

MEDYA ENDÜSTRİSİ ÇALIŞMALARI

EDİTÖR: DOÇ. DR. MESUT AYTEKİN

EĞİTİM
yayınevi

MEDYA ENDÜSTRİSİ ÇALIŞMALARI

Editor: Doç. Dr. Mesut Aytekin

Yayınevi Grubu Genel Başkanı: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Genel Yayın Yönetmeni: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Sayfa Tasarımı: Kübra Konca Nam

Kapak Tasarımı: Eğitim Yayınevi Tasarım Birimi

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Yayıncı Sertifika No: 76780

E-ISBN: 978-625-385-698-4

1. Baskı, Aralık 2025

Kütüphane Kimlik Kartı

MEDYA ENDÜSTRİSİ ÇALIŞMALARI

Editor: Doç. Dr. Mesut Aytekin

VI+146 s., 160x240 mm

Kaynakça var, izin yok.

E-ISBN: 978-625-385-698-4

Copyright © Bu kitabın Türkiye'deki her türlü yayın hakkı Eğitim Yayınevi'ne aittir. Bütün hakları saklıdır. Kitabın tamamı veya bir kısmı 5846 sayılı yasanın hükümlerine göre kitabı yayımlayan firmanın ve yazarlarının önceden izni olmadan elektronik/mechanik yolla, fotokopi yoluyla ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayımlanamaz.

EĞİTİM

yayınevi

Yayınevi Türkiye Ofis: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah.

Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok,

No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42

bilgi@egitimyayinevi.com

Yayınevi Amerika Ofis: New York: Egitim Publishing Group, Inc.

P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America

americaoffice@egitimyayinevi.com

Lojistik ve Sevkiyat Merkezi: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

Kitabevi Şubesi: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 499 90 00

bilgi@egitimkitabevi.com

İnternet Satış: www.kitapmatik.com.tr

bilgi@kitapmatik.com.tr

EĞİTİM YAYINEVİ
GRUBU

EĞİTİM
yayınevi

SALON
yayınevi

Kitapmatik
yayınevi

kitapmatik
İnternet kitabevi

EĞİTİM
Kitabevi

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	IV
PRENS DİZİSİNİN TARİHSEL İZDÜŞÜMLERİ.....	1
Cenk Demirkıran	
VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETKİLEŞİM VE VERİYE ERİŞİM PRATİKLERİ: DİJİTAL HABERCİLİĞİN YAPISAL DÖNÜŞÜMÜ	27
Süleyman Türkoğlu	
HALİT REFİĞ VE GÖÇÜN GÖRSEL HİKÂYESİ “GURBET KUŞLARI”	45
Pınar Akçay Demirkıran	
TÜRK DRAMA ENDÜSTRİSİNDE GÜNEY KORE YENİDEN ÇEVİRİMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	62
Türkay Türkan Ünlü	
DİKEY EKRAN KÜLTÜRÜ: TIKTOK ESTETİĞİNİN SİNEMATOGRAFİYE ETKİSİ	76
Ümit Sarı	
DİJİTAL PLATFORMLARDA KÜLTÜREL ÖGELERİN KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME: “HAKAN: MUHAFIZ” ÖRNEĞİ	94
Hasan Alkan, Onur Akyol	
DİJİTAL KÜLTÜR VE KİMLİK OLUŞUMU: SOSYAL MEDYANIN BİREYSEL VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜMDEKİ İŞLEVİ	117
Hülya Semiz Türkoğlu	
TÜRK SİNEMASI’NDA DEVRİMCİ BİR HAREKET GENÇ SİNEMACILAR.....	131
Mesut Aytekin	

ÖNSÖZ

Medya endüstrisi, dijitalleşme, küreselleşme ve kültürel dönüşümlerle birlikte yalnızca içerik üretim biçimlerini değil; anlatı yapılarından estetik rejimlere, üretim–dağıtım ilişkilerinden izleyici pratiklerine kadar uzanan çok katmanlı bir yeniden yapılanma süreci yaşamaktadır. *Medya Endüstrisi Çalışmaları* başlıklı bu kitap, söz konusu dönüşümü tekil bir alanla sınırlamadan; sinema, televizyon, dijital platformlar, gazetecilik ve popüler kültür ekseninde farklı üretim pratiklerini ve anlatı biçimlerini bir arada ele alan bütüncül bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Kitap, medyayı yalnızca metinler ve içerikler üzerinden değil, aynı zamanda endüstriyel, ideolojik ve kültürel ilişkiler ağı içinde konumlandırmaktadır.

Bu bütüncül yaklaşım doğrultusunda kitapta yer alan sekiz bölüm, medya endüstrisinin farklı alanlarında ortaya çıkan dönüşümleri özgül örnekler üzerinden incelemektedir. İlk bölüm, dijital platformlarda tarihsel anlatıların nasıl yeniden üretildiğine odaklanarak, *Prens* dizisini geleneksel Orta Çağ temsillerinden ayıran mizah, parodi ve bilinçli anakronizm stratejilerini ele almaktadır. Kurgusal Bongomia Krallığı etrafında şekillenen anlatı, tarihsel gerçekliğe sadakat iddiası taşımadan, tarihsel figürleri ve olayları yaratıcı ve eleştirel bir süzgeçten geçirerek çağdaş izleyiciye sunmakta; tarihsel temsil ile popüler kültür arasındaki ilişkiyi görünür kılmaktadır.

Tarihsel anlatılardan güncel medya pratiklerine geçiş yapan ikinci bölüm, dijitalleşmenin gazetecilik alanında yarattığı yapısal dönüşümü veri gazeteciliği ekseninde ele almaktadır. Verinin haberin destekleyici bir unsuru olmaktan çıkarak anlatının kurucu bileşeni hâline gelişi; etkileşim, veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme bağlamında tartışılmakta, açık veri politikaları kadar etik sorumluluklar da değerlendirmeye dâhil edilmektedir. Böylece kitap, kamusal yarar perspektifini medya endüstrisi tartışmalarının merkezine taşımaktadır.

Üçüncü bölüm, medya endüstrisinin tarihsel ve ideolojik boyutuna sinema üzerinden yaklaşmaktadır. Halit Refiğ'in Ulusal Sinema anlayışı çerçevesinde *Gurbet Kuşları* filmi, göç olgusunun görsel ve anlatsal temsili üzerinden incelenmekte; modernleşme, kentleşme ve ulusal kimlik tartışmaları toplumsal gerçekçi bir anlatı bağlamında ele

alınmaktadır. Bu bölüm, medya üretiminin yalnızca estetik değil, aynı zamanda toplumsal bir müdahale alanı olduğunu göstermektedir.

Dördüncü bölüm, küresel medya akışlarının yerel endüstriler üzerindeki etkisini televizyon dizileri üzerinden tartışmaktadır. Güney Kore drama endüstrisinin küresel başarısı ve K-dramaların Türk televizyonlarında yeniden çevrimler yoluyla kalıcı bir anlatı kaynağına dönüşmesi, kültürel yakınlık, evrensel temalar ve ticari güven unsurlarıyla birlikte değerlendirilmektedir. Bu bağlamda yeniden çevrimler, içerik tercihinin ziyade endüstriyel bir strateji olarak ele alınmaktadır.

Beşinci bölüm, dijital kültürün estetik düzlemde yarattığı dönüşümü sinematografi üzerinden incelemektedir. TikTok estetiği ve dikey ekran kullanımının kadraj, ritim, montaj ve izleyici deneyimi üzerindeki etkileri, medya ekolojisi ve post-sinematik anlatı yaklaşımları çerçevesinde ele alınmakta; dikey format, teknik bir tercihin ötesinde kültürel ve estetik bir rejim olarak konumlandırılmaktadır.

Altıncı bölüm, dijital platformlarda yerel kültürel temsillerin küresel anlatılarla nasıl yeniden kurgulandığına odaklanmaktadır. Netflix'in ilk Türk orijinal yapımı *Hakan: Muhafız* örneği üzerinden yürütülen göstergebilimsel analiz, yerel semboller, değerler ve ritüellerin küresel bir süper kahraman anlatısı içinde "küyerel" bir yapıya nasıl dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bu bölüm, platform ekonomisinin kültürel dolaşım üzerindeki etkisini tartışmaya açmaktadır.

Yedinci bölüm, medya endüstrisinin dönüşümünü bu kez kimlik ve özneleşme süreçleri üzerinden ele almaktadır. Dijital kültür ve sosyal medya bağlamında kimliğin performatif, müzakereye açık ve sürekli yeniden üretilen bir yapı hâline gelişi analiz edilmekte; görünürlük, etkileşim ve toplumsal geri bildirim mekanizmalarının bireysel ve toplumsal kimlik inşasındaki rolü tartışılmaktadır. Katılım, tutarlılık, uyarlanabilirlik ve misyon boyutlarıyla ele alınan dijital kültür, bireyler kadar topluluklar ve örgütler üzerindeki çok katmanlı etkileriyle değerlendirilmektedir.

Kitabın son bölümü ise medya endüstrisine tarihsel ve eleştirel bir karşı-perspektif sunmaktadır. Avrupa'daki sosyalist sinema düşüncesi ve Üçüncü Sinema örneklerinden hareketle Türkiye'de ortaya çıkan Genç Sinemacılar hareketi incelenmekte; ticari sinemaya karşı geliştirilen kolektif, politik ve bağımsız üretim pratikleri ele alınmaktadır. Dönem

içinde değişik türlerin denendiği Yeşilçam’dan farklı bir kolda ilerleyen Genç Sinemacılar’ın doğuşundan başlayarak, gelişme ve dağılma süreci anlatılarak hareketin neden ve niçinleri ortaya konulmuş; bu az bilinen özellikle Türk belgesel film ve kısa film tarihi açısından önemli sinema hareketi anlatılmaya çalışılmıştır. Bu bölüm, sinema endüstrisinin yalnızca hâkim üretim modelleriyle değil, alternatif örgütlenmeler ve karşı-sinemasal deneyimler üzerinden de okunabileceğini göstermektedir.

Bu yönleriyle “*Medya Endüstrisi Çalışmaları*”, farklı dönemleri, platformları ve anlatı biçimlerini bir araya getirerek medyayı hem tarihsel süreklilikler hem de güncel endüstriyel dinamikler bağlamında ele alan disiplinlerarası bir çalışma sunmaktadır. Kitap, medya üretimini teknik bir süreçten öte, kültürel, ideolojik ve toplumsal bir mücadele alanı olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Doç. Dr. Mesut AYTEKİN

İSTANBUL

PRENS DİZİSİNİN TARİHSEL İZDÜŞÜMLERİ

Cenk Demirkıran*

Giriş

Tarih konulu film ve diziler anlatı yapıları, olay örgüleri ve tarihsel gerçekliğe bağlılık düzeyleri ile ilgili çeşitlilik içerir. Birebir tarihsel gerçekliği yansıtan film ve diziler yanında tarihsel olgu çevresinde kurgusal öyküler oluşturan, tarihi sadece bir fon olarak kullanan yapımlar da bulunmaktadır.

Tarihsel konuların mizah ile ele alınması da ayrı bir incelik gerektirmektedir. Sinemamızda absürt komedi türünde tarihi filmler yanında televizyon sektörümüzde komedi unsurlarını tarihsel gerçeklik içinde kullanan diziler de çekilmiştir. Bunların bir kısmına Ramazan aylarındaki yayın içeriklerinde rastlamak mümkündür. Tüm bunların dışında 2023 yılında bir dijital platformda yayınlanmaya başlayan Prens dizisi farklı üslubuyla dikkatleri üzerine çekmiştir. Prens, Ortaçağ Avrupası gibi toplumun genel olarak az bildiği bir dönemde geçen bir hikâyeye ve alışılmışın dışında anti kahramana sahip bir dizidir.

Prens, 16 Haziran 2023'te Blu TV adlı dijital platformda ilk sezonu 8 bölüm olarak yayınlanmış, Dizinin ikinci sezonu yine Blu TV'de 2024'te devam etmiş, üçüncü sezonu ise Blu TV'nin satılmasıyla HBO Max adını alan platformda yayınlanmıştır. Yönetmenliğini Bülent İşbilen ve Gökdeniz Uslu'nun yaptığı dizi MGX Stüdyolarında çekilmiştir. Dizinin başrollerini Giray Altınok, Serdar Orçin, Ceyda Düvenci, Aslı Tandoğan Çağdaş, Onur Öztürk ve Derya Pınar Ak paylaşmaktadır.

MGX Stüdyoları Türkiye'nin ilk sanal prodüksiyon stüdyosudur. Led teknolojisinin kullanıldığı stüdyoda Led Duvar ve Led Tavan sistemine ek olarak taşınabilir Led duvarlar ve hareketli sahne bulunmaktadır. Led sistemler sayesinde gerçekçi bir aydınlatma sağlanmaktadır. Unreal Engine çevresel tasarım ve sanal dünyalar oluşturma imkânı veren stüdyo yeşil perde olmadan gerçek zamanlı olarak sahneyi görebilme imkanı sunmaktadır. Gerçek zamanlı olarak sanal dekoru oyuncuların

* Prof. Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü, cenkdemirkiran@gmail.com

görebilmesi oyun performansı açısından da bir avantaj yaratmaktadır (<https://www.studiomgx.com/tr/>).

Dizinin senaryosu Giray Altınok ve Kerem Özdoğan tarafından yazılmıştır. Dizinin çıkış noktası Giray Altınok'un sosyal medya hesabında yarattığı bir karaktere dayanmaktadır. Altınok projenin önce “Kral” adıyla düşünüldüğünü ancak bu adın telifinin alınmasından dolayı “Prens” isminde karar kıldıklarını ifade etmektedir. Altınok, prensliği şöyle tanımlar: “Bir gün kral olabileme ihtimali olan, ertesi gün öldürülme ihtimali de olan bir konumda prenslik her zaman.” (MGX, 2024).

Bu çalışmada Prens dizisinde, tarihsel gerçeklikteki ülkeler ve milletlerin dizinin kurgusal karakterleri ve kurgusal ülke Bongomia ile ilişkisine bir bakış sunulmaktadır. Dizideki kurgusal olayların tarihsel olaylarla paralelliği ve parodisine odaklanılmaktadır. Başka bir ifadeyle kurmaca bir dizideki anlatının tarihsel gerçeklikteki izdüşümleri incelenmektedir. Bu izdüşümlerin incelenmesi krallıklar, düklükler, imparatorluklar ve halkların diziye tarihsel gerçeklikle nasıl bağlantılandırıldığını da ortaya çıkarmaktadır.

Dizinin Evreni

Dizi bir anti kahramanın maceralarını anlatır ve bir anlatıdaki anti kahramanın olması gereken tüm özelliklerini taşır. Prens karakterinde bu tür kahramanların özelliklerinden olan ahlak ve cesaret yoktur. Özverili ve erdemli değildir. Ailesi tarafından dışlanmıştır. Hatta dizideki kurgusal ülke Bongomia'nın halkı tarafından da dışlanmıştır. Kişisel çıkarları doğrultusunda bencilce hareket eder. Manipülatördür. Prens karakterine ailesi bir isim dahi koymamıştır. Doğuştan istenmeyen birisidir ve isim koymaya bile tenezzül edilmemiştir. O nedenle unvanı ismi olmuştur.

Dizinin evreni Orta Çağ Avrupası'dır. Ancak dizinin bir komedi olmasından dolayı Orta Çağ zaman diliminde ve daha ötesinde gezinebilmektedir. Dizinin senaristlerinden Kerem Özdoğan bunu şöyle özetlemektedir: “1300'lerle 1450 arasında kullanıyoruz Bongomia içerisindeyse. Eğer karakterler Bongomia dışına çıkarlarsa 1200 ile 1700 arasındaki olaylar veya karakterleri alıyoruz (MGX, 2024) Genel sanat yönetmeni Reza Himmeti de filmsel zaman ve filmsel mekân yaklaşımını şu şekilde ifade etmektedir: “Biz birebir Avrupa Orta Çağı'nı kopyalamadık. Farklı zaman dilimlerini kopyaladık ama Avrupa Orta Çağı'nı merkeze oturttuk (MGX, 2024).

Dizinin hikayesi Balkanların doğusunda yer alan Bongomia adlı küçük bir hayali ülkede geçer ve bu ülkenin geçmişi de 20 yıllıktır. Komutanları gerçek bir orduya karşı savaşmamıştır. Küçük çatışmalarla ülkeyi kurmuşlardır. Zaten dizinin ilk sezonunda öldürülen Kral Thun ilk kraldır. Yeni bir krallık olması nedeniyle yönetsel olarak henüz oturmamış birçok konu bulunmaktadır.

Prens karakteri tuhaf, bencil, dengesiz biri olarak birçok işi berbat eden bir karakterdir. Prens karakteri çevresinde yaratılan mizahı Giray Altınok şöyle özetlemektedir: “Bizim mizahımız tamamen şuradan geliyor: Bir drama içinde, olabilecek tüm dramatik aksiyonların yaşandığı bir yerde ortaya tek bir ruh hastası bir karakter attığımız zaman bir mikrop gibi etrafa bulaşp her şeyi nasıl berbat ettiği ve herkesi nasıl ister istemez kendine dönüştürdüğü ile ilgili bir mizah var Prens’te (MGX, 2024).

Dizideki karakter isimlerinin bir kısmının tarihsel karşılığı bulunmaktaysa da Bongomia Krallığı kraliyet ailesinin isimleri tarihsel karşılıkları bulunmayan, hayal ürünü ve hatta günlük yaşamdan alınmadır. İsimleri nasıl buldukları ile ilgili olarak Giray Altınok sosyal medyadaki bir röportajında şunları anlatır: “Karakterleri Kerem’le yazdık, isim arıyorduk. Ben de o zaman kupon yapmıştım. Maçkolikten maçları takip ediyorum. Kerem ‘ya şu kraliçeye bir isim bulalım’ dedi. Böyle İsviçre liginde maçlara oynamıştım ona bakıyordum. Sion dedim çok güzel bir isim olur. Takım var. O zaman dedi karşısındakini de kral koyalım. Thun diye bir takımla oynuyor Sion. Dedim yaz Sion-Thun. Kralla-Kraliçenin ismini öyle bulduk mesela. Hiç öyle nasıl olur, alt metni nasıl olsun diye düşünmedik. Anarkhia, latince anarşi demek. Anarkhia’nın durumu ortada zaten. Sion-Thun, Anarkhia böyle çıktı. Hasharia biraz Arya Stark’a benziyor Game of Thrones’daki, onun haşırılısı, Hasharia yaptık geçtik. Kalesh zaten dünyanın en kalles adamı olduğu için onun sonuna bir h ekledik. Kalesh oldu. Yani isimleri hakikaten böyle bulduk.” (Birsen Altuntaş, 2024).

Esasen dizi gerek mizah, güncel göndermeler, tarihsel karakterler ve tarihsel referanslarla tasarlanan dekor, aksesuar ve olay örgüsü açısından oldukça zengindir. Tarihsel olaylar dizinin kurgusal karakterleriyle oldukça natürel bir biçimde bağlanır. Dizinin akışı içinde birçok gerçek tarihsel karakterin yanı sıra kurgusal karakterler de bulunmaktadır.

Macarlar ve Macar Krallığı

Dizide Macarlarla mücadele 3 sezonda da devam eder. Bu dönemler Macarların henüz Osmanlı egemenliğine girmediği yıllardır. Birinci sezon Macarların Avrupa’da yayılmakta olduğu bilgisiyle başlar. Macar Ordusu Bongomia’ya yaklaşmıştır. Bongomia’nın komşuları vergi vererek Macar üstünlüğünü kabul etmiştir. Kral Thun’un kardeşi Vezir Kalesh de Macarlara vergi vermeyi savunmaktadır. Böylece Bongomia’ya saldırılmayacağı görüşündedir. Kral Thun ise savaşma taraftadır. Ancak Arnavutlar, Boşnaklar ve Sırp larla da ilişkileri bozuk olduğundan bir destek göremeyecekleri de açıktır. Zira ilerideki bölümlerde görüleceği üzere Prens’in yaptığı hatalardan dolayı dostları kalmamıştır.

Macar tehdidi kapıdayken Prens Thenio ve Vezir Kalesh, Kral Thun’u bir suikastle öldürür. Thenio kral olur. Macar Kralı Louis, Bongomia’nın Macarların himayesine girmesi için Kalesh ile anlaşmıştır. Böylece Kalesh de Bongomia’nın tahtına geçecektir. Ancak bunu Kalesh henüz başaramamıştır. Bu nedenle Kral Louis, oğlu Stefan’ı işin ciddiyetini anlasınlar diye Bongomia’ya gönderir.

Tarihsel gerçeklikte I. Lajos, Büyük Lajos veya 1. Louis’nin hayatta kalan bir erkek çocuğu bulunmadığından hükümdarlık kızı Kraliçe 1. Mary ile devam etmiştir. Dizideki Kraliçe Mary karakteri 1382-1385 yılları arasında, babası I. Lajos’un ölümüyle tahta geçen Kraliçe 1. Mary’dir. Dizide Macar Krallığı’ndan tarihsel kişilikler seçilerek bir aile oluşturulduğu görülmektedir. Kral I. Louis, Kraliçe I. Mary’nin babasıdır. Dizide ise Kral Louis ve Kraliçe Mary karakterleri evlidir. Oğulları da Anjoulu Stefan’dır. Tarihsel gerçeklikte ise Anjoulu Stefan Kraliçe Mary’nin amcasıdır.

Tarihsel gerçekliğe baktığımızda Kraliçe Mary tahta geçmesinden kısa bir süre sonra 1358’de Sigismund ile evlenmiştir. Kraliçe Mary’nin ve Sigismund’un bir oğlu bulunmamaktadır. Sigismund aynı yıl Macaristan Kralı olarak taç giymiştir. Kral Sigismund, Niğbolu Savaşı’nda Osmanlılara yenilen birleşik Hristiyan ordularına komuta etmiştir.

Dizide Sigismund’dan bahsedilmemektedir, zaten çekirdek aile Kral Louis, Kraliçe Mary ve oğul Anjoulu Stefan olarak tasarlanmıştır. Anjoulu Stefan, Bongomia’da Prens karakterinin bir sakarlığı sonucu kılıçla ölür.

Dizinin Anjoulu Stefan karakterini tarihsel gerçeklikte Capetian Hanedanı'nın alt kolu olan Anjou Hanedanı'na mensup Anjoulu Stefan'dan türetildiği görülmektedir. Stefan Slavonya düküdür. Transilvanya, Hırvatistan ve Dalmaçya'yı da yönetmiştir. Anjoulu Stefan, Kral Mary'nin amcasıydı. Hatta 1. Louis'nin hayatta kalan bir erkek çocuğu olmadığından Anjoulu Stefan tahtın varisi olarak görülüyordu. Ancak yeterli siyasi desteği sağlayamadığından hükümdarlık Kraliçe Mary ile devam etmiştir.

Diziye dönecek olursak Anjoulu Stefan'ın ölümü üzerine Kral Louis Bongomia'ya saldırıya geçer ancak Saksonya Dükü Philip'in Bongomia'ya yardıma gelmesiyle Macarlar yenilir. Kral Louis de bu savaşta öldürülür. Bunun üzerine tahta Kraliçe Mary geçer. Hem oğlu, hem kocası Bongomialılar tarafından öldürülen Kraliçe Mary, Macar ajanı Sisilia'nın Thenio'yu kendine aşık ederek Bongomia kraliyet ailesinin içine girmesiyle Bongomia'yı topraklarına katar. Bongomia'nın başına da Sion'u Kraliçe olarak geçirir. İkinci sezon Macar işgalindeki Bongomia'da başlar. Prens domuz pisiği temizleme işinde, Thenio ise demircide çalıştırılmaktadır.

Eski Müttefikler

Bosna

Bosna, dizide Bongomia'nın komşusu ve dost ülke olarak temsil edilir. Hasharia'nın Macarların saldırısı öncesinde müttefik desteğini sorguladığı kraliyet toplantısında flashback ile Boşnaklarla Bongomlar arasında yaşananlar ekrana gelir. Boşnakların kurtuluş günü kutlamalarına Bongomia Kralı Thun ve ailesi de katılmıştır. Kral Tomaseviç Boşnakların bağımsızlık ateşini ateşli okla yakmayı Kral Thun'a teklif eder. Ancak işgüzar Prens, babası Kral Thun'un elinden yay ve oku alır, Kralın talimatıyla ağabeyi Thenio ona müdahale eder ve yaşanan arbedede yaydan çıkan ateşli ok temsili bağımsızlık ateşi yerine yanlışlıkla bayraklara ve tüllere denk gelir. Bu kaza sonucu Boşnak sarayı yanmaya başlar. Yangın iki gün sürmüştür. Bu olay üzerine Boşnaklar, Bongomia sınırını güçlendirmiş, askerlerine "Bongomialı görürseniz anında öldürün" emri verilmiştir.

Dizide yer alan Kral Tomaseviç karakteri tarihsel gerçeklikte var olan bir kraldır. Kral Tomaseviç, Bağımsız Bosna Krallığı'nın Osmanlı idaresine girmeden önceki son kralıdır.

Arnavutluk

Arnavutluk ile ilişkilerin ne durumda olduğu da yine Hasharia'nın müttefik desteğini sormasına cevap olarak flashback ile seyirciye gösterilir. Arnavutluk kralı Çin'den gelin almıştır. Prens düğünde büyük bir gaf yapar. Gelinin Çinli olduğunu bilmez ve Çin'den gelin almayı küfür ederek kınar. Üzülen gelin ağlayarak kaçarken kuleden aşağı düşmüştür. Arnavutlarla da ilişkiler bu şekilde bozulmuştur. Dizide temsil edilen hükümdar Theodor'un tarihteki izdüşümü muhtemelen 14. yüzyıl ortalarında yaşamış olan II. Theodor Muzaka'dır.

Sırbistan

Sırbistan da Prens nedeniyle Bongomia'nın arasının bozulduğu eski müttefiklerdendir. Hasharia çocukluğunda Sırlara Bulgarlarla savaşırken desteğe gittiklerini hatırlar. Ancak gerçeğin biraz daha farklı olduğunu öğrenir. Prens'in savaşa giderken uygun kombini bir türlü bulup da hızlı hazırlanamamasından dolayı geç kaldıklarını ve Sırbistan ordusunun savaş meydanında Bongomia desteğe gelmeden yok olduğu gerçeği flashback ile gösterilir. Bunun üzerine Belgrad'ın girişine Bongomia Kralı Thun'un başsız bir heykeli dikilmiştir.

Dizide savaş alanında Sırların ölen askerleri gösterilirken ekranda Velbazdh-Bulgaristan yazar. 1330'da yapılan Velbazhd Savaşı, tarihte Köstendil Savaşı olarak da bilinmektedir. Bugün Bulgaristan'ın batısında yer alan Köstendil şehri yakınlarında gerçekleşen bu savaşta, Sırp Krallığı, Bulgar İmparatorluğu ve Bizans İmparatorluğu'na karşı savaşmıştır. Savaşı dizideki sahnenin aksine Sırlar kazanmıştır.

En Yakın Müttefik: Saksonya

Saksonya Düklüğü dizi evreninde Bongomia'nın tek müttefikidir. Dizideki Saksonya dükünün oğlu Philip'in izdüşümünü tarihteki Saxe-Altenburg Dükü olarak hüküm sürmüş olan Johann Philipp'de bulabiliriz.

Bugün Almanya'nın Saksonya Eyaleti sınırları içinde kalan tarihi Saksonya Dükalığı dizide tek bir dükalık olarak geçer. Tarihsel gerçeklikte bu bölgede bölünmelerden ve paylaşımlardan kaynaklı başka Sakson dükalıkları da bulunmaktaydı. Johann Philipp de Saxe Altenburg dükalığını yönetmiştir. Öte yandan dizi evrenindeki Philip karakteri Saxe Meiningen dükünün veliahtıdır. Dük ise Ven Horn'dur. Tarihsel gerçeklikte bu ismin bir izdüşümü bulunmamaktadır.

Saxe Meiningen veliahtı Philip, Prens'in Hasharia adına yazdığı mektuplarla Hasharia'ya görmeden aşık olmuştur. Philip Hasharia'yı görmeye gelirken Macarlara esir düşmüştür. Prens ve Hasharia da Macarlara esir düştüğünde onunla tanışır. Prens, Macar Kralını ikna ederek Philip'i serbest bırakır. Philip'in eline de bir mesaj sıkıştırır. Philip, Macarlar Bongomia'yı almaya geldiğinde ordusuyla desteğe gelerek savaşı Bongomia'nın kazanmasını sağlar. Ancak düğünlerinde İsveçliler tarafından öldürülecek ve Hasharia da kaçırılacaktır.

Fransa

Fransa Kralı Charles, Prens Bongomia Kralı iken onu Fransa'ya çağıran bir mesaj gönderir. Macar saldırısı karşısında müttefik arayan Bongomia için bu bir mucizedir.

Hasharia Prens'in Fransa'ya yaltaklanmak için giydirdiği Fransız asker kıyafetiyle Fransız sarayında komutan zannedilerek yanlışlıkla bir toplantıya dahil edilir. İngiltere ile savaşa hazırlanan Fransızlar olası hareket planlarını tartışmaktadır. Hatta toplantıdaki Fransız general daha sonra Yüz Yıl Savaşları olarak anılacak olan İngiltere ve Fransa savaşına atıfta bulunarak: “Bir sürpriz istemiyorum. Yüzyıl savaşacak halimiz yok.” der. Hasharia ise buna karşılık: “Açıkçası planınız buysa yüz yıl savaşmanız gerekebilir.” diyerek kendi planını anlatır.

O sırada Jeanne d'Arc karakteri odaya gelir. Hasharia'nın planının haklılığı ortaya çıkar ve general Polonya'ya destek olarak Macarlarla savaşmaya yollayacakları ordunun da İngiltere ile savaşmak için yönlendirilmesi emrini verir. Bongomia'nın Macarlara karşı olası desteği de Hasharia'nın bilmeden verdiği fikir ile boşa çıkmıştır.

Macarların üzerine yürümeyi planlayan Fransa Kralı VI. Charles, Bongomia Kralı Prens ile tanışmak istemiştir çünkü küçük bir ülke olan Bongomia'nın Macarlara karşı kazandığı zaferden etkilenmiştir. Özellikle Prens'in Macar Kralı'nı öldürmesinden dolayı onu tanımak istemiştir. Kral, Bongomia'ya her türlü desteği verebileceğini söyler. Prens çok sevinse de Hasharia'nın Fransızlara verdiği fikir, komutanları Lark ve Orion'un giysilerini saunada çaldırması olarak havluyla kralın huzuruna gelmeleri ve Kaleş'in de Prens'in kaybettiği hediye kolyenin yerine Kraliçe'nin kolyesini çalması nedeniyle Fransa ile ilişkilerinin bozulmasına ramak kalır. Gerçek kolyenin bulunmasıyla bir facianın eşliğinden dönerler.

Bir sonraki Fransa ziyaretinde ise bu defa Kral Kalesh'tir. Prens ile birlikte gitmişlerdir. Yine Fransa'dan destek isterler. Bu kez desteği Kuzey ülkesine, İsveç'e karşı isterler. Çünkü İsveç Kralı'nın gönderdiği adamlar, Saksonya Velihtı Philip'i düğünde öldürüp, Hasharia'yı kaçırmıştır.

Kralın huzuruna çıkmadan önce Kralın nasıl olduğunu sorduklarında Kahya: "Son zamanlarda zihni oldukça bulanık. Bir gün kendini neşeli ve iyi hissederken bir başka gün ruhsal çöküntü içine düşüyor." diyerek Kral VI. Charles'ın tarihsel gerçeklikte var olan akıl hastalığına gönderme yapar. Kalesh'in de sözleri bunu pekiştirir: "Durumumuzu ancak bir deliye kabul ettirebiliriz."

Bu sırada Prens sarayın duvarına çişini yapan Kralın oğlunu azarlar. Çocuk da karşılık verir. Çocuğa küfreder, çocuk da onun yüzüne tükürür. Bu çocuk, tarihsel gerçeklikte Jeanne d'Arc'ın desteğiyle ileride tahta geçecek olan Kral VII. Charles'dır.

Kral VI. Charles'ı ziyarete gelenlerden biri de Eflak Voyvodası Vlad'dır. Prens Nostradamus'a uğradığında Kahya, Vlad'ı Bongomia Kralı Kalesh ile tanıştırır. Vlad Osmanlı'ya karşı destek istemek için Fransa'ya gelmiştir. Nostradamus'un ikram ettiği yanan otu koklayan Prens otun verdiği uyuşukluk ile oradan çıkar ve Vlad'la karşılaşır. Ancak otun etkisinde olduğundan Vlad'ı ve geçmişte yaşanan olayı hatırlayamaz. Vlad ise her şeyi hatırlamakta ve düşmanca davranmaya devam etmektedir.

Kalesh, Fransa Kralı ile görüşürken başlangıçta Kralın akli başındadır. Bongomialıların Macarları durdurarak Fransa'yı rahatlatmalarından dolayı memnuniyetini dile getirir. Ayrıca Orléans kuşatması ile ilgili planın Hasharia tarafından yapıldığını da öğrendiğini söyler ve takdir eder. Tam Kuzey'in saldırılarından Fransa'nın da rahatsız olduğunu söylerken Prens girer. Vlad'ın Kuzey'de yaşananları anlatmış olduklarıyla Kral Charles'ın kafası iyice karışır ve aklından iyice şüphe etmeye başlar. Kral VI. Charles ile Prens başbaşa kalıp konuşurlarken, Kalesh, Fransız Kraliçesi ile dertleşir. Bu dertleşme yakınlaşmalarına neden olur ve Kraliçe Kalesh'le beraber olur.

Kraliçe Isabeau, Kral VI. Charles'ın akıl hastalığından dert yanar: "Charles'ın aklının gidip gelmesi beni gerçekten çok yıprattı. Her sabah

yanınızda uyanan kişinin güne nasıl başlayacağını bilememek, hatta sizi düşmanı görüp canınıza kıyacağını düşünmek...”

Tarihsel gerçeklikte Kraliçe Isabeau'nun, bu korkusundan dolayı Kral ile kraliyet yatağını paylaşmayı da sona erdirdiği belirtilir. Bu bilgiye Doktor Dupré'nin 1910'da yayımladığı makalesinden ulaşıyoruz. Ayrıca Dupré makalesinde Isabeau'nun yaşadığı sıkıntıyı da anlatır: “Isabeau de Ravière ona yaklaşıp iffetli aşkının işaretlerini göstermeye çalıştığında, Kral onu geri çevirerek adamlarına nazikçe şöyle derdi: “Bu kadın da kim, gözümün önünden gitmiyor? Bir şeye ihtiyacı olup olmadığını öğrenin ve onun tacizlerinden ve ısrarlarından beni kurtarın, böylece adımlarımın peşinden gelmesin (Dupré, 1910: 846, 847).”

Doktor Ernest Dupré bu makalesinde Kral VI. Charles'ın akli hastalığı ile ilgili Orta Çağ'dan 20. yüzyıla kadar yazılan belgeleri, kitapları inceleyerek vardığı tanıyı eldeki bilgilerin ışığında şöyle tanımlamıştır: “Duygusal ve iradi dengesizlik. Manik atakların baskın olduğu, karışık durumların görüldüğü aralıklı psikoz. Enfeksiyöz veya toksik olayların ardından, kısa süreli, manik heyecanla birleşen, konfüzyon ve anksiyete krizlerinin epizodik olarak ortaya çıkması (Dupré, 1910:867). Araştırmacılar son dönemlerde Kral VI. Charles'ın bipolar olduğu yönünde Haustgen bir asır sonra Dupré'nin tanısının doğruluğunu vurgulamaktadır (Haustgen, 2017: 39).

Dizinin Fransız Sarayı sahnelerinde Kral VI. Charles Prens'le sohbetinde zihninin karışıklığından bahseder. Prens onu Kuzey'e saldırması için ikna eder. Ancak henüz bunu belgeye dökmeden Kral VI. Charles Prens'in dayısının camdan atlayarak intihar etmesini anlatmasından ilham alarak sarayın balkonundan kendini boşluğa bırakır ve intihar eder. Böylece Nostradamus karakterinin dizideki kralın göğü kucaklayacağı kehaneti de çıkmış olur. Tarihsel gerçeklikte ise Kral intihar etmemiştir. Doğal yollardan ölmüştür.

Dizinin Fransa'da geçen sahnelerinin tarihsel gerçeklikle bağına bakıldığında oldukça iyi tasarlanmış olduğu görülür. Yüzyıl Savaşları, İngiltere ve Fransa Krallıkları arasında yaşanan ve 1337-1453 yılları arasında 116 yıl süren bir savaş silsilesidir. Kral VI. Charles 1380-1422 yılları arasında hüküm sürerken yüzyıl savaşları devam ediyordu.

Yüzyıl Savaşları sırasında Fransa'da hüküm süren VI. Charles'ın akıl sağlığı sorunları ve ülkenin Burgonya ile Armagnac fraksiyonları

arasındaki iç savaş, tahtın geleceğini belirleyen Troyes Antlaşması'na (1420) zemin hazırlamıştır. Burgonya Dükü Korkusuz Jean'ın Veliht Prens Charles'ın destekçileri tarafından suikasta uğramasıyla Kraliçe Isabeau de Bavière ve Burgonyalılar, İngiltere Kralı V. Henry ile ittifak kurmuştur. Bu siyasi ve askeri baskı sonucunda imzalanan antlaşma ile Veliht Prens Charles tahttan resmen men edilmiş; onun yerine V. Henry, VI. Charles'ın kızı Catherine de Valois ile evlenerek Fransa Naibi ilan edilmiş ve VI. Charles'ın ölümünden sonra Fransa tahtına geçecek yasal mirasçı olarak tanınmıştır. Bu karar, Fransız tahtını İngiliz Plantagenet Hanedanı'na devretme girişimi olarak modern Fransız ulusal kimliğini derinlemesine etkileyen bir ihanet eylemi olarak tarihe geçmiştir.

Kral VI. Charles ve eşi Kraliçe Isabeau de Bavière'in, oğulları Charles'ı İngiltere kralı lehine mirastan mahrum bırakmaları sonrasında 1422'de Kral Charles öldü. 1424 yılında İngilizler Charles'ın topraklarını işgal etmiş ve Loire Nehri'nin geçişinde kilit öneme sahip olan Orléans şehrini kuşatmışlardır. Şehir düştükten sonra, ülkenin geri kalanını kolayca fethedebileceklerdi. Ancak Orléans, on sekiz yaşındaki cahil bir köylü kızı olan Jeanne d'Arc sayesinde düşmemiştir (<https://www.histoire-france.net/moyen/jeanne-darc>).

Dizide Jeanne d'Arc'ın da yer alması tarihsel gerçeklikle örtüşmektedir. Zira Jeanne d'Arc 15. yüzyılda yaşamış ve Yüzyıl Savaşları'nda önemli rol almış bir ulusal kadın kahramandır.

Rivayete göre Jeanne, 13 yaşındayken, bir şövalye kılığında Aziz Michel, Aziz Marguerite ve Aziz Catherine'i görür. Başmelek ve iki azize, ona veliahtı Reims'e götürerek taç giydirmesini ve "İngilizleri Fransa'dan kovmasını" emreder. Jeanne kimseye bundan bahsetmez ancak aylar ve yıllar geçtikçe sesler ısrarla geri gelir. On altı yaşında, seslerden bahseder ama bir süre kimseyi inandıramaz. Kararlı tavrından dolayı yanına birkaç koruma ekibi verilerek, erkek kılığında Chinon'a veliahtı görmeye gider. Jeanne d'Arc gelmeden önce, Orléans teslim olmanın eşiğindeydi, şehir kaynaklarını tüketmiş ve bitkin düşmüştü. Azincourt'ta esir alınan Orléans Dükü Charles'ın yerine, üvey kardeşi Jean, namı diğer Dunois, şehri cesurca savunuyordu. Jeanne gizlice şehre girerek Dunois ile buluşur. Ona bir saldırı düzenlemesini emreder, ancak son saldırı o kadar felaketle sonuçlanmıştır ki, Dunois takviye kuvvetleri beklemeyi tercih eder. Jeanne işleri ele alır, bölgede iki İngiliz kalesi vardır, onlara saldırmak gerekir! Jeanne, Augustins kalesine bizzat

saldırır, garnizon onu takip eder ve saldırı başarılı olur. Akşam savaş konseyinde Dunois ve adamları burada durmak isterler ancak Jeanne reddeder. Halkı ayaklandırır ve bütün gece hazırlık yaparlar. Ertesi gün saldırı başlar, kale çok güçlüdür, kayıplar yüksektir, Jeanne göğsünün üstünden bir tatar yayı okuyla vurulur. Yara yüzeyseldir, Jeanne geri dönüp askerlerini cesaretlendirir. İngilizler paniğe kapılır, Loire Nehri'ne atlarlar ve 8 Mayıs 1429'da Orléans kurtarılır. Bu bir mucizedir! Jeanne için Orléans'ın ele geçirilmesi, görevinin ilahi niteliğini kanıtlar, kalabalık ona şifa verme gücü bile atfeder. (<https://www.histoire-france.net/moyen/jeanne-darc>)

Dizide zamanlama kurgusal olarak biraz değiştirilmiştir. İngilizler Orléans'a doğru harekete geçtiğinde Jeanne d'Arc da Kral VI. Charles'ın ordusunda gösterilmiştir. VII. Charles, Orléans Kuşatması'nın kırılmasından ve Jeanne d'Arc'ın ona sağladığı askeri ve manevi destekten sonra meşruiyetini tüm Fransa'ya kabul ettirmek için Reims'de 17 Temmuz 1429'da taç giymiştir.

Korsan Adası ve Kaptan Van DIJK

Kuzey'e yolculuk yaparken açık denizde Prens'in karşısına korsan Kaptan Van Dijk çıkar. Van Dijk Hollandalı bir korsandır. Dizideki korsan karakterinin adının Van Dijk olarak belirlenmesinin tarihsel bir bağlantısı değil, futbol ile bağlantısı bulunmaktadır. Giray Altınok, bir röportajında Hollandalı Liverpool'un kaptanı Van Dijk'tan dolayı korsanın adını Van Dijk koyduklarını ifade etmektedir." (Birsan Altuntaş, 2024)

Öte yandan bu karakterin tarihte de bir izdüşümünü bulmak mümkün. Tarihte bu isimdeki korsanlara baktığımızda karşımıza iki isim çıkıyor: Bunlardan birisi 17. yüzyılda Britanya Virjin Adaları'na yerleşen ve ilk kalıcı yerleşimleri kuran Hollandalı bir korsan olan Jooost van Dyk'tır. Diğeri ise Uçan Hollandalı efsanesi ve onun kaptanı Hendrick van der Decken'in olduğu düşünülebilir.

Uçan Hollandalı, denizcilik ve dünya folkloründe yer alan 17. yüzyıla ait meşhur bir hayalet gemi efsanesidir. Gerçek bir tarihi olaydan veya gemiden ziyade, denizciler arasında nesiller boyu anlatılan popüler bir mittir.

Rivayete göre geminin kaptanı genellikle Hendrick van der Decken veya Bernard Fokke adında biridir. Kaptan, fırtınalı bir havada Ümit

Burnu'nu geçmeye çalışırken Tanrı'ya küfredmiş ve amacına ulaşana kadar denizde kalmaya yemin etmiştir. Bu küstahlık nedeniyle hem gemi hem de mürettebat lanetlenmiştir. Geminin mürettebatsız sonsuza dek yelken açmaya mahkum olarak gökyüzünde süzülürken görüldüğü söylenir. Özellikle puslu veya fırtınalı havalarda geminin uzaktan parlayan bir ışık huzmesi gibi görüldüğünden bahsedilir. Bir kişinin Uçan Hollandalı'yı görmesinin veya onunla iletişim kurmasının kötü şans veya yakın bir felaketin habercisi olduğuna inanılır. Tabii ki, geminin görülmesi bilimsel olarak Fata Morgana adı verilen bir fenomenle açıklanır. Bu da çöldeki serap gibi bir illüzyondur. Hava sıcaklıklarındaki değişim nedeniyle uzaktaki gemilerin gökyüzünde baş aşağı yansımaları görünebilir veya daha yakın görünürler.

Dizide Korsan Van Dijk, Prens ve yanındakileri Lomberto Adası'na götürür. Ve orayı şöyle tarif eder: “Kapılarını sadece birkaç elit korsana ve tayfasına açan saklı bir cennet: Lomberto Adası.” Dizideki Lomberto Adası'nın tarihsel izdüşümü, korsanların buluşma, üslenme yerleri olan, bazıları korsanlarca yönetilen ada ve liman yerleşimleridir. Örneğin Haiti yakınlarındaki Tortuga Adası, Jamaika'daki Port Royal, Madagaskar ve Saint Marie Adası bu yerleşimlendendir.

Bahamalar'daki Nassau limanı ise 18. yüzyılda Port Royal'ın depremle sular altında kalması ile korsanların başkenti olmuştur. Nassau, Ünlü Kara Sakal (Blackbeard), Charles Vane ve Calico Jack Rackham gibi tarihteki ünlü korsanların yönettiği bir bölge olmuştur (Sheposh, 2023).

Danzing Limanı

Dizide Danzing Limanı olarak belirtilen yer, geçmişin Danzig şehri, bugünün Polonya'ya ait Gdańsk şehridir. Polonya'nın kuzeyinde Baltık Denizi kıyısındaki bu şehir 12. yüzyıldan itibaren Polonya ve Almanya arasında ihtilaf konusu olmuştur. I. Dünya Savaşı'nın sonunda “serbest şehir” statüsüyle Milletler Cemiyeti'ne bağlanmıştır. Nüfusunun çoğu Alman olan bu kenti Naziler alarak İkinci Dünya Savaşı'nı başlattılar. Savaş sonunda kent Polonya'ya bağlandı.

Dizide Danzig'in Baltık kıyısındaki konumu gerçeğe uygun olarak kullanılmıştır. Balkanlar civarında olduğu düşünülen hayali ülke Bongomia'dan İsveç'e gitmek için Danzig limanına giden Prens ve maiyetindekiler, buradan İsveç'e doğru yola çıkarlar.

Roma İmparatoru Commodus'a Gönderme

Prens dizisi Roma İmparatoru Commodus'un gladyatör oyunlarına da ince bir gönderme yapmaktadır. Thenio kral olmasının şerefine gladyatör dövüşleri düzenler. Elçi Sangu eski gladyatör dövüşlerinin geçmişte kaldığını; vahşiliğin barbarlığın bittiğini bunun yeni bir eğlence biçimi, bir gösteri olduğunu söyler. Bu sırada tahta kılıçlarla antrenman yapan gladyatörlere bakmaktadır. Cahilliği ile bu görüntüyü yorumlayarak konuştuğu bellidir. Sangu, dünyanın her yerinde bu gösterileri izlemiştir ve gladyatörlerin hepsinin aktör olduğunu sanmaktadır. Prens'i de bu eksik bilgisiyle ikna eder. Prens de Roma'da oyunculuk okulundan mezun olduğundan heves eder. Sangu'nun şu repliği aslında tarihsel gerçeklikte Roma İmparatoru Commodus'un gladyatör dövüşlerinde kendisinin bizzat dövüşmesinin nedenlerinden birine gönderme yapar: "Halkınızın sizi sevmesi için bir fırsat işte. İnsanlar kazananların yanındadır. Siz de çıkın ve kazanın."

Commodus devasa gladyatör oyunlarının masraflarını karşılamış ve arenada öldürülebilecek pahalı hayvanlar ithal etmiştir. Bu, Roma İmparatorluğu'nun en büyük ve en pahalı eğlencelerinden biriydi (Hekster, 2000:3).

Commodus'un kişisel özellikleri ve imparatorluk anlayışı onu arenaya çıkaran etkenlerdir. Esasen Roma İmparatorluğu'nda halkın büyük eğlencesi olan gladyatör dövüşleri, bunu düzenleyen hükümdarın halka bir hediyesi gibiydi ve halkın gözünde itibarını yükseltiyordu. Roma İmparatorluğu'nun geniş topraklarından getirilen vahşi hayvanları görme imkanına sahip olan halk gladyatörlerin bu hayvanlarla yaptığı dövüşleri; gladyatörlerin kendi aralarındaki dövüşlerini izliyordu. Bu dövüşlerin halk için coşku dolu bir eğlence olduğu bilinmektedir.

Commodus da diğer hükümdarlar gibi bu yöntemi uyguladı ancak daha da ileri giderek kendisi de gladyatör olarak arenada birçok kez dövüştü. Bu siyasi yönden bir propagandaydı aynı zamanda. İmparatorların arenada dövüşmesi halka coşku veriyordu. Halkın gözünde popüler olmak, onların takdirini kazanmak için bu iyi bir yoldu.

Commodus, Herkül gibi, kendisinin de tanrı olabileceğine inanıyordu. Hatta bir ayı Herkül'ün adıyla adlandırdı. Ayrıca bir ayı da kendi adıyla adlandırdı. Commodus, gladyatör olarak arenada dövüştü ve bunu

yaparken sık sık Herkül kılığına girerdi. Bu şekilde, Herkül gibi kendisinin de canavarları öldürdüğünü iddia ederdi (Hekster, 2000:3).

Her zaman seyircileri memnun etmek isteyen Commodus, bazen Colosseum seyircilerinin hangi gladyatörlerle dövüşeceğini seçmelerine izin verirdi. Bu, diğer gladyatörlerin beklediği bir ayrıcalık değildi, çünkü seyircilerin bilmediği bir şey vardı: silahları kurşun veya tahtadan yapılmış olacaktı ve Commodus'un demir kılıcıyla karşı karşıya kalacaklardı (Gibbons, 1994, aktaran: Linkous, 2001:24).

Commodus ünlü güreşçi ve gladyatör Narcissus'dan eğitim almıştır. Commodus'un giderek daha zalim ve dengesiz hale gelmesi senatoyu ve hemen herkesi rahatsız etmiş ve hazırlanan bir komplo ile Commodus Narcissus tarafından suikastle öldürülmüştür.

Dizide güçlü gladyatör Narcissus, Narcius adıyla temsil edilmiştir. Prens'in kölesi Köle karakteri Prens'in kılığına girip Narcius ile dövüşmüş ve umulmadık biçimde kazanmıştır. Bu, Prens ve Köle arasında bir süre bir sır olarak kalacaktır.

Prens'in gladyatör olarak arenaya çıkması ve kendisi yerine kölesini kendi kılığında dövüştürmesi, tarihte Commodus'un rakiplerine tahta kılıçların verilmesi hilesine bir gönderme olarak değerlendirilebilir.

İsveç

İsveç, Kuzey'in büyük krallığı olarak anılır. Ama aynı zamanda İsveç olarak da sık sık telaffuz edilir. Dizide İsveç'in kralı Kral Olaf'tır. İskandinavya tarihinde özellikle Norveç ve Danimarka'da bir çok Kral Olaf bulunmaktadır. Yani Kral Olaf adı İskandinavya hükümdarlarındaki yaygın adlardan biri olduğu için dizide aslında Kuzey ülkelerini de simgelemektedir. Olaf isminin yaygınlığından dolayı dizide kullanılmasını Altınok şu sözlerle anlatmaktadır: "Olaf Kuzey'in Ahmet'i. İsveç, Norveç...Yani herkes Olaf" (Birsen Altuntaş, 2024)

Dizideki Kral Olaf karakterinin tarihsel izdüşümü hikayenin geçtiği dönem göz önünde bulundurulduğunda Norveç ve Danimarka'yı kişisel birlik altında birleştiren Olaf Haakonsson'a denk gelebilir. Olaf Haakonsson, Danimarka Kralı olarak II. Olaf, Norveç Kralı olarak IV. Olaf adına sahiptir. Kurmaca bir karakter olan Karen, dizide Kral Olaf'ın kızıdır ve Kaptan Van Dijk ile kaçır.

Dizide İsveç kralının çağrısı masallarda olan bir motifi çağırıştır. İsveç Kralı kızı Karen'i evlendirmek ister ve davet ettiği soylular ile hükümdarlardan kızının seçtiği biriyle evleneceğini söyler. Dizinin senaristi Kerem Özdoğan bu sahneyi neden yazdıklarını esprili bir dille şöyle anlatır:

“Giray geldi bir gün dedi ki: Ben bütün kralların masada olduğu bir toplantı istiyorum dedi. Tarih bilmemek tamamıyla tarih bilmemektir. Yani bütün kralları bir masada toplayamayız. Bütün kralları yine bir araya toplamamız için nasıl söyleyeyim hiçbir geçerli sebebimiz yok. Bir kralın herhangi bir yerde toplanabilmesi yani şey de bilmiyor, yol yordam da bilmiyor. Yani kaç gün gidilir bu topraklar arasında, bir mesafe de yok. Bu Helen, Truvalı Helen, o dönemdeki Yunan krallıklarının devletlerinin toplanması gibi bir form yapabiliriz. Bir kız isteme mevzu. Kuzey Krallığı bunun için çok güzel bir nokta oluyordu” (MGX, 2024).

Kral Olaf davetin siyasi sebebini de şu şekilde açıklar: “Bu toplantıyı tertip etme sebebim kan dökülmesine ve canlara kıyılmasına bir son vermek. Evlilik akdi yüzünden çıkan savaşlar hem ekonomilerimizi yok ediyor, hem de ordularımızın gücünü azaltıyor.” Herkesi teker teker dinlerken kızı Karen de onların göremeyeceği bir yerde konuşulanları dinleyecektir. Davet edilenler: Livonya Dükü Şarlk, Napoli Prensi Ferdinand, Dünburg Dükü, Eflak Voyvodası Vlad, Ryazan Prensi'dir.

Livonya Dükü Şarlk kurgusal bir karakterdir ancak tarihte Livonya Düklüğü mevcuttur. 1561 yılında Polonya-Litvayna Birliği altında kurulan Livonya günümüz Letonyası'nın kuzeyi ve Estonya'nın güneyine hükmediyordu.1621'de başlayan ve 1660'da sona eren Polonya-İsveç Savaşları sırasında, Düklüğün büyük bir kısmı (Riga dahil) İsveç'in kontrolüne geçti. İsveç bu bölgeye İsveç Livonyası adını vermiştir.

Dizideki Napoli Prensi Ferdinand karakterinin izdüşümü ise muhtemelen 1458-1494 yılları arasında hüküm sürmüş olan Kral 1. Ferdinand'dır.

Aragonlu Alfonso V'in gayri meşru oğlu olmasına rağmen, babası tarafından veliaht olarak tanınmıştır. Krallık üzerindeki hakkı, tahta çıkmadan önce ona bir tür prens veya dük statüsü vermiştir (Britannica Editors, 2025).

Dünburg Dükü olarak geçen karakterin ülkesine bakıldığında tarihte Dünburg veya Düinburg olarak bilinen bir düklük veya coğrafi bölge bulunamamıştır. Ancak günümüz Letonya'sında bulunan ve Daugava Nehri kıyısında bulunan Daugavpils şehrinin Almancadaki adı Dünaburg'dur. Olasılıkla bu ismin kaynak olarak kullanıldığı düşünülmektedir.

Eflak Voyvodası Vlad karakteri tarihi gerçekliği olan ünlü bir kişiliği temsil eder. Eflak Voyvodaları arasında Vlad ismi yaygınsa da, dizide yapılan göndermelerle açıkça Kazıklı Voyvoda adı ile bilinen Voyvoda III. Vlad veya diğer adıyla Vlad Tepeş temsil edilmektedir.

Kral Olaf'ın daveti sahnesinde davetliler arasında yer alan bir diğer karakter ise Ryazan Prensi'dir. Bu karakterin izdüşümü 11. yüzyılda bugünkü Rusya'nın Ryazan bölgesinde kurulmuş olan bir prensliğe denk gelir. 14 ve 15. yüzyıllar arasında Moskova Prensiği güçlendikçe Ryazan üzerinde baskı kurmuştur. 16. yüzyılda ise Moskova tarafından ortadan kaldırılmıştır. Davet sekansında yer alan sahnelerden birinde Ryazan Prensi, Elçi Sangu'nun yanlış ve abartılı sözde Rusça çevirisi nedeniyle Vlad ile tartışmaya girerek, Kral Olaf tarafından bir balta ile orada öldürülür. Sangu Rusçada birkaç kelime bilerek tahmini yaptığı çeviri ile, Ryazan Prensi'ni hakaret ederek küfürlü konuşan biri olarak göstermiş ve Ryazan Prensi'nin sonunu getirmiştir.

Eflak Voyvodalığı

Eflak Voyvodası, dizide Kazıklı Voyvoda lakaplı III. Vlad ile temsil edilir. Ülkesini görmeyiz ama Prens'in hoşlanmadığı bir karakter olarak İsveç'te diziye dahil olur. İsveç prensesi Karen ile evlenmeye talip olarak İsveç'e gelenlerden birisidir Vlad. Elçi Sangu Vlad'ı ilk gece açık büfe yemekte Prens ile tanıştırır. Prens, Korsan Van Dijk ile yer değiştirdiğinden Vlad'ın korsanlara karşı sert tavrından nasibini alır. Vlad, Van Dijk kılığındaki Prens'in görünüşünde korkutucu bir şey olmadığını ima ederek aşağılar ve "Bir haydutun elini sıkmam, hele ki bir su haydutunun elini hiç sıkmam" der. Elçi Sangu her zamanki gibi durumu düzeltmek isterken Vlad'ın lakabını aldığı herkesi kazığa oturtmasından bahsedince Vlad bunun üzerine Van Dijk kılığındaki Prens'e bakarak "Ben herkesi hak ettiği yere buyur ediyorum." der. Prens ise şöyle karşılık verir: "Öyle mi? Gerçekten mi? Ee, oturtsana Osmanlı İmparatorunu kazığa göreyim. Ha? Ne oldu? Adını duyunca bir titredin," der ve Vlad'ı kışkırtır. Dizinin evreni tarihsel gerçeklikle örtüşmektedir.

Dizinin geçtiği dönemde Osmanlı'nın Eflak Voyvodalığı ile mücadelesi söz konusudur.

Eflâk, Macar Krallığı'nın Osmanlı akınlarına karşı korunmasında önemli bir göreve sahipti. Eflak voyvodasının Osmanlı'nın müttefiki olması Osmanlı ordularının Karpat Dağları'nı aşarak akınlar gerçekleştirmelerini kolaylaştırıyordu. Macar Krallığı'nın sınırları tehlike altındaydı. Başlangıçta Osmanlı müttefiki olan Eflak Voyvodası II. Vlad'ın bundan vazgeçmesi ve Macarlarla anlaşması ile 1442'de Osmanlı ordusu Macarlar tarafından durdurulmuştur. Eflak Voyvodası II. Vlad'ın Karpatlardaki geçitleri tutması Osmanlı ordusuna zarar vermiştir (Heper, 2023:434).

1442'de Vlad ve küçük kardeşi Radu, babaları II. Vlad'ın önceki pozisyonundan vazgeçerek Osmanlı politikalarını destekleyeceğinin teminatı olarak II. Murat'ın sarayına gönderilmiştir. (Britannica Editors, 2025). Vlad ve Radu Osmanlı Sarayı tarafından yetiştirilmiştir. Kardeşi Radu Osmanlıya bağlı kalmaktan yanayken, Vlad karşısında yer almayı tercih etmiştir.

Vlad Tepeş, 1448 yılında yakaladığı ilk fırsatta Osmanlı desteğiyle Eflâk voyvodası olmuştur. Ne var ki kuzeni II. Vladislav'ın Eflâk'a gelişiyle Boğdan'a geçmiş, bir süre sonra Macar desteğiyle ikinci kez Eflâk voyvodalığına geçerek bu sefer silahlarını Osmanlı'ya karşı doğrultmuştur. Vlad Tepeş, Osmanlı'ya ödemesi gereken yıllık haracı göndermediği gibi Tuna Yalılarında bulunan Türk köy ve kasabalarını ateşe vermiştir. Bunun üzerine Sultan Mehmet büyük bir orduyla Eflâk seferine çıkmıştır. Vlad, stratejik geri çekilme yöntemiyle Fatih'i durdurmayı denemiş, hatta bir gece baskınıyla Sultan Mehmet'i öldürmeyi planlamıştır. Ancak Fatih, Eflâk ordusuyla karşılaşmayınca onun yerine voyvodalığı Vlad'ın kardeşi Radu'ya vermiştir. (Heper, 2023:431).

Vlad üç kez tahta çıkmıştır. Esir aldığı düşmanlarını ki özellikle Osmanlı esirlerini ve kendisine karşı çıkan Boyarları yani Eflak soylularını kazığa oturtmasıyla Kazıklı Voyvoda adıyla anılmıştır. Tahtı son kez ele geçirdikten kısa bir süre sonra Osmanlıya karşı savaşa hazırlanırken öldürülmüştür.

Dizideki Vlad karakteri 2. sezonda İsveç'te ortaya çıkmış, 3. sezonda Osmanlı'ya karşı kurulan ittifakta yer alarak Prens ve Sultan II.

Mehmet'in karşısına çıkmıştır. Osmanlı sarayında birlikte büyümüş olan II. Mehmet ve Vlad mücadelesinde Prens karakteri dizinin evreninde kilit rol oynamaktadır.

İsveç'teki damat adaylarının Kral Olaf'a kendilerini tanııtma gecesinde ise Vlad konuşurken Prens karakteri onu taklit ederek sinirlerini bozar ve Vlad ona küfrederek.

Venedik

Dizinin hikayesi 3. sezonda Venedik'e taşınır. Prens, Kaptan Van Dijk'ın gizli mesajıyla Venedik'e çağrılır. Sezonun sonunda anlaşılabacaktır ki bu, Prens'in Venedik doğesi olarak başa geçmesi için Fatih Sultan Mehmet'in bir planıdır. Venedik'e varıp da anneleri ile karşılaşınca anlaşılır ki Prens ve ağabeyi Thenio'nun annesi küçükken onları terk etmek zorunda kalmıştır. Bunun da nedeni Kral Thun'un hali hazırdaki kraliçe Sion'a gönlünü kaptırması ve esas kraliçenin ölüm emrini vermesidir.

Prens, komutanları, Prenses Hasharia ve köle Venedik'e bir atlı arabayla gelirler. Gece, uzaktan Venedik, Venezia Mestre kıyısından karşıda ışıklarıyla görünür. Venedik'in sokaklarında yürürlerken sokakta süslemeler, dans eden maskeli insanlar görürler. Sokakta sordukları kişi Venedik Festivali'nin hazırlıklarının yapıldığını söyler.

Günümüzde de düzenlenen Venedik Karnavalı (Carnevale di Venezia), dünyanın en eski ve en ünlü karnavallarından biridir ve kökenleri Orta Çağ'a kadar uzanmaktadır. Karnavalın başlangıcı tam olarak bilinmemekle birlikte, ilk kutlamaların 1162 yılında Aquileia Patrikliği'ne karşı kazanılan bir zaferin kutlanmasıyla başladığı yaygın olarak kabul edilir.

Karnaval, devletin onayladığı diğer etkinliklerden temel olarak farklıydı. (Diğer tüm olası Hristiyan ve pagan kökenleri göz ardı ederek) Venedik karnavalının, 1162 yılında Venedik'in desteklediği Grado Patriği'nin (Venedik'in hinterlandındaki bir kasaba) Dalmaçya'nın dini kontrolü için Aquileia Patriği'ne karşı kazandığı zaferi kutlamak için ortaya çıktığı söylenir. Venedik'in zaferinin bir sonucu olarak, yenilen Aquileia Patriği, Venedik'e her yıl bir boğa, 12 domuz ve 300 somun ekmek ödemek zorunda kaldı. Hayvanlar kasaplar loncası üyeleri tarafından halka açık bir şekilde kafaları kesilerek öldürüldü; boğa Patrik'i, domuzlar ise onu destekleyen on iki lord'u temsil ediyordu.

Etkinlikte ayrıca Patrik'in yargılanmasının bir parodisi de yer aldı ve minyatür kalelerin yıkılması, ona yardım edenlerin yenilgisini simgeliyordu (Feil, 1998:144).

Karnaval, Napoleon Bonapart'ın 1797'de Venedik'i ele geçirmesine kadar coşkuyla düzenlenmiş, Napoleon'un yasağı nedeniyle uzun süre kesintiye uğrayan karnaval 1979'da tekrar düzenlenmeye başlanmış ve bugün İtalyan turizminin önemli bir ögesi haline gelmiştir.

Dizide Venedik önemli bir güç olarak konumlanmıştır. Dizinin ilerleyen bölümlerinde Osmanlı İmparatorluğu karşısında yer alan bir ittifakın parçası olacaktır. Venedik, Batı Roma İmparatorluğu'nun yıkılması ve Barbar istilaları sırasında, kıyı şeridindeki insanların güvenlik arayışıyla lagün adalarına yerleşmesiyle kurulan bir yerleşimdir. Tarih sahnesinde 7. ve 18. yüzyılları arasında var olan Venedik Cumhuriyeti bir kent devletiydi. Tarihi önemli ticaret merkezlerinden biri oldu. 1204 yılındaki Dördüncü Haçlı seferinde önemli bir rol oynadı. Doğu Roma İmparatorluğu'ndan toprak ve ticari ayrıcalıklar kazandı. Girit ve Kıbrıs gibi adaları ele geçirdi.

15. yüzyılda sanat, mimari ve kültürel açıdan Rönesans'ın önemli bir merkezi olan Venedik, Osmanlıların İstanbul'u fethi ve Coğrafi Keşiflerin etkisiyle değişen ticaret yollarından dolayı Akdeniz'deki ticari üstünlüğünü kaybetmeye başlamıştır.

Dizide işlenen Osmanlı-Venedik siyasi çekişmesi tarihte Osmanlı İmparatorluğu'nun Akdeniz'de genişlemesine ve Venedik'in bunu tehdit olarak görmesine tekabül eder. Osmanlı-Venedik savaşları sonunda Venedik, Akdeniz'de sahip olduğu adalar ve toprakları kaybedecektir. Napoleon'un 1797 yılında sonlandırdığı Venedik Cumhuriyeti, sonrasında Avusturya İmparatorluğu'nun kontrolüne geçmiştir. 1866 yılında ise Birleşik İtalya Krallığı'na katılmıştır.

Venedik Cumhuriyeti doğelikle yönetiliyordu. Dizinin senaryosunda da bu belirtilmiştir. Ancak doğe öldüğü için eşi onun yerine hükmetmektedir. Doçenin eşi doğeressa ünvanını taşır. Dizinin senaryosunda eski Bongomia Kraliçesi Bongomia'yı terk ettikten sonra Venedik Doçesi ile evlenmiş, Doçe öldükten sonra yönetimi tek başına yürütmek zorunda kalmıştır. Doçe ünvanı karakter diyaloglarında da geçmektedir. Ancak doğeressa ünvanı yerine karaktere kraliçe ünvanıyla seslenilmektedir. Osmanlılar Venedik'in Fransa ve Macar Krallığı ile

ittifakını engellemek için kolayca yönetebilecekleri Prens'i Venedik doğesi yapmak için Van Dijk'ın işbirliği ile Venedik'e gönderirler. Ancak Prens'in her zamanki aymazlığı ve olayları anlamaması nedeniyle ölen doğenin kızıyla Thenio evlenerek Venedik Doğesi unvanını alır.

Dizinin Venedik'te geçen bölümlerinde ünlü “Prens kitabını yazan Niccolo Machiavelli ‘nin (1469-1567) Prens karakteriyle muhabir olarak röportaj yapması da dönemin İtalyasına mizahi bir gönderme olarak değerlendirilebilir.

Tanilli, Machiavelli'nin yapmak istediğini şöyle özetler: Bütün papalar dünya nimetlerine göz dikmiş, bu yüzden İtalya din konusunda üstünlüğünü kaybetmişti. Henüz çökmeyen dört beş küçük devlet ise İtalya'yı birliğe kavuşturamayacak kadar bitkindi. Buna karşın komşuları, yani Fransa ile İspanya (ve İngiltere) birliğe varmış, kendilerini dünyaya kabul ettirmişlerdi. Bu koşulların etkisinde kalan, uzun süre beklemenin İtalya'yı yıkacağını sezen Machiavelli bir an önce güçlü bir prensliğin kurulmasını istemek zorundaydı. Ünlü eserinde devletin kurulmasında her yolu meşru sayması bunun İtalya için bir ölüm kalım meselesi olduğuna inanmasından ileri gelir (Tanilli, 2006: 99).

Osmanlı İmparatorluğu

Osmanlı İmparatorluğu, Sultan II. Mehmet dönemiyle temsil edilmektedir. Olaylar, Kaptan Van Dijk'ın Prens'i Venedik'ten kaçırıp kendi korsan gemisiyle İstanbul'a getirmesiyle gelişir. Gemide İstanbul'u ilk görüşlerinde Mehter Marşı'nın girişiyle müzik vurgusu yardımıyla Osmanlı ile tanışma yapılır. Prens karakterinin bir sahnede dediği gibi “bir ucundan bir ucuna 15 dakikada gidilen” belki de dünyanın en küçük ülkesinin kraliyet üyesi koskoca Osmanlı İmparatorluğu'na getirilmiştir ve dahası Osmanlı İmparatoru tarafından çağrılmıştır. Prens bunun şokunu yaşamaktadır.

Prens'in Osmanlı Sarayındaki macerasında tarihi karakterlerle karşılaşması ince bir mizah ile harmanlanmıştır. Öncelikle Prens, Sultan II. Mehmet'in adının Fatih, soyadının Mehmet olduğunu zannetmektedir. Tarihsel bir bilgi de Sangu üzerinden mizahla verilir. Bu bilgi Sultan II. Murat'ın 1444 yılında tahtı 12 yaşındaki oğlu II. Mehmet'e devretmesidir. Tahtta küçük yaşta birisinin olması Avrupa karşısında riskli bir durum yaratınca II. Murat 1446'da tekrar tahta geçmiştir. II. Mehmet'in tahta geçmesi 1451 yılında babasının ölümüyle olmuştur.

Dizide Elçi Sangu karakteri II. Mehmet'in ilk tahta geçtiği dönemde bir mesaj getirmiş ve küçük yaşta bir sultan görünce "Aaa çocuk!" diye mırıldanmıştır. Bir süre sonra tekrar geldiğinde II. Murat'ı tahtta görmüştür. Şimdi de Sultan II. Mehmet'in kendisini hatırlayıp da söylediği sözü duymuş olabileme ihtimalinden dolayı korkmaktadır.

Prens, Van Dijk, Elçi Sangu ve Köle karakterlerinin Osmanlı Sarayını ziyaretlerinde Fatih Sultan Mehmet ve çevresindeki tarihi kişilikler Prens'in karşısına çıkarlar ve çeşitli sahnelerde tarihsel rolleriyle temsil edilirler. Hatta Kristof Kolomb dahi Osmanlı Sarayı'na gelir. Elçi Sangu, Kolomb'un ajan olduğundan şüphelenir. Yalan yanlış belli kelimeleri bildiği İngilizcesiyle onunla konuşur. Keşifleri için Osmanlı Sultanından gemi istemeye gelen Kolomb'un "ship" kelimesini koyun anlamına gelen "sheep" ile karıştırır. Ona birkaç koyun verilir saraydan yollanmasına kendince yardımcı olur. Bu sahne hep merak edilen Osmanlı İmparatorluğu'nun neden coğrafi keşifler yapmadığı sorusuna mizahi bir cevap olarak çekilmiş gibidir. Tarihçilerin üzerinde tartıştığı bu konunun birçok nedeni bulunmaktadır ve başka bir tarihi çalışmanın konusudur.

Prens, Elçi Sangu ve Köle karakterlerinin İstanbul'da Osmanlı sarayındaki komik maceraları sırasında tarihi kişilikleri de dizinin evreninde görmek mümkündür. Prens, Fatih Sultan Mehmet'i görene kadar her karşılaştığı kişiyi o zanneder ve selamlar. Prens önce Fatih Sultan Mehmet'in hocası Akşemsettin ile karşılaşır. Akşemsettin hem din alimi olarak hem de tıp ve eczacılık alanındaki bilgileriyle öne çıkan tarihi bir kişiliktir. Onun en belirleyici katkısının, İstanbul'un fethi sırasında askerî ve siyasî karamsarlığın doruğa ulaştığı anlarda Padişah Fatih Sultan Mehmet'e sağladığı güçlü manevi teşvik ve kararlılık olduğu bilinmektedir. Asıl adı Şemseddin Muhammed bin Hamza'dır. Dizide bu ad da zikredilir. Prens karakteri bu adı çok uzun bulduğundan ve aklında tutamayacağından Lala Bey diye hitap etmeye devam eder.

Prens'in Akşemsettin ile sohbetinde Fatih Sultan Mehmet'in edebi yönüne de değinilir. Akşemsettin, Sultan'ın sanata, edebiyata, ilime ve daha birçok yeniliğe aşina olduğunu; onu da zamanının diğer hükümdarlarından ayıran en büyük özelliğinin bu olduğunu söyler. Sultan'ın şiirini okur, Elçi Sangu devamını getirir. Prens'in bundan tabii ki hiç haberi yoktur. Tarihsel gerçeklikte Fatih Sultan Mehmet'in Avni mahlasını kullanarak şiir yazdığı bilinmektedir. Ölümünden sonra bu şiirler Avni Divanı adı altında toplanmıştır.

Dizide Akşemsettin, Prens ve yanındakileri Gedik Ahmet Paşa'ya teslim eder. Gedik Ahmet Paşa İstanbul'un fethinden sonraki dönemde Osmanlı İmparatorluğu'nda önemli rol oynamış bir kişidir. Karaman Beyliği'nin, Kırım'daki Ceneviz kolonilerinin, İtalya'da Otranto'nun fethini gerçekleştirmiştir. Veziriazamlık görevinde de bulunmuştur.

Gedik Ahmet Paşa karakteri Prens, Sangu ve Köle'yi hamama gönderir. Hamam sonrası onları Zağanos Paşa'ya götürür. Zağanos Paşa tarafından usul bilmez davranışından dolayı Prens sertçe azarlanır. Sonra yer sofrasında yemek yerler. Karakterler Zağanos Paşa'dan Macarların Bongomia'dan aniden çekilişini, Venedik'e Prens'in neden çağrıldığı gibi gerçekleri öğrenirler. Zağanos Paşa durumu şöyle anlatır: “Şimdi beni iyi dinleyin. Macarların Bongomia'yı terk etmesini hünkarıma borçlusunuz. (...) Osmanlıyla savaştıkları kudrette değillerdi. O yüzden çok da uzatmadan çıktılar Bongomia'dan. Fakat Kraliçe Mary bir ittifak kuruyor. (...) Hollandalı kaptanın ahababı olduğunu öğrenince onun da yardımıyla seni Venedik'e gönderttik. Maksat validenle karşılaşmaktır. (...) amacımız seni Venedik'in başına geçirip kurulan ittifaka güçlü bir liman şehrinin eklenmesine müsaade vermemektir. Fakat sen beceremediğin gibi hasmın olan ağabeyini orada bıraktın. Muhtemeldir ki Venedik'in başına o geçecek.(...) Yani sözün özü inci gibi işlenmiş bir planı salaklığınla hiç ettin.”

Dizide Zağanos Paşa'nın sadrazam görevinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu da, 1453-1456 yılları arasına denk düşmektedir. Zağanos Paşa ile konuşma sahnesinde pencereden Fatih Sultan Mehmet'in gölgesi görünür. Gölge, Sultan'ın tıpkı Venedikli ressam Gentile Bellini'nin tablosundaki görünüşünün silüetidir.

Prens'in de katıldığı, Fatih Sultan Mehmet'in divan toplantısında bir başka tarihi kişilik olan Nişancı Karamanlı Mehmet Paşa ile Prens arasında komik bir diyalog yaşanır. Karamanlı Mehmet Paşa tarihsel gerçeklikte nişancılık göreviyle Osmanlı Divan-ı Hümayun'unda resmi yazışmaları, fermanları ve beratları düzenleyen, ayrıca padişahın tuğrasını çeken yüksek dereceli bürokrattır. Fatih Kanunnamesi'nin hazırlanmasında ve sistemleştirilmesinde de önemli rol oynamıştır. 1477-1481 yılları arasında Fatih Sultan Mehmet döneminde sadrazamlık yapmıştır.

Prens'in Fatih Sultan Mehmet ile olan sohbetleri ise İstanbul'un fethi, Vlad, Osmanlı karşılarındaki ittifak gibi konulardan oluşur. Prens,

İstanbul'un 53 günde alınmış olmasını merak eder ve Sultan'a sorar. Haritaya bakarak "Peki bu gemileri buradan nasıl soktunuz? Böyle çok kalın bir zincir çekilmişti diye söylenmişti bize ama," der. Fatih gemileri karadan yürüttüğünü söyleyince Prens bunu espri olarak algılar, Fatih'in ciddi olduğunu sonra anlar.

Fatih Sultan Mehmet karakteri Prens'e "Asıl mesele Venedik, onlar da ittifaka katılınca görece güçlü bir hale geldiler" der. Tarihsel gerçeklikte Fatih Sultan Mehmet'in yükselişi ve fetihleri (özellikle İstanbul'un fethi), Hristiyan Avrupa'da büyük bir endişeye neden olmuş ve kendisine karşı Haçlı Seferi düzenleme girişimleri ve askeri birlikler toplanmıştır. Dizide de Macar Krallığı, Fransa ve Venedik'in ittifakı sahnelenir. Tarihsel gerçeklikte 1456'da Macaristan'a geçiş noktası durumundaki Belgrad Osmanlı İmparatorluğu tarafından kuşatılmıştır. Bu kuşatmaya karşı Papa'nın çağrısıyla bir Haçlı Ordusu harekete geçmiştir. Osmanlı ordusu bu direniş karşısında zafer elde edemeden geri çekilmiştir. Bu orduda Macar komutan János Hunyadi de bulunmaktadır.

Bununla birlikte Fatih döneminde Venedik ile 16 yıl gibi uzun süren savaşlar yaşanmıştır. Fatih Sultan Mehmet'in Akdeniz, Ege ve Adriyatik'te, denizdeki gücünü arttırması da bu savaşlarda büyük etkindir. Dizide de kraliçelerin konuştuğu sahnede Osmanlı donanmasından bahsedilmektedir. Ayrıca Osmanlılar Arnavutluk, Rodos ve İtalya'nın güneyinde Otranto'daki savaşlar karşısında da Papa destekli direnişlerle karşılaşmıştır. Ancak Hristiyan dünyası içindeki mezhep ayrılıkları ve çıkar çatışmaları Fatih Sultan Mehmet karşısında büyük ve uzun ömürlü bir blok oluşturmayı engellemiştir.

Dizide Fatih'in Prens'ten isteği Eflak Voyvodası Vlad'ı bulmasıdır. Son karşılaşmasında Fatih'in elinden yaralı olarak kurtulmuştur. Fatih, sakın ve sinsi olan Vlad'ı çileden çıkarmayı başardığı için Prens'in Vlad'ı bulmasını istemektedir.

Sonuç

Prens dizisi, tarihsel olayları konu edinen geleneksel dönem yapımlarından farklı olarak, Ortaçağ Avrupa'sını mizah, parodi ve absürt öğeler üzerinden yeniden kuran hibrit bir anlatı evreni sunmaktadır. Dizi, tarihsel gerçekliği birebir aktarmak yerine, gerçek tarihsel kişilikler ile tamamen kurgusal karakter ve mekânları harmanlayarak kendine özgü bir tarihsel temsil biçimi yaratır. Bu yönüyle "tarihsel gerçekliğin

izdüşümleri” kavramı, dizinin hem estetik yaklaşımını hem de anlatısal stratejisini açıklamak açısından işlevsel görünmektedir.

Macar Krallığı, Bosna, Sırbistan, Arnavutluk, Saksonya ve Fransa gibi gerçek tarihsel güçlerin dizideki karşılıkları incelendiğinde, yapımın tarihsel figürleri bilinçli biçimde dönüştürdüğü, kronolojileri esnettiği ve olayları komik etkiyi güçlendirecek biçimde yeniden yorumladığı görülmektedir. Anjoulu Stefan, Kraliçe I. Mary veya Kral I. Lajos gibi tarihsel kişilerin dizi içindeki parodileştirilmiş temsilleri, izleyicinin hem tarihsel referansları tanımasını hem de anlatının absürt mizahını kavramasını sağlayan bir köprü işlevi görür. Bu bağlamda dizinin tarihsel gerçeklikle kurduğu ilişki, doğruluk iddiasından çok yaratıcı bir yeniden kurma çabasına dayanmaktadır.

Dizinin temeli, Giray Altınok’un sosyal medyada yarattığı bir anti-kahraman karakterine dayanırken, Bongomia'daki Prens karakterinin anti-kahraman özellikleri, anlatının çarpıcı temelini oluşturmaktadır.

Dizinin kurmaca evreni, tarihsel güç dengelerinin karikatürize edildiği, anti kahraman Prens’in eylemleri üzerinden sürekli değişen ilişkilerin sahnelendiği bir evrendir. Bongomia’nın komşu devletlerle ilişkilerinin neredeyse tamamının Prens’in gaffları, bencilliği veya basiretsizliği nedeniyle bozulması, tarihsel siyaset alanını absürt kişisel davranışların etkisiyle yorumlayan bir yaklaşımı ortaya koymaktadır.

Anlatısal düzlemde dizi, Fransa ve İngiltere arasındaki Yüzyıl Savaşları’ndan (VI. Charles’ın akıl sağlığı, Jeanne d’Arc figürünün varlığı) Osmanlı İmparatorluğu’nun Akdeniz’deki yayılmasına (Fatih Sultan Mehmet, Gedik Ahmet Paşa, Akşemsettin ve Nişancı Karamanlı Mehmet Paşa), Vlad Tepeş’in intikam arayışına ve Macar-Venedik ittifakına uzanan gibi geniş bir tarihsel yelpazeyi kurgusal Bongomia üzerinden başarıyla harmanlamıştır. Özellikle Orléans Kuşatması gibi tarihi olaylara yapılan ince göndermeler, kurgusal karakterler aracılığıyla aktarılacak, hem dönemin karmaşık siyasi yapısı hem de karakterler arasındaki kişisel çatışmalar mizahi bir dille desteklenmiştir. Prens’in aymazlığı ve hataları, Osmanlı’nın Venedik’i kontrol altına alma planını altüst etmesi gibi olaylar, tarihsel dönemi parodi yoluyla güncel bir izleyici kitlesine aktarmaktadır. Ayrıca Prens dizisinin kurgusallığa da yer vererek yarattığı bu anlatısı izleyiciyi de eleştirel düşüncüyü teşvik etme ve izleyiciyi tarihi bağlamları sorgulamaya yöneltme potansiyelini de ortaya koyduğu söylenebilir.

Teknik açıdan, MGX Stüdyoları'nda sanal prodüksiyon teknolojisiyle (LED duvarlar ve Unreal Engine) çekilmiş olması, "Prens" dizisini Türkiye'deki görsel sanatlar ve dizi yapımcılığı açısından da öncü bir konuma taşımaktadır. Gerçek zamanlı sanal dekorlar, prodüksiyon kalitesine ve oyuncu performansına önemli bir avantaj sağlamaktadır. Aynı zamanda anlatı, tarihsel bir dekorun içinde geçse de zamansal ve mekânsal sınırları genişletilmiş bir oyun alanına dönüşür.

Sonuç olarak Prens, tarihsel gerçeklikten beslenen ancak ona sadakat iddiası taşımayan aksine tarihsel olguları mizahi ve eleştirel bir süzgeçten geçirerek yeniden üreten bir anlatı örneği olarak değerlendirilebilir. Dizi, tarihsel karakterlerin ve olayların parodileştirilmesiyle izleyiciye hem eğlenceli bir deneyim sunmakta hem de tarihsel temsilin sınırları, olasılıkları ve dönüşüm biçimleri üzerine düşünme imkânı yaratmaktadır. Böylece Prens, Türk yapımlarında tarih-mizah ilişkisinin özgün bir örneğini oluşturarak dijital platform üretimlerinde farklı bir konum edinmektedir.

KAYNAKÇA

- Altuntaş, B. (2024, Nisan 16). Giray Altınok Prens dizisindeki karakterlerin adlarını Maçkolik'ten bulmuş. <https://www.youtube.com/watch?v=rCtqBnvAtE>
- Britannica Editors (2025, January 21). Ferdinand I. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Ferdinand-I-king-of-Naples>
- Dupré, E. (1910). La folie de Charles VI, Roi de France. *Revue des Deux Mondes* 60 : 835-66. <https://www.jstor.org/stable/44800509>
- Feil, D.K. (1998). How Venetians Think About Carnival and History. *The Australian Journal of Anthropology*, 9: 141-162. <https://doi.org/10.1111/j.1835-9310.1998.tb00205.x>
- Hautgen, T. (2017). Le « cas » Charles VI vu par les psychiatres. *PSN*, 15(2), 35-40. <https://shs.cairn.info/revue-psn-2017-2-page-35?lang=fr>
- Hekster, O. J. (2000). Commodus: Rome's third maddest emperor. *Omnibus*, 40, (2000), pp. 2-3. <https://repository.ubn.ru.nl/handle/2066/104491>
- Heper, Y. (2023). Sultan Mehmed'in Eflâk Prensi III. Vlad Drakula (Kazıklı Voyvoda) İle Olan Mücadelesi. *ABAD*, 6(12), 431-451. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3333637>
- <https://www.histoire-france.net/moyen/jeanne-darc>
- <https://www.instagram.com/reel/C55cSbOx2nx/>
- Linkous, H. L. (2001). Gladiator sports in three societies: A comparative-historical study (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). University of Colorado at Denver.
- MGX Studio , <https://www.studiomgx.com/tr/>
- Pallardy, R. (2025, October 28). Vlad the Impaler. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Vlad-the-Impaler>
- Sheposh, R. (2023) Republic of Pirates, <https://www.ebsco.com/research-starters/history/republic-pirates>
- Tanilli S. (2006). *Uygurlık Tarihi*. İstanbul: Alkım.
- Tezan, H. C. (2024). *Making of Prens*. MGX.

VERİ GAZETECİLİĞİNDE ETKİLEŞİM VE VERİYE ERİŞİM PRATİKLERİ: DİJİTAL HABERCİLİĞİN YAPISAL DÖNÜŞÜMÜ

Süleyman Türkoğlu*

GİRİŞ

Gazetecilik, toplumsal gerçekliğin kamusal alanda inşa edilmesi ve dolaşıma sokulması açısından tarihsel olarak merkezi bir rol üstlenmiştir. Ancak bu rol, teknolojik gelişmeler, üretim ilişkilerindeki dönüşümler ve bilgiye erişim biçimlerinin değişmesiyle birlikte sürekli olarak yeniden tanımlanmaktadır. Özellikle dijitalleşme süreci, gazeteciliğin yalnızca teknik araçlarını değil; haber üretim pratiklerini, mesleki normlarını ve gazeteci-okuyucu ilişkisini de köklü biçimde dönüştürmüştür. Dijital medya ortamlarında artan veri üretimi, büyük veri kümelerinin yaygınlaşması ve algoritmik sistemlerin bilgi dolaşımındaki belirleyici konumu, gazeteciliğin veriye dayalı bir yapıya evrilmesini hızlandırmıştır.

Bu dönüşümün en belirgin yansımalarından biri, verinin haberin destekleyici bir unsuru olmaktan çıkarak, haber anlatısının kurucu bileşeni hâline geldiği veri gazeteciliğinin ortaya çıkmasıdır. Veri gazeteciliği, sayısal verilerin analiz edilmesi, bağlama oturtulması ve görselleştirilerek kamuoyuna sunulması süreçlerini içeren çok katmanlı bir habercilik pratiği olarak tanımlanmaktadır. Bu yönüyle veri gazeteciliği, dijital çağda araştırmacı gazeteciliğin yeniden yapılandırılmasına olanak sağlarken; aynı zamanda gazetecinin rolünü teknik bilgi, analitik beceri ve etik sorumluluk temelinde yeniden konumlandırmaktadır.

Dijital medya ortamlarında veri gazeteciliğinin gelişimi, veriye erişim olanaklarının artmasıyla doğrudan ilişkilidir. Açık veri portalları, ulusal ve uluslararası istatistik kurumları, sivil toplum kuruluşları ve dijital platformlar tarafından üretilen veri setleri, gazeteciler için yeni haber kaynakları sunmaktadır. Bununla birlikte veriye erişim, yalnızca teknik bir olanak meselesi olarak ele alınamaz. Verinin hangi koşullarda üretildiği, kimler tarafından erişilebilir kılındığı ve hangi etik, hukuki ve

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, turkoglus@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2102-678X

politik sınırlar içerisinde kullanıldığı, veri gazeteciliğinin güvenilirliği ve toplumsal etkisi açısından belirleyici olmaktadır.

Bu noktada veri gazeteciliği ile veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki önem kazanmaktadır. Veri okuryazarlığı, bireylerin ve özellikle gazetecilerin veriyi anlama, yorumlama, analiz etme ve değerlendirme yetkinliklerini kapsayan bütüncül bir yeterlilik alanını ifade etmektedir. Eleştirel düşünme ise verinin tarafsız ve nesnel bir gerçeklik sunduğu varsayımını sorgulayarak, verinin üretim süreçlerini, metodolojik sınırlılıklarını ve olası önyargılarını görünür kılmaktadır. Dolayısıyla veri gazeteciliği, veriyi yalnızca teknik bir kaynak olarak değil; toplumsal, politik ve etik boyutları olan bir bilgi pratiği olarak ele alan eleştirel bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır.

Öte yandan dijital medya, veri gazeteciliğini etkileşim temelli bir iletişim pratiğine dönüştürmektedir. Etkileşimli grafikler, haritalar ve veri görselleştirmeleri aracılığıyla okuyucular, haber içeriğiyle pasif bir ilişki kurmak yerine veriyi keşfeden, karşılaştıran ve yorumlayan aktif aktörler hâline gelmektedir. Bu durum, veri okuryazarlığını yalnızca gazeteciler için değil, aynı zamanda okuyucular için de önemli bir kamusal yetkinlik alanı hâline getirmektedir. Böylece veri gazeteciliği, demokratik kamusal alanın güçlenmesine katkı sunan katılımcı bir habercilik pratiği olarak öne çıkmaktadır.

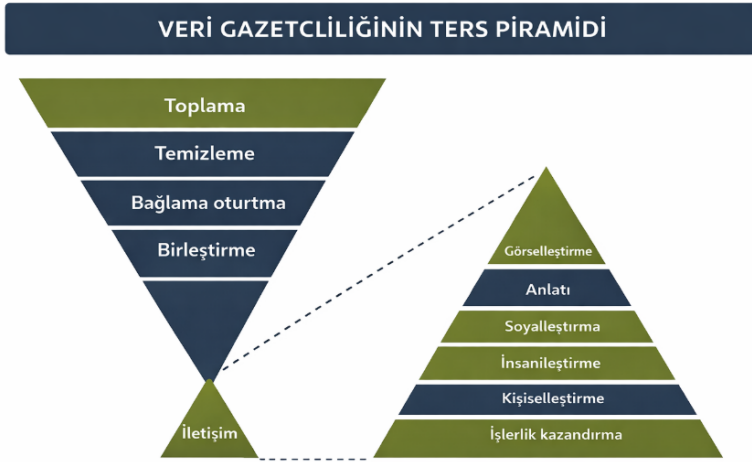
Bu çalışma, dijital medyada veri gazeteciliği pratiklerini veriye erişim, etkileşim, veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme eksenlerinde ele almayı amaçlamaktadır. Çalışmada, veri gazeteciliğinin dönüşen gazetecilik pratikleri içerisindeki yeri kuramsal bir çerçevede tartışılmakta; veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünmenin, nitelikli, güvenilir ve kamusal yarar odaklı haber üretimindeki belirleyici rolü ortaya konulmaktadır.

Veri Gazeteciliği Kavramı ve Dönüşen Habercilik Pratikleri

Veri gazeteciliği, geleneksel gazetecilik anlayışından farklı olarak veriyi yalnızca haber içeriğini destekleyen ikincil bir unsur olarak değil, haberin kurucu ve belirleyici bileşeni olarak ele alan çağdaş bir habercilik pratiğidir. Sayısallaşan kamusal bilgiler, istatistiksel veri setleri ve açık veri portallarının yaygınlaşması, gazetecilerin bilgiye erişim pratiklerini çeşitlendirmiş; bu durum haber üretim süreçlerinde yapısal bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Söz konusu dönüşüm, gazetecilerin veri okuryazarlığı, temel istatistik bilgisi ve dijital araç kullanımına yönelik

yeni yetkinlikler geliştirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu yönüyle veri gazeteciliği, şeffaflık, hesap verebilirlik ve kamusal denetim işlevlerini güçlendiren bir habercilik yaklaşımı olarak öne çıkmaktadır.

Veri gazeteciliği alanındaki öncü çalışmalarıyla bilinen Adrian Holovaty, 2016 yılında yayımladığı çalışmasında haber kuruluşlarının geleneksel, hikâye merkezli anlatım biçimlerinden uzaklaşarak veriye dayalı bir habercilik anlayışına yönelmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Holovaty'ye göre büyük veri kümelerinin analizi, haber içeriklerine yalnızca niceliksel değil, aynı zamanda analitik ve bağlamsal bir derinlik kazandırmaktadır (Holovaty, 2016). Bu yaklaşım, gazeteciliği olayların yüzeysel aktarımına dayalı bir pratik olmaktan çıkararak açıklayıcı ve veri temelli bir modele dönüştürmektedir.



Şekil 1: Veri gazeteciliğinde ters piramit modeli (Bradshaw, 2011)

Hem akademisyen hem de gazeteci olan Paul Bradshaw (2011), veri gazeteciliği için geliştirdiği “ters piramit” modelinde, ham verinin kitlelere aktarım sürecini altı temel aşama üzerinden ele almaktadır. Buna göre veri gazetecisi, sayısal verilerin ne anlama geldiğini okuyucunun kolaylıkla anlayabileceği biçimde sunmalı; bu sürecin ilk adımında veriyi görselleştirerek anlaşılabilir kılmalıdır. Ardından veriler, gündelik yaşamla ilişkilendirilen benzetmeler yoluyla bağlamsallaştırılmalı ve

sosyalleştirilerek kamu katılımına açılmalıdır. Bu aşamada interaktif görselleştirmeler, oyunlaştırma ve kitle kaynak kullanımı önemli araçlar olarak öne çıkmaktadır. İnsanileştirme süreci, verilerin insan ölçeğinde açıklanarak neden önemsenmesi gerektiğini görünür kılmayı amaçlarken; kişiselleştirme aşaması, okuyucuların kendi verilerini kullanarak haber anlatısını bireysel düzeyde deneyimleyebilmelerine olanak tanımaktadır. Sürecin son aşamasında ise gazetecinin, verinin gündelik yaşamda kullanılabilirliğini artıracak uygulamalara katkı sunması beklenmektedir (Bradshaw, 2011).

Dijitalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan “büyük veri” olgusu, veri gazeteciliğini habercilik alanında merkezi bir konuma taşımıştır. Büyük veri, yüksek hacimli ve çeşitli veri setlerini kapsamakla birlikte (Parks, 2014, s. 355), bu verilerin depolanması, analiz edilmesi ve görselleştirilmesini içeren bütüncül bir işleme sürecini ifade etmektedir (Parasie, 2014). Büyük veri analitiği çerçevesinde geliştirilen algoritmalar, geniş veri kümelerinin anlamlı hâle getirilmesini mümkün kılmakta; bu durum, haberlerin daha önce mümkün olmayan ölçüde derinlemesine ve kapsamlı biçimde ele alınmasına olanak sağlamaktadır. Bu yönüyle veri gazeteciliği, araştırmacı gazeteciliğe yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Veri gazeteciliği, habercilik pratiğini pasif bir bilgi tüketimi sürecinden çıkararak okuyucunun aktif katılımına dayalı bir yapıya dönüştürmektedir. Ham verilerin okurla paylaşılması, haber üretim sürecinin şeffaflığını artırmakta ve okuyuculara haberlerin doğruluğunu denetleme imkânı sunmaktadır. Bununla birlikte okuyucular, paylaşılan veri setlerini farklı açılardan inceleyerek haber metninde yer almayan yeni ilişkiler kurabilmekte ve daha derinlemesine anlamlar üretebilmektedir (Narmanlıoğlu, 2021, s. 53). Bu durum, veri gazeteciliğinin demokratikleştirici potansiyelini güçlendirirken medya ile toplum arasındaki etkileşimi de yeniden tanımlamaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, toplumun tüm kesimlerinde veri üretim ve tüketim süreçlerini hem niceliksel hem de niteliksel açıdan önemli ölçüde artırmıştır. Bu dönüşüm, bireylerin gündelik pratiklerinden kurumsal ve yönetsel yapılara kadar uzanan geniş bir alanda verinin temel bir karar alma ve anlam üretme aracına dönüşmesine yol açmıştır. Buna paralel olarak, verinin hangi koşullarda üretildiği, nasıl dolaşıma sokulduğu ve hangi amaçlarla kullanıldığına

ilişkin eleştirel sorgulamalar da giderek önem kazanmıştır. Bu bağlamda veriyle kurulan ilişkinin yalnızca teknik bir süreçle sınırlı olmadığı; toplumsal, etik ve politik boyutları da içeren çok katmanlı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu süreç, bireysel yaşam pratiklerinden yönetsel ve kurumsal yapılara kadar uzanan geniş bir etki alanı yaratarak “veri çağı” olarak tanımlanan yeni bir toplumsal evrenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bireyler, çoğu zaman farkında olmaksızın, kamu kurumlarından özel sektöre uzanan çok sayıda aktör tarafından sürekli biçimde veri üreticisi ve aynı zamanda veri nesnesi hâline gelmektedir. Ortaya çıkan bu büyük veri yığınları, yönetim süreçlerini ve toplumsal yaşamı dönüştürme potansiyeline sahip olmakla birlikte, verilerin anlamlı biçimde analiz edilmesi, yorumlanması ve eleştirel bir süzgeçten geçirilmesi gerekliliğini de beraberinde getirmektedir.

Verilerin doğru biçimde işlenmesi, analiz edilmesi ve görselleştirilmesi; toplumsal sorunların görünür kılınmasına, kamu politikalarının etkinliğinin artırılmasına ve bireylere sunulan hizmetlerin iyileştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda gazeteciliğin veriye dayalı bir üretim sürecine yönelmesi, medyanın kamusal işlevi açısından kritik bir önem taşımaktadır. Veri temelli habercilik, derinlemesine inceleme olanağı sunarak medyanın “dördüncü güç” rolünü pekiştirmekte; yönetsel yapıların hesap verebilirliğini artırmakta ve kurumsal şeffaflık üzerinde baskı unsuru oluşturmaktadır. Aynı zamanda hatalı uygulamaların görünür kılınmasına katkı sağlayarak kamu yararını güçlendirmektedir.

Haber üretiminde veriye dayalı yaklaşımların benimsenmesi, gazetecilik pratiğinde nesnellik ve doğrulanabilirlik düzeyini artırmakta; bu durum okuyucuların medyaya duyduğu güvenin yeniden tesis edilmesine katkı sunmaktadır. Bu yönüyle veri gazeteciliği, medya kuruluşlarına duyulan güvenin güçlendirilmesi, toplumsal katılımın artırılması ve demokratik şeffaflığın sağlanması açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Veri gazeteciliği kavramının gelişiminde etkili olan aktörlerden biri olan WikiLeaks’in kurucusu Julian Assange, bu alandaki temel vurgunun nesnellikten ziyade şeffaflık olması gerektiğini savunmaktadır. Assange’a göre veri setlerinin açık ve erişilebilir biçimde paylaşılması, kamuoyunun bilgilendirilmesini ve yönetsel yapıların hesap verebilir hâle gelmesini

mümkün kılmaktadır. Bu yaklaşımın, medyanın geleneksel dördüncü güç işlevini güçlendirdiği ifade edilmektedir (Lynch, 2012).

Epistemolojik açıdan değerlendirildiğinde veri gazeteciliği, bilgisayar destekli gazetecilikten ayrılmaktadır. Coddington'a (2015, s. 335) göre veri gazeteciliği, okuyucuları pasif bilgi alıcıları olarak değil; hakikatin ve ahlaki taleplerin inşasında gazetecilerle birlikte etkin aktörler olarak konumlandırmaktadır. Bu bağlamda veri gazeteciliğinin bilimsel yönü, okuyucunun kaynak materyalle kurduğu ilişkiye dayanırken; demokratikleştirici işlevi, gazetecilerin bireysel otoritesinden ziyade verilerin şeffaflığı ve erişilebilirliğinden kaynaklanmaktadır (Hammond, 2017).

Bir süreç olarak veri gazeteciliği; verinin toplanması, filtrelenmesi, düzenlenmesi, analiz edilmesi, görselleştirilmesi ve bağlama oturtulması aşamalarından oluşmaktadır. Bu çok aşamalı yapı sayesinde karmaşık toplumsal meseleler daha anlaşılır hâle getirilmekte ve kamuoyu daha nitelikli biçimde bilgilendirilmektedir. Veri gazeteciliği, yalnızca olayları aktarmakla sınırlı kalmamakta; neden-sonuç ilişkilerini görünür kılarak derinlemesine analizler sunmaktadır. Bu durum, demokratik süreçleri güçlendirmekte ve vatandaşların karar alma mekanizmalarına daha etkin katılımını teşvik etmektedir.

Yeni medya düzeniyle birlikte gazetecinin rolü de önemli ölçüde dönüşmüştür. Gazeteciler, haberi ilk aktaran aktörler olmaktan ziyade, verileri anlamlandıran ve soyut veri kümelerini okuyucuların gündelik yaşamlarıyla ilişkilendirilebilecek somut bilgilere dönüştüren rehberler hâline gelmiştir (Lorenz, Kayser & McGhee, 2011).

Sonuç olarak veri gazeteciliği, geleneksel gazetecilik pratiklerine sayısal verileri ve istatistiksel yöntemleri entegre ederek haber üretiminde yeni bir paradigma ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, haberlerin daha nesnel, doğrulanabilir ve derinlemesine incelenmesini mümkün kılmakta; medyanın kamusal sorumluluğunu güçlendirmektedir. Veri gazeteciliği sayesinde haberler, toplumsal bağlamla daha güçlü ilişkiler kuran, daha güvenilir ve daha anlamlı bir yapıya kavuşmaktadır.

Veri Gazeteciliğinde Veriye Erişim

İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim ve internet ortamında artan veri yoğunluğu, gazetecilik pratiklerinin dönüşümünü ve gelişimini hızlandırmıştır. Bu dönüşümün güncel ve önemli yansımalarından biri,

veriye dayalı habercilik anlayışı olarak tanımlanan veri gazeteciliğinin ortaya çıkmasıdır (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012). Veri gazeteciliğinde veriye erişim pratikleri, yalnızca teknik olanaklar ve açık veri politikalarıyla sınırlı bir süreç değil; aynı zamanda etik, hukuki ve yapısal boyutları olan çok katmanlı bir alanı ifade etmektedir. Büyük veri ve veri gazeteciliği uygulamaları, kullanıcı gizliliğinin ihlali, bilgi güvenliğinin yeterince sağlanamaması, gazetecinin faillüğünün algoritmik süreçler karşısında zayıflaması ve veriye erişim imkânlarının eşitsiz dağılması gibi temel sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar, veriye erişimin niteliği kadar, bu erişimin hangi koşullarda ve hangi sorumluluklar çerçevesinde gerçekleştirildiğini de tartışmaya açmaktadır.

Veriye erişim sürecinde karşılaşılan en önemli etik sorun alanlarından biri kullanıcı gizliliğidir. Büyük verinin “kamuya açık” olarak tanımlanması, kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin açık rıza olmaksızın araştırma ve haber üretim süreçlerine dâhil edilmesine zemin hazırlayabilmektedir (Boyd ve Crawford, 2012, s. 209). Bununla birlikte, veri gazeteciliği bağlamında erişilebilir olan her veri, etik açıdan kullanılabilir veri anlamına gelmemektedir. Kullanıcıların önemli bir kısmı, ürettikleri içeriklerin farklı bağlamlarda yeniden kullanılabileceğinin ve bu içeriklerin algoritmik sistemler aracılığıyla uzun süreli olarak depolanabileceğinin farkında değildir.

Bu noktada veri gazetecisinin rolü, yalnızca veriye ulaşan bir aktör olmanın ötesine geçerek, erişilen verinin kaynağına, üretim koşullarına ve potansiyel etkilerine karşı hesap verebilirlik geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Akademik çalışmalarda insana dayalı araştırmalar etik kurul onayına tabi tutulurken, veri gazeteciliğinde veriye erişim pratiklerinin çoğu zaman benzer bir etik denetim mekanizmasından yoksun olduğu görülmektedir. Mevcut etik kurulların ve düzenleyici çerçevelerin, büyük veri madenciliği ve anonimleştirme süreçlerinin verilerin yeniden kişisel olarak tanımlanabilir hâle gelmesi riskini yeterince dikkate alamaması, veri gazeteciliğinde etik boşluklar yaratmaktadır.

Veriye erişim, veri gazeteciliği sürecinin ilk ve en kritik aşamasını oluşturmaktadır. Gazeteciler, kamu kurumları tarafından yayımlanan açık veri portalları, ulusal ve uluslararası istatistik kurumları, sivil toplum kuruluşları ve araştırma merkezleri aracılığıyla veri temin etmektedir. Bunun yanı sıra bilgi edinme hakkı başvuruları, kazıma (web scraping) teknikleri ve saha araştırmaları da veriye erişimde kullanılan yöntemler

arasında yer almaktadır. Ancak veri setlerinin eksik, güncel olmayan ya da standartlaştırılmamış biçimde sunulması, veri gazeteciliği uygulamalarında önemli sınırlılıklar yaratmaktadır. Bu durum, gazetecilerin veriyi temizleme, doğrulama ve bağlamsallaştırma süreçlerine daha fazla zaman ayırmasını gerektirmektedir.

Etkileşim Odaklı Veri Gazeteciliği Uygulamaları

Gazetecilik, geleceğe yön veren ve geleceğe ilişkin toplumsal anlayışın şekillenmesinde rehberlik eden temel bir kamusal faaliyettir. Günümüz gazeteciliği, değişen maddi üretim koşulları, haber üretiminde kullanılan yöntemler ve doğru bilginin aktarımını mümkün kılan teknolojik gelişmeler doğrultusunda dönüşüm geçirmektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle biçimlenen bu yeni gazetecilik anlayışında, artan veri yoğunluğu ve bu verileri analiz edebilme yetkinliğine sahip gazeteciler giderek daha merkezi bir konuma gelmektedir. Bu bağlamda veri gazeteciliği, çağdaş araştırmacı gazetecilik anlayışıyla örtüşen bir habercilik pratiği olarak öne çıkmaktadır (Türkoğlu, 2021, s. 145). Dijitalleşmenin gazetecilik pratiklerini dönüştürdüğü bu çerçevede etkileşim, veri gazeteciliğinin okuyucu ile kurduğu ilişkinin temel bileşenlerinden biri hâline gelmiştir.

Etkileşim, veri gazeteciliğinin okuyucu ile kurduğu ilişkinin temel bileşenlerinden biridir. Etkileşimli grafikler, haritalar ve veri görselleştirmeleri, okuyucunun haber içeriğiyle aktif bir ilişki kurmasını sağlamaktadır. Bu tür uygulamalar, kullanıcıların veri setleri üzerinde filtreleme yapmasına, karşılaştırmalar gerçekleştirmesine ve kişiselleştirilmiş bilgiye ulaşmasına olanak tanımaktadır. Böylece haber, tek yönlü bir anlatı olmaktan çıkarak katılımcı ve keşif temelli bir deneyime dönüşmektedir. Etkileşimli veri gazeteciliği, okuyucunun haberi anlama düzeyini artırırken, veri okuryazarlığını da desteklemektedir.

Etkileşim, iletişim ve yeni medya literatüründe yalnızca teknolojik bir özellik olarak değil, medya kullanıcılarının konumunu ve içerikle kurdukları ilişkiyi belirleyen kurucu bir kavram olarak ele alınmaktadır. Medya tüketimi sürecinde izleyici konumundan kullanıcı konumuna geçişin ve içerikle kurulan ilişki biçimlerindeki dönüşümün anlaşılabilmesi, etkileşim kavramının tarihsel, teknolojik ve kültürel bağlamlarıyla birlikte değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. Bu çerçevede etkileşim, dijital ortamların sunduğu teknik olanaklarla sınırlı

olmayan; bireylerin medya içerikleriyle kurdukları ilişkiyi yeniden yapılandıran ve anlam üretim süreçlerine aktif katılımını mümkün kılan toplumsal ve kültürel bir pratik olarak tanımlanmaktadır.

Dijitalleşmenin ve ağ temelli medya ortamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte etkileşim, kullanıcıların içerik üzerinde seçim yapma, geri bildirim sunma, içeriği dönüştürme ve yeniden üretme gibi eylemlerini kapsayan çok katmanlı bir süreç hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, medya kullanıcılarının pasif alımlayıcılar olmaktan çıkarak içerik üretim ve dolaşım süreçlerine dâhil olan aktörler olarak konumlanmalarına olanak tanımıştır. Dolayısıyla etkileşim, medya deneyimini bireysel tercihler düzeyinde ele alan yaklaşımların ötesinde; platform tasarımları, algoritmik yönlendirmeler ve güç ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmesi gereken yapısal bir olgu olarak öne çıkmaktadır.

Görsel kültürde “izleyici”, yazılı kültürde ise “okuyucu” olarak tanımlanan özne, yeni medya ortamlarında “kullanıcı” kimliğine evrilmektedir. Bu dönüşüm, bireyin pasif bir alıcı olmaktan çıkarak içerikle çift yönlü bir ilişki kuran, geri bildirim üreten ve içeriğin dolaşımına doğrudan katkıda bulunan bir aktör hâline gelmesiyle ilişkilidir. Çevrim içi medya bağlamında kullanıcıların yalnızca izlemek ya da okumakla yetinmeyip; yorum yapma, paylaşma, yeniden üretme ve içerik oluşturma gibi eylemler aracılığıyla anlam üretim sürecine aktif biçimde katılmaları, etkileşimin yeni medya ekosistemindeki belirleyici rolünü güçlendirmektedir. Bu bağlamda etkileşim, medya içeriklerinin sabit ve tek yönlü yapısını aşarak, sürekli yeniden şekillenen dinamik bir iletişim sürecine dönüşmesini mümkün kılmaktadır (Lister vd., 2009, s. 22).

Lev Manovich (2002), etkileşim kavramını açık ve kapalı etkileşim ayrımı ile ele alarak, medya ile kullanıcı arasındaki ilişkinin yalnızca teknik bir özellikten ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Kapalı etkileşim, kullanıcının önceden belirlenmiş sınırlı seçenekler arasından tercih yapabildiği yapıları ifade ederken; açık etkileşim, insan ile bilgisayar arasındaki ilişkinin kullanıcı girdilerine bağlı olarak dinamik ve gerçek zamanlı biçimde geliştiği daha esnek süreçleri tanımlamaktadır. Bu sınıflandırma, etkileşimin hem sistem tarafından belirlenen sabit unsurlar hem de kullanıcı pratikleri doğrultusunda şekillenen değişken boyutlar içerdiğini göstermektedir. Bununla birlikte Manovich (2002), yeni medyanın etkileşimli olarak tanımlanmasının kavramsal açıdan

sorunlu olduğunu savunarak, geleneksel ya da dijital tüm medya türlerinin farklı düzeylerde etkileşim barındırdığını ileri sürmektedir. Kullanıcının pasif gibi görünen izleme veya okuma eylemlerinin dahi zihinsel süreçler aracılığıyla anlam üretimine dayandığını vurgulayan bu yaklaşım, etkileşimi teknik bir yenilikten ziyade süreklilik gösteren bir medya pratiği olarak ele almaktadır.

McMillan'ın (2005) etkileşim modeli ise insan-insan, insan-sistem ve insan-içerik etkileşimi olmak üzere üç temel boyut üzerinden şekillenmektedir. Özellikle insan-içerik etkileşimi bağlamında alıcı, iletişim sürecinde pasif bir konumdan aktif bir özneye dönüşebilmekte; mesajın anlamını kendi deneyimleri ve bağlamsal yorumları doğrultusunda yeniden inşa edebilmektedir. Bilgisayar aracılı iletişim ortamlarında etkileşim, yalnızca eşzamanlılık ya da hızla sınırlı olmayıp, kullanıcıların kontrol algısı, geri bildirim düzeyi ve deneyimsel katılımı üzerinden şekillenmektedir. Downes ve McMillan'ın (2000) da belirttiği üzere, iletişim tek yönlü ve kullanıcı kontrolü sınırlı olsa dahi bireyler kendilerini etkileşim süreci içinde hissedebilmektedir.

Dijital teknolojilerin hızlı dönüşümü dikkate alındığında, etkileşimi etkileşimli ve etkileşimli olmayan biçiminde kesin sınırlarla ayıran yaklaşımların yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu nedenle Quiring ve Schwieger'in (2008) önerdiği kademeli etkileşim anlayışı, değişen medya ortamlarını ve kullanıcı pratiklerini açıklamak açısından daha kapsayıcı bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu bütüncül yaklaşım, etkileşimi yalnızca teknik bir özellik olarak değil; kullanıcı deneyimi, katılım ve anlam üretimi süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir olgu olarak değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

Dijital Medyada Veri Odaklı Gazetecilik Pratikleri

Veri gazeteciliği uygulamalarında dijital platformların sunduğu teknik imkânlar, etkileşim düzeyini doğrudan etkilemektedir. Web tabanlı görselleştirme araçları, açık kaynak yazılımlar ve veri analiz platformları, gazetecilere farklı anlatı biçimleri geliştirme olanağı sunmaktadır. Bununla birlikte kullanıcı deneyimi tasarımı, veri gazeteciliği ürünlerinin erişilebilirliği ve anlaşılabilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir. Aşırı karmaşık görselleştirmeler, kullanıcıyı bilgiye yaklaştırmak yerine uzaklaştırabilmekte; bu nedenle sade, anlaşılır ve bağlamı güçlü tasarımlar tercih edilmektedir.

Günümüzde iletişim pratikleri giderek veri odaklı bir yapıya evrilmekte ve bu durum habercilik alanında da köklü dönüşümleri beraberinde getirmektedir. İnternetin toplumsal yaşamda yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler, kurumlar ve organizasyonlar tarafından üretilen veri miktarı hızla artmış; devlet kurumları, özel şirketler, araştırma merkezleri ve anket kuruluşları düzenli olarak büyük ölçekli verileri dijital ortamda dolaşıma sokmaya başlamıştır (Knight, 2015). Bu verilerin zaman içerisinde birikmesi, “büyük veri” olarak tanımlanan kapsamlı veri setlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Sensörler, mobil teknolojiler, dijital arşivler, sosyal medya etkileşimleri, konum bilgileri ve zaman damgaları gibi unsurlar aracılığıyla üretilen bu veriler, kamusal erişime açık hâle gelerek habercilik için önemli bir potansiyel oluşturmıştır (Lewis & Westlund, 2015).

Bu gelişmelere paralel olarak medya kuruluşları, veriyi merkezine alan yeni bir habercilik modeli olarak veri gazeteciliğini benimsemeye başlamıştır. Veri gazeteciliği, çevrim içi ortamlarda bulunan ham verilerin toplanması, analiz edilmesi, anlamlandırılması ve kamuoyuna anlaşılır biçimde sunulması sürecini kapsamaktadır. Bu bağlamda gazeteci, yalnızca anlatı kuran bir aktör değil; aynı zamanda veriyi araştıran, filtreleyen, doğrulayan ve görselleştiren bir bilgi üreticisi konumuna gelmektedir. Excel, Tableau, Google E-Tablolar, veri görselleştirme yazılımları ve grafik tasarım araçları gibi çeşitli dijital programlar, bu sürecin teknik altyapısını oluşturmaktadır (Davies & Cullen, 2016).

Veri gazeteciliği uygulamaları genel olarak verinin elde edilmesi, anlaşılması ve iletilmesi olmak üzere üç temel aşamadan oluşmaktadır (Gray et al., 2012). Her ne kadar bazı yaklaşımlar bu süreci daha fazla alt basamağa ayırsa da, özünde veri gazeteciliği verinin toplanması, analiz edilmesi ve görselleştirilerek anlatıya dönüştürülmesi sürecine dayanmaktadır. İlk aşamada gazetecinin, farklı kaynaklardan veri toplayabilmesi için dijital okuryazarlık, temel istatistik bilgisi, veri kazıma ve web teknolojilerine ilişkin belirli yetkinliklere sahip olması gerekmektedir (Coddington, 2015). Resmî kurumların veri portalları, sosyal medya platformları, çevrim içi arşivler, PDF belgeler, kitle kaynaklı veri toplama yöntemleri ve e-posta yoluyla yapılan bilgi talepleri, veri elde etmede başvurulan temel yöntemler arasında yer almaktadır. Özellikle kullanıcı tarafından oluşturulan içerikler ve

anketler, veri gazeteciliğinde katılımcı bir haber üretim pratiğinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Toplanan verilerin haberleştirilebilmesi için ikinci aşamada verinin kökeninin, içeriğinin ve güvenilirliğinin anlaşılması gerekmektedir. Gazetecinin bu süreçte verinin nasıl toplandığını sorgulaması, verinin neyi temsil ettiğini analiz etmesi ve doğruluğunu farklı kaynaklarla karşılaştırarak teyit etmesi büyük önem taşımaktadır (Gray et al., 2012). İnternette bulunan veri bolluğu, her verinin haber değeri taşıdığı anlamına gelmemekte; aksine gazetecinin eleştirel süzgeçten geçirmesi gereken çok sayıda ham veri üretmektedir. Bu nedenle veri gazeteciliğinde temel mesele, anlamlı eğilimleri ayırt edebilmek ve verileri bağlamsal bir çerçeve içerisinde yorumlayabilmektir (Karlsen & Stavelin, 2014). Güvenilir veri kaynaklarıyla çalışmak, verileri farklı kurumların sunduğu bilgilerle karşılaştırmak ve verileri tekrar kontrol etmek, veri temelli haberlerin inandırıcılığını güçlendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır (Wu, 2022).

Veri gazeteciliği, sürekli öğrenmeyi zorunlu kılan bir alan olarak öne çıkmaktadır. Yeni veri türlerinin ve analiz tekniklerinin ortaya çıkması, gazetecilerin veri görselleştirme, istatistik, etik, veri kazıma ve hatta makine öğrenimi gibi alanlarda kendilerini geliştirmelerini gerekli kılmaktadır (Bisiani et al., 2023). Bu süreçte gazetecinin, veriye dayalı haber üretiminde verilerin kaynağını, hesaplama yöntemlerini ve bağlamsal anlamını sorgulaması; verilerle başlayan süreci tutarlı bir anlatıyla sonuçlandırması beklenmektedir. Bu yaklaşım, verinin yalnızca teknik bir girdi değil, kamusal anlam üretimine katkı sunan analitik bir unsur olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

Veri gazeteciliğinin son aşaması olan verinin iletilmesi, büyük ölçüde veri görselleştirme tekniklerine dayanmaktadır. Geleneksel gazetecilikte metin ağırlıklı anlatım ön plandayken, veri gazeteciliği karmaşık bilgilerin grafikler, haritalar, tablolar ve etkileşimli görseller aracılığıyla sunulmasını hedeflemektedir. Renk, tipografi, ölçek, hizalama ve görsel tutarlılık gibi tasarım unsurları, verinin doğru ve anlaşılır biçimde aktarılmasında belirleyici rol oynamaktadır (Weber et al., 2018). Görselleştirme yalnızca estetik bir unsur değil, aynı zamanda verinin yorumlanmasını kolaylaştıran analitik bir araçtır.

Etkili veri görselleştirmeleri, okuyucuları daha derin analizler yapmaya, verileri karşılaştırmaya ve yeni anlamlar üretmeye teşvik

edebilmektedir. Bu yönüyle veri gazeteciliği, yalnızca mevcut durumu açıklamakla kalmayıp, geleceğe yönelik çıkarımlar yapılmasına da olanak tanımaktadır. Sonuç olarak veri gazeteciliği, dijital çağın bilgi üretim ve dolaşım pratiklerini yeniden şekillendiren; gazetecinin rolünü teknik, analitik ve anlatsal yetkinliklerle genişleten çok boyutlu bir habercilik yaklaşımı olarak değerlendirilebilir.

Veri Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme

Okuryazarlık, bilgiye yönelik yalnızca pasif bir tüketim pratiği olarak değil; bilginin tutarlı, anlamlı ve eleştirel biçimde üretilmesini mümkün kılan bilişsel bir yetkinlik alanı olarak ele alınabilir. Bu bağlamda veri okuryazarlığı, veriyi okuma ve kullanma becerisinin ötesine geçerek; büyük veri kümelerinin hangi teknik ve yapısal süreçler aracılığıyla üretildiğini, bu verilerin nasıl işlendiğini, farklı veri setlerinin hangi yöntemlerle analiz edilerek anlamlı bilgiye dönüştürülebileceğini kapsayan bütüncül bir yeterlilik alanını ifade etmektedir.

Veri gazetecilerinin verilerle etkin ve verimli biçimde çalışabilmeleri, ileri düzey istatistik bilgisi ile analitik düşünme becerilerine sahip olmalarını gerekli kılmaktadır. Sayısal verilerin neyi temsil ettiğini kavrayabilmek, olası çıkarımları öngörebilmek ve çeşitli dijital araçlar ile yazılımları kullanabilmek, verilerden güçlü ve tutarlı haber anlatıları üretilmesini mümkün hâle getirmektedir. Bu yetkinlikler, veri gazetecisinin veriyi yalnızca teknik bir girdi olarak değil, anlatsal ve bağlamsal bir kaynak olarak değerlendirmesini sağlamaktadır.

Bu doğrultuda etkili bir veri okuryazarı olabilmek için gazetecilerin; verilerin kaynağını ve yöntemlerini anlayabilme, verileri eleştirel biçimde değerlendirebilme, doğruluk ve güvenilirliği sorgulayabilme, manipülasyon ve dezenformasyon risklerine karşı farkındalık geliştirme ile verileri bağlamsal olarak yorumlayabilme becerilerine sahip olmaları gerekmektedir.

Bu çerçevede veri gazeteciliği alanında çalışan ya da bu alanda uzmanlaşmayı hedefleyen gazetecilerin; veriyi anlama, yorumlama, değerlendirme ve eleştirel bir süzgeçten geçirme becerilerini geliştirmeleri, dijital çağda nitelikli, güvenilir ve kamusal yarar odaklı haber üretiminin temel koşullarından biri olarak değerlendirilmektedir.

Veri okuryazarlığı, veriye dayalı karar alma süreçlerini anlayabilmek, veriyi yorumlayabilmek ve yönetebilmek açısından temel bir giriş noktası

niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda veri okuryazarlığı; bireylerin kendi veri alanlarından hareketle bilgi ekosistemleri içerisinde üretilen verileri anlama, yorumlama ve etkin biçimde kullanma yetkinliklerini ifade etmektedir. Aynı zamanda bireylerin kendi verilerini üretme, analiz etme ve bu veriler üzerinden anlamlı çıkarımlar geliştirebilme kapasitelerine de işaret etmektedir. Veri okuryazarlığı, insan merkezli yaklaşımların tasarlanmasını, verinin sentezlenmesini ve veriyle kurulan iletişim sürecinde bağlamsal dinamiklerin doğru biçimde kavranmasını içeren bütüncül bir yeterlilik alanı olarak değerlendirilmektedir.

Bu kapsamda veri okuryazarlığı, mevcut okuryazarlık yaklaşımlarına dayanan dört temel yeterliliği gerekli kılmaktadır. Bunlar; veriyi tanıma ve kullanmaya yönelik veri eğitimi, verinin daha anlaşılır ve etkili biçimde sunulmasını amaçlayan veri görselleştirme, verilerin yapılandırılmasını sağlayan veri modelleme ve bireylerin veriyle aktif ilişki kurmasını ifade eden veri katılımı olarak sınıflandırılmaktadır (Bhargava vd., 2015, ss. 3–6). Bu yeterlilikler, verinin yalnızca teknik bir nesne olarak değil, aynı zamanda toplumsal ve iletişimsel bir pratik olarak ele alınmasına imkân tanımaktadır.

Veri okuryazarlığına ilişkin literatürde ortak ve evrensel bir tanım üzerinde uzlaşa sağlanamadığı görülmektedir (Schildkamp & Lai, 2013). Athanases ve arkadaşları (2012) veri okuryazarlığını, verilerin üretim, yorumlanma ve kullanım süreçlerini kavrayabilme yetisi olarak tanımlarken; Williams ve Coles (2007) bu kavramı, bireylerin bilgi gereksinimlerini belirleme, bilgiyi bulma, değerlendirme, bütünleştirme ve iletme becerilerini kapsayan çok boyutlu bir yetkinlik alanı olarak ele almaktadır. Mandinach ve Gummer (2013) ise veri okuryazarlığını, verilerin karar alma ve eyleme geçme süreçlerinde kullanılabilir bilgiye dönüştürülmesini mümkün kılan bir beceri ve bilgi seti olarak değerlendirmektedir.

Bu tanımlar birlikte ele alındığında, veri okuryazarlığının yalnızca teknik veri işleme ve analiz becerileriyle sınırlı olmadığı; aynı zamanda verinin üretim koşullarını, kullanım bağlamlarını ve olası etkilerini sorgulamayı içeren bilişsel ve eleştirel boyutlara da sahip çok katmanlı bir yetkinlik alanı olduğu söylenebilir. Bu durum, veri okuryazarlığının özellikle dijital medya ortamlarında güç ilişkileri, karar alma süreçleri ve kamusal bilgi üretimi açısından stratejik bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Veri okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı ve istatistik okuryazarlığı ile yakından ilişkili olup, bu alanların kesişiminde konumlanan bütüncül bir çerçeve sunmaktadır. Dijitalleşme ve internet teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte bireyler yoğun bir veri ve bilgi akışıyla karşı karşıya kalmakta; bu durum, bilgi ya da istatistik okuryazarlığının tek başına yeterli olmasını giderek güçleştirmektedir. Nitekim 21. yüzyılda bilgi okuryazarlığı olmaksızın istatistik okuryazarlığına, istatistik okuryazarlığı olmaksızın ise veri okuryazarlığına sahip olmanın zorlaştığı vurgulanmaktadır. Bu bağlamda veri okuryazarlığının, diğer okuryazarlık türlerini bütünleştiren ve onlara temel oluşturan kapsayıcı bir yaklaşım sunduğu ifade edilmektedir (Gerstenschlager & Marin, 2023).

Veri okuryazarlığı, dijital ve medya okuryazarlığı ile ilişkili bir kavram olarak ele alınmakta; bu çerçevede verinin deneyime aracılık etme biçimleri ile kurumsal güç ilişkileri, ekonomik çıkarlar ve izleyici üretim süreçleri arasındaki bağlantılar öne çıkmaktadır. Ancak veri okuryazarlığı, medya ya da dijital okuryazarlığın yerine geçen bir kavram değil; veriyle yoğun biçimde kuşatılmış bir ortamda bireylerin eylemlilik kapasitesini artıran tamamlayıcı bir alan olarak konumlandırılmaktadır. Bu bağlamda veri okuryazarlığı, dijital platformların teknolojik altyapıları ve ekonomi politikasına yönelik eleştirel farkındalığın yanı sıra mahremiyet, gözetim ve veri güvenliğine ilişkin değerlendirmeleri de kapsamaktadır.

Bununla birlikte veri okuryazarlığı, eleştirel düşünme ile doğrudan ilişkilidir. Eleştirel düşünme, bireylerin veri setlerinin üretim ve kullanım süreçlerini, olası önyargıları ve alternatif yorumları sorgulamalarını mümkün kılmaktadır. Bu yönüyle veri okuryazarlığı, yalnızca teknik analiz becerilerini değil; veriye yönelik sorgulayıcı ve dönüştürücü yaklaşımları da içeren çok boyutlu bir yetkinlik alanı olarak değerlendirilmektedir.

SONUÇ

Dijitalleşme süreci, gazeteciliğin üretim, dolaşım ve tüketim dinamiklerini köklü biçimde dönüştürmüş; bu dönüşüm, veri gazeteciliğini çağdaş habercilik pratiklerinin merkezine yerleştirmiştir. Veri gazeteciliği, veriyi yalnızca haberin doğruluğunu destekleyen bir araç olarak değil; haberin anlamını, kapsamını ve toplumsal etkisini kuran temel bir bileşen olarak ele almaktadır. Bu yönüyle veri

gazeteciliği, dijital çağda araştırmacı gazeteciliğin yeniden tanımlanmasına ve güçlenmesine katkı sunmaktadır.

Çalışmada ortaya konulduğu üzere veri gazeteciliği, çok aşamalı ve karmaşık bir üretim sürecine dayanmaktadır. Veriye erişim, verinin analiz edilmesi, doğrulanması, görselleştirilmesi ve bağlamsallaştırılması, gazetecinin teknik becerilerinin yanı sıra eleştirel ve etik sorumluluklar üstlenmesini gerektirmektedir. Bu durum, gazeteciye yalnızca bilgiyi aktaran bir aracı olmaktan çıkararak; veriyi yorumlayan, sorgulayan ve kamusal yarar doğrultusunda anlamlandıran bir aktör olarak yeniden konumlandırmaktadır.

Veriye erişim pratikleri, veri gazeteciliğinin en kritik aşamalarından birini oluşturmaktadır. Açık veri politikaları ve dijital araçlar gazetecilere yeni olanaklar sunarken; kullanıcı gizliliği, veri güvenliği, erişim eşitsizliği ve algoritmik önyargılar gibi sorun alanlarını da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda veri gazeteciliğinde veriye erişim, teknik yeterliliklerin ötesinde etik ve politik bir sorumluluk alanı olarak değerlendirilmelidir. Veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme, gazetecilerin bu sorumlulukları fark etmelerini ve veriyi bilinçli biçimde kullanmalarını mümkün kılmaktadır.

Dijital medya ortamlarında veri gazeteciliğini ayırt edici kılan bir diğer temel unsur etkileşimdir. Etkileşimli veri görselleştirmeleri ve dijital anlatı biçimleri, okuyucuların haber içeriğiyle aktif bir ilişki kurmasını sağlayarak, verinin birlikte anlamlandırıldığı katılımcı bir iletişim süreci yaratmaktadır. Bu durum, yalnızca gazetecilerin değil; okuyucuların da veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme becerilerini geliştirmelerini gerekli kılmaktadır. Böylece veri gazeteciliği, pasif tüketim yerine katılımcı ve sorgulayıcı bir kamusal alanın inşasına katkı sunmaktadır.

Sonuç olarak veri gazeteciliği; veriye erişim, etkileşim, veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünmenin kesişim noktasında konumlanan çok boyutlu bir habercilik pratiği olarak değerlendirilmektedir. Bu pratik, dijital çağda gazeteciliğin güvenilirliğini, şeffaflığını ve demokratik işlevini yeniden tanımlamaktadır. Veri okuryazarlığı ve eleştirel düşünme ile desteklenmeyen veri gazeteciliği uygulamaları, teknik açıdan gelişmiş olsa dahi etik ve toplumsal açıdan sorunlu sonuçlar doğurabilmektedir. Bu nedenle veri gazeteciliğinin sürdürülebilir, güvenilir ve kamusal yarar odaklı bir biçimde gelişebilmesi, gazetecilerin ve okuyucuların veriyle kurdukları ilişkiyi eleştirel bir perspektifle yeniden düşünmelerine bağlıdır.

KAYNAKÇA

- Athanases, S., Wahleithner, J., & Bennett, L. (2012). Learning to attend to culturally and linguistically diverse learners through teacher inquiry in teacher education. *Teachers College Record*, 114(7), 1–50.
- Bisiani, S., Abellan, A., Arias Robles, F., & García-Avilés, J. A. (2023). The data journalism workforce: Demographics, skills, work practices, and challenges in the aftermath of the COVID-19 pandemic. *Journalism Practice*, 19(3), 502–522. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2191866>
- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Bradshaw, P. (2011). The inverted pyramid of data journalism [Blog yazısı]. *Online Journalism Blog*. Erişim adresi: <http://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data-journalism/>
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331–348. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976400>
- Coddington, M. (2019). *Aggregating the news: Secondhand knowledge and the erosion of journalistic authority*. Columbia University Press.
- Davies, K., & Cullen, T. (2016). Data journalism classes in Australian universities: Educators describe progress to date. *Asia Pacific Media Educator*, 26(2), 132–147. <https://doi.org/10.1177/1326365X16668969>
- Downes, E. J., & McMillan, S. J. (2000). Defining interactivity: A qualitative identification of key dimensions. *New Media & Society*, 2(2), 157–179. <https://doi.org/10.1177/1461444002225751>
- Gerstenschlager, N. E., & Marin, K. (2023). GPS: Growing statistical literacy. *Mathematics Teacher: Learning and Teaching PK–12*
- Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (Eds.). (2012). *The data journalism handbook*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Hammond, P. (2017). From computer-assisted to data-driven: Journalism and big data. *Journalism*, 18(4), 408–424. <https://doi.org/10.1177/1464884915608807>
- Holovaty, A. (2006). A fundamental way newspaper sites need to change. <http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/>
- Karlsen, J., & Stavelin, E. (2014). Computational journalism in Norwegian newsrooms. *Journalism Practice*, 8(1), 34–48. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.813190>
- Knight, M. (2015). Data journalism in the UK: A preliminary analysis of form and content. *Journal of Media Practice*, 16(1), 55–72. <https://doi.org/10.1080/14682753.2015.1015801>
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2014). Big data and journalism. *Digital Journalism*, 3(3), 447–466. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976418>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2009). *New media: A critical introduction*. Taylor & Francis.
- Lorenz, M., Kayser, N., & McGhee, G. (2011). Media companies must become trusted data hubs. *EJC Magazine*. Retrieved November 22, 2025, from <https://ejc.net/magazine/article/media-companies-must-become-trusted-data-hubs>
- Lynch, L. (2012). That's not leaking, it's pure editorial. *Canadian Journal of Media Studies*, Special Issue: Experts and Amateurs in Communication and Culture (Fall 2012).
- Mandinach, E. B., & Gummer, E. S. (2013). A systemic view of implementing data literacy in educator preparation. *Educational Researcher*, 42(1), 30–37. <https://doi.org/10.3102/0013189X12459803>

- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT Press.
- McMillan, S. J. (2005). Exploring models of interactivity from multiple research traditions: User, documents, systems. In I. A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of new media: Student edition* (pp. 205–229). SAGE Publications.
- Narmanlioğlu, H. (2021). Veri gazeteciliği ve veri manipülasyonu. In O. Çalışkan (Ed.), *Çarpıtılmış Gerçekliğin İnşası* (Cilt 2, ss. 47–63). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Parasie, S. (2014). Data-driven revelation? Revelation? *Digital Journalism*, 3(3), 364–380. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976408>
- Parks, R. M. (2014). Big data in communication research: Its contents and discontents. *Journal of Communication*, 64(2), 355–360. <https://doi.org/10.1111/jcom.12090>
- Quiring, O., & Schweiger, W. (2008). Interactivity: A review of the concept and a framework for analysis. *Communications*, 33(2), 147–167. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2008.009>
- Schildkamp, K., & Lai, M. K. (2013). Conclusions and a data use framework. In K. Schildkamp, M. K. Lai, & L. Earl (Eds.), *Data-based decision making in education: Challenges and opportunities* (pp. 177–191). Springer.
- Türkoglu, S. (2021). Veri çağında veri gazeteciliğinin geleceği ve yenilikleri üzerine bir değerlendirme. In A. Zinderen (Ed.), *Veri gazeteciliği* (pp. 145–163). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Weber, W., Engebretsen, M., & Kennedy, H. (2018). Data stories: Rethinking journalistic storytelling in the context of data journalism. *Studies in Communication Sciences*, 18(1), 191–206. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2018.01.013>
- Williams, D., & Coles, L. (2007). Teachers' approaches to finding and using research evidence: An information literacy perspective. *Educational Research*, 49(2), 185–206. <https://doi.org/10.1080/00131880701369719>
- Wu, S. (2022). Asian newsrooms in transition: A study of data journalism forms and functions in Singapore's state-mediated press system. *Journalism Studies*, 23(4), 469–486. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2032802>

HALİT REFİĞ VE GÖÇÜN GÖRSEL HİKÂYESİ “GURBET KUŞLARI”

Pınar Akçay Demirkıran*

GİRİŞ

Halit Refiğ, Türk Sineması’nda Sinemacılar Dönemi’nde büyük hareketlenmelere neden olan Ulusal Sinema Hareketi’nin önde gelen yönetmenidir. Ulusal Sinema Hareketi’ni sadece filmlerinde yansıtmakla kalmamış, yazılarıyla da kuramsal altyapısını anlatmaya çalışmıştır. Türk Sineması ve Türk Sineması’nın Batılılaşma hareketleri ile “halk sineması” ve “ulusal sinema”yı ele aldığı yazıları, 1971 yılında ilk basımı yapılan Ulusal Sinema Kavgası adlı kitapla bir araya gelmiştir.

Halit Refiğ’in sinema yolculuğu İngiltere’den başlayıp, Güney Kore’ye uzanır; oradan Türkiye’ye döner ve sinema yazarlığı ile devam eder. Yazarlık yaptığı yıllarda Türk Sineması’nın önemli yönetmenlerine asistanlık yapar. Kendini hazır hissettiğinde de yönetmenlik koltuğuna oturur.

Filmografisindeki birçok filmi arasında Şehirdeki Yabancı (1962), Gurbet Kuşları (1964), Kırık Hayatlar (1965), Haremde Dört Kadın (1965), Fatma Bacı (1972), Teyzem (1986), Hanım (1989), Karılar Koğuşu (1990) filmleri özellikle önemli ve dikkat çekicidir. ABD’de de The Intercessors (1977) ve Buffy in Wilderness (1984) adlı filmleri yöneten Refiğ, Türk edebiyatından Halit Ziya Uşaklıgil’in eseri Aşk-ı Memnu’yu televizyona ilk uyarlayan yönetmendir. TRT için 1975 yılında yapılan bu ilk uyarlama büyük başarı kazanmıştır. Yine TRT için yaptığı 1978 yılında yönettiği Kemal Tahir uyarlaması “Yorgun Savaşçı” ise yakılacaktır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde yönetmenin biyografisi içinde sanat yolculuğu ele alınmakta, ikinci bölümünde sanat anlayışında öne çıkan Ulusal Sinema Hareketi ile ilgili düşüncelerine ve sonraki dönemine yer

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi İletişim Fakültesi Film Tasarımı ve Yönetimi Bölümü, pınarakçaydemirkıran@topkapi.edu.tr

verilmekte, üçüncü bölümde ise 1964'te çektiği ve göçü anlatan Gurbet Kuşları filmi incelenmektedir.

Biyografisi ve Filmografisi

Halit Refiğ 1934'te İzmir'de doğmuş, İstanbul'da büyümüştür. Şişli Terakki Lisesi'nin ardından Robert Kolej'e girmiş, burada mühendislik eğitimi almıştır. Aslında daha o yıllarda sinemaya ilgisi vardır. Ancak Türkiye'de sinema eğitimi veren bir kurum bulunmamaktadır. O dönemde dünya genelinde de çok az sayıda sinema okulu vardır. İlk sinema okulu Sovyetler Birliği'nde, Bolşevik devriminin hemen ardından 1919 yılında Moskova'da kurulan ve daha sonra VGIK ismini alacak olan okuldur. Avrupa'daki ilk sinema okulları ise çok daha sonra, Roma'da 1935'te, Paris'te 1943'te kurulmuştur (Petrie, 33-35).

Refiğ sinema eğitimi almak için İngiltere'ye gitmeye karar verir. İngiltere'de 1933'te Britanya sinemasını desteklemek, ulusal arşiv oluşturmak gibi amaçlarla kurulmuş olan British Film Institut (İngiliz Film Enstitüsü) vardır. Refiğ İngiltere'deki eğitimiyle ilgili şunları paylaşmaktadır:

“...British Institut kurulmuştu ama formel bir eğitim yoktu o tarihte. Ama İngiltere'nin bana şöyle bir etkisi oldu. Orada bulunduğum süre içinde, bulabildiğim temel kitapları alma olanağım oldu. ...Film çekilirken kursiyer alsalar, o çok işime yarayacaktı. Beni olduğum tarihte film çekimi yoktu. Daha çok, stüdyo içinde, şu alet şu işe yarar, bu alet bu işe yarar, kamera şöyle hareket ettirilir gibi şeyler gösteriliyordu” (Hristidis, 2007:41).

Halit Refiğ İngiltere'den döndüğünde askere gider ve gönüllü olarak Kore Savaşı'na katılır. Avrupa'nın ardından Asya'da, Güney Kore'de savaş sırasında geçirdiği dönem ona önemli tecrübeler kazandırmıştır. Aynı zamanda sinemayla ilgili bir başka adımı atma fırsatı olmuştur.

Refiğ, yabancı dil bildiğinden savaşta irtibat subaylığı yapmıştır. Bu sırada PX adı verilen askeri alışveriş yerlerinden ilk film kamerasını, ilk perdesini, ilk projeksiyon makinesini almıştır (Hristidis, 2007: 49). Kore'den dönüşünde bir süre çevirmenlik yapan Refiğ, bir yandan da sinema yazarlığına adım atar; dergilerde ve gazetelerde sinemayla ilgili yazılar yazmaya başlar. 1956-1957 yılları Refiğ için çok yoğun bir sinema yazarlığı dönemi olur. Üç yayın organında (“Akis” haftalık dergi, “Sinema” aylık dergi ve “Yeni Sabah” gazetesi) aynı zamanda yazıları

çıkmaya başlar. “Yeni Sabah” gazetesinde 1-1.5 yıl çalıştıktan sonra Refiğ, “Akşam” gazetesine transfer olur. “Yeni Sabah” ve “Akşam” gazetesindeki işi ise aynıdır. Haftada bir sinema yazısı yazar; hafta arasında sinema yazılarının hazırlanmasına katkıda bulunur ve ayrıca çeviriler yapar. Refiğ, yönetmenlik yapmaya başlayana kadar düzenli olarak sinema yazarlığını sürdürür (Emin, 2003: 10). Sinema yazarlığının ardından Atıf Yılmaz’ın “Yaşamak Hakkıdır” filmiyle yönetmen yardımcılığına başlar. Atıf Yılmaz’ın filmlerinde ve Memduh Ün’ün filmlerinde yönetmen yardımcılığı görevlerinde bulunur (Scognamillo, 2010: 223). Yönetmen yardımcısı olarak çalışırken de yazarlıkla ilgisini kesmez. 1960 yılında ilk filmi Yasak Aşk’ı yönettiğinde, sinema yazarlığını bırakır ve kendi yerine Giovanni Scognamillo’yu önerir (Emin, 2003:10).

Halit Refiğ’in yönetmenliğini yaptığı ilk film, Memduh Ün’ün yapımcılığını üstlendiği 1961 yılında tamamlanan “Yasak Aşk” filmidir. “Ticari başarısızlıkla sonuçlanan bu filmin ardından Refiğ, bir yıl kadar daha Memduh Ün için asistanlık yapar. İkinci denemesini yine Memduh Ün’ün yapımcılığında “Uğur Film” adına “Seviştığımız Günler” (1961) filminde yapar (Karahanoğlu, 2001:130). Halit Refiğ’e yönetmenlik kariyerindeki ilk başarısını üçüncü filmi, 1962’de çektiği “Gençlik Hülyaları” getirmiştir. Halit Refiğ’in aynı yıl çektiği diğer film olan “Şehirdeki Yabancı” ise büyük dikkat çekmiş, filmin başarısı ülke sınırlarını aşmıştır. Film, 1963 Moskova Film Festivali’ne davet edilir. Refiğ ve filmin başrol oyuncularından Nilüfer Aydan Moskova’ya giderler. Festivalde, Nilüfer Aydan’a şeref ödülü verilir. “Şehirdeki Yabancı” filmi Halit Refiğ’in Ulusal Sinema anlayışı içinde çektiği bir filmidir.

1964 yılında Halit Refiğ, bugün Türk Sineması’nın göç temalı önemli filmleri arasında sayılan büyük kente göçü konu edinen “Gurbet Kuşları” adlı filmi çeker. Film, 1. Antalya Altın Portakal Film Festivali’nde En İyi Yönetmen ve En İyi Film Ödülleri’ni alır. 1965 yılında ise “Haremde Dört Kadın” adlı filmi çeker. Filmin senaryosu, Kemal Tahir ile arasındaki dostluğun bir ürünüdür. Ünlü romancı Kemal Tahir’ in diyaloglarının tümünü yazdığı ve karakterlerin oluşmasında büyük katkılarının bulunduğu “Haremde Dört Kadın”, Türk Sineması’nın en özgün ve başarılı çağ filmlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Film, 1899’un Aralık ayında, yani yeni bir yüzyılın eşiğinde, bir Tanzimat Paşası’nın

konağında dönen entrikaları anlatmaktadır (Karahanoğlu, 2001:134). “Haremde Dört Kadın” filmi Türkiye’de vizyona girmeden önce gittiği İtalya’nın Sorrento Film Festivali’nde büyük ilgiyle karşılaşır ancak Türkiye’de halkın tepkisini çeker. Öte yandan entelektüel çevreler, film hakkında olumlu düşüncelere sahiptir. Film Antalya Altın Portakal Film Festivali’nde bazı grupların saldırısına uğrar ve tahrip edilir (Hristidis, 2007: 162-164).

Halit Refiğ’in de aralarında bulunduğu bazı yönetmenlerin Ulusal Sinema anlayışı ile filmler çektiği 60’lı yıllarda, Türk Sineması’nda bir kutuplaşma yaşanır. 1965 yılında Sinematek Derneği kurulur. Sinematek’in Türk Sineması’na olumsuz yaklaşımına karşı Refiğ de sert çıkışlar yapar. Sinematek ile Yeşilçam arasındaki Türk Sineması tartışmaları bir süre sonra ilişkilerin tamamen kopmasına neden olur. Şakir Eczacıbaşı, Onat Kutlar ve Nijat Özön gibi isimlerin kurucuları arasında olduğu Sinematek Derneği’ne karşı aralarında Halit Refiğ, Memduh Ün, Metin Erksan, Duygu Sağıroğlu’nun da bulunduğu yönetmenler Sinematekle iş yapmayacaklarını belirten bir bildiri yayınlar.

Halit Refiğ, 1969 yılında Ulusal Sinema örneği filmlerinden “Bir Türke Gönül Verdim” filmini çeker. 1972 yılında Refiğ, Gurbet Kuşları filminde işlediği göç olgusunu “Fatma Bacı” filminde yeniden ele alır. Film, kan davasında eşini kaybetmiş Fatma’nın iki kızı ve oğlu ile köyden İstanbul’a göçünü ve kapıcı olarak bir apartmanda çalışırken oğlunu kan davasından uzak tutmaya karşı verdiği mücadeleyi anlatmaktadır.

70’li yıllar Türkiye’de sinema eğitiminin de başladığı yıllardır. Bugün Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi bünyesinde bulunan Sinema-TV Merkezi ile yine aynı üniversitenin Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema Televizyon Bölümünün temelleri 70’li yıllarda atılmıştır. 1974 yılında İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi bünyesinde Türkiye’de ilk defa sinema eğitimi başlatılmış ve Refiğ de bu kurumun ilk eğitici kadrosunda yer almıştır.

Refiğ TRT için 1975 yılında Halit Ziya Uşaklıgil’in aynı adlı eserinden uyarlanan Aşk-ı Memnu adlı televizyon dizisini çeker. Dizi büyük ilgi görür. 1976 yılında ABD’de bulunan Winsconsin Üniversitesi’ne gider, 1977’de öğrencilerin de görev aldığı “The Intercessors” (Arabulucular) adlı filmi çeker.

1978 yılında TRT tarafından Kemal Tahir'in "Yorgun Savaşçı" adlı romanının televizyona uyarlanması Halit Refiğ'e teklif edilir. 1981'de çekimleri biten filmin, 1983 yılında TRT Genel Müdürü Emekli Albay Macit Akman tarafından filmin yakıldığı bilgisi basına duyurulur. TRT'de saklanan bir video kopyası ise 1993 yılında yayınlanır.

Colombus Ohio Denison Üniversitesi'nden aldığı film ve ders verme teklifi üzerine 1984'te tekrar ABD'ye giden Refiğ, üniversite öğrencileriyle "Buffy in Wilderness" adlı filmi çeker. Türkiye'ye döndüğünde film çalışmalarına devam eder. Halit Refiğ'in son filmlerinden özellikle Hanım (1986) ve bir Kemal Tahir uyarlaması olan Karılar Koğuşu (1990) büyük ilgi görür. "Hanım" filmiyle 1989'da 26. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nde, "Karılar Koğuşu" ile 1990'da 27. Antalya Altın Portakal Film Festivali'nde En İyi Yönetmen Ödülünü almıştır. Yönetmen Halit Refiğ, 2009 yılında İstanbul'da hayata gözlerini kapatır.

Halit Refiğ'in yönetmen filmografisinde şu filmler bulunmaktadır: Yasak Aşk (1961), Seviştığımız Günler (1961), Gençlik Hülyaları (1962), Şehirdeki Yabancı (1962), Şafak Bekçileri (1963), Şehrazat (1964), Evcilik Oyunu (1964), İstanbul'un Kızları (1964), Gurbet Kuşları (1964), Kırık Hayatlar (1965), Haremde Dört Kadın (1965), Canım Sana Feda (1965), Güneşe Giden Yol (1965), Üç Korkusuz Arkadaş (1966), Karakolda Ayna Var (1966), Erkek ve Dişi (1966), Kız Kolunda Damga Var (1967), Bir Türk'e Gönül Verdim (1969), Yaşamak Ne Güzel Şey (1969), Adsız Cengaver (1970), Ali Cengiz Oyunu (1971), Sevmek ve Ölmek Zamanı (1971), Fatma Bacı (1972), Çöl Kartalı (1972), Aşk Fırtınası (1972), Acı Zafer (1972), Vurun Kahpeye (1973), Sultan Gelin (1973), Kızın Var Mı Derdin Var (1973), Yedi Evlat İki Damat (1973), The Intercessors (Arabulucular) (1977), Yaşam Kavgası (1978), Leyla İle Mecnun (6), O Kadın (1982), İhtiras Fırtınası (1983), Beyaz Ölüm (1983), Alev Alev (1984), Buffy in Wilderness (1984), Paramparça (1985), Ölüm Yolu (1985), Son Darbe (1985), Teyzem (1986), Kısıkvrak (1986), Yarın Ağlayacağım (1986), Kızımın Kanı (1987), Kurtar Beni (1987), Kızım ve Ben (1988), Hanım (1989), Karılar Koğuşu (1990), İki Yabancı (1991), Köpekler Adası (1996).

Halit Refiğ'in Sinema Anlayışı

Halit Refiğ, adı Ulusal Sinema Hareketi ile özdeşleşmiş bir sinemacıdır. Bu hareket 60'lı yılların Türk sinemasında dikkat çeken bir fikri ve sanatsal tavidir aynı zamanda. Refiğ, ilk kez 1971 yılında yayımlanan “Ulusal Sinema Kavgası” kitabında, ulusal sinema ve halk sineması kavramlarına açıklık getirmekte, ulusal sinemanın nasıl olması gerektiğine dikkati çekmektedir. Kitap, Refiğ'in 15 Ekim 1965 ile 12 Mart 1971 tarihleri arasında bir kısmı basılmış, bir kısmı da basılmamış yazılarından oluşmaktadır (Karahanoğlu, 2007: 138). Kitaptaki yazılar o yılların toplumsal kaynaşmalarının ve siyasi çalkantılarının etkisi altında Türk Sineması'nın kimliğini, varoluş sebeplerini ve dayanaklarını araştırma çabalarıdır (Refiğ, 2013:17).

“Ulusal Sinema” hareketinin ortaya çıkmasında fikri olarak Kemal Tahir'in etkisi çok büyüktür. Kemal Tahir, kitaplarında Türk toplumunun bir yansımasını tarihsel ve sosyolojik olarak ortaya koymaya çalışmıştır. Asya Tipi Üretim Tarzı tartışmalarıyla birlikte Osmanlı Devleti'ndeki Batı'dan farklı olarak “kerim devlet” ve “sınıfsız toplum” olgularını öne çıkartmıştır. Bu olgulardan hareketle, sanatın yerel öğelerden beslenmesi gerektiğini ve ulusal kimliğin öne çıkarılması gerektiğinin altını çizmiştir. Bu görüşleriyle yönetmenleri etkilemiş özellikle de Halit Refiğ tarafından düşünceleri sinemaya aktarılmaya çalışılmıştır. Böylece “Ulusal Sinema” hareketinin ortaya çıkmasına öncü olmuştur (Çilingir, 2017: 238).

Gülper Refiğ, Halit Refiğ'i anlattığı kitabında Metin Erksan'ı hareketin ikinci adamı olarak konumlandırır: “Halit, ulusal sinema hareketinin, 60'lar sinemasının lokomotifise, Metin Erksan ilk vagonuydu” (Gülper Refiğ, 2018: 35). Metin Erksan'ın Sevmek Zamanı (1966) ve Kuyu (1969); Duygu Sağıroğlu'nun Bitmeyen Yol (1965), Ben Öldükçe Yaşarım (1965), Vatan ve Namık Kemal (1969); Atıf Yılmaz'ın Yedi Kocalı Hürmüz (1971), Kozanoğlu (1967), Köroğlu (1968); Lütfi Akad'ın Kızılırmak-Karakoyun (1967), Irmak (1972), Gökçe Çiçek (1973) gibi filmleri Ulusal Sinema düşüncesi içerisinde yer alan filmler olarak gösterilmektedir (Çilingir, 2017:239).

Halit Refiğ, Ulusal Sinema Kavgası adlı kitabında Türk Sineması'nın ekonomik yapısından yola çıkarak şu tespitte bulunmaktadır:

“Metin Erksan, Duygu Sağıroğlu ve benim savunduğumuz fikir şuydu: Türk sineması sermayeye dayanan bir sinema değildir. Türk sinemasında gerçek değer emektir. Türk sinemasındaki iki-üç istisna dışında prodüktörler bile sermayedar değil emekçidirler. Bu özellikler sinemamızın ekonomik yapısını Batı ülkeleri sinemalarından apayrı bir kılığa sokmaktadır” (Refiğ, 2013: 56).

Refiğ’in sık sık vurguladığı “Ulusal Sinema” ve “Halk Sineması” kavramları da bu ekonomik yapıya dayanarak yaptığı tanımlardır. Bu kavramları Türk Sineması’nın bono sistemi ile açıklar:

“Filmlerin maliyetlerinin, büyük ölçüde seyredildikten sonra ödenmesine dayanan bir sistem: Bono sistemi. Bu sistemi doğuran ne? Sinemadaki seyirci. Türkiye’de sinema, burjuvazi tarafından, kapitalist burjuvazi tarafından kurulmamış. TRT ortaya çıkana kadar devlet de yok... Ne var ortada? Seyirci var. Seyircinin sinemaya geleceği, film seyredeceği, yapılacak filmi seyretmek için bilet alıp para ödeyeceği hesabı üzerinden yapılıyor filmler” (Hristidis, 2007: 183).

Öte yandan ülkenin yaşadıkları karşısında “Ulusal Sinema” kavramını “Halk Sineması” kavramından ayrı düşünmeye başladığını ifade eder:

“Halk sineması dediğimiz sinemada halkın, ‘aman bize Türkiye gerçeklerini anlatın, aman bize hayattaki doğrular, yanlışları anlatın’ gibi bir talebi yoktu. Tam tersine, neler bizim hoşumuza gidiyorsa, neler bizi eğlendiriyorsa onları yapın talepleri vardı. Ama Türkiye öyle bir durumdan geçmekte ve öyle bir duruma girmekteydi ki, seyirciye ülkenin içinde bulunduğu koşullar nelerdir, bunların verilmesi gerekiyordu, özellikle de dış etkilere karşı” (Hristidis, 2007:184,185).

Ulusal Sinema,1966-67 yıllarından itibaren bilinçli bir şekilde kullanılmaya başlanan bir kavramdır. Bu, “Halk Sineması”nda olduğu gibi tabandan gelen bir hareket değil, Metin Erksan, Halit Refiğ gibi rejisörler, Türk Film Arşivi gibi kurumlar tarafından teorisi yapılan bir sinema biçimidir. Ortada ulusal bir sinema için ne halktan bir destek, ne de devletten alınan resmi bir teşvik vardır. Bu bakımdan Ulusal Sinema örnekleri “Haremde Dört Kadın”, “Sevmek Zamanı”, “Kuyu” ve “Bir Türke Gönül Verdim” gibi birkaç filmi pek aşmamaktadır (Refiğ, 2013: 93).

Halit Refiğ, Muhsin Ertuğrul döneminin ardından gelen dönemde film yapan bazı yapımcıların ticari filmlerini her türlü ilkeliliklerine rağmen

daha ulusal özellikte görmektedir. Bunun da nedeni olarak Türk temaşa sanatlarına dayanan kökleri göstermektedir:

“Bunların ortaya koydukları, hiçbir sanat iddiası olmayan, sadece ticari amaçlarla çevrilen filmler, teknik ve estetik açıdan son derece ilkel olmalarına rağmen, geleneksel Türk temaşa sanatlarına dayanan kökleriyle çok daha fazla ulusal özellik taşımaktaydılar” (Refiğ, 2013:91).

Yönetmenin sanatsal yaşamında Ulusal Sinema Hareketi önemli bir dönemdir. Bu da özellikle 60’lı yılları kapsamaktadır. Bununla birlikte genel olarak yönetmenin sanatsal yaşamını farklı şekilde dönemlere ayıran iki yaklaşım görülmektedir. Giovanni Scognamillo (2010), Halit Refiğ’in ilk filmleri olan “Yasak Aşk”, “Seviştığımız Günler” ve “Gençlik Hülyaları”nı yönetmenin birinci dönemi olarak tanımlar. İkinci dönemini ise “Şehirdeki Yabancı” filmiyle başlatır (Scognamillo, 2010: 223). Bir akademik çalışmada ise (Emin, 2003:16-33) yönetmenin sinema hayatı birinci dönemi “Yasak Aşk”tan “Haremde Dört Kadın”a; ikinci dönemi “Bir Türke Gönül Verdim”den “Yorgun Savaşçı”ya; üçüncü dönemi “Teyzem”den “Gelinlik Kız” filmine kadar olacak şekilde üç dönemde tanımlanmıştır.

Scognamillo’nun Halit Refiğ’in ikinci döneminin başlangıcı saydığı Şehirdeki Yabancı filmi, uluslararası alanda da ses getiren bir filmidir. Film, Londra’dan maden mühendisi olarak memleketine dönen Aydın’ın maden ocağındaki sömürü düzenine karşı mücadelesini ve yaşadıklarını anlatmaktadır.

"Toplumsal-gerçekçi" filmlerden biri olarak kabul edilen Şehirdeki, 1960–1965 yılları arasında çekilmiş sayılı yerli film den biridir. Onu dönemin diğer filmlerinden ayıran özelliği ise aşk temasını Yeşilçam filmlerinden farklı işlemesi değil, "siyaset-iş-medya" birlikteliğinin işçiler ve diğer halk üzerindeki egemenliğinin, filmin kahramanı tarafından sorgulanıyor olmasıdır (Bilgin, 2009: 41). Film, 1963 yılında düzenlenen Uluslararası Moskova Film Festivali’nde ilgiyle karşılanmıştır.

Yönetmenin daha ilk filmlerinden Kırık Hayatlar’dan başlayarak Aşk-ı Memnu, Teyzem ve Gelinlik Kız başta olmak üzere birçok filminde kullandığı kaybolan mekânlarla birlikte kaybolan değerler ve bunun bireylerde yarattığı tahribat Hanım filminde yeniden seyircinin karşısına

çıkılmaktadır. Bu kez ölümden huzur, aşka kavuşma gibi derin felsefi altyapıyla birlikte (Refiğ, 2018: 179). Köyden kente göçle birlikte yaşanan sorunlarla dağılma sürecine giren ailelerin akıbetini Gurbet Kuşları ve Fatma Bacı gibi filmlerinde ele almıştır. Tüm olumsuzluklara karşın yine de geleceğe bir umut ışığı yakar. Aile zorlu günler ve yaşadığı kayıplara rağmen bir şekilde yeniden toparlanarak hayatına devam eder. Gurbet Kuşları'nda toparlayıcı güç ailenin okumuş oğlu ve şehirli gelin adayı iken, Fatma Bacı'da anne karakteri oğlunun katil olmasını engellemek için cinayet işler ve kendini feda ederek çocuklarını bir arada tutmayı başarır. Refiğ'in filmlerindeki kadın kahramanlar, güçlü özelliklere sahiptir.

Refiğ'in Yorgun Savaşçı filmi sonrası Ulusal Sinema Hareketi dönemi aslında sona ermiştir. Yorgun Savaşçı'nın yakılmasından sonra Ulusal Sinema konusunda kendisini yalnız hisseden yönetmenin, vicdan sineması olarak adlandırdığı dönemi başlar (Emin, 2013: 29) Teyzem, Hanım ve Kurtar Beni filmleri yönetmenin vicdan filmlerinin önemli örnekleridir.

Göçün Görsel Anlatısı Gurbet Kuşları (1964)

Halit Refiğ'in yönetmenliğini yaptığı Gurbet Kuşları filmi, Türkiye'de göç olgusunu işleyen ilk film olarak kabul edilmektedir. 50'li yıllardaki Demokrat Parti iktidarı sırasında tarımın makineleşmesi gerçekleşmiştir. Tarım makineleştikçe verimlilik artmıştır. Ancak makineleşmenin negatif etkisi olarak kırsal alanda işsizlik ortaya çıkmaya başlamıştır. Çünkü tarım işçilerinin yerini makineler almıştır. Kentler ve özellikle de İstanbul, işsiz kalan kırsal kesimin iç göçüyle tanışmıştır. İstanbul'un kırsalın bakışıyla bir cazibe merkezi halindeki görüntüsü de bir başka itici güç olmuştur.

Gurbet Kuşları filminde de böyle bir hikaye anlatılmaktadır. Film, Maraşlı bir ailenin, işlerinin bozulması nedeniyle, Maraş'taki mallarını satıp İstanbul'a göç etmelerini ele almaktadır. Anne, baba ve 4 kardeşten oluşan ailenin babası İstanbul'a göçmeden önce oğlu Selim ile gelip bir ev kiralamıştır. Aile İstanbul'a vardığında önceden kiraladıkları eve yerleşir ancak kaparosunu verdikleri dükkânı devralamazlar. Kaparoyu verdikleri kişiler başkasının otomobil servisini onlara kiralarak baba ve oğlu dolandırmıştır. Elllerinde kalan parayla küçük bir otomobil servisi açarlar. Ancak İstanbul'da da çeşitli sebeplerle işleri bozulan aile, geçim sıkıntısı içine de düşer. Aile en sonunda İstanbul'da "tutunamayıp"

Maraş'a geri döner. Haydarpaşa garında başlayan ailenin hikayesi tek kız çocuk Fatma'nın ölümüyle bir eksik olarak yine Haydarpaşa Garı'nda sonlanır.

Bu aile ile birlikte benzer sebeplerle ama hiç birikimi olmadan İstanbul'a göç eden bir karakter de (adını bilmeyiz, Murat karakteri ona Haybeci deyince filmde hep bu isimle anılır) tam tersine var olmayı başaracak, kurnazlığı sayesinde de ekonomik olarak iyi bir duruma yükselecektir. Haybeci kurnaz bir karakterdir. Kelime olarak "haybeci", Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre işsiz, güçsüz, bedavadan geçinen kimse anlamına gelmektedir. Film, Turgut Özakman'ın Ocak adlı tiyatro oyunundan serbest bir uyarılma halinde yapılmıştır. Oyunda olmayan Haybeci karakteri ile ilgili olarak Refiğ şunları söyler: "Özellikle oyunda olmayan bir tip eklemiştım, belli bir tezat ortaya koymak üzer: Haybeci. O tipin geliştirilmesinde Orhan Kemal'in büyük katkısı oldu, o tipleri çok iyi tanıyor" (Hristidis, 2007: 129).

Filmin açılış sahnesi Haydarpaşa Garı'nın peronlarından birindedir. Haydarpaşa Garı, İstanbul'a Anadolu'dan gelenlerin ilk ayak bastığı yer olarak simgeleşmiştir. Özellikle trenin en hızlı ve Anadolu insanı için en ucuz ulaşım aracı olduğu dönemlerde Anadolu'nun İstanbul Boğazı'na açılan kapısı Haydarpaşa Garı olmuştur. Bu sosyolojik olgu birçok filmin açılış sahnesinde görülmektedir. Maraşlı aile de Haydarpaşa Garı'ndan İstanbul'a "merhaba" der. Anadolu'yu boydan boya, birçok şehrine, kasabalarına uğrayarak geçen tren hatları, Anadolu halkını hat boyunca bulunan şehirlere bağlarken, nihai olarak İstanbul ve Ankara'ya ulaştırır. Haybeci de böyle bir şehirde trene biletsiz olarak binmiştir.

Film, aile bireylerinin vagondan inmesiyle başlar. Baba, peşinden inen hanımını ve çocuklarını tek tek isimleriyle sayarak kontrol eder. Büyük şehre gelmişlerdir ve ailenin dağılmaması, kaybolmaması lazımdır. Baba, İstanbul'un kalabalık ve fırsatçılarla dolu olduğunu bilincindedir. Aile bireylerini birbirlerini yitirmemeleri konusunda uyarırken sanki ileride yaşanacak tehlikeleri haber vermektedir. Yanına yaklaşan bir hamalı tersleyerek uzaklaştırır. Kendisi uyanık davranmaktadır ancak İstanbul'da karşılaşacakları insanlar onlardan daha uyanık çıkacaktır. Babanın umudu "İstanbul'da şah olmak" tır. Oğulları da dayanışmayla çok şeyler yapabileceklerine inanmaktadır. Filmin ilk sekansında "Haybeci" karakteri karşılırlarına çıkar. Aile üyeleri Haybeci'yle, İstanbul'da yaşadıkları kırılma noktalarında sık sık karşılaşacaklardır.

Aile bireylerinin İstanbul’u ilk gördüklerinde kullanılan müzik, Batılı bir müziktir. İstanbul Batılı bir şehirdir ve müzik onun bu karakterini destekler. Orta Anadolu’dan o dönemde İstanbul’a gelen bir kişi, başka bir yerde görmemişse muhtemelen denizi ilk defa burada görecektir. Ailenin kızının ilk dikkatini çeken ve neşeyle baktığı şeyler deniz ve vapurdur. Oğulların ilk ilgilerini çeken ise şehrin kızlarıdır. Bu görüntünün filmin son çeyreğindeki sahneyle bağlantısı bulunmaktadır. Murat, Seval (Naciye) ile konuşmasında hep İstanbullu bir sevgili istediğinden ve şimdi hayaline kavuştuğundan söz eder.

Haybeci

Aile, vapurda, vapura da kaçak binen Haybeci’yle karşılaşır. Haybeci kurnazlık yaparak, onu yakalayan görevliye “Kimin malından kimi kaldırıyorsun be? Ben bu vatanın evladı değil miyim yoksa? Benim dedem 93 Harbi’nden Moskof kurşunuyla vuruldu. Babam Sakarya’da Yunan kurşununa kurban gitti be!” diye çıkışarak başladığı konuşmasıyla görevliyi ikna eder. Görevli muhtemelen acıdığından bilet parasını kendisinin vereceğini söyler ve oradan ayrılır. Daha sonra aileyle sohbetinden anlaşılır ki dede ve babasıyla ilgili söylediklerinin tamamı yalandır, bir kurnazlık kurgusudur.

Haybeci “İş bilenin, kılıç kuşananın demişler” diyerek kendisini aileye tanıtır. Haybeci karakterinin kimsesiz, var olmaya çalışan biri olduğunu anlarız. Murat, İstanbul’da senin gibilere “Haybeci” derler diyerek tiptemenin filmdeki adını koyar. “Ne derlerse desinler ben onların ağızlarından girer, burunlarından çıkarım” demesi Haybeci’nin ilerideki evrimini nasıl sağlayacağını ipucu gibidir. Haybeci’nin isteği de İstanbul’a kral olmaktır. Vapurdan bakarak İstanbul’a meydan okur. Haybeci’nin gözünde İstanbul’un ekmeği boldur.

Büyük Umutlar

Hep birlikte İstanbul’u izlerken babanın sesi ailenin göç hikayesini ve İstanbul’a yerleşmelerini görüntüler eşliğinde anlatmaya başlar. Burada hikayeyi başlatan söz babanın: “Tümümüzün gönlünde aynı ateş yanıyordu: Bu beldeyi fethetmek” sözüdür. Film boyunca ailenin çocuklarının İstanbul’daki yaşamlarına ayrı ayrı odaklanılır ve kendi seslerinden kendi hikayelerini anlatırlar.

Önceden kiraladıkları eve ilk girişlerinde ailenin çocuklarının pencereden İstanbul’a bakışlarını görürüz. Özellikle Murat ve Fatma’nın

bakışı dikkat çekicidir. Büyük oğlan Murat'ın bakışı çapkındır. Fatma göz ucuyla bakar. Sanki ev ve şehir arasında kalacağı karakterin bu ifadesinden bellidir.

Küçük oğlan Kemal, babası ve ağabeylerinin açacakları tamirci dükkanından çok para kazanacaklarından şüphelidir. Tıp okumaya gelen Kemal ailede diğerlerinin büyük hayallerine karşın aklı ve mantığı temsil etmektedir. Fatma ise kız çocuğu olması nedeniyle baskılanan karakterdir. İstanbul'a gelince bu baskı daha da artmıştır. Dışarıda şehirli kızların yaşamına şahit olan, evli Rum kadınla birlikte olan Selim ve pavyondan edindiği sevgilisiyle hayaller kuran Murat, kız kardeşlerini daha da kısıtlarlar. Sonuçta Fatma'nın şehir yaşamında tecrübe edinmemesi, köyden getirdiği saflığı ile yaşadığı kötü tecrübeler, evdeki baskıdan dolayı aileye dönememesini beraberinde getirecek, fahişeliğe başlayacaktır. Daha sonra ailenin tavrı Fatma'nın ölümüne sebep olacaktır. Film boyunca Fatma'ya en yakın davranan ağabey Kemal'dir. O kardeşine sevgiyle davranır, koruyucudur. Büyük ağabeylerinin Fatma'ya zarar vermesini engellemeye çalışır.

Kemal üniversitede okumakta olduğu için diğerlerinden daha farklı, daha rasyonel düşünebilen bir karakterdir. Fakültede İstanbullu elit bir ailenin kızı olan Ayla ile tanışır ve ondan hoşlanır. Ancak taşralılığını ondan gizler. Çünkü kız bir olay üzerine İstanbul'a dışarıdan gelenlerin İstanbul'u bozduğuna yönelik sözler sarf eder. Ayrıca kardeşi olmadığından bahseden Kemal'in, Ayla yanındayken Murat'la karşılaşınca yalanı ortaya çıkar. Bundan dolayı araları bozulsa da daha sonra ilişkileri düzelir ve ilişkileri evliliğe ilerler. Ayla, İstanbullu bir gelin olarak Kemal'in anne ve babasına çok hürmet eder. Kendi kültüründen farklı olduklarının bilincinde olarak onlara verdiği hediyeleri dahi onların kültürüne uygun olanlardan seçer. Babaya sigara içtiğinden dolayı bir ağızlık verirken, anneye Kuran-ı Kerim hediye eder. Ayla her ne kadar İstanbul'da elit bir çevrede bulunsa da bu davranışları onun Anadolu geleneksel kültüründen uzak olmadığını, ülkesinin kültürünü tanıdığını gösterir niteliktedir. Kemal karakteri, eğitilmiş bir Anadolu oluşuyla Anadolu'nun sosyolojik ve kültürel yapısının İstanbul'la iletişimini sağlayan bir köprü görevindedir. Bunun tam karşısında benzer işlevi Ayla karakteri taşımaktadır. Ayla da İstanbullunun Anadolu'yla irtibatını sağlayan bir köprü işlevindedir.

Ayla, ülkenin hakim kültüründen uzak değildir. Sevdığı adamın ailesine, onların içinde yaşadığı geleneksel Türk kültürüne uygun olarak davranır. Ayla, Kemal ile birlikte Fatma'nın ölümünden sonra ailenin İstanbul'da daha fazla yok olmasını engellemek için onları Maraş'a dönmeye ikna eder. Aynı zamanda kendisi de Maraş ile bir bağ kurup ileride oraya gideceğini belirtir.

Dükkan kiralama sırasında dolandırılmalarının ardından hikayenin ilerlemesi bu kez Selim'in anlatımıyla verilmektedir. Paralarını kaptırdıktan sonra eldekiyle bir dükkan tutmaları, dükkanın karşısındaki Rum tamirci, tamircinin karısının ona bakışları ve Selim'in ondan hoşlanması, Kemal'in üniversiteye başlaması gibi... Kemal'in evde anlattıklarını seyirciye anlatır. Seyirci ise Kemal'in hoşlandığı kızı ilk defa görür. Burada seyirciye bir ipucu verilir. Bu kız ile Kemal'in duygusal bir yakınlığı olacağı seyirciye hissettirilir.

Taksicilik yapan Murat Haybeci ile karşılaştığında onun henüz kral (!) olamamışlığıyla dalga geçer. Haybeci sabırlıdır. Ona, bir binaya çıkmak için merdivenin en alt basamağından çıkmaya başlaması gerektiğini söyler.

Ayrı Dünyaların İnsanları Selim ve Despina

Açtıkları tamirci dükkanının karşısındaki Rum tamirci onlardan daha çok İstanbulludur. Müşteriye davranış şekilleri de farklıdır iki tarafın. Baba karakteri, Selim'in Rum tamircinin karısı Despina ile gizlice buluşmak için sık sık ortadan kaybolmasından dolayı sinirlendikçe müşteriyle de münakaşa eder. Ayrıca fiyat konusunda esnek değildir. Müşteri onu "kazıkçı" olarak niteler. Selim'in evli kadınla ilişkisini onaylamaz ama bunun için de onu engelleyici bir harekette bulunmaz. Selim, Despina'ya kendini kaptırdıktan bir süre sonra gerçekle yüz yüze gelecektir. Despina, kocası iş yapsın diye Selim'i meşgul etmiş ve onun müşterilerinin kocasına gitmesini sağlamıştır. Despina'nın gerçeği anlattığı mekan bir kilise bahçesidir. Bu mekan iki anlam taşır: Selim ile dünyalarının, inançlarının, kültürlerinin farklılığını vurgulamak, öte yandan Despina'nın yaptığından dolayı yaşadığı pişmanlığından dolayı günah çıkartmak için kiliseye gitmekte olduğu. Konuşmanın finalinde Despina kilisenin kapısına doğru yürür.

Despina İstanbul'un vahşi yaşam koşulları içinde yaşamaktadır. Selim'le ilişkisini stratejik kurar. Selim'e, hiç düşünemeyeceği bir

yöntemle zarar verir. İkisinin en önemli farklılığı dinleri, dilleri veya kökenleri değil, şehir ile olan ilişkileridir. Despina İstanbul'un yerlisi, Selim ise İstanbul'a göç edendir.

Fatma'nın Arayışı

Aile sıkıntıya girince dükkanı devredip üstüne kızları Fatma'nın çeyiz parasını ekleyerek (ileride yerine konulacaktır) hurda bir araba alır. O arabayı tamir eden baba taksicilik yapmaya karar verir. Babası, Fatma'ya jest olarak ne istediğini sorar sevecen bir tavırla. Burada kızının onun için değerli olduğu izlenimi vardır. Fatma'nın isteği guguklu saattir. Komşusu genç kadın Mualla'nın evinde görmüştür. Bu sahnenin ardından Fatma'nın anlatımına geçilir. Fatma Mualla ile sosyal hayata girmiş evden gizleyerek sinemaya, pastaneye gitmektedir. Bir gün Mualla'nın tanıdığı erkeklerle caddede karşılaşır. Sonraki günlerde partiye giderler. Fatma'nın taşralılığı partidekiler tarafından yadırganır, biraz da alay konusu olur. Fatma partide ilk defa içki içer. Eve geç gelince büyük ağabeyi Murat'tan dayak yer. Baba buna tepki gösterir. Kendisinin daha ölmediğini kendi çocuklarını ancak kendisini dövebileceğini ağabeylerin buna hakkı olmadığını söyler. Fatma'nın ekmeğini kendisinin verdiğini, onlara söz düşmediğini söyler ve Selim'in Despina'yla ilişkisinden dolayı dükkânı batırdığını, Murat'ın serseriliğini yüzlerine vurur. Murat ceza olarak Fatma'nın saçını keser.

Orhan, farklı bir sosyal sınıftan gelen Fatma ile evliliği düşünmemektedir. Fatma evdeki baskıdan Orhan'a kaçtığına gerçekte karşılaşır. İlişkileri kentli burjuva erkek Orhan için bir macera olarak kalırken, Fatma için bir yıkım demektir.

Murat, Seval'in aslında Naciye olduğunu; hele de üstüne üstlük Maraşlı olduğunu öğrenir. Naciye, tanıdıkları bir ailenin İstanbul'a kaçan kızıdır ve Maraş'takilerce kınanmaktadır. Murat'ın isteği olan İstanbullu sevgili hayali böylece gerçekleşmemiştir. Hatta dedikodusunu kendisinin de yaptığı Naciye ile sevgili olmuştur. Murat'ın Seval olarak bildiği Naciye'nin evine ilk kez gittiğinde onunla birlikte olmayı reddetmesi ve ayrı yatakta yatması onu farklı gördüğünü gösterir. Aşık olduğu için günübirlik bir ilişki olarak görmez Seval'i. Aldığı kültür, aşıkça ilk günden böyle bir davranış sergilemesini engellemektedir. Naciye, Maraş'ı çukur olarak görür, oradan rahat yaşamak için kaçmıştır. Filmin finaline doğru, başta İstanbullu havaya sahip olan Seval'in içinden Maraşlı Naciye daha belirgin olarak çıkacaktır.

Haybeci bir süre sonra Selim'in karşısına çıkar. Müzayedecilik yapıyordur ve Selim'e iş teklif eder. Selim de kabul eder. Filmin başında trene, vapura parasızlıktan dolayı biletsiz binen Haybeci, ceplerinde sattıkları mallarının paralarıyla gelen Maraşlı aileden Selim'in işvereni haline gelmiştir.

Maraş'a Dönüş

Filmin finaline doğru, okumuş Anadoluluyu temsil eden Kemal'in sözleri bir analizdir. Akil olan konumundadır. Maraş'a dönme önerisi de ondan gelir. Nişanlısı Ayla da onunla aynı fikri paylaşır ve bunun için parasal destek verir. Ailenin babası çok sevinir. Hemen planlar yapmaya başlar. Sanki kötü yola düşen kız ölmüş, tüm dertler bitmiştir. Bu sahnede Fatma için dökülen gözyaşı hemen kendini umut ve hayallere bırakır. Ailenin başlangıçtaki hayalleri yine nükseder. Maraş'ta işlerini yeniden kurmak, büyütme vs.

Kemal, sanki bu göçte başarısız olan kitleye mesaj iletircesine geriye dönüşün bir yenilgi olarak düşünülmemesi gerektiğini söyler ailesine. Ayla'nın üniversite bitince oraya geleceklerini, oraların yetişmiş insanlara İstanbul'dan daha çok ihtiyacı olduğunu söylemesi ise bir İstanbullunun da göçle terk edilen şehirlere gidebileceği veya gitmesi gerektiği mesajını taşımaktadır.

Final sahnesinde garda yeniden haybeci ile karşılaşır. O da Kayseri'ye müşteri avına gitmektedir. Gecekondu mahallesi kurmuş ve Kayseri'deki hemşerilerine apartmanlar inşa edip pazarlamayı planlamaktadır. Ailesini yolcu eden Kemal, Ayla ile İstanbul'a o anda yeni gelmiş olan bir aileye şahit olurlar. Onlar da İstanbul'un şahı olmak istemektedir.

Sonuç

Türk Sinema tarihinde dikkat çeken bir yönetmen olan Halit Refiğ'in sinema sanatına ilgi duyması çok genç yaşlarda başlamış, o dönem sinema eğitiminin çok az yerde bulunması dolayısıyla mühendislik okumuş ancak İngiltere'de kısmi de olsa bir eğitim fırsatı bulmuştur. Ardından Kore Savaşı'na gönüllü olarak gittiğinde ilk kamerasını edinmiştir. Sinema yazarlığı ile girdiği sinema sektöründe çok geçmeden yönetmen yardımcılığı yapmaya başlamıştır. Özellikle Memduh Ün'ün sunduğu fırsatla yönetmenliğe adım atmıştır. Türk Sineması'nda 1960-1965 yılları arasında ortaya çıkan toplumsal gerçekçi dönemde Refiğ,

adından sıkça söz ettirir. Sinematek Derneği'nin sinema anlayışının karşısında duran grubun önde gelenlerindendir. Halk Sineması ve Ulusal Sinema kavramları üzerine yoğunlaşır. Hatta Ulusal Sinema Hareketi'nin önde gelen ismi olur.

Göç olgusu, sınıf çatışmaları, güçlü Türk kadını imgesi, ulusal kültürel kodlar filmlerinde gözlemlenen öğelerdir. Bunun yanında Haremde Dört Kadın, Aşk-ı Memnu ve Yorgun Savaşçı gibi önemli dönem yapımlarını gerçekleştirmiştir. Zaman içinde Ulusal Sinema Hareketi'nin sonlarına doğru Halit Refiğ neredeyse tek başına kalmıştır. Yorgun Savaşçı filminin yakılmasının ardından daha psikolojik hikayelere odaklanmıştır. Kendisi bu dönemini vicdan filmleri dönemi olarak adlandırmıştır.

Refiğ, 1964 yılında çektiği toplumsal gerçekçi filmi Gurbet Kuşları filminde köyden kente göçün yarattığı sosyal sorunları bir aile üzerinden anlatmıştır. Seyirci film boyunca ailenin şehirden aldığı yaralara, yıpranışına, adeta bir bataklıkta batışına şahit olur. Sıfırdan başlayan kurnaz Haybeci karakteri varsıl olmaya-kendi deyişiyle kral- doğru yükselirken, aile tersi bir yönde ilerler. Aile İstanbul'un şahı olmak ümidiyle gelip, yok olmanın ucundan kurtularak bir eksikle de olsa geriye döner. Aileyi kurtaran akıllı yüksek eğitimli oğul ve onun aynı üniversiteden tanıştığı İstanbullu müstakbel eşi temsil eder. Film, toplumsal bir soruna ışık tutarken, bu sorunun bir döngü halinde devam etmekte olduğunu da vurgular. Final sahnesinde trenden inen başka bir aile de aynı umutlarla İstanbul'a "şah olmaya" gelir.

KAYNAKÇA

- Çilingir, A. (2017). Türkiye’de Ulusal Bir Sinema Hareketi Oluşturma Çabaları ve Halit Refiğ, ASEAD, 12. ss. 232-240.
- Emin, B. (2003). Halit Refiğ Sinemasında Kadın. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Hiristidis, Ş.K. (2007). Sinemada Ulusal Tavrı. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Karahanoğlu, I. (2007). 1950-1970 Yılları Arasında Türk Sinemasının Temel Özelliklerinin Oluşmasını Sağlayan Toplumsal, Ekonomik, Siyasi, Kültürel, Etkenler ve Bunların Sinema Tarihindeki Yeri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Petrie, D. (2010). Theory, Practice, and The Significance of Cinema Schools. <https://journals.lub.lu.se/scandia/article/download/5083/4534/> (Erişim Tarihi:23.12.2019)
- Refiğ, G. (2018). Halit Refiğ-Ben Aşkı Doğuda Tanıdım Batı’da Ölümü Gördüm. İstanbul: Yeditepe.
- Refiğ, H. (2013). Ulusal Sinema Kavgası. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Scognamillo, G. (2010). Türk Sinema Tarihi. İstanbul: Kabcacı.

TÜRK DRAMA ENDÜSTRİSİNDE GÜNEY KORE YENİDEN ÇEVİRİMLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Türkey Türkan Ünlü*

Güney Kore Dramalarının Tarihsel Gelişimi

Güney Kore’de erken dönem televizyon dramaları tiyatro kompozisyonundan esinlenerek oluşturulmuş; bu nedenle televizyon dramaları, tiyatro ve radyo dramaları arasında melez bir teknikle üretilmiştir. Belirtilen özellik doğrultusunda ilk televizyon draması tek perde formatında olan 15 dakika süreye sahip olmuştur. Bu yapım, 1956 yılının ağustos ayında, Kore’nin ilk televizyon kanalı HLKZ-TV, İrlanda tiyatro oyunu "Heaven's Gate"’in yerli versiyonunu olarak yayınlamıştır (Sukjin, 2020).

Park Chung-Hee döneminde kamu yayıncılığı amacıyla 1961 yılında KBS (Kore Yayın Sistemi) kurulmuş ve 1962 yılında kanal yayın hayatına başlamıştır. Bu süreçte KBS’in yayın hayatına başlaması Kore drama tarihinde yeni bir dönemin açılışına zemin hazırlamıştır (Korean Culture and Information Service, 2011, s. 59; 2015, s. 72). Park Chung-Hee döneminde televizyon, devletin ideolojik bir aygıtına dönüşerek, anti-komünist düşünce merkezinde yapımların yeniden üretildiği bir alanı oluşturmuştur. Bu dönemde çok sayıda tarihi anti-komünist düşünce merkezli drama üretilmiştir. Tarihi dramalarda kahramanlar yaratılırken anti-komünist anlatılarda ise Kuzey Kore ajanlarının yakalanması gibi konular işlenmiştir. Anlatı olarak televizyon drama formatına uygun ilk yapım 1962’de KBS’de yayınlanan kent sorunlarına odaklanan *Backstreet of Seoul* (Seoul-ui dwisgolmog) isimli drama olurken; 1964-1985 yıllarında yayınlanan *Real Theater* isimli yapım ise anti-komünist düşünceyi yaymada araçsallaştırılmıştır.

1964 yılında TBC (Tongyang Televizyon Şirketi) ve 1969 yılında MBC (Munhwa Yayın Kuruluşu) kanallarının kurulması, KBC’nin egemen olduğu dönemin aksine yayıncılık alanında rekabetin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte daha geniş izleyici kitlelerine ulaşmak

* Dr. Öğr. Üyesi, Fenerbahçe Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, turkayturkan@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8982-3040

için kanallar hedef kitlelerini şekillendirmeye başlamış ve istihdama sınırlı katılımından dolayı kadın izleyici birincil hedefi oluşturmuş; bu nedenle, kadınların izleyeceği yapımların üretim süreci başlamıştır (S.Y. Kim, 2023, ss. 9-10). Bu süreç soap operaların doğuşuna zemin hazırlamıştır.

1969'da reklam verenlerden ticari gelir elde edilmesinin önünün açılması; televizyon yapımlarının önemini artırmış ve 1970'lerin başı televizyon dramalarının en parlak dönemini yaşamasına zemin oluşturmuştur. Ancak 1972 yılında Yuşin Anayasasının kabul edilmesi medyanın sansüre uğramasına neden olmuştur. Bu süreçte kanallar Yuşin Anayasasının etkisiyle içeriklerini inşa ederken; Amerikan yapımları da kanallarda gösterim olanağını artırmıştır (Hwang, 2018, s. 187-188).

1980'lerde soap operalar konuları nedeniyle toplumun değer yargılarını olumsuz etkilediği gerekçesiyle eleştirilmiş, bu nedenle sayıları azaltmıştır. Bu gelişme hafta içi ve hafta sonu yayınlanan mini dramaların sayısının artmasına ve anlatı formlarının şekillenmesine olanak sağlamıştır. 16-24 bölüm arasında tek sezon olarak yayınlanan mini dramalar, günümüzde hala Güney Kore drama endüstrisinde beğeni toplayan bir türü oluşturmaktadır.

1990'larda Güney Kore'nin demokratik bir yapıya geçişi, teknolojik alanda yaşanan olumlu gelişmeler, hükümetin kültür politikalarının şekillenmesi ve chaebolleri (zengin zümre) içerik üretim süreçlerinde finansör olarak desteklemesi drama endüstrisinde olumlu gelişmelerin yaşanmasına olanak sunmuştur. 1991 yılında tecimsel bir kanal olarak SBS (Seul Yayın Sistemi)'nin kurulması Güney Kore'nin "Büyük Üçlü"¹ olarak ifade ettiği yapının doğmasını sağlamıştır (Mazur, Meimaridis ve Rios, 2022, s. 50). Bu dönemde MBC'de yayınlanan *Eyes of Dawn* (1992) gibi yüksek bütçeli yapımlar oluşmaya ayrıca; demokratikleşme sürecinin etkisiyle diktatör dönemi anlatan SBS'de sunulan *Sanglass* (Moraesigye/1995) gibi yapımların oluşmasına olanak tanımıştır. Ayrıca, 1970'lerin birincil hedef kitle kadın anlayışı yerine küreselleşme politikaları merkezinde erkek izleyici de sürece dahil edilmiş ve *Tears of the Dragon* (Yong-ui nunmul) gibi yapımlarla erkek izleyicilerin televizyon izleme pratikleri artırılmaya çalışılmıştır (S.Y. Kim, 2023, ss.11-12).

¹ SBS'in KBS ve MBC kanallarına ithafen söylenmektedir.

1997 yılında yaşanan Asya Mali krizinin yaşanmasıyla Güney Kore, neoliberalleşme ve küreselleşme politikaları merkezinde yaratıcı içerik endüstrisini merkez bir noktaya yerleştirmiştir. Bu süreçte özellikle televizyon dramaları Güney Kore'nin ithal edilen bir ürünü haline gelmiştir. Asya ülkeleri açısından Kore dramaları, özellikle Amerikan ve Japon dramalarına kıyasla ticari açıdan ucuz olması nedeniyle ilk olarak tercih edilmiştir (Shim, 2008, s.25). 1997 yılında Çin Merkez Televizyonu CCTV'de yayınlanan *What is Love?* (Sarang-i mwogillae) isimli dramanın Çinli izleyiciler kapsamında beğeni kazanması ve ulaştığı popülerlik Çin'de Kore kültürel akımının başka bir ifadeyle Kore dalgasının başlangıcını oluşturmuş (S.Y. Kim, 2023, s. 12; Yoon, 2014, s. 11); dolayısıyla yapım, Kore dalgasının zeminini hazırlayan ilk drama olarak kabul edilmiştir (Oh, 2016, s. 40).

Asya Mali krizi sürecinde bir kurtuluş aracına dönüşen televizyon dramaları (Liu ve Yeh, 2019, s. 87), sundukları anlatıyla öncelikle 1990 sonlarında Doğu Asya'da beğeni kazanmış (Huang, 2011, s. 7), 2000'lerden itibaren Güney Doğu Asya ve Ortadoğu'da yayılmaya başlamıştır. Bu süreçte *Winter Sonata* (2002) ve *Dae Jang Geum* (2003) gibi yapımlarla görünürlüğünü artıran K-dramalar popülaritesini de pekiştirmiştir.

2010'dan itibaren Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri dahil olmak üzere Batı ekseninde daha görünür hale gelen K-dramalar (Ju, 2020, s. 2), ulusötesi kültürel akışın en yeni halkasını oluşturmuştur (Lee, S., 2015, s. 181). Özellikle ağ teknolojinin gelişimiyle şekillenen yayıncılık türleri K-dramaların yayılım koşullarının elverişli kazanmasını kolaylaştırmıştır. K-dramalar dolaşım ağını öncelikle Viki (şimdiki ismiyle Rakuten Viki) ve DramaFever (artık bulunmamakta) gibi platformlar aracılığıyla küresele taşımıştır (DK Eyewitness, 2023). Ayrıca 2010'dan itibaren akış platformlarının popülerlik kazanması K-dramalar için yeni rotaların oluşmasını sağlamıştır. Netflix, Amazon, Hulu vb. platformlar sayesinde K-dramalar, küresel bir değer haline gelebilmiştir (S.Y. Kim, 2023, s. 185). İlgili platformlar K-dramaların erişilebilirliğini artırırken sundukları içeriklerle de popüler bir tür olmasına katkı sunmaktadır.

K-dramaların tarihsel süreç içerisinde görünürlüğünün artmasıyla bilinirliğinin sağlanması bu yapımların sadece izleyici merkezinde değil farklı finansörler açısından da tanınmasına ve pazar değeri taşıyan

unsurlar olarak görülmesine zemin hazırlamıştır. Bu sayede yapımcılar, “beğenilen” bir tür olarak K-dramaları yeniden üretme pratiklerini gerçekleştirmeye başlamıştır.

Güney Kore Dramalarının Türk Televizyonlarında Konumlanışı

Türkiye’nin Güney Kore drama endüstrisinden ilk kez 1992 yılında *Eyes of Dawn* (1991) ihraç etmiştir (Shim, 2008, s. 24-25). Güney Kore’de MBC kanalında yayınlanan ve ülkenin ilk reyting rekorları kıran yapımı olan *Eyes of Dawn* (1991) konu olarak Güney Kore’nin sömürge döneminden Kore Savaşına kadar gelişen tarihsel süreci anlatmaktadır oluşturmuştur (Korean Culture and Information Service, 2011, s. 66, 2015, s. 78). Her ne kadar Güney Kore’den ilk kez 1990’larda bir yapım ihraç edilse de Güney Kore yapımlarının Türk televizyonlarında hakimiyet oluşturması 2000’lerden sonra Kore dalgasının Türkiye’ye etkileriyle başlamıştır (Kaptan ve Tutucu, 2022, s. 197). Türkiye, TRT aracılığıyla K-dramaları tanırken TRT, bu süreçte sadece Kore tarihi odaklı K-dramaları ithal etmiştir.

TRT’nin Güney Kore devlet televizyonu Arirang TV ile yaptığı anlaşma neticesinde (Oh ve Chae, 2013, s. 86) Türkiye’de yayınlanan ilk K-drama 2005 yılında sunulan *Hae-sin (Emperor of The Sea-2004)* isimli yapım olmuştur. *Denizler İmparatoru* adıyla sunulan yapım sayesinde ilk kez bir K-drama yayınlanırken; *Dae Jan-Geum* (2003) dramasının *Saraydaki Mücevher* olarak 2008 yılında yayınlanması ilk kez popüler bir K-dramanın ithalinin gerçekleşmesini sağlamıştır (Kaptan ve Tutucu, 2010, s. 193). Türkiye’de 2000 başlarında yayınlanan K-dramalar yayın saatini “doldurma” amacıyla gösterilmiş bu nedenle reyting oranları düşük kalmıştır (Oh ve Chae, 2013, s. 87)

Türk televizyonlarında TRT’nin gösterimleriyle başlayan K-dramalar, süreç içerisinde farklı Türk kanallar tarafından da ithal edilerek yayınlanmıştır. Kanal 7, Meltem TV, Star TV, Kanal D, TRT Okul gibi kanallar süreç içerisinde K-dramalara yayın akışlarında yer vermiştir. Ayrıca, 2024 yılı itibarıyla TLC kanalı da K-dramaları yayınlayacağını duyurmuş (Oda TV, 2024) ve *The Law Cafe* (Aşık Avukat, 2022), *My Fellow Citizens* (Evdeki Yalancı, 2019) ve *W 2 Worlds* (İki Dünya Bir Aşk, 2016) isimli yapımları gösterime sunmuştur. Bu kapsamda 2005 yılından 2024 yılına kadar geçen süreçte toplam 41 K-drama Türk televizyonlarında yayınlanmıştır (Ünlü, 2025, s. 80).

Türkiye’de geleneksel televizyon yayıncılığıyla K-dramalar Türk izleyicisiyle buluşurken; bu yapımlar Kore popüler kültürünün görünürlük ve bilinirliğinin artmasına, farklı Kore popüler kültür unsurlarının (K-pop, K-food vb.) yayılımının oluşmasına katkı sağlamıştır (Oh ve Chae, 2013, s. 87). K-dramaların hayran kitlesinin artması, gelişen internet teknolojileri neticesinde dramaların yeni medya televizyon yayıncılığı türlerinde yer almasına ayrıca hayranların oluşturdukları blog vb. sosyal ağ sitelerinde gösterilmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle 2016 yılında bir akışkan televizyon hizmeti sunan Netflix’in Türkiye pazarına dahil olması K-dramaların yeni bir gösterim kanalı kazanmasını sağlamıştır. Netflix’in akabinde Türkiye pazarına giren Prime Video, Disney+ ayrıca ulusal bir platform olan Gain de K-dramalar için yeni gösterim kanalları olmuştur.

Orijinal K-dramalar Türkiye’de 1990’lardan itibaren başladıkları serüveni günümüzde internetin sunduğu olanaklarla sürekli genişletirken K-drama endüstrisinin etki alanı oluşturduğu diğer nokta ise yeniden çevrimler olmuştur.

Yeniden Üretim Pratikleri Bağlamında Güney Kore Dramalarının Yükselişi

Türkiye’de yabancı dramalardan yeniden çevrim süreci 2000’li yıllarda Batı merkezli bir anlayışla başlamış, Amerikan yapımı *The Jefferson* (1975-1985)in *Tatlı Hayat* (2001-2004) olarak yeniden çevrimiyle başlayan süreç Güney Kore ve Japon dramalarının çevrilmesine içerecek şekilde Asya merkezine yönelmiştir (Kara, 2019, s. 4).

Beni Affet adıyla 2011 yılında yayınlanmaya başlayan ve 2018’de sonlanan yapım; *Temptation of on Angel* (2009) isimli K-dramanın yeniden çevrimini içermekte ve Güney Kore drama endüstrisinden ulusal endüstrimize yeniden çevrimi yapılan ilk yapımı oluşturmaktadır (Sarı, Akyol ve Ünlü, 2020, s. 354; Kaptan ve Tutucu, 2022, s. 197). Tek sezon 16 bölüm içeren orijinal yapım Türkiye’de yeniden çevrildiğinde 1477 bölüm sürmüştür.

2011 yılında başlayan K-drama yeniden çevrimleri günümüze kadar farklı yapımların çevrilmesiyle devam etmiştir. Öyle ki Sarı ve diğerlerinin gerçekleştirdiği *K-dramaların Türk Dramalarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme* (2020) başlıklı çalışmada 2012 yılından 2019 yılına

kadar ki süreçte Batı merkezli yeniden çevrimlerin yerini Asya ülkelerine ait dramaların aldığı saptanmıştır. Bu kapsamda 2011 yılında gerçekleşen ilk yeniden çevrimden 2025 yılına kadar ki süreçte çevrilen K-dramaların listesi Tablo 1 kapsamında aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 1: Türkiye’de Yayınlanan Güney Kore Yeniden Çevrimleri²

Yeniden Çevrimin Adı	Orijinal K-dramanın Adı	Yeniden Çevrim Yayın Yılı	Orijinal K-drama Yayın Yılı	Yeniden Çevrim Bölüm Sayısı	Orijinal K-drama Bölüm Sayısı	Türkiye’de Yayın Kanalı
Beni Affet	Temptation of an Angel	2011	2009	21	1477	Show/Star
Bir Aşk Hikayesi	Sorry, I Love You	2013	2004	36	16	Now
Osmanlı Tokadı	Rooftop Prince	2013	2012	37	20	TRT
Güneşi Beklerken	Boys over Flowers	2013	2009	54	25	Kanal D
Aşk, Ekmek Hayaller	Bread, Love, and Dreams	2013	2010	10	30	Show
Kocanın Ailesi	My Husband Got a Family	2014	2012	57	58	Now
Kiraz Mevsimi	A Gentleman's Dignity	2014	2012	59	20	Now
Paramparça	Autumn in My Heart	2014	2000	97	16	Star
Günahkâr	The Innocent Man	2014	2012	7	20	Now
Maral: En Güzel Hikâyem	Panda and Hedgehog	2015	2012	17	16	TV8
Kıralık Aşk	Can Love Become Money	2015	2012	69	20	Star
İlişki Durumu: Karışık	Full House	2015	2004	44	16	Show
Çilek Kokusu	The Heirs	2015	2013	23	20	Star
Baba Candır	What Happens to My Family?	2015	2014	66	53	TRT
Mayıs Kraliçesi	May Queen	2015	2012	10	38	Show
Acı Aşk	Cruel Love	2015	2007	13	20	Show

² Tablo 1 alan yazın ve medya taraması neticesinde hazırlanmıştır.

Beyaz Yalan	Bride of the Century	2015	2014	6	16	Show
Hayat Şarkısı	Flames Of Desire	2016	2010	57	50	Kanal D
Tatlı İntikam	Get Karl Oh Soo Jung	2016	2007	30	16	Kanal D
Yüksek Sosyete	High Society	2016	2015	26	16	Star
No:309	Fated to Love You	2016	2014	65	20	Now
Seviyor Sevmiyor	She was Pretty	2016	2015	28	16	ATV
Gülümse Yeter	Smile, You	2016	2009	24	45	Show
Aşk Yalanı Sever	My Girl	2016	2005	7	16	Now
Kış Güneşi	Resurrection	2016	2005	18	24	Show
Aile İşi	Bad Family	2016	200	13	16	ATV
Rüzgârın Kalbi	Summer Scent	2016	2003	9	20	Now
Dolunay	My Secret Romance	2017	2017	26	13	Star
Kalp Atışı	Doctors	2017	2016	28	20	Show
Meryem	Secret Love	2017	2013	30	16	Kanal D
Aslan Ailem	Ojakgyo Brothers	2017	2011	3	58	TRT
Hayat Sırları	My Father is Strange	2017	2017	11	52	Star
Cennetin Gözyaşları	Tears of Heaven	2017	2014	36	25	ATV
Babamın Günahları	Two Weeks	2018	2013	4	16	Star
Kızım	My Fair Lady	2018	2009	34	56	TV8
Elimi Bırakma	Shining Inheritance	2018	2009	59	28	TRT
Mucize Doktor	Good Doctor	2019	2013	64	20	Now
Mahkûm	Innocent Defendant	2021	2017	31	18	Now
İkimizin Sırrı	Marriage Contract	2021	2016	10	16	ATV
Aşk Mantık İntikam	Cunning Single Lady	2021	014	42	16	Now
Kasaba Doktoru	Dr. Romantic	2022	2016	32	54	TRT

İyilik	Show Window: The Queen's House	2022	2021	27	16	Now
Ego	Temptation	2023	2014	13	20	Now
Benim Güzel Ailem	Once Again	2023	2020	22	100	TRT
Altın Kafes	The Last Empress	2023	2018	4	52	ATV
Taş Kâğıt Makas	Remember: War of the Son	2024	2015	19	20	Kanal D
Bahar	Doctor Cha	2024	2023	62 (Devam ediyor)	16	Show
Çift Kişilik Oda	King the Land	2025	2023	8	16	Now
Aşk ve Gözyaşı	Queen of Tears	2024	2025	7	16	ATV

Tablo 1 incelendiğinde 2011 yılından 2025 yılına kadar toplamda 49 K-drama yeniden çevriminin yapıldığı görülmektedir. Peki K-dramalara yönelik endüstrinin oluşturduğu bu talebin nedenlerini neler oluşturmaktadır? Bu sorunun yanıtı hem Türk drama endüstrisi hem de K-dramaların sahip olduğu özellikler bakımından çok yönlü değerlendirilmelidir. Bu çalışma kapsamında Kore dramalarının özellikleri doğrultusunda değerlendirilme yapılmıştır.

Özgün ve Evrensel Hikâye Anlatımı

K-dramaların global alanda popülerlik kazanmasını sağlayan belirleyici temel unsurlardan ilki evrensel temalar merkezinde hikayelerin şekillenmesidir. Arkadaşlık, aile değerleri ve sevgi gibi evrensel temaların hikâyenin merkezine yerleştirilmesi (Korean Culture and Information Service, 2011, s. 42), hikâye ile izleyici arasında kurulan ilişkiyi kolaylaştırmaktadır.

Bu yapımlar evrensel sorunları aktarırken umut ve adalet içeren temsiller yaratmakta bu sayede ulusötesi yakınlık taşıyan bir kültürel ürün yaratımı gerçekleştirmekte dolayısıyla, küresel gençliğin ihtiyaç duyduğu evrensel değerlerin inşa edilmesine fayda sağlayan bir kültürel dolaşım zemini oluşturmaktadır (Jin, 2024, s. 42).

K-dramaların evrensel temaları merkezine alarak üretilmesi, farklı bağlamlarda yeniden üretim pratiklerini de kolaylaştırmaktadır. Aşk, aile

vb. temaların merkezde bulunması sayesinde K-dramalar, farklı endüstrilerde kolaylıkla yerel unsurlarla yeniden inşa edilebilmekte ve anlatının kaynağı olabilmektedir.

Evrensel temalar, içerikleri itibariyle gerek ulusal gerek küresel farklı bağlamlarda tekrar üretilmeye uygun yapımları oluşturmaktadır. Dolayısıyla K-dramaların evrensel temaları merkezine alması özellikle konu sıkıntısı yaşanan endüstrilerde yeniden çevrilmesini kolaylaştırmaktadır.

Bir başka husus, K-dramaların Amerikan yapımlarına göre daha sınırlı cinsellik ve şiddet içermeleri anlatıyı özellikle evrensel aşk teması merkezine almalarıdır (S. Kim, 2022, s. 105). Bu durum kapsamında K-dramalar, Ju'ya (2020, s. 33) göre yalnızca evrensel temaları işlediği için değil, romantik anlatılar oluşturdıkları için de tüketilmektedir.

“Duygusal Çekiciliğin Kaynağı” Romantik Anlatılar

K-dramalarda en popüler ve yaygın tema olarak kabul gören romantizm unsuru (Ju, 2020, s. 30), dramalar romantizm kavramıyla neredeyse özdeşleşmiştir (An, 2022, s. 132). K-dramaları “Duygusal Çekiciliğin Kaynağı” olarak ifade eden Ju'ya (2020, s. 30) göre K-dramalar bir masum aşk temasında geniş bir duygu yelpazesini içermektedir.

Modern bir külkedisi hikayesi sunan K-dramalarda (DK Eyewitness, 2023), sosyal sınıf farklılığı gibi unsurlar gerçeklik bağlarından koparılarak işlenmekte bu durumda izleyiciye kaçış unsurunu yaratmaktadır (Han, 2019, s. 44). Dolayısıyla bu yapımlar izleyiciyi romantik bir fantezi evrenine kaçışa çağırmaktadır (Lee, 2018, s. 373). Bu kaçış sürecinde romantizmin cinsellik ve şehvet unsurlarından bağımsız gösterilmekte dolayısıyla saf bir aşk temsili oluşturulmaktadır.

K-dramalarda romantizm unsuru işlenirken anlatıda yer alan en popüler unsur, zengin bir erkek karakterin fakir bir kadın karaktere âşık olmasıdır. Bu yapımlarda aileden zengin bir sınıfa ait olan erkek karakter tesadüfen tanıştığı iyi niyetli ve yardımsever yoksul kadına âşık olmaktadır. Bu anlatı Türk sinemasında Yeşilçam'da da yer alan temsilleri içermektedir. Öyle ki 2024 yılında gerçekleştirdiğim *Türkiye’de Güney Kore Dramaları: Ekşi Sözlük Yorumları Üzerine Bir İnceleme* başlıklı çalışmada kullanıcı yorumlarında bu durumun ifade edildiği görülmektedir. Çalışma kapsamında kullanıcıların K-dramaları

Türk Dramalarıyla karşılaştırdığı yorumlarda %21,42 oranla Yeşilçam benzerliğini belirttiği saptanmıştır (Ünlü, 2024, s. 19).

Tablo 1’de yer alan *Bir Aşk Hikayesi* (2013), *Kiraz Mevsimi* (2014), *Kıralık Aşk* (2015), *İlişki Durumu: Karışık* (2015), *Çilek Kokusu* (2015), *Tatlı İntikam* (2016), *No:309* (2016), *Seviyor Sevmiyor* (2016), *Kalp Atışı* (2017), *Gülümse Yeter* (2016), *Aşk Yalanı Sever* (2016), *Dolunay* (2017), *Kasaba Doktoru* (2022) ve *Çift Kişilik Oda* (2025) gibi yapımlar, K-dramaların romantik temalarından dolayı yeniden çevrildiğine örnek içermektedirler.

Kültürel Yakınlık

Vorder’e (2000) göre izleyici “biz” olana yakın gördüğünü tercih etmeye eğilim taşımaktadır. Bu durumu Straubhaar (2007), kültürel yakınlık kavramıyla açıklamakta; bu kapsamda izleyicinin drama duygusal katılımını artırmak amacıyla kendisine yakın olanı seçmeyi tercih ettiği belirtilmektedir.

K-dramalar, çoğunlukla Konfüçyüsçü aile yapısını merkezinde inşa edilen hikayeleri içermektedir. Bu nedenle yapımlarda cinsellik, şiddet ve şehvet gibi unsurlar geri planda yer almaktadır. Öte yandan yapımlar, ailenin geleneksel değerleri zemininde inşa edilirken aile ilişkilerini, yaşlılara saygıyı göstermekte, bu durum neticesinde K-dramalar “güvenilir aile eğlencesi” olarak nitelendirilmektedir (Korean Culture and Information Service, 2011, s. 43).

Ayrıca, küresel bağlamda çekici bir unsur olan evrensel aşk temaları ve ortak sorunlar haricinde Kore’nin sahip olduğu Konfüçyüs kültürü ile Orta Doğu’nın dindarlığı arasındaki benzerlikler, Müslüman ülkelerde K-dramaların popülerlik kazanmasını kolaylaştırma ve K-dramaların güçlü bir pazar oluşturmaya zemin hazırlamaktadır. (Kaptan ve Tutucu, 2022, s. 203).

Yeniden çevrim açısından bakıldığında kültürel yakınlık unsuru yapının yerleştirilme sürecini kolaylaştırmaktadır. Bu durum yapımcılar açısından da ticari riski ihtimalini düşürmektedir. İzleyici açısından tanıdık gelen bir kodlar üzerine inşa edilen anlatı, ulusal izleyicinin içerikle duygusal bağ kurma ihtimalini güçlendirmektedir. Bu kapsamda kültürel yakınlık unsuru yeniden çevrimlerin devamlılığını sağlamaktadır. Dolayısıyla Güney Kore’nin değer sistemi ile Türkiye’nin

değer sisteminin birbirine sunduğu kültürel yakınlık unsuru K-dramaların yeniden çevrimlerinin oluşmasına katkı sunmaktadır.

Ticari Güven

Yeniden çevrim yapımların gerçekleştirilmesinde bir nedeni ticari başarı unsuru oluşturmaktadır. Anlatı olarak yeniden çevrimler, daha önce denenmiş ve belirli bir kitle tarafından beğeni kazanmış içerikleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla beğeni kazanmış bir yapım, finansörler tarafından da ticari yatırım boyutuyla daha çok güven oluşturmaktadır. Kore dalgasının etkisiyle Güney Kore yapımlarının Batı merkezi kaynakların yerini almaya başlaması ticari kazanç beklentisinin bir yansımasını içermektedir (Ünlü, 2023, s. 778).

Tablo 1 incelendiğinde K-drama yeniden çevrimlerinin özellikle 2013 ve sonrasında sayısal olarak artmaya başladığı görülmekte; artışı sağlayan bir diğer hususu ise 2019 yılında yayınlanan *Mucize Doktor* (2019) isimli yapım olarak değerlendirilmektedir. *Good Doctor* (2013) yapımının yeniden çevrimi olan *Mucize Doktor* (2019) yayınlandığı ilk yıl Türk drama endüstrisinde en yüksek dizi izleme payını almıştır (İnternet Haber, 2019). Yapımın elde ettiği bu başarı, K-drama yeniden çevrimlerine duyulan ticari güveni pekiştirmiştir.

Mucize Doktor'un ardından *Kasaba Doktoru* (2022); *Mahkûm* (2021); *Aşk Mantık İntikam* (2021); *İyilik* (2022); *Ego* (2023); *Benim Güzel Ailem* (2023); *Altın Kafes* (2023); *Taş Kâğıt Makas* (2024), *Bahar* (2024), *Çift Kişilik Oda* (2025) ve *Aşk ve Gözyaşı* (2025) dramalarının yeniden çevrilmesi bu duruma örnek oluşturmaktadır. Dolayısıyla *Mucize Doktor*'un ardından 12 K-drama yeniden çevriminin gerçekleşmesi duyulan ticari güven unsurunun bir neticesi olarak görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma kapsamında Güney Kore dramalarının tarihsel gelişimi ana hatlarıyla aktarılmış; Türk drama endüstrisinde yeniden çevrim pratikleri bağlamında K-dramaların neden bir kaynak anlatı oluşturduğunun tartışılması amaçlanmıştır.

Tarihsel perspektiften bakıldığında K-dramaların 1990 sonlarından itibaren beğeni ve popülerlik kazanmaya başlamıştır. Yapımların popülerleşme sürecinde devlet politikaları, yayıncılar arasında oluşan rekabet, ucuz bir meta olarak ithal edilmesi, teknolojik gelişmeler, anlatı

özellikleri ve format unsurları gibi birden fazla dinamik etkili olmuştur. Söz konusu dinamiklerin bir araya gelmesi neticesinde şekillenerek küresel bir dolaşım ağı içerisine giren K-dramalar, kazandıkları izleyici beğenisi doğrultusunda özellikle, yapımcılar için bir güvenli ve tekrar edilebilir bir alanı oluşturmuştur.

Türk drama endüstrisi açısından bakıldığında 2011 yılında başlayan K-drama yeniden çevrimlerinin oluşumu günümüzde kadar artarak devam etmiştir. Türk drama endüstrisinde K-dramalar; sadece evrensel bir tema içerdikleri için değil aynı zamanda, kültürel benzerlik açısından yerleştirme süreçlerinin görece kolay olması nedeniyle de üreticiler için işlevsel görülmekte ve anlatı kaynağı olarak tercih edilmektedir.

Bu durum haricinde, K-dramaların elde ettiği yüksek izlenme oranları yeniden çevrimlerin devamlılığının oluşmasında pekiştirici bir güç unsuru olarak yer almaktadır. K-drama anlatılarının başarı kazanmış olarak görülmesi, yapımcılar açısından bir güven alanı yaratmaktadır. Dolayısıyla gelenekselden dijitale ilerleyen süreçte K-dramalar; Türk drama endüstrisi açısından kalıcı bir anlatı kaynağı rolünü üstlenmiştir. Bu bağlamda K-dramalar ithal edilen veyahut yeniden çevrilen içeriklerin ötesinde bir konumda yer almakta; Türk drama endüstrisi açısından hem üreticilerin hem de izleyicilerin beklentilerini karşılayan başka bir ifadeyle bir boşluğu dolduran referans noktası olarak konumlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- An, J. Y. (2022). "K-Drama 2.0: Updating Tropes with Intertextuality and Cinematic Visuals in Crash Landing on You", *Journal of Japanese and Korean Cinema*, 14(2), 228-229 131-147, DOI: 10.1080/17564905.2022.2120999
- DK Eyewitness (2023). *Hello South Korea: Meet the Country Behind Hallyu*, Dorling Kindersley Publisher.
- Han, B. M. (2019). "Fantasies of Modernity: Korean TV Dramas in Latin America", *Journal of Popular Film and Television*, 47(1), 39-47, DOI: 10.1080/01956051.2019.1562823
- Huang, X. (2009). Korean Wave: The Popular Culture, Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in the East Asia", *Asian Social Science*, 5(8), 123-130.
- Hwang, K. M. (2018). *Kore Tarihi*, (A. S. Doğru Çev.), İstanbul: Feylesof.
- İnternet Haber. (5 Ekim 2019). Mucize Doktor rekor üstüne rekor kırıyor! En yüksek izlenme payını aldı. <https://www.internethaber.com/mucize-doktor-rekor-ustune-rekor-kiriyor-en-yuksek-izlenme-pay-ini-aldi-foto-galerisi-2054535.htm>
- Jin, D. Y. (2024). *Understanding the Korean Wave*, London & New York, Routledge.
- Ju, H. (2020). *Transnational Korean Television: Cultural Storytelling and Digital Audiences*, London, Lexington Books.
- Kaptan, Y. ve Tutucu, M. (2010). The East Meets the Middle East: Cultural Proximity, Audience Reception and Korean TV Adaptations on Turkish Televisions. J.Y. Park & A.G. Lee (Ed.) *The Rise of K-Dramas: Essays on Korean Television and Its Global Consumption* (s.193-216) içinde. McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Kaptan, Y. ve Tutucu, M. (2022). The Rise of K-dramas in the Middle East: Cultural Proximity and Soft Power. Y. Kim (Ed.), *The Soft Power of the Korean Wave "Parasite, BTS and Drama"* (s. 196-207) içinde. Routledge.
- Kara, A. (2019). Türkiye'de Adaptasyon Diziler, Yaratıcı Emek Gücü Olarak Senaristler ve Senaryo Süreçleri, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kim, S. (2022). New Perspectives on the Korean wave Digital Media and Global Fandom, N. Casarini vd. (Ed.) *The Routledge Handbook of Europe Korea Relations*, Routledge.
- Kim, S.Y. (2023). *Surviving Squid Game a Guide to K-Drama, Netflix, and Global Streaming Wars*, Applause Theatre & Cinema Books.
- Korean Culture and Information Service. (2011). *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, Republic of Korea, Ministry of Culture.
- Korean Culture and Information Service, (2015). *K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal*, Republic of Korea, Ministry of Culture.
- Lee, H. (2018) "A 'Real' Fantasy: Hybridity, Korean Drama, and Pop Cosmopolitans." *Media, Culture & Society*, 30(3), 365-373.
- Lee, S. (2015). From Diaspora TV to Social Media: Korean TV Dramas in America, S. Lee & A. M. Nornes (Ed.), *Hallyu 2.0 "The Korean Wave in the Age of Social Media"*, (s. 172-194), University of Michigan Press.
- Liu, T. T.-T., Yeh, P. W.-L. (2019). Riding the Drama Waves: Reconsidering Korean Soft Power and Clashing Nationalisms, J.Y. Park & A.-G. Lee (Ed.) *The Rise of K Dramas: Essays on Korean Television and Its Global Consumption*, (s. 68-93). McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Mazur, D., vd. (2022). Riding the Wave: Platform Imperialism and South Korea's Streaming Market, L. Mitchell & M. Samuel (Ed.) *Streaming and Screen Culture in Asia-Pacific* (s. 47-66), Palgrave Macmillan.
- Oda TV. (20 Mart 2024). TLC'de iki ay boyunca Kore rüzgârı esecek. <https://www.odatv.com/guncel/tlcde-iki-ay-boyunca-ko-re-ruzgari-esecek-120034546>
- Oh, C.J., Chae, Y.G. (2013). "Constructing Culturally Proximate Spaces Through Social Network Services: The Case of Hallyu (Korean Wave) in Turkey", *Uluslararası İlişkiler*, 10(38), 77-99.
- Oh, Y. (2016). *Pop City Korean Popular Culture and the Selling of Place*, Cornell University Press.

- Sarı, Ü., Akyol, O., Ünlü, T.T. (2020). K-dramaların Türk dramalarına etkisi üzerine bir inceleme, *Turkish Studies - Social*, 15(2), 349-364. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40082>
- Shim, D. (2008). The Growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave. C. B. Huat ve K. Iwabuchi (Ed.), *East Asian Pop Culture "Analysing the Korean Wave"* (s. 15-32) içinde. Hong Kong University Press.
- Straubhaar, J. D. (2007). *World Television: From Global to Local, Thousand*, SAGE.
- Sukjin, Y. (Ağustos 2020). Hallyu-binger of Success, *Korea*, <https://www.korean-culture.org/eng/webzine/202008/sub01.html> erişim sağlandı.
- Vorderer, P. (2000). Interactive Entertainment and Beyond, D. Zillmann & P. Vorderer (Ed.) *Media Entertainment: The Psychology of its Appeal* (s. 21–36) içinde. Routledge.
- Yoon, S. (2014) Cultural Identity and Korean Historical Television Dramas, V. Marinescu (Ed.) *The Global Impact of South Korean Popular Culture "Hallyu Unbound"* (s. 7-18). Lexington Books.
- Ünlü, T. T. (2023). Yeniden Çevrilmiş ve Orijinal Filmleriyle Güney Kore Film Endüstrisinin (Hallyuwood) Türkiye'deki Konumunun İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 10(2), 777-799. doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1274127
- Ünlü, T. T. (2024). Türkiye'de Güney Kore Dramaları: Ekşi Sözlük Yorumları Üzerine Bir İnceleme. *Global Media Journal Turkish Edition*, 14(28), 1-30.
- Ünlü, T.T. (2025). Güney Kore Dramalarının (K- Dramaların) Yaygınlaşması ve Türk İzleyici Üzerindeki Etkileri, *(Yayımlanmamış Doktora Tezi)*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DIKEY EKRAN KÜLTÜRÜ: TIKTOK ESTETİĞİNİN SİNEMATOGRAFIYE ETKİSİ

Ümit Sarı*

Giriş

Dijital kültürün dönüşümü, mobil cihazların gündelik hayatın merkezine yerleşmesiyle birlikte medya tüketim pratiklerinde de yeniden yapılanmayı beraberinde getirmiştir. Bu dönüşüm yalnızca teknik bir yenilik olarak değerlendirilemez; aynı zamanda yeni bir algılama biçiminin, yeni bir estetik mantığın ve yeni bir görsel kültürün oluşumuna işaret eden derin bir kırılmayı da beraberinde getirmiştir. Tarihsel olarak sinema ve televizyon üretimi yatay eksenli kadraj mantığına dayanırken, ekran kullanımının mobil cihazlara kaymasıyla birlikte dikey format, özellikle genç kuşaklar arasında yeni norm hâline gelmiştir. Bu durum, dijital görsel kültürde çerçeve oranını teknik bir tercih olmaktan çıkararak, toplumsal algı ve iletişim pratiklerini biçimlendiren bir kültürel modele dönüştüğünü göstermektedir.

Bu bağlamda dikey ekran kültürü, günümüz medya ekolojisinin önemli kavramlarından biri hâline gelmiştir. Marshall McLuhan'ın "araç iletidir" önermesini hatırlayacak olursak (1964), dikey ekranın salt bir görüntü taşıyıcısı değil, aynı zamanda bir düşünme ve deneyimleme biçimi olduğunu söyleyebiliriz. Postman'ın medya ekolojisine ilişkin vurguladığı gibi her yeni medya formu, yalnızca içerik üretimini değil, bilişsel süreçleri, algı düzenlerini ve anlam dünyalarını yeniden kurmaktadır. Dikey ekran kültürü de bu açıdan yeni bir görsel algı düzeni yaratmakta; mekânın sıkıştığı, bedenin yeniden konumlandığı, ritmin hızlandığı ve izleyici-üretici ilişkisinin etkileşimli bir yapıya evrildiği estetik bir alan açmaktadır.

Bu dönüşümün en görünür ve etkili temsilcisi ise kuşkusuz son yılların önemli sosyal medya uygulamalarından olan TikTok uygulamasıdır. TikTok, dikey formatı bir "platform standardı" olmaktan öteye taşıyarak özgün bir görsel estetik, yeni bir anlatı mantığı ve hız ekonomisine dayalı yeni bir sinematografik pratik olarak sunmaktadır.

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,
umitsari@istanbul.edu.tr, 0000-0003-1761-3041

Sosyal medya uygulamaları yalnızca içerik üretiminin zeminini sunmakla kalmaz; aynı zamanda algoritmik yapılarıyla estetik ve anlatı tercihlerinin yönünü de belirlemektedirler (Bucher, 2018; Nieborg & Poell, 2018). TikTok'un hız odaklı içerik döngüsü, parmağın kaydırma eylemine göre şekillenen ritmi, metin-ses-filtre katmanlı montaj estetiği ve mikro-anlatıları teşvik eden yapısı, geleneksel sinematografiyi dönüştüren yeni bir ritmik ve estetik rejim ortaya çıkarmaktadır. Bu yönüyle TikTok, yalnızca dikey formatın popülerlik kazanmasına değil, aynı zamanda dikey ekran mantığının bir kültür olarak yerleşmesine de öncülük etmektedir.

Türkiye bağlamında da bu dönüşüm belirgin biçimde gözlemlenmektedir. We Are Social (2025) verilerine göre Türkiye'de mobil internet kullanım oranı %92.1'ye ulaşmış; TikTok ise 2020 sonrası özellikle 18-24 yaş arası kullanıcılar arasında en hızlı büyüyen platform hâline gelmiştir. 2025 verileri, Türkiye'de kullanıcıların günlük ortalama TikTok izleme süresinin 1 saatin üzerine çıktığını göstermektedir. Bu durum dikey ekranın yalnızca bireysel bir tercih değil, toplumsal bir iletişim pratiği ve kültürel bir norm hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla TikTok estetiğinin sinematografiye etkisini incelemek, dijital kültürün yeni biçimlerinin Türkiye'deki yansımalarını anlamak açısından kritik bir önem taşımaktadır.

Bu bölüm, dikey ekran kültürünün sinematografiyi nasıl dönüştürdüğünü, TikTok'un dikey ekran estetiğini nasıl kurduğu, bu estetiğin ritim, kadraj, mekân, montaj mantığı ve izleyici deneyimi üzerindeki etkilerini kuramsal bir çerçevede tartışmayı amaçlamaktadır. Ayrıca Türkiye'deki dijital medya pratikleri ve yerel üretim kültürü değerlendirilerek, dikey ekran kültürünün ortaya çıkardığı yeni sinematografik paradigmlar detaylandırılacaktır. Böylece dikey ekranın yalnızca bir teknik mesele değil, medya üretim ve tüketim süreçlerini dönüştüren kültürel bir fenomen olarak ele alınması hedeflenmektedir.

Kuramsal Çerçeve

Dijital medya, yalnızca yeni iletişim araçları üretmemiş, aynı zamanda görsel algı rejimlerini dönüştüren yeni kültürel yapılara da zemin hazırlamıştır. Dikey ekran kültürünün sinematografiyi nasıl yeniden şekillendirdiğini kavramak için bu çalışmada üç kuramsal eksen kullanılmaktadır: Medya Ekolojisi, Platform Çalışmaları ve Dijital Estetik / Yeni Sinematografi Kavramları. Bu eksenler, dikey formatın

yalnızca teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda kültürel bir biçim, algısal bir pratik ve estetik bir dönüşüm olduğunu açıklamaya olanak tanımaktadır.

Medya ekolojisi yaklaşımı, yeni medya biçimlerinin yalnızca içerik aktarımı değil, aynı zamanda toplumsal algı, bilişsel düzen ve kültürel pratiklerin yeniden kurulması anlamına geldiğini savunmaktadır. McLuhan'ın (1964) ünlü “araç iletidir” önermesi, dikey ekranın görüntüyü, zamanı ve mekânı nasıl farklı şekillendirdiğini anlamak açısından temel bir çıkış noktasıdır. Dikey ekran sadece bir format değildir; izleyicinin dünyayı dikey ekseninde algılamasını normalleştiren bir “optik alışkanlık” yaratmaktadır. Postman'a göre her yeni medya formu, toplumsal değerleri ve düşünce yapısını dönüştüren yeni bir epistemolojik düzen üretmektedir. Bu açıdan bakıldığında dikey ekran kültürü, yalnızca yeni bir görüntü çerçevesi değil, aynı zamanda hızlanmış, parmak kaydırma hareketiyle ilerleyen, kesintili dikkatle işleyen yeni bir görsel bilinç yaratmaktadır. Cray'nin (2013) dikkat ekonomisi üzerine çalışmaları, dikey ekran deneyiminin kapitalist zaman-mekân rejimiyle ilişkisini açığa çıkarmaktadır. Sürekli kaydırılan, saniyelik videolardan oluşan TikTok estetiği, izleyicinin hem dikkatini hem de bilişsel ritmini yeniden düzenleyen bir görsel ortam oluşturmaktadır.

Platform çalışmaları sosyal medya platformlarının yalnızca teknik altyapılar değil, kültürel üretimi yönlendiren algoritmik aktörler olduğunu vurgular (Bucher, 2018; Gillespie, 2010; Nieborg & Poell, 2018) . TikTok'un estetiği, bireysel yaratıcılıktan çok; algoritmanın görünme olasılığını artıran davranış biçimlerini, belirli ritmik yapıları, belirli montaj mantıklarını, belirli yüz çekim oranlarını, belirli kadraj yakınlıklarını teşvik eden bir sistemdir. Bu nedenle TikTok, kendi iç dinamikleri tarafından şekillendirilen platform-odaklı bir sinematografi yaratmaktadır. Sinematik üretimin tarihsel olarak kamera operatörünün, yönetmenin veya görüntü yönetmeninin estetik kararlarına bağlı olduğu düşünüldüğünde, TikTok'ta karar verici konumun çoğu zaman algoritma tarafından belirlendiğini söylemek mümkündür.

Manovich (2016) dijital çağda görüntünün yazılım mantığı ile üretildiğini ve bu nedenle estetik kararların teknik altyapıyla iç içe geçtiğini savunur. Bu perspektiften bakıldığında dikey ekran kültürü, sinematografisi üç temel estetik ekseninde dönüştürmektedir:

1. Kadraj Mantığı: Yatay eksenle kurulan klasik sinema kadrajı yerine, insan bedenini merkez alan “dikey mekân mantığı” ortaya çıkarmaktadır.

2. Zaman Mantığı: TikTok estetiği, geleneksel sinemanın uzun, yavaş tempolu ritmik yapısından farklı olarak hızlı, kesintili, mikro-anlatılara dayalı bir zaman örgüsü yaratmaktadır.

3. Montaj Mantığı: Efekt, yazı, filtre, AR katmanları gibi yazılım estetiği sinematografiye entegre olur; montaj artık kesme + geçişten ibaret değildir, çok katmanlıdır.

Yeni sinematografi, dikey ekran kültürünün görsel alışkanlıklarını içeren “mobil sinema dili”ne yakınlaşmaktadır.

TikTok Estetiği ve Sinematografiye Etkileri

TikTok’un yükselişi, yalnızca yeni bir içerik üretim biçimi yaratmakla kalmamış; aynı zamanda görüntünün nasıl tasarlandığını, ritmin nasıl belirlendiğini ve izleyicinin dikkatinin nasıl yönetildiğini dönüştüren bir estetik rejim ortaya çıkarmıştır. Bu dönüşüm dijital platform merkezli bir görsel kültürün yükselişiyle paraleldir. Nitekim Aytekin, “dijital platformlar, Covid-19 krizi ile daha görünür oldular” (Aytekin, 2020) diyerek bu dönüşümün hem ekonomik hem de estetik düzeyde hızlandığını belirtmektedir.

Van Dijck, Poell ve de Waal, platform toplumunu “toplumsal ve ekonomik akışların giderek daha fazla veriyle beslenen ve algoritmalar tarafından yönlendirilen küreselleşmiş bir çevrimiçi platform ekosistemi tarafından düzenlendiği bir toplumsal yaşam biçimi” olarak tanımlamaktadırlar (Van Dijck, Poell & de Waal, 2018, s. 4).

Sosyal medya platformlarının işleyişi dört temel ilkeye dayanır: programlanabilirlik, popülerlik mantığı, veri odaklılık ve algoritmik seçim (Van Dijck, Poell’in, 2013). TikTok’un “For You Page” akışının kullanıcı tercihlerini tahmin eden ve sürekli yeniden şekillenen algoritmik bir öneri sistemine dayanması, bu dört ilkenin somut bir uygulamasıdır. Bu nedenle TikTok estetiği yalnızca biçimsel bir görsellik değil, platformun algoritmik altyapısının belirlediği bir kültürel ritim olarak ortaya çıkmaktadır. TikTok’un estetik yapısı, klasik sinema dilinin görsel kodlarıyla doğrudan etkileşim hâlinde ve giderek sinema üretim pratiklerinde izleri görülen bir kültürel baskıya dönüşmektedir.

Dikey ekran estetiği, kadraj mantığını kökten dönüştüren ilk unsur olarak öne çıkar. Geleneksel sinemada geniş mekân ve yatay kadraj

baskın bir konumdayken TikTok, insan yüzünü ve dikey mekânsal yoğunluğu merkezileştiren “dikey yakın plan” formunu yaygınlaştırmıştır. Bu durum Postman’ın (1985) medya biçimlerinin algıyı dönüştürme gücüne ilişkin görüşleriyle uyumludur. TikTok kadrajı, bedenin dikey ekseninde temsil edildiği, geniş mekânın minimize edildiği ve öznenin yüzeysel görsel performansının öne çıktığı yeni bir mekânsal rejim yaratmaktadır. Bu rejim, sinemada da yakından izlenen bir dönüşüme yol açmakta, pandemiden sonra kapalı, minimal ve dikey hareketli kadrajların belirgin biçimde artmasıyla kendini göstermektedir. Özellikle genç izleyici kitlelerine hitap eden dijital içerik temelli sinema ve dizi üretimlerinde dikey ekran dilinin yerleşmeye başlaması bu dönüşümün somut göstergesidir.

TikTok’un sinematografi üzerindeki en radikal etkilerinden biri ritim ve zaman örgüsünü yeniden biçimlendirmesidir. Dijital çağda izleyicinin dikkati kesintili, hız odaklı ve anlık olarak yeniden yapılandırılmaktadır. TikTok’un temel görüntü döngüsü bu bağlamda “mikro-anlatı” temelli bir zaman anlayışı üretmektedir. Ortalama 7–15 saniyelik videolar, klasik dramatik yapının set-up–climax–resolution şemasını mikro düzeyde yeniden kurmaktadır. Dolayısıyla TikTok ritmi, sahnelerin uzun süreli atmosfere değil, hızlandırılmış dramatik odaklara göre kurulmasını teşvik eder. Bu durum son yıllarda özellikle fragman estetiğine yakın açılış sahneleri, hızlı kesme temposu ve sahne içi mikro-dramatik vurguların artmasıyla sinema ve dizi yapımlarında da görünür hâle gelmiştir. İzleyicinin ilk 2–3 saniyede cezbedilmesi zorunluluğu, TikTok’un ritmik baskısının sinemaya taşınan en güçlü sonuçlarından biridir.

TikTok estetiğinin üçüncü temel etkisi, montaj mantığının yazılım tabanlı bir yapıya dönüşmesidir. Manovich’in (2016) dijital görüntü analizlerinde belirttiği üzere, dijital çağın görüntüsü yalnızca çekilen bir gerçekliğin temsili değil, yazılım katmanlarıyla sürekli yeniden üretilen bir estetik yapı taşır. TikTok videolarında metin, emoji, AR filtre, ses remiksleri, hızlandırma–yavaşlatma efektleri gibi yazılımsal katmanlar görüntünün asli bileşenleridir. Bu nedenle TikTok montajı, klasik kesme/biçimleme montajından farklı olarak “katmanlı montaj” olarak adlandırılabilir. Bu model, sinemada giderek daha fazla uygulama alanı bulan ekran içi yazılar, estetik filtreler, çoklu ekran kullanımları ve dijital grafiklerle bütünleşmiş sekans tasarımlarına ilham vermektedir. Günümüz popüler sinemasında karakterlerin mesajlaşmalarının ekran üzerinde belirmesi gibi

uygulamalar, TikTok'un yazılım estetiğinin sinemadaki yansımalarından yalnızca biridir.

TikTok'un sinematografiyi etkilediği bir diğer alan, anlatı yapısıdır. Platform çalışmalarında (Nieborg & Poell, 2018; Gillespie, 2010) sosyal medya platformlarının yalnızca teknik altyapılar değil, kültürel üretim süreçlerini yönlendiren algoritmik aktörler olduğu vurgulanır. TikTok'un algoritması, görünürlüğü artırmak için belirli görsel ritimleri, hızlı girişleri ve belirgin estetik kalıpları teşvik eder. Bu nedenle TikTok, kullanıcıların yalnızca içerik üretme biçimini değil, aynı zamanda hikâye anlatma biçimini de yönlendiren bir kültürel altyapı sunar. Stitch, duet, remiks gibi platforma özgü içerik formatları "kolektif anlatı" üretimini teşvik eder ve bu durum sinemada transmedya hikâyelemeye, açık uçlu yapıların çoğalmasına ve izleyici katılımına dayalı anlatı modellerinin güçlenmesine katkı sunmaktadır.

Bishop'un (2019) görünürlük yönetimi kavramıyla açıkladığı gibi sosyal medya platformları kullanıcıları yüz performansı, beden hareketi ve jest kodları üzerinden tanımlayan bir görünürlük rejimi oluşturur. TikTok bu anlamda öznenin bedenini hem anlatının merkezine alan hem de algoritmik olarak tanınabilir bir imzaya dönüştüren bir yapı kurar. Bu yapı sinemada selfie estetiğine yakın çekimlerin artması, oyunculuk stillerinde sosyal medya performansına özgü hızlanmış jest ve mimiklerin yaygınlaşması gibi sonuçlar doğurmuştur.

TikTok'un oluşturduğu bu yeni görsel kültür, genç kuşakların görüntüyle ilişki biçimini belirlediği için sinemanın geleceğini de dolaylı olarak biçimlendiren bir kültürel kuvvete dönüşmüştür. Bu nedenle dikey ekran estetiğinin sinema alanındaki etkileri, yalnızca biçimsel bir değişim değil; daha geniş bir medya kültürü dönüşümünün göstergesidir.

Dikey formatın yalnızca sosyal medya içerikleriyle sınırlı kalmayıp sinema ve dizi üretimlerini de etkilemeye başladığı görülmektedir. Özellikle Netflix, HBO Max gibi platformların sosyal medyada yayınlanmak üzere üretilen dikey fragmanlara ağırlık vermesi, sinemanın tanıtım estetiğini doğrudan TikTok ritmine yaklaştırmaktadır. Bazı kısa film festivallerinde dikey format kategorilerinin açılması, bu estetiğin deneysel sinema alanında da görünürlük kazandığını göstermektedir. Dolayısıyla TikTok'un ritim, süre, kadraj ve hareket mantığı; sinematik anlatının hem tanıtım hem de üretim aşamalarına nüfuz eden yeni bir form oluşturmaktadır.

Türkiye’de Dikey Ekran Kültürünün Yansımaları

Dikey ekran kültürünün Türkiye’deki yükselişi, yalnızca teknolojik bir uyarlanma sürecinin sonucu değil; aynı zamanda gençlik kültürünün, gündelik iletişim pratiklerinin ve toplumsal temsil biçimlerinin yeniden şekillenmesinin belirgin bir göstergesidir. TikTok’un 2020 sonrası hızlı yayılımı, Türkiye’de özellikle genç kuşaklar arasında mobil odaklı bir görsel kültürü oluşturmuş ve medya tüketim alışkanlıklarını dramatik biçimde dönüştürmüştür.

Türkiye’de dikey ekran kültürünün sosyo-kültürel karşılığını anlamak için öncelikle bu kültürün gençlik kimlikleri, gündelik pratikler ve kültürel üretim biçimleri üzerindeki etkilerini değerlendirmek gerekir. TikTok’un dikey ekran yapısı genç kullanıcıların görsel algılarını ve temsil pratiklerini yeniden biçimlendirmektedir. Türkiye’de özellikle 12–24 yaş arası kullanıcılar arasında dikey çekim, yüz-merkezli kadrajlar ve hızlı ritimli videolar kendini ifade etmenin standart biçimi hâline gelmiştir. Bu durum, genç bireylerin kendilerini temsil etme, kimlik performanslarını sergileme ve gündelik deneyimlerini kaydetme biçimlerinde belirgin bir dönüşüme yol açmıştır. Bishop’un (2019) görünürlük ekonomisi analizinde belirttiği gibi sosyal medya, bireyin görünürlüğünü bir performatif sermayeye dönüştürür; Türkiye’de TikTok bu görünürlüğün en etkili mecrası hâline gelmiş, “TikTok dansları”, “trend sesler” ve “viral challenge” türleri gençlik kültürünün ana ifade zeminlerinden biri olmuştur.

Dikey ekran kültürünün Türkiye’deki en önemli yansımalarından biri de sınıfsal ve kültürel temsiller üzerindeki etkisidir. Türkiye’de TikTok, YouTube veya Instagram’a kıyasla daha “aşağıdan yukarıya” bir kültürel üretim alanı sağlamaktadır. Sosyal medya uygulamaları kullanıcıların içerik üretimini profesyonel olmayan ama algoritmik olarak yönlendirilen bir estetik çerçeve içine sokar. TikTok, Türkiye’de farklı sosyo-ekonomik sınıflardan gençlerin kendi kültürel dünyalarını görünür kılabildikleri en erişilebilir mecra hâline gelmiştir. Bu nedenle Türkiye TikTok’unda mahalle kültürü, yöresel jest biçimleri, sınıfsal mizah, yerel aksanlar, yöresel danslar ve informal gündelik pratikler yoğun biçimde temsil edilmektedir. Bu çeşitlilik, dikey ekran kültürünü Türkiye’de bir tür dijital folklor alanına dönüştürmektedir.

Türkiye’de medya pratikleri açısından dikey ekran kültürü hem içerik tüketimini hem de içerik üretimini kökten dönüştürmüştür. Genç izleyicilerin mobil cihazlardan içerik tüketme oranı dramatik biçimde

artarken, geleneksel televizyon tüketimi özellikle 18–34 yaş arası grupta belirgin biçimde azalmaktadır. Türkiye’de izleyicinin dikkat ritminin TikTok tarafından yeniden yapılandırıldığı söylenebilir. Kullanıcıların 2–3 saniyelik dikkat penceresine göre içerik üretme veya tüketme eğilimi, sinema ve dizi izleme davranışlarında da kendini göstermektedir. Son yıllarda yerli dijital platformlarda (Exxen, BluTV, Gain) dizilerin daha kısa bölümler hâlinde yapılandırılması, hızlı açılış sahneleri ve daha sık kesmelerle ritmin yüksek tutulması, dikey ekran kültürünün izleme davranışları üzerindeki etkisini açıkça yansıtmaktadır.

Dikey ekran kültürü aynı zamanda Türkiye’de medya üreticilerini de etkilemektedir. Reklam sektörü, müzik endüstrisi ve sosyal medya içerik üreticileri dikey formatı bir zorunluluk olarak benimsemiştir. 2021 sonrası Türkiye’de reklamların büyük çoğunluğu 9:16 formatında üretilmeye başlanmış, dizi tanıtımları TikTok ritmine uygun şekilde “hızlandırılmış sahne kolajları” hâlinde düzenlenmiştir. Film festivallerinde bile dikey çekim kategorileri oluşturulmuş, Türkiye’de kısa film üreticileri arasında dikey format deneyleri artmıştır. Bu durum Manovich’in (2016) dijital estetiğin yazılım mantığıyla şekillendiği yönündeki tespitini doğrular niteliktedir: Türkiye’deki genç görüntü üreticileri sinemayı yatay bir çerçeveden çok mobil odaklı bir görsel yüzey olarak algılamaya başlamıştır.

Türkiye’de dikey ekran kültürünün bir diğer yansıması, gündelik yaşamın mikro-performanslara bölünmesidir. TikTok’un “her an kayıt edilebilir” mantığı, kullanıcılar arasında gündelik aktivitelerin ritmik olarak parçalara ayrılmasına yol açmaktadır. Bu mikro-performans yapısı yalnızca teknik bir format tercihi değil, aynı zamanda kullanıcıların kendilerini sunma biçimlerini dönüştüren kültürel bir süreçtir. Özkoçak’ın ifadesiyle, “Bilgisayar ve sonrasında internet ile ortaya çıkan yeni medya, iletişimin yanı sıra kişisel paylaşım, sosyalleşme ve ego tatmini için de fırsatlar sağlamıştır.” Bu durum, TikTok’un neden özellikle genç kullanıcılar arasında yoğun bir “görünür olma” ve “kişisel performans üretme” motivasyonu yarattığını açıklamaktadır. Yemek yapma, spor, okul, iş hayatı, aile içi etkileşimler ve hatta duygusal ifadeler bile dikey ekranın ritmik mantığına uygun şekilde kısa performanslara dönüştürülmektedir. Bu durum, Couldry ve Hepp’in (2017) medyatik gerçeklik inşası kavramı ile de uyumludur: TikTok, gündelik yaşamı yalnızca temsil eden değil, aynı zamanda gündelik pratiklerin kendisini dönüştüren bir kültürel altyapıdır. Türkiye’de

özellikle genç kadın kullanıcılar arasında kendilik performansları, bakım rutinleri, makyaj pratikleri ve gündelik estetik ritüellerin TikTok formatına uyarlanması dikkat çekicidir. Bu durum yalnızca bireysel tercihlerle değil, sosyal medya ortamlarının söylemsel yapısıyla ilişkilidir. Sosyal medya günümüzün iletişim ortamının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu atmosferde ‘toplumu yansıtan bir ayna’ olan söylemler hızla yayılmakta ve yaygınlaşmaktadır”. (Uzun Yedekci & Aydoğan, 2022) Bu nedenle TikTok’taki mikro-performanslar, yeni bir görsel söylem biçimi üretmekte ve kültürel normların dolaşıma giriş biçimlerini yeniden şekillendirmektedir.

Dikey ekran kültürü, Türkiye’de yalnızca bir izleme-format dönüşümü değil; kimlik performanslarını, gündelik yaşam pratiklerini, kültürel temsilleri, medyatik üretim biçimlerini ve estetik normları dönüştüren çok katmanlı bir kültürel değişim alanı oluşturmıştır. TikTok’un Türkiye’deki popülaritesi, bu dönüşümün uzun vadeli olacağını göstermektedir. Dikey ekran kültürünün Türkiye’deki yükselişi, sinemadan reklama, müzikten haberciliğe kadar tüm medyatik alanlarda yeni estetik ve anlatı modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Sinemada Yeni İzleyici Deneyimi: Mobil Odaklı ve Parçalı İzleme Kültürü

Dijital çağda izleyici deneyimi, yalnızca içerik tüketiminin bir biçimi olmaktan çıkmış; yeni medya araçlarının belirlediği ritimlere, dikkat döngülerine ve mekânsal alışkanlıklara bağlı olarak yeniden şekillenmiştir. İzleme pratiği giderek bireyselleşmekte, çoklu ekranlara yayılmakta ve dikkat süreleri daha parçalı hâle gelmektedir. Seyir kültürü toplu bir eylemden daha küçük gruplara, aile içi ve bireysel bir seyir eylemine dönüşmektedir. (Aytekin, 2020) TikTok’un mikro-zamanlı akış yapısı da bu bireyselleşmiş izleme deneyimini güçlendiren bir mekanizma olarak çalışmaktadır. İnternet temelli içerik platformlarının yükselişi özellikle, televizyon dizi ve seriyalleri internet yayın platformlarında da popüler bir içerik türü hâline gelmiştir. Bu durum, izleyicinin televizyon merkezli bir izleme ritminden mobil-platform merkezli kişiselleştirilmiş bir ritme geçiş yaptığını göstermekte ve TikTok’un kısa döngülü içerik mantığının neden bu kadar hızlı benimsendiğini ortaya koymaktadır. (Kavi & Akyol (2020) Günümüzde

izleyici, anlatının kendisi kadar erişim hızını, akışkanlığı ve etkileşim imkânını da medya deneyiminin bir parçası olarak görmektedir.

Sinema, tarihsel olarak kolektif ve mekânsal olarak sabit bir deneyime dayanırken günümüzde mobil cihazlar, izleyicinin filmle ilişkisini köklü biçimde dönüştürmüştür. Özellikle TikTok'un dikey ekran mantığına dayalı estetik yapısı, sinema izleyicisinin beklentilerini, dikkat aralığını ve görüntüyle kurduğu bilişsel ilişkiyi yeniden programlamaktadır. Yeni izleyici deneyimi, mobil odaklı, parçalı ve hızlandırılmış izleme pratikleri üzerinden kavramsallaştırılmalıdır.

Mobil odaklı izleme kültürü, görüntüyle kurulan mekânsal ilişkiyi değiştiren ilk faktördür. Geleneksel sinema, geniş perdede kolektif bir izleme pratiği sunarken günümüzde içerikler ağırlıklı olarak mobil ekranlarda, bireysel ve hareket hâlindeki izleme deneyimlerine taşınmıştır. Bu durum McLuhan'ın (1964) medyanın algıyı biçimlendirdiğine ilişkin temel tezini doğrulamaktadır: Aracın fiziksel yapısı (dikey ekran, küçük yüzey, elde tutulan cihaz) izleme pratiğini de dönüştürmektedir. Mobil odaklı izleyici, filmi yalnızca sinema salonunda değil; toplu taşımada, yatakta, yemek sırasında, yürürken veya gündelik akış içinde kısa aralıklarla tüketen bir izleme rejimine sahiptir. Bu durum, film deneyiminin bütünlüğünü parçalamakta ve sinemayı “izleme anlarına bölünmüş” bir tüketim nesnesine dönüştürmektedir.

Parçalı izleme kültürü, izleyicinin filmle kurduğu ilişkiyi dramatik olarak değiştiren ikinci önemli unsurdur. YouTube, TikTok ve Instagram gibi sosyal medya uygulamaları, izleyiciyi bölümlere ayrılmış, kesintili ve hızla tüketilebilir içeriklere alıştırmıştır. Crary'nin (2013) “7/24 kültürü” olarak tanımladığı sürekli erişilebilirlik ve kesintisiz uyarılma hâli, izleyicinin odaklanma kapasitesini azaltmakta ve içerik tüketimini bölünmüş dikkat yapısına göre şekillendirmektedir. TikTok gibi platformlarda izleyicinin bir videoyu ortalama 3–10 saniyede yargılayıp kaydırması, uzun biçimli sinema anlatısına yönelik sabır ve dikkat kapasitesini de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum, sinemada giderek daha sık görülen hızlı açılış sahneleri, erken dramatik tetikleyiciler ve kısaltılmış sekans yapılarıyla doğrudan ilişkilidir.

Parçalı izleme deneyiminin bir diğer yansıması, izleyicinin film akışını durdurma, tekrar başlatma ve farklı cihazlar arasında geçiş yapma eğilimidir. Bu davranış, sinemanın lineer ve kesintisiz deneyim mantığını kırmakta; filmi bir “akış ürününe” (flow item) dönüştürmektedir. Couldry ve Hepp'in (2017) medyatik gerçeklik inşası kavramı, bu noktada

anlamlıdır: Dijital medya, yalnızca içerikleri değil, gerçeklik deneyiminin kendisini de parçalı ve kesintili bir yapıya dönüştürmektedir. Türkiye’de dijital platform kullanıcıları arasında yaygın olan “yemek yerken dizi izleme”, “toplu taşımada kısa sahneleri izleme” ve “telefonu ekran aynası olarak kullanarak içerik tüketme” pratikleri bu dönüşümün yerel göstergeleri olarak değerlendirilebilir.

TikTok’un izleyici davranışları üzerindeki etkisi ise, yalnızca ritim ve dikkat alanıyla sınırlı değildir; izleyicinin beklenti yapısını da dönüştürmektedir. TikTok estetiği, hızlı tempo, çarpıcı girişler ve sürekli uyarılma üzerine kurulu olduğu için izleyicinin sinemadan beklentisi de giderek bu doğrultuda şekillenmektedir. Bu durum, Gillespie’nin (2010) belirttiği “platform mantığının kültürel normlara etkisi”yle doğrudan ilişkilidir. TikTok’un görünürlüğü belirleyen algoritmik yapısı, genç izleyicilerin kısa sürede dikkati yakalayan, estetik açıdan doygun, yüksek tempolu sahneleri tercih etmesine neden olmakta; bu tercih sinema metinlerinde de karşılık bulmaktadır. Türkiye’de son yıllarda dijital platform dizilerinde bölüm sürelerinin 30–45 dakikaya düşmesi, hikâyelerin epizodik yapılar hâlinde sunulması ve sahne ritimlerinin hızlanması, TikTok’laşan izleyici davranışının doğrudan sonucudur.

Yeni izleyici deneyimi aynı zamanda daha etkileşimli ve katılımcı bir yapıya sahiptir. İzleyici pasif bir tüketici olmaktan çıkarak, içerik üretimine katılan bir aktöre dönüştürmektedir. Bu eğilim, sosyal medya platformlarının iletişim biçimlerini nasıl dönüştürdüğüyle doğrudan ilişkilidir. Nitekim Çil, “*Sosyal paylaşım siteleri bireylere hem içerik üretme hem de bu içerikler üzerinden etkileşim kurma olanağı sağlayarak yeni bir iletişim biçimi ortaya çıkarmaktadır*” (Çil, 2018) diyerek bu dönüşümün izleyici davranışını nasıl yeniden tanımladığını ortaya koymaktadır.

Bu dönüşüm aynı zamanda Uricchio’nun (2014) algoritmik kültür analizinde vurguladığı gibi izleyiciyi hem üretici hem de performatif bir özneye dönüştüren yeni bir medya rejimini temsil etmektedir. Sinema dünyasında bu durum; fan içeriklerinin artması, film sahnelerinin TikTok ritmiyle yeniden düzenlenerek viral olması ve izleyici-tüketici-üretici (prosumer) kültürünün güçlenmesiyle kendini göstermektedir. Türkiye’de özellikle yerli dizilerin TikTok’ta viral olan sahneleri, diziye olan ilgiyi artırmakta ve izleyicinin metnin dışında aktif rol üstlendiği yeni bir medya ekonomisini oluşturmaktadır.

Mobil odaklı ve parçalı izleme kültürü, sinemanın deneyimsel temelini dönüştürmekte; izleyici ile film arasındaki ilişkiyi hız, akışkanlık ve kesintili dikkat çerçevesinde yeniden yapılandırmaktadır. TikTok'un ritmik, estetik ve algısal mantığı, yalnızca üretim pratiklerini değil; izleme davranışlarını da belirleyerek sinemayı mobil çağın görsel alışkanlıklarına uyumlanmaya zorlamaktadır. Bu dönüşüm, sinemanın geleceğini yalnızca estetik tercihler üzerinden değil, aynı zamanda izleyicinin bilişsel ve davranışsal yapıları üzerinden yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Dikey Formatın Anlatı Yapısına Etkisi: Post-Sinematik Anlatı

Dikey ekran kültürü, dijital çağın görsel iletişim deneyimini yalnızca teknik bir değişim olarak değil, aynı zamanda sinema anlatısının temel yapı taşlarını dönüştüren kültürel bir kırılma olarak yeniden tanımlamaktadır.

Bu tespit, dikey formatın neden izleyiciye “doğrudan şahit oluyormuş hissi” verdiğini açıklar: yakın plan, kişisel alan ve gerçekliğe yakın ritim, TikTok gibi platformlarda içeriklerin neden daha inandırıcı ve duygusal yoğunluklu algılandığını gösteren güçlü bir çerçeve sunmaktadır.

Dikey kadrajın yüz, beden ve mikro-hareketlere odaklanan anlatı yapısı, sosyal medya estetiğinin yükselişiyle daha belirgin hâle gelmiştir. Sinema endüstrisi de, sosyal medyayı etkili bir reklam aracı olarak kullanmaktadır. (Aytekin & Yıldızviran, 2021). Dijital platformlar, özellikle de TikTok gibi dikey-video temelli mecralar, ritmik ve hızlı tüketim odaklı estetiği sayesinde yeni bir post-sinematik anlatı rejiminin yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır.

Sinema çalışmalarında “post-sinematik dönem” olarak adlandırılan bu dönüşüm, Shaviro'nun (2010) dijital çağın hız, parçalanma ve duygulanım yoğunluğu üzerinden şekillenen yeni temsil biçimleriyle karakterize ettiği yapıyla paralellik göstermektedir. Bu temsil biçimlerinin önemli unsurlarından biri, izleyicide “gerçekliğe tanık oluyormuş” hissi yaratma çabasıdır. Nitekim Akyol ve çalışma arkadaşları, *“Arşiv görüntüleri ise; konu ile ilgili derinlemesine araştırma yapacak kişilerin karşısına çıktığında, (dizi ile yüksek oranda benzerlik taşıması nedeniyle) dizinin gerçeğe son derece sadık olduğu imajını oluşturacaktır”* diyerek dijital çağda görsel inandırıcılığın nasıl üretildiğini açık biçimde ortaya koymaktadır (Kavi, Akyol & Kavi, 2024). Bu tespit, dikey ekran estetiğinin de benzer biçimde yakın plan,

yüz odaklı ve mikro-gerçeklik üreten bir görüntü dünyası kurduğunu göstermektedir.

Dikey formatın anlatı mantığını dönüştürdüğü ilk alan mekânsal anlatının yeniden ölçeklenmesidir. Geleneksel sinema büyük ve yatay bir mekânsal evren inşa ederken dikey format, mekânı daraltan, özneyi çerçeveyeleyen ve dramatik yoğunluğu mikro düzeyde kuran bir anlatı mantığına yönelmektedir. Türkiye’de özellikle pandemi sonrası kısa filmlerde mekânsal minimalizmin belirgin şekilde arttığı ve mobil ekran dikeyliğine uyumlu anlatı pratiklerinin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bu durum, yalnızca estetik bir tercih değil; aynı zamanda dijital izleyicinin dikey formata alışkın görsel algısı nedeniyle anlatının mekân üzerinden değil “an” üzerinden kurulması anlamına gelmektedir.

Bir diğer önemli dönüşüm, lineer anlatının zayıflaması ve modüler hikâye yapılarının öne çıkmasıdır. Dikey format anlatıyı modüllere, fragmanlara ve epizodik mikro sahnelerle bölerek klasik dramatik bütünlükten uzaklaştırır. Bu, Aristotelesçi dramatik zincirin çözülmesine ve “parçacıklı dramatik mantığın” (fragmented dramaturgy) yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Bu yapıda sahneler, neden-sonuç ilişkisiyle değil; duygusal yoğunluk, jest, ritmo-tematik vurgu ya da görsel çekicilik üzerinden birbirine eklenmektedir.

Dikey formatın anlatıya etkilerinden biri de karakter inşasının yüzeyselleşmesi değil, farklılaşmasıdır. Geleneksel sinemada karakter, uzun süreli dramatik arklarla tanımlanırken dikey format karakteri çoğu zaman yüz, beden ve jestlerinin yoğunlaştırılmış bir temsili üzerinden kurulur. Genç kuşakların kimlik performansları mikro-duygulanımlar üzerinden ifade edilmektedir. Bu durum sinemadaki karakter inşasını da etkileyerek, yüzeydeki duygulanımı merkeze alan yeni bir dramatik temsil biçimi üretmektedir. Dikey format bu nedenle “mikro-duygulanım karakteri” olarak adlandırılabilen yeni bir karakter tipolojisini desteklemektedir.

Dramaturji açısından da dikey format, gerilimi mikro-dramatik yoğunluk noktalarına indirgeyen bir yapıya sahiptir. Bu yapı, klasik birikimli gerilim modellerine değil, “anlık dramatik tetikleyicilere” dayanan post-sinematik bir anlatı modelini desteklemektedir.

Dikey formatın anlatı üzerindeki bir diğer etkisi, transmedya dolaşımını kolaylaştırmasıdır. Türkiye’de özellikle dizi sahnelerinin TikTok’ta viral hâle gelmesi, izleyici tarafından yeniden düzenlenmesi veya remikslenmesi, Jenkins’in (2006) transmedya hikâyeleme

yaklaşımına uygun şekilde anlatının platformlar arası dolaşımında yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Bu durum, hikâyenin tek bir metinde değil; çoklu ekranların kolektif dolaşımı içinde anlam kazandığı yeni bir anlatı rejimi oluşturmaktadır. Dikey format, teknik uyumluluğu nedeniyle bu dolaşımın en kolay gerçekleştiği mecra hâline gelmiştir.

Dikey formatın anlatı yapısına etkisi, gerçeklik rejiminin dönüşümü üzerinden de okunabilir. Dijital çağ “gerçekliğin kırılanaştığı” ve sahicilik ile performans sınırlarının belirsizleştiği bir kültürel zemin yaratmaktadır. Bu bağlamda Deepfake teknolojisi üzerine yapılan araştırmalar, dijital çağda gerçeklik algısının ne kadar kolay manipüle edilebildiğini göstermektedir. Çil’in ifadesiyle, “*Gerçeklik algısını kaybeden izleyiciler sanal ve gerçek dünya arasında kalmaktadırlar.*” (Çil, 2023). Bu tespit, dikey ekran estetiğinin spontane, amatör ve sahici görünen içeriklerle neden bu kadar güçlü bir “yakın gerçeklik hissi” ürettiğini anlamak açısından oldukça kritiktir.

Dikey formatın spontane, amatör ve anlık estetik kurduğu ilişki, sinemada da belgesel-estetikli, down-to-earth, doğrudan deneyim sunan anlatı biçimlerinin artmasına yol açmaktadır. Post-sinematik anlatı, böylece hem amatör estetiğin görünürlüğünü artırmakta hem de profesyonel sinema dilinde yeni bir estetik gerçeklik arayışına zemin hazırlamaktadır.

Dikey format, sinema anlatısının mekânsal, zamansal ve dramatik düzeneklerini kökten dönüştüren, dijital çağın estetik ve kültürel dinamikleriyle uyumlu yeni bir post-sinematik anlatı modeli yaratmaktadır. Bu model, Türkiye’de hem sinema üretim pratikleri hem de dijital kültürün yaygınlaşmasıyla birlikte giderek daha görünür hâle gelmektedir.

TikTok Estetiğinin Eleştirisi: Kültürel, Estetik ve Etik Tartışmalar

Dikey ekran kültürünün ve TikTok estetiğinin yükselişi, dijital çağın görsel üretim ve tüketim pratiklerinde geniş çaplı bir dönüşüm yaratmakla birlikte pek çok kültürel, estetik ve etik tartışmayı da beraberinde getirmiştir. TikTok’un algoritmik yapısı, hız temelli ritmi ve performatif içerik üretimini teşvik eden estetik mantığı, hem küresel hem de Türkiye bağlamında yeni eleştirel sorular ortaya çıkarmaktadır.

TikTok estetiğine yöneltilen eleştirilerin önemli bir kısmı, uygulamanın yüzeyselleştirici etkisi üzerinden şekillenir. Dijital medya

araştırmalarında sıklıkla vurgulandığı gibi, platformların hız ekonomisine dayalı yapısı, derinlikli anlam üretimini gölgeler ve kısa, çarpıcı, duygusal yoğunluğu yüksek mikro içerikleri teşvik eder. Shaviro'nun (2010) post-sinematik kültür analizinde belirttiği üzere dijital çağın görsel üretimi, “affektif yoğunluk” üzerinden işleyen ve düşünsel derinliğin yerini duygulanım temelli hızlı uyarımlara bırakan bir yapıya evrilmiştir. TikTok'un ritmi, temsili çoğu zaman düşünsel bütünlükten uzaklaştırarak estetik yüzeysellik içinde yeniden üretmektedir. TikTok'un algoritmik yönlendirme gücünün estetik çeşitliliği sınırladığını da söyleyebiliriz. Algoritmalar kültürel üretim üzerinde görünmez yönlendirici güçler oluşturabilmektedir. (Bucher, 2018; Gillespie, 2010) TikTok'un “For You Page (Sana özel)” sistemi, görünürlüğü yalnızca belirli estetik kodlara uygun içeriklere dağıtarak kullanıcıları belli çekim açıları, filtreler, yüz oranları, müzik trendleri ve ritmik kalıplara yönlendirmektedir. Bu durum estetik çeşitliliği azaltmakta ve uygulamayı “tektipleştirici estetik” ile özdeşleştirmektedir. Türkiye’de de benzer bir eğilim görülmekte; popüler TikTok içerikleri giderek aynı yüz ifadeleri, mimikler, trend sesler ve geçiş efektleri etrafında benzeşmektedir. Bu açıdan TikTok estetiği, kültürel üretimde yapay bir normatif çerçeve oluşturarak yaratıcılığı belirli kalıplara hapseden bir yapıya dönüşebilmektedir.

TikTok estetiğinin tartışmalı bir diğer boyutu beden politikaları ve güzellik normları üzerindeki etkileridir. Özellikle genç kullanıcıların yoğun bulunduğu platformlarda estetik filtreler, yüz hatlarını değiştiren algoritmik makyajlar ve bedeni incelten efektlerin yaygın kullanımı, kültürel çalışmalar alanında beden politikalarının yeniden şekillenmesine dair eleştirileri tetiklemiştir. Bu durum “dönüştürülmüş beden estetiği”nin genç kullanıcılar arasında normalleşmesiyle sonuçlanmakta; beden algısı üzerindeki baskıları artıran ve gerçeklik ile temsili birbirine karıştıran bir görsel rejim üretilmektedir. TikTok'un bu estetik yapısı, özellikle ergenler arasında kimlik gelişimi ve beden memnuniyeti üzerinde olumsuz etkiler yaratabileceği gerekçesiyle eleştirilmektedir.

Bir diğer tartışma alanı, TikTok'un kültürel anlam üretimini parçalı hâle getiren yapısıdır. Dijital kültür, bütünlüklü anlatılardan ziyade parçacıklı temsil biçimlerini destekler. TikTok, kültürel imgeleri bağlamından kopararak hızla tüketilebilir fragmanlara dönüştürme eğilimindedir. Kültürel pratikler, ritüeller ve sosyal fenomenler platformda çoğu zaman ironik, parodik veya performatif biçimlere

indirgenir. Bu durum özellikle Türkiye’de yerel kültürel öğelerin TikTok’ta “Trend malzemesi”ne dönüşmesiyle birlikte sıkça tartışılan bir konudur. Danslar, yöresel ağızlar, gündelik jestler ve toplumsal normlar platformda yeniden bağlamlandırılmakta; bu da bazı araştırmacıların kültürel temsillerin yozlaşması veya basitleştirilmesi olarak gördüğü bir sürece işaret etmektedir.

Etik açıdan TikTok estetiği, özellikle veri politikaları, gözetim kültürü ve mahremiyet bağlamında yoğun eleştirilere konu olmaktadır. Platformun kullanıcı davranışlarını büyük ölçekte toplaması, algoritmanın kişisel tercihler üzerinden manipülatif içerik önerileri sunabilmesi ve genç kullanıcıların veri güvenliği konusundaki kırılganlığı ciddi etik sorunları gündeme getirmektedir. Dijital platformların yeni bir gözetim ekonomisi ürettiği ve bireylerin davranışlarının ekonomik değere dönüştürdüğü gözlemlenmektedir. TikTok’un veri toplama pratiklerinin şeffaf olmaması ve ticari algoritmaların kullanıcı davranışlarını manipüle edecek şekilde yapılandırılması, özellikle genç kullanıcıların güvenliği açısından eleştirilmektedir.

TikTok estetiği, sanat–temsiliyet–gerçeklik üçgeninde epistemolojik sorunlar da barındırır. Amatörlük estetiğinin profesyonel üretim kadar değerli görülmesi bir yandan yaratıcı çeşitlilik yaratırken, bir yandan da estetik standartların belirsizleşmesini beraberinde getirmektedir. TikTok estetiğinin profesyonel sinema anlatılarını etkilemesinin hem bir yaratıcı serbestleşme hem de bir estetik tahribat potansiyeli taşıdığını söyleyebiliriz. Bu ikili yapı, TikTok estetiğinin kültürel etkisi üzerine yapılan tartışmaların neden bu kadar güçlü ve çelişkili olduğunu açıklamaktadır.

TikTok estetiği, sadece dijital kültürün yükselen bir biçimi değil; kültürel yüzeyselleşme, estetik tektipleşme, beden politikaları, mahremiyet sorunları ve epistemolojik belirsizlikler gibi çok boyutlu tartışmaların odağında duran yeni bir kültürel rejimdir. Bu nedenle TikTok estetiğini değerlendirmek, yalnızca dijital platform davranışlarını anlamak değil; aynı zamanda dijital çağın kültürel, etik ve estetik sınırlarını yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Sonuç

Dikey ekran kültürünün yükselişi, sinemanın üretim, dağıtım ve tüketim biçimlerini dönüştürmüştür. McLuhan’ın (1964) “araç iletidir” önermesinin bugün TikTok ve mobil ekran kültürü bağlamında yeniden

doğrulanması, yeni medya araçlarının yalnızca içerik aktarımını değil, aynı zamanda algı, zaman ve mekânı deneyimleme biçimlerimizi de şekillendirdiğini göstermektedir. Bu nedenle dikey format, sinemanın biçimsel bir uyarlaması olarak değil, post-sinematik dönemin belirleyici kavramlarından biri olarak değerlendirilmelidir.

Sinemanın geleceğini dönüştüren bu yeni paradigma üç temel değişim üzerinden okunabilir. Birincisi, görsel-uzamsal dönüşüm: Dikey ekran, sinemanın yatay ekseninde kurduğu görsel evreni daraltarak mekân yerine özneyi, geniş anlatı dokusu yerine yoğunlaşmış mikro-anlatı merkezileştirmektedir. Bu, Türkiye’de kısa film üretiminden reklamcılığa kadar pek çok alanda belirgin hâle gelen yeni bir mekânsal estetik yaratmaktadır. İkincisi, ritmik-zamansal dönüşüm: TikTok’un hız temelli estetiği, sinemadaki anlatı ritminin de yeniden ölçeklenmesine yol açmakta; uzun süreli dramatik birikimler yerine anlık yoğunluklara dayalı mikro-dramaturjiler güç kazanmaktadır. Bu durum dijital izleyicinin kesintili dikkat yapısına ideal biçimde hitap eden yeni bir anlatı mantığını ortaya çıkarmaktadır.

Üçüncü dönüşüm ise anlatı-mantıksal yeniden yapılanmadır: Parçalı, modüler, platformlar arası dolaşıma uygun ve açık uçlu hikâye biçimleri, post-sinematik dönemin yeni normları hâline gelmektedir. Bu yapı yeni sinema ekosisteminde daha belirgin bir önem kazanmış; anlatılar artık sinema salonunda başlayıp TikTok, YouTube ve diğer sosyal medya uygulamalarında yeniden biçimlenen çok katmanlı yapılar hâline gelmiştir. Dikey format bu transmedya dolaşımının en kolay adapte olan bileşenlerinden biridir ve özellikle Türkiye’de dizilerin TikTok’ta viral hâle gelmesiyle bu durum daha görünür hâle gelmiştir.

Eleştirel açıdan bakıldığında TikTok estetiği, sinemanın geleceği için hem bir fırsat hem de bir risk alanı yaratmaktadır. Bir yandan yaratıcılığı demokratikleştiren, amatör üreticilerin görünürlüğünü artıran ve estetik çeşitliliği teşvik eden bir yapı sunarken diğer yandan algoritmik yönlendirme, yüzeyselleştirme, beden politikalarının baskılanması ve kültürel temsillerin tektipleşmesi gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle dikey ekran kültürünü sinemanın geleceği açısından yalnızca olumlu veya olumsuz bir dönüşüm olarak değil, iki yönlü bir kültürel gerilim alanı olarak değerlendirmek gerekir.

Sinemanın geleceği, bu gerilim alanının nasıl yönetileceğiyle doğrudan ilişkilidir. Dikey ekran estetiği, sinemayı yeni anlatı ve estetik formlarla buluşturma potansiyeline sahiptir; fakat bu potansiyelin yaratıcı

bir yenilik mi yoksa endüstriyel bir ticarileşme mi doğuracağı, üreticilerin ve izleyicilerin bu estetikle kuracakları ilişkiye bağlıdır. Türkiye’de genç kuşakların dikey formatla kurduğu yoğun bağ, yakın gelecekte yerli sinema üretiminde daha fazla mobil-dostu projelere, dikey çekim deneylerine ve platformlar arası geçişli anlatı pratiklerine yol açacaktır. Bu bağlamda sinemanın geleceği, yalnızca estetik tercihlerle değil; teknolojik altyapı, kültürel tercihler, algoritmik yönelimler ve izleyici alışkanlıklarının ortak etkisiyle şekillenecek çok aktörlü bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir.

Post-sinematik dönemde sinema artık yalnızca bir sanat biçimi değil, mobil ekranlar, algoritmik yönelimler ve parçalı dikkat ekonomisi içinde yeniden tanımlanan dinamik bir kültürel formdur. Bu nedenle sinemanın geleceği, yatay perdeden dikey ekrana uzanan bu çok katmanlı dönüşümün anlaşılması ve yaratıcı potansiyelinin doğru değerlendirilmesiyle şekillenecektir.

Önümüzdeki yıllarda dikey ekran estetiğinin sinema ve video üretim modellerini daha güçlü biçimde şekillendireceği öngörülebilir. Yapay zekâ destekli kurgu araçları, mobil kameraların gelişimi ve sosyal medya uygulamalarının içerik üreticilerini teşvik eden ekonomik modelleri, dikey formatın hem amatör hem profesyonel üretimlerde norm hâline gelmesine yol açacaktır. Bu bağlamda TikTok estetiği, yalnızca güncel bir dijital trend değil, sinematik anlatının geleceğini belirleme potansiyeli taşıyan yeni bir görsel paradigma olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aytekin, M. (2020). Covid-19 sonrası Türk sinema endüstrisi üzerine bir inceleme. *Turkish Studies*, 15(4), 69-93. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44475>
- Aytekin, M ve Yıldızviran, M. (2021). Sinema tanıtım ve reklam ilişkisi bağlamında Türk Sinema endüstrisinde sosyal medya kullanımı. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (35), s. 217-238, DOI: 10.31123/akil.886926
- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Bishop, S. (2019). Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip. *New Media & Society*, 21(11–12), 2589–2606.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The mediated construction of reality*. Polity. Polity Books
- Crary, J. (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Verso.
- Çil, S. (2023). Türkiye’de deepfake teknolojisi: Youtube’da en çok izlenen türkçe deepfake videolar ve izleyicileri üzerine inceleme, *Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi*, 4(10): 173-195.
- Çil, S., & Yurdigül, Y. (2018). Sosyal Paylaşım Siteleri ve Demokratikleşme İlişkisi: Facebook Örneği. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 4(2), 450-474.
- Deleuze, G. (1989). *Cinema 2: The time-image*. University of Minnesota Press.
- Gillespie, T. (2010). The politics of “platforms.” *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Kavi, A. N., Akyol, O., Kavi, M. (2024). Çernobil dizisi: belgesel drama ve simülasyon. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 10 (3), 265-298
- Kavi, A. N. ve Akyol, O. (2020). Televizyonda Yayınlanan İnternet Seriyalleri Üzerine Bir İnceleme: Fi Örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (1), Yaz, s.152-177
- Keskin, Batuhan (2018) "Van Dijk, Poell, and de Wall, The Platform Society: Public Values in a Connective World (2018)," *Markets, Globalization & Development Review*: 3(3). DOI: 10.23860/MGDR-2018-03-03-08
- Manovich, L. (2016). *Instagram and contemporary image*. Manovich.net.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw–Hill.
- Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production. *New Media & Society*, 20(11), 4275–4292. <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>
- Özkoçak, Y.(2025). Radio and Television Broadcasting in Turkey and its Historical Evolution. *MEDIAJ*, 8(1), 65-95. DOI: 10.33464/mediaj.1612444
- Postman, N. (1970). *Teaching as a conserving activity*. Delacorte Press.
- Postman, N. (1985). *Amusing ourselves to death: Public discourse in the age of show business*. Penguin.
- Shaviro, S. (2010). *Post-cinematic affect*. Zero Books.
- Uricchio, W. (2014). The algorithmic turn: Photosynth, augmented reality and the changing implications of the image. In *Rethinking media change* (pp. 25–38). MIT Press.
- Uzun Yedekci, E. ve Aydoğan Boschele, F. (2022). Sosyal medyada dişil söylemin inşası: Instagram örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 118-140.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Social media logic. *Media, Culture & Society*, 35(1), 5–22. <https://doi.org/10.1177/0163443712464565>
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital in Türkiye 2025*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey>

DİJİTAL PLATFORMLARDA KÜLTÜREL ÖGELERİN KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME: “HAKAN: MUHAFAZ” ÖRNEĞİ*

Hasan Alkan^{**}, Onur Akyol^{***}

GİRİŞ

Yakın dönemde kültür alanında yapılan araştırma ve çalışmalarda araştırmacı Geert Hofstede’in yaptığı çalışmaların ön plana çıktığı, birçok uluslararası araştırmaya ilham ve temel oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ilhamını Hofstede’in çalışmaları oluşturmaktadır. İnternet tabanlı dijital medya ürünleri bağlamında Netflix Türkiye platformunda yayınlanan ilk Türk draması olma özelliğiyle dikkat çeken Hakan: Muhafız’da kullanılan kültürel öğeler hakkında literatürde çok fazla bilimsel çalışmanın yer almadığı görülmüştür. Konuyla ilgili olarak literatür taraması yapıldığında, “Netflix’in Kültürel Yeniden Üretimin Bir Aracı Olarak Kullanılması, ‘Hakan: Muhafız’ Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Bir İnceleme” adlı bir doktora tezi, 5 adet de yüksek lisans tezi ile karşılaşılmıştır. Yapılan çalışmalar dramada; “görsel efekt kullanımı, fantastik öğelerin çözülmesi, toplumsal cinsiyet rolleri, küyerelleşme ve dilin kullanımı konularını temel almıştır. Bu çalışma; Hofstede’in kültürel öğelerin kullanımı ve aktarımı konusunda geliştirdiği “Kültür Soğanı Modeli” bağlamında ayrıntılı şekilde incelenen ilk literatür çalışmalarından biri olma özelliğini taşımaktadır. Çalışma yerel kültürel unsurların tanıtımına imkan veren bu uluslararası platformlardaki Türk içeriklerle ilgili yapılan çalışmaların eksikliğini giderdiği için önem arz etmektedir. Bu yüzden bu araştırmanın temel sorusu ve hipotezleri Hofstede’in yapmış olduğu çalışmalar üzerinden yürütülmüştür.

Araştırmanın amacı; kültürel tanıtıma katkı sağlayan, Netflix’te yer alan Türk draması Hakan: Muhafız dramasının küyerelleşme bağlamında

* Bu çalışma “Dijital Platformlarda Kültürel Öğelerin Kullanımı” başlıklı Doktora tezinden üretilmiştir.

** Doktora, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema ABD, info.hasanalkan@gmail.com

*** Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, onur.akyol@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3417-9777

kültürel göstergeler aracılığıyla Geert Hofstede Kültür Soğanı Modeli'ne göre incelenmesidir. Bu bağlamda çalışma esnasında aşağıdaki sorular araştırılmıştır:

- Dijital platformlarda yer alan Türk dramalarında kültürel öğeler gösterilmiş midir?

-Hakan: Muhafız dramasında hangi değerler, öğeler ve sembollere, hangi görseller kullanılarak yer verilmiştir?

Netflix, içeriğinde bulunan Türk dramaları aracılığıyla ulusal kültürel değerleri küresel bir alana taşımıştır. Araştırmanın temel hipotezine göre kültürel kodların yoğun olarak kullanıldığı drama örneği olarak Hakan: Muhafız, uluslararası seyirciye İstanbul'un kültürel sembollerini sunmaktadır.

Çalışmanın yöntemi Hofstede'nin kültürel göstergeler yaklaşımına göre göstergebilimsel ve betimsel analizdir. Bu yaklaşımda özellikle kültürel göstergeler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hofstede'nin Kültür Soğanı Modeli'ne göre, kültür dört ana gösterge üzerinden tanımlanmaktadır. Bu göstergeler, semboller, ritüeller, kahraman(lar) ve değerler olarak adlandırılmaktadır. Çalışmada Hakan: Muhafız draması, amaçlı örneklem tekniğiyle incelenmiştir. Araştırmaya dramanın ilk iki sezonu, toplamda 18 bölüm dahil edilmiştir.

Kültür, insanlık tarihinin başlangıcı kadar eski ve insanın var olduğu her alanı kapsayacak kadar geniş bir kavramdır. Bireylerin doğumdan itibaren aile içinde başlayan sosyalleşme süreciyle nesiller boyunca aktardığı bir dizi düşünce ve davranış biçimidir. Bireyler, mensup oldukları toplumun kültüründen değerleri, tutum ve davranışları edinirler. Hofstede'e göre; kültür, zihinsel anlamda geçmişte yaşanan birtakım olay ve olguların geleceğe aktararak kolektif bir bilinç oluşturulmasıdır. Bu nedenle kültür, içinde pek çok unsuru barındıran zengin ve karmaşık yapısıyla, her toplumun kendine has özellikleriyle şekillenen, ancak o toplumun fertleri tarafından çözümlenebilen ortak bir mirastır.

Artan küresel rekabet, iletişim ve bilişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ve 'insan' faktörünün öneminin artmasıyla birlikte toplumların yapılarındaki farklılıklar araştırılmaya başlanmıştır. Bu noktadan hareketle yapılan çalışmalarda; o toplumda üretilen içeriklerin mevcut kültürden soyutlanarak düşünmenin mümkün olamayacağı

sonucuna varılmıştır. İnsanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer yansımasıdır ve sahip oldukları kültürleri geleceğe taşırlar.

İletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte toplumların arasındaki ekonomik, politik ve kültürel sınırların kalkmış ve toplumlar iç içe geçmiş kısaca ülkeler ekonomik, siyasi ve kültürel olarak birbiriyle bağlanmıştır. Toplumlar gittikçe benzer yapıya bürünmekte ve meydana gelen herhangi bir olaya hemen hemen aynı tepkiyi vermektedirler. Küreselleşme aracılığıyla dünya değişime uğramış ve tekdüze bir yapı oluşmaya başlamış, ekonomik, siyasi ve teknolojik bir dönüşüme uğramıştır. Simge, imge, moda hepsi iç içe geçmiş ve benzer küresel pazarlar meydana gelmiştir.

Kitle iletişim araçları ve bu araçların desteklediği küresel pazarın mal, hizmet ve ideolojisiyle birlikte sunulan kitle kültürü kavramı, başka bir ifadeyle dünyadaki kapitalist sistemin ürettiği kültür endüstrisi egemenliği altındaki standartlaşmış ve metalaşmış bir kültürden bahsedilebilir. Küreselleşmenin toplumları bu denli baskılamaya ve şekillendirmeye başlamasıyla birlikte yerel değerler daha fazla konuşulmaya başlanmış ve yerelleştirme kavramı ortaya atılmıştır. Bu stratejiler arasında önemli bir yeri olan ‘küyerelleşme’; faaliyet gösterilen ülkenin kültürel değerlerini kullanarak ürünlerin zenginleştirilmesi ve hem ‘küresel’ hem de ‘yerel’ unsurların bir arada sunulmasıdır. Küyerelleşme, küresel markaların yer aldıkları ülkelerin kültürleri, inançları, değerleri, geleneksel tatları, dilleri, ekonomisi, günlük yaşam alışkanlıkları göz önünde bulundurarak ve pazarlama stratejilerinde küresel standartlarının dışına çıkarak, küresel değerlerine yerel semboller kazandırmalarıdır.

Teknoloji ve bilişim sistemlerindeki gelişmeler dijitalleşme kavramını beraberinde getirmiştir. Dijitalleşme ile bilginin aktarılması, üretilmesi hızlanmış, kolaylaşmış; çok daha geniş kitlelere yayılmasını sağlamıştır. Dijital dönüşümle birlikte medya araçları, dijitalleşerek gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel medyadan, yeni medya olarak sınıflandırılan dijital mecralara ve uygulamalara geçiş yapmaktadır. Bununla birlikte dijital yayıncılığın başlaması ve internet ile desteklenmesiyle internet üzerinden televizyon yayıncılığı yapılmaya başlanmış ve bu yayınlar çeşitli sistemlerle televizyon yayıncılığına alternatifler oluşturulmuştur. Televizyonda gösterilmek için üretilen içeriklerin, yeni ortamlara taşınmasının yanında bu platformlara özel içeriklerin de üretildiği bir

döneme girilmiştir. İnternetin yapısı gereği güçlü etkileşim imkanı sunan bu dijital platformlar izleme deneyimini köklü bir şekilde değiştirmiştir.

Bu platformların önde gelenlerinden biri olan Netflix, yeni pazarlara açılırken yararlandığı en önemli strateji yerel öğeleri kullanmasıdır. Orijinal içerikleriyle yerel unsurlardan beslenirken küresel pazarda, yürüttüğü bu küyerelleşme stratejisi sayesinde oldukça tutulmuştur. 2018 yılında Netflix, ilk Türk draması Hakan: Muhafız'ı çekerek Türkiye pazarına giriş yapmıştır. İstanbul'un tarihi ve turistik yerlerini zengin görsellerle sunan Hakan: Muhafız'ın ardından birçok Türk yapımı orijinal içerikler platformda yer almıştır.

Çalışmada, dünyada birçok dile çevrilerek kabul gören Geert Hofstede'in kültürel yaklaşımları, bir çevrede doğup büyüyen ve orada şekillenen kişilerin sosyal, ekonomik ve toplumsal yansımalarını kültürel kodlamalar çerçevesinde Kültür Soğanı Modeli bağlamında incelenerek, dijital platformlarda kültürel öğelerin kullanımı araştırılmıştır.

Hofstede, kültürü tanımlamak için bir soğan metaforu yaratır, kültürün aynı bir soğan gibi farklı katmanlardan oluştuğunu belirtir (Hofstede vd., 2010: 6). Katmanları, 'semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler' olmak üzere dört ana başlık altında toplamaktadır. Bu katmanların dışında da uygulamalar adı verilen çekirdekten yüzeye uzanan bir kanal mevcuttur. Bu kanal, kültürü oluşturan bireyler tarafından gözlenemezken, o kültürün dışında yer alan bir gözlemci tarafından kolaylıkla görülebilir, fakat yine de uygulamaların ifade ettiği kavramlar ya da nasıl yorumlanması gerektiğini kültürün yaratıcısı olan bireyler yapabilmektedir (Hofstede vd., 2010: 9).

Hofstede, bir çocuğun büyürken kimlerle birlikte zaman geçirdiğini, onu büyüten insanların kişilik özelliklerini, etkilendiği yaşam tarzını, edindiği tecrübeleri, iyi ve kötü gibi normların neleri tanımladığını, tanıştığı kahramanları gibi birçok unsuru Kültür Soğanı Modelinde ele alır (Hofstede vd., 2010: 10). Bir bebeğin doğumuyla birlikte kültür aktarımı süreci her seferinde başa dönmekte, böylece toplumların kendilerine özgü kültürleri yeniden üretilmeye ve sürdürülmeye devam etmektedir (Hofstede vd. 2010: 10-11).

Kültür Soğanı'nın en dış halkasında "ortak kültürel geçmişe sahip insanların anlamlandırabileceği hareketlerin, kelimelerin, imgelerin veya nesnelerin" (Hofstede vd., 2010: 8) meydana getirdiği sembol katmanı

bulunmakta ve bu katman kolaylıkla diğer kültürler tarafından kopyalanabilmektedir. Sembollere örnek olarak, renkler, davranış tipleri, saç stillerini, kıyafet seçimini örnek verebiliriz. Sembol katmanının altında kahramanlar katmanı yer almakta, bu katmanda ‘yer aldığı kültürde değerli görülen ve bu yüzden rol modeli olarak kabul edilen özelliklere sahip ölü ya da canlı, gerçek veya kurmaca kişiler’ (Hofstede vd., 2010: 9) bulunmaktadır. Tanrılar, halk figürleri, düşünürler, film karakterleri bu katmanda yer alırlar. Kahramanlar katmanının altında ritüel adı verilen ‘kültürel norm ve değerlerin kalıcılığını sağlamak için toplumdaki bireyler tarafından düzenli olarak tekrar edilen, toplumsal açıdan şart görülen toplu eylemler’ katmanı bulunmaktadır (Hofstede vd., 2010: 9). Selamlama, dini ve milli törenler, bayramlar bu katmanda incelenir (Blom ve Meier, 2002: 41). Soğanın çekirdeğinde ise değerler katmanı mevcuttur. Değerler, küçük yaşlardan itibaren öğrenilen, iyi-kötü, doğru-yanlış, güzel-çirkin, tehlikeli-güvenli gibi ikiliklere dayanan durumlara hem olumlu hem de olumsuz pencereden bakan belirli olguları diğerlerine tercih etme eğilimidir (Hofstede vd., 2010: 9). Dürüstlük, ahlak gibi kavramlar bu katmandadır. Belirli bir kültür içinde var olan değerlere sahip bireyler, herhangi bir şeyin nasıl olması ve olmaması gerektiğiyle ilgili bir fikre sahiptirler. Dış katmandaki öğeler daha yüzeyselken, iç katmanlara doğru ilerledikçe kültürün derinlikleriyle karşılaşırız.

Hakan: Muhafız Örneği

Hakan: Muhafız draması, 2016 yılında Sayfa6 yayınlarından çıkan Nilüfer İpek Gökdal’ın kaleme aldığı “Karakalem ve Bir Delikanlının Tuhaf Hikayesi” adlı romandan uyarlanmıştır. Dizinin bölümleri farklı yönetmenler tarafından çekilmekte, böylece öykü her sezon, hatta sezon içinde birbirini takip eden bölümlerde, farklı bakış açılarıyla sunulmaktadır. Dört sezon boyunca diziyi çeken yönetmenler sırasıyla Can Evrenol (1. Sezon: 1., 2., 3., 9., 10. bölümler), Umut Aral (1. Sezon: 4., 5., 6., ; 2.Sezon: 1., 2., 3., ; 3. Sezon: 1., 2., 3., 4., ; 4. Sezon: 1., 2., 3. bölümler), Gönenç Uyanık (1. Sezon: 7., 8., ; 2. Sezon: 4., 5., 6. bölümler), Gökhan Tiryaki (2. Sezon: 7.,8., ; 4.Sezon: 6., 7., bölümler), Burcu Alptekin’dir (3. Sezon: 5., 6., 7., ; 4. Sezon: 1., 2., 3., bölümler).

Hakan: Muhafız draması İstanbul’da yaşayan Hakan isimli bir gencin değişen hayatını bizlere aktarır. Babasıyla Kapalıçarşı’da bir antika dükkanında çalışan Hakan, bir gün dükkana gelen müşteri sayesinde,

dükkanında tarihi bir gömleğe sahip olduklarını öğrenir. Yakın arkadaşı Memo ile iş kurma hayalleri kuran Hakan, paraya ihtiyaç duymaktadır. Suzan isimli müşteri gömleğe karşılık yüksek miktarda ücret ödeyebileceğini söyler. Bu gömlek muhafız soyundan gelen Hakan'a doğaüstü güçler kazandıracak 'tılsımlı' bir gömlektir ve gömleği giyerek İstanbul'un son muhafızı olan Hakan'ın hayatı altüst olur. Hakan'ın hayatındaki tüm değişimler sezonlar boyu sunulur (Üçer, Dağlı, Soyseven, 2020: 56).

Hakan: Muhafız Birinci Sezon Özeti ve Künyesi

Yönetmenler: Can Evrenol, Umut Aral, Gönenç Uyanık.

Senaristler: Jason George, Yasemin Yılmaz, Emre Özpınır, Kerim Ceylan, Atilla Ünsal, Aşkın Özbek, Binnur Karaevli, Volkan Sümbül.

Oyuncu kadrosu: Çağatay Ulusoy (Hakan), Hazar Ergüçlü (Zeynep), Yurdaer Okur (Kemal), Ayça Ayşin Turan (Leyla), Okan Yalabık (Faysal), Burçin Terzioğlu (Rüya), Mehmet Kurtuluş (Mazhar), Mehmet Yılmaz Ak (Tekin), Saygın Soysal (Mergen), Yücel Erten (Neşet Baba), Cem Yiğit Üzümoğlu (Emir), Cihat Süvarioğlu (Yasin), Helin Kandemir (Ceylan), Defne Kayalar (Suzan Bayraktar), Hülya Duyar (Kamuran), Ecem Erkek (Sıla), Cankat Aydos (Memo), Fatih Dönmez (Orkun).

Yayın tarihi: 14 Aralık 2018

Yapımcı: Alex Sutherland.

Tür: Fantastik, gerilim, aksiyon ve macera.

Özet: İstanbul Kapalı Çarşı'daki antikacı işini büyütmek ve rol modeli olan Faysal Erdem gibi güçlü olmak isteyen Hakan, ölümsüz bir düşmandan İstanbul'u kurtarmak zorunda olduğunu anlar. Hakan, ona verilen görev nedeniyle şehirdeki diğer insanlardan çok farklı ve özel bir konumdadır. Fatih Sultan Mehmet'ten beri İstanbul'u tehdit eden yedi kişilik gizemli ölümsüzler grubu farklı bir boyuttan İstanbul'a gelmiştir. Son muhafız Hakan, ölümsüzleri durdurup İstanbul'u kurtarmaya çalışır. İlk sezonda Hakan, 'Tılsımlı Gömlek'i keşfeder ve 'Sadıklar' olarak bilinen bir grupla tanışır. Sadıklardan eczacı Kemal ve kızı Zeynep, Hakan'a İstanbul'u korumak için sadece tılsımlı gömleğin yeterli olmadığını, ölümsüzün kim olduğunu anlamak için 'erdem yüzüğü'ne ve ölümsüzü ortadan kaldırmak için 'hançer'e ihtiyacı olduğunu

söylerler ve ona bu kutsal objeleri bulması sürecinde yardımcı olurlar. Hakan, rol modeli Faysal Erdem'in yanında güvenlik görevlisi olarak çalışırken Leyla ile aşk yaşamaya başlar. Yaşadığı bu birliktelik nedeniyle İstanbul'u koruma görevini riske atar (IMDB).

1. Sezon Bölüm Özetleri

1. Bölüm (46 dakika): Yeni bir iş girişimi için umutsuzca fırsat kollayan Hakan'ın yoluna muhtemelen çok kıymetli olan tılsımlı bir gömlek çıkar.

2. Bölüm (34 dakika): Hakan, Muhafız'a dair anlatılanlara inanmakta zorlanır. Ölümsüzün ona ulaşmasını engellemek için yerinden ayrılmaması söylense de o, Memo'yu bulmak için gizlice çıkar.

3. Bölüm (36 dakika): Hakan ve Zeynep, yüzüğü koruyan bir Sadık ile buluşmak üzere ellerindeki adrese gelir. Ancak tek buldukları, ücra bir köşedeki köhne bir evdir.

4. Bölüm (45 dakika): Hakan, Faysal Erdem'in Ayasofya projesini almasını kutlamak için düzenlenen bir partide yeni işine başlar. Zeynep ise yüzük taşıyı bulmak için ipuçlarını takip eder.

5. Bölüm (46 dakika): Hakan kendi geçmişini öğrenmek için Büyükkada'yı ziyaret ederken Zeynep ve Kemal, yüzük taşıyı aramak için Mimar Sinan'ın türbesine gider.

6. Bölüm (38 dakika): Hakan, yeni aşkı ve Muhafız olarak sahip olduğu görevler arasında seçim yapmakta zorlanır. Emir'i eve geri gönderen Kemal, hançeri aramak üzere dışarı çıkar.

7. Bölüm (42 dakika): Müzenin güvenlik sistemini aşmak için daha iyi bir yol bulmaya zaman olmadığından Zeynep, Hakan'ın planını kabul eder. Ama bu plan riskleri de beraberinde getirir.

8. Bölüm (42 dakika): Zeynep, babası için Timur'dan yardım ister. Faysal Erdem, Mazhar'ın son eylemlerini tasvip etmez. Leyla, Hakan'la ilişkisi nedeniyle kendini çelişkide hisseder.

9. Bölüm (35 dakika): Hakan, suç mahallinden uzaklaştırılırken beklenmedik bir şey görür. Ölümsüz hakkında daha fazla şey öğrenmek isteyen Kemal, statüsünü ve daha pek çok şeyi riske atar.

10. Bölüm (31 dakika): Gözü aştan başka bir şey görmeyen Hakan, eğitimini ve Muhafız görevlerini savsaklar. Leyla ona ölümsüzün kanının gizli bir güce sahip olduğunu söyler.

Hakan: Muhafız İkinci Sezon Özeti ve Künyesi

Yönetmenler: Umut Aral, Gönenç Uyanık, Gökhan Tiryaki

Senaristler: Cansu Çoban, Atasay Koç, Uğraş Güneş, Jason George, Atasay Koç, Ayşin Akbulut, Yasemin Yılmaz

Oyuncu kadrosu: Çağatay Ulusoy (Hakan), Hazar Ergüçlü (Zeynep), Ayça Ayşin Turan (Leyla), Okan Yalabık (Faysal), Burçin Terzioğlu (Rüya), Saygın Soysal (Mergen), Ayşe Melike Çerçi (Piraye), Boran Kuzum (Okhan), Engin Öztürk (Levent), Cihat Süvarioğlu (Yasin), Helin Kandemir (Ceylan), Çiğdem Selişik Onat (Azra), Kubilay Karşioğlu (Serdar), Hakan Ummak (Can), Miray Daner (Kahin), Yiğit Kirazcı (Muhafız).

Tür: Fantastik, gerilim, aksiyon ve macera.

Yayın Tarihi: 26 Nisan 2019

Özet: Dizinin ilk sezonunda kendisine verilen muhafızlık görevini istemeyerek kabul eden Hakan, ikinci sezonda da bu zoraki görevi kabul edemediği için sevdiklerini ve kendine sadık olanları kaybettiğini anlar. Hançer ve tılsımlı gömlek güçlerini kaybeder. Zeynep, babası Kemal'in ölümünden sonra sadık olma görevinde ipleri koparma noktasına gelir. Bu sırada başka sadıklar ortaya çıkar ve yedi ölümsüzün öldürülmesinde Zeynep'in yerini alırlar. Hakan ağabeyi Levent ile tanışır. Levent, eline geçen ilk fırsatta İstanbul'u yok etmek için büyük bir salgın planlayan ölümsüzlerle işbirliği yapar ve muhafız soyundan gelen kanını onlarla paylaşır. Faysal, salgını hazırlayan Rüya ve ölümsüzlerle aynı fikirde olmadığı için Hakan ve sadıklarla iş birliği yapar. Tılsımlı objelerin gücünü geri kazanabilmesi için Zeynep'le birlikte Kahin ile iletişime geçerler. Hakan'ın muhafızlık görevini sahiplenmesiyle tılsımlı objeler eski güçlerine kavuşur. Levent ile Hakan Yedikule surlarında buluşup kavga ederler. Hakan, Faysal ve sadıklar ölümsüzleri durdurmak için salgın hazırlığı yaptıkları tesisi basar. Yine de Levent tesisten aldığı numuneyi İstanbul'un içme suyuna karıştırır (IMDB).

2. Sezon Bölüm Özetleri

1. Bölüm (40 dakika): Faysal, Hakan'ın Ayasofya olayına karıştığını kamuoyuna açıklar. Kederli Zeynep, Derya'yla yüzleşir ve şehirde yakında gerçekleşecek olan saldırıyı öğrenir.

2. Bölüm (39 dakika): Hakan müze soygunu ve ölümsüzlerin ölümcül planı arasında bir bağlantı bulur. Faysal'ın etkisi altında cebelleşen Leyla, Hakan'ı tehlikeye atar.

3. Bölüm (41 dakika): Zeynep, ölümsüzlerin saldırı hedefini belirlemek için Leyla'dan yardım ister. Rüya'nın durumu kötüleşirken Faysal, Hakan'ın peşine düşer.

4. Bölüm (50 dakika): Hakan ve Sadıklar, Leyla'yı pazarlık kozu olarak kullanan Faysal'a karşı bir plan yapar. Ama şoke edici bir ihanet, planı bozar.

5. Bölüm (44 dakika): Hakan, Levent'i bulup intikam amaçlı seri suçlarını durdurmaya çalışırken başka bir ölümsüz, Leyla'nın zihninin kontrolünü ele geçirir.

6. Bölüm (51 dakika): Mergen'le bir olup Hakan'a komplo kuran Rüya ve Faysal arasındaki gerilim doruğa çıkar. Leyla'nın kaderi pamuk ipliğine bağlıdır.

7. Bölüm (48 dakika): Rüya, büyük planında Levent'i piyon olarak kullanır. Zeynep ve Azra tılsımlı objelerin güçlerini kaybetmekte olduğunu öğrenir.

8. Bölüm (47 dakika): Kâhin, tılsımlı objeleri eski güçlerine yeniden kavuşturmak için gerekenleri Zeynep ve Hakan'a söyler. Şiddetli bir hesaplaşmada iki tarafta da kan dökülür

Bulgular

Bu çalışmada dijital platformlarda kültürel öğelerin kullanımı incelenmiştir. Bu bağlamda Netflix dijital platformunda yayınlanan ilk yerli yapım Hakan: Muhafız örneklem olarak seçilmiştir. Hakan: Muhafız incelenirken Hofstede'in Kültür Soğanı modelinden faydalanılmıştır. Kültürel analiz kısmında ise Hofstede'in kültür katmanları sistemli bir çalışma yapma imkan sağlamıştır. Hofstede'in çok katmanlı diyagramı; semboller, kahramanlar, ritüeller ve özünde değerler ile her toplum için geçerli ölçütlerdir. Bu ayırma ölçütlerinin

içeriği ise öznedir, her toplum için genel geçer yargı niteliği taşımamaktadır. Kültürel farklılıklar aynı bilginin farklı biçimlerde işlenmesine neden olmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, Türk kültüründe ince belli çay bardağı simgesel bir anlam taşımaktadır. Gösterilen sadece çay dolu bir bardak iken aktarılan dostluk arkadaşlık ve toplumsal etkileşimdir ve bu anlamı başka bir toplum için bir şey ifade etmemektedir. Kültürel göstergeler ile yerel kültürün farklılıkları görünür kılınmıştır, soyut kavramlar somutlaştırılmıştır.

Hakan: Muhafız dramasında yer alan kültürel semboller aşağıdaki Tablo1’de yer almaktadır. Tablo2’de ise 1. ve 2. sezona ait semboller, ritüeller, kahramanlar ve değerleri içeren kültürel göstergeler bulunmaktadır.

Tablo 1: 1. ve 2. Sezon Semboller Tablosu

Tarihi ve Milli		Yeme –İçme	Gündelik Yaşam
Ayasofya Camii Süleymaniye Cami Kapalı Çarşı Nuruosmaniye Camii İstiklal Caddesi Ortaköy Cami Mimar Sinan Türbesi Molla Zeyrek Camii Sultanahmet Meydanı Sultan Mahmut Bendi Eski İstanbul’dan kalma binalar Dikilitaş BoğazKöprüsü Cumbalı evler Cevahir Minaresi Çiçek Pasağı Said Halim Paşa Yalısı Darüzzıyafe binası Medrese Kümbet Eski mezar taşları İ.Ü. Rektörlük binası Boğazi İstanbul Erkek Lisesi	Türk Bayrağı Fatih Sultan Mehmet ve İstanbul’un Fethi Tılsımlı gömlek (Arapça ve Selçuklu motifleri) Mimar Sinan (ad) Mimar Sinan’ın eserlerine sözlü atıf Mimar Sinan (kitap) EGM logosu/ Çift başlı kartal Geleneksel Türk sanatları (hat- işleme-çini) Osmanlı rakamlar Dokuma halı Eski OsmanlıKostümle ri Hançer	Çay İnce belli çay bardağı Türk kahvesi Tavuklu pilav Simit Tost Eminönü balık- ekmek Meyhane Rakı Pavyon Pazaryeri Seyyar satıcı Fasıl	Sokak kedileri Sokak müzisyenleri (klarnet) Tespîh Vapur Nostaljik tramvay Eski rahle ve Kur’an-ı Kerim Güğüm-İbrik Güvercinler Kasketli adam İstanbul’u anlatan tablolar

Tablo 2: 1. ve 2. Sezon Ritüeller, Kahramanlar, Değerler Tablosu

Ritüeller	Kahramanlar	Değerler
Babasının son sözü söylemesi	Hakan Harun	Başarı
Büfe kahvaltısı	Fatih Sultan	Cesaret Dayanışma
Çay, börek ikramı Çekirdek çitleme	Mehmet Mevlana	Dürüstlük
Dilek tavaşanı	Yunus Emre	Güven Hayırseverlik
Dua etmek	Mimar Sinan	Konukseverlik
Dışarıda ipe asılı çamaşırlar		Özgüven
Evde hayvan/tavuk beslemek		Sadakat
Galata'da balık tutmak		Saygı Ve Hürmet
Kahve falı		Vefa
Komşularla selamlaşma Mahalledeki		Yardımlaşma
çocuklarla top oynama		
Mezarlık ziyareti		
Müze ziyareti		
Öğüt vermek		
Pavyon eğlencesi		
Pazar alışverişi yapmak		
Renkli ev terliği		
Sepet sarkıtma		
Seyyar satıcıdan yemek yemek		
Teselli etmek Tokalaşmak		
Tütün sarma		
Veresiye çay alma		
“Tanrı misafiri” sözlü ifadesi		

Hofstede'in Kültür Soğanı Modeli'ne göre; semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler kavramları çerçevesinde kategoriler oluşturulmuştur. Modelin en dış katmanı olan semboller açısından göstergebilimsel çözümleme yapıldığında en fazla ögenin ve bu katmanda kullanıldığı görülmektedir.

Kültürel miras, somut ve somut olmayan tüm öğeleri ile bir bütündür. Maddi kültürel miras olarak ifade edilen kültürel değerleri, yani taşınmaz kültür varlıklarını arkeolojik alanlar, müze ve anıtlar, tarihi kalıntılar ve binalar oluşturmaktadır.

Hakan: Muhafız dramasında kültürel mimarinin fiziki göstergeleri olan yapılar somut kültürel değerlerin tanıtılması ve aktarılması amacıyla kullanılmıştır.

Yapılan göstergebilimsel çalışma sonucunda, İstanbul; cami, kilise ve sinagogların bir arada yaşadığı bir kültür şehri olarak resmedilmiştir. Gösterilen örnekler hem Türk kültürünün simgeleri hem de İstanbul'un en bilinen yapılarıdır. Bu mimari örneklerle gelince, benzersiz özellikleri ile Ayasofya, Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetim merkezi

Topkapı Sarayı, Haliç sırtlarında yükselen Mimar Sinan'ın başyapıtı Süleymaniye Camii, Yerebatan Sarnıcı, saraylar, surlar, ahşap evler, medreseler, türbeler, çeşmeler, dehlizler, eski mezarlar, hamamlar, İstanbul'un bir tarih ve kültür başkenti olduğuna dair önemli semboller olarak kullanılmıştır.

Drama içerisinde en çok dikkat çeken ve birçok sahnede kullanılan başlıca mimari eserlerden biri Ayasofya Camii'dir. Ayasofya Camii, İstanbul'un fethinden sonra ilk ibadethane özelliği taşımasıyla şehrin sembolü haline gelmiştir. Ayasofya Camii, hem Bizans/Hristiyan medeniyetine ait izleri hem de Osmanlı-Türk/İslam medeniyetinin toplumsal izlerini taşıyan bir yapıttır, bu önemli eserin seçilme ve temel alınma sebebi ise geçmişinde çeşitli dinlere, topluluklara, kültürlere ev sahipliği yapan İstanbul'a olan benzerliği olarak yorumlanmıştır.

İstanbul gibi yeniyle eskiyi, gelenekselle modern bir arada barındıran Kapalıçarşı, yaklaşık dört yüzyıl boyunca Osmanlı devlet yönetiminin merkezi olan ve içerisinde Türk-İslam kültürüne ait önemli eserlerin yer aldığı Topkapı Sarayı örneklendirilmiştir. Ayrıca, hem Osmanlı hem de dünya mimarisinde seçkin eserlerden birisi olan Süleymaniye Camii'ne kültürümüzdeki milli ve dini duyguların ifadesi açısından önemli olduğundan drama içerisinde sıklıkla yer verilmiştir.

Camiler, medrese, hastane, imarethane denilen aş evi, misafirhane, hamam ve kütüphaneler, bir merkez etrafında toplanmış sosyal, kültürel ve ekonomik bir alan oluşturmuştur. Drama içerisinde yer verilen bu somut kültürel varlıklar, dramanın uluslararası bir platformda yayınlandığı için turizm açısından da önem arz eden bir tanıtım filmi gibi turistlerin ilgisini çekecek tarzda sinematografik bir şekilde sunulmuştur. Tarihi yapıların sahneleri farklı açılara sahip planlarla detaylı bir şekilde gösterilmiş, tarihi yarımada kuş bakışı açıyla çekilen görüntülerle aktararak hem tarihi başka bir ifade ile anıt yapılar hem de boğaz, coğrafi unsurlar gösterilmiştir. Dramada İstanbul coğrafi özellikleri, anıt yapıları, kent, sokak ve meydanları öne çıkacak şekilde konumlandırılmıştır (Sarı, Akyol ve Ünlü, 2019: 264).

Yeme içme alışkanlıklarının tarihsel süreç içindeki durumuna bakıldığında insan varlığının temel gereksinimlerinin başında gelen bir olgunun, açlığı gidermek dışında temsil ettiği alt anlamlar da bulunmaktadır. Yemek ile ilgili alışkanlıklar toplumdan topluma farklılıklar göstermekte, yeme içme alışkanlıkları içerdiği tüm alt

anlamlar ve kapsadığı toplumsal ilişkiler göz önüne alındığında, o toplumun kültürel bir parçası olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Hakan: Muhafız dramasında yer verilen simit, çay, kahve, Eminönü'nde balık ekmek, İstanbul'un simgesel yeme içme deneyimlerini yansıtmaktadır. Türkiye'de çay içmek için kullanılan bir bardak tipi olan 'ince belli bardak' gündelik yaşamın içinde yeri olan ikonik bir nesnedir. Çayın içimini 'keyfe' dönüştüren camdan imal edilen bu ince belli çay bardağı Türkiye'deki çay kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Türk kültürünün simgesi haline gelmiş bir diğer içecek ise Türk kahvesidir. Geçmişten bu yana gündelik hayatta yer tutan kahve ile Türk misafirperverliği yansıtılmakta, bugün de popüler alışkanlıkların klasikleri arasında yer almaktadır. 'Türk kahvesi' olarak dünyaya adını duyuran bu içecek özellikle bayramlarda ya da kız isteme törenlerinde simgesel yönüyle kültür haline gelmiştir. Dramada Türk kahvesi aynı zamanda yan anlam olarak falcılık kültürünü temsilen kehanet aracı olarak kullanılmıştır.

Kültür Soğanı Modeli'nin en dış katmanını oluşturan semboller, gözle görülebilen somut kavramlardır. Semboller; bayraklar, nesneler, resimler, kıyafetler gibi unsurlardan oluşmaktadır. Drama içerisinde bu semboller oldukça fazla yer almıştır. Sokak kedileri, güvercinler gibi sokak yaşantısına ait semboller; kasket gibi sembolik kıyafetlere örnekler; dokuma halı, süsleme sanatı çini, güzel yazı yazma sanatı; hat gibi geleneksel Türk sanatlarına dramada yer verilmiştir. Türk bayrağı, Emniyet Genel Müdürlüğü logosundaki çift başlı kartal gibi milli özellik taşıyan öğelerin yanında eski rahle, Kur'an-ı Kerim, dualı gömlek ve tılsımlar gibi inanç ve inanış simgeleri; tespih gibi el sanatları örnekleri, dramada neredeyse her sahnede arka planda Türk kültürüne dair örnekler olarak aktarılmıştır.

Hofstede'in modelindeki alt katman kahramanlar katmanıdır. Kahramanlar, canlı veya hayali, gerçek veya kurgusal kişiler olup, yetiştikleri veya üretildikleri toplumlarda değerli görülen ve rol modeli olarak kabul edilen kişilerdir.

Dramada, çalışma kapsamında yer alan ilk iki sezon toplam on sekiz bölümde, gerçek hayattan kahramanlar olarak Fatih Sultan Mehmet, Mimar Sinan, Mevlana, Yunus Emre yer alırken, kurmaca kahramanlar olarak, ilk muhafız Harun, Hakan'ın babası muhafız Murat yaratılmıştır. Son muhafız Hakan da dramada kurmaca kahraman

olarak yer almış, küresel süper kahraman hikayesinin yerel unsurlarla bir potada buluşturulması sonucu küyerel bir figür haline gelmiştir. Genel olarak süper kahraman profiline bakıldığında kahramanlar, kahramanla özdeşleşen kostümler giymişlerdir. Dramada Hakan, diğer kahraman hikayelerindeki gibi düşmanlarıyla bir kostüm giyerek savaşmakta ve buradaki kostüm dualar ve tılsımlar gibi dini motiflerle bezelidir. Burada kullanılan gömlek ve özellikleri Türk kültürünün bir parçası olarak karşımıza çıkmıştır.

Fatih Sultan Mehmet, dramada gerçek bir kahraman olarak yer almakta ancak ilk muhafız Harun ile kurmaca bir ilişki içinde sunulmaktadır. Dramada İstanbul'un fethinden sonraki sürece gönderme yapılmakta, fetih sonrası şehrin düşmanlardan korunması gerekliliğine yer verilirken bir muhafıza ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır. Bu tarihi göndermeler izleyiciyi milli duygular açısından etkilemiştir.

Yapılan göstergebilimsel inceleme sonucunda sadece süper kahramanların kullanılmadığı aynı zamanda toplumsal kahramanların da kullanıldığı tespit edilmiştir. Mimar Sinan, Türk kültürü ve İstanbul için önemli bir kahramandır. Mimar Sinan, Osmanlı İmparatorluğu döneminde yaşamış ve pek çok önemli esere imza atmış bir Türk mimardır. Dramada, İstanbul'un silüetine büyük katkıda bulunmuş ve şehrin tarihi ve kültürel dokusunu zenginleştiren Mimar Sinan'ın İstanbul'un çeşitli yerlerindeki eserlerine yer verilmiştir. Süleymaniye Camii, Mimar Sinan Türbesi ve Zeynep'in araştırması esnasında gösterilen Mimar Sinan hakkındaki kitap gibi detaylarla sözlü veya görsel olarak Mimar Sinan'ın İstanbul için önemi aktarılmıştır.

Mevlana, evrenselliği ile ünü dünya geneline yayılmış mutasavvıflarından biridir. Anadolu Selçuklu Devleti döneminde yaşayan Mevlana, eserlerinde; Anadolu insanına hitap etmiş, Türk gelenek göreneklerine, inançlarına yer vermiş bir alimdir, bu yüzden de Türk kültürü için oldukça önemlidir. Kemal, Hakan'a akıl ve bedeni olgunlaştırarak, hakikati göstermek için Mevlana'nın düsturundan alıntılar yapmaktadır. Bu özelliği ile Mevlana da yol gösterici özelliğiyle toplumsal kahraman olarak resmedilmiştir.

Yunus Emre de yine aynı dönem Anadolu Selçuklu'da yaşamış, mutasavvıf şairlerdendir. Hikaye örgüsü içinde çeşitli bölümlerde Hakan'a dünyaya aldanmamak, kendisine verilen gücün kıymetini

bilmek gibi Yunus Emre'ye ait öğretiler hatırlatılmakta, Yunus Emre'nin şiirinden bestelenen 'Adımız Miskindir Bizim' şarkısı dramada kullanılmış, toplumsal kahraman olarak bahsedilmiştir.

Dramanın en önemli işitsel göstergelerinden olan müzik kullanımı ise yerellik bağlamında altı çizilmesi gereken önemli noktalardan biridir ve kullanılan müzikler Türk kültürünün birer temsili olarak seçilmiştir. Dramanın birinci bölümünün açılış sahnesinde mahalle kültürüne dair nostaljik örnekler gösterilirken fonda yer alan 'Leylim Leylim' isimli şarkı Hey! Douglas tarafından yorumlanmıştır. Hey Douglas, 70'li yıllardaki klasik Türk müziklerini, Anadolu'nun zengin kültürel katmanlarıyla popüler elektronik müziği bir araya getirerek ortaya özgün bir eser çıkarmıştır. Hem sanatçı seçimi hem de şarkı seçimi İstanbul'un geleneksel ve modern izleri bir arada barındırmasına gönderme niteliğindedir.

Kültür Soğanı Modeli'nin kahramanlar katmanından sonra gelen katmanı ritüellerdir. Ritüeller, en iç katmanda yer alan değerlerin 'tekrarlara dayalı' olarak eylemsel dışavurumlarıdır. Dramanın geneline yayılan ritüel sayılan davranışlar yoğunluk açısından farklılık göstermemektedir.

Dramada ritüeller, gündelik hayatın birer parçası olarak daha basit eylemler olarak sunulmuştur. Ana karakterlerden Hakan'ın mahallede komşu çocuklarıyla top oynaması, Leyla'nın Hakan'ın komşusu Kamuran'ın evinde misafir olarak ağırlanması ve ikramlar sunulması, aynı sahnede Leyla'nın Tanrı misafiri olduğunu söylemesi, vatandaşların pazarda alışveriş yapması, sepet sarkıtma gibi gündelik hayata değinilmiştir. Ayrıca, komşuluk ilişkisi içerisinde başı dertte olan Hakan'ı korumak için dışarıdan kimseye bilgi vermemesi, Kemal'in ölümünden sonra Hakan'ın Zeynep'i teselli etmesi gibi dayanışma, vefa, yardımlaşma gibi değerler davranış biçimine dönüşerek yansıtılmıştır. Halkın rutini temsil edilirken, İstanbul yaşayan bir varlık olarak resmedilmiştir.

Dramada, Kültür Soğanı Modeli'nin en iç katmanı olan ve diğerlerine nazaran daha zor değişen değerler katmanı da incelenmiştir. İyilik, hayırseverlik, konukseverlik, saygı ve hürmet, sadakat, cesaret, vefa, dürüstlük, dayanışma, güven, yardımlaşma gibi değerler drama içerisinde hikayeyle bütünleştirilerek sunulmuştur. Bu değerlerin aynı zamanda küresel ortak değerlere benzediği tespit edilmiştir.

Özetle, Hakan: Muhafız dramasında Türk kültürüne ait öğeler sıklıkla görülmüştür. Kullanılan kültürel öğeler semboller ve değerler Türk izleyiciler tarafından tercih edilmesinin nedeni olarak yorumlanmıştır. Milli değerler ve duygular izleme isteğini artırmış, Türk kültürüne sahip çıkma algısı yaratmıştır.

SONUÇ

Kültür, bireyin üyesi olduğu toplumdan öğrendiği bilgi, gelenek görenek, günlük yaşam becerileri, edindiği bakış açısı, hayata dair anlayış, başka bir ifadeyle bireyin hayatındaki her türlü anlamlandırmadır. Kültür, bir toplumda yaşayan insanların hayatlarını düzenleyen kodlardır, her toplumun kendine has maddi ve manevi değerler bütünüdür. İnsan edindiği bu bilgi birikimini, ortak dil ve davranışlar bütünü ile gelecek nesillere aktararak insanların belirli bir sosyal yaşama uyum sağlanmasına yardımcı olur, hem toplum kültürünü oluşturur hem de kültürün devamlılığını sağlar.

Birey içerisinde çevrede kendisini yetiştiren büyükleri tarafından adeta programlanmış kültüre göre deneyimler ve gelişimler gösterir. İnsan doğumdan ölüme kadar kavramlar ve semboller aracılığıyla kendi kültürünü üretmekte biriktirmektedir. Aynı toplum içerisinde iletişim kurarken bu sembollere ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla bireyi büyüten aile üyeleri de benzer kültürel süreçten geçtiği için kültürü aktararak devam ettirmektedir. Öğretici çevre kültürel öğeleri toplumsal hayatla bütünleştirerek toplumsal normları ve değerleri de öğretmektedir.

Kültür simgeseldir, her toplumun ortak yaşam alanında oluşturduğu semboller, ortak anlamlar taşıyan bir nevi rehberdir ve dinamikdir. Tarihler boyunca aktarılma süreci içerisinde süreklilik kazanırken, göç, ticaret gibi kavramlar, teknolojik gelişmeler kültürün yapısında değişikliklere neden olmuştur. Bu farklılar toplum tarafından uyarlanarak yeniden bir dengeye kavuşturulur ve ortak kültürü geçmişten bugüne, bugünden de geleceğe taşıyacak olan onun bu dinamik yapısıdır, ancak bu değişen koşullara uyum sağlayabilen toplumlar varlığını sürdürebilmektedir.

Halkın birlikte oluşturduğu kültüre halk kültürü denmektedir ve kolektif bilinci oluşturmaktadır. Kültürel kodları oluşturan öğeler, tıpkı bir kilim deseni gibi yüzyıllardır aktarılarak gelmektedir. İçinde bulunduğu toplumun yaşayan bir parçası olan halk kültürü, bir

toplumu diğerlerinden ayıran kültürdür ve anonimdir. Halkın tamamına ait olanın sınıfsal yapısından söz edilmeyeceği için, kültür potasında tüm gruplar ve farklılıklar birleşmektedir. Bu dayanışma ve halk kültürü anlayışı sanayileşmeyle birlikte ortaya çıkan kapitalist pazar anlayışı ve beraberinde getirdiği kitle kavramından da etkilenmiştir. Önceleri kitlesel üretimle başlayan bu süreç, toplumda kitle kültürünün oluşmasına zemin hazırlamış daha sonra ise kültür endüstrisi ve popüler kültür kavramlarıyla halkın kendine ait kültürü kapitalist düzene göre şekillendirilmiştir. Modern toplum algısı yaratılarak, kitle iletişim araçlarıyla kitle kültürü yayılmaktadır. Teknolojinin gelişmeye başlamasıyla da medya kavramında köklü değişiklikler ortaya çıkmıştır. 90'lı yılların sonuna doğru internet, iletişim, bilişim ve teknoloji alanında devrim niteliğinde gelişmeler olması, yayıncılık anlayışına farklı bir bakış açısı kazandırmıştır. Analog yayından sayısal yayıncılığa geçişle başlayan bu dönemde, teknolojik bir dönüm yaşanmış, geleneksel kitle iletişim araçlarına IPTV, Web TV, OTT TV gibi farklı aşamalar ve yöntemler güçlü alternatifler ortaya çıkmıştır. Bu köklü değişimler, izler kitlenin yapısını da oldukça etkilemiştir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, geleneksel medyada pasif konumda olan izleyicinin aktif hale geldiği bir süreç başlamıştır. İzleyiciler, yeni ortaya çıkan bu medya biçimlerini aktif olarak kullanabildikleri için hem tüketen hem de üreten anlamına gelen üretici bir yapıya dönüşmüştür. Tüm etkileşimli uygulamaları kapsayan dijital yayıncılık ile internet teknolojisi birleşmiştir.

Dijitalleşmeyle birlikte küresel şirketler dijital platformlar aracılığıyla uluslararası yayın yapmaya başlamış, bu da kültürlerarası etkileşimi artırmıştır. Kitle iletişim araçlarının, kültürel algı ve tutumları şekillendirmede güçlü bir rolü vardır. Bu araçlar, farklı kültürlerin çeşitli temsillerini sunarak, kültürel çeşitliliği ve kültürel değişimi desteklemektedir. Kendini dijital medya aracılığı ile sunma imkanı bulan geleneksel medya araçları, kitlelere hitap ederek, popüler kültür ürünlerini topluma aktarmış, küresel hegemonyanın yayılmasına hizmet etmiştir. Kültür endüstrisinin ayrılmaz bir parçası olan popüler kültür, standart kültürel ürünler üreten bir fabrikaya benzetilmektedir ve insanların yaşam şekilleri, kültürel anlayışları ve olaylara bakış açıları üzerinde etkili olmaktadır. Bir süre sonra toplumlar metalaşmış kültürü özümseyerek kendi kültürlerine ve benliklerine yabancılaşmaktadır.

Modern çağın hakim ekonomik sistemi olan kapitalizm, boyutları itibariyle ekonomiyi de aşan, politik ve ideolojik yönü ağır basan bir yapı haline gelmiştir. Kapitalizm, sanayileşmeyle birlikte, özel mülkiyet, sermaye birikimi, kitlesel üretim, şehirleşme, metalaşma gibi insan yaşamının farklı alanlarını da etkilemiştir. Küreselleşme ile kapitalizm, karşılıklı olarak birbirini besleyen ve tüm dünyada kök salmaya başlamış iki kavramdır. Küreselleşme, siyasi, kültürel ve coğrafi sınırları aşarak içinde yaşadığımız toplumu küçültmekle kalmamış, toplumsal ilişkileri yoğunlaştırmış, her anlamda mekansal ve uzamsal mesafeyi kısaltarak yeni bir dünya düzeni yaratmıştır.

Küreselleşme ile meydana gelen siyasi ve toplumsal değişim hayatın her alanında etki etmeye başlamıştır. İletişim teknolojileri ve internetin de geldiği nokta göz önünde bulundurulursa, dünya giderek McLuhan'ın deyiimiyle 'küresel köy'e dönüşmüştür. Bu bağlamda, ülkelerarası iletişim hızlanmış, böylelikle de dijital medya ve dijital platformlarda, endüstri ürünü olarak ortaya çıkan yapımların hem içinden çıktığı toplumun kültüründen etkilenmiş hem de yine o toplumun kültürünü etkilemiştir.

Küreselleşme karşısında kendi kültürünü korumak isteyen toplumlar hem yerel pazarda hem de küresel pazarlarda kendi kültürlerini tanıtmaya ve koruma ihtiyacı hissederek bu konuda çalışmalar yapmaya başlamıştır. Toplumun ortak özellikleri, davranış biçimleri, inançları, gelenekleri ve değer yargıları gözetilerek yabancılaşmaya sebep olacak içerikler yerine kendi benliklerini ve kültürel kimliklerini koruyacak konulara yönelmiştir. Bu noktada yeni medya platformları, küresel pazara açılırken hedeflediği toplumun yerel değerlerinden beslenerek, o bölgeye yönelik ürünler çıkararak ya da mevcut ürünü hedefe göre uyarlayarak, o toplumun bir parçasıymış gibi algı yaratmakta, ticari bir politika geliştirmekte, yerel pazarlama stratejilerinin dinamiklerini kullanarak küresel pazardaki paylarını arttırmaya çalışmaktadır. Böylelikle küresel kitle kültürü yerel piyasa ile ortak iş yaparak hakimiyetini sürdürmeye çalışan bir sermaye biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küresel ve yerel kelimelerinden doğan küreyerelleşme en temel haliyle küresel düşünüp yerel hareket etme stratejisidir ve bu stratejiyi en iyi kullanan dijital platform Netflix'tir. Platformlar, bu strateji ile küyerelleşme olarak da ifade edilen 'küresel düşün yerel davran'

ilkesiyle hareket etmektedirler. Küresel standartlar ve yerele uyum senteziyle küyerelleşme, uluslararası platformlar açısından oldukça önemli bir kavram olmuştur. Netflix, pazarına girmeyi planladığı toplumun din, tarih, aile, dil, sanat, eğlence, eğitim, semboller, töreler, davranış kuralları gibi toplumun kültürünü oluşturan öğeleri iyi analiz etmesi, bu analiz sayesinde de o toplumu tanınması gerekmektedir. Bu noktada da devreye sinema filmleri ve dramalar girer. Bu iki tür hikaye örgüsünde sıkça toplumsal konuları işleyerek, kültürü sanat aracılığıyla yeniden üretmekte ve topluma sunmaktadır. Sinema ve televizyon, bu özellikleriyle 21. yüzyılın en etkili kitle iletişim araçları olmuşlardır. Bir film ya da bir drama, kaynak aldığı toplumun, değerlerini, örf-adetlerini, aile yapısını ve inancını kapsadığı gibi kimi zaman siyaset ve politika üzerine de arşivsel bir kayıt özelliği taşıyabilir. Filmler ve dramalar bu yönüyle toplumun hafızasıdır.

Küresel bir platform olan Netflix, hizmet verdiği ülkelerde ‘Netflix Originals’ markası altında yerel yapımcılarla çalışarak, farklı ülkelerin kendi kültürüne uygun üretim yapmalarına ve içerik üreticilerine kendi işlerini sergileme imkanı sağlamış, yerel kültürlerin küresel mecralara taşınmasında önemli bir rol oynamıştır. Bu sayede, izleyici izlediği içeriğin küresel olduğunun bilincinde olmasına rağmen o içeriğe karşı yabancılık hissetmez, kendi kültürüne ve yaşayış biçimine uygun yapımları izleme isteği duyar. Netflix, bu stratejisi ile kültürel anlayışın önünü açmış, aynı zamanda izleyicilerin farklı bakış açılarına erişimini sağlamış, dil ve kültürler arası etkileşimi de mümkün kılmıştır.

Netflix’te yayınlanan 2019 yapımı Hakan: Muhafız, ilk Türk draması olma özelliğinin yanında Türk kültürüne ait öğeleri barındırmaktadır. Bu çalışmada, Hakan: Muhafız dramasında kullanılan kültürel öğeler kültür bilimci Geert Hofstede’in Kültür Soğanı Modeli’nin kültürel göstergelerine göre incelenmiştir. Yapılan göstergebilimsel analiz sonucunda Netflix’in ilk Türk draması olan Hakan: Muhafız Türkiye’ye özgü yerel kültürel özellikler kullanılarak kültürel öğelerin drama boyunca işlendiği tespit edilmiştir.

İstanbul’un tarihi, kültürü ve yerel kültürel özellikleri küresel bir anlatı formu olan süper kahraman hikayesi çatısı altında işlenerek küyerel bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, Hakan: Muhafız mekan olarak İstanbul’u kullanarak; İstanbul’un coğrafi özelliklerini, anıt yapılarını, kent yaşamını (Plazalar, sokaktaki hayat vb)

izleyiciye göstermekte ve bu itibarla marka şehir konumlandırmasına uluslararası bir yapım olarak da katkı sağlamaktadır (Sarı, Akyol ve Ünlü, 2019: 264).

Hofstede'e göre bireyin kişiliği, günlük hayatında yaşadığı duygular içinde bulunduğu kültür tarafından öğretilerek biçimlendirilmektedir. Kültür Soğanı Modeli'ne göre analiz edildiğinde insanların içinde yaşadığı toplumdan edindiği değerleri sosyal öğretiler olarak aktarmaktadır. Sosyo-kültürel bir yaklaşımla bireyin çocukluğundan itibaren aile ve çevresinin etkisiyle, içinde bulunduğu toplumun değer yargılarını edindiği ve hayatını buna göre düzenlediği görülmektedir.

Dramanın birinci ve ikinci sezonu boyunca işlenen hikayede, Türk kültürüne de ait olan evrensel ahlak değerleri yer almıştır. Sadıklar aracılığıyla sadakat, mahallenin birbirini koruyup kollamasıyla dayanışma, birçok sahnede yer alan ikram ile konukseverlik, küçüklerin büyüklerine danışıp dinledikleri sahnelerde saygı ve hürmet gösterilmektedir. Semboller, kahramanlar, ritüeller toplumdan topluma daha çok farklılık gösterebilirken değerler, toplumun özünü oluşturduğu için diğer toplumlar tarafından da anlaşılabilir.

Netflix gibi popüler çevrimiçi video hizmetleri sunan platformların, yerel yapımları uluslararası alanda sunarak, kültürel öğelerin kullanımında ve kültürün tanıtımına önemli bir boyut kazandırdığı, açıkça görülmektedir. Bu sayede, izleyiciler farklı coğrafyalardaki yaşam tarzlarını, gelenekleri ve kültürel değerleri anlamak ve paylaşmak için yeni bir fırsata sahip olmaktadır. Dünyanın farklı yerlerinde, hayatın ne kadar farklı yaşandığı ve farklı bölgelerdeki insanların gündelik yaşamlarına bakılarak her şeyden önce, kendi 'yerel' kültürlerinin taleplerine karşılık verdikleri unutulmaması gereken bir gerçekliktir. Bir insanın varlığının ancak kendi kültüründe anlam kazandığını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Küyerelleşmenin toplumsal perspektifinden bakıldığında Hakan: Muhafız dramasında Orta Asya Türk kültürü, Anadolu kültürü ve Osmanlı kültürüne ait İstanbul'da varlığını sürdüren kültürel unsurları görmekteyiz. Dramada ana karakterlerin içinde yetiştiği kültürün özelliklerine uygun davrandığı, milli değerlerini/ritüellerini devam ettirdiği, ayrıca İstanbul'un kültürel zenginliği temsil ettiği tespit edilmiştir. Uzun tarihi ve toplumsal tecrübelerin yaşandığı bir şehir olan

İstanbul, Bizans kültürü ve hayat tarzından, Osmanlı hayat tarzına kadar birçok kültürel kodları barındırmaktadır.

Kültürel farklılıkları tanımak, onlara saygı duymak, bu sayede dünyayı yorumlamak ve düşünceleri ifade etmek için birden fazla yol vardır. Kültürel çeşitliliği ve anlayışı desteklemek için, onları bir tehdit olarak görmek yerine kültürel farklılıkları zenginlik olarak görmek gerekir.

Sonuç olarak, Netflix ve benzeri dijital platformlar, asli görevleri olmasa da kültürlerin tanıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kültürel çeşitliliği artırma, farklı coğrafyalardaki izleyiciler arasında bir bağ oluşturma ve kültürel alışverişi teşvik etme potansiyeli taşırlar. Dijital platformların kültür üzerindeki etkisi gelecekte daha da büyüyecektir. Bu noktada yerellikler aslında küreselin karşısında durmaktan öte zenginleştirerek dijital platformlar aracılığı ile kültürlerarası etkileşimi güçlendirmektedir. Bu nedenle, kültürel mirasın korunması ve tüm kültürlerle saygı duyulması, kültürel çeşitliliğin zenginleşmesi için de hayati öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

- Blom, H. ve M., H.(2002). *Interkulturelles management: interkulturelle kommunikation*. NWB Verlag.
- Hofstede, G., Garibaldi H., Malvezzi, S., Tanure, B., Vinken, H. (2010). Comparing regional cultures within a country: lessons from Brazil. *Journal Of Cross-Cultural Psychology*, 41(3), 336-352.
- Horkheimer, M., A. T. W. (1996). *aydınlanmanın diyalektiği II* (Oğuz Özügül Çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- IMDB. <https://www.imdb.com/title/tt7668518/>, Erişim Tarihi: 12 Temmuz 2023
- Netflix. <https://www.netflix.com/tr/title/80189829>, Erişim Tarihi: 10 Ekim 2023.
- Sarı Ü., Akyol O., Ünlü T. (2019). Televizyon dramalarında marka şehirlerin konumlandırılması Hakan Muhafız Örneği., *11. Uluslararası Güncel Araştırmalar Sosyal Bilimler Kongresi*, Antalya, Türkiye, 28 -30 Ekim 2019, 6, 246- 265.
- Üçer, N., Dağlı, N., Soyseven E. (2020). Kahraman miti, olgusu ve yolculuğu üzerine simgesel bir inceleme: Netflix “Hakan Muhafız”. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 3(1), 56-76.

DİJİTAL KÜLTÜR VE KİMLİK OLUŞUMU: SOSYAL MEDYANIN BİREYSEL VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜMDEKİ İŞLEVİ

Hülya Semiz Türkoğlu*

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin günlük yaşamın hemen her alanına nüfuz etmesi, bireylerin iletişim pratiklerini, sosyal etkileşim biçimlerini ve toplumsal ilişki kurma süreçlerini köklü biçimde dönüştürmüştür (Turkle, 2011). Özellikle sosyal medya platformları, sanal ortamlar ve dijital iletişim araçları, bireylerin kendilerini ifade etme biçimlerini yeniden yapılandırmakta ve kimlik inşası süreçleri üzerinde belirleyici etkiler yaratmaktadır. Bu dönüşümle birlikte kimlik, artık yalnızca fiziksel ve toplumsal çevre tarafından şekillenen durağan bir olgu olmaktan çıkmış; dijital ortamlar aracılığıyla sürekli olarak yeniden üretilen, müzakere edilen ve performatif olarak sergilenen dinamik bir süreç hâline gelmiştir (Giddens, 1991).

Son yıllarda dijital teknolojiler, bireylerin sosyal yaşamını ve toplumsal etkileşimlerini derinlemesine dönüştürerek kimlik oluşumunda merkezi bir konum edinmiştir. Kimlik, bireyin kendini algılama biçimini ve toplumsal çevresiyle kurduğu ilişkileri düzenlemenin yanı sıra, dijital platformlarda görünür kılınan, yönetilen ve stratejik olarak sunulan bir olgu hâline gelmiştir (Boyd, 2014). Sosyal medya platformları, mikrobloglar, çevrimiçi topluluklar ve çeşitli dijital ağlar, bireylere kendilerini farklı bağlam ve amaçlarda ifade etme olanağı sağlamakta; bu durum, kimliğin artık sabit ve tek bir bütün olarak değil, çok boyutlu, değişken ve bağlama duyarlı bir süreç olarak ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Dijital kimlik inşası, sanal ortamlarda rol dağılımı, sosyal kabul ve aidiyet arayışı, anonimlik ve benliğin yeniden yapılandırılması gibi temalar üzerinden ele alınmaktadır (Papacharissi, 2010). Sosyal medya platformlarının, bireylerin hem çevrimdışı hem de çevrimiçi kimliklerini eş zamanlı olarak yönetmelerine imkân tanınması, kimliğin çok katmanlı,

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, hulyasemiz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7177-1959

esnek ve müzakereye açık bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda dijital teknolojiler, kimlik oluşum sürecinde yalnızca aracılık eden değil, aynı zamanda yönlendiren ve belirli durumlarda dönüştürücü bir rol üstlenen temel unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Dijital kültür, bireylerin kimlik oluşumu ve toplumsal etkileşimleri açısından kritik bir rol oynamaktadır. Kültür, bireylerin gündelik yaşam karşısında geliştirdikleri ve tarihsel olarak semboller aracılığıyla aktardıkları anlamlar bütünüdür; dijitalleşme ise bu anlamların üretim ve aktarım biçimlerini yeniden şekillendirmiştir (Subaşı, 2001, s.241). Dijital kültür, bireylerin toplumsal aidiyet, etkileşim ve kimlik sunumlarını düzenleyen dinamik bir çerçeve sunarken, toplumsal dönüşüm sürecini de hızlandırmaktadır. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, kullanıcıların kendilerini ideal biçimde sunmalarına ve toplumsal geri bildirimlerle kimliklerini sürekli olarak müzakere etmelerine imkân tanımaktadır (Tokgöz, 2017; Arklan et al., 2022, s.172).

Dijital kültürün birey ve topluluklar üzerindeki etkisi, yalnızca günlük alışkanlıklarla sınırlı kalmamaktadır. Kültürel melezleşme, küresel ve yerel kültürler arasındaki etkileşimle bireysel kimlikleri, tüketim alışkanlıklarını ve toplumsal değerleri dönüştürmektedir. Bu süreç, bireyselleşmeyi pekiştirirken aile içi etkileşimi ve kuşaklar arası iletişimi yeniden şekillendirmektedir. Dolayısıyla dijital kültür, bireysel ve toplumsal kimliklerin sürekli olarak müzakere edildiği bir alan sunmaktadır. Dijital kültürün örgütlerde ve toplumsal yapılarda bireylerin davranışlarını, iletişim biçimlerini ve etkileşim süreçlerini şekillendiren çok boyutlu bir olgu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda dijital kültürün dört temel boyutu—katılım, tutarlılık, uyarlanabilirlik ve misyon—ön plana çıkmaktadır. Katılım, tüm paydaşların dijital kültür süreçlerine aktif olarak dahil olmasını ifade ederken; tutarlılık, kültür unsurlarının birbirleriyle uyum içinde işlemlerini ve standart bir davranış setinin oluşmasını sağlamaktadır. Uyarlanabilirlik, dijital kültürün değişen teknolojik, toplumsal ve örgütsel koşullara yanıt verebilme kapasitesini gösterirken; misyon ise kültürün toplumsal ve kurumsal amaçları gerçekleştirme işlevini vurgulamaktadır (Haroun El Rashied et al., 2022, s.269).

Bu çalışma, dijital teknolojilerin kimlik ve kültür üzerindeki etkilerini kavramsal bir çerçeve içerisinde ele almayı, sosyal medya ve diğer çevrimiçi platformların kimlik oluşum süreçlerindeki rolünü tartışmayı ve

dijitalleşmenin birey-toplum-teknoloji etkileşimindeki çok boyutlu etkilerini bütüncül biçimde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Dijital Kimliğin Oluşumu ve Dönüşümü

Kimlik, günlük yaşamda “Ben kimim?” sorusuna verilen yanıtların toplamı olarak ele alınmakta ve sosyolojinin temel inceleme alanlarından birini oluşturmaktadır. Sosyolojik perspektifte kimlik, bireylerin kendilerini ve kendileri için neyin anlamlı olduğunu kavrama süreçleriyle ilişkilidir (Giddens, 2008). Modern toplumlarda kimlik, yalnızca bireysel bir özellik olarak değil; toplumsal ilişkiler, kültürel pratikler ve sembolik etkileşimler aracılığıyla sürekli olarak yeniden inşa edilen dinamik bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

1950’lerden itibaren, özellikle 1970’ler ve 1980’lerde, tüketimin toplumsal yaşamda merkezi bir konuma yükselmesi, yeni topluluk ve kimlik biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu süreçte kimlik, geleneksel yapısal değişkenler olan yaş, cinsiyet ve sınıfın ötesinde, bireylerin tüketim pratikleri aracılığıyla da şekillenmeye başlamıştır (Bocock, 1997). Modern toplumda statü ve görünürlük arayışı, bireylerin idealize edilmiş benliklerini sergileme eğilimlerini artırmakta; bu durum ise, tüketim odaklı kimlik sunumları ve toplumsal yabancılaşma gibi sonuçları beraberinde getirebilmektedir (Yanıklar, 2020). Dolayısıyla, kimlik yalnızca toplumsal konum ve yapısal özelliklerle değil, aynı zamanda tüketim kültürü ve bireysel gösterim pratikleri aracılığıyla da inşa edilen dinamik bir olgu olarak anlaşılmalıdır.

Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte kimlik inşası, fiziksel mekânlarla sınırlı olmaktan çıkarak dijital platformlarda yeniden üretilmeye başlanmıştır. Dijital ortamlar, kimliğin yeniden tanımlanması ve benliğin yeniden inşası açısından önemli olanaklar sunmaktadır (Matviyenko, 2010). Bireyler, çevrimiçi profiller, paylaşımlar, görsel temsiller ve etkileşim pratikleri aracılığıyla kendilerine özgü dijital kimlikler oluşturabilmekte; bu kimlikleri farklı bağlamlarda yeniden kurgulayabilmektedir. Bu bağlamda kimlik, sabit ve bütüncül bir yapıdan ziyade, parçalı, esnek ve bağlama bağlı bir nitelik kazanmaktadır.

Gerçeklik ile kurgu, fiziksel olan ile çevrimiçi olan arasındaki sınırların giderek belirsizleştiği dijital çağda, bireylerin kimlik deneyimleri köklü biçimde dönüşmektedir. Dijital ortamlarda yer alan

bireyler, avatarlar ve çevrimiçi profiller aracılığıyla beklenti ve yönelimleri doğrultusunda şekillendirilebilen kimlikler inşa edebilmektedir. Bu durum, “Ben kimim?” sorusunun, fiziksel benlik ile dijital benlik arasındaki etkileşimi kapsayacak biçimde yeniden düşünülmesini gerekli kılmaktadır. Ancak bu iki benlik, birbirinden kopuk yapılar olarak değil; bireyin kişiliğinin farklı boyutlarını içeren tamamlayıcı unsurlar olarak ele alınmalıdır (Jerry & Tavares-James, 2012).

Bireyin benliği, kişinin kendini değerlendirdiği ve deneyimlerini anlamlandırdığı psikolojik bir yapı olarak tanımlanmakta olup, toplumsal etkileşimler ve öznel deneyimlerle sürekli biçimlenmektedir (Harter, 1988). Günümüz dijital ortamlarında, özellikle sosyal medya platformları bireyi sadece “ben kimim?” sorusuyla sınırlı bir kimlik sorgulamasına değil, aynı zamanda ben nasıl görünmeliyim sorusuna odaklanmaya yönlendirmektedir. Bu süreç kullanıcıların sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırma yapmalarına ve benlik algısını yeniden kurgulamalarına imkân tanımaktadır. Böylelikle, dijital platformlar yalnızca iletişim ve etkileşim araçları olmanın ötesine geçerek, bireyin benliğini performatif bir biçimde sergilediği ve toplumsal görünürlük kazandığı mekânlara dönüşmektedir.

Bu çerçevede, sosyal medya aracılığıyla sunulan dijital benlik, hem bireysel öznel deneyimlerin hem de toplumsal norm ve beklentilerin etkileşimiyle şekillenen, sürekli değişken bir kimlik formu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, çevrimiçi kimlik performansları, bireyin gerçek yaşam deneyimleri ile sanal ortamda sergilenen imajı arasındaki uyumsuzlukları ve potansiyel yabancılaşmayı da görünür kılmaktadır. Bu durum, dijital çağda kimlik oluşumunun, geleneksel psikososyal modellerin ötesine geçerek performatif ve etkileşimsel bir boyut kazandığını göstermektedir.

Dijital kimlik, bireylerin çevrimiçi ortamda sergiledikleri varlıklarının nasıl oluştuğunu, yapılandırıldığını ve toplumsal bağlamda nasıl anlamlandırıldığını inceleyen merkezi bir kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu kavram, yalnızca kullanıcıların teknoloji aracılığıyla kendilerini ifade etme biçimlerini değil, aynı zamanda sosyal medya, dijital platformlar ve çevrimiçi etkileşim ağları içinde kimlik algısının oluşumunu ve dönüşümünü de kapsamaktadır. Dijital kimlik, bireysel düzeyde benlik algısının şekillenmesinde ve toplumsal düzeyde etkileşimlerin ve sosyal

normların yeniden üretiminde kritik bir rol oynamakta, aynı zamanda çevrimiçi ortamın sunduğu olanaklar ve sınırlılıklar çerçevesinde bireyin sosyal kimlik performanslarını yönlendirmektedir.

Dijital kimlik, insanların çevrimiçi varlıklarının nasıl şekillendiğini ve anlamlandırıldığını anlamada merkezi bir kavram haline gelmiştir. Dijital kimlik, bireyin çevrimdışı kimliğinin bir uzantısı olarak ortaya çıkabildiği gibi, ondan görece özerk biçimde de inşa edilebilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, bireylere dijital ortamlarda kendilerini sunma, yeniden kurgulama ve sürekli olarak müzakere etme olanağı sağlayan çok katmanlı bir etkileşim alanı sunmaktadır (Turkle, 2011). Bu bağlamda dijital kimlik, durağan bir yapı olmaktan ziyade, teknolojik altyapılar, platform normları ve toplumsal beklentiler doğrultusunda sürekli yeniden üretilen dinamik bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

Dijitalleşme süreciyle birlikte kimlik, yalnızca bireysel bir ifade biçimi olmaktan çıkmakta; görünürlük, etkileşim ve veri üretimi üzerinden ekonomik değeri olan, metalaşabilen bir unsur hâline gelmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında bireylerin paylaşımları, beğenileri ve takipçi ağları, platform ekonomisinin bir parçası olarak dolaşıma girmekte; bu durum, dijital kimliğin piyasa dinamikleriyle iç içe geçmesine neden olmaktadır. Böylece dijital kimlik, hem öznel bir benlik anlatısı hem de ölçülebilir, analiz edilebilir ve ticarileştirilebilir bir veri seti olarak konumlanmaktadır.

Goffman'ın dramaturjik yaklaşımı, dijital kimlik sunumlarını açıklamak açısından işlevsel bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşıma göre bireyler, sosyal medya platformlarında belirli izlenimler yaratmak amacıyla planlı ve stratejik benlik performansları sergilemektedir (Goffman, 2014). Paylaşımlar, beğeniler, yorumlar ve takipçi sayıları, bu performansın sembolik göstergeleri hâline gelmekte; dijital ortamlar bireyleri kendi benlik sunumlarının hem aktörü hem de editörü konumuna taşımaktadır (Narmanlıoğlu & Paslanmaz, 2020). Bu süreçte birey, hangi yönlerini görünür kılacağına, hangi anlatıları ön plana çıkaracağına ve hangi unsurları gizleyeceğine dair sürekli seçimler yapmak durumunda kalmaktadır.

Bu çerçevede dijital kimlik sunumu, yalnızca bireysel tercihlere dayalı bir eylem olarak değil; algoritmik yönlendirmeler, platform tasarımları ve normatif beklentiler tarafından şekillendirilen yapısal bir pratik olarak da ele alınmalıdır. Dijital platformların ödüllendirme mekanizmaları, belirli

benlik temsillerini daha görünür ve değerli kılarken, bazı kimlik anlatılarını ise marjinalleştirebilmektedir. Dolayısıyla dijital kimlik, bireysel özerklik ile yapısal sınırların kesişiminde konumlanan, gerilimli ve müzakereye açık bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda dijital kimlik, geç modern toplumlarda benliğin dönüşümünü anlamak açısından merkezi bir analitik kategori sunmaktadır. Bireyin kendilik anlatısının dijital ortamlar aracılığıyla hem genişlemesi hem de standartlaşması, kimliğin özgürleştirici potansiyeli ile denetleyici yönleri arasındaki ikili yapıyı görünür kılmaktadır. Bu ikilik, dijital kimlik çalışmalarının yalnızca bireysel deneyimlere değil, aynı zamanda ekonomik, kültürel ve teknolojik güç ilişkilerine odaklanmasını gerekli kılmaktadır.

Sosyal Medya ve Dijital Kimlik İnşası: Etkileşimsel ve Performatif Boyutlar

Ekranların ve algoritmaların bireyler arasındaki etkileşimleri aracılık ettiği dijital çağda, kimlik kavramı köklü dönüşümler geçirmiştir. Hem kişisel hem politik hem de hukuki düzeylerde önemli etkiler doğuran kimlik, karmaşık ve çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Etimolojik olarak kökeni Latince “idem” kelimesine dayanan kimlik, “aynılık” anlamını taşır (Turkle, 1995). Bununla birlikte, çağdaş bağlamda kimlik, yalnızca bir sabitlik göstergesi olmaktan çıkmış; farklı bireyler, toplumsal gruplar ve bilimsel disiplinler açısından çeşitlenen tanımları ve işlevleri içeren çok boyutlu bir olgu hâline gelmiştir. Florian Coulmas’ın (2019: 2) vurguladığı üzere, “Aynılık ve farklılık, kimliğin özünü oluşturur. Kimlik basit olmalı, fakat gerçekte değildir; çünkü farklı insanlar ve farklı bilimsel disiplinler için farklı anlamlar taşır.”

İnternetin yaygınlaşması ve Castells’in (2007) ifade ettiği “kitlesele öz-iletişim” paradigmasının ortaya çıkışı, dijital kimliğin anlaşılmasını ve kavramsallaştırılmasını yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda dijital kimlik, yalnızca çevrimiçi profiller ve sanal temsil biçimlerinden ibaret olmayıp; bireylerin dijital ortamda kendilerini ifade etme, toplumsal ilişkiler kurma ve sosyal normlarla etkileşime girme biçimlerini de kapsamaktadır. Dolayısıyla dijital kimlik, hem bireysel benlik algısının inşasında hem de toplumsal düzeyde güç ilişkileri, kültürel normlar ve algoritmik yönlendirmeler çerçevesinde sosyal kimlik performanslarının biçimlenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. (Rowland & Stevens, 2024, s. 340)

İnternetin çok katmanlı, sınırsız ve etkileşimli sosyal alanları, kullanıcıların anlık içerik paylaşımına imkân tanıyarak kimliklerini bilişsel, duygusal ve sosyal düzeyde deneyimlemelerine olanak sağlamaktadır. Bu platformlar, kullanıcıları simülasyon ile gerçeklik arasındaki bir deneyime taşır; bireyler, diğer kullanıcıların kendi kimlikleri hakkındaki algılarını nasıl yönlendireceklerini ve içerikleri nasıl yorumlayacaklarını dijital etkileşim süreçleri çerçevesinde değerlendirebilir (Armağan, 2013, s.8). Bu bağlamda sosyal medya, kimlik inşasının hem sahnesi hem de aracı olarak işlev görmektedir.

Son yirmi yılda internet ve Web 2.0 teknolojilerinde gözlenen hızlı gelişim, dijital kimliklerin kapsamını ve önemini artırmıştır. Günlük yaşamda kullanılan sosyal medya profilleri, e-posta hesapları ve çevrimiçi bankacılık uygulamaları, bireylerin çevrimiçi varlıklarının temel unsuru hâline gelmiş ve dijital kimlik, modern yaşamın ayrılmaz bir bileşeni olarak öne çıkmıştır (Capgemini, 2018, s.3). Dijital kimlik, bireyin çevrimiçi ortamda kendisini nasıl konumlandığı, hangi değerleri ön plana çıkardığı ve diğer kullanıcılarla etkileşim biçimlerini yönettiği çok boyutlu bir olgudur.

Sosyal medya, kullanıcıların sansür veya kısıtlama olmaksızın görüşlerini ve duygularını paylaşabildiği; içeriklerin ise kullanıcılar tarafından üretildiği bir iletişim ortamıdır. Bu platformlar, hem bireylerin hem de kurumların ortak ilgi ve değerleri paylaşan topluluklar oluşturmaya imkân tanır ve etkileşimsel bir güç alanı yaratır. Sosyal ağlar, kullanıcıların profil oluşturmaya, etkinlik ve içerik paylaşımına ve diğer kullanıcıların paylaşımlarını takip etmesine olanak sağlayarak çevrimiçi toplulukları yapılandırır. Ayrıca, iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler, farklı kültürlerin birbirine yaklaşmasını ve kültürler arası etkileşimin artmasını sağlamaktadır.

Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar—gündelik yaşamdan kesitler, yemek fotoğrafları, mekân veya konum bilgileri—bireyin beğenilme ve toplumsal onay arzusunun yansırken, aynı zamanda idealize edilmiş kimliğinin dijital vitrini olarak işlev görmektedir (Tokgöz, 2017, s.261). Bu içerikler, diğer kullanıcıların yorumları ve beğenileri doğrultusunda şekillendiği için tek taraflı değil, kolektif bir üretim süreci olarak değerlendirilir. Bu durum, sosyal medyanın kimlik inşasında yalnızca bireysel bir araç olmadığını, aynı zamanda topluluk

temelli etkileşimleri de yapılandıran bir platform olduğunu göstermektedir.

Goffman'ın (2014) dramaturjik yaklaşımı, sosyal yaşamda bireylerin farklı sahnelerde roller üstlendiğini ve bu rolleri izleyiciye uygun biçimde sunduğunu belirtir. Sosyal medya, bu yaklaşımı dijital ortamda yeniden şekillendirerek, kullanıcıların çevrimiçi performatif benliklerini sergilediği ve toplumsal geri bildirimler doğrultusunda sürekli yeniden yapılandığı bir sahne sunmaktadır. Benlik algısı, Harter (1988) tarafından toplumsal etkileşimler aracılığıyla şekillenen psikolojik bir yapı olarak tanımlanmıştır; sosyal medya bu sürecin merkezi bir mecrası olarak, kullanıcıların benliklerini sadece kim oldukları sorusu çerçevesinde değil, nasıl görünmeleri gerektiği sorusu bağlamında performatif biçimde sunmalarına olanak tanır.

Dijital kimlik, teknolojiyle bütünleşmiş tutum ve davranış normları çerçevesinde ele alınır. Kullanıcıların elektronik ortamları etik ve uygun biçimde kullanması, bu ortamların işleyişini anlaması ve sanal platformları kötüye kullanmaması beklenir. Dijital kimlik, etik değerlendirme, eleştirel düşünce ve işbirlikçi etkileşim kapasitesini içerir; sosyal medya ise bu sürecin hem sahnesi hem de aracı olarak, bireylerin kimliklerini toplumsal normlar ve kültürel kodlar doğrultusunda performatif biçimde sergilemelerini sağlar.

Sosyal medya, kendine özgü bir dil ve dijital hitabet kültürüne sahiptir. Hitabet geleneği, yazının yaygınlaşmadığı dönemlerden miras kalmış ve günümüzde yazılı ve dijital kültürü etkilemeye devam etmektedir. Uzun metinlerin numaralandırılarak paylaşılması ve gönderilerin 1-2-3 gibi sıra numaralarıyla yayılarak geniş kitlelere ulaşması, hitabet geleneğinin dijital ortamda yeniden biçimlendiğinin göstergesidir (Ong, 2012, s.131). Bu süreç, dijital içerik üretiminde ikna, etkileme ve topluluk yönetimi stratejilerinin sürekliliğini vurgular.

Sosyal medya, bireylerin tanınmış veya tanınmamış diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına, içerik paylaşmasına ve topluluk aidiyeti kazanmasına imkân tanır. Paylaşılan içeriklerin diğer kullanıcılar tarafından görülebileceği gerçeği, sosyal denetim mekanizmalarını harekete geçirir ve bireylerin dijital davranışlarını şekillendirir. Bu bağlamda sosyal medya, yalnızca bireysel ifade alanı olmayıp, toplumsal normlar, etik sınırlar ve kültürel değerlerle sürekli etkileşim hâlinde olan bir kamusal alan olarak işlev görmektedir.

Sosyal medya platformları dijital kimlik oluşumunda merkezi bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar, hem bireysel benliklerini ifade etmek hem de toplumsal geri bildirimlerle kimliklerini yeniden şekillendirmek için bu ortamları kullanmaktadır. Sosyal medya, dijital görünürlük, topluluk aidiyeti ve performatif kimlik sergileme süreçlerinin kesişim noktası olarak, modern dijital toplumda hem bireysel hem topluluk temelli kimlik inşasının temel mecrası olarak değerlendirilebilir.

Dijital Kültür, Kimlik ve Toplumsal Dönüşüm

Kültür, bireylerin gündelik hayat karşısında geliştirdikleri ve tarihsel olarak semboller aracılığıyla aktardıkları anlamlar bütünüdür. Bu semboller, bireylerin bilgi ve tutumlarını ilettikleri araçlar ve kavramlar aracılığıyla nesiller boyunca aktarılmaktadır (Subaşı, 2001, s.241). Kültür, iletişim yoluyla kendini var eder ve toplumsal iletişim biçimlerinde teknoloji temelli değişimler, kültürün yeniden ele alınmasını gerekli kılmıştır. İnternetin toplumsal hayata girmesiyle birlikte dijital kültür kavramı ortaya çıkmış ve günlük yaşamın her alanında kendine yer bulmuştur.

Dijital kültür, genel ve özel olmak üzere iki biçimde ele alınmaktadır. Genel kullanım, dijital kültürün bireylerin yaşamını kuşatması ve kültürel yapıyı dönüştürmesi anlamına gelirken; özel kullanım, sanal ortamda bireyler tarafından üretilen, inşa edilen ve paylaşılan kültür ürünlerine vurgu yapmaktadır. Dijital kültür projeleri, geniş kitlelere yönelik vitrinler oluşturarak dinamik bir ortam yaratmakta ve kültürel değerlerin birikmesi, korunması ve yayılması için alan sağlamaktadır (Svyrydenko & Yatsenko, 2021, s.362).

Dijital kültürün gelişimi, toplumsal ve siyasal ortamlarla doğrudan ilişkilidir. Sanayi Devrimi'nden bu yana teknoloji ve sanayide yaşanan ilerlemeler, bireysel ve toplumsal yaşamı etkilemiş, kültürel üretim ve dağıtım biçimlerini dönüştürmüştür. Özellikle Endüstri 4.0 döneminde akıllı sistemler, yapay zekâ, blok zincir, artırılmış gerçeklik, büyük veri ve sosyal medya gibi teknolojiler kültür ve toplumu şekillendirmiştir. Günümüzde dijital teknolojiler günlük hayatın her alanına nüfuz etmiş ve iletişim platformlarının kullanım alanını çeşitlendirmiştir (Uzelac, 2008, s.11).

Dijitalleşme, bireylerin geleneksel alışkanlıklarını dönüştürmüş, medyanın çok katmanlı gücüyle kültürel süreçleri karmaşık bir biçimde

yeniden şekillendirmiştir. İnternet, enformasyona bağımsız erişim ve dijital/sivil kültür alanlarının oluşmasını sağlayarak gündelik yaşamda yeni formlar ve sınırlar oluşturmuş, sanal bir kamusal alan açmıştır (Sayılğan, 2016, s.180). Bu süreç, dijital yerliler olarak adlandırılan, teknolojiyle sürekli etkileşim hâlinde olan ve çoklu görevleri yönetebilen yeni bir birey tipini ortaya çıkarmıştır (Prensky, 2001, s.1-6).

Dijital kültür, bireylerin kimlik inşası ve toplumsal etkileşimleri açısından da kritik bir role sahiptir. Sosyal medya ve dijital platformlar, kullanıcıların kendilerini ifade edebildiği, topluluklar oluşturabildiği ve benliklerini performatif bir biçimde sergileyebildiği alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda dijital kültür, sadece teknoloji kullanımı değil, aynı zamanda bireylerin kimliklerini ve sosyal ilişkilerini yapılandıran bir süreç olarak anlaşılmalıdır. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, kullanıcıların kendilerini ideal bir biçimde sunmalarına ve toplumsal geri bildirimlerle bu sunumları yeniden şekillendirmelerine imkân tanımaktadır (Tokgöz, 2017).

Dijital kültürün bireyler ve topluluklar üzerindeki etkisi, yalnızca günlük alışkanlıklarla sınırlı kalmamaktadır. Kültürel melezleşme süreci, küresel ve yerel kültürler arasındaki etkileşimle bireysel kimlikleri, tüketim alışkanlıklarını ve toplumsal değerleri dönüştürmektedir (Arklan et al., 2022, s.172). Bu durum, bireyselleşme olgusunu pekiştirirken, aile içi ilişki biçimlerini ve kuşaklar arası etkileşimi yeniden şekillendirmektedir. Dolayısıyla dijital kültür, bireysel ve toplumsal kimliklerin sürekli olarak müzakere edildiği bir alan sunmaktadır.

Dijital kültür, örgütlerde ve toplumsal yapılarda bireylerin davranışlarını, iletişim biçimlerini ve etkileşim süreçlerini şekillendiren çok boyutlu bir olgudur. Bu bağlamda, dijital kültürün dört temel boyutu—katılım, tutarlılık, uyarlanabilirlik ve misyon—ön plana çıkmaktadır. Katılım boyutu, tüm paydaşların dijital kültür süreçlerine aktif olarak dahil olmasını ifade ederken, tutarlılık boyutu dijital kültürün unsurlarının birbirleriyle uyum içinde işlemesini ve standart bir davranış ve değer setinin oluşmasını sağlamaktadır. Uyarlanabilirlik, dijital kültürün değişen teknolojik, toplumsal ve örgütsel koşullara hızla yanıt verebilme kapasitesini gösterirken, misyon boyutu ise dijital kültürün belirli toplumsal ve kurumsal amaçları gerçekleştirme işlevini vurgulamaktadır (Haroun El Rashied et al., 2022, s.269). Bu boyutlar, dijital kültürün yalnızca teknolojik bir olgu olmadığını, aynı zamanda

toplumsal etkileşimleri, örgütsel davranışları ve kültürel normları yönlendiren dinamik bir sistem olduğunu ortaya koymaktadır. Örgütsel bağlamda, dijitalleşmenin önünde engel teşkil eden unsurlar arasında, mevcut örgütsel kültürün esnek olmaması ve teknik yeterliliklerin yetersizliği öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, kültürel ve zihinsel dönüşümler yoluyla, örgütler dijital kültürü benimseyebilir, adaptif yapılar geliştirebilir ve çalışanlarının dijital katılımını artırabilir.

Bu dört boyut, dijital kültürün sadece bireysel davranışları değil, aynı zamanda kolektif öğrenme süreçlerini, örgütsel değişim kapasitelerini ve toplumsal etkileşimleri nasıl etkilediğini anlamak için kritik bir çerçeve sunmaktadır. Özellikle hızla değişen teknoloji ve küresel bilgi akışı bağlamında, dijital kültürün uyarlanabilirliği, organizasyonların sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmesinde belirleyici bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, dijital kültür, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde stratejik bir kaynak olarak ele alınmalı ve sürekli olarak gözden geçirilmelidir. Sonuç olarak, dijital kültür, teknolojinin gündelik yaşam üzerindeki etkisi, bireylerin kimlik inşası ve toplumsal ilişkilerin yeniden yapılandırılması bağlamında çok katmanlı, dinamik ve sürekli evrilen bir olgudur. Dijitalleşme, yalnızca teknolojik bir değişim değil, aynı zamanda kültürel, sosyal ve politik alanları dönüştüren kapsamlı bir süreçtir. Sosyal medya ve dijital platformlar, bu sürecin hem aracı hem de sahnesi olarak, bireylerin kimliklerini performatif biçimde sergileyebildikleri ve toplumsal normlarla etkileşimde bulunabildikleri merkezî alanlar haline gelmiştir.

SONUÇ

Dijital kültür, günümüz toplumlarında bireylerin kimlik inşası, toplumsal etkileşim ve kültürel üretim süreçlerini yeniden şekillendiren merkezi bir olgu olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya ve dijital platformlar, bireylerin hem kişisel hem toplumsal kimliklerini performatif biçimde sergiledikleri, topluluk aidiyeti kazandıkları ve etkileşimlerde aktif rol aldıkları alanlar olarak işlev görmektedir. Bu durum, kimliğin artık durağan bir yapı olmaktan çıkıp, sürekli müzakere edilen, yeniden üretilen ve toplumsal geri bildirimlerle şekillenen dinamik bir süreç olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir.

Dijital kültürün dört temel boyutu—katılım, tutarlılık, uyarlanabilirlik ve misyon—bireyler ve örgütler açısından kritik bir çerçeve sunmaktadır. Katılım, dijital kültür süreçlerine aktif olarak dahil olmayı ifade ederken;

tutarlılık, kültürel değer ve davranışların uyumlu bir biçimde sürdürülmesini sağlar. Uyarlanabilirlik, dijital ve teknolojik değişimlere hızla yanıt verme kapasitesini ifade ederken, misyon boyutu, dijital kültürün toplumsal ve kurumsal hedeflere hizmet eden işlevini ortaya koymaktadır. Bu boyutlar, dijital kültürün yalnızca teknolojik bir yapı olmadığını, aynı zamanda toplumsal normları, kültürel kodları ve örgütsel davranışları yönlendiren çok boyutlu bir sistem olduğunu göstermektedir.

Bireyler açısından bakıldığında, dijital kültür kimlik performansının sınırlarını genişletmekte ve toplumsal etkileşimleri daha esnek, çok boyutlu ve bağlama duyarlı hâle getirmektedir. Dijital platformlar, kullanıcıları yalnızca içerik tüketicisi olarak değil, aynı zamanda kültürel üretici ve etkileşimi yönlendiren aktörler olarak konumlandırmaktadır. Bu durum, bireysel kimliğin ekonomik, kültürel ve toplumsal bağlamlarla etkileşimli bir süreç olduğunu ve dijital ortamların bu etkileşimi görünür kılmada merkezi bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Toplumsal açıdan, dijital kültür, kültürel melezleşme ve küreselleşme süreçleri ile birlikte bireysel ve kolektif kimliklerin yeniden müzakere edildiği bir alan yaratmaktadır. Dijital ortamlar, farklı toplulukların ve kuşakların etkileşim kurmasını sağlamakta; kültürel normların, değerlerin ve sosyal davranış biçimlerinin sürekli olarak yeniden üretilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, toplumsal yapıların daha esnek ve etkileşim odaklı bir şekilde dönüşmesini desteklemekte ve bireysel kimlik ile kolektif kimlik arasındaki etkileşimleri görünür kılmaktadır.

Dijital kültür ve kimlik etkileşimi, bireylerin hem özerkliğini hem de toplumsal bağlılığını dönüştüren bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Bireyler, çevrimiçi kimlik performansları aracılığıyla kendilerini yeniden tanımlarken, toplumsal normlara ve platform dinamiklerine bağlı olarak bu kimlikleri sürekli olarak gözden geçirmek durumunda kalmaktadır. Bu durum, dijital kimliğin yalnızca kişisel ifade değil, aynı zamanda toplumsal uyum ve kültürel üretim süreçlerine dahil bir olgu olduğunu göstermektedir.

Öneriler:

- Dijital kültür ve kimlik araştırmalarında, yalnızca bireysel davranışları değil, toplumsal normlar ve teknolojik altyapı ile etkileşim süreçlerini de kapsayan bütüncül modeller geliştirilmelidir.

- Eğitim ve örgütsel bağlamlarda dijital kültürün adaptasyonu için stratejik planlar oluşturulmalı, dijital okuryazarlık ve etik davranış normları teşvik edilmelidir.
- Gelecek çalışmalar, dijital kimlik performanslarının psikososyal etkilerini, toplumsal normlarla etkileşimini ve ekonomik boyutlarını eş zamanlı olarak analiz etmeye odaklanmalıdır.

Sonuç olarak, dijitalleşme yalnızca teknolojik bir değişim değil, kimlik, kültür ve toplumsal etkileşimleri kapsayan kapsamlı bir dönüşümü ifade etmektedir. Dijital kültür ve kimlik, bireylerin kendilerini ifade etmeleri, toplumsal etkileşimler geliştirmeleri ve örgütlerin adaptif kapasitelerini artırmaları açısından stratejik bir öneme sahiptir. Dijital kimlik ve kültürün dinamik ve çok katmanlı doğası, modern toplumları anlamak ve teknoloji-toplum-birey ilişkilerini bütüncül biçimde analiz etmek için vazgeçilmez bir araştırma alanı sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arklan, Ü., Soy, S., & Sandıkcı, Y. T. (2022). İnsan ve toplumun dijitalleşmesi: İletişim. İçinde E. Eke & M. T. Uysal (Ed.), *Dijital insan ve dijital toplum: Geçmiş, bugün ve gelecek perspektifi* (ss. 159–186). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Armağan, A. (2013). Kimlik yapılarında değişim ve sanallaşan kimlik sunumları: Öğrenciler üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 1–20.
- Bocock, R. (2009). *Consumption* (İ. Kutluk, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press
- Capgemini. (2018). *Digital identity: A contest for control*. Capgemini Consulting.
- Castells, M. (2007). Ağ toplumunda iletişim, güç ve karşı güç. *Uluslararası İletişim Dergisi*, 1(1), 238–266.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press / Polity Press.
- Giddens, A. (2008). *Sociology* (5th ed.). Polity Press.
- Goffman, E. (2014). *Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Haroun El Rashied, S., Zayed, A., Moussa El Samadicy, A., & Negm, E. M. (2022). The impact of building digital culture on employee's engagement in the ICT sector. *Global Scientific Journals*, 10(9), 258–289.
- Harter, S. (1988). *Manual for the SelfPerception Profile for Adolescents*. University of Denver, Denver, CO, USA.
- Jerry, P. & Tavares-James, N. (2012). Reflections on identity and learning in a virtual world: The avatar in Second Life. In P. Jerry, Y. Masters & N. Tavares-James (Eds.), *Utopia and Garden Party* (2012).
- Matviyenko, S. (2010). Cyberbody as Drag. *Digital Creativity*, 21 (Spring 2010).
- Matviyenko, S. (2010). Cyberbody as drag. *Digital Creativity*, 21(1), 39–45. <https://doi.org/10.1080/14626260903549018>
- Narmanlioğlu, H., & Paslanmaz, İ. (2020). Instagram hikayelerinde benliğin sunumu: influencer'lar üzerine bir araştırma. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 10(39). <https://doi.org/10.5824/ajit-e.2019.04.002>
- Ong, J. W. (2012). *Orality and literacy: Technologizing of the world* (S. Postacıoğlu Banon, Çev.). İstanbul: Metis Publishing.
- Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, 9(5), 1–6. <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Rowland, J., & Estevens, J. (2024). “Dijital kimliğiniz nedir?": Veri odaklı toplumlarda gelişen bir kavramın kullanıcı anlayışlarını ortaya çıkarmak. *Media, Culture & Society*, 47(2), 336–353. <https://doi.org/10.1177/01634437241282240>
- Sayılgan, Ö. B. (2016). Etkileşimli drama olarak dijital oyun. N. Timisi (Ed.), *Dijital kavramlar, olanaklar, deneyimler* (içinde ss. 179–180). Kalkedon Yayınları.
- Subaşı, N. (2001). Gündelik hayat ve dinsellik. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 239–267.
- Svyrydenko, D., & Yatsenko, O. (2021). Ontology of the digital culture: World trends and Chinese advanced experience. *Filosofiya-Philosophy*, 30(4), 359–371. <https://doi.org/10.53656/phil2021-04-03>
- Tokgöz, C. (2017). Kimlik ve bellek ekseninde sosyal medya anlatıları. *Intermedia International E-Journal*, 4(7), 255–268.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books/Hachette Book Group.
- Uzelac, A. (2008). How to understand digital culture: Digital culture – a resource for a knowledge society? In A. Uzelac & B. Cvjetičanin (Eds.), *Digital culture: The changing dynamics* (pp. 7–21). Peter Lang.

TÜRK SINEMASI'NDA DEVRİMCİ BİR HAREKET

GENÇ SINEMACILAR

Mesut Aytekin*

GİRİŞ

1960'lı yıllar, Türk siyasi tarihine damgasını vuran yıllardır. 1960 Darbesi ile başlayan bu süreçte Türkiye toplumsal, ekonomik ve kültürel bir arayışın, hareketlenmenin içindedir. Farklı ideolojiler (milliyetçilik, sosyalizm, komünizm) her alanda kendini yeniden keşfetmeye, genişlemeye ve alternatif düşünceler içinde varlığını kabul ettirmeye çalışmaktadır. Grevler, yürüyüşler, mitingler, işgaller, çatışmalar ile siyasi düşünceler sokağa inmiştir.

Türk Sineması'nın 1950'lerde başladığı yükselişini devam ettirdiği bu yıllarda politik görüşler sinemaya yansımıştır. Halit Refiğ, "Halk Sineması"ndan başlayarak "Ulusal Sinema" kavramı ile kuramsal düzlemdeki düşüncelerini pratiğe dökmüş, Yücel Çakmaklı "Milli Sinema" düşüncesi üzerinde çalışmalar yapmıştır. 1970'li yıllarda kamuoyunda tartışılacak bu iki sinema düşüncesinden ayrı olarak dönem içinde devrimci sinemanın söylemlerini dile getiren, bir başka sinema hareketi de yer almıştır. "Genç Sinemacılar" adıyla devrimci bir grup gencin fikir birliğiyle kurulan ve alternatif bir sinema anlayışını ortaya koymaya çalışan bu hareket, on yıllık bir dönem içinde doğmuş, büyümüş ve dağılmıştır.

1960'lı yıllarda Türk Sineması'nda kuramsal ve kurumsal olarak ilk adımlar atılmıştır. Bu dönemde sinemanın tartışılıp, eleştirilebileceği, ortak paylaşıma açık bir iletişim aracı haline gelmesine zemin hazırlayan önemli gelişmeler yaşanmıştır. Sinema dernekleri, kulüpleri kurulur; sinema dergileri yayına başlar. Sinemaseverleri bir araya toplayan kulüp bazında ilk oluşum 1962 yılında gerçekleşmiştir. "Kulüp Sinema 7" adıyla Fındıklı Güzel Sanatlar Akademisi'nde Türkiye'nin ilk sinema kulübü Sami Şekeroğlu ve birkaç arkadaşının girişimleriyle kurulmuştur. Kulüp önemli etkinlikler gerçekleştirmiştir. Örneğin Fransa'dan

* Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, mesutaytekin@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0344-868X

Truffaut'u İstanbul'a davet etmiş, onun katılımıyla toplu gösterim yapmıştır. Bu gelişmelerin olumlu etkisiyle Robert Koleji de 1963 yılında bir sinema kulübü kurmuştur. Kulüp ile birlikte sinemaya daha çok önem vermeye başlayan Robert Koleji, 1967'de "Görüntü" adıyla bir de sinema dergisi de çıkarmaya başlar

Cevat Pam, Onat Kutlar, Şakir Eczacıbaşı tarafından 1965'te, Türk Sinematek Derneği kurulmuştur. Dünya sinemasından klasik, kült filmlerin gösterimlerinin yapıldığı Sinematek bünyesinde yayın faaliyetleri yapılmış, paneller düzenlenmiştir.

Dönemin gençleri bu sinema kulüplerinde, sinematek programlarında gösterilen dünyaca ünlü filmleri ve klasikleri izleme fırsatı yakalamıştır. Bu etkinlikler sayesinde gençlerin sinemaya ilgisi artmış, üniversitelerde, liselerde sinemaya duyarlı ve ilgili topluluklar, gruplar kurulmaya başlamıştır. Bu topluluklardan biri de 1967'de kurulan "Tanık Sinema Topluluğu"dur. Kurucu kadrosu şu isimlerden oluşmaktadır: Sezer Tansuğ, Mengü Ertel, Yılmaz Zenger, Özer Kabaş, Tanju Akersan, Jak Şalom ve Ümit Aşçı. "Tanık Sinema Topluluğu" kalıcı etkinlikler yapamadan dağılır, onun yerine "Onaltıcılar" adında yeni bir sinema grubu kurulur.

Robert Koleji, 1967'de kısa film çalışmalarına bir yenisini daha ekleyerek, Türk sinema tarihinin ilk kısa film şenliği olan Hisar Kısa Film Şenliği'ni düzenler. Beş gün süren 1. Hisar Kısa Film Şenliği boyunca film gösterimleri, söyleşiler yapılır. Festival sonunda 16 mm ve 8 mm olmak üzere iki kategoride çeşitli ödüller verilir. (Tuncer, 2007) Hisar Kısa Film Şenliği dört defa yapılabilmektedir.

"Genç Sinemacılar"ın Adını Koymak

1960'lı yıllarda dünyada yükselen bir grafik çizen sosyalist düşünce Türkiye'de de etkisini göstermiş ve büyük kitleleri peşinden sürüklemiştir. Gerek öğrenciler arasında gerekse işçi sınıfı ve entelektüel düzeyde farklı kesimlerden taraftar bulan sosyalist düşünce, devrim için birçok eyleme imza atan bir kuşağın oluşmasını sağlamıştır. 1960'ların ortalarında Türkiye İşçi Partisi'nin senato seçimlerinde 2,9 sonraki yıl 3,9 oy alması bunun en açık göstergesidir (Atayman, 2003: 52). Bu sonuç ile meclise giren TİP solun siyasi platformda temsil edilmesini sağlamıştır.

Her türlü kurum ve söyleme eleştirel bir bakış getirerek devrimin her alanda yapılmasının gerekliliği üzerinde duran sosyalistler, keskin

söylemlerini eylemleri ile daha da açık hale getirerek iktidarları değişime zorlamıştır. Bu eylemler neticesinde Avrupa’da birçok ülkede reform yapılmış hak ve özgürlükler bağlamında yeni düzenlemelere gidilmiştir. Örneğin Fransa’da eleştirilerden etkilenen üniversiteler akademik, kültürel ve sosyal alanlarda özgürlükçü olunması için gayret göstermişlerdir. Bu alanlardan birisi de şüphesiz sinemadır. Bu konuda Fransa’da, “68 Mayıs’ından hemen sonra kinematografik ve audio-visuelle incelemelere yönelik bölümler kurulmuş, bunların kurulacak sinema yüksek okulları ile BAĞLANTILI PROGRAMLAR YAPMASI DÜŞÜNÜLMÜŞTÜ. Sinema tarihinde eşi örneği görülmemiş bir inceleme ve literatür yayını da bu dönemle birlikte başlar.” (Atayman, 2003, 56).

Avrupa’daki bu sosyalist düşüncenin ve sinemanın bulunduğu sinema araştırmalarından, çalışmalarından ve 3. Sinema örneklerinden yola çıkarak Türk Sineması’nda da aynı dönemde farklı gruplar, topluluklar kurulmuş, belgesel film, kısa film çalışmaları yapılmıştır. Bu gruplardan biri, belki de en önemlisi, “Genç Sinemacılar” adıyla bilinen temeli 1960’ların ortalarında atılan ancak 1968 yılında hayata geçen devrimci sinema topluluğudur. “Genç Sinema toplu bir hareketti. İnsanlar bir araya geldi. Sayı artınca, istenildi ki beraberce bir şeyler çekilsin. Zaten o dönemler gündemi işgal eden önemli olaylar vardı, öğrenci hareketleri falan...” (Görücü, 2007).

Dönemin politik etkisinden, Yılmaz Güney’in politik sinema rüzgârlarının esmeye başladığı ve tartışıldığı sinema gündeminden, kurulan sinematek, sinema dernekleri ve kulüpleri ile oluşan sinema ortamından etkilenen bir grup sosyalist genç tarafından kurulan Genç Sinemacılar, sosyalist, devrimci görüşleri çerçevesinde sinema yapmayı amaçlamışlardır.

Neden Genç?

Öğrenci, akademisyen ve sinema ile yakından ilgili gençlerden oluşan “Genç Sinema, 60 ile 70 arasında, yaşı yirmiden otuza evrilen bir kuşağın hareketi, daha doğrusu hareket niyeti idi.” (Atayman, 2003: 54) Ad olarak benimsedikleri “Genç” kavramı, devrimcilerin beslendiği damarlardan biri olan “Yeni” kavramına karşılık gelmekteydi. Var olan statükocu düzene karşı koyuşu, başkaldırıyı ifade eden “genç” aynı zamanda dinamizmi, hareketi, coşkuyu içermekteydi. “Yeni”nin, devrimin coşkusu ifade edemeyen genel ifadesinden farklı olarak

“genç” daha sempatik bir yapıya sahipti. Sanki bir başlangıç cümlesiydi Genç, daha yapılacak çok iş olduğunu, devrimin bir süreci ifade ettiğini vurgulamak ister gibiydi. Genç Sinemacı Veysel Atayman da aynı noktaya işaret etmekte genç kavramının ifade olarak, görünüşte sade ama derin ve anlamlı içeriğine vurguda bulunmaktadır: *“Gençlik sıfatın başa alan birçok küçük organizasyonun ‘genç’ sıfatına yükledikleri ortak anlam, sosyal hayatın her platformundaki yorgun düşmüşlüğe, köhneleşmişliğe, statükoculuğa, düzen onarmacılığına ya da belki yarını da bugün yaşama çaresizliğine bir tepki, araya bir sınır çekme kaygısında toplanıyordu.”* (Atayman, 2003: 54)

Genç Sinemacılar’ın Doğuşu

Roma’daki sinema eğitimini tamamlayıp ülkeye dönen Üstün Barış ve Engin Ayça, örgütü yapıları ile öne çıkarak devrimci zihniyeti benimseyen gençleri bir araya toplarlar. “Genç Sinemacılar” adı verilen bu grubun çekirdek kadrosunda şu isimler yer alır: Artun Yeres, Mutlu Parkan, Mehmet Gönenç, Veysel Atayman, Yorgo Bozis ve Ahmet Soner. Daha sonra gruba yeni isimler eklenir: Tanju Akerson, Ümit Aşçı, Faruk Aksoy, Veysel Atayman, Engin Ayça, Üstün Barış, Yakup Barokas, İbrahim (Bergman) Karamehmet, Yorgo Bozis, İbrahim Denker, Yücel Dönmez, Osman (Ertuğ) Koruyan, Mehmet Gönenç, Mustafa İrgat, Oğuz Onaran, Özen Yılmaz, Özer Muammer, Parkan Mutlu, Ömer Pekmez, Gaye Petek, Enis Rıza Sakızlı, Algin Saydar, Ahmet Soner, Jak Şalom Mete (Kurterel) Tanju, Ömer Tuncer, Hüseyin Tüzün, Altan Yalçın, Mehmet Yalçinkaya, Artun Yeres.

Gruba dışarıdan katkı sağlayan bazı sinemacı ve aydınlar ise şunlardır: Kuzgun Acar, Oğuz Alpöge, Sami Altındağ, Ece Ayhan, Murat Gerçeker, Selami Gerçeker, Ayhan Gerçeker, Muzaffer Hiçdurmaz, Kazım Hün, Okan Kahraman, Nurten Karaçivi, Yunus Koçak, Onat Kutlar, Sevgi Emine Özdamar, Ali Tara. (Soner ve Tuncer, 2003: 44)

Genç Sinemacılar, Eisenstein, Godard, Vertov, Roschack, Ivens... gibi usta yönetmenlerden etkilenmişlerdir (Yılmaz-Efe, 1999). Sinema sevgisi ve gençlik enerjisiyle bir araya gelen Genç Sinemacılar, hem pratik hem de teorik olarak çalışmalar yapar. Ancak sinematografik açıdan yeterli bilgiye sahip değildirler. Yurt dışında sinema eğitimi görmüş iki arkadaşları teorik bilginin artırılmasına yardımcı olur. Ankara grubunun Fransız ve Polonya Sinema okullarından getirdiği kitaplar ve çevirilerle sinematografik eksikliklerini gidermeye çalışırlar.

Toplantılarını Onat Kutlar'ın başkanlığını yürüttüğü Sinematek Derneği'nde yapmaktadırlar. Genelde Onat Kutlar ve Ece Ayhan'ın da katıldığı toplantılar neticesinde filmler çeken, dönemin önemli olaylarını kayıt altına alan Genç Sinemacılar, zaman içinde fikirlerini daha net söylemek ve mesajlarını daha açık verebilmek için bir yayına ihtiyaç duyarlar. Bu amaç için bir dergi çıkarılmasının yararlı olacağı noktasında birleşen Genç Sinemacılar, “Genç Sinema” adında bir dergi çıkarmaya karar verirler. Derginin sahipliğini ve sorumluluğunu Ömer Pekmez üstlenir. Derginin ilk sayısı Ekim 1968’de çıkar. Bu ilk yayımla birlikte Genç Sinemacılar, bir çıkış bildirisi de hazırlar. Bildiri üzerinde Onat Kutlar, Üstün Barış, Artun Yeres, Jak Şalom, Ece Ayhan uzun bir süre çalışır. Bu bildiriyle Genç Sinemacılar, amaçlarını, yapmak istediklerini ifade ederler. Bu metin bir anlamda onların manifestolarıdır.

Genç Sinema dergisi, Sinematek'in binasında daktilo edilmekte, hazırlanmakta ve abonelere gönderilmektedir. Abonelerin haricinde dergi Sinematek girişinde, film gösterimi yapılan yerlerde elden satılmaktadır. Kalan kısım ise bayilere bırakılarak ay sonunda toplanmaktadır.

Genç Sinema dergisi, Ekim 1968-Nisan 1971 arasında on altı sayı çıkar. On altı sayfadan oluşan dergi iki kez 32 sayfa yayımlanır. Devrim ve sinema üzerine çeşitli yazıların, film eleştirilerinin ve Genç Sinemacılar’dan haberlerin yer aldığı derginin kapakları Genç Sinemacılar’ın film karelerinden oluşmaktadır. Fiyatı bir lira olan dergiler, otuz iki sayfa çıktığında 2,5 lira olur. Son üç sayıda ise fiyat 150 kuruşa çıkar. (Soner, 2003: 73).

Dergide önce birliktelik, kolektif iş yapma, dayanışma hakkında yazılar yer alırken daha sonraları kuramsallaşma tartışmalarını içeren, devrim sinemasının temellendirmeyi amaçlayan, bir model çizmek için uğraşan yazılara da yer verilir (Yılmaz ve Efe: 1999). “*Genç sinema hep bir arayış içinde oldu, çeşitli üsluplara merak saldı, denedi, örneğin dogmacıları hatırlatan ve benzeri tezleri epik sinema ve yeni gerçekçilik tartışmaları ile birlikte gerçekleştirmeye çalıştı.*” (Rıza, 2003: 50)

Dergi ve film çalışmalarının yanı sıra Sinematek'teki çalışmalara da yardım eden Genç Sinemacılar, Sinematek'in bir personeli gibi faaliyet göstermektedirler. Film gösterimlerini düzenlemekte, filmleri taşımakta, etkinliklerde görev almaktadırlar.

Heyecan yüklü gençler boş durmaz. Sokaklara inilir. Grevler, gösteriler, mitingler belgelenir; kameraya alınır; kısa filmler çekilir; belgeseller yapılır. Taşınabilir oynatıcılar ile ulaşılabilen yerlerde bu ürünler gösterilir. Zihindeki politik düşüncenin izinde filmler çekilir. Ahmet Soner, yıllar sonra Onat Kutlar'ın ölümü üzerine Özgür Ülke'nin 12 Ocak 1995 tarihli sayısına yazdığı "Onat İsyanıcıdır" başlıklı yazısında o günleri şöyle anlamaktadır:

"O yıl gençlik hareketi; yürüyüşler, boykotlar ve mitinglerle günden güne tırmanmış, 6. FILONUN gelişile doruk noktasına yükselmişti. 'Kanlı Pazar' diye anılacak olan o gün, Beyazıt'tan Taksim'e kadar yürünmüş, yürüyüş kolu meydana girerken saldırıya uğramıştı. Kuzgun Acar, Engin Ayça ve ben 16'lık, Ömer Tuncer ise 8'lik kameralarla olan biteni görüntülemeye çalışmıştık." (Tuncer, 2003: 60, 61)

Film yokluğu, kamera yokluğu, maddi yetersizlik, teknik imkânsızlıklar, Genç Sinemacılar'ın önünde büyük engellerdi. Kamera bulamayışlarını Ahmet Soner günlüğünde şu şekilde anlatır: *"Senaryo ve filmler hazır ama kamera yok. Zaten topu topu 3-4 tane onaltılık kamera var İstanbul'da. Biri Robert Koleji sinema Kulübü'ne ait, öbürü Maden İş Sendikası'nın malı... Heykeltıraş Kuzgun'un Bolex'i meşgulumuş, geriye Celal Ülken'in kamerası kalıyor."* (Soner, 2003: 73)

Karşılarına başka sıkıntılar da çıkar. Film yokluğu da bu sıkıntılardan biridir. *"Bir de buna parasızlığı ve malzeme sıkıntısını ekleyin. Film alamıyorduk. Biz de parasız edinmenin yollarını arıyorduk. Örneğin, Ankara'da büyük bir yürüyüşü çekerken filmimiz bitti. Yürüyüş devam ediyor, belki büyük olaylar olacak. O zamanlar polisler de yürüyüşü çekiyorlardı. Polis arabasının içinde kutu kutu filmler olduğunu gördük. Hemen örgütlendik ve polis arabasının içindeki filmleri ele geçirdik. O sevinci unutamam, ganimet bulmuş gibi olduk."* (Görücü, 2007)

Oldukça maliyetli olan film banyosu sorununu aşmak için filmlerini kendileri yıkarlar. (Yılmaz ve Efe, 1999). Gösterim yapabilmeleri için gerekli parayı bir arkadaşlarının kan satarak karşıladığını anlatan Enis Rıza (2003) bu olayı şöyle özetler: *"Ahmet [Soner] ile ben bir Anadolu turnesine çıktık. Jeneratör, oynatıcı ve filmler. Tüm bunları yapabilmek için Hacettepe'de 90 kişi kan sattı ve biz bu parayla yemek programı yaptık. Sabahları çorba, onun dışında da 150 gram sarı leblebi ve kuru üzüm. Turnenin dönüşünde Adana'da kaldık. Geri dönmek için elimizde para yok, karnımız aç. Eski tüfek bir karı-koca bize acıdı ve üç gün*

evlerinde ağırladılar; otobüs biletlerimizi alıp İstanbul'a gönderdiler. Bu koşullarda çalışıyorduk.”

Genç Sinemacılar, sorunlarını bir şekilde aşarak inandıkları devrim uğruna sinemayı bir araç olarak kullanırlar. Gerçekleşen her mitingi, gösteriyi, olayı çekme niyetindedirler. Genç Sinemacılar'ın çektikleri filmlerden ve kayıt altına aldıkları olaylardan bazıları şunlardır:

- Gerze Tütün Mitingi
- Anayasa Yürüyüşü
- Grundig Grevi
- Kanlı Pazar
- Tuslog Olayı
- DGSA Sanat Şenliği
- Petrix ve Doğan Lastik Grevleri
- Üniversite ve Gençlik Olayları
- 6. Filoyu Protesto Gösterileri
- Rıza Kuas'ın Karşılansması
- Suyun Getirdikleri

Hisar Kısa Film Yarışması'nda Ödül Alan Genç Sinemacılar

Bağımsız sinema anlayışı Hisar Kısa Film Şenliği ile ilk çıkışını yapmıştır. Artık gençlerin çektikleri filmleri gösterebilecek bir şenlikleri vardır. Bu etkinlik ile bir araya gelen yönetmenler, kısa filmciler kendi aralarında tartışmaya, konuşmaya, fikir yürütmeye başlarlar. Genç Sinemacılar Hisar Kısa Film Şenliğine yoğun ilgi gösterir. Şenlikte farklı yıllarda, farklı dallarda ödül alır. (Asan, 2003b, 60–61)

Hisar Kısa Film Yarışmalarında Ödül Alan Genç Sinemacılar

1967

- 8 mm Mansiyon Çirkin Ares (Artun Yeres)

1968

- 8 mm Jüri Özel Ödülü: Tedirgin Birisi (Veysel Atayman)

- İzmit Sinema Derneği Gümüş Çınar Ödülü: Dilek Günü (Nurten Karaçivi)

1969

- 8 mm En iyi Film: Cumartesi-Pazar (Tan Oral)

1970

- 8 mm Mansiyon ve Jüri Özel Ödülü: Amerikan Filosu (Ömer Tuncer)

Sinema Devrim Yolunda Bir Araçtı

Genç Sinemacılar'ın amacı *"bağımsız ve özgür bir sinemadır. Kapitalizmin bu eğlence aracını devrimin hizmetine sunmayı amaç edinen bu gençler sinemayı bir araç olarak görmüşlerdir. "Çünkü düzen değişmedikçe onun bir üstyapısal kurumu olan sinema da değişemez."* (Tuncer, 2003: 82) Onlar için sinema bir araç konumundadır. Devrimci düşüncelerini gerçekleştirecek, sonuçta devrime götürecek bir araçtır. *"Devrim sinemasının sinematografik dilini araştıran genç sinema sonsuz ve diyalektik bir kurgudur."* (Genç Sinema Yürütme Kurulu, 2003: 71) İstedikleri kurallarını kendilerinin koyduğu özgür ve bağımsız bir sinemadır.

Enis Rıza ise Genç Sinemacılar'ın amacını şöyle özetlemektedir: *"Her anın, her olayın içinde tanık olmak ve görüntülemek... Tarihi ve hayatı kavramanın ve dünyayı değiştirmenin ipuçlarını yakalamak... Çözümlemenin ve soyutlamanın desteğini yakalamak... Politika ve sanat kuramları, sinema akımlarını öğrenme çabaları. Ustalarla tanışmak."* (Rıza, 2003: 49)

Genç Sinema'nın 1968 Ekim'inde çıkan ilk sayısında Ece Ayhan oluşumun amaçlarını şu cümleler ile ifade etmektedir:

"Genç Sinema dergisi, elinizdeki sayının yazılarından, içeriğinden belli olacağı gibi bir sanat dergisi değildir, bu amaçta olmayacaktır. Genç Sinema dergisi, Genç Sinemacılar'ın seslerine kamuoyuna duyurmaları, yetişmeleri ve birleşmeleri için bir ortamdır sadece. Kısa filmcilerin bir yayın organıdır. Bilinen sinema düzeninin dışında kalarak şimdilik kısa film yapan sinemacıların bağımsızlıklarını, devrimciliklerini, özgürlüklerini sürdürebilmeleri ve oluşturabilmeleri

için bir araya gelişleridir, örgütlenmeye doğru bir adımdır. Dergide göreceğiniz adların hemen hiçbirinin amacı sinema yazarı olmak değil, doğrudan doğruya film yapmak, sinema sanatçısı olmaktır...” (Tuncer, 2003, 81)

Genç Sinema’nın 3 temel özelliği vardır (Yılmaz ve Efe, 1999):

- 1- Devrimcidir.
- 2- Yeşilçam’a ve ticari sinemaya karşıdır.
- 3- Sinemayı stepne olarak kullandılar.

Bu üç temel özellik çerçevesinde ürün veren Genç Sinemacılar, ticari sinemanın yarattığı uyumsuzluğa ve sisteme dahil eden yapısına karşıydılar. Söylemleri bir başkaldırıydı. *“Genç Sinema, sinema ve politika ilişkileri, devrimci sinema, ticari sinemaya karşı net bir duruş, kesin bir anti-kapitalist karakter ile kendisini dışa vurmıştu. Yaptıkları eylemler, çektikleri filmler, bildirimleri hep bu karakteri taşır. Bu açıdan da, Türkiye sinema tarihinde devrimci sinema tartışmalarında bir başlangıç noktasıdır, tüm naifliğine ve teorik donanımsızlığına rağmen.”* (Görücü, 2007)

Genç Sinemacılar’dan Ömer Tuncer varlık sebeplerini mevcut düzene antitez olmalarına dayandırmaktadır. *“...her egemen ve yönetici sınıf kendini tasfiye edecek antitezi de kendi düzeninde yaşatır ve geliştirir... İşte biz “GENÇ SİNEMACILAR” bu antitezi hem estetik hem de siyasal yönden tarihin akışı doğrultusunda geliştirmeyi bir ödev sayıyoruz.”* (Tuncer, 2003: 82)

İnandıkları devrim uğruna mücadele eden Genç Sinemacılar, bu bağlamda belgesel filmler, kısa filmler çekmiş, miting, grev, gösteri gibi toplumsal olayları kayıt altına almışlardır. Hem sinemasal bağlamda hem de toplumsal tarih bağlamında ürünler veren Genç Sinemacılar, sinema bilgisinden yoksundular. Ancak idealist yapıları içinde bir yandan kendilerini eğitir bir yandan da ürünler verir. Yurtdışından getirdikleri dergiler, onlara destek olan Onat Kutlar, Ece Ayhan gibi yazar ve sinema eğitimi almış arkadaşları yardımıyla sinema bilgilerini artırırken ellerinde kamera ile sokağa çıkıp kendileri de keşif yapıyor, kurgusal çarpıtmadan uzak hayatın içinden görüntüler çekiyorlardı. *“Hiçbirimizin teknik bilgisi yoktu. Kitaplar okuyorduk ve nasıl film yapılacağını, işin banyosunu falan öğrenmeye çalışıyorduk.”* (Görücü, 2007) Kendi imkânlarınca

öğrenmeye çalıştıkları sinemanın ilk dönemlerinde oldukça zorlanırlar. Önlerinde herhangi bir örnek yoktur. Her şeyi sıfırdan öğrenirler. *“Genç Sinema bir zorunluluktur, dışta kalamamanın bir sonucu. Kendi bünyesindeki karışıklıkları da düşünecek olursa her şeye karşı olmak her şeyi yeniden öğrenmek ve kurmak durumundaydı ve orada sıfır noktasında bocalaması kaçınılmazdı.”* (Atayman, 2003: 57).

Genç Sinema, öz ve biçimi devrimci açıdan bir arada düşünür (Yılmaz ve Efe, 1999). Hem içerik hem de uygulama olarak Genç Sinema, devrimci çizginin dışına çıkmamaktadır. Birincil amaç devrimdir. İçerik olarak devrim işlenmelidir. Bu işleyiş kolektif bir çalışma içinde gerçekleştirilmeli ve ürün hiçbir maddi karşılık beklemeden halka iletilmelidir. Genç sinemacıların çalışma şekli bu prensiplere göre oluşmuştur. Kolektif olarak devrimi yansıtabilecek şekilde üretilen ürünler, halka, işçilere, emekçilere ücretsiz olarak gösterilmiştir.

“Genç sinema yaban bir hareketti; ama biz birbirimizin filmlerini çok severdik. Çünkü her film hepimizin filmiydi ve herkesin filmiydi.” (Rıza, 2003: 51) diyerek Genç Sinemacılar’ın birlik inancını ortaya koyan Enis Rıza, bir söyleşisinde bu toplu hareketin, filmleri, ortak bir şeyler üretmek için çektiğini ifade eder. *“Genç Sinema toplu bir hareketti. İnsanlar bir araya geldi. Sayı artınca, istenildi ki beraberce bir şeyler çekilsin. Zaten o dönemler gündemi işgal eden önemli olaylar vardı, öğrenci hareketleri falan...”* (Görücü, 2007)

Gençlik heyecanı ve amatör ruh ile başlayan süreçte halk için halka dair görüntüler çeken Genç Sinemacılar, kendilerini devrim sürecinde kabul etmiş ve sanki devrimi kameraya alıyormuş duygusu ile titiz ve disiplinli çalışmalar yapmışlardır (Yılmaz ve Efe, 1999). Her “anı” kaydetmek şarttır. Nerde bir miting gösteri, yürüyüş, grev varsa oraya gidilmeli ve o an çekilmelidir. Çekilen çileler, ıstıraplar, çalışmalar, eylemler birer devrim belgesidir ve kayda alınmalıdır. Amaç halkın yaşadıklarını, yaptıklarını, sanatını ortaya çıkarmaktır. Hayatın öyküsünü anlatmak, kamerayı sokağa indirmek ve çıkan ürünü yine sokaktaki insanlara izletmekle mümkündür (Yılmaz ve Efe, 1999). Bir başka ifadeyle *“Önemli olan yapıtlardır. Yapıtlar halka ulaştırılmalıdır. Gerçek bildirileri yapıtlar oluşturacaktır.”* (Yılmaz-Efe, 1999) Göstermenin vuruculuğu ve görerek öğrenmenin kalıcılığı, Genç Sinemacıları sinemaya yaklaştıran önemli etkenlerden biridir. Halkın yaşadıklarının, devriminin niteliklerinin etkili bir gösterimi bir bildiri niteliğindedir ve

yazılı metinden çok daha güçlüdür. Bir militan gibi kamerayla eylemlerini gerçekleştirir ve perde de göstererek seslerini duyururlar.

Enis Rıza bir söyleşinde kısa ama bir o kadar etkili bu sinema hareketini iki cümleyle şöyle ortaya koyar. *“Genç Sinema, “devrimci, halka dönük ve bağımsız bir sinemanın” yaratılması için yola çıktı. Fakat bir akım olamadı, bir hareket anlamına geldi. Çekilen kısa filmler belgesel ağırlıklıydı; mitinglerden görüntüler, çatışmalar, önemli olaylar, “genç sinemacıların pelikülüne yansdı. Türkiye sinema tarihinde, kısa ve belgesel film alanında ilk toplu çıkış oldu.”* (Görücü, 2007)

Hisar Kısa Film Şenliği’nden Devrim Sineması Şenliği’ne

Genç Sinemacılar, Hisar Film Şenliği’nin ve ağırlıkla Onat Kutlar yönetimindeki Sinematek’in politik tavrını yeterli bulmadılar. Oldukça faal geçen 1960’ların sonunda söylemlerini sertleştiren Genç Sinemacılar, önce sponsoru Shell olduğu için Hisar Kısa Film Şenliği’ne sonra da halka ve işçilere gösterimler yapmadığı için Sinematek’e karşı çıktılar (Soner, 2003: 62). Sinematek’te herkes film izleyememekteydi. Devrimci dünya görüşü ve sinema anlayışı ise bu tür bir yaklaşımı kabul etmezdi. Oysaki Genç Sinemacılar, filmleri herkesin izlemesini istiyordu. *“Sinematek’te parası olanlar film izleyebiliyordu, işçiler de halk da izlesin istiyorduk, filmleri anlamayacağını bile bile...”* (Yılmaz ve Efe, 1999) Sinematek tarafından himaye edildikleri söylentilerinin çıkması Genç Sinemacıları daha da rahatsız etmiştir. *“1971 öncesinde Sinematek’in Amerikan Deneysel filmlerini “Yeraltı Sineması” olarak sunuşuna da karşı çıkan Genç Sinemacılar, bir bildiri yayınlayarak, derneği “emperyalizme hizmet etmek” ile suçlamıştır.”* (Tuncer, 2007) Onlara göre Sinematek, Amerikan kültür emperyalizminin temsilcisi konumundadır. Kendi ifadeleriyle *“Artık bağımsız olmanın zamanı gelmiştir.”* Sinematek binasından ayrılarak Galatasaray’da bir yer kiralayıp eşyalarını oraya taşırlar (Tuncer, 2003: 64). Kurallarını kendi koydukları sinema anlayışı içinde artık tam bağımsız ve özgürdurler.

Hisar Kısa Film Şenliği’nin dışarıdan destek alması ve 3. Hisar Kısa Film Şenliği’nde uygulanan sansür kopma noktası olmuştur. Onat Kutlar ve Hisar Kısa Film Şenliği’ni keskin bir dille eleştirirler ve protesto olarak 4. Hisar Kısa Film Şenliği’ne katılmama kararı alırlar. Çünkü Hisar Kısa Film Şenliği ilkesiz bir şenliktir. Hisar Kısa Film Şenliği ve Sinematek, burjuva sanatı yapmakta ve burjuva sanatını desteklemektedir. Bu düşünsel yol ayrımı ve keskin politik duruş Genç

Sinemacılar arasında tartışmalara neden olur. Bu kuruluşların burjuvalığını yadsımayan ancak ortak bir noktada buluşup, bir platform oluşturulması fikrini de kabul etmeyen Oğuz Alpöge ve Ömer Tuncer Genç Sinemacılar’dan ayrılır. Mustafa İrgat, Artun Yeres, Mehmet Gönenç, Tanju Akerson, Ayten Yalçın, Ömer Pekmez de Sinematek’in çıkardığı “Film 70” dergisine geçer (Yılmaz ve Efe, 1999).

Genç Sinemacılar, politik duruş ve tavırlarını destekler nitelikte, 4. Hisar Kısa Film Şenliği’ne alternatif olarak, nasıl bir festival yapılması gerektiğini göstermek için bir festival düzenlemeye karar verirler. 1970 yılında tüm hazırlıklar tamamlanarak 1. Devrim Sineması Şenliği adı altında İstanbul, Antalya, Ankara, Adana ve Mersin’de üçer günlük gösterimler ve etkinlikler düzenlenir (Soner, 2003: 62).

İstanbul’da Gümüşsuyu’ndaki İTÜ binasında, Aksaray’daki TÖS’ün binasında olmak üzere iki yerde gösterimler yapılır. 22–25 Mayıs tarihleri arasında yapılan gösterimler dört gün sürer. Ertesi gün Ankara’ya gidilir. 26–28 Mayıs tarihlerinde Ankara Birlik Tiyatrosu’nun Çankaya Salonu’nda üç gün üç gece gösterim yapılır. 4 Haziran’da Antalya TÖS Salonu’nda şenlik filmleri Antalyalılarla buluşulur; oradan Adana ve Mersin’e geçilir (Soner, 2003: 62).

I. Devrim Sineması Şenliği’ne Katılan Filmler (Asan, 2003, 63)

Belgesel Filmler

16 mm

- Gerze Tütün Mitingi
- Kanlı Pazar
- Tuslog Olayları
- İstanbul Olayları
- 29 Nisan
- 10 Haziran
- Che Guevera

8 mm

- Ankara’nın Çöpleri
- Taylan: Özgür’ün Cenaze Töreni

- İmran Öktem Yürüyüşü
- Altıncı Filo
- Nallıhan Orman Köylüleri
- Görüntüler 70
- Suyun Getirdikleri

Kurmaca Filmler/İmgesel Filmler

16 mm

- Bir Alamanya ki.../Yakup Barokas
- Kentteki Yabancı/Veysel Atayman
- Kördüğüm/Muammer Özer
- Sayım Günü Çakırı da Saydılar/Ahmet Soner

Şenlikte herhangi bir yarışma jürisi yoktur. Filmleri anket yoluyla halk seçmektedir.

Genç Sinemacılar ve Onat Kutlar Kavgası

İstanbul'daki Şenlik filmlerini izleyen Onat Kutlar, "İşe Saygı" başlığıyla "Genç Sinema"yı eleştiren uzun bir yazı yazar. Yazı, 19 Kasım 1970 tarihli Yenigün gazetesinde yayımlanır. *"İlk adımlar, ürkek, dağınık, bilinç yönünden yetersizdi. Ama ilgi gördü... Bu yeni hareket bazı çevrelerce küçümsenir, boğulmak istenirken, bazı kimselerce de çok büyütüldü."* ifadeleriyle eleştirisine başlayan Onat Kutlar, Genç Sinema'yı üç ana noktada eleştirmektedir. (Kutlar, 2003: 65)

1. Amatörlere ve ilk adımlara gösterilen hoşgörünün kötüye kullanılması
2. Sanatçı sorumluluğuna verilen önemin azlığı (Özeleştirisi)
3. Filmin ve genel olarak sinemanın yapısal sorunları üzerine gereğince düşünülmemesi, bir filmin her şeyden önce bir sanat yapısı olduğunun kavranmayışıdır.

1. Devrim Sineması Şenliği'ne katılan filmler için *"Gözleri bozacak kadar kötüydü."* diyen Onat Kutlar, *"Türkiye'deki sinemacı gençler*

bundan böyle teknik ve yapısal sorunları çözülmüş filmlerle kamuoyu önüne çıkmadıkları sürece, savların ve eylemlerinin bağımsız sinema hareketine sadece zararı olacağını bilmelidirler.” diyerek sözlerini tamamlar.

Genç Sinemacılar adına Mete Tanju (Kurtarel) bir metin kaleme alır. Metin uzun olduğu için hiçbir yerde yayımlanmaz ancak 4 Ocak 1971’de Sinematek’te yapılan bir toplantıda okunur. (Genç Sinema Yürütme Kurulu, 2003, 71) Genç Sinemacılar, Onat Kutlar’a verdikleri cevabın sonunda *“Herkes yerini bulmuş, saflar belli olmuştur. Gün bugündür. Hodri Meydan!”* sözleri ile meydan okurlar. Ahmet Soner o günleri şöyle anlatmaktadır:

“Onat Ağabey de filmlerimizi izledi. Yeni Gün gazetesinde uzun bir yazı yazdı, haklı olarak bizi eleştirdi. Çok büyük konuşuyorduk ama yaptığımız filmler çok ilkeldi. Teknik sorunları çözümleyememiştik henüz. Ama burnumuzdan kıl aldırmiyorduk, çok saldırgan bir yanıt hazırladık. Yazının başlığı bile ürktüycüydü: “Onat’gillere Cevabımızdır.”

Bu yazıdan sonra Sinematek Derneği’ne savaş açtık. Niyetimiz ilk genel kurulda derneği ele geçirmektir. Çocukça bir düşünceydi bu. Ayrıca ele geçirsek bile orayı siyasi bir partiye çevirir ve üç günde kapatılmasına yol açardık.

Dernek aleyhinde yazdığımız bildirileri derneğin kapısında üyelere dağıtıyor, film gösterilerinin yapıldığı salonların girişinde dergimizi satıyorduk.”

Bu tartışmaların içinde Genç Sinemacılar, çalışmalarına devam eder. Genç Sinema dergisinin son sayısında (Nisan 1971, Sayı: 16) “Ulusal Devrimci Sinema Şenliği”nin Ekim 1971’de yapılacağı duyurulur. Ama belirtilen tarihe kadar dergi kapanır, topluluk dağılır. 12 Mart darbesi her şeyin sonu olur. Genç Sinemacılar arananlar listesinde. Dergi binası basılır. Genç Sinemacılar’dan bazıları tutuklanır bazıları kaçar. Dergi binasındaki malzemeler 25 Şubat 1978’de DİSK’e teslim edilir. Oradan da TRT’ye geçer (Yılmaz ve Efe, 1999).

Genç Sinema’nın ardından Çağdaş Sinema ve Gerçek Sinema aynı çizgide yayın yapmaya çalışır.

Sonuç

Türkiye’de siyasi hayatın en çalkantılı döneminde, 1965-1971 yılları arasında, siyasi bir düşünce ile sinemayı birleştiren Genç Sinemacılar, kısa süre de olsa etkili çalışmalara imza atmış bir harekettir. Devrimci düşünceden beslenen ve dönemin devrimci zihniyetini sinemaya taşımayı amaçlayan Genç Sinemacılar, sinemanın kitleleri etkileyen ve yönlendiren gücünden yararlanarak devrime katkıda bulunmayı, devrimi anlatmayı amaçlamıştır.

Halkı anlatmayı, halkı anlatmak için sokağa inmeyi prensip edinen ve ellerinde kamera ile devrimci düşünceye hizmet edecek her türlü görüntüyü kameraya alan Genç Sinemacılar keskin politik duruşları, taviz vermez tutumları ile zaman içinde bölünmüş 12 Mart muhtırası ile dağılmıştır.

Yaşam süreçleri içerisinde birçok belgesel ve kısa film çeken, grev, miting, yürüyüş, protesto gibi görüntüleri kaydeden, 16 sayılık sinema dergisi, “Genç Sinema”yı, çıkaran Genç Sinemacılar, birçok sinemacının, yazarın yetişmesine yardımcı olmuş, kolektif bir oluşumla ticari sinemaya alternatif bir hareketin olabileceğini göstermiştir. Yeterli kaynaktan ve bilgiden yoksun Genç Sinemacılar’ın kayda aldığı görüntüler günümüzde belgesel filmlerde, haberlerde, dizilerde halen kullanılmaktadır. Bir dönemin tanıklığını yapan bu belge görüntüler, tarihe ışık tutarken belge filmin de önemini altını bir kez daha çizmektedir.

Genç Sinemacılar, Genç Sinema Dergisi ile devrim sinemasının kuramsal alt yapısı içinde zemin hazırlamaya çalışmışlardır. Dergi aynı düşünceyi paylaşan gençler için toplayıcı bir unsur, farklı bir eylem olmuştur.

Özkan Yılmaz ve Alper Efe’nin ifade ettiği gibi iyi, niyet, heyecan, coşku, amatör bir ruh ve gençlik ateşi ile dayanışma içinde militanca hayatı, tarihi, sokakları kameraya alan Genç Sinemacılar, alternatif bir sinema düşüncesinden yola çıkarak, devrimci düşünce dünyasından beslenmiş ve kolektif bir anlayış içerisinde devrimci ürünler vermiş bir sinema topluluğu olarak Türk Sineması’ndaki yerlerini almışlardır.

Türk Sineması’nda bu ilk toplu başkaldırı hareketi hem Türk belgesel film hem de Türk kısa film tarihi açısından son derece önemli bir yere sahiptir. Bugün 60’lı ve 70’li yılları içine alan belgesel, film ve haber çalışmalarının birçoğunda Genç Sinemacılar’ın çektiği görüntüler kullanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Asan, U. (2003). I. Devrim Sineması Şenliği, *Belgesel Sinema*, 3, 63.
- Asan, U. (2007). Genç Sinema'nın tarihine bir fon denemesi, (Çevrimiçi) movies.groups.yahoo.com/group/kisafilm/message/5704, Erişim Tarihi: 25 Mayıs 2007.
- Asan, U. (2003b). Hisar Kısa Film Şenliği, *Belgesel Sinema*, 3, 60–63.
- Atayman, V. (2003). Genç Sinema yaşıyor, *Belgesel Sinema*, 3, 52–59.
- Şasa, A. (2003) *Yeşilçam günlüğü*, İstanbul: Gelenek Yayıncılık.
- Genç Sinema Yürütme Kurulu (2003). Onatgiller'e cevabımızdır, *Belgesel Sinema*, 3, 68–72.
- Görücü, B. (2007) Enis Rıza söyleşi, Çevrimiçi: <http://www.yesilcam.gen.tr/arastirma/sinematutkusu.html>, Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2007.
- Kutlar, O. (2003). İşe saygı, *Belgesel Sinema*, 3.
- Özgüç, A. (2005). *Türlerle Türk Sineması (Dönemler / Modalar / Tipler)*, İstanbul, Dünya Kitapları.
- Özön, N. (Mart 1995). *Karagözden sinemaya (Türk Sineması ve sorunları)* 1. Cilt. Ankara: Kitle Yayınları.
- Özön, N. (1995). *Karagözden sinemaya (Türk Sineması ve sorunları)* 2. Cilt. Ankara: Kitle Yayınları.
- Refiğ, H. (2009). *Ulusal Sinema Kavgası*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Rıza, E. (2003). Türkiye Sineması ve Genç Sinema, *Belgesel Sinema*, 3, 45–51.
- Scognamillo, G. (2010). *Türk Sinema tarihi*, 3. Baskı., İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Soner, A. (2003). Devrim Sineması Şenliği, *Belgesel Sinema*, 3, 62.
- Soner, A. ve Tuncer, Ö. (2003). Genç Sinemacılar, *Belgesel Sinema*, 3, 45–51.
- Tuncer, Ö. (2003). Ahmet SONER'den Onat Kutlar'ın Ölümü Üzerine, *Belgesel Sinema*, 3, 64–67.
- Tuncer, Ö. (2007). Türk belgesel sineması, Çevrimiçi: www.kameraarkasi.org, Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2007.
- Tuncer, Ö. (2003). Yitirdiklerimizden alıntılar ya da devrim estetiği, *Belgesel Sinema*, 3, 81–89.
- Soner, A. (2003). Eski Defterler, *Belgesel Sinema*, 3, 73–79
- Yılmaz, Özkan-Efe, Alper, Genç Sinema, Belgesel 1999, 32'