Postmodernizme: Bürokratik Kültür ve İnsan, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 1(1), 17-28.
- Heper, M. (1977). *Türk Kamu Bürokrasisinde Gelenekçilik ve Modernleşme*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Kaba, S. (2019). Ölü Bedenin Politikası: "Bir Zamanlar Anadolu'da"da Abject Karşılaşmalar. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6(17), 2-17.
- Kalağan, G. (2010). *Türkiye'de 1980 Sonrası Bürokratik Dönüşüm*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kaplan, T. (2016). Varoluşsal Bir Yolculuk: Bir Zamanlar Anadolu'da. *SineFilozofi Dergisi*, 1(2), 125-146.
- Merton, R. K. (1940). Bureaucratic Structure and Personality. *Social Forces*, 18(4), 560-568.

- Oskay, Ü. (1993). XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. İstanbul: Der Yayınları.
- Özden, Z. (2004). Film Eleştirisi - Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Özgül, G. E., & Tahan, K. (2014). Bir Ceset Arayışı Olarak Hatırlamanın Eleştirisi: Bir Zamanlar Anadolu'da Zaman, Mekân ve Gerçeklik. *Global Media Journal*, 4(8), 241-259.
- Parkinson, C. N. (1996). Parkinson Kanunu. (Ş. Sitembölükbaşı, Çev.) Ankara: Vadi Yayınları.
- Peter, L. J., & Hull, R. (1985). Peter İlkesi. (M. Ölçer, Çev.) Ankara: Bilgi Yayınları.
- San, C. (1971). Max Weber'de Hukukun ve Meşru Otoritenin Sosyolojik Analizi. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.
- Sauvy, A. (1975). Bürolar ve Bürokrasi. (Y. Yayla, Çev.) İstanbul: Gelişim Yayınları.
- Şaylan, G. (1974). Türkiye'de Kapitalizm Bürokrasi ve Siyasal İdeoloji. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Şener, S. (1986). Osmanlı'da Siyasi Çözülme. İstanbul: İnkılab Yayınları.
- TDK Büyük Türkçe Sözlük. (2011). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Tortop, N., İsbir, E. G., & Aykaç, B. (1993). Yönetim Bilimi. Ankara: Yargı Yayınları.
- Tunalı, D. (2014). Hareketli Durağanlık İzlenimi: Bir Zamanlar Anadolu'da. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 11, 39-51.
- Weber, M. (1987). Sosyoloji Yazıları. (T. Parla, Çev.) İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Yetimova, S., & Aslan, M. (2018). Nuri Bilge Ceylan Sinemasının Uluslararası Basındaki Eleştirileri Üzerine Bir Söylem Analizi: Bir Zamanlar Anadolu'da Örneği. *Asya Studies-Academic Social Studies/Akademik Sosyal Araştırmalar*, 5, 73-86.

## YouTube Ekonomisi Üzerine Yerel YouTuberlar ile Bir Görüşme (Bozkır İlçesi Örneği)

İlker YÜKSEL<sup>1</sup>  
İbrahim E. BİLİCİ<sup>2</sup>

\*  
\*\*  
\*\*\*  
\*\*\*\*

### Öz

Günümüz ekonomisinde, tarım, hayvancılık, sanayi, turizm, inşaat gibi sektörlerin yanında, sosyal medya ekonomisi de kendisine bir yer bulmuştur. Yapılan bu araştırma ile, sosyal medya ekonomisine bir çerçeve oluşturmak amaçlanmıştır. Araştırma için sosyal medya platformları arasından YouTube, örneklem olarak seçilmiştir. YouTube ekonomisi ile ilgili bilgi toplamak amacıyla, Konya'nın Bozkır ilçesinde ikamet eden ya da ilçenin nüfusuna kayıtlı; 11 erkek ve 1 kadın, yerel çapta yaşayıp, sosyal medyanın doğası gereği küresel çapta yayın yapan YouTuber belirlenmiş ve bu YouTuberlar ile görüşmeler yapılmıştır. YouTuberlar, paylaşımlarında, müzik, eğlence, tarım ve hayvancılık, gezi, doğa, aşçılık, habercilik ve eğlence videolarına yer vermektedir. Araştırmaya göre incelenen YouTuberlar, YouTube üzerinden ekonomik gelirler elde edebilmektedir, ancak YouTube, YouTuberlar için temel bir geçim kaynağı değildir. Bunun sebebi; yerel YouTuberların takipçi, izleyici ve beğeni sayısının sınırlı olmasıdır. YouTube ekonomisinin, YouTuberlar ile yapılan görüşmelere göre üç boyutu bulunmaktadır. YouTuberların; bireysel ekonomik kazanımları, kendileri dışındaki bireylere elde ettirdikleri ekonomik kazanımlar ve ekonomik giderleri, YouTube ekonomisinin ana unsurlarıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, YouTube, YouTuber, Ekonomi, Bozkır

<sup>1</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Medya Anabilim Dalı, ilker.yuksel.123@gmail.com, ORCID:0009-0007-5958-8880

<sup>2</sup>Doç. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Yeni Medya Bölümü, ibilici@yandex.com.tr, Orcid ID: 0000-0001-7118-7421

\* Bu çalışma intihal tespit yazılımlarıyla taranmış intihal tespit edilmemiştir.

\*\* Çalışma iki yazar tarafından yürütülmüştür. Her ikisinde eşit oranda katkı sunmuştur.

\*\*\*Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

\*\*\*\*Bu çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

\*\*\*\*\*Bu çalışma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun E-75732670-020-71164 sayılı ve 24.05.2022 tarihli kararı gereği etik açıdan uygun bulunmuştur.



## **A Conversation with Local YouTubers on the YouTube Economy (Example of Bozkır District)**

### **Abstract**

In today's economy, besides sectors such as agriculture, livestock, industry, tourism and construction, the social media economy has also found a place for itself. With this research, it is aimed to create a framework for the social media economy. Among the social media platforms for the research, YouTube was chosen as a sample. In order to collect information about the YouTube economy, residing in the Bozkır district of Konya or registered with the population of the district; 11 male and 1 female YouTubers who live locally and broadcast globally due to the nature of social media were determined and interviews were conducted with these YouTubers. YouTubers include music, entertainment, agriculture and livestock, travel, nature, cooking, journalism and entertainment videos in their posts. According to the research, YouTubers examined can earn economic income through YouTube, but YouTube is not a main source of livelihood for YouTubers. The reason of this; the number of followers, viewers and likes of local YouTubers is limited. The YouTube economy has three dimensions, according to interviews with YouTubers. YouTubers; individual economic gains, economic gains and economic expenses for individuals other than themselves are the main elements of the YouTube economy.

**Keywords:** Social Media, YouTube, YouTuber, Economy, Bozkır.

### **Giriş**

İnternet teknolojisindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sosyal medya ortamları; insanların zaman ve mekân kısıtlılığında çıkıp pratik olarak iletişim kurması, alışveriş yapması, hoş vakit geçirmesi, eğlenmesi, gündemden haberdar olması, eğitici içeriklere ulaşması yanında, belirli kriterleri sağlayan içerik üreticilerine ekonomik faydalar da sağlamaktadır.

Bu araştırma ile, sosyal medya kullanımına bağlı olarak şöhret elde etmiş bireyler örnek alınarak; sosyal medyanın doğrudan ya da dolaylı olarak sağladığı ekonomik kazanımlar hakkında bilgi edinmek, sosyal medya ekonomisindeki gelirleri ve giderleri saptamak, sosyal medyanın temel bir ekonomik sektör olup olmadığını belirlemek, sosyal medya üzerinden ekonomik kazanımlar elde etmek isteyen bireylere faydalı olmak amaçlanmıştır.

Bu araştırma; iletişim fakülteleri öğrencileri başta olmak üzere sosyal medya üzerinden ekonomik gelir elde etmek isteyen bireylere yol gösterici olması, sosyal medya ekonomisinin artıları ile birlikte eksilerinin de incelenmesi, bu mecrada faaliyet gösterip kazanç elde eden bireyler ile görüşmeler yapılarak, sosyal medyanın ekonomik boyutuyla ilgili bilgi toplanması nedeniyle, sosyal medya ekonomisinin anlaşılabilirliği açısından önem arz etmektedir.

Bir gelir kapısı olarak sosyal medyanın incelendiği bu araştırma; görüşme yapılan ünlülerin (fenomen-YouTuber) sosyal medya için yaptıkları ekonomik harcamaları, sosyal medya üzerinden elde ettikleri gelirleri ve sosyal medyadan elde edilebilecek ekonomik gelir çeşitliliklerini kapsamaktadır.

### 1. Literatür İncelemesi

Bu araştırma için yapılan literatür incelemesinde, konuyla ilgili olan çalışmaların başında, Esmâ Gülşah Taner ve Süleyman Yükçü'nün 2019 yılında yayımladıkları, *“Sosyal Medya Ekonomisinde Maliyet ve Fayda Analizi”* başlıklı makale gelmektedir. Araştırmalarında Taner ve Yükçü; Türkiye'nin önde gelen YouTube fenomenlerinden, Enes Batur, Ruhi Çenet ve Neslihan Damla Akdemir'in YouTube hesaplarını örneklem alarak, YouTube için harcanılan giderleri ve YouTube'dan elde edilen gelirleri karşılaştırmışlardır. Taner ve Yükçü'nün araştırmalarına göre; internet bağlantı ücretleri, bilgisayar ve cep telefonlarının satın alınması, kameranın, kamera ekipmanlarının, mikrofon ve ses kayıt cihazlarının, aydınlatma ekipmanlarının temin edilmesi, stüdyo ihtiyaçları ve stüdyo ekibinin giderleri ile kurgu-montaj programlarının lisans ücretleri YouTube ekonomisinin giderlerini oluşturmaktadır. Ayrıca YouTube gelirlerinin vergilendirilmesi de YouTube fenomenleri için başka bir ekonomik giderdir.

Aynı araştırmaya göre; *Google Adsense* reklam gelirleri, fenomenlerin markalar ile yaptıkları sponsorluklar ve iş birliği anlaşmaları, fenomenlerin ücret karşılığı verdikleri sosyal medya eğitimleri Youtube fenomenlerinin gelirlerini oluşturmaktadır. Taner ve Yükçü'nün yaptığı araştırmanın sonucuna göre; büyük takipçi sayısına sahip sosyal medya fenomenlerinin, birçok sanayi kuruluşundan daha fazla gelir elde ettiği görülmüştür (Taner ve Yükçü, 2019, s. 1381-1393).

Bu araştırma ile Taner ve Yükçü'nün yapmış olduğu araştırma; örneklem olarak YouTube platformunun ele alınması ve YouTube platformunun ekonomik boyutunun incelenmesi sebebiyle benzerlik göstermektedir. Ancak bu araştırmada örneklem alınan sosyal medya fenomenlerinin yerel sosyal medya fenomenleri olması, Taner ve Yükçü'nün örneklem aldığı sosyal medya fenomenleri ile farklılık göstermektedir. Bu araştırmada yer verilen yerel sosyal medya fenomenleri, Taner ve Yükçü'nün araştırmalarında yer verdiği fenomenlere göre etkileşim ve takipçi sayısı olarak daha dar çerçevede kalmaktadır. Ayrıca bu araştırmanın görüşme tekniği kullanılarak yapılmış olması, bu araştırmayı Taner ve Yükçü'nün araştırmasından ayıran bir başka unsurdur. Bu araştırmanın yerel sosyal medya fenomenleri ile görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmesi, Taner ve Yükçü'nün yapmış olduğu çalışmayı geliştirici ve destekleyici bir nitelik taşımaktadır.

YouTube ekonomisi üzerine yazılmış olan bir diğer araştırmada Meltem Güler; YouTube ekonomisini, Karl Marx'ın emek ve çalışma kavramları ile ilişkilendirmiştir. Güler araştırmasında; YouTube fenomenlerinin görünüşte üretici bir pozisyonda olduklarına ancak işin temelinde reklam verenlere hizmet eden bir tüketici olduklarına, reklam verenlerin YouTube sektörüne kendi isteklerine göre

yön verdiklerine yönelik eleştirilerde bulunmuştur. Güler'in yapmış olduğu bu araştırma özünde bir eleştirel çalışma olsa da YouTube fenomenlerinin bireysel ekonomik gelirlerinin yanı sıra, kendileri dışındaki bireylere de ekonomik kazanımlar elde ettirebilmelerinin saptanmış olması nedeniyle, bu araştırmayı desteklemektedir (Güler, 2018, s. 145-183).

Hamit Akçay'ın "*Sosyal Medya Uzmanlarının Çalışma Hayatı*" (2017, s. 89-96) adlı çalışmasından çıkan bir sonuca göre; kişiler sosyal medya fenomeni olmasalar dahi, kendileri dışındaki bireylere, kurumlara, kuruluşlara, şirketlere sosyal medya danışmanlığı yaparak istihdam edilebilmektedirler, Akçay'ın bu çalışması, sosyal medyanın ekonomik boyutunu destekleyici bir özellik taşımaktadır.

Çalışmada yer verilen YouTuberların; açıklamak istemedikleri detaylar, para konusunu ön plana çıkarmak istememeleri, eğitim seviyesi, meslek mahremiyeti gibi etmenler, görüşme esnasında YouTuberlara yöneltilen soruların cevaplarını etkilemiştir. Yüz yüze görüşme gerçekleştirilemeyip, telefon ya da internet vasıtasıyla görüşülen YouTuberların bir kısmı; soruları anket sorusu gibi algılayıp eksik cevaplamıştır, bu nedenle araştırmada kendilerine yer verilmemiştir. Fenomenlerin YouTube hesapları ile ilgili birtakım veriler, (kullanıcı adları, abone sayıları, görüntülenme sayıları, beğeni sayıları, paylaşılan video sayıları vb.) zamanla değişime uğrayabileceği için araştırmanın yapıldığı tarihler arasında geçerlilik göstermektedir.

## 2. Araştırmanın Yöntemi

Bu nitel araştırmada, görüşme yöntemi kullanılmıştır. Konya'nın Bozkır ilçesi nüfusuna kayıtlı, ağırlıklı olarak ilçenin merkez ve taşra mahallerinde ikamet eden veya coğrafi ve kültürel olarak yakın bölgede yaşayan YouTube fenomenleri ile yüz yüze, telefon ve internet vasıtasıyla görüşmeler yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Görüşmeler sohbet biçiminde gerçekleştirilmiştir. YouTuberların verdikleri cevaplar not alma tekniğiyle kayda alınmıştır. Görüşülen YouTuberlara; kişisel bilgilerinin, fotoğraflarının ve verdikleri cevapların araştırma içerisinde yer verilmesine rızalarının olup olmadığı sorulmuş, verdikleri cevaplar rızaları alınarak bu araştırmaya dahil edilmiştir.

Bir yüksek lisans tezi kapsamında yapılan bu araştırmanın bilimsel bir çalışma olduğu yönünde YouTuberlar önceden bilgilendirilmiştir. Görüşme yapılabilmesi için, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden 24.05.2022 tarih ve 71164 sayılı etik kurul onay raporu alınmıştır. Görüşmelerin ardından rızası olan YouTuberlardan; kişisel bilgilerinin, fotoğraflarının ve verdikleri cevapların araştırmada açıkça belirtilebileceğine dair imzaları alınmıştır.

Yüz yüze görüşme yapma olanağı bulunmayan YouTuberlardan, rızaları dahilinde 10-20 saniye aralığında onay videoları kaydedilmiştir. YouTuberlardan alınan cevaplar, orijinal içeriğe müdahalede bulunulmadan, analiz edilmiştir.

## 2.1. Örneklem

Yüksek Lisans tezinden türetilen bu araştırmada; Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeni Medya Anabilim Dalı için hazırlanan “*Sosyal Medyada Şöhret Gelişim Süreci ve Sosyal Medya Ünlüleri*” konulu tez çalışmasının örneklemini kullanılmıştır. En yaygın video paylaşım aracı olduğu için, yayın ortamı olarak sadece YouTube seçilmiştir. Konya’nın Bozkır İlçesi’nde yaşayan ya da ilçenin nüfusuna kayıtlı YouTube içerik üreticisi 12 kişi, bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Tezin alt başlıklarından biri, *sosyal medya ekonomisidir*. Sosyal medya araştırmaları içinde konunun ekonomik boyutu üzerinde yeterince durulmadığı fark edildiği için bu araştırmada sosyal medya ekonomisi incelenmiştir.

İlgili tez içerisinde araştırmaya dahil edilen sosyal medya platformları; *YouTube, Instagram ve Twitter*’dır. Bu araştırmada ise sadece YouTube, araştırma için örneklem alınmıştır. İlgili tez; coğrafi olarak yerel (mahalli) ve ulusal çapta, ağırlıklı olarak küresel yayıncılık ortamları olan YouTube, Instagram ve Twitter platformlarında ün sahibi olmuş kişiler ile görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırmada ise, YouTube platformunda şöhret kazanmış, Konya’nın Bozkır ilçesi sınırları içerisinde ikamet eden ya da Bozkır nüfusuna kayıtlı bireyler örneklem alınmıştır. Bu niteliklere sahip olan 12 kişi bulunmaktadır. Bireylerin YouTuber olarak değerlendirilmesi, YouTube platformunda;

- Asgari üç bin kişi tarafından takip ediliyor olması,
- Kendileri ya da bir başkası tarafından paylaşılan bir videonun asgari üç bin kişi tarafından görüntülenmiş olması ya da paylaşılan bir videonun asgari üç bin kişi tarafından beğenilmiş olması kriterlerine göre belirlenmiştir.

Bozkır ilçesinde yaşayan veya Bozkır nüfusuna kayıtlı, bu kriterleri sağlayan 11’i erkek, 1’i kadın olmak üzere toplam 12 kişi tespit edilmiştir.

YouTube, yapısı gereği küresel çapta yayıncılık yapmaya olanak sağlayan bir sosyal medya platformudur ancak araştırma için kendileri ile görüşme yapılan YouTuberlar; yaşadıkları ya da nüfusuna kayıtlı oldukları Bozkır ilçesinin az nüfuslu kırsal bir bölge olması, YouTube içeriklerinde yerel-kültürel temaları işlemeleri, sosyal medya etkileşimlerinin (takip edilme-izlenilme-beğenilme) yüksek sayıdaki popüler YouTuberlara göre daha az olması gibi etmenlerden dolayı yerel YouTuber olarak tanımlanmıştır.

## 2.2. Araştırma Soruları

Bu araştırmada; sosyal medyanın ekonomik boyutu çerçevesinde, YouTube fenomenlerinin gelir giderlerini kavramak, sosyal medyaya yönelmek isteyen bireylere faydalı olmak, sosyal medyanın, YouTuberların yaşadığı bölgeye ekonomik bir katkısının olup olmadığını saptamak amacıyla, şu sorulara cevap aranmıştır:

- Yerel YouTube fenomenleri, sosyal medya aracılığıyla ekonomik bir gelir elde edebilirler mi?
- Yerel YouTube fenomenleri, sosyal medya aracılığıyla gelir elde ediyorsa, gelir ortalamaları ne kadardır?
- Yerel YouTube fenomenleri, yaptıkları sosyal medya paylaşımları ile ikamet ettikleri bölgenin ekonomisine bir katkı sağlamakta mıdır?

### 2.3. Veri Kaynakları ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için Konya'nın Bozkır ilçesinde ikamet eden ya da Bozkır ilçesinin nüfusuna kayıtlı yerel (mahalli) sosyal medya fenomenleri örneklem olarak seçilmiştir. Araştırma yapılan sosyal medya platformu olarak YouTube belirlenmiştir. Bu sebeple görüşme yapılan sosyal medya fenomenleri ile fenomenlerin YouTube hesapları bu araştırmanın veri kaynaklarını oluşturmaktadır.

Yerel, kültürel temaları işleyen sosyal medya fenomenleri araştırmaya dahil edilmiştir. Örnekleme oluşturan kişiler; Konya'nın Bozkır ilçesinde ikamet eden ya da Bozkır ilçe nüfusuna kayıtlı, YouTube hesaplarında; müzik eserleri icra eden, yerel ağız ile konuşan, eğlence videoları başta olmak üzere, doğa ve gezi, tarım ve hayvancılık konusu ve meslekleri ile ilgili videolar paylaşan, yemek hazırlayan ve sunumunu yapan, haber paylaşımında bulunan, çok farklı konularda içerik üretip yayınlayan 11 erkek ve 1 kadın YouTuber'dan oluşmaktadır.

Araştırmada kadın YouTuber sayısının az olmasının temel nedenleri şunlardır;

- Bozkır ilçesinde ikamet eden ya da ilçenin nüfusuna kayıtlı kadın YouTuber sayısının kısıtlı olması, bazı YouTuberların araştırmaya katılım göstermek istememesi, bazılarının ise asgari üç bin kriterini sağlayamaması,
- Kapalı toplum yapısı nedeniyle kadınların sosyal medyada ön plana çıkmasına ilçede çok sıcak bakılmaması,
- Araştırmacının karşı cinsten olması nedeniyle, kadın YouTuberların çekingen davranıp, araştırmaya katılım göstermemesidir.

Görüşmeler; fenomenlerin uygun olduğu zamanda, Bozkır ilçesinin farklı bölgelerinde yüz yüze olacak şekilde ve görüşme fırsatı bulunmayıp Bozkır ilçesi dışında ikamet eden Bozkırlı ünlüler ile telefon ve internet vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir. Her iki türde de gerçekleştirilen görüşmelerde, tüm fenomenlere yarı yapılandırılmış standart sorular sorulmuştur.

Görüşmeler karşılıklı sohbet şeklinde gerçekleştirilmiş, cevaplar not alma tekniğiyle kayda geçirilmiştir. Alıntılanan notlar, bilgilerin doğruluğunun saptanması ve yanlış anlaşılmalara sebebiyet verilmemesi için, görüşmelerin sonunda YouTuberlara teyit ettirilmiştir. Yüz yüze görüşmelerin bir ispatı olarak görüşme esnasında YouTuberlarla birlikte fotoğraf çektirilmiştir.

### 3. Sosyal Medya

Bilgisayar ve cep telefonu gibi teknolojik aletlerin temin edilip, internet erişiminin sağlanmasının ardından, gündemi takip etmeye, iletişim kurabilmeye, vakit geçirebilmeye, görsel ve işitsel paylaşımlarda bulunmaya olanak sağlayan, paylaşımların yüksek sayıdaki kitlelere ulaşmasıyla şöhret ve maddi gelirler elde edilebilen sanal mecralara sosyal medya denilmektedir (Aksoy, 2020, s. 9; Çakmak ve Müezzın, 2018, s. 197; Dızman, 2019, s. 548; Eryılmaz ve Zengin, 2014, s. 43).

Sosyal mecralar; alışveriş siteleri, bireysel yayın platformları, bloglar, forumlar, fotoğraf paylaşım platformları, haber toplama ve sosyal imleme siteleri, içerik takip etme araçları, medya paylaşım siteleri, mikrobloglar, ortak içerik üretme araçları, podcastler, sosyal ağ platformları, sözlükler, vloglar, widgetlar ve video paylaşım platformları gibi kategorilere ayrılabilir. Sosyal medya mecraları, türlerine göre insanlara alışveriş yapma, haber alma, fotoğraf ve video paylaşma, yeni insanlarla tanışma, paylaşılan bir içeriği kaydetme, müzik dinleme, bilgi edinme, sanal toplantılar yapma olanağı sunmaktadır (Dalkıran, 2016, s. 5-10; Güzel, 2020, s. 97-107; İlhan, 2015, s. 59-60; Tuncer, 2014, s. 19-23).

Araştırmamızda örneklem olarak alınan YouTube platformunun yapısını, tarihsel gelişim sürecini, rakiplerine göre konumunu ana hatlarıyla incelemek gerekmiştir.

#### 3.1. YouTube

YouTube 2005 yılında kullanıma açılan, 2006 yılında Google tarafından satın alınan bir video paylaşım mecrasıdır (Ergin ve Koç, 2023, s. 1292). YouTube platformuna erişim sağlanabilmesi için, bilgisayar, cep telefonu, televizyon gibi teknolojik cihazlar ile internet bağlantısı gereklidir.

YouTube sözcüğü; İngilizce 'You (Sen)' ve 'Tube (Tüp)' sözcüklerinden meydana gelmiştir, sözcüklerin anlamlarına bakıldığında, YouTube sözcüğünün Türkçe karşılığı, kapsüle konulmuş '*Senin Videon*' olarak düşünülebilir.

YouTube; 2006 yılından bu yana, amatör içerik üreticilerine bir yayın ortamı ve video seyircilerine bir medya işlevi görmüştür. YouTube'da kullanıcılara; video izleyebilme, kendi videolarını yayınlayabilme, başka kullanıcılara abone olma ve kullanıcıların içeriklerine yorum yapma, video izleme arşivi, video izleme listesi gibi olanaklar sunulmaktadır. Erişimi ve üyeliği ücretsiz olan YouTube, aynı zamanda bir video arşiv özelliği taşımaktadır.

Araştırmanın sosyal medya bölümünde, sosyal medya ile ilgili tanımlama yapılmış, sosyal medya mecraları ile ilgili temel bilgiler verilmiş ve YouTube platformu ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde, araştırmaya dahil edilen Konya'nın Bozkır İlçesi'nin sosyal, kültürel yapısı ve coğrafi nitelikleri ana hatlarıyla ele alınmıştır.

#### 4. Bozkır İlçesi

Araştırma için görüşme yapılan YouTuberların, yaşadıkları ya da nüfusuna kayıtlı oldukları yer, Konya ilinin Bozkır ilçesidir. Bozkır, Konya il merkezine 118 km uzaklıkta, Toros Dağları'nın kuzey eteklerinde kurulmuştur. İlçenin; merkez mahallerinin nüfusu 2023 yılı itibariyle TÜİK verilerine göre; yaklaşık 8500, taşra mahalleleri (köyleri) ile birlikte toplam nüfusu yaklaşık 25.000 kişidir.

İlçenin tarım arazileri kısıtlıdır, bu yüzden insanlar geçimini esnafılık, hayvancılık, mevsimlik işçilik, günlük işçilik, müzisyenlik ve memurluk gibi meslekler yaparak sağlamaktadır. Görüşme yapılan YouTuberlar da sosyal medya dışında çeşitli iş kollarında geçimini temin etmektedir.

Fenomenlerin YouTube içerik üretiminde yer verdikleri, ilçenin merkez ve taşra mahallelerinde bulunan başlıca doğal güzellikler ve tarihi eserler şunlardan oluşmaktadır: *Çarşamba Çayı, Aygır Şelalesi Mesire Alanı, Zengibar Kalesi, Üçpınar Kurşunlu Camii, Asarlık Camii, Mavi Boğazı, Dipsiz Göl, Sarıot Gölü, Çağlayan Barajı, Bozkır Barajı, Akçapınar Çam Korusu*. Bu cazibe noktaları, şehir içinden ve çevre illerden ziyaretçi çekmekte, ilgi odağı olmaktadır. Bu da yer yer üretilen YouTube içeriğine yansımaktadır.

İlçenin merkez (Yukarı-Cumhuriyet) ve taşra (Dere-Sorkun) mahallelerinde, odun ateşinde ve taş değirmenlerinde üretilen, *çifte kavrulmuş tahin*; bölgede çok meşhurdur ve Bozkır Belediyesi'nin girişimleri ile coğrafi mahreç işareti almıştır. Susam bitkisinden elde edilen tahin ürünü; bilen ve talep eden kişiler için, Türkiye'nin her yerine kargo ile gönderilmektedir. (Görüşme: Hasan Güler 15/09/2022)

Çağlayan mahallesinde sap kısmı hayvan boynuzlarından üretilen bıçaklar, yurt dışından dahi talep gören kültürel zenginlikler arasında yer almaktadır. Müzik alanında ise, *Aslan Mustafa* ve *Müslüme Gelin* gibi türküler de bölgenin önemli kültürel öğeleri arasında yer alır. (Görüşme: Mustafa Yüksel 11/08/2022)

İlçe; çevre köy ve ilçelerin pazar alanı konumundadır. Ahırlı, Yalılıyık, Hadim, Taşkent, Seydişehir, Çumra, Akören, Güneysınır, Akseki ilçeleri ve bu ilçelere bağlı mahallelerden (köylerden) insanlar alışveriş için Cuma günleri Bozkır ilçe merkezine gelmektedir. Sahilden Bozkır yaylalarına gelen yörükler de ihtiyaçlarını Bozkır'dan karşılamaktadır. Böylece ilçede mevsimine göre, yaklaşık 35-40 bin kişi arası bir insan hareketi gerçekleşmektedir.

Araştırmanın buraya kadar ki kısmında Bozkır ilçesi ile ilgili, tarihi, coğrafi, kültürel anlamda temel bilgiler verilmiştir. Araştırmanın bu bölümünde Bozkır ilçesinin sosyal medya fenomenleri ile ilgili kişisel bilgilere ve fenomenlerin sosyal medya ekonomisi ile ilgili verdikleri cevaplara yer verilecektir. Fenomenler 11 erkek ve 1 kadın katılımcıdan oluşmaktadır. Alfabetik sıralamaya göre bir listeleme yapılmıştır.

#### 4.1. Bozkır İlçesinin Sosyal Medya Fenomenleri (YouTuberları)

2023 yılı itibarıyla Bozkır ilçesinde ünlü olan, Konya ve diğer illerde de tanınırlık kazanmış YouTuberların profilleri aşağıda yer almaktadır:

##### 4.1.1. Ahmet Cihan

Yaş:	32	Abone (Takipçi) Sayısı	=1000
Meslek	Müziyen	Yayınladığı Video Sayısı	112
Paylaşım İçeriği	Müzik	Beğeni Sayısı	>500
Eğitim Durumu	Lise	En Çok İzlenen Video	17 bin izlenme
YouTube ismi	Ahmet Cihan @ahmetcihan4650		
Kanal Linki	<a href="https://www.youtube.com/@ahmetcihan4650">https://www.youtube.com/@ahmetcihan4650</a>		

YouTuber Ahmet Cihan, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını ancak YouTube videolarının izlenmesinden ötürü tanındığını ve müzik organizasyonlarına kendisinin davet edildiğini bunun da dolaylı olarak kazancına katkı sağladığını ifade etmiştir.

##### 4.1.2. Ali Erkan

Yaş:	31	Abone (Takipçi) Sayısı	<1000
Meslek	Öğretmen	Yayınladığı Video Sayısı	53
Paylaşım İçeriği	Gezi-Doğa	Beğeni Sayısı	<500
Eğitim Durumu	Lisans	En Çok İzlenen Video	10 bin izlenme
YouTube ismi	Ali Erkan @alierkan6033		
Kanal Linki	<a href="https://www.youtube.com/@aliverkan">https://www.youtube.com/@aliverkan</a>		

YouTuber Ali Erkan, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını, sosyal medya aracılığıyla farklı bir şekilde de bir gelirin olmadığını ifade etmiştir.

##### 4.1.3. Fatma Özdemir

Yaş:	30	Abone (Takipçi) Sayısı	<1000
Meslek	Aşçı	Yayınladığı Video Sayısı	77
Paylaşım İçeriği	Yemek-Sunum	Beğeni Sayısı	>500
Eğitim Durumu	Lise	En Çok İzlenen Video	6,9 bin izlenme
YouTube ismi	sunumperisi4234 @sunum_perisi4234		
Kanal Linki	<a href="https://www.youtube.com/@Sunum_perisi4234">https://www.youtube.com/@Sunum_perisi4234</a>		

YouTuber Fatma Özdemir, sosyal medya paylaşımlarını Instagram ve YouTube platformunda aynı anda paylaşmaktadır ve etkileşim sayısı üç bin kişiden fazladır,



bu sebeple araştırmaya dahil edilmiştir. Özdemir, kendisi ile yapılan görüşmede, kendisine ait sosyal medya hesaplarında, bir ürün ya da para karşılığında firmaların reklamlarını yaparak ve ürettiği yemekleri sosyal medya üzerinden satarak bir maddi gelir elde ettiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.4.Hamza Karadağ

<b>Yaş:</b>	27	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	<1000
<b>Meslek</b>	Tüccar	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	164
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Müzik	<b>Beğeni Sayısı</b>	>500
<b>Eğitim Durumu</b>	Lise	<b>En Çok İzlenen Video</b>	4,4 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Hamza Karadağ @Bzkrhlmz</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@Bzkrhlmz">https://www.youtube.com/@Bzkrhlmz</a>		

YouTuber Hamza Karadağ, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını, birtakım YouTube paylaşımlarında kullandığı başkasına ait müziğin, telif hakkı nedeniyle ekonomik getirisinin kısıtlandığını ancak YouTube videolarının izlenmesi sayesinde müzik piyasasında tanındığını, müzik organizasyonlarına davet edilerek dolaylı olarak gelir elde ettiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.5.Hasan Ay

<b>Yaş:</b>	32	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	164 bin
<b>Meslek</b>	Tarım ve Hayvancılık	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	>1000
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Hayvancılık -Doğa	<b>Beğeni Sayısı</b>	>50000
<b>Eğitim Durumu</b>	Açık Lise	<b>En Çok İzlenen Video</b>	>100 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Anadolu'da Zaman @anadoludazaman42</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@anadoludazaman42">https://www.youtube.com/@anadoludazaman42</a>		

YouTuber Hasan Ay, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine ödemeler yapıldığını, sosyal medya aracılığıyla gerek hayvanlarını gerek hayvanlarından elde ettiği ürünlerini satabildiğini ve ürünlerinin reklamını yapabildiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.6.Hasan Güler

<b>Yaş:</b>	31	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	<1000
<b>Meslek</b>	Esnaf	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	25
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Müzik-Şiir	<b>Beğeni Sayısı</b>	<500
<b>Eğitim Durumu</b>	Lise	<b>En Çok İzlenen Video</b>	1,2 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Hasan Güler @hasanguler2207</i>		

<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@hasanguler2207">https://www.youtube.com/@hasanguler2207</a>
--------------------	---

YouTuber Hasan Güler, sosyal medya paylaşımlarını Instagram ve YouTube platformunda aynı anda paylaşmaktadır ve etkileşim sayısı üç bin kişiden fazladır, bu sebeple araştırmaya dahil edilmiştir. Güler kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını ancak YouTube aracılığıyla, ürettiği tahinin reklam ve satışını yaparak dolaylı yoldan bir gelir elde ettiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.7.Mehmet Akif Orhan

<b>Yaş:</b>	21	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	>100 bin
<b>Meslek</b>	Öğrenci	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	>1000
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Eğlence-Gezi	<b>Beğeni Sayısı</b>	>1000
<b>Eğitim Durumu</b>		<b>En Çok İzlenen Video</b>	>800 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Akif Orhan-Makomen Akif @akiforhan2001 @makomenakif</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@akiforhan2001">https://www.youtube.com/@akiforhan2001</a> <a href="https://www.youtube.com/@makomenakif">https://www.youtube.com/@makomenakif</a>		

YouTuber Mehmet Akif Orhan, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine ödemeler yapıldığını ancak vergi, sosyal güvenlik ödemeleri ve diğer masrafları çıkınca kendisine pek bir şey kalmadığını, bu gelirlerin düzensiz olduğunu, YouTube'da içerik üreticisi olduğu için, ürettiği içeriğin kendisine reklam ve referans olduğunu, çekimleri görüp Orhan'ın kamera, çekim, kurgu bilgisine güvenen insanların fotoğraf ve video çekimi, reklam çekimi talep ettiklerini, YouTube gelirlerine bağlı olarak kendi adına vergi kaydı oluşturduğunu ifade etmiştir.

#### 4.1.8.Mustafa Yüksel

<b>Yaş:</b>	52	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	<1000
<b>Meslek</b>	Müziyen	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	8
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Müzik	<b>Beğeni Sayısı</b>	<500
<b>Eğitim Durumu</b>	Ön Lisans	<b>En Çok İzlenen Video</b>	300 izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>MUSTAFA YÜKSEL @mustafayuksel3775</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@mustafayuksel3775">https://www.youtube.com/@mustafayuksel3775</a>		

YouTuber Mustafa Yüksel, bireysel YouTube hesabını aktif olarak kullanmamaktadır, Yüksel; adına paylaşılan bir kısım YouTube videolarından ötürü araştırmaya dahil edilmiştir, bu videoların izlenme sayısı otuz binin üzerindedir. Yüksel, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını ancak YouTube videolarının

izlenmesinden ötürü diğer bireylerin, müzik organizasyonlarına kendisini davet ederek bir gelir elde ettiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.9.Necdet Yüksel

<b>Yaş:</b>	60	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	Başkalarının kanalı üzerinden yayın yaptığı için belirsiz.
<b>Meslek</b>	Müzisyen	<b>Yer aldığı Video Sayısı</b>	>30
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Müzik	<b>Beğeni Sayısı</b>	>1000
<b>Eğitim Durumu</b>	İlkokul	<b>En Çok İzlenen Video</b>	>255 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Binbasi Ernestoabi, @binbasiernestoabi2257</i> gibi başka kullanıcıların kanalından yayın yapıyor.		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@binbasiernestoabi2257">https://www.youtube.com/@binbasiernestoabi2257</a>		

YouTube'da Necdet Yüksel yayıncılık yönüyle değil tamamen kişisel yeteneğine dayalı olarak başkaları tarafından çekilip yayınlanan kendisinin yer aldığı vidyolarla ün kazanmıştır.

Fenomen Necdet Yüksel'in (dijital teknolojilere uyum sağlayamadığı için) kendisine ait bir YouTube hesabı bulunmamaktadır. Yüksel; adına paylaşılan bir kısım YouTube videolarından ötürü araştırmaya dahil edilmiştir, bu videoların izlenme sayısı doksan binin üzerindedir. Yüksel, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine bir ödeme yapılmadığını ancak YouTube videolarının izlenmesinden ötürü diğer bireylerin, müzik organizasyonlarına kendisini davet ederek bir gelir elde ettiğini ifade etmiştir.

#### 4.1.10.Sami Çelik

<b>Yaş:</b>	55	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	>2,8 bin
<b>Meslek</b>	Müzisyen	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	22
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Müzik	<b>Beğeni Sayısı</b>	>500
<b>Eğitim Durumu</b>	Müzik Akademisi	<b>En Çok İzlenen Video</b>	1 milyon izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Samiçelikmenajerlik, Sami çelik menajerlik, @samicelikmenajerliksamicelikme</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@samicelikmenajerliksamicelikme">https://www.youtube.com/@samicelikmenajerliksamicelikme</a>		

YouTube Sami Çelik, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube üzerinden birtakım gelirler elde ettiğini ancak sosyal medya hesaplarında kendisinin gerçekleştireceği konser ve festival gibi programların reklamlarını yaparak, insanların bu programlara katılmasıyla elde ettiği gelirlerin daha fazla olduğunu ifade etmiştir.

#### 4.1.11.Seyit Ali Kartal

<b>Yaş:</b>	33	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	>50 bin
<b>Meslek</b>	Müzişyen	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	553
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Hayvancılık -Doğa	<b>Beğeni Sayısı</b>	>50000
<b>Eğitim Durumu</b>	Lisans	<b>En Çok İzlenen Video</b>	>190 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>köyde hayat var-seyit ali kartal @ koydehayatvar-seyitalikart827</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@koydehayatvar-seyitalikart827">https://www.youtube.com/@koydehayatvar-seyitalikart827</a>		

YouTuber Seyit Ali Kartal, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine ödemeler yapıldığını, sosyal medya aracılığıyla gerek hayvanlarını gerek hayvanlarından elde ettiği ürünlerini satabildiğini ve ürünlerinin reklamını yapabildiğini ifade etmiştir. Hayvancılık mesleği ile YouTube paylaşımlarının iç içe olduğunu dile getiren Kartal, mesleği için yaptığı harcamaları aynı zamanda sosyal medya harcamaları olarak değerlendirmiştir.

#### 4.1.12.Yakup Çetin

<b>Yaş</b>	38	<b>Abone (Takipçi) Sayısı</b>	>3,96 bin
<b>Meslek</b>	Sekreter	<b>Yayınladığı Video Sayısı</b>	>1000
<b>Paylaşım İçeriği</b>	Gezi-Doğa- Haber	<b>Beğeni Sayısı</b>	>1000
<b>Eğitim Durumu</b>	Yüksek Lisans	<b>En Çok İzlenen Video</b>	>200 bin izlenme
<b>YouTube ismi</b>	<i>Yakup Çetin-Gezginin Rotası @Yakupcetincomtr @GezgininRotasi</i>		
<b>Kanal Linki</b>	<a href="https://www.youtube.com/@Yakupcetincomtr">https://www.youtube.com/@Yakupcetincomtr</a> <a href="https://www.youtube.com/@GezgininRotasi">https://www.youtube.com/@GezgininRotasi</a>		

YouTuber Yakup Çetin, kendisi ile yapılan görüşmede, YouTube izlenmelerine karşılık, YouTube tarafından kendisine AdSense gelirleri ödendiğini, bu gelirlerin video çekimi için yapılacak olan seyahatlere, videolarda yer verilecek bireylere alınacak olan ikramlara harcandığını, bu sebeple YouTube üzerinden elde ettiği gelirlerin geçim kaynağı olmadığını ifade etmiştir. Çetin, sosyal medya yönetimini Bozkır ilçesinden daha büyük bir şehirde yapacağı zaman sosyal medya üzerinden daha fazla maddi gelir elde edeceğini düşünmektedir. Ayrıca Çetin, yaptığı sosyal medya paylaşımları ile Bozkır ilçesinin tanıtımına katkı yaptığını, bu vesile ile yabancı misafirlerin Bozkır ilçesine gelerek, ilçe esnafına maddi katkılar sağladığını dile getirmiştir.

Bu araştırmanın literatür incelemeleri ve sosyal medya YouTuberlarından elde edilen cevaplar neticesinde, sosyal medya ekonomisinin gelir ve giderleri, bireysel ve

dolaylı ekonomik faydaları, bulgular kısmında araştırmacılar tarafından kategorize edilmiş ve açıklanmıştır.

## **5.Bulgular**

Bulguların birinci aşamasını, sosyal medyanın ekonomik getirileri oluşturmaktadır. Sosyal medyanın ekonomik getirileri, '*bireysel getiriler*' ve '*dolaylı getiriler*' olmak üzere iki gruba ayrılmıştır.

### **5.1.Sosyal Medyanın Bireysel Ekonomik Getirileri**

Sosyal medya fenomenlerinin bireysel ekonomik kazanımları, *sistem gelirleri, reklam alma, ücretli eğitimler, ürün pazarlama, iş/hizmet pazarlama, sosyal medya danışmanlığı/uzmanlığı* ve *ikramlar/hediyeler/diğer manevi tatmin araçları* olmak üzere bu araştırmada yedi başlık altında kategorize edilmiştir.

#### **5.1.1.Sistem Gelirleri**

Sistem gelirleri ile kastedilen, YouTube platformunun; YouTuberların izleyici ve takipçi sayısı olarak YouTube'un istediği standartlara ulaşmasıyla, YouTuberlara ödediği *Google Adsense* reklam gelirleridir. YouTube; içerik üreticilerinin paylaşımlarının içerisine reklam yerleştirerek, reklamlardan elde ettiği gelirler ile YouTuberlara ödemeler yapmaktadır.

#### **5.1.2.Reklam Alma**

Reklam alma getirisi, Google Adsense reklamlarından farklı olarak, sosyal medya fenomenlerinin, kişiler veya kurumlar ile yaptıkları reklam anlaşmalarıdır. Bir kişi ya da kurum, fenomenlere ürün ya da ücret ödemesi yaparak, kendi mal ya da hizmetlerinin reklamlarını yaptırabilmektedir. Bu şekilde sosyal medya fenomenleri de ürün veya para alma karşılığında sosyal medya üzerinden bir ekonomik gelir elde edebilmektedir.

#### **5.1.3.Ücretli Eğitimler**

YouTuberlar bilgi ve deneyim sahibi oldukları konularda, sosyal medya platformları aracılığıyla ya da seminer, konferans gibi toplantılarla takipçilerine eğitim verebilmektedir. Bu eğitimler sayesinde tanınırlıkları artmakta ve kitleleri büyümektedir. Ayrıca eğitimin ücrete tabi olması, sosyal medya fenomenlerinin, sosyal medya aracılığıyla elde ettiği bir ekonomik kazanımdır.

#### **5.1.4.Ürün Pazarlama**

Ürün pazarlama getirisi, sosyal medya fenomenlerinin diğer kişilerin ya da kurumların ürünlerini pazarlamasından farklı olarak, fenomenlerin kendi ürettiği ya da alışverişini yaptığı ürünleri pazarlamasıdır. Sosyal medya fenomenleri imaj ve itibarlarını kullanarak; yiyecek, içecek, tahin gibi yöresel ürünleri; giyecek, takı, araba gibi çok çeşitli ürünleri, sosyal medya üzerinden tanıtır, reklamını yaparak satışını yapabilmekte ve ekonomik bir gelir elde edebilmektedir.

### 5.1.5.İş/Hizmet Pazarlama

İş/hizmet pazarlama getirisi, ürün pazarlama getirisinden farklı olarak, sosyal medya fenomenlerinin bilgi ve beceri sahibi olduğu işleri pazarlamasıdır. Fenomenler; müzisyenlik, kameramanlık, inşaat ustalığı, turizm rehberliği gibi geçici veya sürekli işler yapabilmektedir. Sosyal medya fenomenleri, sosyal medya paylaşımlarında yaptıkları meslekler ile ilgili görsellere ve bilgilere yer vererek, yaptıkları işleri reklam edebilmekte, sivil hayatta bu işler ile ilgili bir görev alabilmekte, bazen de sosyal medya ile deneyimledikleri işleri sürekli meslek haline getirebilmekte ve ekonomik kazanımlar elde edebilmektedir.

### 5.1.6.Sosyal Medya Danışmanlığı/Uzmanlığı

Sosyal medya kullanıcıları, sosyal medya fenomeni olmasalar dahi, bir kişi ya da kurumun sosyal medya hesaplarının yönetimini yaparak ekonomik kazanımlar elde edebilirler.

### 5.1.7.İkram, Hediye ve Diğer Manevi Tatmin Araçları

İkramlar ve hediyeler, sosyal medya fenomenlerinin düzensiz ve daha küçük düzeyde elde ettikleri ekonomik kazanımlardır. Genellikle sosyal medya fenomenleri; takipçileri ile çeşitli ortamlarda karşılaştıkları zaman, tanınırlıkları sayesinde takipçileri tarafından, ilgi ve itibar görmekte, iltifat edilmekte, gittikleri yerlerde çeşitli ikramlarla ağırlandırılmaktadır. Aynı şekilde fenomenlerin takipçileri, bütçe durumlarına göre, fenomenlere birtakım hediyeler alabilmektedir. Temel bir ekonomik gelir olmamakla birlikte ikramlar ve hediyeler, fenomenlere hem psikolojik bir motivasyon aracı olmakta, hem de fenomenlerin elde ettiği ekonomik kazanımlar arasında yer almaktadır.

Sosyal medyanın ekonomik getirilerinin ikinci kısmını '*dolaylı getiriler*' oluşturmaktadır.

## 5.2.Sosyal Medyanın Dolaylı Ekonomik Getirileri

Sosyal medyanın dolaylı ekonomik getirileri ile kastedilen durum, sosyal medya fenomenlerinin yaptıkları paylaşımlar ile kendileri dışındaki bireylere sağladıkları ekonomik katkılardır. Sosyal medyanın dolaylı ekonomik kazanımları, *mekân tanıtımı* ve *reklam verme* olmak üzere iki başlık altında sıralanmıştır.

### 5.2.1. Mekân Tanıtımı

Mekân tanıtımı getirisi; sosyal medya fenomenlerinin, yapmış oldukları sosyal medya paylaşımlarında, yaşadıkları ya da gezip gördükleri çarşıların, pazarların, tarihi-turistik mekanların, çeşitli şehirlerin ve işyerlerinin görüntülerine yer vererek, bu mekanların tanıtımına katkı sağlamalarıdır. Fenomenlerin takipçileri, sosyal medya paylaşımlarından etkilenerek, tanıtılan yerleri ziyaret edebilmekte ve bölge esnaflarına katkı sağlayabilmektedir.

### **5.2.2. Reklam Verme**

Reklam verme getirisi, sosyal medyanın bireysel ekonomik getirileri arasında gösterilen reklam alma getirisi ile paralellik göstermektedir. Burada kişiler ya da kurumlar; sosyal medya fenomenleri aracılığıyla, kendilerine ait bir mal ya da hizmetin reklamını yaptırarak, hizmetlerin başka insanlar tarafından satın alınmasıyla kişisel ekonomik kazanımlar elde etmektedirler.

Araştırmanın bulgular bölümünün buraya kadar ki kısmında, sosyal medyanın ekonomik getirileri liste şeklinde açıklanmıştır. Bulgular bölümünün ikinci aşamasını sosyal medyanın ekonomik giderleri oluşturmaktadır.

### **5.3.Sosyal Medyanın Ekonomik Giderleri**

Sosyal medya yayıncılığının birtakım sabit ve değişken giderleri bulunmaktadır. Bunlar, *internet bağlantı ücretleri, teknik cihazların temini, çekim ekipmanlarının temini, stüdyo harcamaları, stüdyo personel ücretleri, program lisans ücretleri, vergiler ve sosyal güvenlik ödemeleri, telif hakkı kısıtlamaları ve ödemeleri, ikramlar ve seyahatler* olmak üzere, aşağıda yer alan on başlık altında toplanmıştır.

#### **5.3.1.İnternet Bağlantı Ücretleri**

Sosyal medya yayını için, internet erişimi gereklidir. İnternet bağlantı ücretleri, hizmet verici firmalar tarafından genellikle aylık olarak temin edilmektedir. Bu sebeple internet bağlantı ücretleri, sosyal medya fenomenleri için maddi bir gider kalemidir.

#### **5.3.2.Teknik Cihazların Temini**

Teknik cihazların temini ile kastedilen durum, sosyal medya içeriklerinin paylaşılabilmesi ya da görüntülenebilmesi için gerekli olan, cep telefonu, bilgisayar, tablet gibi cihazların satın alınmasıdır. Bu sebeple bu cihazların satın alınması, sosyal medya fenomenleri için önemli bir gider kalemidir.

#### **5.3.3. Çekim Ekipmanlarının Temini**

Profesyonel sosyal medya içerik üretimi için gerekli olan kamera, tripod, mikrofon, spot, flaş vb. teknik ekipmanlardır. Bu ekipmanların satın alınması da sosyal medya fenomenleri için ciddi bir masraftır.

#### **5.3.4. Stüdyo Harcamaları**

Sosyal medya içerikleri, fenomenler tarafından stüdyo içerisinde hazırlanabilmektedir. Stüdyo kirası ve diğer sabit giderler (elektrik, su, gaz vb. faturalar, gıda harcamaları) fenomenler için bir diğer ödeme kalemini oluşturmaktadır.

#### **5.3.5.Stüdyo Personel Ücretleri**

Fenomenler, sosyal medya çalışmalarını, stüdyo içerisinde kameraman, ışıkçı, sesçi gibi personeller ile birlikte yürütebilmektedir. Bununla birlikte şoför, temizlik görevlisi, aşçı gibi yardımcı personellerde bulunabilmektedir.

### 5.3.6. Program Lisans Ücretleri

Video, ses, fotoğraf kurgulamaları ve montajlamaları için birtakım bilgisayar programları gereklidir. Bu programların hak sahiplerine ödenecek olan lisans ücretleri, önemli bir gider kalemini oluşturmaktadır.

### 5.3.7. Vergiler ve Sosyal Güvenlik Ödemeleri

YouTube üzerinden sistem gelirleri elde edilmeye başlandığında YouTuberlar, vergi kaydı oluşturmak zorundadır, vergi kayıtlarının oluşturulması ile YouTuberlar, kanunlar nezdinde iş sahibi olarak değerlendirilmekte, bunun sonucunda da Sosyal Güvenlik Kurumu tarafından, YouTuberlar adına BAĞ-KUR hesabı açılmaktadır. Vergi ve sosyal güvenlik ödemeleri, sosyal medya fenomenleri için maddi bir götürüdür.

### 5.3.8. Telif Hakkı Kısıtlamaları ve Ödemeleri

Sosyal medya fenomenleri başka insanlara ait olan içerikleri, YouTube'da paylaştıkları zaman, paylaşılan içerik YouTube tarafından telif hakkı ihlali nedeniyle kısıtlanmaktadır. YouTube tarafından yapılan kısıtlama ile, fenomenler paylaşılan içeriklerden AdSense geliri elde edememektedir. İçerik sahibi, sosyal medya fenomenlerini telif hakkı nedeniyle mahkemeye verebilir ve fenomenlerden ücret talep edebilir. Bu sebeple, telif hakkı içeren bir içeriğin sosyal medyada paylaşılması, fenomenler için bir gider riskidir. Bununla birlikte bazı durumlarda fenomenler; hak sahiplerinden gerekli izinleri alarak, eser sahiplerine ait içerikleri sosyal medya hesaplarında paylaşabilmekte ve telif ödemeleri yapabilmektedir.

### 5.3.9. İkramlar

Sosyal medya fenomenleri, ürettikleri sosyal medya içeriklerinde başka insanlara yer verebilmekte, çeşitli ikramlarda bulunabilmektedirler. Misafirlere ikram edilecek olan ürünler, sosyal medya fenomenleri için maddi bir götürüdür.

### 5.3.10. Seyahatler

Sosyal medya fenomenleri, sosyal medya paylaşımlarının içeriğine göre, yurt içi ve yurt dışı seyahatlerinde bulunabilmektedir. Bu seyahatler için yapılacak olan, ulaşım bileti, yakıt, barınma, beslenme, rehber harcamaları, sosyal medya fenomenleri için maddi bir götürüdür.

Araştırmanın bulgular bölümünde, sosyal medyanın ekonomik getirileri ile sosyal medyanın ekonomik giderleri listelenmiştir.

### Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırma, YouTube'un ekonomik boyutunun değerlendirilebilmesi adına, literatür incelemeleri ve yerel sosyal medya fenomenleri ile görüşmeler yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen veriler, büyük oranda Taner ve Yükçü'nün çalışmasını desteklemektedir. Sosyal medyanın ekonomik getirileri olarak; bireysel ekonomik



kazanımlar noktasında, ürün pazarlama, iş/hizmet pazarlama, sosyal medya danışmanlığı/uzmanlığı, ikramlar/hediyeler, dolaylı ekonomik kazanımlar noktasında, mekân tanıtımı, reklam verme ile sosyal medyanın ekonomik giderleri olarak; telif hakkı kısıtlamaları ve ödemeleri, ikramlar ve seyahatler gibi sonuçların elde edilmesi de Taner ve Yükçü'nün araştırmasını geliştirici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya ekonomisinin gelir ve giderleri, YouTube platformu özelinde sonuçlandırılmış olsa da araştırmadan elde edilen veriler; Instagram, Twitter ve TikTok platformu başta olmak üzere, pek çok sosyal medya platformunun ekonomik gelirleri ve giderleri arasında sıralanabilir.

Görüşme yapılan yerel YouTube fenomenlerinin büyük çoğunluğu, YouTube paylaşımlarından ötürü ekonomik bir kazanım elde ettiklerini dile getirirken, bir kısım fenomenler YouTube gelirlerinin çok düşük düzeyde olduğunu, YouTube gelirlerinin temel bir gelir olarak sayılamayacağını, bir kısım fenomenler ise YouTube içeriklerinden kaynaklı bir ekonomik kazanım elde edemediklerini ifade etmişlerdir.

YouTube ekonomisinin; görüşme verilerinin sonuçlarına göre, yerel YouTuberlar için temel bir geçim kaynağı olmadığı düşünülmektedir. Bunun sebebi, yerel YouTuberların, abone/izleyici/beğeni sayısı olarak, yüksek sayıdaki popüler YouTuberların gerisinde kalmalarıdır.

YouTube ekonomisinin, temel bir geçim kaynağı olabilmesi için, YouTuberların abone/izleyici/beğeni sayılarının ortalama yüz binin üzerinde olması gerektiği düşünülmektedir. Bu noktada, sosyal medyaya adım atmak ve sosyal medyadan ekonomik gelir elde etmek isteyen kişilerin; geniş bir genel kültüre sahip olmak adına kitap okuma alışkanlığı kazanmaları, alternatif sosyal medya paylaşımlarını incelemeleri, iletişim becerilerini geliştirmeleri, azimli çalışmaları ve nitelikli bir eğitim almaları, ilginç, orijinal ve her ne olursa olsun prodüksiyon anlamında nitelikli içerikler üretmeleri, YouTube üzerinden gelir elde edilmesi noktasında kişiler için yararlı olacaktır.

## **Kaynakça**

- Akçay, H. (2017). Sosyal Medya Uzmanlarının Çalışma Hayatı. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 12 (1), 89-96.
- Aksoy, Ö.N. (2020). Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Balıkesir Örneği. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 9-24.
- Çakmak, S., & Müezzini, E.E. (2018). Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkisinin İncelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2 (3), 196-203.
- Dalkıran, İ. (2016). Bir İletişim Aracı Olan Sosyal Medyanın Halkla İlişkiler Ekseninde Türk Markaları Tarafından Kullanımı: Ülker ve Eti Üzerinden Bir İnceleme. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2 (2), 1-24.

- Dızman Şentürk, Z. (2019). Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (4), 548-555.
- Ergin, E., & Koç, C.T. (2023). YouTube Temelli Arapça Öğrenimine Akademik Bir Bakış. *Şarkiyat*, 14 (3), 1291-1301. DOI: 10.26791/sarkiat.1172558.
- Eryılmaz, B. & Zengin, B. (2014). Butik Otel İşletmelerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir İnceleme: Facebook Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 42-59.
- Güler, M. (2018). Dijitalleşen Kapitalizmin Yeni Aktörleri: Youtuberlar. *Intermedia International E-journal*, 5 (9), 145-183.
- Güzel, C. (2020). Sosyal Medyanın Neliği, Gelişimi ve Kullanım Alanları Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5 (2), 93-112. DOI: 10.37991/sosdus.834698.
- İlhan, E. (2015). Medya Okuryazarlığı Dersi ve Yeni Medya Algısına Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4 (1), 52-68. DOI: 10.17680/akademia.v4i1.5000033736.
- Taner, E.G., & Yükçü, S. (2019). Sosyal Medya Ekonomisinde Maliyet ve Fayda Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33 (4), 1381-1393.

Tuncer, E. (2014). *Sosyal Medya İmparatorluğu-Patron*. İstanbul: Akis Yayınları

### İnternet Kaynakları

İlçe Nüfus Verileri (TÜİK Nüfus Bilgi Sistemi)  
<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>

### YouTube Görüşmeleri

- 1.Ahmet CİHAN -Bozkır İlçesi- 22 Eylül 2022  
<https://www.youtube.com/@ahmetcihan4650> (YouTube Hesabı)
- 2.Ali ERKAN -Bozkır İlçesi- 08 Ekim 2022 <https://www.youtube.com/@aliverkan>  
 (YouTube Hesabı)
- 3.Fatma ÖZDEMİR-Bozkır İlçesi-08 Aralık 2022  
[https://www.youtube.com/@Sunum\\_perisi4234](https://www.youtube.com/@Sunum_perisi4234) (YouTube Hesabı)
- 4.Hamza KARADAĞ-Bozkır İlçesi-04 Aralık 2022  
<https://www.youtube.com/@Bzkrhlhmz> (YouTube Hesabı)
- 5.Hasan AY -Bozkır İlçesi- 30 Aralık 2022  
<https://www.youtube.com/@anadoludazaman42> (YouTube Hesabı)
- 6.Hasan GÜLER-Bozkır İlçesi-15 Eylül 2022  
<https://www.youtube.com/@hasanguler2207> (YouTube Hesabı)
- 7.Mehmet Akif ORHAN-Bozkır İlçesi-06 Ocak 2023  
<https://www.youtube.com/@akiforhan2001> (YouTube Hesabı)  
<https://www.youtube.com/@makomenakif> (YouTube Hesabı 2)
- 8.Mustafa YÜKSEL -Bozkır İlçesi- 11 Ağustos 2022  
<https://www.youtube.com/@mustafayuksel3775/videos> (YouTube Hesabı)

<https://www.youtube.com/watch?v=BBM7oMgqhJ0&t=1285s> (YouTube Görüntülenmesi)

9.Necdet YÜKSEL -Bozkır İlçesi- 20 Eylül 2022

<https://www.youtube.com/watch?v=DOsfSbRf0mo> (YouTube Görüntülenmesi)

10.Sami ÇELİK- Telefon -İnternet Görüşmesi- 15 Ekim 2022

<https://www.youtube.com/channel/UCUNtdMoo45WiE4zij62JIzA> (YouTube Hesabı)

11.Seyit Ali KARTAL-Bozkır İlçesi-02 Ocak 2023

<https://www.youtube.com/@koydehayatvar-seyitalikart827> (YouTube Hesabı)

12.Yakup ÇETİN -Bozkır İlçesi- 19 Ekim 2022

<https://www.youtube.com/@Yakupcetincomtr> (YouTube Hesabı)

<https://www.youtube.com/@GezgininRotasi> (YouTube Hesabı 2)