SİYASAL İLETİŞİMİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Editör:
Prof. Dr. Başak SOLMAZ

LİTERATÜRK
academia

SİYASAL İLETİŞİMDE TEMEL KAVRAMLARIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Prof. Dr. Başak SOLMAZ

Giriş

Gelecek hızla geliyorken, değişimin ve dönüşümün rüzgârı her zamankinden daha fazla bizleri kapsamına almakta. Çünkü evrende asıl olan durağanlık değil hareketliliktir. Bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler hayatımızı iyileştirmek üzere birtakım yeniliklerle sürekli bizlerle birlikte. Bu çerçeveden baktığımızda; dijital dönüşüm süreci, yadsınamaz bir teknolojik boyut olmakla birlikte, bugün modern insanın önemli bir sınavı durumundadır.

Hızla değişen dünyada artık teknolojinin kullanılmadığı, takip edilmediği ve geliştirilmediği bir platform neredeyse kalmadı. Eğitim, sağlık, ulaştırma, sanayi, tarım, madencilik gibi aklımıza gelebilecek her alanda veya sektörde teknoloji ve onun getirdiği yenilikler kullanılmaktadır. Teknolojik gelişmeler beraberinde dijitalleşme ve dijital iletişim süreçlerini de yaşamımızın bir parçası haline getirmiştir. Bizler farklı yöntemlerle de olsa hızla gelişen bu süreci takip ediyor ve uyum sağlamaya çalışıyoruz. "Dijital dönüşüm" kavramı; teknolojik bir kavram olmasının ötesinde çok geniş alanlar içermekte ve hareketlilikler oluşturmaktadır.

yor olması, siyasal iletişim üzerindeki etkilerini öngörmeyi güçleştirmekle birlikte, konuya radikal bir biçimde katkı sağlayacağı da açıktır. Veri elde etme, değerlendirme, ardından çıkarımlar yaparak karar verme hususunda kampanya ve diğer siyasal iletişim süreçlerini etkilemesi beklenen yapay zeka teknolojilerinin, biçimsel nitelikleri henüz olgunlaşmamış olmakla birlikte, dijital siyasal iletişim kavramının yeni boyutlara taşınması noktasında taşları yerinden oynatacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

Abdullaeva, A. (2017). Political Marketing and its efficacy. Case Political Party United Russia.

Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Efil Yayınları.

Aksoy, B. (2012). Bilgi Teknolojileri ve Yeni Çalışma Biçimleri. *Ege Akademik Bakış*, 12 (3), 401-414.

Arıcı, A. (2015) Yeni Medya Çağında Siyasal İletişim: Siyasi Partilerin Ve Siyasi Parti Liderlerinin Sosyal Medya Performansları Üzerine Araştırma. *Pazarlama Ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (15), 49-67.

Arklan, Ü. ve Rençber, H . (2018). 16 Nïsan 2017 Anayasa Referandumu Öncesï Sürecïn Türk Yazılı Basınındakï Yansımasi: Hürrïyet, Sabah ve Sözcü Gazetelerï Örneğï. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1), 224-249.

Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi* (Çev: Gül Batuş). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Bekiroğlu, O. ve Bal, E. (2014). *Siyasal Reklamcılık 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Araştırması*. Konya: Literatürk Academia.

Bengshir T. K. (1996). *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim*. Ankara: TODAİE Yayınları.

Budak, G. ve Budak, G. (2014). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Cilt:1 Ağ Toplumunun Yükselişi* (çev: Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cowen, R. S. (2014). Elektroniğin Toplumsal Gelişimi. David Crowley ve Paul Heyer (Ed.), *İletişim Tarihi* (Çev: Berkay Ersöz) içinde (s. 456-466). Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım.

Çağlar, N. ve Köklü, P. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 148-173.

Çambay, S. (2018). Bir İletişim Araci Olarak Siyasal Partilerin Web Sitelerİ: 2018 Genel Seçimlerİ Kapsaminda Gündem Uyumuna Yönelik Bir Araştirma. *Diyalektolog Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi,* (18), 261-284.

Daughtery, T., Eastin, M. S. and Bright, L. (2008). Exploring Consumer Motivations For Creating User-Generated Content. *Journal Of Interactive Advertising*, 8 (2), 16-25.

Devran, Y. (2004). *Siyasal Kampanya Yönetimi*. İstanbul: Odak İletişim Yayınları.

Ekinci, N. (2016). *Başlangıcından Günümüze Siyasal İletişimin Temelleri*. Ankara: Gece Kitaplığı.

Fermanoğlu, Ö. M. (2019). *Yeni Medya Siyasal İletişim ve Dijital Demokrasi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Freberg, Karen (2013). "Social Media". *Encyclopedia of Public Relations (*Ed: Robert L. Heath), California: Sage, 847-849.

Genel, M. G. (2012). Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri "twitter" Örneği). *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication,* 23-31.

Gere, C. (2019). Dijital Kültür (Çev: Aydoğdu Akın), İstanbul: Salon Yayınları.

Grunig, J. E. (2009). Paradigms of Global Public Relations in an Age of Digitalisation. PRism, 6 (2). http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html. Erişim Tarihi: 08/11/2019

Güngör, S. (2012). Bilgi Toplumu ve E-Dönüşüm Sürecinin Demokrasi Üzerine Dönüştürücü Etkisinin Analizi, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Ankara. https://www.btk.gov.tr/File/?path=ROOT%2f1%2fDocuments%2fTez%2fSuleyman_GUNGOR.PDF, 20/10/2019.

Güngör, S. (2017). Siyasetin @ Hali: Dijital Çağda Siyasal Katılım. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 22.

Güngör, N. (2018). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü: "Dijital Habitus". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (1), 82-103.

Güven, S. (2017). Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım ve İletişim Teknolojileri. *The Turkish Journal of Design, Art and Communication,* 7 (2), 175-191.

Headrick, D. (2017). *İletişim Tarihi.* (Eds: Crowley, D. And Heyer, P.), (Çev: Berkay Ersöz). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Herbert, G. E. (2005). Digital Public Relations: A New Strategy in Corporate Management. *Nsukka Journal of Humanities*, 15, 135-143.

Işıklar, G. (2017). Yeni Medya ve İnternet Dolayımlı Sosyal Yaşam, "Yeni Medya Analizleri", (Eds: Suat Gezgin ve Ali Efe İralı). Konya: Eğitim Yayınevi, 99-118.

İnce, M. ve Oktay, E. (2006). Bilginin Bir Stratejik Güç Olarak Önemi ve Örgütlerde Bilgi Yönetimi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 15-29.

Jowett, G. and O'Donnell, S. (2012). *Propaganda And Persuasion* (5 ed.). USA: SAGE Publications, Inc.

Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Karaçor, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 16 (2), 121-131.

Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1, 131-156.

Karasar, Ş. (2004). Eğitimde Yeni İletişim Teknolojileri-Internet ve Sanal Yüksek Eğitim. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 3 (4), 117-125.

Koçyiğit, M. (2017). *Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Lai, Lsl. and Turban, E. (2008). "Groups Formation And Operations" .Web 2.0 Environment And Social Networks. *Group Decision And Negotiation*, 17(5), 387-402.

Lees-Marshment, J. (2001). The Marriage of Politics and Marketing. *Political Studies*, 49 (4), 692-713.

Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal İletişim: Temel Kavramlar.* (Çev: Abdullah Altın vd.), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Maarek, P.J. (2011*). Campaign Communication and Political Marketing*. USA: John Wiley & Sons

McNair, B. (2003). *An Introductıon to Political Communication*. New York: Taylor&Francis Group.

Meriç, Ö. (2017). Çevrimiçi Siyasal İletişim Üzerine Bir Literatür Değerlendirmesi. *Selçuk İletişim*, 9 (4), 25-39.

Newman, B. I. (2002). The Role of Marketing in Politics. *Journal of Political Marketing*, 1 (1), 1-5.

Norris, P. (2011). Political Communications for Comparative Politics (Ed: Daniele Caramani). New York: Oxford University Press.

Okumuş, A. (2015). Pazarlama Anlayışında Siyasal Pazarlamanın Yeri ve Pazar Konumlarına Göre Siyasi Partilerin Stratejik Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 1-15.

Özçağlayan, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Pelenk Özel, A. ve Yılmaz Sert, N. (2015). *Dijital Halkla İlişkiler Kavram ve Araçları*. İstanbul: Derin Yayınları.

Polat, İ. H. (2016). "Dijital – Siber – Sosyal: Yeni Bir Medyadan Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşüm". Dijital Medya. *TRT Akademi*, 1 (2), 408-424.

Salim Khatib, F. (2012). Factors Affecting Success of Political Marketing: A Jordanian Electorate Point of View. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 28 (1), 4-27.

Savigny, H. (2011). *The Problem of Political Marketing*. USA: Bloomsbury Publishing.

Seyfi, M.(2017) Halkla İlişkiler Perspektifinde Dijital Etkinlik Yönetimi. İstanbul: Der Yayınları.

Shama, A. (1976). The Marketing Of Political Candidates. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 4 (4), 764-777.

Smith, C. (2014). Reinventing Social Media: Deep Learning, Predictive Marketing, And Image Recognition Will Change Everything. Business Insider, http://www.businessinsider.comlsocial-medias-big -data-future-20, Erişim Tarihi: 21/10/2019

Talpau, A. (2014). The Marketing Mix İn The Online Environment. *Economic Sciences*, 7 (56), 53-58.

TDK, (2019). https://sozluk.gov.tr/?kelime= Erişim tarihi: 06/11/2019

Tokgöz, O. (2014). *Siyasal İletişimi Anlamak.* Ankara: İmge Kitabevi.

Türk, G. D., (2013). Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri. *XVIII.* Türkiye'de İnternet Konferansı, İNETD, 9-11 Aralık 2013, İstanbul Üniversitesi.

Uçkan. Ö. (2012), " 'Dijital Aktivizm' mi, 'Aktivizm' mi?" https://yesilgazete.org/blog/2012/06/01/dijital-aktivizm-mi-aktivizm-mi-ozgur-uckan/ (30. 11. 2019).

Uslu Divanoğlu, S . (2008). Seçim Kampanyalarında Siyasal Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri ve Önemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 105-118.

Uyar, A. (2016). Political Marketing Power To Change The Choices Of The Electors: A Study On 1 November 2015 General Parliamentary Elections. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (2), 31-44.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T. ve Reber, Bryan H. (2015*). Public Relations Strategies and Tactics*. Harlow: Pearson Education.

Zerenler, M., Türker, N., & Şahin, E. (2007). Küresel Teknolojï, Araştırma-Geliştirme (Ar-ge) ve Yenilik İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (17), 653-667.

https://pbs.twimg.com/media/CRl27SEXIAApjbd.png Erişim Tarihi: 20/11/2019

SİYASAL İLETİŞİMDE MEDYANIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Öğr. Gör. Figen KAYIŞ

Giriş

Toplumsal değişim birbirini tetikleyen icatların sonrasında sanayi devrimiyle başlamıştır. Toplumsal değişimin günümüzde geldiği nokta internetin ortaya çıkışı ve bunun toplumları günlük yaşam, iletişim, alışveriş, iş yapma, eğlence şekilleri gibi pek çok alanda fazlasıyla etkilemesidir. İnternet farklı araçlarla iletişim biçimimizin de değişmesine neden olmuştur (Öztürk, 2014: 399).

Son yıllarda medyanın bir dönüşüm geçirdiğini söylemek mümkündür. Geçmişte yapılan araştırmalara bakıldığında bireylerin; bilgi edinmek, haberleşmek, eğlenmek, zaman geçirmek gibi birçok nedenden dolayı medya araçlarına başvurduğu görülmektedir. Günümüzde de medyanın aynı nedenlerle kullanıldığı söylenebilir.

Kitle iletişim araçlarının başka bir deyişle medyanın etkinliği giderek artmaktadır. Bu etkinliği sağlayan radyo, sinema, televizyon, gazete gibi geleneksel medya araçlarıdır. Bununla birlikte bilgisayar sistemleri ve buna bağlı olarak gelişen internet teknolojisiyle yeni medyanın içerisinde bulunan sosyal medya araçları da çok güçlü kitle iletişim araçlarıdır.

Teknolojinin her alanda olduğu gibi iletişim alanında da büyük gelişmeler gösterdiği söylenebilir. Yeni medya olarak ad-

Öz olarak söylersek, yeni medya kavramı dikkatli bir biçimde ele alınmalıdır. Sürekli devingen bir halde olan bu kavram iletişim alanında yeni gelişmelere atıf yapmakla birlikte geleneksel olanla bağını bir şekilde sürdürmektedir. Günümüzde her ne kadar geleneksel olanla yeni olan bir karşıtlık ortamında düşünülse de, iletişim ve medya bir bütündür. Yeni teknolojiler geçmişten günümüze iletişimi dönüştürücü bir biçimde işlemektedir. Ancak esas olan insan öznenin bu akışta iletişime olan bağlılığıdır. Avantajlar ve dezavantajlar ikileminde sosyal medyanın bireyin yararına olduğu aşikâr olmakla birlikte, erişim problemleri her zaman var olmuştur. Bu yüzden esas sorgulanması gereken iletişimin niteliği olmalıdır.

Kaynakça

Aichner, T. & Jacob, F. (2015). Measuring The Degree of Corporate Social Media Use, *International Journal Of Market Research*, 57 (2), 257-275.

Akar, E. (2010). Sosyal Medya Pazarlaması, Sosyal Web'de Pazarlama Stratejileri. Ankara: Efil Yayınevi.

Akyol, M. ve Arıca, F. A. (2016). Turizm Destinasyonlarında Sosyal Medya Kullanımı: #Turkey-Holiday Etiketi ile Kullanıcıların Oluşturduğu İçerik. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2 (2), 139-158.

Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi, *Kurgu, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 19, 223-238.

Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim.* Eskişehir: ETAM A.Ş.

Aziz, A. (1976). *Radyo ve Televizyona Giriş.* Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No:460.

Aziz, A. (1999). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığın 30 Yılı,* TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı, Ankara.

Aziz, A. (2006). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı. Ankara: Turhan Kitabevi.

Aziz, A. (2010). İletişime Giriş. İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Bal, E. (2013). *Teknoloji Çağında Cep Telefonu Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonlar: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.

Bostancı, M. (2015). Sosyal Medya ve Siyaset. Konya: Palet Yayınları.

Burton, G. (1995). *Medya Analizlerine Giriş, Görünenden Fazlası* (Çev: Nefi Dinç). İstanbul: Alan Yayıncılık.

Büyükbaykal, C. I. (2005). Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 71-75.

Devran, Y. (2004). Siyasal Kampanya Yönetimi. İstanbul: Odak İletişim.

Digitalage.Com.Tr, Youtube Kullanıcı Sayısı Verilerini Açıkladı, https://Digitalage.Com.Tr/Youtube-Kullanici-Sayisi-Verilerini-Acikladi/. Erişim Tarihi: 19/07/2019.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayınları.

Fralinger, B. and Owens, R. (2009). YouTube As A Learning Tool. *Journal of College Teaching and Learning*, 6 (8), 15-27.

Gerard, B. (1990). Sinema Tarihi, (Çev: Şirin Tekeli). İstanbul: İletişim Yayınları.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gezgin, S. (2003). Gazeteciliğin ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi (Bölüm 1). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 18, 11-22.

Gönenç, Ö. E. (2002). Türkiye'de Gazete Yayıncılığının Başlaması ve Gelişmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, 15, 165-176.

Gül, M. (2013). Sosyal Medya ve Dil Sorunu. *Yeni Türkiye Dergisi*, 55, Kasım-Aralık, 1343-1352.

Gülaslan, T. (2018). *Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı ve Yönetimi: Temel İlkeler Ve Öneriler*. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara.

Güngörmez, B. (2002). Kitle İletişim Araçları, Siyaset ve Propaganda. *Uludağ Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (3), 1-12.

Hürkan, S. ve Kayış, N. (2011). *Meraklısına Medya Dersleri (Basın, Radyo Ve Televizyon Tarihçesi)*. Ankara: Sinemis Yayınları.

Instagram, https://www.İnstagram.Com/?Hl=Tr Erişim Tarihi: 20.09.2019.

İçel, K. ve Ünver, Y. (2005). *Kitle Haberleşme Hukuku*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.

İlkkurşun, E. (2006). *Küresel ve Yerel Kültür Bağlamında Türk Özel Televizyon Yayıncılığı*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges Andopportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

Kaplan, N. (2004). *Aile Sineması Yılları 1960'lar*, İstanbul: Es Yayınları.

Karaduman, M. (2003). "İnternet ve Gazetecilik", *Yeni İletişim Teknolojisi ve Medya* (Der: Sevda Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Karagül S. ve Özkan, M.F. (2015). Bilgi Teknolojileri ve Uluslararası İlişkilerde Fırsat-Tehdit Paradoksu. *Bilgi Ekonomisi Ve Yönetimi Dergisi*, 10 (1), 115-127.

Keskin, Ö. ve Sönmez, A. (2009). Telgrafın Osmanlı İmparatorluğu'nda Yayılması: Çanakkale Telgraf Hattı Örneği, *OTAM: Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma Ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 25, 67-81.

Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. 7(2), Ocak, 58-81.

Mayfield, Antony, (2008), What İs Social Media?, http://www.repromax.com/docs/113/854427515.pdf Erişim Tarihi: 5/11/2019.

Mccune, Z. (2011), Consumer Production in Social Media Networks: A Case Study of the "Instagram" Iphone App, M.Phil in Modern Society & Global Transformation, First Dissertation Draf.

Mutlu, E. (2008). İletişim Sözlüğü. Ankara: Ayraç Kitabevi.

Nalçaoğlu, H. (2003). Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve, Medya Ve Toplum, (Ed: Sevda Alankuş). İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları.

Oskay, Ü. (1971). *Toplumsal Gelişmede Radyo ve Televizyon.* Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 316.

Öztürk, D. İ. (2014), Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: 2012 Amerikan Başkanlık Seçimlerinde Twitter Kullanımı Üzerine Bir Araştırma, Yeni Medya Araştırmaları (Ed: İdil Sayımer). Konya: Literatürk Yayınevi.

Sosyal Medyayı Geleneksel Medyadan Ayıran Özellikler, Http://Digitalpazarlama.Blogspot.Com.Tr/ Erişim Tarihi: 06/09/2019.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.

Törenli, N. (2005). *Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Tuncel, H. (2005). Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya; Yeni İletişim Teknolojileri Ve Medya (Ed: Sevda Alankuş). İstanbul: BİA IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Tuncer, S. (2013). "Sosyal Medyanın Gelişimi", Sosyal Medya (Ed: Zeynep Özata). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram, *ULAKBİLGE*, 2 (4), 87-100.

Türkoğlu, N. (2004). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*. İstanbul: Babil Yayınları.

Türkoğlu, N.(2010). Toplumsal İletişim. İstanbul: Urban Kitap.

Twitter About, https://About.Twitter.Com/Company?Lang=Tr Erişim Tarihi: 20.09.2019.

Uztuğ, F. (2004). Siyasal İletişim Yönetimi. İstanbul: Mediacat Kitapları.

We Are Social, 2019 Güncel Sosyal Medya ve İnternet İstatistikleri, https://wearesocial.com/global-digital-report-2019, Erişim Tarihi: 18.07.2019

SİYASAL İLETİŞİMDE TEKNOLOJİNİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Arş. Gör. Hasan RENÇBER

Giriş

Teknoloji, insanlık tarihinde gerek olumlu gerek de olumsuz etkiler bırakan birçok olayın başlıca sebeplerinden olmuştur. Dünyada yaşanan, siyasi, ekonomik, ekolojik ve insani değişimler de teknolojik gelişmelerden etkilenmiş, söz konusu gelişmeler kimi zaman atom bombası gibi zararlı, kimi zaman da ameliyat robotları gibi yararlı araçlar olarak yaşama etki etmişlerdir. Küresel bir köy olarak nitelenen günümüz modern dünyasında, teknolojinin getirdiklerinden kaçmak, gezegenimizin ücra köşelerinde yaşayan insan toplulukları haricindeki kimseler için başarması güç bir uğraş haline gelmiştir.

İnsan hayatında vazgeçilmez bir şekilde yer edinen teknoloji, beraberinde getirdiği tüm olumsuzluklara rağmen, insanoğluna her zaman takip edilen ve istenilen ürünler sunmuş, bireyler bu ürünlerden elde edebildikleri sürece istifade etmişlerdir. Tüm bireyler ve topluluklar gibi siyasetçiler ve siyasi oluşumlar da mesaj, ideoloji ve kampanyalarını kitlelerine ulaştırabilmek için, tarih boyunca dönemsel koşulların ve imkânlarının elverdiği nispette teknolojik gelişmelerden yararlanmış, çeşitli mecraları bu amaçlar doğrultusunda kullanmışlardır. Söz konusu siyasal iletişim amaçlı yararlanma biçimleri, zaman içerisinde teknolojideki gelişmeler nispetinde çeşitli değişim ve dönüşümler geçirmişlerdir.

Kaynakça

Aktan, E. (2018). Büyük veri: Uygulama Alanları, Analitiği ve Güvenlik Boyutu. *Bilgi Yönetimi Dergisi*, 1(1), 1-22.

Arklan, Ü. ve Kartal, N. Z. (2018). Y Kuşağının İçerik Tüketicisi Olarak Youtube Kullanımı: Kullanım Amaçları, Kullanım Düzeyleri ve Takip Edilen İçerikler Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (2), 929-965.

Atalay, M. ve Çelik E. (2017). Büyük Veri Analizinde Yapay Zekâ ve Makine Öğrenmesi Uygulamaları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (22), 155-172.

Avcı, K. (2015*). Siyasal Seçim Kampanyalarında Halkla İlişkiler*. Konya: Literatürk Academia.

Aydın, İ. H., ve Değirmenci C. H. (2018). *Yapay Zeka*, İstanbul: Girdap Kitap.

Aziz, A., (2011). *Siyasette Etkili İletişim Teknikleri*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.

Aziz, A. (2014). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Balcı, Ş. Tarhan, A. ve Bal, E. (2013). *Medya ve Siyasal Katılım*. Konya: Literatürk Academia.

Baran, Stanley J. (2014*). Introduction to Mass Communication*. New York: McGraw Hill.

Ceron, A., Curini, L., ve Iacus, S. M. (2017). *Politics And Big Data: Nowcasting And Forecasting Elections With Social Media*. London: Routledge.

Cerrah, L. (2016). Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (4), 1393-1414.

Chen, M., Mao, S., Zhang, Y. and Leung, V. C. (2014*). Big Data: Related Technologies, Challenges And Future Prospects*. Heidelberg: Springer

Coombs, W. Timothy and Holladay, Sherry J. (2014). *It's not Just PR Public Relations in Society*. Chichester: Blackwell Publishing Ltd.

Crowley, D. and Heyer, P. (2014). "Enformasyon Çağında Yeni ve Eski İletişim Araçları", *İletişim Tarihi* (Eds: David Crowley ve Paul Heyer), (çev: Berkay Ersöz), 437-441. Ankara: Siyasal Yayın Dağıtım.

Çankaya, E. (2015). *Siyasal İletişim: Dünyada ve Türkiye'de*. Ankara: İmge Kitabevi.

Çetinkaya, Ö. (2017). Marka Sadakati Oluşturma Aracı Olarak Transmedya Hikâye Anlatımının Yeri Ve Değeri. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (4), 559-576.

Dağ, H. ve Akman, E. (2019). "Sosyal Medya ve Kültür", Sosyal Medya Çalışmaları Kuram, Söylem Pratik (Ed: Tuba Livberber, Salih Tiryaki), 417-436, Konya: Literatürk Academia.

Dimitrova, D., V. (2008). "New Media Technologies", *Encyclopedia Of Political Communication* (Eds: Lynda Lee Kaid ve Christina Holtz-Bacha), Thousand Oaks: SAGE Publications.

Doğan, K., ve Arslantekin, S. (2016). Büyük Veri: Önemi, Yapısı ve Günümüzdeki Durum. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 56 (1), 15-36.

Dumbill, E. (2012). "Getting Up to Speed with Big Data", *Big Data Now: 2012 Edition*, Sebastopol: O'Reilly Media.

Erbaş, Ç. ve Demirer, V. (2014). Eğitimde Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları: Google Glass Örneği. *Journal Of Instructional Technologies & Teacher Education*, 3 (2), 8-16.

Erol, B., Lee, D.S. and Hull, J.J. (2003). *Multimodal Summarization of Meeting Recordings*. In: Proceedings Of International Conference On Multimedia And Expo, Icme '03, Vol. 3, (s. 25–28)

Foot. K. A. ve Schneider S. M. (2008). "Web Campaigning", Encyclopedia of Political Communication. (Eds: Lynda Lee Kaid ve Christina Holtz-Bacha). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Foster, S., (2010). *Political Communication*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Işık, M. (2000). *İletişimden Kitle İletişime.* Konya: Çizgi Yayınları.

Işık, M. (2017). *İletişim Bilimine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Işık, V. (2013). Holografik Sanat. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (47), 212-231.

Jo, T. (2018). *Text Mining: Concepts, Implementation, and Big Data Challenge*. Cham: Springer.

Kalender, A. (2014). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Tablet Kitabevi Yayınları.

Karcı, H. D. (2019). Transmedya Hikayeciliği Kapsamında Değişen Tüketici Davranışı. *Journal of International Social Research,* 12 (62), 1431-1440.

Kartal, N. Z. ve Arklan, Ü. (2018). "Halkla İlişkilerde Medya İlişkileri: Spacex Şirketi, Falcon Heavy Örneğinde Bir İnceleme", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları 2018* (Ed: Tahsin Tapur, Selahattin Avşaroğlu, Emel Arslan, Mustafa Kılınç), 248-257, Konya: Çizgi Kitabevi.

Kılıç, N. P. (2016) Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Halkla İlişkiler Açısından Olanak ve Sınırlılıkları, İletişim: Araştırmaları, 14 (2), 87-118.

Köse, U. ve Çal, Ö. (2012). "Web 2.0 Servislerinin Sosyolojik Değerlendirilmesi", XIV. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, ss. 1-8.

Lavrentyeva, A. V., Dzikia, A. A., Kalinina, A. E., Frolov, D. P., Akhverdiev, E. A., & Barakova, A. S. (2019). Artificial Intelligence and Digital Transformations in the Society. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 483 (1), 1-8, IOP Publishing.

McAdams, M., (2014). "Multimedia Journalism", *Ethics For Digital Journalists: Emerging Best Practices* (Eds: Zion, L., & Craig, D.). New York: Routledge

Oğuzlar, A. (2003). Veri ön işleme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (21), 67-76.

Peltekoğlu, F. B. (2018). *Halkla İlişkiler Nedir?* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Polat, C. (2015). *Siyasal Pazarlama ve İletişim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Raynor, W. (1999). *The International Dictionary of Artificial Intelligence. Broadway*, New York: American Management Association

Savaş, S., Topaloğlu, N., ve Yılmaz, M. (2012). Veri madenciliği ve Türkiye'deki uygulama örnekleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 11 (21), 1-23.

Schweitzer, E. J. (2008). "Digital Divide", Encyclopedia of Political Communication. (Eds: Lynda Lee Kaid ve Christina Holtz-Bacha). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Seyfi, M. (2016). *Sivil Toplum Kuruluşlarında Storytelling.* İstanbul: Pales Yayınları.

Seyfi, M. (2017). *Dijital Etkinlik Yönetimi*. İstanbul: Der Yayınları.

Tarhan, A. ve Fidan, Z. (2016). "Siyasal İletişimde Sosyal Medyanın Kullanımı: 7 Haziran- 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri Twitter Örneği", *7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları* (Ed: Ş. Balcı), 401-440. Konya: Literatürk Academia.

Şeker, S. E. (2015a). Sosyal Ağlarda Veri Madenciliği (Data Mining on Social Networks). *Ybs Ansiklopedi,* 2 (2), 30-39.

Şeker, S. E. (2015b). Metin Madenciliği (Text Mining). *YBS Ansiklopedi,* 2 (3), 30-32.

Şeker, S. E. ve Eryarsoy, E. (2015). Generating Digital Reputation Index: A Case Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences,* 195, 1074-1080.

Turner, J. (2018). *Robot Rules: Regulating Artificial Intelligence*. Springer.

Tokgöz, Oya (2014). *Siyasal İletişimi Anlamak* Ankara: İmge Kitabevi.

Ünüvar, N. (2013). *Dijital Siyaset.* İstanbul: Pozitif Yayınları.

Wassom, B. (2014). *Augmented reality law, privacy, and ethics: Law, society, and emerging* AR technologies. Syngress.

WEB1 Algoritma, tdk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 05.10.2019)

WEB2 The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday), http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html, (Erişim Tarihi: 25.10.2019)

WEB3 Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling, http://henryjenkins.org/blog/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html, (Erişim Tarihi: 25.10.2019)

Woolley, S. and Howard, P. N., (2016). Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents. *International Journal of Communication*, 10, 4882–4890.

Vorontsov, S. A., Mamychev, A. Y., Babenko, V. N., Rabets, A. P. and Naskhuliian, O. S. (2019). Artificial Intelligence in Modern Political and Legal Activities of the Society: Problems and Contradictions of Digital Transformation. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7 (1).

Yakut, N. (2014). "Online Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkilerde Yeni Yaklaşımlar* (Der: Hale Bozkurt). İstanbul: Paradigma Akademi Yayınları, 209-225.

Yaylagül, L. (2016). *Kitle İletişim Kuramları.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Yıldız, Y., Sarıtepe, Ö. K., ve Özkaynar, Ö. (2013). "Küresel Markalar Savaşında Sosyal Medya Cephesi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama", *18. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, ss. 14-25.

SİYASAL İLETİŞİMDE HALKLA İLİŞKİLERİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Dr. Öğr. Üyesi H. Nur GÖRKEMLİ

Giriş

Teknolojideki gelişmelerle birlikte pek çok alanda olduğu gibi iletişimde de çağ atlanmış, kurumlar ve kişiler arası ilişkiler yeni boyutlar kazanmıştır. Dijital teknolojiler ve sosyal medyanın gelişmesi, ilişkilerde fiziksel varlığı bir ön koşul olmaktan çıkarmış, iletişimi zamandan ve mekandan bağımsız olarak, çok daha ucuz, hızlı ve etkileşimli hale getirmiştir. Dijital teknolojilerin, insanların özgürce çevrimiçi ortamlara katılmasına ve birbirleriyle etkileşim sağlamasına olanak tanımasıyla sağladığı bu ortamların yepyeni sosyal ve kültürel dönüşümlere yol açtığı bilinmektedir. Günümüzde pek çok kamu hizmetleri dijital teknolojiler sayesinde çok daha geniş kitlelere düşük maliyetle ve zahmetsiz bir şekilde verilebilmekte, böylece büyük verim sağlanarak avantajlar elde edilmektedir. Diğer taraftan dijital teknolojiler sağladığı tüm bu avantajlara karşın geleneksel iletişimden kopuk, izole bir toplum yaratması, çevrimiçi birlikteliklerle bireylerin yaratıcılıklarını sömürmesi gerekçeleriyle eleştirilmektedir (Valentini, 2015:172). Turkle (2011:155) kamusal alanların sosyal etkileşim yerleri olarak artık işlevlerini yitirdiğini ve insanların artık yalnız kalarak sanal ortamlar aracılığı ile sosyalleşmeyi tercih ettiğini belirtmiştir. Yani günümüzde yalnızlık, sosyalleşme için bir ön koşul haline gelmeye başlamıştır.

Kaynakça

Aronson M, Spetner ;D, Ames C (2007). *The Public Relations Writers Handbook: The Digital Age*. Second Edition. San Francisco. Jossey-Bass: AWiley Imprint.

Berman, Ron and Katona Zsolt (2013). The Role of Search Engine Optimization in Search Marketing. *Marketing Science*, 32 (4), 644-651.

Hallahan Kirk, (2004). Protecting an organization's digital public relations assets. *Public Relations Review*, 30, 255–268.

Hermanns Heike (2017). The Digital Political Communication of South Korean Politicians. *JeDEM*, 9 (2): 1-23.

Hiebert Ray E. (2005). Commentary: new technologies, public relations, and democracy. *Public Relations Review*, 31 1-9.

https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/

Koc-Michalska, Karolina ve Lilleker, Darren (2017). Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation. *Political Communication*, 34(1), 1-5.

Koçyiğit, M. (2017). *Dijital Halkla İlişkiler ve Online Kurumsal İtibar Yönetimi*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Özel Aybike Pelenk ve Sert Nuray Yılmaz (2015). *Dijital Halkla İlişkiler Kavram ve Araçları*. İstanbul: Derin Yayınları.

Peltekoğlu Filiz Balta (2007). *Halkla İlişkiler Nedir?* (Genişletilmiş 5. Baskı), İstanbul: Beta Basım.

Robbins Stephanie S and Stylianou Antonis C (2001). Global corporate web sites: an empirical investigation of content and design. *Information & Management*, 40 (3), January 2003, 205-212.

Turkle, S. (2011). *Alone together. Why we expect more from technology and less from each other.* New York, NY: Basic Books.

Valentini Chiara (2015). "Is using social media "good" for the public relations profession? A critical reflection". *Public Relations Review*, 41, 170–177.

Verci Dejan, Verci Ana Tkalac ve Sriramesh Krishnamurthy, (2015). Looking for digital in public relations. *Public Relations Review*, 41, 142–152.

Whatmough (2013). Digital PR Report 2013, https://www.slideshare.net/Mattcartmell/ digital-pr-report-2013

SİYASAL İLETİŞİMDE REKLAMIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Doç. Dr. Hasret AKTAŞ

Giriş

İktidar mücadelesi canlılar tarihi kadar eskidir. Her canlı organizasyonu, kendi içinde yönetenler ve yönetilenler olarak konumlandırılabilecek bir ayrıma sahiptir. Bu canlı organizasyonunun önemli ve dominant faktörü olan insanlar için de durum diğer canlılardan farklı olmamıştır. Canlılarda olduğu gibi insanlık tarihinin her aşamasında iktidar mücadelesi örnekleri görülmekte, en küçüğünden en büyüğüne insan topluluklarında iktidar mücadelesi ve güç savaşlarına sıkça rastlanmaktadır. Geçmiş dönemlerde daha çok iktidar sahiplerinin rıza ve onay almaktan ziyade kendi meşruiyetleri ile ilgili iktidar olma çabaları ve iletişim faaliyetleri söz konusudur. Uzunca bir süre boyunca iktidar olanların meşruiyet kaynakları olarak, soy, kan, inanış vb. tüm kitle etkileme olguları kullanılmış; insanlık sürecindeki medeniyetleşme olguları ile birlikte yavaş yavaş meşruiyet süreci kendisini "önce onay" sürecine bırakmıştır. Özellikle siyasal halk hareketleri ve talepleri ile birlikte meşruiyet kavramı farklı bir duruma gelmiş, önce kamu nezdinde onay alınması ve sürekli bir meşruiyet sağlama gerçeği ortaya çıkmıştır. Artık iktidar olmak isteyen insanlar için meşruiyetin ve onayın kaynağı, tebaanın ya da geniş kalabalıkların gözünde onlarda olmayan özelliklere sahip olmak, asil ya da kutsal olmak değildir. Rızanın yerini ikna almıştır ve bu süreç iktidara gelme isteği ortaya çıktığı andan itibaren her noktada geçerli hale gelmiştir.

biridir. Bu açıdan Akşener'in bu konuda tıpkı Erdoğan ve Kılıçdaroğlu gibi profesyonel davrandığı söylenebilir.

Sonuç

Her dönemde siyasal iletişimciler seçmene ulaşmanın yollarını aramış, bunun için de her yeni iletişim aracını ve tekniğini kullanmışlardır. Bu yüzden aslında seçim kampanyaları tarihi, fark oluşturacak yeni iletişim araçlarını kullanma yarışı gibidir. Her yeni iletişim aracı hızla değerlendirilmiş, ivedilikle seçim kampanyalarına ve siyasal reklamlara uyarlanmıştır. Siyasetçinin ve siyasal iletişimcinin teknolojiyi, araçları, iletişim kanallarını dönüştüren, kullanan bu yaklaşımı kendi içinde dönüşmeyi de içermektedir. Bugün internet çağında yaşayan insanın dönüşen hayatı, 'araç mesajdır' olgusunun da ötesine geçerek iletişim teknolojisi ile bütünleşen bir tarafını ortaya koymaktadır. Ayrılmaz bir parçamız haline gelen yeni iletişim teknolojileri, bizi dönüştürdüğü gibi siyasal iletişimi ve siyasetçiyi de dönüştürmüştür. Siyaset artık ideolojilerden, düşüncelerden, program ve temalardan daha farklı bir yerde, birey lider ekseninde yer almaktadır.

İnsan teknolojiyi, teknoloji de insanı dönüştürmektedir. Bu siyasetçiler için de geçerlidir.

Kaynakça

Aktaş, H. (2004). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*. Konya: Tablet Kitabevi.

Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim.* Ankara: Nobel Yayınları.

Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim.* Ankara: Nobel Yayınları.

Balcı, Ş. ve Bekiroğlu, O. (2012). İçerikten Anlama Giden Bir Tünel Olarak İçerik Çözümlemesi: 2011 Genel Seçimlerinde AK Parti TV Reklamları Üzerine Bir Araştırma. Edt.: Güllüoğlu, Ö. *İletişim bilimlerinde araştırma yöntemleri (Görsel Metin Çözümleme).* Ankara: Ütopya Yayınevi. ss: 268-279.

Bongrand, M. (1992). *Politikada Pazarlama*. (Çev. Fatoş Ersoy). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bostancı, M. N. (1995). "Siyasal Kampanyalar ve Profesyoneller". *Toplum, Kültür ve Siyaset*. Ankara: Vadi Yayınları.

Dalkıran, N. (1995). *Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

İçel, K. (1998). *Kitle Haberleşme Hukuku*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Özkan, N. (2002). *Türkiye ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar*. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Radunski, P. (1980). *Wahlkaempfe, Moderne Wahlkampfführung als Politische Kommunikation*. München: Günter Olzog Verlag München-Wien.

Şimşek, N. M. (1996). Refah Partisi'nde Halkla İlişkiler ve Reklam. *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı*, 1 (11), ss.874-880.

Tokgöz, Oya. (1991). "Türkiye'de Siyasal Reklamcılık: Bir Örnek Olarak Anavatan Partisi Gazete Siyasal Reklamları", *Ankara Üniversitesi BYYO Yıllık*, 1989-1990, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, ss. 255–273.

Topuz, H. (1991). *Siyasal Reklamcılık, Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle*. İstanbul: Cem Yayınları.

Uztuğ, F. (1999). *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*. Ankara: Mediacat Yayınları.

SİYASAL KAMPANYALARIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Doktora Öğrencisi Mustafa ŞAHİN

Giriş

İnternet siyasal örgütlerin faaliyet gösterme biçimlerini ve siyasal liderlerin iletişim kurma yollarını kökten değiştirirken, insanların siyasal katılımını, oy verme davranışlarını ve politikaya nasıl baktığını da büyük ölçüde etkilemiştir. Yeni medya siyasal içeriğin üretimini, yayılmasını ve paylaşılmasını kolaylaştıran pek çok yeniliği iletişim sürecine dâhil etmiştir. Bu bağlamda siyasal partiler ve liderler artık potansiyel seçmenine çok daha kolay ulaşma imkânına sahip olmuşlardır. Seçmenler internet sayesinde bilgiye artık çok hızlı ulaşabiliyor. Dolayısıyla siyasal kampanyaların karşısında araştıran, sorgulayan eleştiren güçlü bir seçmen profili var. Bu doğrultuda çevrimiçi siyasal iletişim stratejileri yeni medya ile birlikte uzmanlık alanı gerektiren, profesyonel bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijital medya var olan iletişim araç ve yöntemlerini dönüştürürken, birçok yeni yöntemi de siyasal iletişim sürecine dâhil etmiştir. Siyasal partiler ve liderler yeni medyanın getirdiği yenilikleri kampanya stratejilerine dâhil etmeye başlamıştır. Günümüzde interneti kullanmayan ya da sosyal ağ profiline sahip olmayan politikacı neredeyse yok gibidir. Ancak internette ve sosyal medyada var olmak, çevrimiçi siyasal iletişim sürecinin etkili yönetildiği anlamına gelmemektedir. Kitabın bu bölümü çevrimiçi siyasal kampanya süreçlerini ele alırken, genel olarak inter-

sinde yoğun olarak kullanılacaktır. Dijital doğanlar olarak adlandırılan nesil, seçme ve seçilme yaşı geldiğinde siyasal parti ve liderlerden bugünkü seçmenlere göre daha farklı beklentiler içerisinde olacaktır. Örneğin, "Z" kuşağı olarak nitelendirilen kitlelerin kanaat önderleri internet fenomenleri olarak düşünülmektedir. Fenomenlerin ulaştığı genç kitlenin, niş grupların ve doğrudan reklam içeriği olarak algılanmayan yapıların gelecekte siyasal iletişim çalışmalarının merkezinde olacağı açıktır.

Her kampanya benzersizdir; her siyasal çabanın kendine özgü özellikleri vardır. Kullanılacak iletişim araçlarının kombinasyonu özel duruma ve ihtiyaçlara göre uyarlanmalıdır. Her ihtimalde, durumlar geliştikçe ve koşullar gerektirdikçe zaman içinde değişecektir. Liderler de bu gelişmeleri ve yenilikleri doğru okuyarak kendi niteliklerini ve pratiklerini reforme etmek, mesajlarını daha spesifik hale getirmek, teknoloji, bilişim ve yeni medya odaklı olmak durumundadır. Siyasal kampanyaların da başarısı da bu etkenlerle doğrudan ilişkilidir.

Kaynakça

Anderson, B. (2017). Tweeter-in-Chief: A Content Analysis of President Trump's Tweeting Habits. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8 (2), 36-47.

Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A., & Farsani, H. K. (2012). Evolution of the world wide web: From WEB 1.0 TO WEB 4.0. *International Journal of Web & Semantic Technology*, 3(1), 1-10.

Andrew R., (2016) How Email Marketing Has Transformed Political Campaigns http://www.econtentmag.com/Articles/Editorial/Industry-Insights/How-Email-Marketing-Has-Transformed-Political-Campaigns-112818.htm Tarihi: 02.10.2019 .

(AA) Anadolu Ajansı (2019). Twitter siyasi reklamları yasakladı, şimdi gözler Facebook'ta' https://www.aa.com.tr/tr/dunya/twitter-siyasi-reklamlari-yasakladi-simdi-gozler-facebookta/1632812 Erişim tarihi: 02.11.2019.

Breckett L. (2017). Trump digital director says Facebook helped win the White House https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/08/trump-

digital-director-brad-parscale-facebook-advertising Erişim Tarihi: 10.10.2019.

Bloomberg (2018). Facebook to Give Less Direct Support to Trump in 2020 Campaign https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-20/facebook-to-give-less-direct-support-to-trump-in-2020-campaign Erişim Tarihi: 02.10.2019.

Barnard, L., & Kreiss, D. (2013). A research agenda for online advertising: Surveying campaign practices, 2000-2012. *International Journal of Communication*, 7, 21.

Bimber, B., and R. Davis (2003). *Campaigning online: The Internet in U.S. elections*. New York: Oxford University Press.

Bundeskartellamt (2018). Online advertising series of papers on "Competition and Consumer Protection in the Digital Economy", February.

Bartlett, J., Smith, J., & Acton, R. (2018). *The future of political campaigning*. Demos.

Chaitanya K.N., (2018) 10 Things Consumer Brands can Learn from Electoral Campaigns https://www.mindtree.com/blog/10-things-consumer-brands-can-learn-electoral-campaigns Erişim Tarihi: 29.09.2019.

Chester, J., and Montgomery, K. C. (2017). The Role of Digital Marketing in Political Campaigns. *Internet Policy Review*, 6 (4).

Çakır, H. ve Tufan S. (2016). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya: Türkiye'de Siyasi Liderlerin Instagram Kullanım Pratikleri Üzerine Bir İnceleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2, 7-28.

Çabuk C. (2016). Instagram Siyasetçiler İçin Yeni Çağın Favorisi Olabilir Mi? https://pazarlamailetisimi.com/instagram-siyasetciler-icin-yeni-cagin-favorisi-olabilir-mi/ Erişim Tarihi: 10.09.2019.

Delany C.(2011). The Tool And Tactics Of Online Political Advocacy Online Politics 101, http://www.epolitics.com/download-online-politics-101/ erişim tarihi: 10.03.2019.

Diamond J.(2016). Russian hacking and the 2016 election: What you need to know https://edition.cnn.com/2016/12/12/politics/russian-hack-donald-trump-2016-election/index.html Erişim Tarihi: 10.10.2019.

Deshwal, P. (2016). Online advertising and its impact on consumer behavior. *International Journal of Applied Research*, 2 (2), 200-204

Denning S. (2018). How Agile Helped Elect Donald Trump?

https://www.forbes.com/sites/stevedenning/2018/07/22/how-agile-helped-elect-donald-trump/#4a473fda6316 Tarihi: 29.09.2019.

Deliverthewin (2016). Top Reasons Your Political Campaign Needs a Winning Omni-Channel Experience

https://www.deliverthewin.com/wp-content/uploads/2016/09/10411611_-Deliver_The_Win_Infographic_v4b_No_Contact_Section_pg.pdf Erişim Tarihi: 30.09.2019

E-Marketing (2017). Social Media Advertising https://www.redandyellow.co.za/content/uploads/2017/11/eMarketing-Chapter-13-Social-Advertising.pdf Erişim Tarihi: 02.11.2019

Eldin, A. K. (2016). Instagram Role In Influencing Youth Opinion In 2015 Election Campaign In Bahrain. *European Scientific Journal*, 12 (2), 245-257.

Effing, R., Van Hillegersberg, J., & Huibers, T. (2011). Social media and political participation: Are Facebook, Twitter and YouTube democratizing our political systems? (Eds: E. Tambouris, A. Macintosh, H. de Bruijn), *Lecture Notes in Computer Science*, 6847,25-35.

Epstein, R., & Robertson, R. E. (2015). The search engine manipulation effect (SEME) and its possible impact on the outcomes of elections. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *112* (33), E4512-E4521.

Følstad, A., Johannessen, M. R., & Lüders, M. (2014, September). The role of a political party website: Lessons learnt from the user perspective. In International Conference on Electronic Participation, 52-63, Springer, Berlin, Heidelberg.

Facebook (2019). Facebok Reklamları https://www.facebook.com/business/ads Erişim Tarihi: 01.10.2019.

Frenchman, E. (2008). Best Practices for Political Advertising Online https://www2.gwu.edu/~newsctr/politics/2008/Best_Practices.pdf Erişim Tarihi: 28.09.2019.

Filimonov, K.,, Russmann, U., and Svensson, J.,(2016). Picturing the Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections, *Social Media+Society*,1-11.

Gemius (2019), Yerel Seçim 2019: İnternet meydanında en büyük kalabalığı kim topladı? http://www.gemius.com.tr/966/yerel-secim-2019-nternet-meydaninda-en-buyuk-kalabalgi-kim-topladi.html Erişim Tarihi: 02.10.2019 .

Google (2019a). Görüntülü Reklam Ağı: Tanım https://support.google.com/google-ads/answer/2404190 Erişim Tarihi: 29.09.2019.

Google (2019b). Görüntülü Reklam Ağı kampanyanız için teklif seçme https://support.google.com/google-ads/answer/2454058 Erişim Tarihi: 29.09.2019.

Google (2019c). Youtube reklam biçimleri https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=tr Erişim Tarihi: 18.09.2018.

Gödek S. (2018). Display (Görüntülü) Reklam Nedir? Niye Önemlidir? https://www.brandingturkiye.com/display-goruntulu-reklam-nedir-niye-onemlidir/ Erişim Tarihi: 18.09.2018.

Gürbüz, S., ve Aydın, B. O. (2017). Siyasal kampanyalarda iletişim aracı olarak sosyal medya: 2017 anayasa değişikliği halkoylamasında siyasi liderlerin instagram kullanımları. II. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitabı, 533-547.

Grant, W.J., Moon, B. and Grant, J.B. (2010). Digital dialogue? Australian politicians' use of the social network tool Twitter." *Australian Journal of Political Science*, 45 (4), 579-604.

Green, J. and Issenberg, S. (2016) Inside the Trump bunker, with days to go. Bloomberg Businessweek October 27, https://www.bloomberg.com/news/articles/2016- 10-27/inside-the-trump-bunker-with-12-days-to-go Erişim Tarihi: 04.10.2019

Giansante, G. (2015). Online political communication: How to use the web to build consensus and boost participation. Springer.

Hartleb, F. (2013). Digital Campaigning And The Growing Anti-Elitism: The Pirates And Beppe Grillo. *European View*, 12: 135-142.

Hürriyet(2018) E-miting yapacak http://www.hurriyet.com.tr/gundem/e-miting-yapacak-40846416 Erişim Tarihi: 18.102019

Hitchen J., Hassan I., Fisher J., & Cheeseman N., (2019).WhatsApp played a big role in the Nigerian election. Not all of it was bad. https://theconversation.com/whatsapp-played-a-big-role-in-the-nigerian-election-not-all-of-it-was-bad-121064 Erişim Tarihi: 04.10.2019.

Jensk, S., M (2017), Consumer User Experience Survey Results https://choozle.com/digitaladvertising-impacting-user-experience-survey/ Erişim Tarihi: 10.10.2019.

Johnson, D. W. (2011). Campaigning in the twenty-first century. New York, NY: Routledge.

Joy, T.(2019) Tools for the modern Political Campaign, https://callhub.io/political-campaign-tools/ Erişim Tarihi: 18.10.2019.

Kaid, L. L., and Holtz-Bacha, C. (Eds.). (2007). Encyclopedia of political communication. SAGE publications.

Kalsnes, B. (2016). The social media paradox explained: comparing political parties' Facebook strategy versus practice. Social Media+ Society, 2 (2), 2056305116644616.

Karlsen, R. (2011). Velgernes valgkamp. (Ed: B. Aardal), Det politiske landskapet: En studie av stortingsvalget 2009 [The political landscape. A study of the national election 2009]

Karataş, E. (2019). SEO İstatistikleri https://www.seocu.org/seo-istatistikleri/ Erişim Tarihi: 24.10.2019

Kutlu A. (2018). The Internet And Polıtıcs: Transformatıon of Political Communication, International Conference On Research in Humanities And Social Sciences Serbia Belgrade, December 15-17.

Kruikemeier, S. (2014). How political candidates use Twitter and the impact on votes. *Computers in human behavior*, 34, 131-139.

Kırık, M.A. (2018). Sosyal medyanın seçimlerle imtihanı https://m.turkiyegazetesi.com.tr/yazarlar/genis-aci-fikir-ve-tartisma/605850.aspx Erişim Tarihi: 09.10.2019.

Liberini, F., Redoano, M., Russo, A., Cuevas, A., & Cuevas, R. (2018). Politics in the Facebook Era. Evidence from the 2016 US Presidential Elections. CAGE Online Working Paper Series, 389.

Lilleker, D. G., Tenscher, J., & Štětka, V. (2015). Towards hypermedia campaigning? Perceptions of new media's importance for campaigning by party strategists in comparative perspective. *Information, Communication and Society*, 18, 747–765.

Morkoç, K.D., & Erdönmez, C. (2015). Web 2.0 Uygulamalarının Eğitim Süreçlerine Etkisi: Çanakkale Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği. *Journal Of Higher Education & Science/Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi*, 5 (3).

Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. IT Professional Magazine, 9 (4), 34.

Monopolies Commission (2015). "Competition Policy: The Challenge of Digital Markets", *Special Report 68,* 44 (1), ARC.

McNair, B. (2012). *An introduction to political communication* (5th ed.). London, England: Routledge

Milovic, S. R (2019). Vote for Me: How North Carolina Politicians Use Facebook to Engage with Online Users During a Campaign, *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 10 (1).

Mainah, J.K.,(2018). Branding In Politıcal Campaigns In United States, Design Analysis.

Maarek, P. J. (2014). Politics 2.0: New forms of digital political marketing and political communication. *Trípodos*, 1(34), 13-22.

Murse T. (2019). How Social Media Has Changed Politics https://www.thoughtco.com/how-social-media-has-changed-politics-3367534 Erişim Tarihi: 02.09.2019.

Müyesseroğlu E. (2018). Siyasetçiler İçin İnternet Reklamları

https://ertugrulmuyesseroglu.com/siyasetciler-icin-internet-reklamlari/ Erişim Tarihi: 18.09.2018

Mediacat (2019) Twitter'dan Siyasi Reklamlara Yasak https://mediacat.com/twitterdan-siyasi-reklamlara-yasak/ Erişim tarihi: 02.11.2019.

Nickerson, D. W., & Rogers, T. (2014). Political Campaigns and Big Data. *Journal of Economic Perspectives*, 28(2), 51-74.

Norris, P. (2011) *Political Communications for Comparative Politics* (Ed: Daniele Caramani). New York: Oxford University Press.

OECD (2019). Onlıne Advertısıng: Trends, Benefıts And Rısks For Consumers, OECD Digital Economy Papers.

Owen, D. (2017). "New media and political campaigns", *The Oxford handbook of political communication* (Eds: Kenski, K., & Jamieson, K. H.). New York: Oxford University Press.

Özdoğan, N. (2017). Donald Trump'ın başkanlık zaferinde 'dijital' ekibin rolü https://webrazzi.com/2017/01/02/donald-trumpin-baskanlik-zaferinde-dijital-ekibin-rolu/ Erişim Tarihi: 26.09.2019.

Plotkowiak, T., Stanoevska-Slabeva, K. (2013). German politicians and their twitter networks in the bundestag election 2009. *First Monday*, 18. doi:10.5210/fm.v18i5.3816.

Payne M.,E., Peltier, J. W., & Barger, V. A. (2017). Omni-channel marketing, integrated marketing communications and consumer engagement: A research agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing,* 11 (2), 185-197.

Papathanassopoulos, S. And Negrine R., (2019). "Political Communication, Digital İnequality And Populism", *Digital Media İnequalities: Policies Against Divides, Distrust And Discrimination* (Ed: Josef Trappel), 79-94. Göteborg: Nordicom.

Rennó R. ve Lange C. (2019). WhatsApp: The Widespread Use of WhatsApp in Political Campaigning in the Global South https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/whatsapp Erişim Tarihi: 04.10.2019.

Rainie, L., Cornfield, M., & Horrigan, J. (2005). The Internet and campaign 2004. The Pew Research Center, https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2005/PIP_2004_Campaign.pdf.pdf Erişim Tarihi: 29.09.2019.

Statista (2019c). Worldwide net advertising revenues of YouTube from 2016 to 2020 (in billion U.S. dollars) https://www.statista.com/statistics/289658/youtube-global-net-advertising-revenues/ Erişim Tarihi: 02.10.2019 .

Shivalingaiah, D., & Naik, U. (2008). Comparative study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0. https://www.researchgate.net/publication/264845599_Comparative_Study_of_Web_10_Web_20_and_Web_30 Erişim Tarihi: 10.10.2019.

Statista (2019d) Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2019 (in millions) https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/ Erişim Tarihi: 01.10.2019.

Standford K. (2016). How Political Ads and Video Content Influence Voter Opinion? https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/content-marketing/political-ads-video-content-influence-voter-opinion/ Erişim Tarihi: 04.10.2019 .

Statista(2019a). Digital advertising spending worldwide from 2018 to 2023 (in billion U.S. dollars) https://www.statista.com/statistics/237974/online-advertising-spending-worldwide/ Erişim Tarihi: 08.10.2019

Statista(2019b). Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019 (in millions) https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/ Erişim Tarihi: 08.10.2019.

Smith, C. (2014, March 20). Reinventing Social Media: Deep Learning, Predictive Marketing, And İmage Recognition Will Change Everything. Business Insider.

Solon, O., And Siddiqui, S. (2017, September 3). Forget Wall Street—Silicon Valley İs The New Political Power İn Washington. The Guardian.

Sağlam, M. F (2018). İyi Parti Google'da Real Time Marketing Kampanyası Gerçekleştirdi https://www.brandingturkiye.com/iyi-parti-googleda-real-time-marketing-kampanyasi-gerceklestirdi/ Erişim Tarihi: 18.10.2019.

Stoddart, A. (2013). Politicians should use Twitter to engage more, and broadcast less.

Spotz, K. (2019). 5 Reasons Why Political SEO Matters to Campaign Marketing https://victoriousseo.com/blog/5-reasons-political-seo-matters-campaign-marketing/ Erişim Tarihi: 24.10.2019.

Şahin, B. (2019). YouTube kullanıcı sayısı verilerini açıkladı https://digitalage.com.tr/youtube-kullanici-sayisi-verilerini-acikladi/ Erişim Tarihi:29.09.2019.

Tobin B. and O'riordan C. (2018). Political Campaign Email Marketing https://www.ecanvasser.com/campaignblueprint/political-campaign-email-marketing-2018/ Erişim Tarihi: 02.10.2019.

Twitter (2019). Reklam hedefleme https://business.twitter.com/en/targeting.html Erişim Tarihi: 02.10.2019.

Thachuk, P. (2019). The Ultimate Guide to SEO Reputation Management https://victoriousseo.com/blog/seo-reputation-management/ Erişim Tarihi: 24.10.2019.

Utz, S. (2009). The (potential) benefits of campaigning via social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 14 (2), 221-243.

Vesnic-Alujevic, L., & Van Bauwel, S. (2014). YouTube: A political advertising tool? A case study of the use of YouTube in the campaign for the European Parliament elections. *Journal of Political Marketing*, 13 (3), 195-212.

Vergeer, M. (2013). Politics, elections and online campaigning: Past, present... and a peek into the future. *New Media & Society*, 15 (1), 9-17.

Tambini D.,(2017). Internet and electoral campaıgns. Study on the use of internet in electoral campaigns, Council of Europe study DG, https://rm.coe.int/use-of-internet-in-electoral-campaigns-/16807c0e24 Erişim Tarihi: 06.10.2019.

Wilbert M. (2016). Live Streaming Politics Is Changing Elections and Government https://www.dacast.com/blog/why-live-streaming-politics/ Erişim Tarihi: 18.10.2019.

https://nationbuilder.com Erişim Tarihi: 18.10.2019

https://hootsuite.com/ Erişim Tarihi: 18.10.2019

https://www.ecanvasser.com/ Erişim Tarihi: 18.10.2019

https://www.bluestate.co/case-studies/obama-for-america-2008/ Erişim Tarihi: 10.10.2019

https://transparencyreport.google.com Erişim Tarihi: 10.10.2019

https://www.adsmurai.com/en/articles/instagram-stories-in-politics

https://ads.twitter.com/transparency/i/political_advertisers Erişim Tarihi: 10.10.2019

https://www.facebook.com/ads/library/ Erişim Tarihi: 10.10.2019

https://www.flickr.com/photos/davidericksоn/3131657496/in/photostream/ Erişim Tarihi: 10.10.2019

https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=US&impression_search_field=has_impressions_lifetime&view_all_page_id=153080620724 Eişim Tarihi: 10.10.2019

SİYASAL İLETİŞİMDE İKNA VE PROPAGANDANIN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Arş. Gör. Dr. Havva Nur TARAKCI

Giriş

"Algıları şekillendirmek, bilişleri manipüle etmek ve propagandacıların arzuladıkları niyetlerini daha ileriye taşıyan bir tepkiyi elde etmek için bilinçli ve sistematik bir girişim" olarak tanımlanan propaganda, bu dijital ortamda gerçekleştiriliyorsa, dijital propaganda halini almaktadır. Dijital propagandada, insanların, internetin, bilgisayar ve mobil cihazların da kampanya sürecine dahil olması söz konusudur. Bu doğrultuda, propagandanın modern bir değişim süreci geçirdiği ve propaganda yöntemlerinde zenginleşme olduğu gözlemlenmektedir. Dijital propadanda da botlar, troller gibi yeni etki biçimlerinin varlığı söz konusudur.

Dijital propagandayla hedef kitleye yalnızca meydanlarda değil, internet erişiminin olduğu her yerde ve zamanda ulaşmak mümkün olmuştur. Ayrıca, iletişim teknolojilerinin getirdiği yenilikler sayesinde, dijital propagandada, hedef kitlenin sadece mesajlardan etkilenen nesne konumunda olmadığı aynı zamanda iletişimin öznesi konumunda bulunma fırsatı da yakaladığı görülmektedir.

1. Propaganda

Propagandanın literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazılarını şu şekilde ifade etmek mümkündür: Pro-

Kaynakça

Achkasova, Vera A., Zhuravleva, Nina N., Trefilova, Elena A. and Azarova, Liudmila V. (2019). *Propaganda Content in Digital Space: Identification Markers*. 2019 Communication Strategies in Digital Society Workshop (ComSDS), IEEE, Saint Petersburg, Russia, 10 April 2019, 88-92.

Aro, Jessika (2016). The cyberspace war: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. *European View*, 15, 121–132.

Barclay, Donald D. (2018). *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Lanham, USA: Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.

Bessi, Alessandro and Ferrara, Emilio. Social Bots Distort the 2016 US Predsidential Election Onlune Discussion, *First Mondey*, 21 (11).

Bjola, Corneliu (2017). Propaganda in the Digital Age. *Global Affairs*, 3 (3), 189-191.

Bjola, Corneliu (2018). The Ethics of Countering Digital Propaganda. *Ethics & International Affairs*, 32 (3), 305-315.

Farkas, Johan (2018). Disguised Propaganda on Social Media: Addressing Democratic Dangers and Solutions. *Brown Journal of World Affairs*, 25 (1), 1-16.

Farkas, Johan and Neumayer, Christina (2018). *Disguised Propaganda from Digital to Social Media. Second International Handbook of Internet Research* (Eds: J. Hunsinger). Springer Sciensce + Business Media B.V., part of Springer Nature 2018, 1-17.

Hills, Stefanie Anja (2018). *Persuasion in the Digital Age: A Theoretical Model of Persuasion in Terse Text*. A Doctoral Thesis. Loughborough University, UK.

Jowett, Garth S. and O'Donnell, Victoria (2015). *Propaganda & Persuasion* (Sixth Edition). USA: SAGE Publications, Inc.

Leiser, Mark (2016). AstroTurfing, 'CyberTurfing' and Other Online Persuasion Campaigns. *European Journal of Law and Technology*, 7 (1), 1-27.

Marlin, Randal (2013). *Propaganda and the Ethics of Persuasion* (Second Edition). Canada: Broadview Press

Miller, Clyde R. and Edwards, Violet (1936). The Intelligent Teacher's Guide Through Campaign Propaganda. *The Clearing House*, 11 (2), 69-77.

Neyazi, Taberez Ahmed (2019). Digital Propaganda, Political Bots and Polarized Politics in India. *Asian Journal of Communication*, 1-19.

O'Shaughnessy, Nicholas (2018). *Marketing the Third Reich – Persuasion, Packaging and Propaganda*. New York: Routledge Taylor&Francis Group.

Özdağ, Ümit (2018). *Algı Yönetimi: Propaganda, Psikolojik Savaş Örtülü Operasyon ve Enformasyon Savaşı* (8. Baskı). Ankara: Kripto Basım Yayım Dağıtım.

Polyakova, Alina and Boyer, Spencer P. (2018). The Future of Political Warfare: Russia, The West, and The Coming Age of Digital Competition. *Foreign Policy at Brookings – Robert Bosch Foundation Transatlantic Initiative*, Washington, D.C. : Brookings, 1-19.

Seitz, Jay A. (2018). Propaganda and War. *Open Access of Behavioural Science &Psychology*, 1 (2), 1-9.

Shao, C., Ciampaglia, G.L., Varol, O., Flammine, A. and Menczer, F. (2017). *The Spread of Fake News by Social Bots*. In: ArXiv. https://arxiv.org/abs/1707.07592v1.

Sparkes-Vian, Cassian (2014). *The Evolution of Propaganda. Investigating Online Electioneering in the UK General Election of 2010*. De Montfort University, PHD Thesis, September.

Surowiec, Pawel (2017). Post-truth soft power: Changing Facets of Propaganda, Kompromat, and Democracy. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18 (3), 21-27.

Vincent, Richard C. (2006). *Global Communication, and Propaganda*, Transnational Media and Global Communication (2. Edition), (Ed: Y. R. Kamalipour). USA: Wadsworth Publishing Co, 232-270.

Wanless, Alicia and Berk, Michael (2017). Participatory Propaganda: The Engagement of Audiences in the Spread of Persuasive Communications. *Social Media & Social Order, Culture Conflict 2.0*, 1 December 2017, Oslo.

Woolley, Samuel C. and Howard, Philip N. (2016). Political Communication, Computational Propaganda, and Autonomous Agents. *International Journal of Communication*, 10, 4882-4890.

Woolley, Samuel C. and Howard, Philip N. (2019). "Computational Propaganda Worldwide", in *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media* (Eds: Samuel C. Woolley and Philip N. Howard), USA: Oxford University Press.

CHIP Online Dergisi, https://www.chip.com.tr/haber/secimlerde-dijital-propaganda-donemi-basliyor_80516.html Erişim tarihi: 12/11/2019.

SİYASAL İLETİŞİMDE KATILIM VE DİJİTAL AKTİVİZM

Arş. Gör. Büşra KÜÇÜKCİVİL

Giriş

Tarihsel süreç içerisinde bireyler var olan siyasi yapıya çeşitli biçimlerde katılım göstererek dâhil olmuşlardır. Siyasal katılım hususu bireylerin katılım biçimlerinin yoğunluk seviyesine ilişkin pasiften aktife doğru farklılık göstermekle birlikte vatandaşların siyasete dair geliştirmiş oldukları tüm tutum ve davranışları barındırması bakımından oldukça geniş bir alanı kapsamaktadır. Aktivizm kavramı bu geniş alan içerisinde bireylerin çeşitli amaçlar ile gerçekleştirmiş oldukları faaliyetlerdir. Bireyler ve gruplar yaşamın herhangi bir alanında görmüş oldukları sorunları otoritelere gerçekleştirmiş oldukları çeşitli aktivist faaliyetler ile duyurmaya, böylelikle onlar üzerinde bir baskı oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu bakımdan aktivistler kamuoyunun dikkatini çekmek amacı ile gündemde kalma ve gündeme etki etme çabası vermektedirler.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler dijital bir dönüşüm yaratarak insan hayatının her alanına etki etmiştir. Böylelikle sosyal yapı içerisinde geleneksel işleyişte olan pek çok mekanizma dijital bir dönüşüme uğramıştır. Yaşanan bu büyük dijital dönüşüm ile birlikte siyasal katılımın niteliği başta teknoloji alt yapılı olmak üzere ekonomik, sosyal ve siyasi alt yapılarla bağlantılı olarak farklılaşmıştır.

mediği sürece dijital ortamda verilen tepki salt olarak bireylerin vicdanını rahatlatmaya yöneliktir ve tıklamacılıktan ya da halk ifadesi ile klavye kahramanlığından öteye giden bir tepki değildir. Siyasal hayatta yaşanan bu dönüşümün vatandaşları siyasi arenada daha aktif ya da daha pasif bir birey haline getirip getirmediği konusu ise tartışmalı bir durum olarak varlığını sürdürmektedir.

Kaynakça

Baykal, D. (1970). *Siyasal Katılma Bir Davranış İncelemesi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No: 302.

Bekiroğlu, O. Bal, E. (2014). *Siyasal Reklamcılık 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Araştırması*. Konya: Literatürk Academia

Bennett, W.L. (2003). Communicating Global Activism, Information, *Communication & Society*, 6 (2), 143-168.

Berger, S. (2005). "From Aldermaston Marcher to Internet Activist", *Global Activism Global Media* (Eds: Wilma de Jong, Martin Shaw, Neil Stammers),", London: Pluto Press, 84-91.

Birch, A. H. (2007*). The Concepts & Theories of Modern Democracy*. New York: Taylor&Francis e-Library.

Burrell, B. (2004). *Women and Political Participation*. California: ABC-CLIO, Inc.

Büyükuslu, A. R. (2018). *Dijital Dönüşüm*. İstanbul: Der Yayınları.

Chibita, M. B. (2016). "Digital Activism in Uganda", Digital Activism in The Social Media Era (Ed: Bruce Mutsvairo). Palgrave Macmillan, 69-93.

Çam, E. (2000*). Siyaset Bilimine Giriş*. İstanbul: Der Yayınevi.

Çukurçayır, M. A. (2002). *Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Dahl, R. A. (1963). *Modern Political Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Danziger, J.N. (2013). *Understanding the Political World a Comparative Introduction to Political Science*. Canada: Pearson Education, Inc.

Daver, B. (1993). *Siyaset Bilimine Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Deegan, D. (2001). *Managing Activism A Guide to Dealing with Activists and Pressure Groups*. London: Kogan Page.

Denning, D. E. (2001). *Activism, Hacktivism, and Cyberterrorism: The Internet as a Tool for Influencing Foreign Policy*. "Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime and Militancy, (Ed: John Arquilla, David Ronfeldt), Rand Corporation, 239-288.

Dursun. D. (2012*). Siyaset Bilimi.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Fermanoğlu, Ö. M. (2019). *Yeni Medya Siyasal İletişim ve Dijital Demokrasi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Freedman, A. L. (2002). *Political Participation and Ethnic Minorities*. New York: Taylor&Francis e-Library.

Griffin, C. (2005). "Challenging Assumptions about Youth Political Participation: Critical Insights from Great Britain", Revisiting Youth Political Participation, (Ed: Joerg Forbrig), Council of Europe Publishing, 145-154.

Grunig, L. A. (2005). Eylemcilik: Örgütlerin Etkinliğini Nasıl Sınırlıyor ve Mükemmel Halkla İlişkiler Departmanları Nasıl Karşılık Vermeli? (Ed: James E Grunig), (Çev: Elif Özsayar) "Halkla İlişkilerde ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik", İstanbul: Rota Yayınları, 527-556.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Arap_Bahar%C4%B1 Erişim Tarihi: 01.10.2019.

https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-49787239 Erişim Tarihi: 20.10.2019.

https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-44304326 Erişim Tarihi: 01.10.2019.

https://www.trthaber.com/haber/dunya/misirda-sisi-karsiti-gosteri-cagrisi-432205.html Erişim Tarihi: 20.10.2019.

Işık, G. (2013). Yeni Toplumsal Hareketler ve Sanal Gerçeklik Boyutunda Gezi Parkı Eylemleri. *Selçuk İletişim,* 8 (1), 19-33.

İşliyen, M. (2018). *Siyasal Katılım ve Sosyal Medya*. Konya: Literatürk Academia.

Joyce, M. (2010). Introduction: How to Think about Digital Activism, (Ed: Mary Joyce), "Digital Activism Decoded The New Mechanics of Change", New York: International Debate Education Association, pp: 1-14.

Kahraman, A. B. (2011). *Siyasal Katılımın Sosyolojik Analizi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Kalaycıoğlu, E. (1988). *Karşılaştırmalı Siyasal Katılma Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul: GÜR-AY Matbaası.

Kapani, M. (2016). *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: BB101 Yayınları.

Kavada, A. (2010). Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective, (Ed: Mary Joyce), "Digital Activism Decoded The New Mechanics of Change", New York: International Debate Education Association, 101-118.

Laer, J. V. Aelst, P. V. (2010). Cyber-Protest and Civil Society: The Internet and Action Repertoires in Social Movements, (Eds: Yvonne Jewkes and Majid Yar), "Handbook of Internet Crime", USA: Willan Publishing, 230-254.

Lilleker, D. G. (2013). *Siyasal İletişim: Temel Kavramlar* (Çev: Abdullah Altın vd.), İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Mabileau, A. Moyser, G. Parry, G. Quantin, P. (1989). *Local Politics and Participation in Britain and France*. New York: Cambridge University Press.

Meriç, Ö. (2012). Yeni Medya, Görsel Metinler ve Aktivizm, (Eds: Işıl Zeybek-Deniz Yengin) "Visualist/International Congress on Visual Culture: New Approaches in Communication, Art and Design 'Digitalization' Vol:1, 221-230.

Milbrath, L, W. (1965). Political Participation How and Why Do People Get Involved in Politics? USA: Rand McNally&Company.

Öz, E. (1992). *Tek Parti Yönetimi ve Siyasal Katılım*. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Öztekin, A. (2010). *Siyaset Bilimine Giriş*. Ankara: Siyasal Yayınevi.

Paksoy, A. F. Özçelik, A. O. (2017). Yeni Toplumsal Hareketler ve Medya, (Eds: Bilhan Kartal, Belkıs Kümbetoğlu) "Yeni Toplumsal Hareketler", Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3544, ss: 165-189.

Pechta, L. E. (2013). Citizen Journalism/Reporting, (Ed: Robert L Heath), "Encyclopedia Public Relations", USA: Sage Publications, Inc., 116-117.

Sæbø, Ø. Rose, J. Flak, L. S. (2008). The Shape of e-participation: Characterizing an Emerging Research Area, Government Information Quarterly, Vol: 25, No: 3, 400-428.

Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Shah, V. Sivitanides, M. Mehta, M. (2013). The Era of Digital Activism, *International Journal of Information Technology, Communications and Convergence*, 2 (4), 295- 307.

Siurala, L. (2000). *Changing Forms of Participation, Round Table New Forms of Youth Participation*. Biel, Switzerland.

Sivitanides, M. Shah, V. (2011). The Era of Digital Activism, Conference for Information Systems Applied Research 2011 CONISAR Proceedings, Wilmington North Carolina, USA, Vol: 4, No: 1842.

Smith, M. F. (2013). *Activism* (Ed: Robert L Heath), "Encyclopedia Public Relations", USA: Sage Publications, Inc. pp: 6-8.

Tindall, D. B. Groenewegen, T. (2014). *Activists and Activism, Digital* (Ed: Kerric Harvey), "Encyclopedia of Social Media and Politics", Los Angeles: Sage Publications, Inc., 2-11.

Turan, E. (2013). *Siyaset Bilimine Giriş*. Konya: Palet Yayınları.

Turhan, G. Okçu, M. (2018). *Siyasette Dijital Yerliler ve Göçmenler*. Ankara: Gece Kitaplığı.

Vegh, S. (2003). Classifying Forms of Online Activism The Case of Cyberprotests against the World Bank, (Eds: Martha McCaughey and Micheal D. Ayers), "Cyberactivism Online Activism in Theory and Practice", New York: Taylor & Francis Books, Inc., 71-95.

Verba, S. Nie, N. H. (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. USA: Harper&Row Publishers.

Yeğen, C. (2014). Bir Dijital Aktivizm Biçimi Olarak Slaktivizm: Change.Org Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 84-108.

Yılmaz, A. (2003). *Çağdaş Siyasal Akımlar Modern Demokraside Yeni Arayışlar*. Ankara: Vadi Yayınları.

Yılmaz, B. Dündar, G. Oskay, T. (2015). Dijital Ortamda Aktivizm: Online İmza Kampanyalarına Katılım Davranışlarının İncelenmesi, *E-Journal of Intermedia*, 2 (2), 481-504.

SİYASAL İLETİŞİMDE ALGI YÖNETİMİNİN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Doç. Dr. Murat KOÇYİĞİT

Etkili iletişim ve algı yönetimi modern siyasal iletişim kampanyasının kalbidir.

Judith S. Trent & Robert V. Friedenberg

Giriş

İnsan iletişimi uzun süredir siyasetin temel bir unsuru olmuştur. Yüzyıllar önce Aristoteles, siyaset ve iletişimin doğal etkileşimine değinmiştir. İletişim, neyin yararlı ve neyin zararlı olduğunu ve neyin haklı olduğunu ve neyin adaletsiz olduğunu göstermeye hizmet etmektedir. Kültürel ve siyasal bir etkileşim aracıdır iletişim. İletişim, politik düşünce, tartışma ve eylem için bir araçtır. Siyasal iletişiminde, sosyal konuşma, tartışma ve ikna etme olarak tanımlanan politik unsurlar önem arz etmektedir. İletişim, girdileri kanalize eder, çıktıları yapılandırır ve politik sistemden çevreye geri bildirim sağlar. İletişimle sağlanan etkileşim politik, ekonomik ve sosyal kurumların inşa edilmesine aracılık etmektedir. Siyaset kavramı, iletişimden ayrı düşünülemez. Bu doğrultuda politika, çeşitli şekillerde, iletişim yoluyla gerçekleşir. Siyasi mesajların türleri ve biçimleri neredeyse sınırsız olmasına rağmen, aralarında ortaklıklar bulunmaktadır. Dolayısıyla siyasal iletişimin en genel özellikleri (1) kısa vadeli bir oryantasyon, (2) özel hedeflere dayalı iletişim,

olmaları ve mesaj stratejilerini gerçekleştirmeleri önem düzeyi artan hususlar arasında yer almaktadır.

Dijital teknolojideki değişim ve dönüşümle birlikte mesaj stratejilerinin belirlenmesi ve çevrimiçi ekiple birlikte bu stratejilerin doğru bir şekilde uygulanması, bir adayın/siyasinin halk tarafından zeki, güçlü, kararlı, iyi bir lider, karizmatik ve empatik olarak algılanmasını sağlayabileceği gibi seçmenlerin duygularını da harekete geçirebileceğini bilmek gerekmektedir. İnsanları heyecanlandıran bir aday profili ile doğru sosyal medya stratejisi ve taktiği ile başarıya ulaşmak mümkün olabilmektedir. Elbette siyasal iletişimde tek başına teknoloji bir kampanya kazanamaz, ancak iyi adaylar ile birlikte yeni medya teknolojilerinin avantajları doğru kullanıldığında kampanya başarısının arttığı da bilinmektedir. İyi bir aday profili ortaya koymak ve sosyal medya iletişiminin etkin yönetimi bir araya geldiğinde, başarı şansı büyük ölçüde artacaktır. Siyasal kampanyaların yeni teknolojiye uyum sağlaması ve teknolojiyi kampanya için uygun hale getirmenin gerekli olduğu fark edilmektedir.

Yeni medya ile halkın ve seçmenlerin siyasilerle olan etkileşimi artmakta ve siyasal iletişim sürecine aktif katılım sağladıkları görülmektedir. Bu durum hem siyasi adaylar için hem de oy veren seçmenler için bir fayda sağlamakta ve etkileşim hızını artırmaktadır. Aynı zamanda daha geniş kapsamlı bir ağ sisteminin kurulmasına imkân vermekle birlikte duygu ve düşüncelerin paylaşımı da artmaktadır.

Kaynakça

Benthaus, J., Risius, M. & Beck, R. (2016). Social Media Management Strategies for Organizational Impression Management and Their Effect on Public Perception, *Journal of Strategic Information Systems*, 25, 127–139.

Bimber, B. (1998). The Internet and Political Transformation: Populism, Community and Accelerated Pluralism. *Polity*, 31, 133–160.

Callamari, P. & Reveron, D. (2003). China's Use of Perception Management. *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 16, 1-15.

Castells, M. (2009). *Information Power*. Oxford, England: Oxford University Press.

Coleman, S. (2007). Connecting Parliament to the Public via the Internet. *Information, Communication & Society*, 7 (1), 1–22.

Coleman, S., & Blumler, J. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. New York: Cambridge University Press.

Dahlberg, L. (2007). *Radical Democracy and the Internet*. Basingstoke, England: Palgrave.

Dearth, D. H. (2002). Shaping the Information Space. *Journal of Information Warfare*, 1(3), 1–15.

Deephouse, D. L. (2002). The Term Reputation Management: Users, Uses and the Trademark Tradeoff. *Corporate Reputation Review*, 5, 9-18.

Elsbach, Kimberly D. (2006). *Organizational Perception Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Ferber, P., Foltz, F., & Pugliese, R. (2007). Cyberdemocracy and Online Politics: A New Model of Interactivity. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 27 (5), 391-400.

Froehlich, R. & Rudiger, B. (2006). Framing Political Public Relations: Measuring Success of Political Communication Strategies in Germany. *Public Relations Review*, 32, 18–25.

Gil de Zuniga, H., Puig-i-Abril, E., & Rojas, H. (2009). Blogs, Traditional Sources Online and Political Participation: An Assessment of How the Internet is Changing the Political Environment. *New Media & Society*, 11 (4), 553–574.

Gil de Zuniga, H., Veenstra, A., Vraga, E., & Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology and Politics*, 7 (1), 36–51.

Harvis, M. & Watt, J. D. (2010). Organizational Perception Management: A Framework to Overcome Crisis Events. *Organizational Development Journal*, 28 (1), 73-87.

Hendricks, John A. & Denton, Robert E. (2010). Political Campaigns and Communicating with the Electorate in the Twenty-First Century, (Eds. Hendricks, John Allen & Denton, Robert E.) Communicator in Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win The White House, Toronto: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. pp. 1-18.

Saydam, A. (2005). *İletişimin Akıl ve Gönül Penceresi Algılama Yönetimi*. İstanbul: Rota Yayınları.

Smith, Melissa M. (2010). Political Campaigns in the Twenty-First Century: Implications of New Media Technology, (Eds. Hendricks, John Allen & Denton, Robert E.) Communicator in Chief: How Barack Obama Used

New Media Technology to Win The White House, Toronto: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. pp. 139-155.

Solmaz, B. (2008). "Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları", *Halkla İlişkiler* (Ed. Ahmet Kalender & Mehmet Fidan). Konya: Tablet Yayınevi.

Stupak, R. J. (2000). Perception Management: An Active Strategy for Marketing and Delivering Academic Excellence, Business Sophistication, and Communication Successes. *Public Administration & Management*, 5 (4), 250-260.

Lilleker, D., Koc-Michalska, K., Schweitzer, E. J., Jacunski, M., Jackson, N., & Vedel, T. (2011). Informing, Engaging, Mobilising or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning. *European Journal of Communication*, 26 (3), 195–213.

Lilleker, Darren G. & Koc-Michalska, K. (2013). Online Political Communication Strategies: MEPs, E-Representation, and Self-Representation. *Journal of Information Technology & Politics*, 10, 190–207.

Maarek, Philippe J. & Wolfsfeld, G. (2005). *Political Communication in A New Era: A Cross-national Perspective*. New York: Taylor and Francis.

Manheim, J. B. (2011). *Strategy in Information and Influence Campaigns*. New York: Routledge.

McLeod, J., Scheufele, D., & Moy, P. (1999). Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation. *Political Communication*, 16 (3), 315–336.

Mudhai, Okoth F., Tettey Wisdom J. & Banda, Fackson (2009). *African Media and the Digital Public Sphere.* New York, Palgrave Macmillan.

O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies*, (1), 17.

Panagopoulos, C. (2009). *Politicking Online*. London: Rutgers.

Rawnsley, Gary D. & Rawnsley, Ming-Yeh T. (2004). *Political Communications in Greater China: The Construction and Reflection of Identity*. New York: Taylor & Francis Group.

Rojas, H. (2008). Strategy versus Understanding: How Orientations toward Political Conversation Influence Political Engagement. *Communication Research*, 35(4), 452–480.

Seib, P. (2007). *New Media and the New Middle East*. New York: Palgrave Macmillan.

Shah, D., Cho, J., Eveland Jr., W. P., & Kwak, N. (2005). Information and Expression in a Digital Age. Modeling Internet Effects on Civic Participation. *Communication Research*, 32(5), 531–565.

Shah, D., Cho, J., Nah, S., Gotleib, M., Hwang, H., Lee, N., et al. (2007). Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model. *Journal of Communication*, 57, 676–703.

Siegel, Pascale C. (2005). Perception Management: IO's Stepchild? *Low Intensity Conflict & Law Enforcement*, 13 (2), 117–134.

Sotirovic, M., & McLeod, J. M. (2001). Values, Communication Behavior and Political Participation. *Political Communication*, 18(3), 273–300.

Stromer-Galley, J. (2000). Online Interaction and Why Candidates Avoid it. *Journal of Communication*, 50 (4), 111–132.

Swanson, David L. & Mancini, P. (1996). Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences, USA: Greenwood Publishing Group, Inc.

Tedesco, J. (2007). Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy. *American Behavioral Scientist*, 50 (9), 1183–1194.

Wankhade, L. & Dabade, B. (2010). *Quality Uncertainty and Perception Information Asymmetry and Management of Quality Uncertainty and Quality Perception*. New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Ward, S. (2007). "Parties and Election Campaigning Online: A new era?", Making a difference: The Internet and Election in Comparative Perspective (Eds. R. D. Davis, D. Owen, D. Tara, & S. J. Ward). Lanham, MD: Lexington Books. pp. 1–13.

SİYASAL İLETİŞİMDE DİJİTAL DİPLOMASİ

Dr. Öğr. Üyesi Emrah AYDEMİR

1. Dijital Diplomasinin Ardalanı

Hükümetler ve uluslararası kuruluşlar, sosyal medyanın uluslararası ilişkilerde potansiyel bir oyun değiştirici olduğunun farkına varmışlardır. Diplomatik amaçlar için sosyal medyanın kullanımı olarak tanımlanan dijital diplomasi diplomatların bilgi yönetimini, kamu diplomasisini, strateji planlamasını, uluslararası müzakereleri ve kriz yönetim uygulamalarını değiştirebilmektedir. Dijital diplomasinin uluslararası ilişkilerin yürütülmesinde sunduklarının yanında analitik bakış açısıyla nasıl çalıştığı, ne ölçüde başarı getirdiği ve sınırlarının tespiti çok az bilinmektedir (Bjola, 2015:4). Dijital diplomasi, kamu diplomasisi veya yumuşak güç gibi son diplomatik kavramsal ve ampirik gelişmeler üzerine inşa edilmiştir (Sotiriu, 2015:33). Ağ tabanlı kamu diplomasisinin temel fikri kamu diplomasisine katılanlar arasında ilişki inşa etme, yönetme ve geliştirmedir. Kamu diplomasisi organizasyonlarının ve diplomatların nasıl başarılı olacağı, bu araçların hangi şekilde kullanılacağına bağlıdır (Park ve Lim, 2014:81-84). Çünkü bağlantı ve karşılıklı etki yeni diplomatik etkileşimin temelidir. Artık diplomatlar için tek yönlü bilgi odaklı iletişimden iki yönlü deneyim paylaşımı ve ilişki kurmaya yönelim gerekmektedir (Zhong ve Lu, 2013:547). Dijital diplomasi uygun şekilde kullanıldığında sert veya yumuşak güçteki eksiklikleri giderebilecek farklı bir güç kaynağı

algılar olduğunda durum çok daha karmaşık bir hale gelmektedir. Bu durumda hedef kitlenin görüşlerini toplamak, bir anlatı dizisi tasarlamak, hedef kitlenin dijital profiline stratejileri uyarlamak için bir eylem planı geliştirilmelidir.

Kaynakça

Arsenault, Amelia (2009). *Public Diplomacy 2.0, Toward A New Public Diplomacy* **(**Ed: Philip Seib). New York: Palgrave Macmillan, 135-153.

Aydemir, Emrah (2016). *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

Bjola, Corneliu (2015). *Introduction: Making Sense of Digital Diplomacy, Digital Diplomacy: Theory and Practice* (Ed: Corneliu Bjola and Marcus Holmes). New York: Routledge, 1-9.

Bjola, Corneliu and Lu Jiang (2015). "Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, US and Japan in China", *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (Ed. Corneliu Bjola and Marcus Holmes). New York: Routledge, 71-88.

Comor, Edward and Hamilton Bean (2012). America's 'Engagement' Delusion: Critiquing a Public Diplomacy Consensus, *International Communication Gazette*, 74 (3), 204-211.

Frantz, Douglas (2014). "21st Century Book Burning", U.S. Department of State Official Blog, 21 March 2014, https://blogs.state.gov/stories/2014/03/21/21st-century-book-burning

Goff, Teddy. (2015). Let's Talk Strategy, Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy (Ed: Andreas Sandre). Maryland: Rowman & Littlefield, 57-68.

Heller, Ken S. and Liza M. Persson (2009). The Distinction Between Public Affairs and Public Diplomacy, Handbook of Public Diplomacy (Eds: Nancy Snow and Philip M. Taylor). New York: Routledge, 225-232.

Holmes, Marcus, (2015). "Digital Diplomacy and International Change Management", *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (Eds: Corneliu Bjola and Marcus Holmes). New York: Routledge, 13-31.

http://www.breitbart.com/Big-Government/2014/07/20/My-Bad-State-Sept-Official-Praises-Hamas-on-Twitter-Then-Retracts

Lüfkens, Matthias, (2015). *Diplomacy in I 40 Characters or Less, Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy* (Ed: Andreas Sandre). Maryland: Rowman & Littlefield, 77-83.

Manor, Ilan, (2019). *The Digitalitazation of Public Diplomacy*, Palgrave.

Manor, Ilan and Elad Segev (2015). "America's Selfie: How the US Portrays itself on its Social Media Accounts" , *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, (Eds: Corneliu Bjola and Marcus Holmes), New York: Routledge, 89-108.

Pamment, James ve Corneliu Bjola (2019). "Conclusion: Rethinking strategic Communication in the Digital Age", *Countering Online Propaganda and Extremism* (Eds: Corneliu Bjola and James Pamment). London and New York: Routledge, 172-179.

Park, Se Jung and Yoo Soo Lim (2014). Information Networks and Social Media Use in Public Diplomacy: a Comparative Analysis of South Korea and Japan, *Asian Journal of Communication*, 24 (1), 79-98.

Phillips, Macon, (2015). "The Pillars of Digital Diplomacy, Digital Diplomacy: Conversations on Innovation", *Foreign Policy* (Ed: Andreas Sandre). Maryland: Rowman & Littlefield, 47-55.

Rugh, William A. (2014). *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics.* New York: Palgrave Macmillan.

Sarukhan, Artura (2015). "Pioneering Twitter Diplomacy, Digital Diplomacy: Conversations on Innovation", *Foreign Policy* (Ed: Andreas Sandre). Maryland: Rowman & Littlefield, 69-76.

Sotiriu, Sabrina (2015). "Digital diplomacy: Between Promises and Reality", *Digital Diplomacy: Theory and Practice* (Ed: Corneliu Bjola and Marcus Holmes), New York: Routledge, 33-51.

Zhang, Juyan (2013). A Strategic Issue Management (SIM) Approach to Social Media Use in Public Diplomacy. *American Behavioral Scientist*, 57 (9), 1312-1313.

Zhong, Xin and Jiayi Lu (2013). Public Diplomacy Meets Social Media: A Study of the U.S. Embassy's Blogs and Micro-Blogs, *Public Relations Review*, 39 (5), 542-548.

SİYASAL İLETİŞİMDE KÜLTÜRÜN DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ

Prof. Dr. Erhan EROĞLU

1. Kültür Kavramı

Kültür kelimesinin kökeni, Latince "cultura" kelimesinden gelmektedir. Latince'de "colere" ekip biçmek; "cultura" ise ekin anlamında kullanılmaktaydı. Culture kelimesi 17. yüzyıla kadar Fransızca'da aynı anlamda kullanılmıştır. 1932 yılında ise culture, Fransızca'da uygarlık anlamında kullanılmaya başlanmıştır (Güvenç, 1996: 96). Ancak zaman içinde uygarlığın yapay olduğu, teknik ve yöntemi kapsadığı; kültürün ise insanın ruh ve duygu dünyasını kapsadığı ve dolayısıyla uygarlığı göre daha bireysel olduğu görüşleri ön plana çıkmaya başlayınca, kültür ve uygarlık kavramlarının eş anlamlı olarak kullanılması terk edilmiştir (Güngör, 2013: 280).

Günümüzde kültür, çok farklı disiplinlerce çok fazla anlamda kullanılmaktadır. Bilimsel alanda kültür; uygarlıktır. Beşeri alanda kültür; eğitim sürecinin ürünüdür. Estetik alanda kültür; güzel sanatlardır. Teknolojik ve bilimsel alanda kültür ise üretme, tarım, ekim, yetiştirme ve çoğaltmadır (Güvenç, 1996: 97). Sosyoloji, psikoloji, antropoloji, felsefe, siyaset bilimi, iletişim, turizm gibi farklı disiplinlerce ele alınan soyut bir kavram olması nedeniyle kültürü tanımlamak oldukça zordur. Türk Dil Kurumu kültürü "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplum-

Kaynakça

Aziz, A. (2003). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.

Baran, M. (2014). *Siyasal İletişim Çalışmalarında Yeni Medya Teknolojilerinin Kullanımı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi. İstanbul.

Baudrillard, J. (2014). *Simulakrlar ve Simülasyon*. (Çev. Oğuz Adanır) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bostancı, M. (2014). Siyasal iletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi Akademia*, 3 (3), 84-96.

Çalışır, G. (2014). "Siyaset ve İletişim Bağlamında Kitle İletişim Araçları Üzerine Bir Değerlendirme", *Siyaset Bilimi Ve Disiplinlerarası İlişki* (Ed: Tosun M. ve Yılmaz, N.), 221-257, Sakarya: Değişim Yayınları.

Demir, İ. M. (2018). Siyasal İletişim: Kavramsal Bir Derleme. *International Journal of Art, Culture & Communication*, 1 (1), 79-104.

Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. (Çev. D. Saraçoğlu ve İ. Kalaycı). Ankara: NotaBene Yayınları.

Gökçe, O. (2002). *İletişim Bilimine Giriş: İnsanlar Arası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi*. (4. Basım.) Ankara: Turhan Yayınevi.

Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar Ve Yaklaşımlar*. (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güvenç, B. (1996). *İnsan ve Kültür*. (7. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Karaçor, S. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. Yönetim ve Ekonomi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 121-131.

Karakas, F. (2009). Welcome to World 2.0: The New Digital Ecosystem. *Journal of Business Strategy*, 30 (4), 23-30.

Kejanlıoğlu, D. B. (2004). *Türkiye'de Medyanın Dönüşümü*. Ankara: İmge Yayınevi.

Lilleker, D. G. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. Sage.

Manovic, L. (2001). *The Language of New Media*. Massachusetts: MIT Press.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü). Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5. Edition) Abington: Routledge.

Mengü, S. (2017). "Siyasal İletişimin Tanımı, Genel Kavramlar ve Araştırma Yöntemleri", *Siyasal İletişim* (Ed: Ertekin, B. A.), 3-19, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Murugesan, S. (2007). Understanding web 2.0. *It Professional*, 9 (4), 34-41.

Özaslan, Y. ve Uygur, S. M. (2014). Negatif Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (E-Wom): Yiyecek-İçecek İşletmelerine

Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 28(3), 69-88.

Özkan, A. (2015). "Siyasal İletişim Yönetimi: Seçim Kampanyası, Siyasal Reklam ve İletişim Stratejileri". *Siyasetin iletişim odağı seçim kampanyaları* (Ed: Özkan, A.), 7-28.

Prensky, M. (2001). Digital natives, Digital Immigrants Part 1. *On the horizon*, 9 (5), 1-6.

Rosen, J. (2012). "The People Formally Known as Audience", *The Social Media Reader* (Ed: Michael, M.) 13-16. Newyork: NYU Press.

Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. İstanbul: Babil Yayınları.

Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital: How the Net Generation İs Changing Your World. NewYork: McGraw-Hill.

Temel, F. (2013). Siyasal Tercihlerin Oluşum Sürecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 239-250.

Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi.

Uztuğ, F. (2004). *Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak*. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (3. Baskı). (Çev:Ö. Sakin). İstanbul: Kafka.

Williams, P., Rowlands, I. (2007). Information behaviour of the researcher of the future: The literature on young people and their information behaviour. Work package 2. A Brisitsh Library/JSIC Study.

Yücel, R. (2017). *Yazılı Kültür-Dijital Kültür Bağlamında Mesajın Değişen Yapısı.* Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.

http-1: https://sites.google.com/site/inhainternetlanguage/random/what-is-cyberculture

https://teyit.org/yilin-kelimesi-post-truth-nedir/

https://sozluk.gov.tr/?kelime=K%C3%9CLT%C3%9CR

EMOJİ

Küresel İletişim Dili

Editörler:
Dr. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN
Dr. Mustafa İŞLİYEN

LİTERATÜRK
academia

Dil ve İletişim Çerçevesinde Emoji

Veysel ÇAKMAK[*]
Ahmet ÇEKİÇ[**]

Giriş

Dil, insan doğasında var olan en önemli olgulardan biridir. İnsanların birbirlerini anlama, motive etme ve geçmişe miras bırakma aracıdır. Toplumun yaşantısına göre şekillenen sistemli bir bütündür. İnsanoğlu tabiatta gördüğü her şeyi anlamlandırmaya çalışmakta ve onu dil aracılığıyla adlandırarak yaşantısıyla bütünleştirmektedir. Dil; canlıdır, üretkendir, değişkendir. Değişim toplumun kültürüne, yaşantısına bağlı olduğu gibi teknolojisine de bağlıdır. İnsanoğlunun keşfettiği iletişim teknolojileri dilin önemini ve etkisini ortaya koymaktadır.

Son yüz yıl içerisinde telefon, televizyon derken, internetin ortaya çıkması ve buna bağlı olarak iletişimin dijitalleşmesi toplumsal değişim ve dönüşümü tamamen farklılaştırmıştır. İnternet kullanıcıları dili dijital ortamda etkin bir şekilde kullanarak diğer insanlarla iletişimini gerçekleştirme sürecine girmiştir.

[*] Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, e-posta: veyselcakmak@aksaray.edu.tr
[**] Dr. Öğr. Üyesi, Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, e-posta: acekic@cumhuriyet.edu.tr

tereceğini düşünmekteyiz. Bu tartışma bir yana, çoğunlukla sosyal medyada ve dijital iletişim ortamlarında iletişim kuran günümüz bireylerinin en azından yazıya eklenen emojileri anlayacak kadar bir emoji yeterliliğine sahip olması kaçınılmaz gibi görünmektedir.

Kaynakça

Akıncı Vural, Z. B. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yaşar University, 5, 3348-3382.

Aksu, K. (2014) Çoklu Ortam Tasarımı ve Üretimi. Erişim adresi: https://kkadriyeaksu.wordpress.com/2014/03/16/coklu-ortam-tasarimi-ve-uretimi/

Anık, C., Kırık, A. M. ve Soncu, A. G. (2017). Sosyal Medyanın Göstergebilimsel Dili: Emojiler, AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 41-54.

Aral, E. (2018). Ortak Dil Olarak Tinlemler (Emojiler). Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi (Türklad), 2(1), 434-451.

Aslan, M. M. (2019). Bir İletişim Sorunu Olarak Aile İçi Şiddet. Konya: Çizgi Kitabevi.

Barbieri, F., Ballesteros, M. ve Saggion, H. (2017). Are Emojis Predictable? Proceedings of the 15th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics: Volume 2, Short Papers. doi:10.18653/v1/e17-2017

Bülbül Oğuz, B. (2012). Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu. Turkish Studies- International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 7(4), 1157-1166.

Castells, M. (2016). İletişimin Gücü. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Robinson, A. (2017) Yazının Kökenleri, Ed: Davit Crowley & Paul Heyer, İletişim Tarihi (4 b.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Danesi, M. (2016). The Semiotics of Emoji The Rise of Visual Language in The Age of the Internet. Chennai, India: Bloomsbury Academic.

Gedikçi Egünler, T. ve Gedikçi Fener, T. (2011). İletişimin Kalitesini Etkileyen Engeller ve Bu Engellerin Giderilmesi. The Turkish Online Journal of Design,, 35-39.

Güngör, N. (2016). İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güngör, Nazife (2017). İletişime Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Highfield, T. & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and Digital Methods: Studying Visual Social Media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji.

Communication Research and Practice, 2(1), 47–62. doi:10.1080/22041451.2016.1155332

Kaya İlhan, Ç. ve Bozkurt, G. (2018). Yeni Medyanın Yeni Dili: Emojiler. In S. Gezgin, Dijital Çağda İletişim (pp. 157-168). Konya: Eğitim Yayınevi.

Kırık, A. M. (2012). Sosyal Medyada Gençlerin Dili Kullanımı ve Yozlaşma Problemi. International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges (s. 1017-1030). İzmir: İzmir Üniversitesi.

Koçyiğit, M. (2016). Etkili İletişim ve Duygusal Zeka. Konya: Eğitim Kitabevi.

Mayer, R. E. (2009). Multimedia Learning (2nd ed.) Cambridge: C.U.P.

Mayer, R. E. (2014). Cognitive Theory of Multimedia Learning. In R.E. Mayer (Ed.), The Cambridge Handbook of Multimedia Learning (2nd ed., pp. 43–71).

McCulloch, G. & Gawne, L. (2018). Emoji Grammar as Beat Gestures. Proceedings of the !st International Workshop on Emoji Understanding and Applications in Social Media (Emoji 2018) (s. 1-5). Stanford: ICWSM.

Melville, H. (2010). Emoji Dick; Or The Whale. Translated by F. Benenson, London: Bentley.

Mutlu, E. (2012). İletişim Sözlüğü. 119-121. Sofos.

Özant, N. ve Kelleci, M. (2017). Dijital İletişimde Sözel Olmayan İpuçları: Emojilerle Etkileşim ve Duygulanım. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi, 396-417.

Paivio, A. (1986). Psychological Processes in the Comprehension of Metaphor. Metophor and Thought, 163. Erişim adresi: https://ci.nii.ac.jp/naid/10029347183/

Parsa, A., Kuruoğlu, H. ve Aytaş, S. (2016). Yeni Medyada Dijital Göstergeler Evrenine Bakış. I. Uluslararası Görsel Sanatlar ve Estetik Sempozyumu, (s. 241-266). Chios, Greece.

Pavalanathan, U. & Eisenstein, J. (2015). Emoticons vs. Emojis on Twitter: A Causal Inference Approach. ArXiv, abs/1510.08480.

Pinar, Y. ve Pinar, N. K. (2019). Duyguların İfade Aracı Olarak WhatsApp İletişiminde Emoji Kullanımı: Türk Üniversite Öğrencileri ile Yarı Deneysel Bir Çalışma. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 48, 511-528.

Rifat, M. (2009). Göstergebilimin ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.

Sayar, T. E. (2018). Dijitalleşen Dil: Emoji ve Kısaltmalar Dilimizi Değiş (Geliş) Tirecek mi? M. Genel içinde, İletişim Çağında Dijital Kültür (s. 37-57). Konya: Eğitim.

Sev, İ. G. (2018). Sözlükçülük'te Emojilerden Yararlanma Mümkün Müdür? Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 7(2), 734-748.

Şener, G. ve Atar, G. M. (2017). Türkiye'ye Özgü Kültürel Sembollerin Emojilere Dönüşümü: Dijital İletişimde Kültürel Sembollere Yönelik Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 189-209.

Türk, G. D. ve Demirci, E. (2016). Sanal Cemaatlerde Emoji Kullanımı. 1st International Scientific Researches Congress Humanity and Social Sciences (s. 1-14). Madrid: IBAD-2016.

Türkkan, R. O. (2004). İkna ve Uzlaşma Sanatı. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Weissman, B. "Emojis in Sentence Processing: An Electrophysiological Approach." Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference. ACM, 2019.

Wiseman, S. & Gould, S. J. (2018). Repursoding Emoji for Personalized Communication: Whay means Why 📡 means "I love you". 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing System (s. 1-10). Montreal OC: ACM.

Yalçın, S. K. ve Şengül, M. (2007). Dilin İletişim Süreci İçerisindeki Rolü ve İşlevleri. Turkish Studies / Türkoloji Araştırmaları, 2, 749-769.

Zeybek, I. (2002). Yeni Bir İletişim Dizgesi: "Chat Dili". İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 417-434.

Kuşaklararası Farklılığı Emojiler Üzerinden Okumak

Mustafa İŞLİYEN[*]

İnsan zamanın farkındadır ancak hızlı ya da yavaş geçtiğini içinde yaşadığı koşullara bağlı olarak algılamaktadır. Güneşin doğuşu ve batışı, bir yerden bir yere gidiş süresi ya da ders zilinin çalması belli bir zamanla sınırlıdır. Dünya, döngüsünü 24 saatte tamamlamaktadır. Ancak insan kimi zaman 24 saati 1 saat gibi yaşamakta kimi zaman 1 dakikayı bir saat gibi algılamaktadır. Psikolojik olarak gelişen bu zaman algısı kişisel bir niteliktedir. Oysa zaman, algının çok ötesinde tanımlanması zor bir kavramdır.

Zamanın fiziksel ve algısal yönünün dışında bir de "zamanın ruhu" nitelemesinden bahsedilmektedir. Zamanın ruhu, içinde bulunulan dönemin koşullarına bağlı olarak mensuplarının düşünüş, yaşayış ve algılayış biçimi şeklinde tanımlanabilir. Zamanın ruhu son yıllarda popüler bir kavram olarak daha çok sosyal siyasette kullanılmaktadır (Subaşı, 2013). Ancak zamanın ruhu sadece siyasal alanda değil aynı zamanda sosyolojik, psikolojik ve felsefi alanda da yer almaktadır. Özellikle gelişen teknolojinin sosyolojiyi dönüştürme potansiyeli, her döneme farklı bir bakış, duyuş ve düşünüş kazandırmaktadır. Bundan 500 yıl

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: mustafaisliyen@aksaray.edu.tr

Çalışmadan elde edilen bulgular ortaya koymaktadır ki farklı kuşakları temsil eden her iki reklam filminde de kuşak karakteristiklerine rastlamak mümkündür. İlk reklam filminde başrol oyuncusu tanımlanırken "okul birinciliği" ön plana çıkmaktadır. Bu da öğrenciler açısından önemli bir özellik olarak görülmektedir. 2019'da çekilen reklam filminde ise yeni iletişim teknolojilerinin hayatın merkezinde yer aldığına tanıklık etmekteyiz. Öğrenciler açısından popülerlik kaynağı olarak görülen "Instagram fenomenliği", oldukça önem atfedilen bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Üstelik günümüzde Instagram fenomenliği çoğu insan için erişilmek istenilen bir hedef olarak görülmektedir (yenisafak.com).

Reklam içerisinde emojilerin yoğun bir şekilde kullanımı, hem anlatıyı güçlendirmiş hem de reklama eğlenceli bir özellik kazandırmıştır. Bu itibarla dünya çapında yaygın bir şekilde kullanılan emojiler, "duygulara tercüman" olmuştur denilebilir. Reklamın eski versiyonunda Gürbüz, Nazlı ve diğer öğrencilerin Kekstra mücadelesinde jest ve mimiklere odaklanma durumu söz konusuyken yeni versiyonunda ise duygu durumlarını kişilerin jest ve mimiklerinin yanında emojilerden de okuyabilmekteyiz. Bu da yeni çağın iletişim biçimlerinde yaşanan farklılaşmayı reklam perspektifinde açık şekilde ortaya koymaktadır. İlerleyen süreçte bu konu bağlamında farklı çalışmaların yapılması iletişim biçimlerinde yaşanan farklılığın haritasını çıkarmak adına önem arz etmektedir.

Kaynakça

Ağlargöz, F. (2017). Kuşaklararası Sosyal Medya, Ed. Hatice Hicret Özkoç ve Funda Bayrakdaroğlu, Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış, Ankara: Nobel Yayın, s. 173-202.

Akçakaya, N. (2019). Kuşaklarla Beraber Ölen eşyalar ve Titreyen Kelimeler Üzerine, Sosyoloji Divanı (Dosya: Kuşaklar Sosyolojisi), Yıl 7, S. 13, s. 235-248.

Aktan, E. (2018). Sanal Toplulukların Gerçek İletişimleri: Netnografik Bir İnceleme, Ed. Veysel Çakmak ve Selahattin Çavuş, Dijital Kültür ve İletişim, LiteraTürk Yayınevi: Konya, s. 149-174.

Aslan, A. ve Ünlü, D. (2016). "Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme", Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3(2),41-65. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/29371/314265

Barbarosoğlu F. (2017). Mutluluk Onay Belgesi, İstanbul: Profil Kitap.

Barthes, R. (2009). Göstergebilimsel Serüven, Çev: Mehmet Rifat ve Sema Rifat, 5. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bayhan, V. (2014). "Milenyum veya (Y) Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı", Gençlik Araştırmaları Dergisi, Yıl 2, Cilt 2, Sayı 3, s. 8-25.

Bayhan, V. (2019). "Kuşaklar Sosyolojisi ve Türkiye İçin Yeni Bir Kuşak Analizi", Sosyoloji Divanı (Dosya: Kuşaklar Sosyolojisi), Yıl 7, S. 13, s. 29-46.

Bejtkovský, J. (2016). "The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic", Littera Scripta, Vol. 9, Issue 2, 25-45.

Birekul, M. (2019). Pazar Çantasından Naylon Poşete: Metaforik Bir Kuşak Tartışması, Sosyoloji Divanı (Dosya: Kuşaklar Sosyolojisi), Yıl 7, S. 13, s. 231-234.

Bui, Q. and Miller, C. C. (2018). The Age That Women Have Babies: How a Gap Divides America https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/04/upshot/up-birth-age-gap.html

Bulut, F . (2011). 68 Kuşağı Gençlik Olaylarının Uluslararası Boyutu ve Türkiye'de 68 Kuşağına Göre Atatürk ve Atatürkçülük Anlayışı. Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, 11(23), 123-149.

Chandler, D. ve Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü, Çev: Babacan Taşdemir, İstanbul: İletişim Yayınları.

Christakis, N. A. ve Fowler, J. H. (2009). Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi, (Çev: Derya Yüksel), İstanbul: Varlık Yayınları.

Davis, M. and Edberg, P. (2015). Unicode Emoji, Erişim adresi: https://www.unicode.org/L2/L2015/15040-utr51-1d5.pdf

Demir, A., Özkoç, H. ve Damgacı, U. (2017). Kuşakların Yaşam Memnuniyeti Açısından Farklılıklarının İncelenmesi, Ed: Hatice Hicret Özkoç ve Funda Bayrakdaroğlu, Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış, Ankara: Nobel Yayın,s. 77-102.

Demirtürk, S. (2016). 1960–1980 Döneminde Türkiye'de Sosyo-Ekonomik Değişimin ve Dışa Yönelişin Toplumsal Dinamikleri. 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4 (12), s. 155-182.

Dijital Talks Ekibi (2015). Birleşik Krallıkta En Hızlı Büyüyen Dil Emoji, Erişim adresi: https://www.digitaltalks.org/2015/05/20/birlesik-krallikta-en-hizli-buyuyen-dil-emoji/

'Emoldjis': Gran's call for older people's lives to be reflected 8 October (2016). Erişim adresi: https://www.bbc.com/news/uk-england-coventry-warwickshire-37789947

Evans, V. (2017). The Emoji Code/How Smiley Faces, Love Hearts and Thumbs U pare Changing the Way We Communicate, London: Michael O'mara Books Limited.

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev: Süleyman İrvan, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Gardner, H. and Davis, K. (2013). The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World, New Haven and London: Yale University Press.

Gretchen, L. (2018). U.S. Women Are Postponing Motherhood, But Not As Much As Those in Most Other Developed Nations, Retrieved from: https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/06/28/u-s-women-are-postponing-motherhood-but-not-as-much-as-those-in-most-other-developed-nations/

Gürçayır, S. (2009). "İnternet Çağının Hiyeroglifleri ya da Evrenselleşen Sanal Bedenler: MSN İfadeleri", Milli Folklor, 21 (83), s. 111-115.

Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü (2019). 2018 Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması. Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etütleri Enstitüsü, T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı ve TÜBİTAK, Ankara, Türkiye.

Harari, Y. N. (2018). Homo Deus/Yarının Kısa Tarihi, 12. Baskı, Çev: Poyzan Nur Taneli, Kolektif Kitap, Bilişim ve Tasarım Ltd. Şti., İstanbul.

Jaffe, Aniela (1988) Symbolism in the Visual Arts, Ed: Carl G. Jung, Man and His Symbols New York: Anchor Press/Doubleday, 230-271.

Joshi, A., Dencker, J. D. and Franz, G. (2011). Generations in Organizations, Research in Organizational Behavior, Vol: 31, pp. 177-205. Retrieved from: doi:10.1016/j.riob.2011.10.002

Karaca, O. (2017). Anne Olma Yaşı Giderek Yükseliyor https://www.ekonomist.com.tr/dr-orhan-karaca/anne-olma-yasi-giderek-yukseliyor.html

Karslı, E. (2019). Modernleşme Sürecinde Çözülen Aile Yapısı ve Kadının Yeniden İnşası, Uluslararası Hukuk ve Sosyal Bilim Araştırmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 1 s. 1-14. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/uhusbad/issue/45405/558567

Kasasa (2019). Boomers, Gen X, Gen Y, and Gen Z Explained, Erişim adresi: https://www.kasasa.com/articles/generations/gen-x-gen-y-gen-z

Kaya, T. (2017). Yeni Medyada Emoji Kullanımının Anlamı, Akademik Bakış Dergisi, Sayı 60, 567-584.

Kramer, S. N. (2002). Tarih Sümer'de Başlar Yazılı Tarihteki Otuzdokuz İlk, 2. Basım Çev: Hamide Koyukan, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Maiers M. (2017). Our Future in the Hands of Millennials. The Journal of the Canadian Chiropractic Association, 61(3), 212–217.

Marshall, G. (2009). Sosyoloji Sözlüğü, Çev: Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat

McCrindle, M. and Wolfinger, E. (2014). The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations, McCrindle Research Pty Ltd, A39, 24 Lexington Drive Bella Vista NSW 2153, Australia.

Merchant, J. (2013). Troubled Youth: Risk, Individualisation and Social Structure, Ed: Jeremy Kearney and Catherine Donovan, Constructing Risky Identities in Policy and Practice, New York: Palgrave Macmillan, pp. 91-108

Nacak, İ. (2019). Kuşak Sosyolojisi: Kavramsal ve Metodolojik Temeller, Sosyoloji Divanı (Dosya: Kuşaklar Sosyolojisi), Yıl 7, S. 13, s. 29-46.

Neuman, W. R. (2018). Dijital Fark Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı, (Çev: Gökçe Metin), İstanbul: The Kitap Yayınları.

Özel, H. (2017). Kuşak Kavramı ve Turizme Yansımaları, Ed. Hatice Hicret Özkoç ve Funda Bayrakdaroğlu, Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış, Ankara: Nobel Yayın, s. 1-26

Palfrey, J. ve Gasser, U. (2017). Doğuştan Dijital-Dijital Yerlilerin İlk Kuşağını Anlamak, Çev: Nagihan Aydın, İstanbul: İKÜ Yayınevi.

Pensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, MCB University Pres, Vol:9, No:5, Erişim adresi: https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf

Prisco, J. (2018). Shigetaka Kurita: The Man Who İnvented Emoji, Erişim adresi: https://edition.cnn.com/style/article/emoji-shigetaka-kurita-standards-manual/index.html

Reeves, T. C. (2007). Do Generational Differences Matter In Instructional Design? Retrieved from:https://www.researchgate.net/publication/253096456_Do_generational_difference_matter_in_instructional_design

Rifat, M. (2009). Göstergebilimin ABC'si, İstanbul: Say Yayınları.

Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). Dijital İletişim: Yeni Bir Dile Doğru, Turkish Studies, 13/6, s. 129-146.

Subaşı, N. (2013). Zamanın Ruhu ve Dinsellik, Erişim adresi: http://www.necdetsubasi.com/calismalar/makale/154-zamanin-ruhu-ve-dinsellik

Subaşı, S. M. ve Aydın, B. H. (2018 Nisan). Mavi Tik Var Artık Mektup Neye Yarar?, Lacivert, s. 54-55.

Şimşek İşliyen, F. (2018). Postmodern Tüketim Pratiklerini Instagram Fotoğrafları Üzerinden Okumak, Ed. Veysel Çakmak ve Selahattin Çavuş, Dijital Kültür ve İletişim, LiteraTürk Yayınevi: Konya, s. 73-108.

Şimşek, M. (2019 Ekim) Aileler Dikkat, Bu Sene Z Nesli Üniversitesi Oluyor, Lacivert, s.70-73.

Twenge, J. M. (2018). i-Nesli, Çev: Okhan Gündür, İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Urhan Torun, B. (2018). "Z Kuşağının Akıllı Telefonlar Üzerinden Yazılı İletişimde Emoji Kullanma Eğilimlerine Yönelik Bir Araştırma", TRT Akademi, 3 (6), 614-630.

Ülker Kekstra Reklamı (2005). Erişim adresi: http://www.ulker.com.tr/tr/ulker-tv/video/Kekstra-Sinif

X: The Generation That Changed The World: 2016, NGC Network

Yücel, F. (2016) Telekomünikasyonun Öyküsü, Ankara: İdeaport Yayınları.

http://www.goodreads.com/quotes/search?q=The+children+now+love+luxury Erişim tarihi: 0610.2019.

https://tr.sputniknews.com/yasam/201511171019088860-oxford-emoji/

https://unicode.org/emoji/charts/emoji-counts.html

https://unicode.org/emoji/charts/emoji-counts.html

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/emoji?q=emoji

https://www.yenisafak.com/foto-galeri/hayat/yasli-insanlari-kizdirarak-fenomen-oldu-2032717?page=5 Erişim tarihi: 16.09.2019.

Jet Sosyete Dizisi Örneği Üzerinden Popüler Kültür ve Emojiler

Fatma NİSAN[*]
Beyler YETKİNER[**]

Giriş

1990'lı yılların ikinci yarısından sonra internetin hayatımıza girmesiyle birlikte teknolojik gelişmeler ve iletişim ağındaki bağlantılar mekân ve zaman sınırı tanımadan daha çok ve daha hızlı yaygınlık göstermiştir. Çoğunluk tarafından kullanılması iletişimin, internetin ve devamında sosyal medyanın popüler kültürün bir parçası olmasını sağlamıştır. Sosyal medyanın internet üzerinden yazılı olarak gerçekleştiriliyor olması beraberinde bir eksikliği doğurmuş ve şüphesiz ki bu eksiklik, yüz yüze iletişimde duygu ve düşüncelerin dil ile aktarımında destekleyici, pekiştirici görevi gören beden dilidir. Sanal dünyada hissedilen bu eksiliği emoji adı altında bir takım görseller karşılamaya çalışmıştır. "2011'de Apple'ın emoji klavyesini yazılımlarına eklemesiyle birlikte emoji kullanımı her geçen gün daha da artmıştır. O kadar ki Oxford Sözlüğü ve lider mobil teknoloji firmalarından biri olan Swiftkey'in ortak olarak yaptığı bir araştırmanın sonucunda 'gülmekten gözlerinden yaş gelen emoji'

[*] Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: fatma.nisan@inonu.edu.tr
[**] Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, e-posta: beyler.yetkiner@inonu.edu.tr

maktadır. Buna rağmen bireylerin sosyal medyadan ve ürünlerinden etkiledikleri ve sosyal medyadaki paylaşımları, emojileri gerçek hayatlarına da yansıtıp kullandıkları görülmüştür. Bu durum popüler kültür ürünlerinin bir yerde çağa ayak uydurma amacıyla da kullanıldıkları izlenimini ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç olarak popüler kültürün ürünü sosyal medya ve emojiler, sanal olmayan gerçek hayatı etkilemesi ve yönlendirmesi noktasında ciddi anlamda etkiye sahiptir. Bu etki gerçek hayatın değişmesini ve yeni bir biçim kazanmasını sağlamaktadır. Durum böyle olduğunda günümüz gerçek dünyasını, sanal dünyanın şekillendirdiği ve ona yön verdiği sonucu otomatik olarak ortaya çıkmaktadır.

Kaynakça

Adorno, T. W. (2003). "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", Çev. Bülent ve O. Doğan, Cogito Dergisi.

Akiner, N. ve Küngerü, A. (2015). "Küresel Hegemonik İdeolojinin Popüler Tektipleştirme Pratiklerine Bir Örnek: Selfie", Akdeniz İletişim Dergisi, (24), 132-147.

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (2005), Popüler Kültür ve İletişim, 2. Baskı, Ankara: Erk Yayınları.

Aral, E. (2018). "Ortak Dil Olarak Tinlemeler (Emojiler)" Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi, 2 (1), 434-451.

Arslanoğlu, S. Ö. (2017). İletişimin Emoji Formu, Mediacat, 25 (271), 78-79.

Batar, H. ve Kavuran, T. (2019). "İnteraktif Medyada Duyguların Göstergesel Aktarımı; Emojiler", İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi (INIJOSS), 8 (1), 308- 320.

Batmaz, V. (1981). "Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar", Ankara İletişim Dergisi, (1).

Batmaz, V. (2006). Medya Popüler Kültürü Gizler, İstanbul: Karakutu Yayınları.

Belge, M. (2003). "Artık Her Şey Pop", Milliyet, Popüler Kültür Eki.

Bilginer Kucur, A. ve Bilginer Erdoğan, Ş. (2016). "Dijital Çağın Hiyeroglifleri: Emojiler", Tarih Okulu Dergisi (TOD), Yıl 9, Sayı XXVII, 589-599.

Browne, R. B. (1984). "Popular Culture as the New Humanities", Journal of Popular Culture, 17 (4), 1-8.

Bruce, S. and Yearley, S. (2006). The Sage Dictionary of Sociology, London: Sage Publications.

Coşgun, M. (2012). "Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu", Batman Üniversitesi Journal of Life Sciences, 1 (1), 837-850.

Çağan, K. (2003). Popüler Kültür ve Sanat, Ankara: Altınküre Yayınları.

Çakır, M. (2013). Medya ve Modernlik, İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

Çeken, B.; Aypek Arslan, A. ve Tuğrul, D. (2017). "İletişimde Emojilerin Kullanımı ve İncelenmesi", 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi, 6 (16), 91- 105.

Daşkıran, L. (2015). "Dünyada Herkesin Anlayacağı Ortak Bir Dil Doğuyor: Emoji", Bilim ve Teknik, 48 (572), 74-81.

Dresner E. and Herring S. C. (2010), "Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force", Communication Theory, (20), 249-268.

Erdoğan, İ. (1999). "Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele", Popüler Kültür ve İktidar, Der. Nazife Güngör, Ankara: Vadi Yayınları, 18-52.

Erdoğan, İ. (2004a). "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", Doğu Batı Dergisi Popüler Kültür Özel Sayısı, 2. Baskı, Ankara: Cantekin Matbaacılık, 4 (15), 67-96.

Erdoğan, İ. (2004b). "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine", Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, 5 (57), 1-18.

Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak, Çev.: Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.

Gans, H. J. (2007). Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, 2. Baskı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Gökaliler, E. ve Saatcıoğlu, E. (2016). "Reklamlarda Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tüketicilerin Tutumlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma", Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 19 (2), 63-91.

Güngör, İ. (2005). "Popüler Kültür Ürünü Olarak Fal", İletişim, (21), 169-202.

Günindi Ersöz, A. (2002). "Popüler Kültür Ürünlerinden Müzik Videolarının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri", Aile ve Toplum, 2 (5), 1-8.

Gürçayır, S. (2009). "İnternet Çağının Hiyeroglifleri ya da Evrenselleşen Sanal Bedenler: MSN İfadeleri", Milli Folklor, 21 (83), 111-115.

Karaduman, N. (2017). "Popüler Kültürün Oluşmasında ve Aktarılmasında Sosyal Medyanın Rolü", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, XLIII (2), 7-27.

Kırık, A. M. (2013). "Kişisel Bir Dünya Modeli: İnteraktif Televizyon Yayıncılığı Modeli", Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi, (2), 66-75.

Kırık, A. M. (2014). "Türk Sineması'nda Arabeskin Doğuşu ve Gelişimi", e-Gifder, 2 (3), 90-117.

Kitamura, H. ve Satō, S. (2009). "Keitai Mēru E No Emoji Fuyo Ga Joshi Daigakusei No İnshō Keisei Ni Ataeru Kōka", Kanjō Shinri-Gaku Kenkyū, 17 (2), 148-156.

Marshall, G. (1998). Sosyoloji Sözlüğü, Çev.: Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Miller, H.; Thebault-Spieker, J.; Chang, S.; Johnson, I.; Terveen, L. ve Hecht, B. (2016). "Blissfully Happy or Ready to Fight: Varying Interpretations of Emoji", 10th International Conference on Web and Social Media (ICWSM), 259-268.

Mutlu, E. (1998). İletişim Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Novak, P. K.; Smailovic, J.; Sluban, B. and Mozetic, I. (2015). "Sentiment of Emojis", PloS ONE 10, (12), 1-22.

Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2013). Tüketici Davranışı, İstanbul: MediaCat.

Oxford (2019). Word of the Year 2015, https://en.oxforddictionaries.com/word, Erişim Tarihi: 05.07.2019.

Özbek, M. (2002), Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, Ankara: İletişim Yayınları.

Özkan, H. H. (2006). "Popüler Kültür ve Eğitim", Kastamonu Eğitim Dergisi, 14 (1), 29-38.

Öztürk, D. ve Bıkmaz, F. (2007). "Popüler Kültür ve Okul: Ankara ve Bolu İllerinde İlköğretim Öğrencileri Üzerine Yapılan Bir Araştırma", Popüler Kültür ve Çocuk, Haz. Nihal Ahioğlu ve Neslihan Güney, Ankara: Dipnot Yayınları, 103-125.

Polity Reader (1994). The Polity Reder in Cultural Theory, London: Polity Press.

Rezabek, L. and Cochenour, L. (1998). "Visual Cues in Computer Mediated Communication: Supplementing Text With Emoticons", Journal of Visual Literacy, (18), 201–215.

Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). "Dijital İletişim: Yeni Bir Dile Doğru", Turkish Studies, 13 (6), 129-146.

Solmaz, B. ve Aydın, B. O. (2012). "Popüler Kültür ve Spor Merkezlerine Yönelik Bir Araştırma", e-Gifder, 1 (4), 67-82.

Stark, L. ve Crawford, K. (2015). "The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication", Social Media + Society, 1 (2), 1 –11.

Storey, J. (2009). Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction, 5th ed., New York: Pearson Longman.

Şener, G. ve Atar, G. M. (2017). "Türkiye'ye Özgü Kültürel Sembollerin Emojilere Dönüşümü: Dijital İletişimde Kültürel Sembollere Yönelik Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (53), 189-209.

Şentürk, Ü. (2007). "Popüler Kültür Örneği Olarak Futbol", Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 31 (1), 25-41.

Tanrıöver, H. ve Eyüpoğlu, A. (2000). Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Öğeler, Ankara: Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.

Tellan, D. (2016). "Mekân, Eğlence ve Popüler Kültür İlişkisini Değerlendirmek", TRT Akademi, 1 (1), 136-153.

Toksöz, L. ve Kahraman, C. (2017). "Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı", Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi (Humanitas), 5(9), 247-256.

Tomić, M. K.; Marinez, M. and Vrbanec, T. (2013). "Emotıcons", FIP: Journal of Finance and Law, 1 (1), 35-42.

Yalçın, M. (2016). "Popüler Kültür Ürünü Olarak Türk Televizyon Dizilerinde Etnografik İletişim Kodların Kullanımı: Diriliş "Ertuğrul" Dizisi Örneği", İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5 (7), 2332-2341.

Yaylagül, L. ve Korkmaz, N. (2008). "Kitle Kültürü/Popüler Kültür Tartışmaları", Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji, Der: Levent Yaylagül ve Nilüfer Korkmaz, Ankara: Dipnot Yayınları, 125-138.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, 6. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. H. (2016). Türklerde Ölüm Anlayışının Çağdaş Türk Resminde Göstergebilimsel Açıdan İncelenmesi, İdil Yayınları, 249-274.

Zeybek, I. (2018). "Dijitalde Duygu Dili: Emojilerin Sihirli Dünyası", http://openaccess.iku.edu.tr/bitstream/handle, 399-416.

https://digitalage.com.tr/turklerin-en-cok-kullandigi-emojiler/, Erişim Tarihi: 23.03:2019.

www.internethaber.com/jet-sosyete-oyuncu-kadrosu-ve-konusu-foto-galerisi-1848235.htm?page=5, Erişim Tarihi: 1.8.2019.

www.sinematurk.com/film/69527-jet-sosyete/, Erişim Tarihi: 1.8.2019.

Dijitalleşme Ekseninde Haberciliğin Dönüşen Pratikleri ve Emojiler

Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN[*]

Giriş

1989 yapımı Geleceğe Dönüş 2 (Back To The Future 2) adlı filmde, hatırlanacağı gibi filmin başkarakteri Marty McFly zaman makinası ile zamanlar arası yolculuk yapar ve 1985 yılından 2015 yılına ışınlanır. Yönetmenin 2015 yılına ilişkin öngörüleri arasında uçan otomobiller ve kaykaylar, insanların hizmetinde olan robotlar, sesli komutla açılan televizyonlar ve beden ölçülerine göre kendini ayarlayabilen giysiler yer almaktadır. Günümüzde gelinen noktada filmde gösterilen teknolojik gelişmelerin önemli bir bölümünün gerçekleşmiş olduğuna tanıklık etmekteyiz. Tüm bu gelişmelerle birlikte 2015 yılı bir başka enteresan gelişmeye daha sahne olmuştur. Her yılın sonunda 'o yılın kelimesini' belirleyen Oxford Sözlüğü 2015 senesinde 'Face with tears of joy' (😂) adı verilen emojiyi, 'yılın kelimesi' olarak seçmiştir. Söz konusu durum hem kişiler arası iletişimde hem de kitle iletişiminde yaşanan dönüşüme işaret etmesi adına son derece önemlidir.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: fsimsekisleyen@aksaray.edu.tr

yanıt olmaya aday gibi durmaktadır. Fakat söz konusu durum bu kez de farklı bir soruya kapı aralamaktadır. Bilindiği gibi farklı dilleri konuşan toplumlar farklı düşünsel kalıplara sahiptir. Çünkü neleri muhakeme edeceğimizi dilin yapısı belirlemektedir. Bu nedenle İngilizce düşünmek Japonca veya Almanca düşünmekle kesinlikle aynı şey değildir. Bu da göstermektedir ki dil insanlara yalnızca şeylerin adlarını öğretmez. Bununla birlikte birbirleri ile olan ilişkilerini, iletişimlerini, zamana, yer ve olaylara yönelik bakış açılarını dolayısıyla düşünce süreçlerini de etkiler (Postman, 2013: 119-120). Bu anlamda küresel bir nitelik kazanan emojilerin dünyaca ortak bir dil olarak görülmesinin ve giderek yaygınlık kazanmasının uzun vadeli sonuçları ne olacaktır? Ve toplumların kendilerine has düşünme biçimleri bu süreçten nasıl etkilenecektir? Bunlar üzerinde durulması gereken konulardır. Bu ve benzer sorular şüphesiz konuya ilişkin başka çalışmalar yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Elbette sağlıklı sonuçlar elde edebilmek adına bu çalışmaların biraz daha zamana ihtiyacı vardır.

Kaynakça

Barrett, S. (2002). Overcoming Transactional Distance as a Barrier to Effective Communication over the Internet, International Education Journal Vol 3, No 4, pp. 34-42.

Canan, S. (2015). Değişen Be(y)nim, İstanbul: Tuti Kitap.

Carr N. (2012). Yüzeysellik: İnternet Bizi Aptal mı Yapıyor?, Çev: İbrahim Kapaklıkaya, İstanbul: Ufuk Yayınları.

Chandler, D. ve Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü, Çev: Babacan Taşdemir, İstanbul: İletişim Yayınları.

Daşkıran, L. (2017). Emoji: Yeni Bir Dilin Doğuşuna Şahit Olmak, Erişim adresi: https://epnext.com/cagdas-dunyanin-hiyeroglifi-emoji/ Erişim tarihi: 24.09.2019.

Davis, M. and Ebberg, P. (2016). Unicode Emoji, Retrieved from: http://unicode.org/reports/tr51/.

Emogi Research Team (2015). 2015 Emoji Report, Erişim adresi: https://cdn.emogi.com/docs/reports/2015_emoji_report.pdf

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev: Süleyman İrvan, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Goldman, E. (2018). Emojis and the Law, 93 Washington Law Review 1227; Santa Clara Univ. Legal Studies Research Paper, No. 2018-06. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3133412

Goldman, E. (2019a). Emojis and Emoticons in Court Opinions, Erişim adresi: https://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2894&context=historical

Goldman, E. (2019b). Emoji Law 2018 Year in Review, https://blog.ericgoldman.org/archives/2019/01/emoji-law-2018-year-in-review.htm

Gökçe, O. (2002). İletişim Bilimine Giriş/İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi, Ankara: Turhan Kitabevi.

Gürçayır, S. (2009). "İnternet Çağının Hiyeroglifleri ya da Evrenselleşen Sanal Bedenler: MSN İfadeleri", Milli Folklor, 21 (83), 111-115.

İnal, A. (2009). "Haber Medyası Siyaset ve Terör", Terör ve Haber Söylemi, Ed: Mustafa Şeker ve Tülay Şeker, İstanbul: LiteraTürk.

İşliyen, M. (2019). "Yeni Gazetecilik Pratiği: Dünün Haberlerinden An'ın Haberlerine", Dijital Gazetecilik ve İletişim, Ed: Mustafa İşliyen ve Fadime Şimşek İşiyen, Konya: LiteraTürk Yayınları, s. 119-148.

Kimura-Thollander, P. and Kumar, N. (2019). Examining the "Global" Language of Emojis: Designing for Cultural Representation, CHI 2019 Conference on Human Factors in Computing Systems, May 4-9, 2019, Glasgow, Scotland UK.

Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları/Teoriler ve Yaklaşımlar, Çev: Ali Toprak, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Mattelart, A. (2016). İletişimin Dünyasallaşması, Çev: Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.

McKane, A. (2006). News Writing, Sage Publications, London.

Pavlik, J. V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çev: Müge Demir, Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi.

Postman, N. (2013). Teknopoli/Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu, Çev: Mustafa Emre Yılmaz, Ankara: Sentez Yayıncılık.

Preece, J., Maloney-Krichmar, D. and Abras, C. (2003). History of Online Communities In Karen Christensen & David Levinson (Eds.), Encyclopedia of Community: From Village to Virtual World. Thousand Oaks: Sage Publications, 1023-1027. Available from: https://www.researchgate.net/publication/228717063_History_of_emergence_of_online_communities [accessed Dec 01 2019].

Rawlings, A. (2018). Why Emoji Mean Different Things in Different Cultures, Erişim Adresi: https://www.bbc.com/future/article/20181211-why-emoji-mean-different-things-in-different-cultures?ocid=ww.social.link.twitter, Erişim tarihi: 05.10.2019.

Reuters Institute Digital News Report (2018). Erişim adresi: http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf Erişim Tarihi: 14.09.2019.

Reuters Institute Digital News Report (2019). Erişim adresi: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf Erişim tarihi: 14.09.2019.

Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). Dijital İletişim: Yeni Bir Dile Doğru, Turkish Studies, 13/6, s. 129-146.

Skovholt, K., Grønning A. and Kankaanranta A. (2014). The Communicative Functions of Emoticons in Workplace E-Mails: :-), Journal of Computer-Mediated Communication, 19, p.780–797. doi:10.1111/jcc4.12063

Swift, J. (2019). Gulliver'in Gezileri, Çev: İrfan Şahinbaş, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Turgut, S. (2013). Yeni Medya/Medyanın Kâğıttan Kalesi Çökerken, İstanbul: Destek Yayınları.

Twenge, J M (2018). i-Nesli, Çev: Orkan Gündüz, İstanbul: Kaktüs Yayınları.

Yanatma, S. (2018). Reuters Institute Digital News Report 2018-Turkey Supplementary Report, Reuters Institute for the Study of Journalism. Erişim Adresi: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-11/Digital%20News%20Report%20-%20Turkey%20Supplement%202018%20FINAL.pdf Erişim Tarihi: 14.09.2019

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.

Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2001). Habercinin El Rehberi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/emojili-web-adresleriyle-turkiyede-bir-ilk-40561374 Erişim tarihi: 22.09.2019.

https://bigumigu.com/haber/garanti-den-ihtiyaclarini-emojilerle-anlatanlara-ozel-kampanya/ Erişim tarihi: 20.09.2019

https://emojipedia.org/ballon

https://emojipedia.org/coffin/

https://emojipedia.org/fire-extinguisher/

https://emojipedia.org/flexed-biceps

https://emojipedia.org/lower-left-fountain-pen/

https://emojipedia.org/palms-up-together/

https://emojipedia.org/raised-hand/

https://emojipedia.org/snowman

https://emojipedia.org/telescope/

https://playtusu.com/haber/2015/01/alice-emojiler-diyarinda/ Erişim tarihi: 24.09.2019.

https://tr.sputniknews.com/yasam/201502171014015903/ Erişim tarihi: 11.10.2019

https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37702224 Erişim tarihi: 28.11.2019

https://www.fikrimuhim.com/Binary/Images/Upload/Report/DA_Emoji%20Arastirmasi.pdf Erişim tarihi: 07.10.2019

https://www.ntv.com.tr/otomobil/plakalarda-emoji-donemi,UQcl2xfYMEOn2OSBT66K8Q Erişim tarihi: 05.09.2019

https://www.oed.com/viewdictionaryentry/Entry/389343 Erişim Tarihi: 07.12.2019

https://www.theguardian.com/us-news/ng-interactive/2015/jan/20/-sp-state-of-the-union-2015-address-obama-emoji Erişim tarihi: 26.11.2019

https://www.turizmglobal.com/resmi-emojilerini-yayinlayan-ilk-ulke-finlandiya/

Erişim tarihi: 07.09.2019

https://www.turizmglobal.com/turizmde-emoji-donemi-rezervasyonlar-artik-daha-eglenceli/ Erişim tarihi: 07.09.2019

Dijital İletişim, Sosyal Medya Pazarlaması ve Markaların Emoji Kullanımı

Ercan AKTAN[*]

Giriş

Nasıl ki insanların yaşam tarzları, geleneklerini ve kültürlerini etkiliyorsa; kullandıkları teknoloji de yaşam biçimlerini ve kültürlerini etkilemektedir (Çakmak, 2018: 309). Bu anlamda dijital iletişim alanında yaşanan hızlı gelişmelerin, dijital devrim olarak adlandırılan web dönemlerinin, bireylerin yaşam pratikleri üzerinde derin dönüşüm ve değişimlere yol açtığı bilinmektedir.

Bu durum, en yalın haliyle bireylerin sosyalleşme biçimlerinde ön plana çıkmaktadır. Önceden diğerleri ile birlikte eylemler yapmak, bir grup içinde var olmak ihtiyacı duyan bireylerin günümüzde bunun aksine sosyal medya ortamlarında varlık göstermeye başlayan sanal/dijital grupların mensupları olmaya çaba harcamaları da bu yönde değerlendirilebilir. Öte yandan, kullanıcıların sosyal medya adı verilen, esasen yeni olmakla birlikte, çabuk alışılan ve hatta eskiyen dijital iletişim platformlarında sergiledikleri davranışların çeşitli çevreler için çekici gelen yönünü de görmek önemlidir.

[*] Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, e-posta: ercanaktan@aksaray.edu.tr

nümleri ile dikkati çeken emojiler aracılığıyla bahsi geçen bireylere ulaşmaları için bir vasıta halini almasına yol açmış durumdadır. Başka bir ifadeyle, sosyal medyanın gelişme göstermesi ile artan dijital pazarlama arayışlarındaki yeni eğilim, emoji kullanımı ile hedef kitleye ulaşma şeklini almıştır. Çeşitli kampanyalar, sanal klavyeler, ambalaj tasarımları gibi uygulamalar ile hedef kitlesine seslenmeye çalışan pazarlama çevrelerinin, sosyal ağ ortamlarında hedef kitleleri ile buluşmaları, sosyal medya pazarlama etkinliklerinin artmasını beraberinde getirmiştir.

Sözgelimi, geleneksel iletişim mecraları ve geleneksel pazarlama anlayışı ile bir tüketici olmaktan öteye geçemeyen hedef kitleler, sosyal medya ortamlarında ürettikleri içerikler sayesinde, emojileri de kullanarak markaları, pazarlama çevrelerini etkiler hale gelmiştir. Alanda yaşanan bu hızlı gelişmelerin yakın zamanda neleri beraberinde getireceğini kestirebilmek çok kolay olmamakla birlikte, sosyal medya iletişimlerinin pazarlama çevrelerinin amaçlarına daha uzun yıllar hizmet etmeye devam edeceğini anlamak güç olmamaktadır.

Kaynakça

Akan, N. (2016). Turkcell'in Yeni Reklam Yüzleri "Emocan"lar Oldu. https://pazarlamasyon.com/turkcellin-yeni-reklam-yuzleri-emocanlar-oldu/. Erişim: 09.10.2019

Alalwan, A. A., Rana, N., Dwivedi, Y., & Algharabat, R. (2017). Social Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing Literature, Telematics and Informatics(34), 1177-1190.

Bank, S., Yazar, E., & Sivri, U. (2019). Can Social Media Marketing Lead to Abnormal Portfolio Returns? European Research on Management and Business Economics, 25(2), 54-62.

Barutçu, S., & Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü, İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi, 4(1), 5-24.

Chen, S.-C., & Lin, C.-P. (2019). Understanding the Effect of Social Media Marketing Activities: The Mediation of Social Identification, Perceived Value, and Satisfaction. Technological Forecasting and Social Change(140), 22-32.

Constantinides, E. (2014). Foundations of Social Media Marketing . Procedia - Social and Behavioral Sciences(148), 40-57.

Çakmak, V. (2018). Mobil İletişim Kültürü Bağlamında Mobil Oyunlar: Yürü, Keşfet, Biriktir, Pokemon GO! (Ed: V. Çakmak, & S. Çavuş), Dijital Kültür ve İletişim (s. 309-334). Konya: Literatürk Academia.

Felix, R., Rauschnabel, P., & Hinsch, C. (2017). Elements of Strategic Social Media Marketing: A Holistic Framework. Journal of Business Research (70), 118-126.

Gandía, J. L., Marrahí, L., & Huguet, D. (2016). Digital Transparency and Web 2.0 in Spanish City Councils. Government Information Quarterly(33), 28-39.

Gibson, W., Huang, P., & Yu, Q. (2018). Emoji and Communicative Action: The Semiotics, Sequence and Gestural Actions of 'Face Covering Hand'. Discourse, Context & Media(26), 91-99.

Gökaliler, E., & Saatcıoğlu, E. (2016). Bir Reklam Unsuru Olarak Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tutum Araştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi , 19(2), 63-91.

İşliyen, M. (2018). Çingeneler ve Sosyal Medya: Facebook'taki Çingene Toplulukları Üzerine Bir İnceleme. (Ed: V. Çakmak, & S. Çavuş), Dijital Kültür ve İletişim (s. 109-148). Konya: Literatürk Academia.

Kaya, F. (2017). Markaların Emoji Kullanımları. https://grigundem.com/markalarin-emoji%CC%87-kullanimlari-9b26fb2b2e0e. Erişim: 19.09.2019

Koçyiğit, M., & Koçyiğit, A. (2018). Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0). (Ed: V. Çakmak, & S. Çavuş), Dijital Kültür ve İletişim (s. 19-48). Konya: Literatürk Academia.

Köksal, Y., & Özdemir, Ş. (2013). Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyanın Tutundurma Karması İçindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 18(1), 323-337.

Kurtoğlu, R., & Özbölük, T. (2016). Görsel İletişim Çağında Markaların Emoji'ye Adaptasyonu. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi(29), 144-155.

Mukherji, S., & Arora, N. (2017). Digital Communication: Easing Operational Outcomes in the Workplace. Procedia Computer Science(122), 1084-1091.

Musser, J., & O'Reilly, T. (2007). Web 2.0 Principles and Best Practices. USA: O'Reilly Media Inc.

Oberoi, P., Patel, C., & Haon, C. (2017). Technology Sourcing for Website Personalization and Social Media Marketing: A Study of E-Retailing Industry. Journal of Business Research(80), 10-23.

Parkwell, C. (2019). Emoji as Social Semiotic Resources for Meaning-Making in Discourse: Mapping the Functions of the Toilet Emoji in Cher's Tweets about Donald Trump. Discourse, Context & Media(30), 1-10.

Rashdi, F. A. (2018). Functions of Emojis in WhatsApp Interaction Among Omanis. Discourse, Context & Media(26), 117-126.

Sampietro, A. (2019). Emoji and Rapport Management in Spanish WhatsApp Chats. Journal of Pragmatics(143), 109-120.

Samson, R., Mehta, M., & Chandani, A. (2014). Impact of Online Digital Communication on Customer Buying Decision. Procedia Economics and Finance(11), 872-880.

Shepherd, H., & Lane, J. (2019). In the mix: Social Integration and Social Media Adoption. Social Science Research(82), 1-17.

https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/emoji-raporu-dijital-pazarlamada-emoji-kullanimi/. https://www.marketingturkiye.com.tr. Erişim: 19.09.2019

https://medium.com/@Stratejist/dijital-pazarlaman%C4%B1n-yeni-g%C3%B6zdesi-markaya-%C3%B6zel-emoji-kampanyalar%C4%B1-99d9200b910b. https://medium.com. Erişim: 14.10.2019

https://shiftdelete.net/starbucks-kahveleri-emoji-oldu-70873.Erişim: 14.10.2019

Yadav, M., & Rahman, Z. (2017). Measuring Consumer Perception of Social Media Marketing Activities in E-Commerce Industry: Scale Development & Validation. Telematics and Informatics(34), 1294-1307.

Siyasal İletişim Sürecinde Emojilerin Kullanımı

Süleyman GÜVEN[*]

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan yeni gelişmeler insanlar arası ilişkilere ve iletişim tarzlarına da doğrudan veya dolaylı olarak yansımaktadır. İletişim eyleminin başarısı anlam aktarımının, duygu ve düşüncelerin mümkün mertebe hedefte aynı oranda anlaşılıp anlaşılamadığına bağlıdır. Bu çerçevede iletişim araçlarında özellikle bireysel veya mobil iletişim araçlarında yaşanan gelişmeler ve bunların hızla dünyanın her tarafında yaygınlaşması insanlar arası ilişkilerde ve iletişimde yeni bir olanak ortaya çıkarmıştır. Söz konusu bireysel veya mobil iletişim araçlarında duygu ve düşünceleri daha basit, hızlı ve daha anlaşılır bir şekilde aktarmak amacıyla insanların ortak hal ve hareketlerinden yola çıkılarak emojiler geliştirilmiştir. Söz konusu emojiler genellikle her kültüre ve insan deneyimine uygun olan simgelerden oluşmaktadır. Emojilerin kullanım alanları daha çok günlük yazışmalarda olmakla birlikte özellikle sosyal medya kullanıcıları arasında farklı amaçlarla da sıklıkla kullanılmaktadır. Bu alanlardan biri de siyasal iletişim alanıdır.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, e-posta: suleyman.guven@bozok.edu.tr

fazla anlamın yüklenilmemesi, onların kullanışlı birer araç olduklarının farkında olunması ve bu çerçevede siyasal iletişim süreçlerinde kullanılmalarıdır.

Kaynakça

Çeken, B., Aypek Arslan, A., Tuğrul, D. (2017). İletişimde Emojilerin Kullanımı ve İncelenmesi, 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum, Cilt: 6, Sayı: 16, ss. 91-105.

Kalender, A. (2000). Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi.

Keskin, F. (2014). Politik İletişim Sözlüğü, Ankara: İmge Kitabevi.

Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L. and Hecht, B. (2016). "Blissfully Happy or Ready to Fight: Varying Interpretations of Emoji", 10th International Conference on Web and Social Media (ICWSM), 259-268.

Özdemir, G., Gökdağ, R. ve Neslihanoğlu, S. (2019), Sosyal Medyada Emoji Kullanımı ve Anlamlandırılması: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Örneği, Selçuk İletişim, 2019, 12 (1): 425-443.

Toksöz, L. ve Kahraman, C. (2017). Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı, Humanities Uluslar arası Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (9), 247-256.

Tossel, C. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A. and Zhong, L. (2012). "A longitudinal Study of Emoticon Uses in Text Messaging from Smartphones", Computers in Human Behavior, 28 (2), 659-663.

https://bigumigu.com/haber/moma-ilk-emojileri-koleksiyonuna-ekliyor/ (Erişim Tarihi: 19.09.2019)

https://www.buzzfeed.com/markdistefano/emoji-plomacy#.ewQxb6Grb (Erişim Tarihi: 18.09.2019)

https://www.piliapp.com/emoticon/ (Erişim Tarihi: 18.09.2019)

https://www.moma.org/collection/works/196070 (Erişim Tarihi: 18.09.2019)

http://www.typeroom.eu/article/zapf-kurita-how-emojis-conquered-our-world-one-symbol-time (Erişim Tarihi: 19.09.2019)

Gezginlerin Çeşitli Destinasyonlara İlişkin Instagram Paylaşımlarında Emoji Kullanımı

Mehmet TUNCER[*]

Giriş

Emoji denilince akla, kısa mesajlarda, e-postalarda ve sosyal medya platformlarında görünebilen popüler dijital piktogramlar akla gelmektedir (Stark ve Crawford, 2015). Özellikle bilgi teknolojilerinin gelişimi ile ortaya çıkan emojiler, SMS ve diğer bilgisayar aracılı metin tabanlı mesajlarda (örneğin sosyal medya kanalları aracılığıyla) bilgi iletmek ve duyguları ifade etmek amacıyla daha fazla kullanılan araçlar haline gelmişlerdir. Örneğin pazarlama alanında farkındalık yaratmada, hedef kitlenin dikkatini çekmede ve çeşitli tanıtımlarda emojilerden yararlanıldığı görülmektedir (Leung ve Chan, 2017). Günümüzde bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, kişiler arası iletişim süreçlerinde meydana gelen değişimler ve duyguları ifade etmekte yaşanan sıkıntılar emoji kullanımını yaygınlaştırmaktadır (Gökaliler ve Saatçioğlu, 2016). Ayrıca, emojilerin kullanımının yaygınlaşmasının diğer gerekçeleri arasında, yeni iletişim kanallarının ortaya çıkması, akıllı telefonların artması ve internet erişiminin daha da kolaylaşması sayılabilir.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e-posta: mehmettuncer@aksaray.edu.tr

bir algı oluşturmada önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır.

Kaynakça

Abeysinghe, S., Manchanayake, I., Samarajeewa, C., Rathnayaka, P., Walpola, M. J., Nawaratne, R., ve Alahakoon, D. (2018). Enhancing Decision Making Capacity İn Tourism Domain Using Social Media Analytics. In 2018 18th International Conference On Advances İn ICT For Emerging Regions (Icter) (Pp. 369-375). IEEE.

Alabay, M. N. (2011). Sosyal Medyada Tüketiciler ve Pazar Bölümleme Uygulamaları. İNETD 16. Türkiye'de İnternet Konferansı.

Aktan, E. ve Koçyiğit, M. (2016). Sosyal Medya'nın Turizm Faaliyetlerindeki Rolü Üzerine Teorik Bir İnceleme, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 62-73.

Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 1(7), 22-29.

Çakın, Ö. (2018). Transmedya Öykü Anlatımı Bağlamında Instagram Hikâyeleri, Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikayeciliği, Ed: Ercan Aktan, Konya, Literatürk Academia, s.49-68.

Çeken, B., Arslan, A. A., ve Tuğrul, D. (2017). İletişimde Emojilerin Kullanımı Ve İncelenmesi. 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6(16), 91-106.

Eröz, S. S. ve Doğdubay, M. (2012). Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü Ve Etik İlişkisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *27*(1), 133-157.

Gökaliler, E. ve Saatçioğlu, E. (2016). Bir Reklam Unsuru Olarak Emoji Kullanımı: Emoji İçerikli Reklamlara Yönelik Tutum Araştırması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 19(2), 63-91.

İlban, M. O. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı Ve Seyahat Acentelerinde Bir Araştırma. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Jaakonmäki, R., Müller, O. ve Vom Brocke, J. (2017). The İmpact Of Content, Context, And Creator On User Engagement İn Social Media Marketing. In Proceedings Of The 50th Hawaii İnternational Conference On System Sciences.

Leung, C. H. ve Chan, W. T. Y. (2017). Using Emoji Effectively in Marketing: An Empirical Study, Journal of Digital & Social Media Marketing, 5(1), 76-95.

Nizam, F. ve Öztürk Salğar, N. (2018). Yeni medyada tek tıkla şöhret üretimi: internet videolarıyla gelen şöhret. 2. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı: Eğlence ve Ürün Yerleştirme İTÜ Sempozyum Bildiri Kitabı.

Örs, M. (2018). İnternet Fenomenlerini Neden Takip Ediyoruz? Tüketici-Fenomen İlişkisini Güçlendiren Nedenlerin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(4), 187-209.

Stankov, U. ve Filimonau, V. (2019). Reviving Calm Technology in the E-Tourism context. The Service Industries Journal, 39(5-6), 343-360.

Stark, L. ve Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication, Social Media+ Society, 1(2), 1-11.

Terkan, R. (2014). Sosyal Medya Ve Pazarlama: Tüketicide Kalite Yansıması, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 6(1).57-71.

Toksöz, L. ve Kahraman, C. (2017). Türk Üniversite Öğrencilerinin Emoji Algısı, Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 5(9), 247-256.

Tuncer, M. (2018). Alkatraz Turizm Destinasyonunun Transmedya Hikâyeciliği Açısından Değerlendirilmesi, Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği, Ed: Ercan Aktan, Konya Literatürk Academia. s.367-388.

Yakın, V. ve Eru, O. (2017). An Application To Determine The Efficacy Of Emoji Use On Social Marketing Ads, International Journal Of Social Sciences And Education Research, 3(1), 230-240.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

https://www.biletall.com/blog/turkiyenin-en-cok-takip-edilen-turk-gezginleri/ Erişim Tarihi 10.9.2019

https://www.instagram.com/yoldaolmak/ Erişim Tarihi 10/9/2019

https://www.instagram.com/rotasizseyyah/ Erişim Tarihi 10/9/2019

https://www.instagram.com/birhayalinpesinde/ Erişim Tarihi 10/9/2019

https://www.instagram.com/ayagimin_tozuyla/ Erişim Tarihi 10/9/2019

https://www.instagram.com/baska_turlu/ Erişim Tarihi 10/9/2019

Spor Gazetecilerinin Dijital Hisleri: Emojiler

Enes BALOĞLU[*]
Yavuz DEMİR[**]

"Spor sahasına atıldığımız vakit orayı nasıl ıssız,
kimsesiz bulduksa şimdi de aynı öyleyiz.
Kimsesiz, yalnızız."
27 Teşrin-i Evvel 1326 (9 Kasım 1910) Futbol Gazetesi.

Giriş

Osmanlı Devleti'nin Batılılaşma politikaları çerçevesinde ortaya çıkan ilk spor gazetesi Futbol, Türk spor basınının mihenk taşı sayılmaktadır (Çakır, 2008). 109 yıl önce ilgisizlikten kapanan Futbol gazetesinin muadilleri günümüzde çok farklı bir boyutta hizmet vermektedir. Ulusal ve yerel olmak üzere birçok spor gazetesi basılı olarak yayın hayatına devam etmesinin yanında bu gazetelerin hemen hemen hepsinin internet sitesi ve sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Her ne kadar Futbol gazetesi gibi günümüzde de basılı spor gazetelerine olan ilginin azaldığını söylemek mümkün olsa bile, bu durum spor gazete-

[*] Araştırma Görevlisi, Yozgat Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: enes.baloglu@yobu.edu.tr.
[**] Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: dmryavuz@gmail.com.

ter hesabı bulunmakta, en azından gelişmeleri takip etmek için bu platformu kullandığı söylenebilir.

Spor gazetecileri dijital dünyanın sunduğu olanaklardan yararlanmaya başlayarak yeri geldiğinde duygularını, yeri geldiğinde haberlerini iletirken emoji kullanmayı tercih etmektedir. Özellikle transfer günlerinde belirli emojilerin atıldığı görülmektedir. Bunun dışında milli maçlarda ülke bayraklarının emojilerini sıklıkla paylaşan spor gazetecileri, emoji kullanımına sıcak bakmaktadır. Bazı gazeteciler emoji kullanmazken bazıları da hislerinin bir aracı olarak kullanmakla birlikte karşı tarafın hislerini de harekete geçirecek tarzda emoji kullanmayı tercih etmektedir. Özellikle kadın spor gazetecilerinin emoji kullanımının daha duygusal emojilerden oluşması, cinsiyet farklılıklarının emoji kullanımına yansıdığını göstermektedir. Bu çalışmanın ilerleyen süreçlerde yaş, cinsiyet, çalışılan kurumun faaliyet gösterdiği alan, mesleki tecrübe, sosyal medya ağlarını kullanma sıklığı gibi değişkenler de göz önünde bulundurularak gerçekleştirilecek daha kapsamlı çalışmalara öncülük edeceği düşünülmektedir.

Kaynakça

Al-Azani, Sadam, El-Alfy, El-Sayed M. (2018), "Combining Emojis with Arabic Textual Features for Sentiment Classification", 9th International Conference on Information and Communication Systems (ICICS), 978-1-5386-4366-2/18/$31.00, p.139-144.

Alshenqeeti, H. (2016), "Are Emojis Creating a New or Old Visual Language for New Generations? A Socio-semiotic Study", Advances in Language and Literary Studies, Vol. 7 No. 6, p.56-69, Doi: 10.7575/aiac.alls.v.7n.6p.56

Atabeyoğlu, C. (1991). Türkiye'de Spor Yazarlığının 100. Yılı (1891-1991), İstanbul: Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları.

Atalay, A. (2004). Spor, Medya ve Serbest Zaman, İstanbul: Beta Yayıncılık

Barbieri, F., Ballesteros, M. and Saggion, H. (2017). "Are Emojis Predictable?" Proceedings of the 15th Conference of the European Chapter of the Asso-

ciation for Computational Linguistics: Volume 2, Short Papers. Valencia, Spain. 105-111.

Barbieri, F., Kruszewski, G., Ronzano, F. and Saggion, H. (2016). "How Cosmopolitan Are Emojis? Exploring Emojis Usage and Meaningover Different Languages with Distributional Semantics." Proceedings of the 2016 ACM on Multimedia Conference - MM '16. 531-535. October 15 - 19, 2016, Amsterdam, Netherlands.

Barbieri, F., Ronzano, F. and Saggion, H. (2016). "What Does This Emoji Mean? A Vector Space Skip-Gram Model for Twitter Emojis." Proceedings of the Tenth International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC'16). Portorož, Slovenia: 3967–3972. Publisher: European Language ResourcesAssociation (ELRA).

Bilginer Kucur, A. ve Bilginer Erdoğan, Ş. (2016), "Dijital Çağın Hiyeroglifleri: Emojiler", Tarih Okulu Dergisi (TOD), DOI No: http: //dx.doi.org/ 10.14225/Joh985, Yıl 9, Sayı XXVII, ss. 589-599

Blagdon, J. (2013). ''How Emoji Conquered The Word'' The Verge, Vox Media htpp://www.theverge.com/2013. Erişim Tarihi: 30.10.2019.

Çakır, H. (2008). "Türk Basınında İlk Spor Gazetesi "Futbol", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı:26, s.169-196.

Danesi, M. (2017). The Semiotics Of Emoji. London: Bloomsbury Publishing.

Değirmencioğlu, G. (2016). "Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği", TRT Akademi, Cilt:1, Sayı:2, s. 590-606.

Dimson, T. (2015). "Emojineering Part 1: Machine Learning for Emoji Trends", Instagram Engineering Blog, https: //instagram-engineering.com/emojineering-part-1- machine-learning-for-emoji-trendsmachine-learning-for-emoji-trends-7f5f9cb979ad. Erişim Tarihi: 28. 10. 2019.

Dresner, E. and Herring, C. S. (2010). "Functions of the Nonverbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force" Communication Theory. 20: 249–268.

Graham, L. S. (2019). A Wink And A Nod: The Role Of Emojis İn Forming Digital Communities. Multilingua: Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication, Vol: 38 No: 4 pp. 377-400 Jul 2019

Hogenboom A., Bal, D., Frasincar, F., Bal M., de Jong F. and Kaymak U. (2013). "Exploiting emoticons in sentiment analysis. In: Proc." 28th Annual ACM Symposium on Applied Computing. ACM; 2013. p. 703–710.

Hsieh, S. H. and Tseng, T. H. (2015), "The Effects of Emoticons and Text- Messaging on Social Interaction: Playfulness in Mobile Instant Messaging", Association for Information Systems, Proceedings Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS), pp.1-10.

Karasar, N. (1998). Bilimsel Araştırma Yöntemi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kıyan, Z. ve Törenli, N. (2018). "Sosyal Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye'deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme", Gaziantep University Journal of Social Sciences, Cilt:17, Sayı:1, s. 32-52.

Kurt, H. (2014). "Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya", Gaziantep University Journal of Social Sciences, Cilt:13, Sayı:4, s. 821-835.

Kürkçü Dumanlı, D. (2016). "Spor Haberciliği ve Twitter: Ulusal Spor Gazeteleri Üzerine Bir Araştırma", İnet-Tr'16, XXI. Türkiye'de İnternet Konferansı, 3-5 Kasım 2016, Ted Üniversitesi, Ankara.

Ljubešić, N. and Fišer, D. (2016). "A Global Analysis of Emoji Usage", The 54th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, Proceedings of the 10thWeb as Corpus Workshop (WAC-X) and the Empiri ST Shared Task, Berlin Germany, ISBN 978-1-945626-15-9, pp. 82-89

Meng, M. D. and Trudel, R. (2017). "Using Emoticons to Encourage Students to Recycle", The Journal of Environmental Education, 48,(3):196–204.

Negishi, M. (2014). Meet Shigetaka Kurita, the Father of Emoji. Wall Street Journal.
Retrievedfromhttp://blogs.wsj.com/japanrealtime/2014/03/26/meet-shigetaka-kurita-the-father-of-emoji/ Erişim tarihi: 22.10.2019

Novak, K. P., Smailovic, J., Sluban, B. and Mozetic, I. (2015). ''Sentiment of Emojis'' Plos ONE 10 (12), 1-22.

Reed, S. J. (2011). Print Sports Journalists' use of Social Media and its Effect on Professionalism, The Faculty Of The Graduate School Of TheUniversity Of Minnesota.

Rezabek, L. and Cochenour, J. (1998). "Visual Cues in Computer-Mediated Communication: Supplementing Text with Emoticons" Journal of Visual Literacy. 18:2, 201-215.

Rodrigues, D., Prada M., Gaspar, R., Garrido M. V. and Lopes, D. (2017). Lisbon Emoji and Emoticon Database (LEED): Norms for Emoji and Emoticons in Seven Evaluative Dimensions. Behavior Research Methods- Springer, DOI 10.3758/s13428-017-0878-6

Shiha, M. O. and Ayvaz, S. (2017). "The Effects of Emoji in Sentiment Analysis", International Journal of Computer Electrical Engineering, Volume 9, Number 1, pp. 360-369

Skiba, D. J. (2016). Face with Tears of Joy Is Word of the Year: Are Emoji a Sign of Things to Come in Health Care?. Nursing Education Perspectives, 37(1): 56-57.

Skovholt, K., Grønning, A. and Kankaanranta, A. (2014). "The Communicative Functions of Emoticons in Workplace E-Mails: :-)" Journal of Computer-Mediated Communication. 19: 780–797.

Stark, L., and Crawford, K. (2015). "The Conservatism of Emoji: Work, Affect, andCommunication", Social Media + Society, July-December: 1–11.

Steen, R. (2015). Sports Journalism: A Multimedia Primer, Second Edition, Routledge.

Sternbergh, A. (2014, November 16). Smile, You're Speaking Emoji: The Rapid Evolution of a Word Lesstongue. In New York Magazine. Retrieved from:

http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/11/emojis-rapid-evolution.html# Erişim tarihi: 20.10.2019

Taşkıran, İ., ve Kırık, A. M. (2016). "Gazetecilerin Sosyal Medyayı Haber Kaynağı Olarak Kullanımı: Medya Profesyonellerinin Bakış Açılarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma", Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences, Cilt:3, Sayı:1, s. 213-241.

Tauch, C. ve Kanjo, E. (2016). "Theroles of Emojis in Mobile Phone Notifications" Proceedings of the 2016 ACM International Joint Conference On Pervasiveand Ubiquitous Computing Adjunct-UbiComp'16. September 12-16, 2016, Heidelberg, Germany. 1560-1565.

Ye T., Thiago G., Giulio D., Emilia M. and Chao S. (2017). "Facebook Sentiment: Reactions and Emojis" Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Processing for SocialMedia, pages 11–16, Valencia, Spain, April 3-7, 2017.

Ünal, R. (2017). "Yeni Medyada Yeni Habercilik ve İş Modeli Arayışları: Medyascope Örneği", Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı:26, s. 83-107.

Wasserstein, F. (2017). "Sports Journalism in the Age of Social Media", Retrived from: http://thecircular.org/sports-journalism-age-social-media/, Erişim Tarihi, 25 Ekim 2019.

Yurdigül, Y. ve Zinderen, İ. E. (2012). "Yeni Medyada Haber Dili (Ayşe Paşalı Olayı Üzerinden Geleneksel Medya ve İnternet Haberciliği Karşılaştırması)", The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, Cilt:2, Sayı:3, s. 81-91.

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019, Erişim Tarihi: 18 Ekim 2019.

https://dokuz8haber.net/medya/reuters-enstitusu-dijital-habercilik-raporu-2019-yayinlandi/, Erişim Tarihi: 20 Ekim 2019.

http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/sosyal-medya-haberciligi-degistirdi, Erişim Tarihi: 22 Ekim 2019.

https://asgharalimubarakblog.wordpress.com/2017/09/10/social-media-quick-source-of-information-in-sports-journalism/, Erişim Tarihi: 20 Ekim 2019.

https://webrazzi.com/2018/06/01/facebook-haber-dogrulama-surecinde-teyit-org-ile-isbirligi-yapacak/, Erişim Tarihi: 20 Ekim 2019.

DİJİTAL GAZETECİLİK VE İLETİŞİM

Editörler:
Dr. Mustafa İŞLİYEN
Dr. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN

LİTERATÜRK academia

Kâğıttan Dijitale Yeni Gazetecilik

Semanur SİVRİTEPE[*]
Hülya Anakız ERTÜRK[**]

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, medyayı doğrudan etkilemiş, bu konu hem sektörde hem de akademik çevrede en çok tartışılan konulardan biri olmuştur ve "yeni medya, geleneksel medyanın yerini mi alacak" sorusu hakkında çok sayıda komplo teorileri üretilmiştir. Gazetecilik de bundan payını almış ve "yazılı gazetecilik bitecek mi" sorusu son on beş yılın, en çok tartışılan konularından biri olmuştur. Geleneksel gazetecilik, internet gazeteciliği karşısında yaygınlığını yitirip, tirajlarında düşüş yaşasa da, dijital ile bütünleşmiş ve geleneksel gazetecilik anlayışı ortadan kalkmamıştır (Kuyucu, 2018: 51). Ancak basılı gazeteden, internet gazetelerine doğru önemli bir eğilimin varlığı şüphe götürmez bir gerçektir.

Yirminci yüzyılın sonunda yaşanan gelişmeler insan hayatını sadece tek bir konuda değil bütünüyle değiştirmiş; meslekler, yaşam biçimi, bilim, sanat ve diğer tüm alanlar yeni teknolojilerle farklılaşmıştır. Gazetecilik mesleği de yeni teknolojiler ile hızla değişmeye başlamıştır. Az sayıda kişinin gazeteci ol-

[*] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü e-posta: semanursivritepe58@hotmail.com
[**] Arş. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü e-posta: hulyaerturk@ohu.edu.tr

Kaynakça

Ayten, A. (2014). "Yöndeşme ve Gazetecilik", Yeni Medya Üzerine: Yeni İletişim Teknolojileri, Der: Müge Demir, Konya: Literatürk, ss. 93-120.

Binark, M. (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu", Yeni Medya Çalışmaları, Der: Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, ss. 21-45.

Birsen, H. (2005). "İşgören Niteliği ve Üretim Süreci Açısından Haber Sitelerinin Basın Etiği Kurallarını Uygulayabilme Yeterliliği: Türkiye'de İnternet Üzerinden Yayınlanan Haber Sitelerinin Editörleriyle Bir Anket Çalışması", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çakır, H. (2007). "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği". Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1 Sayı: 22, ss. 123-149.

Çakır, H. (2008). Gazeteciliğe Giriş, Konya: Tablet Yayınları.

Çambay, S. (2016). "Yeni Medyada Etik Sorumluluk Gazetecilik: Hak Haberciliği", Medya Etik, Bursa: Sentez Yayıncılık, ss. 105-124.

Demirel, S. D. (2018). "Dijital Medyada Haber Üretim Sürecinde Okuyucu Odaklılık". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 11, Sayı 55, ss. 824-831.

Demir, M. (2010). "İnternet Gazeteciliğinde İnanırlık, Etik ve Güvenilirlik", Geleceğin Gazeteciliği, Ed: Nilüfer Pembecioğlu, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Flavian, C. ve Gurrea, R. (2016). "Dijital Gazeteleri Seçmek – Okuyucu Amaçlarının ve Kullanıcı Deneyimlerinin Etkisi", Çev: Feyyaz Fırat, Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Ed: Himmet Hülür, Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 417 -438.

Foust, J. C. (2005). Online Journalism, Principles And Practices Of News For The Web, Arizona: Holcomb Hathaway.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, İstanbul: Ütopya Yayınevi.

Geray, H. ve Aydoğan, A. (2010). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik", Televizyon Haberciliğinde Etik, Ed: Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Ferza Matbaacılık, ss. 305-322.

Gezgin, S. (2002). "Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği", İnternet Çağında Gazetecilik, Ed: Serhan Yegin ve Haşim Akman, İstanbul: Metis Yayınları, ss. 29-36.

Gürcan, H. İ. (1999). Sanal Gazetecilik, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Yayınları.

Halıcı, N. (2005). "Online Gazetecilik", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der: Sevda Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, ss. 155-171.

Hermida, A. ve Neil T. (2008). "A Clash of Cultures: The Integration of User-Generated Content within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites", Journalism Practice, Cilt: 2, Sayı: 3, ss. 343-356.

Hülür, H. ve Yaşın, C. (2017). "Yeni Medya ve Gazeteciliğin Geleceğini Çerçevelemek", Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği, Ed: Himmet Hülür, Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 9-38.

İrvan, S. (15. 03. 2019). Blogspot,https://suleymanirvan.blogspot.com/2018/08/tik-haberciligi.html(19.03:2019)

Kara, H. (2002). "İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar", İnternet Çağında Gazetecilik, Haz: S. Yedig ve H. Akman, Ankara: Metis Yayınları, 37-45.

Kara, H. (2005). "Bilgisayar / İnternet Teknolojisi ve Değişen Gazetecilik", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Ed: Sevda Alankuş, İstanbul : İletişim Vakfı Yayınları, ss. 97 – 139.

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta Yayınları.

Karakaş, R. (2002). "Hürriyet Deneyimi", İnternet Çağında Gazetecilik, Ed: Serhan Yediğ ve Haşim Akman, İstanbul: Metis Yayınları, ss. 76-78.

Kuyucu, M. (Micheal) (2018)."Mobil Medya Ekseninde Geleneksel Haber Okurunun Yeni Nesil Haber Okuruna Dönüşümü", 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı, İstanbul, ss. 151-163.

Murzakulova, G. (2008). Farklı Toplumlarda İnternet Gazeteciliği: Rusya ve Türkiye İnternet Gazetelerinin Karşılaştırmalı Çözümlenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.

Küng, L., Kröll, Anna-M., Ripken, B. and Walker, M. (1999). "Impact of The Digital Revolution on The Media and Communications Industries", Javnost - The Public, Cilt: 6, Sayı:3, ss. 29-48.

Murzakulova, G. (2008). "Farklı Toplumlarda İnternet Gazeteciliğinin Karşılaştırmalı Çözümlenmesi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Örs, F. (2016). "Medya Etiğine Küresel Bakış: Sorunlar, Düzenlemeler ve İlkeler", Medya Etik, Ed: Ferlal Örs, Bursa: Sentez Yayınları, ss. 171-184.

Özçağlayan, M. (1998). Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim, İstanbul: Alfa Yayınları.

Pavlik, J. V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çev: Müge Demir, Berrin Kalsın, Ankara: Phonenix Yayınevi.

Sayımer, İ. (2014). Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar, Konya: Literatürk Yayınları.

Scolari, C. A. (2009). "Mapping Conversations about New Media: The Theoretical Field of Digital Communication", New Media &Society, Cilt: 11, Sayı: 6, ss: 943-964.

Sütçü, C. S., Akyazı, E. ve Dilmen, N. E. (2006). "Teknolojik Değişim ve Dönüşümlerin Gazetecilik Üzerindeki Etkilerinin Tarihsel Süreçte Değerlendirilmesi", Medyada Olmayanlar: Medya Eleştirileri, Ed: Can Bilgili, İstanbul: Beta Yayınları, ss. 293-329.

Tokgöz, O. (2013). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Yayınevi.

Toruk, İ. (2008). Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik: Türkiye'de Haber Siteleri, İstanbul: Literatürk Yayınları.

Tosun, G. ve Kurt, H. (2016). Değişen Dünyada Gazetecilik, Ankara: Orion Kitabevi.

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Trench, B. (2003). "New RolesforUsers in Online News Media? Exploring the Application of Interactivity through European Case Studies",The European Information Society: A Reality Check, Der: Jan Servaes, Bristol: Intellect, 205-223.

Yıldırım, B. (2010). "Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik",Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt:6, Sayı: 2, ss:230-253.

Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2001). Habercinin El Rehberi: Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Gelişen İletişim Teknolojileri ve Haber Toplama

Fatma NİSAN[*]

Giriş

İlk insandan başlayıp günümüze doğru gelindiğinde dünya gelişim ve ilerleme tarihinin ciddi bir evrim geçirdiği görülmektedir. Sözlü iletişimin olmadığı dönemlerde beden dili hareketleri ve mağara duvarlarındaki çizimlerle sağlanan iletişim aşamasından sonra sözün bulunması ve akabinde onun da yetersiz bulunarak yazının keşfiyle yazılı kültür devrine geçildiğini kitaplar yazmaktadır. Yazının keşfi yeni ihtiyaçları beraberinde getirmiş ve bilgiye erişimin herkesin hakkı olduğunun en net göstergesi olarak matbaanın icadını zorunlu kılmıştır. Matbaanın icadıyla okuma ve bilgiye erişim hakkı tüm kitlelere sağlanmış ve bu durum yeni bir aydınlanma çağını doğurmuştur. Dolayısıyla matbaanın seri üretimi sayesinde kitlelerin okumaya başlamaları ve basmakalıp öğretilerin ötesine geçip karanlık dönemden çıkıp aydınlanmaları Reform, Rönesans, Fransız İhtilali gibi dünyanın dengesini ciddi manada sarsacak olan gelişmelerin hayat bulmasına neden olmuştur.

Tüm bu gelişmelerin kökenine bakıldığında, bunların iletişim ve haberleşme ihtiyacından ortaya çıktığını söylemek hiç de yanıltıcı olmayacaktır. Öncesinde görsel iletişim sonrasında sözlü iletişim ve daha sonrasında yazılı iletişim derken işin içerisine iletişim teknolojileri girmeye başlamıştır. Matbaanın yazı

[*] Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: fatma.nisan@inonu.edu.tr

İster geleneksel gazetecilik olsun ister iletişim teknolojilerinin ortaya koymuş olduğu yeni medya gazeteciliği ve türevleri olsun hepsinin ortak amacı meydana gelen olay ve gelişmeler hakkında kitleleri en doğru, nesnel ve hızlı şekilde bilgilendirmektir. Bu nedenle her gazetecilik türünün ortak amacı halkın gündemini oluşturmak ve bilgilendirmektir. Dolayısıyla iletişim teknolojilerindeki gelişmeler de gündemi oluşturma, halkın bilgilenmesini sağlama ve denetleme, eleştirme gibi işlevleri en etkili ve hızlı bir şekilde yerine getirilmesi noktasında gazetecilik mesleğine destek olmakta, kolaylık sağlamaktadır. İletişim çağında iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bununla sınırlı kalmayacağı ve iletişimi çok daha ileriye taşıyacağı aşikâr görülmektedir.

Kaynakça

Acharya, U. vd. (2012). "National Survey on Nepali Journalists", http://research.butmedia.org/wpcontent/uploads/2012/06/Journalist_Social_Media_CMR_Nepal.pdf, (Erişim, 18.01.2019).

Akçalı, S. (2002). Türkiye'de Araştırmacı Gazetecilik, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Alankuş, S. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Alankuş, S. (2009). "Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik, Yurttaş Gazeteciliği, Barış Gazeteciliği", Der: S. Alankuş, Gazeteciliğe Başlarken, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Albert, M. (2006). Alternatif Medyayı Alternatif Kılan Nedir?, Çev. Taylan Doğan, İstanbul: BGST Yayınları.

Alioğlu, N. (2013). "Genel İletişim, Sosyal Medya ve Sanat Pazarı", Sosyal Medya, Ed: A. Büyükaslan ve A. M. Kınık, Konya: Çizgi Kitapevi.

Altınbaş, F. (2014). "Sosyal Medyaya Genel Bir Bakış", Yeni Medya Üzerine 2, Ed: M. Demir, Konya: Literatürk Yayınevi.

Anadolu Ajansı (2018). Muhabir: Habercinin Temel Kitabı, İstanbul: Anadolu Ajansı Yayınları.

Appelgren, E. (2017). An Illusion of Interactivity, Journalism Practice, DOI: 10.1080/17512786.2017.1299032.

Appelgren, E. ve Gunnar, N. (2014). "Data Journalism in Sweden", Digital Journalism, 2(3), 394- 405.

Aslan, A.; Bayrakçı, S. ve Küçükvardar, M. (2016). "Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği", Marmara İletişim Dergisi, 26, 55-70.

Aslan, K. (2002). Haberin Yol Haritası, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Atabek, Ü. (2001). İletişim ve Teknoloji, Ankara: Seçkin Yayınları.

Aydoğan, D. (2013). "Türkiye'de Dijital Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği", The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, July, 3(3), 26-40.

Baack, S. (2013). "A New Style of News Re-Porting: Wikileaks and Data-Driven Journalism", Ed: Bonni Ram-batan, Published in: Cyborg Sub-jects: Discourses on Digital Culture.

Bulut, E. (2014). "Pazarlama İletişiminde Yeni Yaklaşımlar Kapsamında Sosyal Medya Uygulamaları", Yeni Medya Pratikler, Olanaklar, Ed: E. Baştürk Akca, İstanbul: Umuttepe Yayınları.

Cameron, C. (2008). "Mobile Journalism: A Snapshot of Current Research And Practice", Technology, Education and Ethics Conference.

Cangöz, İ. (2003). "Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın", Gazetecilik ve Habercilik, Ed: S. Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Cavalier, J. J. (2004). Dünden Bugüne Medya ve İletişim Teknolojileri, Çev: M. Çamdereli, İstanbul: Salyangoz Yayınları.

Coddington, M. (2015). "Clarifying Journalisms Quantitative Turn", Digital Journalism, 3(3), 331-348.

Çakır, H. (2007). "Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği", Erciyes Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22, 123-149

Çelik, H. (2016). "Yeni İletişim Teknolojilerinin Üretim Biçimlerinin Değişimine Katkısı: Geleneksel Gazeteler ve Internet Haber Siteleri", İstanbul Arel Üniversitesi Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (EYSAD), 1(2), 11-19.

Çığ, Ü. ve Çığ Çakıroğlu, E. (2011). "Haber endüstrisi ve Gazetecilik Etiği", İş Ahlakı Dergisi, 4(8), 25-60.

Çoban, S. (2006). "İletişim Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Haberciliğinin Güvenilirliğine İlişkin Tutumları: İstanbul, Ankara ve İzmir İllerini Kapsayan Bir Uygulama Örneği", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dağ, P. (2017). "Küresel Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği", Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Ed: B. Kalsın, Ankara: Gece Kitaplığı, 279-332.

Dağtaş, E. (2007). "Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınında Online (Çevrimiçi) Bir Örnek: Midas Gazetesi", Yeni Medya Çalışmaları, Der: M. Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.

Devran, Y. ve Özcan, Ö. F. (2017). "Habercilikte Hegemonya Mücadelesi: Yurttaş Gazeteciliği: Fırsat mı Tehdit mi?", Global Media Journal, 7(14), 150-173.

Dilmen, N. E. (2005). "Yönetenler Açısından Türkiye'deki İnternet Gazeteleri ve Haber Portalları Üzerine Değerlendirme", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 22, 96-113.

Dumanlı Kürkçü, D. (2018). "Veri Gazeteciliği: Gazeteciliğin Ve Gazetecilerin Geleceği", Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi (e-Kurgu), 26 (3), 101-116.

Duran, R. (2003). Yurttaş Gazeteciliği, Gazetecilik ve Habercilik, Ed. S. Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Durgeç Aydoğan, P. (2017). "Alternatif Bir Medya Alanı Olarak Yurttaş Gazeteciliği", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(50), 705-711.

Erkmen, Ö. (2018). "Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri Gazeteciliği Demokrasi, Katılım ve Gazeteciliğe Dair Anlayışımızı Nasıl Dönüştürebilir?", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (30), 322-344.

Geray, H. ve Aydoğan, A. (2009). Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ed: B. Çaplı ve H. Tuncel, Ankara: Fersa Matbaacılık.

Girgin, A. (2002). Haber Yazmak, İstanbul: Der Yayınları.

Gündüz, U. ve Pembecioğlu, N. (2013). "Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya", Yeni Medya Üzerine, Ed: M. Demir, Konya: Literatürk Yayınevi.

Gürcan, H. İ. (1999). Sanal Gazetecilik, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Güz, N.; Yegen, C. ve Yanık, H. (2017). "Haber ve Bilgi Alma Aracı Olarak Yeni Medya: Muş İli Örneği", International Journal of Social Sciences and Education Research, 3(4), 1404- 1417.

Hail, J. (2001). Online Journalism: A Critical Primer, London: Pluto Press.

İçel, K. (1983). Devletle Basın Arasındaki İlişkiler, İstanbul: Hürriyet Vakfı Eğitim Yayınları.

Kalsın, B. (2016). "Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği", The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS), (42), 75-94.

Kalsın, B. (2017). "Robot Gazeteciliğinin Yükselişi: Haber Odalarının Yeni Çalışanları", Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Ed: B. Kalsın, Ankara: Gece Kitaplığı, 21-48.

Kara, H. (2005). "Bilgisayar/ İnternet Teknolojisi ve Değişen Teknoloji", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der: S. Alankuş, 2. Baskı, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 97-139.

Karaduman, M. (2005). "İnternet ve Gazetecilik", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der: S. Alankuş, 2. Baskı, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 141-153.

Karaküçük, S., Yenel, F. ve Yaman, M. (1996). "Sporun Topluma Yaygınlaştırılması Bakımından Televizyon Programlarının Etkinliği", Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 3, 44-56.

Karaman, M. ve Önder, M. (2017). "Yurttaş Gazeteciliğinin Ana Akım Medyaya Etkisi: Whatsapp İhbar Hatları Örneği", Erciyes İletişim Dergisi Akademia, 5(2), 164-180.

Kavaklı, N. (2018). "Drone'ların Gazetecilikte Kullanımı: Drone Haberciliğinin Olanakları, Zorlukları ve Sınırları", Erciyes İletişim Dergisi Akademia, 5(3), 160-172.

Kurt, H. (2014). "Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya", Gaziantep University Journal of Social Sciences, 13 (4), 821-835.

Kutlu, T. Ö. ve Bekiroğlu, O. (2010). "Türkiye'de Yurttaş Gazeteciliği Bağlamında İnternet Haberciliği: Bianet Örneğinde Kentsel Dönüşüm Projesiyle İlgili Haberlerin Analizi", Selçuk İletişim Dergisi, 6(2), 254-269.

Kuyucu, M. (2018). "Mobil Medya ve Gazetecilik: Mobil Medya Ekseninde Geleneksel Haber Okurunun Yeni Nesil Haber Okuruna Dönüşümü", 1. Uluslararası Eğitim ve Sosyal Bilimlerde Yeni Ufuklar Kongresi Bildiriler Kitabı, 151-163.

Lauk, E.; Uskali, T.; Kuutti, H. and Hirvinen, H. (2016). "Drone Journalism: The Newest Global Test of Press Freedom", ResearchGate, 1-14.

Martyn, P. H. (2009). "The Mojo in the Third Millennium", Journalism Practice, 3, 196–215.

Milburn, M. A. (1998). Kamuoyu ve Siyaset, Çev: A. Dönmez ve V. Duyan, Ankara: İmge Kitabevi Yayını.

Narin, B. (2015). "Mobil Telefonlar ve Gazetecilik: Mobil Haber Üretimi ve Habere Mobilden Erişim", 20. Türkiye İnternet Konferansı, 1-3 Aralık 2015, İstanbul Üniversitesi.

Narin, B. (2017). "Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik", Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi, 27, 79-108.

Ntalakas, A.; Dimoulas, C.; Kallırıs, G. and Veglis, A. (2017). "Drone Journalism: Generating Immersive Experıences", Journal of Media Critiques, 3(11), 187-199.

Odabaşı, H. F. (2002). İnternet ve Çocuk, İstanbul: Kapital Medya A.Ş.

Okkay, İ. (2017). "Geleneksel Habercilikten İnternet Haberciliğine Geçiş Sürecinde Ortaya Çıkan Etik Sorunlar", Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği, Ed: B. Kalsın, Ankara: Gece Kitaplığı, 177-204.

Ong, W. J. (1999). Sözlü ve Yazılı Kültür, Çev: S. Postacıoğlu Banon, İstanbul: Metis Yayınları.

Önemli, S. (2016). "Robot gazetecilik medyayı nasıl değiştirecek?", https://mediatrend.mediamarkt.com.tr/robot-gazetecilik-medyayi-nasil-degistirecek, (Erişim Tarihi: 30.01.2019).

Öymen, E. E. (2012). "Robot gazetecilik", https://www.dunya.com/koseyazisi/robot-gazetecilik/13454, (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

Özel, S. (2013). "İletişimde Mobilizasyon ve Mobil Hayatın Bilimsel Çalışmalardaki İnşası", Yeni Medya Üzerine Yeni İletişim Teknolojileri, Ed: M. Demir, Konya: Literatürk Yayınları.

Özyal, B. ve Tosun, G.E. (2017) "Dijital Gazeteciliğin Gelişen Bir Formu Olarak Mobil Gazetecilik", Akdeniz Üniversitesi İletişim Dergisi, 28, 60-81.

Paraise, S. ve Dagiral, E. (2012). "Data-driven Journalism and the Public Good: 'Computer-Assistedreporters' and 'Programmer-Journalists' in Chicago", New Media Society, 1-19.

Pavlik, J. V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çev: M. Demir ve B. Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi.

Rigel, N. (2000). İleti Tasarımında Haber, İstanbul: Der Yayınları.

Rosen, J. (1998). "Imagining Public Journalism", Assessing Public Journalism, Lambeth, Edmund Ed: B. Philip, E. Meyer and E. Thorson, Colombia and London: Universiy of Missouri Press.

Schlapp, H. (2000). Gazeteciliğe Giriş: Mesleğe Yönelik Ders Kitabı, Çev: Işık Aygün, İstanbul: Konrad Adenauer Vakfı.

Schudson, M. (1998). "The Public Journalism Movement and Its Problems", The Politics of News The News of Politics, Ed: D. Graber, D. McQuail ve P. Norris, USA: Congressional Quarterly Inc.

Schulze, T. (2015). Data Journalism, Millennials & Social Networks: What Does Data Journalism Mean For Journalists? And How It can Affect the Millennials?, Berlin: Universidade Fernando Pessoa.

Scolari, C. A; Aguado, J. M. and Feijóo, C. (2012). "Mobile Media: Towards a Definition and Taxonomy of Contents and Applications", iJIM, 6(2), 29-38.

Taşkıran, İ. ve Kırık, A. M. (2016). "Gazetecilerin Sosyal Medyayı Haber Kaynağı Olarak Kullanımı: Medya Profesyonellerinin Bakış Açılarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma", Intermedia International e-Journal, 3(1), 213-241.

Thurman, N.; Doerr, K. ve Kunert, J. (2017). "When Reporters Get Hand-On With Robo-Writing: Professionals Consider Automated Journalism's Capabilities and Consequences", Digital Journalism, 1-20.

Tokgöz, O. (2012). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Kitabevi.

Törenli, N. (2005). Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Tuncel, S. H. (2005). "Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya", Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya, Der: S. Alankuş, 2. Baskı, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 91-96.

Uskali, T. ve Kuutti, H. (2015). "Models and Streams of Data Journalism", The Journal of Media Innovations, 2(1), 77-88.

Usluata, A. (1997). İletişim, İstanbul: İletişim Yayınları.

Westlund, O. (2013). "Mobile News", Digital Journalism, 1(1), 6-26.

Widmann, J. (2002). "Almanya'dan Bir Örnek", İnternet Çağında Gazetecilik, Ed: S. Yedik ve H. Akman, İstanbul: Siyah Beyaz Yayınları, 87-94.

Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2001). Habercinin El Rehberi: Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yüksel, O. (2014). İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı, Ankara: Sinemis Yayınları.

Veri Gazeteciliği

Eylem ŞENTÜRK KARA[*]

Giriş

20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan internet günümüzde insan hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bilişim alanındaki gelişmeler ve internetin yaygınlaşması neticesinde yeni iletişim ortamları ortaya çıkmıştır. Bu yeni iletişim ortamları geleneksel medyadan yeni medyaya doğru bir dönüşüme neden olmuştur. Web sitesi, blog, form, e-posta, sosyal medya, multimedya gibi dijital platformların ortaya çıkmasıyla beraber yeni medya denilen bir kavram hayatımıza girmiştir. Geleneksel medya olarak nitelendirilen gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarında tek yönlü bir şekilde gerçekleşen iletişim yeni medya ile beraber çift yönlü bir hale gelmiştir. Bu çift yönlülük sayesinde hedef kitle konumundaki kişiler kaynak konumuna geçebilmektedir (Kırık, 2013: 73-74). Günümüzde insanlar bir yandan yeni medya sayesinde bilgilere daha kısa süre içerisinde ulaşmakta diğer yandan haberlerle ilgili yorumlar yapabilmektedir.

Yeni iletişim ortamlarının aktif bir şekilde kullanılmasıyla beraber insanların buralarda bıraktıkları video, fotoğraf, enformasyon gibi pek çok veri, yığınlar haline dönüşmektedir. Bu veri yığınlarının ortaya çıkmasıyla beraber habercilik anlayışı değişmiş, gazetecilerin habere veri toplamak amacıyla yaptıkları işlemler farklılaşmaya başlamıştır. Zira gazeteciler, araştırma-

[*] Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: eylem.kara@inonu.edu.tr

kâyeleştirilmesi süreci neticesinde verilerden haber türetebilmesi için teknolojiye hâkim olmaları ve yenilikleri takip etmeleri büyük bir önem arz etmektedir. Bu durum haber merkezlerinde kod bilen, veri setlerini analiz edebilecek düzeyde elektronik tablo yapabilen, yazılım, programlama konusunda bilgi sahibi olan temel istatistikten anlayan veri bilimciliği konusunda yetkin kişilerin istihdam edilmesini zorunlu bir hale gelmiştir.

Kaynakça

Akademikmecmua.com (2019). SPSS'e benzer alternatif programlar nelerdir?, https://www.akademikmecmua.com/forum/spsse-benzer-alternatif-programlar-nelerdir/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Appelgren, E. ve Nygren, G. (2014). "Data Journalism in Sweden. Introducing new methods and genres of journalism into "old" organizations", Digital Journalism, Cilt: 2, Sayı: 3, 394-405.

Aslan, A., Bayrakçı, S. ve Küçükvardar, M. (2016). "Bilişim Çağında Geleneksel Gazeteciliğin Dönüşümü: Veri Gazeteciliği", Marmara İletişim Dergisi, Sayı:26, 55-70.

Atalay, G. E. (2018). "Enformasyon Anarşisi ve Gazeteciliğin Dönüşümü: Panama Belgeleri", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), Cilt: 5, Sayı:5, 143-157.

Baack, S. (2011). A new style of news reporting: Wikileaks and data-driven journalism. Cyborg Subjects, 1-10. https:// nbn-resolving.org/ urn:nbn:de:0168-ssoar-400253 113-122, (Erişim Tarihi: 12.11.2018).

Batsell, J. (2015). Data Is News Data-driven projects and newsbased games should be presented as journalism, not frilly add-ons, Niman Reports Online Book, https://niemanreports.org/articles/for-online-publications-data-is-news/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Bayraktar, G. (2017). Türkiye'de Veri Gazeteciliği: Medya Profesyonellerinin Veri Gazeteciliği Algısı Üzerine Bir Araştırma, https://www. voyd.org.tr/ tr/blog/204/turkiyede-veri-gazeteciligimedya-profesyonellerinin-veri-gazeteciligi-algisi-uzerine-bir-arastirma, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Belgeler.yazbel.com (2017). Beautiful Soup Belgeleri, https://belgeler.yazbel.com/python/beautiful-soup/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

BBC (2015). HSBC'nin gizli İsviçre hesapları: Listede Türkiye de var, https://www.bbc.com/turkce/ekonomi/2015/02/150209_hsbc_vergikacirma, (Erişim tarihi: 11.12. 2018).

BBC (2016). Panama Belgeleri: Mossack Fonseca çalışanı gözaltında, https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/06/160615_mossack_fonseca_gozalti, (Erişim Tarihi: 15.10.2018).

Bounegru, L. (2012). "Data Journalism Introduction" Data Journalism Handbook, 2012, http://www.datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction.html, (Erişim Tarihi: 15.10.2018).

Bradshaw, P. (2012). "Why is Data Journalism", Data Blog Data Handbook, London: The Guardian, http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_0.html, (Erişim Tarihi: 15.10.2018).

Bütün, M. F. (2019). Eğitimciler İçin 8 Harika İnfografik Hazırlama Aracı, https://egitimheryerde.net/egitimciler-icin-8-harika-infografik-hazirlama-araci/,(Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Çadırcı, A. (2019). Sublime Text, https://ahmetcadirci.com.tr/sublime-text-3/, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Dağ, P. (2014). Dünyada ve Türkiye'de Veri Gazeteciliği, https://www.academia.edu/8959292/D%C3%BCnyada_ve_T%C3%BCrkiyede_Veri_Gazetecili%C4%9Fi, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Dağ, P. (2015). "Gazeteciliğin Geleceği Veri Gazeteciliği", www.academia.edu/16286677, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Dağ, P. (2016). "Açık veri ve Açık Veri Gazeteciliği, Dünya Genelinde Veri Gazeteciliği Siteleri", http://www.verigazeteciligi.com/dunyagenelinde-verigazeteciligisiteleri/, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Data Journalism (2017). The Current State and Challenges Facing The Field Today, https://newslab.withgoogle.com/assets/docs/data-journalism-in-2017.pdf, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Datamarket.com.tr (2019). Datamarket hakkımızda http://www.datamarket.com.tr/hakkimizda/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Demirel, S. (2018). Tableau ile Veri Analizi ve Görselleştirme, https://www.newslabturkey.org/tableau-ile-veri-nasil-analiz-edilir-ve-gorsellestirilir/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Digitalage.com.tr (2017). Haber Doğrulama Sitelerinin Yükselişi ve Haber Doğrulama Araçları, https://digitalage.com.tr/haber-dogrulama-sitelerinin-yukselisi/, (Erişim Tarihi: 11.12.2018).

Digitalage.com.tr (2014). CNN Ve Twitter, Haberleri Gazetecilere Daha Hızlı Ulaştıracak, https://digitalage.com.tr/cnn-ve-twitterdan-gazetecilere-haberleri-daha-hizli-ulastiracak-bir-arac/, (Erişim Tarihi: 12.12.2018).

Dumanlı Kürkçü, D. (2018). Veri Gazeteciliği: Gazeteciliğin ve Gazetecilerin Geleceği, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 16. Communication in the Millennium Özel Sayısı, Cilt: 26, Sayı: 3, 101-116 http://ekurgu.anadolu.edu.tr/assets/upload/pdf/20181029062308_ekurgu.pdf. (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

Govcom.org (2018). Issue Crawler Related http://govcom.org./, (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

Gray, J., Bougnegru, L. ve Chambers, L. (2012). The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data To Improve The News. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Halıcı, N. (2010). Kendi Wikileaks'inizi Kurmak İçin 10 Ücretsiz Uygulama http://bianet.org/bianet/biamag/126386-kendi-wikileaksinizi-kurmak-icin-10-ucretsiz-uygulama, (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

Holovaty, A. (2006). A fundamental Way Newspaper Sites Need to Change, http://www.holovaty.com/writing/fundamental-change/, (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

İsimtescil.net (2019). Domain Whois Sorgulamahttps://www.isimtescil.net/Whois http://www.verigazeteciligi.com/zenodo-alaniniz-ile-ilgili-kullanilmis-verileri-bulmanizi-saglar/, (Erişim Tarihi: 10.09.2018).

Kayser-Brill, N., Valeeva, A. ve Radchenko, I. (2016). "Transformation of Communication Process: Data Journalism." XVI April International Academic Conference on Economic and Social Development, Vol. 3, 414–421.

Kırık, Ali Murat (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Sosyal Medya Araştırmaları 1 – Sosyalleşen Birey, Ed: Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Konya: Çizgi Kitabevi.

Lesage, F. ve Hackett, R. A. (2014). Between Objectivity and Openness—The Mediality of Data for Journalism. Media and Communication, Cilt:1, Sayı:1, 39–50.

Lorenz, M. (2012). "Why Journalists Should Use Data", Data Journalism Handbook, http://datajournalismhandbook.org/1.0/en/introduction_1.html, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Matzat, L. (2010). Weatherstations - Citizen-Apps, eParticipation and Data journalism. In: European Journalism Center: Data-driven journalism: What is there to learn? A paper on the datadriven journalism roundtable held in Amsterdam on 24 August 2010.

Milliyet (2010). Wikileaks Gazeteciliği Değiştiren Site, http://www.milliyet.com.tr/wikileaks--br--gazeteciligi-degistiren-site-gundem-1270029/, (Erişim Tarihi: 25.11.2018).

Murekkep.org (2009). TinEye Resim Arama ve Karşılaştırma Aracı Artık Herkese Açık https://www.murekkep.org/tineye-resim-arama-ve-karsilastirma-araci-artik-herkese-acik/, (Erişim Tarihi: 22.10.2018).

Mutlu, E. (2012). İletişim Sözlüğü, Ankara: Sofos Yayınları.

NTV (2016): Panama Belgeleri Nedir? Kirli Parayı Anlama Rehberi, http://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/panama-belgeleri-nedirkirli-parayi-anlama-rehberi,N8tfyV_t7kOip5j93JuG3g/MSI1xxIZ-Ei0eL_HNpK94w, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Onlinejournalismblog.com (2011). The inverted pyramid of data journalism,https://onlinejournalismblog.com/2011/07/07/the-inverted-pyramid-of-data journalism/, (Erişim Tarihi: 28.10.2018).

Resmi Gazete (2019). Resmi Gazete Ana Sayfası, http://www.resmigazete.gov.tr/default.aspx, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Rogers, S. (2013). History of Data Journalism at the Guardian, The Guardian, https://www.theguardian.com/news/datablog/video/2013/apr /04/history-of-data-journalism-video, (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Rogers, S. (2010). Data Journalism: How We Handled The Data, https://www.theguardian.com/news/datablog/2010/oct/23/wikileaks-iraq-data-journalism (Erişim Tarihi: 23.10.2018).

Rosenberg, D. (2013). Data Before the Fact Oregon, Text for American Historical Association.

Sankur, B. (2004). Bilişim Sözlüğü, İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Segel, E. ve Heer, J. (2010). Narrative Visualization: Telling Stories with Data, Journal IEEE Transactions.

Semalt.com (2017). Semalt: Verileri Çıkarmak İçin Korku Verici Web Kazıma Araçları https://semalt.com/qa/5739-web-sitesi-veri-kaziyici.htm, (Erişim Tarihi: 29.12.2018).

Tan, S. (2014). "Five Data Scraping Tools For Would-Be Data Journalists", http://knightlab.northwestern.edu/2014/03/20/five-data-scraping-tools-for-would-be-data-journalists/, (Erişim Tarihi: 29.12.2018).

Technopat.net (2016). Wolfram Alpha: Hesaplanabilir bilgi motoru, https://www.technopat.net/sosyal/konu/wolfram-alpha-hesaplanabilir-bilgi-motoru.389389/, (Erişim Tarihi: 27.12.2018).

Teknobilim.net (2015). Geofeedia Nedir? Konum Tabanlı Sosyal Medya Analizi http://www.teknobilim.net/geofeedia-nedir-konum-tabanli-sosyal-medya-analizi/, (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

TÜİK (2019). TÜİK Haber Bülteni: https://www.turkiye.gov.tr/tuik-haber-bulteni, (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2019a). Veri, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c643fbb4b5e94.58763511, (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2019b). Gazeteci, gazetecilik http://www.tdk.gov.tr /index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c643ff4134368.93928459, (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

Uskali, T. ve Kuutti, H. (2015). "Models and Streams of Data Journalism", The Journal of Media İnnovations, Cilt:2, Sayı:1, 77-88.

Ünen, H. C., Yılmaz, O. M., Güngör, O. (2013). "Özgür Harita: Openstreetmap",TMMOB Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi, Ankara, https://www.hkmo.org.tr/resimler/ekler/4598b54c43ab1d0_ek.pdf, (Erişim Tarihi: 08.01.2019).

Van Ham, F. (2010). "How to Use Data Visualization. Journalism Meets Data", Amsterdam, European Journalism Centre Conference.

Verigazeteciligi.com (2015): Veri gazetecisi olabilecekler için beş veri kazıma aracı http://www.verigazeteciligi.com/veri-gazetecisi-olabilecekler-icin-bes-veri-kazima-araci/ , (Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Verigazeteciligi.com (2016a). Açık Veri ve Veri Gazeteciliği Türkiye, http://www.verigazeteciligi.com/daginik-veri-temizleme/, (Erişim Tarihi: 10.10.2019).

Verigazeteciligi.com (2016b). Google haritaları eğitseli (Bölüm 1/5): Füzyon Tabloları nedir ve ne işe yarar? http://www.verigazeteciligi.com/google-haritalari-egitseli-bolum-15-fuzyon-tablolari-nedir-ve-ne-ise-yarar/, (Erişim Tarihi: 10.10.2019).

Verigazeteciligi.com (2017a). Veri Gazeteciliği'ni Geliştirmek İçin Haber Ajansları Ortak Site Kuruyor, http://www.verigazeteciligi.com/veri-gazeteciligini-gelistirmek-icin-haber-ajanslari-ortak-calisma-yurutecek/, (Erişim Tarihi: 10.11.2019).

Verigazeteciligi.com (2017b). İnceleme | infogr.am ile veri nasıl görselleştirilir?

http://www.verigazeteciligi.com/incelemeinfogr-am-ile-veri-nasil-gorsellestirilir/, (Erişim Tarihi: 10.011.2019).

Verigazeteciligi.com (2017c). Zenodo: Alanınız ile ilgili kullanılmış verileri bulmanızı sağlar

http://www.verigazeteciligi.com/zenodo-alaniniz-ile-ilgili-kullanilmis-verileri-bulmanizi-saglar/, (Erişim Tarihi: 12.11.2019).

Verigazeteciligi.com (2018). Academy.datawrapper: Daha iyi veri görselleştirme yapmayı sağlayan rehber, http://www.verigazeteciligi.com/academy-datawrapper-daha-iyi-veri-gorsellestirme-yapmanizi-saglayan-rehber/, (Erişim Tarihi: 10.12.2019).

Webrazzi.com 2017)1996'dan bugüne web sitelerini arşivleyen Wayback Machine, Chrome eklentisini yayınladı https://webrazzi.com/2017/01/13/1996dan-bugune-web-sitelerini-arsivleyen-wayback-machine-chrome-eklentisini-yayinladi/, (Erişim Tarihi: 11.12.2019).

Wordpress.com (2019). Gephi ile sosyal ağ analizi, https://saaacikders.wordpress.com/gephi-ile-sosyal-ag-analizi/, (Erişim Tarihi: 11.12.2019).

Ysk.gov.tr (2019). T.C. Yüksek Seçim Kurulu Ana Sayfa, http://www.ysk.gov.tr/tr/secim-arsivi/2612, (Erişim Tarihi: 11.12.2019).

Dijital Medyada Alternatif Habercilik: Podcast ve YouTube Örnekleri

Enes BALOĞLU[*]
Harun DAĞ[**]

Giriş

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren başlayan ticarileşme ve tekelleşme gibi nedenler geleneksel medyanın ana damar yaklaşımı benimseyenlerin savunduğu gibi yasama, yürütme ve yargı erklerini kamu yararı açısından denetleyen dördüncü erk olma durumunu kaybetmesine neden olmuştur. Bu bağlamda kamudan yana dördüncü bir güç olma özelliğini yitiren geleneksel medya, bizatihi kendi çıkarları doğrultusunda hareket eden ve holdingleşen medya patronlarının bir güç/iktidar merkezi haline dönüşmüştür. Bu durum sonucunda da medyada, çoğunlukla ekonomik ve politik güçlerin temsili ve sunumu ortaya çıkmaktadır. Bu durum aynı zamanda çok sesliliği engelleyerek söz konusu kesimlerin lehine işleyen tek sesli bir medya ortamına yol açmaktadır (Cangöz, 2005: 108). Bu yüzden yurttaş gazetecilerinin ve bağımsız gazetecilerin geliştirmiş olduğu pratikler, demokratik özgür bir medya ortamı için oldukça önemlidir.

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi geleneksel medya yapısının içinde bulunduğu duruma alternatif mecraların oluşma-

[*] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: enes.baloglu@selcuk.edu.tr
[**] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: harun.dag@selcuk.edu.tr

siyle birlikte gelişimini sürdürmektedir. İletişim teknolojisi demokratik bir medya ortamının inşasında yurttaş gazeteciliği ve bağımsız gazetecilik adına artı bir değer olarak yer almaktadır.

Kaynakça

"Zeyno Erkan Neden Susturuldu" https://www.demokrathaber.org/guncel/zeyno-erkan-neden-sustugunu-anlatti-h94053.html (Erişim Tarihi: 15.02.2019).

Aitamurto, T. (2015). "The Role of Crowdfunding as a Business Model in Journalism: A Five-Layered Model of Value Creation", Crowdfunding the Future: Media Industries, EthicsandDigitalSociety, Ed: LucyBennett, Bertha Chin ve BethanJones, New York: Peter Lang,ss. 189-205.

Arık, E. (2013). "Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği", İletişim Kuram ve Araştırma, 36, ss. 273-287.

Atikkan, Z. ve Tunç A. (2011). "Blogdan Al Haberi Haber Blogları Demokrasi ve Gazeteciliğin Geleceği Üzerine", İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Atton, C. (2006). "Alternative Media". London: Sage Publications.

Atton, C. (2007). "A BriefHistoryThe Web And Interactive Media", The Alternative Media Handbook. Ed: Kate Coyer, TonyDowmunt, Alan Fountain, London: Routledge. ss. 59-66.

Ayhan, B. ve Baloğlu, E. (2018). "Citizen Journalism: Mythsand Facts", Media withits News, ApproachesandFractions in The New Media Age Eds. Nurettin Güz ve Ceren Yeğen, Berlin: Peter Lang, ss. 81-92.

Berry, R. (2006), "Willthe iPod killtheradiostar? Profilingpodcasting as radio", Convergence: The International Journal of Researchinto New Media Technologies, 12 (2), ss. 143–162.

Berry, R. (2015). "A golden age of podcasting? Evaluatingserial in the context of podcasthistories", Journal of Radio&Audio Media, 22, (2),ss. 170–178.

Birch, H. ve Weitkamp, E. (2010). "Podologues: conversations created by science podcasts", New Media andSociety, 12(6), ss. 889-909.

Bird, S. E. (2009). "The Future of Journalism in the Digital Environment", Journalism, 10(3),ss. 293–295.

Bock, M. A. (2016). "Yurttaş Video Gazetecileri ve Anlatıdaki Otorite Tanığının Rolünü Gündeme Getirmek", Çev. Ümit Terzi. Yeni Medya Kullanıcının Yükselişi, Ed: Himmet Hülür, ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi. ss. 279-301.

Cangöz, İ. (2016). "21. Yüzyıl Başlarında Türkiye'de Gazetecilik: Mesleki Rol Kavrayışı ve Etkili Dinamikler", Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3(1), ss. 107-128.

Carvajal, M., García-Avilés, J. A. ve González, J. L. (2012). "Crowdfundingand Non-Profit Media: TheEmergence of New Modelsfor Public Interest Journalism", JournalismPractice, 6(5-6), ss. 638-647.

Cheng, X., Cameron D., Jiangchuan L. (2007), "Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study", http://arxiv.org/pdf/0707.3670v1.pdf (Erişim Tarihi: 15.02.2019)

Edison Research, (2017). *ThePodcast Consumer 2017*. https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2017/ (Erişim Tarihi: 16.01.2019)

Edström, M. ve Ladendorf, M. (2012). "FreelanceJournalists as a Flexible Workforce in Media Industries", JournalismPractice, 6(5-6), ss. 711-721.

Elmore, C. ve Massey, B. (2012). "NeedforInstruction in Entrepreneurial Journalism: Perspective of Full-Time Freelancers" Journal of Media Practice, 13(2), 109-124.

Erdoğan, İ. (2018). "Türkiye'de Freelance Gazetecilerin Perspektifinden Freelance Gazetecilik: Profesyonel Kimlik, (Dez)avantajlar ve Sorunlar", Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss. 31-56.

Forgues, M. (2014). "FreelanceJournalist", JournalismandPrecarity, Ed: Joseph Sannicandro ve CherylThompson, ss. 9-11.

Frosh, P. ve Pinchevski, A. (2009). "Crisis-Readiness and Media Witnessing", TheCommunicationReview, 12(3), ss. 295-304.

Fuchs, C. (2010). "Alternative Media As Critical Media", European Journal of SocialTheory, 13(2), ss. 173- 192.

Geoghegan, M. W. ve Klass D. (2005). Podcast Solutions: The Complete Guide toPodcasting, New York: Springer-Verlag.

Gillmor, D. (2004). Wethe Media. ABD: O'Reilly Media.

Gynnild, A. (2005). "Winner Takes It All: Freelance Journalism on the Golobal Communication Market", Nordicom Review, 26(1), ss. 111-120.

Hayes, K. ve Silke, H. (2018). "The Networked Freelance?", Digital Journalism, 5(8), ss. 1018-1028.

https://medyapod.com/ (Erişim Tarihi: 07.02.2019).

https://medyascope.tv/ (Erişim Tarihi: 22.01.2019).

https://www.unsalunlu.com.tr/ (Erişim Tarihi: 18.01.2019)

Huntsberger, M. ve Stavitsky A. (2006). "The New "Podagogy": Incorporating Podcastingin to Journalism Education" Linfield College Faculty Publications. 61(4), ss. 397-410.

Jian, L. ve Usher, N. (2014). "Crowd-Funded Journalism" Journal of Computer-Mediated Communication, 19(2), ss. 155-170.

Junger, R. (2011). "An Alternativeto ' FortressJournalism '? Historicaland Legal Precedentsfor Citizen Journalism and Crowd sourcing in the United States." Theend of journalism: news in thetwenty-firstcentury.Der: Alec Charles ve Gavin Stewart, Oxford:Peter Lang. Ss.74-86.

Ladendorf, M. (2012). "Freelance Journalists Ethical Boundary Settings in Information Work", Nordicom Review, 33(1), ss. 83-98.

Madsen, V. M. (2009). "Voices-cast: a report on thenewaudiosphere of podcasting with specificinsightsforpublicbroadcasting", ANZCA09 Communication, Creativityand Global Citizenship. Ss.1191-120.

Mathisen, B. R. (2017). "EntrepreneursandIdealists: FreelanceJournalists at theIntersection of AutonomyandConstraints. JournalismPractice", 11(7), ss. 909-924.

Meng, P. (2005). "Podcasting&Vodcasting A White PaperDefinitions, Discussions&Implications", Columbia: University Of MissouriIat Services.

Nies, G. ve Pedersini, R. (2003). "FreelanceJournalists in theEuropean Media Industry, Researchreport", Brussels: EuropeanFederation of Journalists.

Niles, R. (2005). "WillNPR'spodcastsbirth a newbusiness model forpublicradio? Online Journalism Review", http://www.ojr.org/will-nprs-podcasts-birth-a-new-business-model-for-public-radio/ (Erişim tarihi: 15.01.2019)

Park, C. S. (2016). "Citizen News Pod Casts and Journalistic Role Conceptions in the United Statesand South Korea", JournalismPractice, 11(9)ss. 1-20.

Park, C. S. (2017). "Citizen News Podcasts and Engaging Journalism: The Formation of a Counter-Publicsphere in South Korea", Pacific Journalism Review, 23(1) ss.245-262.

Quirk,V. (2016)."Guidetopodcasting", https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_podcasting.php/(Erişim Tarihi: 15.01.2019)

Reis, A. I. (2018). "Invisibleaudio: an analysis of thepodcasts of Portuguese newspapers", Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of CulturalStudies, 5(1), ss.227 – 243.

Rençber H. ve Arklan Ü. (2018). "Alternatif Medyada Farklı Bir Boyut: 4chan.org Örneği", Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 9(22), ss. 75-100.

Trthaber, (2018). "Dünyaya Türkçe seslenen radyo", https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/dunyaya-turkce-seslenen-radyo-350333.html (Erişim Tarihi: 07.02.2019).

Van DeerHaak, B., Parks, M. ve Castells, M. (2017). "Gazeteciliğin Geleceği: Ağ Tabanlı Gazetecilik", Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği. Ed: Himmet Hülür, ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi. ss. 67-87.

Vatikiotis, P. (2005). "CommunicationTheoryandAlternative Media", Westminster Papers in CommunicationandCulture, 2(1).

Walters, E, Warren, C ve Dobbie, M. (2006). "TheChanging Nature of Work. A Global Surveyand Case Study of AtypicalWork in the Media Industry", Switzerland: International Federation of Journalists.

Ying, H. (2007). YouTube, Çev: İlker Şahin, İstanbul: Pegasus Yayınları.

Yeni Gazetecilik Pratiği: Dünün Haberlerinden An'ın Haberlerine

Mustafa İŞLİYEN[*]

Giriş

Tarih boyunca teknolojik boyutta yaşanan gelişmeler hemen her mesleğin doğasını dönüşüme uğratmıştır. Örneğin tıbbın bilgisayar, elektrik-elektronik ve makine mühendislikleri gibi disiplinlerden yararlanmaya başlaması, hekimliği farklı bir boyuta taşımıştır. Bu doğrultuda hekimler, hem tıbbi bilgileri öğrenme ve uygulama hem de söz konusu teknolojileri kullanma noktasında mesleklerini icra etmeye başlamıştır. Ayrıca bu gelişmeler hastalıkların tanı ve tedavisinde yeni ve önemli birçok imkân sunmasına rağmen klasik teşhis yöntemlerinin de terk edilmesine neden olmuştur (Şemin ve Amato, 1995: 45). Dolayısıyla söz konusu mesleğin teknolojiye bağlı olarak yeni yöntem ve tekniklere uyumlu olmayı gerektirmesi, dönüşümü kaçınılmaz hale getirmektedir. Bu da özellikle elindeki deri çantasıyla hastayı tedavi etmek için eve gelen hekimden görüntüleme teknolojilerini kullanarak hastalıkları teşhis ve tedavi eden veya mikro boyutta ameliyat yapabilen hekimlere doğru gelişen farklılaşmanın meydana gelmesini ortaya koymaktadır.

Teknolojinin getirdikleriyle birlikte doğasında farklılıkların yaşandığı mesleklerden biri de hiç şüphesiz gazeteciliktir. Temelinde haberin yer aldığı gazetecilikte yaşanan dönüşüm, ilk olarak haberleri aktarma biçimlerinde dikkat çekmektedir. Bu

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: mustafaisliyen@aksaray.edu.tr

Kaynakça

Aslan, K. (2008) Değişen Teknolojiler ve Habercilikte İstihbarat, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Avcı, Nabi (1990) Kite Kültürü Enformatik Cehalet, Ankara: Rehber Yayınları.

Aydoğdu Karaaslan, İ. (2016). "Online Gazetecilik ve Haber Sitelerinin Tasarımı", Değişen Dünyada Gazetecilik, Ed: Gülgün Erdoğan Tosun ve Hanifi Kurt, Ankara: Orion Kitabevi, s. 71-96.

Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001). Diderot'dan İnternete Medya Tarihi, Çev: Kerem Eksen, İstanbul: Okuyanus Yayınları.

Beard, C. A. ve Beard, M. R. (1937) The Rise of American Civilization, NewYork: Macmillan.

Curran, J. (2017). "Gazeteciliğin Geleceği", Yeni Medya/Geleceğin Gazeteciliği, Ed: Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, s. 118-138.

Czitrom, D. J. (1982). Media and the American Mind From Morse to McLuhan, Chapel Hill: University of North Calorina Press.

Doğan Gazetecilik (2008). Doğan Gazetecilik Faaliyet Raporu, http://www.demirorengazetecilik.com.tr/media/DocumentFile/content/ddaf1d07-51db-4d61-99fb-8ba6095cc90a.pdf (Erişim: 13.03.2019).

Erdoğan, İ. (2002). İletişimi Anlamak, Ankara: Erk Yayınları.

Franklin, B. (2017). "Gazeteciliğin Geleceği: Gelişmeler ve Tartışmalar", Yeni Medya/Geleceğin Gazeteciliği, Ed: Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, s. 41-66.

Fuller, L. K. (2011). The Christian Science Monitor/An Evolving Experiment in Journalism, California: ABC-CLIO, LLC.

Hargreaves, I. (2006). Gazetecilik, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Headrick, D. (2011). "Optik Telgraf", İletişim Tarihi, Ed. David Crowley ve Paul Heyer, Çev. Berkay Ersöz, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, s. 186-198.

Hendrickson, K. E. (2015). "Bell, Alexander Graham (1847–1922)" The Encyclopedia of the Industrial Revolution in World History, Ed: Kenneth E. Hendrickson III, Justin Corfield, Steven L. Danver, Glenn M. Sanford, Lanham: Maryland: Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc., pp: 81-82.

http://nytimes.com/marketing/nytvr/ (Erişim: 16.01.2019).

http://www.haber7.com/gazeteler/haber/1863891-the-independent-kagit-baskiyi-sonlandirdi (Erişim: 05.03.2019).

https://edition.cnn.com/vr (Erişim: 16.01.2019).

https://play.google.com/store/apps/deta (Erişim: 05.03.2019).

https://play.google.com/store/apps/details?id=tr.sabah (Erişim: 05.03.2019).

https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160326_independent_son_baski (Erişim: 05.03.2019).

https://www.gazetetirajlari.com (Erişim: 01.04.2019).

https://www.haberturk.com/gazete-haberturk-son-baskisiyla-okurlarina-veda-etti-2045341 (Erişim: 20.02.2019).

https://www.nytimes.com/2008/10/29/business/media/29paper.html (Erişim: 20.02.2019).

https://www.radikal.com.tr (Erişim: 01.02.2019).

https://www.rd.org.tr/haber/medya-yatirimlari-gida-ve-kozmetikten-aldigi-gucle-buyumeye-devam-ediyor (Erişim: 12.03.2019).

https://www.sabah.com.tr/timeline/2019/03/05 (Erişim: 05.03.2019).

https://www.similarweb.com/website/karar.com (Erişim: 01.04.2019).

https://www.similarweb.com/website/sabah.com.tr#websiteContent (Erişim: 01.04.2019).

https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/media/10333136/Lloyds-List-abandons-print-after-279-years.html (Erişim: 20.03.2019).

Hürriyet (2018) Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. 01.01.2018-30.09.2018 Ara Hesap Dönemine İlişkin Faaliyet Raporu, http://imagehk.hurriyet.com.tr/UserFiles/file/faaliyet%20raporlar%C4%B1/H%C3%BCrriyet%2030092018 %20Faaliyet%20Raporu.pdf (Erişim: 03.02.2019).

Hürriyet (2019) Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu 1 Ocak-31 Aralık 2018, http://imagehk.hurriyet.com.tr/UserFiles/file/faaliyet%20raporlar%C4%B1/31122018%20HURGZ%20Faaliyet%20Raporu.pdf (Erişim: 13.03.2019).

Innis, H. (2006). The Bias of Communication, Toronto: University of Toronto Press Incorporated.

Işık, U. ve Koz, K. A. (2014). Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği Üzerine Bir Çalışma, NWSA-Humanities, Vol: 9, No: 2, ss. 27-43.

Mattelart, A. (2016). İletişimin Dünyasallaşması, 4. Baskı, Çev: Halime Yücel, İstanbul: iletişim Yayınları.

MEB (2011). Gazetecilik/İnternet Haberciliği, Ankara. http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/%C4%B0nternet%20Habercili%C4%9Fi.pdf (Erişim: 12.01.2019).

Özgen, M. (2000). "İnternet Ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ss.57-64.

Pavlik, J. V. (2013). Yeni Medya ve Gazetecilik, Çev: Müge Demir, Berrin Kalsın, Ankara: Phoenix Yayınevi.

Postman, N. (1995). Çocukluğun Yokoluşu, Çev: Kemal İnal, Ankara: İmge Kitabevi.

Postman, N. (2013). Teknopoli/Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu, Çev: Mustafa Emre Yılmaz, Ankara: Sentez Yayıncılık.

Reklamcılar Derneği (2018) Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2018 Yılsonu Raporu, www.rd.org.tr (Erişim: 12.03.2019).

Reuters Institute Digital News Report (2018). http://www.digitalnewsreport.org/ (Erişim: 01.02.2019).

Reuters Institute for the Study of Journalism (2018). Digital News Report, http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 (Erişim: 04.02.2019).

Rigel, N. (2000). İleti Tasarımında Haber, İstanbul: Der Yayınları.

Shirky, C. (2010). Herkes Örgüt/İnternet Gruplarının Gücü, Çev: Pınar Şiraz, İstanbul: Optimist Yayım Dağıtım.

Standage, T. (2011). "Telgraf-Victoryan İnternet", İletişim Tarihi/Teknoloji-Kültür-Toplum, Ed. David Crowley ve Paul Heyer, Çev. Berkay Ersöz, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, 199-207.

Şemin, S ve Amato, Z. (1995). Tıbbi Teknoloji Üzerine Genel Bir Değerlendirme, Toplum ve Hekim, Cilt 10, Sayı 66, ss. 44-53.

Tokgöz, O. (1972). Gazetecilik Araştırmalarının Önemi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 27 (04), http://dergipark.gov.tr/ausbf/issue/3133/43522 (Erişim: 12.01.2019).

Tokgöz, O. (2003). Temel Gazetecilik, 5. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Van Der Haak, B., Parks, M. ve Castells, M. (2017). "Gazeteciliğin Geleceği: Ağ Tabanlı Gazetecilik", Yeni Medya/Geleceğin Gazeteciliği, Ed: Himmet Hülür ve Cem Yaşın, Ankara: Ütopya Yayınevi, ss. 67-87.

Yalçın, G. (2017). "Gazetecilikte Dijital Değişim: Online Gazetecilik hürriyet.com.tr Örneği" Yeni Medya Çalışmaları IV Dijitalleşen Gazetecilik İçin Yeni İş Modelleri, Ed: Erkan Saka, Vehbi Görgülü, Anıl Sayan, İstanbul: Taş Mektep Yayınları, s. 175-192.

Dijitalleşme İle Birlikte Yeniden Şekillenen Okuma Pratikleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme

Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN[*]

"Gazeteleri asla tamamen okumayız, onlara göz atarız. Bir yazının neden bahsettiğini ve ayrıntılı okuma gerektirip gerektirmediğini anlamak için, rutin olarak kitaplar ve dergilere göz gezdiririz. Metne göz atma yeteneği de derin okuma yeteneği kadar önemlidir. Farklı ve rahatsız edici olan husus, göz atmanın baskın okuma tarzı haline geliyor olmasıdır."

Nicolas Carr

"Metninizi ekrandan okuyorsunuz fakat araştırmanızda ilerlemek için tıklar tıklamaz, demin okuduğunuzu, şu an ekranınızda görünen sayfaya gelmenizi sağlamış olan şeyi unutuyorsunuz."

Umberto Eco

Giriş

İki tablet arasında geçen binlerce yıllık sürece baktığımızda, icat olunan ve hayatın önemli bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarının, dünyada yaşanan değişim ve toplumsal dönüşümlerde son derece etkin bir rol oynadığını görmekteyiz. Şüphesiz insanlık tarihi boyunca kullanılan pek çok aracın gündelik yaşam pratikleri üzerinde birtakım etkileri olmuştur. Fakat etki boyutunun kitlesel; etkileme düzeyinin ise dolaysız oluşu iletişim araçlarının bu noktada ayrı bir yerde konumlandırılmasını gerekli kılmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde iletişim teknolojilerinin getirdiği yenilik ve farklılıkları anlatmak için "galaksi" metaforunun özellikle tercih edilmiş olması, iletişim araçlarının

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: fsimsekisleyen@aksaray.edu.tr

Kaynakça

Barbier, F. ve Lavenir, C. B. (2001). Diderot'tan İnternete Medya Tarihi, Çev: Kerem Eksen, İstanbul: Okuyanus.

Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016). Akışkan Gözetim, Çev: Elçin Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Carr, N. (2012). Yüzeysellik: İnternet Bizi Aptal mı Yapıyor?, Çev: İbrahim Kapaklıkaya, İstanbul: Ufuk Yayınları.

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Birinci Cilt Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev: Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chatfield, T. (2013). Dijital Çağa Nasıl Uyum Sağlarız, Çev: Levent Konca, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Goodwin, K. (2018). Dijital Dünyada Çocuk Büyütmek/Teknolojiyi Doğru Kullanmanın Yolları, Çev: Tülin Er, İstanbul: Aganta Kitap.

Illich, I. ve Sanders, B. (2015). ABC Aklın Modernleşmesi, Çev: İsmail Avcı-Ümit Şahin, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

Eco, U. ve Carriere, J-C. (2010). Kitaplardan Kurtulabileceğinizi Sanmayın, Çev: Sosi Dolanoğlu, İstanbul: Can Yayınları.

Köktener, A. (2018). "Gelenekselden Yeni Medya Okuryazarlığına Geçişte Bilgi Güvenilirliği ve Yalan Haber", Dijital Medya ve Gazetecilik, Ed: Olcay Uçak, Konya: Eğitim Yayınevi, s. 275-289.

Krueger, R. A. and Casey, M. A. (2000). Focus Groups/A Practical Guide For Applied Research, Sage Publications, California.

Ulaş, R. (2019 Mart) Dijital Dünyanın İki Büyük Soru İşareti E-Kitap Matbu Kitabın Yerini Alır Mı?, Lacivert, 55, 26-31.

Manguel, A. (2016). Gezgin, Kule ve Kitapkurdu, Çev: Dilek Şendil, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Manguel, A. (2018). Okumanın Tarihi, Çev: Füsun Elioğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

McLuhan, M. (2017). Gutenberg Galaksisi/Tipografik İnsanın Oluşumu, Çev: Gül Çağalı Güven, İstanbul: YKY Yayınları.

Palfrey, J. ve Gasser, U. (2017). Doğuştan Dijital, Çev: Nagihan Aydın, İstanbul: İKÜ Yayınevi.

Postman, N. (2013). Teknopoli/Kültürün Teknolojiye Teslim Oluşu, Çev: Mustafa Emre Yılmaz, Ankara: Sentez Yayıncılık.

Sanders, B. (2010). Öküzün A'sı/Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi, Çev: Şehnaz Tahir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Turgut, S. (2013). Yeni Medya/Medyanın Kâğıttan Kalesi Çökerken, İstanbul: Destek Yayınları.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.

İnternet

Eğin, O. (2018). "Biz Nerede Yanlış Yaptık?" Habertürk, http://haberturk.com/gazete-haberturk-yazarlarindan-veda-yazilari-2045359, (Erişim: 25.10.2018).

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants I, On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5,. pp.1-6. https://edorigami.wikispaces.com/file/view/PRENSKY+-+DIGITAL+NATIVES+AND+IMMIGRANTS+1.PDF (Erişim: 12.02.2018).

Talu, U. (2018). "Kâğıt Uçsa da Söz ve Yazı Kalır", Habertürk, http://haberturk.com/gazete-haberturk-yazarlarindan-veda-yazilari-2045359, (Erişim: 25.10.2018).

Tapscott, D. (2008). How Digital Technology has Changed the Brain, http://businessweek.com/stories/2008-11-10/how-digital-technology-has-changed-the-brainbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice, (Erişim: 07.03.2014).

http://medyaokuryazarligi.gov.tr/userfiles/files/jrc110359_young_children_online.pdf (Erişim:06.03.2019).

http://tdk.gov.tr

http://www.wearesocial.com/global-digital-report-2019. (Erişim:04.04.2019).

Mobil Gazetecilik Bağlamında Günün Özeti ve 60 Saniyede Haberler

Ahmet DEĞİRMENCİ[*]

"Hiçbir anlatı, yazar ve okurdan bağımsız hayatta kalamaz."
Dan Laughey

Giriş

Uzay çağı olarak adlandırılan 21. yüzyıl sonrası toplumda fiili olarak her nesne birer tüketim objesine dönüşebilmektedir. Alvin Toffler'in, "3.Dalga", Ulrich Beck'in "Risk Toplumu" ve Armand Mattelart'ın "Bilgi Toplumu" olarak nitelendirdiği ve içinde bulunduğumuz dönem, teknolojik ilerlemenin bütün toplumsal yapı ve kurumlara sirayet ettiği bir dönem olarak kabul görmektedir. Öyle ki teknolojik ilerlemenin dönüştürdüğü pratikler arasında da gazetecilik ve haber sunum biçimleri de bu dönüşümden payını almıştır. Pew Research Center'ın haber okuma eğilimleri üzerine yaptığı araştırmada, cep telefonu, dizüstü ve masaüstü bilgisayarlardan haber okuma oranlarının yazılı basından haber okuma oranına göre daha fazla olduğu ve yetişkinlerin %58'nin haber okumada mobil araçları tercih ettiği tespitine ulaşılmıştır (Fedeli ve Matsa, 2018). 15. yüzyıl aristokrasisinin haber mektuplarından, hiçbir ücret ödemeksizin[1] cep telefonuna gelen gün özetlerine ve multimedya içerikli haberle-

[*] Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: ahmetdegirmenci@aksaray.edu.tr

[1] Burada mobil uygulama hizmetine ödenmeyen ücret ifade edilmektedir. Zira uygulamanın sunduğu olanaklardan faydalanabilmek için öncelikle cep telefonuna verilen ücret, cep telefonundaki servis sağlayıcısına ödenen ücret ve telefonun enerji ihtiyacına yönelik verilen ücret göz ardı edilmemektedir.

berlerin anlaşılırlık düzeylerinde problem olduğu söylenebilir. Gündemi takip etmek adına bir dakika içerisinde sunulan 'öne çıkan gelişmelerin' gündemi anlamak adına yeterli olup olmadığı tartışma konusudur. Çalışma çerçevesinde incelenen haber bültenlerinde öne çıkan gelişme olarak sunulan haberlerin, okur tarafından aydınlatılmaya muhtaç ayrıntılarının eksik olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Haber tüketim eğilimleri üzerine yakın tarihte yapılan araştırmalarda, kullanıcıların çevrimiçi ortamlardan haber edinmesinin basını özgürleştirdiği düşünülmektedir. Ancak haberde bütünlük ve anlaşılırlık açısından sosyal ağlardan edinilen haberlerin yazılı basına göre daha geride olduğu kanaatine ulaşılmıştır. Bu bakımdan habere ulaşım olanağı her ne kadar artmış ve kolaylaşmış olsa da bu çalışma özelinde teknolojinin getirdiği dönüşümün hız ve tüketim odaklı olduğu söylenebilir.

Kaynakça

AA. (2019, 2 25). Tarihçe: Kuruluşundan Bugüne Anadolu Ajans. www.aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce adresinden alındı.

Akbıyık, N. (2018, 6 22). Turkcell BiP Nedir? Turkcell BiP Nasıl Kullanılır? ShiftDelete.Net: https://shiftdelete.net/turkcell-bip-nedir-turkcell-bip-nasil-kullanilir adresinden alındı

Allan, S. (2004). Rise Of The Objetive News Reporting. S. Allan içinde, News Culture, Second Edition (s. 7-8). England: Open University Press.

Aslan, K. (2003). Haberim Var! Örneklerle Haberin ABC'si. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Bowen, G. (2007). Document Analysis As a Research Method. Qualitative Research Journal, 27-40.

BYEGM. (2013). Bir Bakışta Türk Medyası. Ankara: T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.

Çakmak, V. (2018). Mobil İletişim Kültürü Bağlamında Mobil Oyuncular: Yürü, keşfet, yakala, biriktir, Pokemon Go! V. Çakmak, & S. Çavuş içinde, Dijital Kültür ve İletişim (s. 311). Konya: Literatürk Academia.

Dictionary, C. (2019, 2 26). Cambridge Dictionary. Cambridge Dictionary: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/convergence adresinden alındı

Fedeli, S., & Matsa, K. E. (2018, 7 17). Use of mobile devices for news continues to grow, outpacing desktops and laptops. Pew Research Center: http://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/17/use-of-mobile-devices-for-news-continues-to-grow-outpacing-desktops-and-laptops/ adresinden alındı

Goodwin, R. (2017, 3 6). History Of Mobile Phones 1973-2008: The Handset Made It All Happen. Know Your Mobile: https://www.knowyourmobile.com/nokia/nokia-3310/19848/history-mobile-phones-1973-2008-handsets-made-it-all-happen adresinden alındı

Goujard, C. (2013, 11 3). Profiles in mobile journalism: Defining a new storytelling language. International Journalists' Network: https://ijnet.org/en/story/profiles-mobile-journalism-defining-new-storytelling-language adresinden alındı

GZT (2019, 2 25). www.gzt.com. www.gzt.com: www.gzt.com adresinden alındı

Hadland, A. (2014, 2 15). How Mobile Phones are changing journalism practice in the 21st Century. University Of Oxford: https://podcasts.ox.ac.uk/how-mobile-phones-are-changing-journalism-practice-21st-century adresinden alındı

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.

Kemp, S. (2019, 1 30). Digital 2019: Global Internet Use Accelerates. We Are Social: https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates adresinden alındı

Laughey, D. (2009). Mediastudies Theoires and Approaches. Harpenden, United Kingdom: Oldcastle Books Ltd.

Marrouch, R. (2014, 3 4). How mobile phones are changing journalism practice in the 21st Century. Reuters Institute for the Study of Journalism: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/how-mobile-phones-are-changing-journalism-practice-21st-century adresinden alındı

Mills, J., Egglestone, P., Rashid, O., & Vaataja, H. (2012). Mojo in Action: The uses of mobile in conflict, community and cross-platform journalism. Continuum, s. 669-683.

Mir, M. M., & Kumar, S. (2015). Evolution of Wireles Mobile Technology from 0G to 5G. International Journal of Computer Science and Information Technology, s. 2545-2551.

Mora, N. (2012). Sözden İnternete Gazetecilik. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 105-121.

Motorola. (20, 01 2019). Motorola Milestones. Motorola: https://www.motorola.com/us/about/motorola-history-milestones adresinden alındı

Narin, B. (2017). Gazetecilik 2.0. Ankara: Gece Kitaplığı.

Omar M. & McPhilips, S. (2008). Media convergence and the evolving media business model: an overview and strategic opportunities. The Marketing Review, s. 237-253.

Pavlik, J. (2010). The Impact of Technology on Journalism. Journalism Studies, s. 229-237.

Quinn, S. (2009). Mojo-Mobile Journalism in The Asian Region. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung.

Shneider, W., & Raue, P. J. (2002). Gazetecinin El Kitabı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Shoulderpod. (2019, 1 10). All About Mobile Journalism. www.shoulderpod.com: https://www.journaliststoolbox.org/2019/01/18/mobile_journalism/ adresinden alındı

Tokgöz, O. (2015). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Turkcell. (2019, 2 2). BİP. Turkcell: https://www.turkcell.com.tr/servisler/BiP adresinden alındı

U.A., L. V. (2019, 2 20). App Store Preview. apple.com: https://itunes.apple.com/tr/app/bip-messenger-mesajlasma-sesli/id583274826?mt=8 adresinden alındı

WeAreSocial (2018, 01, 28). Digital in 2018 in Western Asia Part 1 - North-West. SlideShare: https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-western-asia-part-1-northwest-86865983 adresinden alındı

Yıldırım, B. (2010). Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik. Selçuk İletişim, s. 230-253.

Küreselleşme Çağında Yeni Medya ve Haber

F. Betül AYDIN VAROL[*]

Giriş

Küreselleşme, günümüzde yaşadığımız dünyayı anlama ve anlamlandırma sürecinde sıkça kullandığımız kavramlardan birisidir. 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren başlayan ve aslında halen devam eden küreselleşme olgusu, ekonomik, siyasal, kültürel ve sosyal, kısaca gündelik yaşam pratiklerimizin temas ettiği her alanda ulusların arasındaki sınırları kaldırmayı ifade etmektedir.

Küreselleşmenin tam olarak ne zaman ortaya çıktığı ile ilgili farklı görüşler olsa da ortak kanaat, küreselleşmenin ortaya çıkmasında ve yayılmasında yeni iletişim teknolojilerinin önemli bir rol oynadığıdır. Bu kapsamda gitgide gelişen medya, dünyanın farklı uzak coğrafyaları arasında köprü vazifesi yaparak, toplumları etkilemektedir. Yeni iletişim teknolojileri hızla ilerlemeye devam ederken, bu süreçte bazı değişim ve dönüşümlerin de yaşanmasına neden olmaktadır. Mesela kullanıcılarına başlangıçta sadece bilgi edinebilme imkânı sunan web 1.0'dan sonra, kullanıcıların içerik üretebilmelerine imkân sağlayan web 2.0 ortaya çıkmıştır. Daha çok bireyselleştirilmiş bir içeriğe karşılık gelen web 3.0'dan sonra ise günümüzde programlarla yapılan her şeyin internet ortamında yapılmasını sağlayan web 4.0 kullanılmaya başlanmıştır. Tabii tüm bu teknolojik ilerleme-

[*] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: betulaydin@selcuk.edu.tr

ken, bugün matbu gazetelerin online sayfalarında aynı habere sesli veya görüntülü ulaşabilmek mümkündür. Geleneksel dönemde bir haberi düzeltmek için haberin çıktığı sonraki günlerde bir "düzeltme" yayınlanırken, online habercilikte bu hemen yapılabilmektedir. Yeni medya haberciliğinin bir avantajı da yalan haberlerde ortaya çıkmaktadır. Yalan bir haber, medya kullanıcılarının yoğun tepkisiyle yayından kaldırılabilmektedir. Ne var ki tüm bu olumlu yönlerinin yanı sıra yeni medyanın beraberinde getirdiği dezavantajlar da bulunmaktadır. Kişilik haklarına saldırı, nefret içerikli söylem, hakaret, telif haklarına aykırı davranma ve daha birçok eylem, etik ihlallere yol açmaktadır.

Kaynakça

Aydın, M. S. (2002). "Küreselleşmeye Genel Bir Bakış", Küreselleşme, Ed: Cemal Uşak, İstanbul: Ufuk Kitapları.

Aydın, M. (2011). Güncel Kültürde Temel Kavramlar, İstanbul: Açılım Kitap.

Baranseli, E. (2013). "İletişim Özgürlüğü", Uluslararası İletişim, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, s.s. 18-41.

Barnard, S. R. (2012). Twitter and the Journalistic Field: How the Growth of a New(s) Medium is Transforming Journalism, Doctoral Dissertation, USA: University of Missouri-Columbia.

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Ağ Toplumunun Yükselişi, Cilt:1, Çev: Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çalık, T. ve Sezgin, F. (2005). "Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim", Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt:13, No:1, s. 55-66.

Deniz, N. (1999). Global Eğitim, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Beckett, C. ve Mansell, R. (2008). Crossing Boundaries: New Media and Networked Journalism. Communication, Culture & Critique, Cilt: 1, (1), s. 92-104.

Bozkurt, V. (2000). Küreselleşme: Kavram, Gelişim ve Yaklaşımlar, Küreselleşmenin İnsani Yüzü. Ed: Veysel Bozkurt, İstanbul: Alfa Yayınları, s. 17-32.

Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment, Gazette, Netherlands, 61(5), s. 373-390.

Earl, J. ve Kimport, K. (2011). *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. Mit Press.

Erdoğan, İ. (1995). Uluslararası İletişim, İstanbul: Analiz Basım Yayın.

Erdoğan, M. (2002). "Siyaset ve Hukuk Perspektifinden Küreselleşme", Küreselleşme, içinde, Ed: Cemal Uşak, İstanbul: Ufuk Kitapları.

Erol, E. G. (2009). "Medya ve Etik: İnternet Haberciliğinde Nesnellik, Etik İlkelerin İçeriği, Uygulamadaki Sorunlar ve Televizyon Haberciliği ile Karşılaştırılması", Medya ve Etik Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, s. 33-47.

Geray, H. (2003). İletişim ve Teknoloji, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Giddens, A. (2014). Modernliğin Sonuçları. Çev: E. Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hall, S. (1998). "Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etnikler", Kültür, Küreselleşme ve Dünya-Sistemi, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Heywood, A. (2018). Küresel Siyaset. Ankara: BB101 Yayınları.

Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Çev: O. Akınhay, D. Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

İnal, A. (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnal, A. (2009). "Haber Medyası, Siyaset ve 'Terör'", Terör ve Haber Söylemi, İstanbul: Literatürk Yayınları, s. 11-26.

İspir, B. (2013). "Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi", Dijital İletişim ve Yeni Medya, içinde, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, s. 2-25.

Mahmoud, A., Philip, J., Auter, P.J. (2009) The Interactive Nature of Computer Mediated Communication. American Communication Journal, 11(4).

Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mustaffa, N., Sannusi, S. N, Abu Hasan, A.S. ve Saad, M. (2017). Journalism and News Industry in Malaysia: New Media, New Challenges. Journal of Social Sciences and Humanities, Special Issue 2, s. 73-80.

Peters, B. (2009). "And lead us not into thinking the new is new: a bibliographic case for new media history." New Media & Society. Vol:11 (1-2), s. 13–30.

Robertson R. (1999). Küreselleşme Toplum Kuramı ve Küresel Kültür, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Rigel, N. (2000) İleti Tasarımında Haber, İstanbul: Der Yayınları.

Short, C. (1998). The Meaning of Globalization for Development Policy. Social Policy & Administration, 32(5), s. 456-463.

Suğur, N. (1995). "Küreselleşme Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme", Birikim Dergisi, Sayı: 73.

Thompson, J. B. (2013). İdeoloji ve Modern Kültür, Çev: İdil Çetin, Ankara: Dipnot Yayınları.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitabevi.

Tokgöz, O. (2003). Temel Gazetecilik, İmge Yayınevi, Ankara.

Uluç, G. (2003). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı, İstanbul: Anahtar Kitaplar

Yanık, A. (2016). Yeni Medya Nedir Ne Değildir?, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9 (45), s. 898-910.

Yurdigül, Y. ve İspir, N. (2015). Yeni Medyada Haber. Yeni Medya Araştırmaları-I, Ed: M. G. Genel, Bursa: Ekin Yayınevi, s. 43-64.

Basın Kanununu Yeniden Düşünmek

Oktay ALKUŞ[*]

Giriş

Basın, temel bir iletişim alanı olduğundan basın hak ve özgürlükleri, iletişim biliminin konusudur. Hak ve özgürlükler, etik ve hukuki kurallarla düzenlendiğinden de hukuk bilimini ilgilendirir. Aslında basın, disiplinler arası bir konudur (Dolunay ve Kasap, 2017: 533).

İletişim teknolojisi habere ve bilgiye erişmeyi; düşünceyi açıklamayı ve yaymayı kolaylaştırmıştır. İletişim küresel bir hale gelmiştir. Küresel iletişimde medya araçlarından yararlanılır. Düşünceler, bilgiler, kanaatler, tavırlar, tutumlar, olaylar ve haberler iletişim araçlarıyla bireylere ulaştırılır. Ulaştırma yüz yüze, yazıyla, sesle, resimle veya görüntüyle olabilir. İletişim araçları icat tarihine göre duvar resimleri, duvar yazıları, matbaa, gazete, dergi, kitap, ses bantları, plaklar, radyo, sinema filmleri, televizyon, videobantlar, internet ve sosyal medya sırasıyla sıralanabilir (Çiftçi, 2018a).

İfade özgürlüğü sözlü ve yazılı kişisel görünüm ve görüntü tercihi, anlatım, sanatsal icra toplantı yapma, yürüyüş, gösteri ve örgütlenme gibi özgürlükleri içerir (Şen ve Şen, 2015: 128). 18. ve 19. yüzyıllarda düşüncelerin açığa vurulması yönetenleri rahatsız etmiştir. Bir anlamda düşünce ve ifade özgürlüğü mücadelesi başlamıştır. Bu savaşım devlete karşı sürdürülmüştür.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, e-posta: oktayalkus@aksaray.edu.tr

Basın kanunuyla basının kazanılmış haklarını kaybetmeden daha iyi duruma ve konuma eriştirmek şarttır. Basın özgürlüğü demek ifade özgürlüğü demektir. İfade özgürlüğü temel hak ve özgürlüklerdendir. Hak ve özgürlükleri korumak esasen hem devletin hem de kişilerin yükümlülüğüdür. İyi bir basın kanunu oluşturmak hem devletin hem de kişilerin yetkisi, görevi, sorumluluğu ve ödevidir.

Kaynakça

Akarcalı, S., (t.y.). http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/viewFile/5000099404/5000092625 Sayfa: 268, Erişim: 15.01.2019.

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, http://www.danistay.gov.tr/upload/avrupainsanhaklarisozlesmesi.pdf (Erişim: 11.01.2019).

Civelek, J., (t.y.). 1789 Fransız Bildirisi ve 1948 Evrensel İnsan Hakları Bildirisi, http://dergipark.gov.tr/download/article-file/99710, Erişim: 15.01.2019.

Çakır, H. (2007), Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 22 Yıl: 2007/1 (s. 123-149), s. 123, http://dergipark.gov.tr/download/article-file/219384 Erişim: 21.02.2019.

Dolunay, A. ve Kasap, F. (2017). Basın Hak ve Özgürlüklerinin Yeni Medya Üzerinden Değerlendirilmesi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Örneği, İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları, Sempozyum Kongre Konferans Bildirileri, http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/handle/11467/1647#sthash.qwElMhMP.NRCAwQfu.dpbs Erişim: 07.03.2019.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz, Ankara: Seçkin Yayınları.

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi (2015). İnsan ve İnsan Bilim, Kültür, Sanat ve Düşünce Dergisi, Sayı: 3, ss. 61-65, ISSN: 2148-7537, http://insanveinsan.org/kis2015/insan-ve-insan-bilim-kultur-sanat-ve-dusunce-dergisi-sayi-3-kis-2015.pdf (Erişim: 15.01.2019).

Kaya, M. (2015). Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlali, TBB Dergisi 2015 (119) ss. 277-306, http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2015-119-1496 Erişim: 07.03.2019.

Kurt, H. (2014). "Gazetecilik Pratiği ve Sosyal Medya", Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2014 13 (4) ss. 821-835 ISSN: 1303-0094, http://acikerisim.gantep.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/162/2014vol13.4.1.pdf?sequence=1 Erişim: 21.02.2019.

Luchaire, F., (t.y.). 1789 Beyannamesinin Güncelleştirilmiş Anlamı, Çeviren: Aydın Gülan, http://dergipark.gov.tr/download/article-file/13692, (Erişim: 15.01.2019).

Şen, F. ve Şen, F. (2015). Sosyal Medya, İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yıl 2015, Cilt 17, Sayı 2, Sayfalar 122 - 136 http://dergipark.gov.tr/gaziuiibfd/issue/28307/300802 Erişim: 07.03.2019.

Vural, B. A. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, Journal of Yasar University 2010 20(5) 3348-3382, http://www.tasam.org/ Files/ Icerik/File/yeni_bir_iletisim_ortami_olarak_sosyal_medya_45f56af6-aa86-4840-a8db-21f4bb4ab1dd.pdf, Erişim: 14.01.2019.

Çiftçi, A. (2018a). Basın Hukuku Semineri, https://www.youtube.com/watch?v=vPzP50J_G7s (Erişim Tarihi: 23.12.2018)

Türkarslan, N. (2018). Basın suçları nelerdir? Basılmamış eserlere el konulabilir mi? Yalan haber suç mudur? Türkiye Barolar Birliği Televizyonu, https://www.youtube.com/watch?v=VfoFFeqWUM4 Erişim: 08.01.2019.

http://www.canaktan.org/hukuk/insan_haklari/magna-carta/virginia_insan_haklari.htm (Erişim: 15.01.2019).

https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf Erişim: 15.01.2019.

Çiftçi, A. (2018b). Basın Hukuku Semineri-2 https://www.youtube.com/watch?v=dpefmtRSOGU Erişim: 23.12.2018.

https://www.aksam.com.tr/yasam/rastgele-fotograf-cekene-3-yil-hapis/haber-827667 Erişim: 07.03.2019.

Uluç, G. ve Süslü, B. (2016). Örnek Yargı Kararlarıyla Sosyal Medya Hukuku, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt: 8 Sayı: 17, 2016- Aralık (s. 337-353)

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (t.y.) SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Ankara, Detay Yayınları No: 91.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara, Seçkin Yayınları, 6. Baskı.

Yılmaz, B. (2015). Hukukta Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Hukuku, Hukuk Gündemi 2015/1 ss. 46-49, http://www.ankarabarosu.org.tr/siteler/ankarabarosu/hgdmakale/2015-1/16.pdf Erişim: 07.03.2019.

1117 Sayılı Kanun, Tarih: 07.07.1927, Küçükleri Muzırr Neşriyattan Koruma Kanunu 627 Sayılı Resmi Gazete.

5681 Sayılı Kanun, Tarih: 24.07.1950, Matbaalar Kanunu, 7564 Sayılı Resmi Gazete.

5846 Sayılı Kanun, Tarih: 13.12.1951, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu, 7981 Sayılı Resmi Gazete.

5953 Sayılı Kanun, Tarih: 20.06.1952, Basın Meslekinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun, 8140 Sayılı Resmi Gazete.

8662 Sayılı Resmi Gazete, Tarih: 19.03.1954, Sayfa: 8692, http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/8662.pdf&main=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/8662.pdf Erişim: 15.01.2019.

2709 Sayılı Kanun, Tarih: 09.11.1982, Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 17863 Sayılı Resmi Gazete Mükerrer.

2954 Sayılı Kanun, Tarih: 14.11.1983, Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, 18221 Sayılı Resmi Gazete.

3713 Sayılı Kanun, Tarih: 12.04.1991, Terörle Mücadele Kanunu, 20843 Sayılı Resmi Gazete.

3984 Sayılı Kanun, Tarih: 20.04.1994, Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, 21911 Sayılı Resmi Gazete.

4721 Sayılı Kanun, Tarih: 08.12.2001, Türk Medeni Kanunu, 24607 Sayılı Resmi Gazete.

5187 Sayılı Kanun, Tarih: 26.06.2004, Basın Kanunu, 25504 Sayılı Resmi Gazete.

5224 Sayılı Kanun, Tarih: 21.07.2004, Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun, 25529 Sayılı Resmi Gazete.

SAĞLIK ve İLETİŞİM

İletişimin Sağlık Alanındaki Önemine Dair Düşünceler

Editörler:
Gaye EREL
Miray BEŞBUDAK

LITERATÜRK academia

SAĞLIK OKURYAZARLIĞI NEDİR? DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE DURUMU ve SAĞLIK İLETİŞİMİYLE GÜÇLENDİRİLMESİ NASILDIR?

Seçil ÖZKAN[*]

Sağlık Okuryazarlığı Nedir?

Sağlık, "fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan tam bir iyilik hali" olarak tanımlanmaktadır (WHO,1998). "Sağlık okuryazarlığı" (health literacy) kavramı, ilk kez 1974 yılında "sosyal politika olarak sağlık okuryazarlığı" başlıklı çalışmada tanımlanmıştır (Simonds, 1974). Dünya Sağlık Örgütü de genel okuryazarlık düzeyi ile ilişkisine vurgu yaparak sağlık okuryazarlığı tanımını şu şekilde yenilemiştir: "Sağlık okuryazarlığı genel okuryazarlık ile ilişkili olup insanların yaşamları boyunca sağlık hizmetleri ile ilgili konularda kanaat geliştirmeleri ve karar verebilmeleri, sağlıklarını korumak, sürdürmek ve geliştirmek, yaşam kalitesini yükseltmek için sağlık ile ilgili bilgi kaynaklarına ulaşabilmeleri, sağlık ile ilgili bilgileri ve mesajları doğru olarak algılamaları ve anlamaları konularındaki istekleri ve kapasiteleridir (WHO, 2013). Amerikan Tıp Birliği ise kavramı; sağlık hizmetleri çevresindeki işlevler için temel okuma ve gerekli sayısal görevleri yerine getirebilmeyi kapsayan beceri kümesi şeklinde açıklamıştır. Bu beceriler, bireylerin reçete edilen ilaçları, randevu fişlerini ve diğer sağlıkla ilgili materyalleri okuma ve anlama kabiliyetlerini de içermektedir (AMA, 1999).

[*] Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı. secilozkan70@gmail.com.

Kaynaklar

Akbulut, Y. (2015) Sağlık okuryazarlığının sağlık harcamaları ve sağlık hizmetleri kullanımı açısından değerlendirilmesi (113).

Altunsoy M., Pekel A.,Ozkan S., Aktas H., Dikmen A.U.,Yalcın M.T., Ozturk T., "Health Literacy Awareness for Healthy Europe": "Application of HLS-Eu and Self-Efficacy Survey for Need Analysis", International Conference on Communication in Health Care & health Literacy Annual Research Conference,Baltimore, USA,8-11 October, 2017.

American Medical Association. Health Literacy: Report of the Council on Scientific Affairs. Ad Hoc Committee on Health Literacy for the Council on Scientific Affairs. Journal of the American Medical Association, 1999; 281(6): 552-557.

Centers for Disease Control and Prevention. Science says: Findings you can use. Retrieved May 26, 2014, from http://www.cdc.gov/healthliteracy/sciencesays/..)

Cho, H. (2012). Health communication message design: Theory and practice. CA: Sage Publications.

Councıl Of Europe Traınıng Programme Health Lıteracy For Elderly People, Prepared By Dr Raymond XERRI (Malta), Consultant August 2013.

Çınarlı, I. (2015). Kitle İletişimi ve Eleştirel Sağlık Okuryazarlığı. Sağlık Okuryazarlığı (15-28), Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Yayın, (3).

Dinçer, T., Kavuncubaşı, Ş., Aloğlu, E. (1994). Tedavi edici sağlık hizmetlerinin kullanımı. Toplum ve hekim, 62(9), 115-121.

Health Promotion Glossary. Geneva, World Health Organization, 1998.

HLS-EU Consortium. (2012). Comparative report of health literacy in eight EU member states. The European health literacy survey HLS-EU.

Kutner, M., Greenberg, E., Jin, Y., & Paulsen, C. (2006). US Department of Education. Washington, DC: National Center for Education Statistics, 2006-483.

Nutbeam D. (1998). Health Promotion Glossary. Health Promotion International, 13(4): 349-364.

Özkan S., Dikmen AU, Tuzun H., Karakaya K., " Prevalence and determiners of health literacy in Turkey" European Public Health Conference, Vienna, 9-12 November 2016.

Özkan S., Sağlık Okuryazarlığı ve Etkili Faktörler., Uzman Yaklaşım, Vol: 1, Nisan 2017:54-57

Parker, R., & Kreps, G. L. (2005). Library outreach: overcoming health literacy challenges. Journal of the Medical Library Association, 93(4 Suppl), S81.

Parrott, R. (2006). Emphasizing "communication" in health communication. Journal of Communication, 54(4), 751-787.

Pelikan, J.M., Rothlin, F., Ganahl, K. (2012). Comperative report on Health literacy in eight EU member states: The European health literacy project, 2009-2012. Maastricht: European Health Literacy Project Lonsortium.

Retrieved June 30, 2012, from www.health-literacy.eu.

Schiavo, R. (2007). Current health communication theories and issues. Health communication: From theory to practice, 30-70.

Sezgin, D. (2013). Sağlık okuryazarlığını anlamak. İLETİŞİM, 73-92.

Simonds, S.K. (1974). Health education as social policy. Health Education Monograph, 2,1-25

Sørensen K, Van den Broucke S, Fullam J, Doyle G, Pelikan J, Slonsk, Z, Brand H. Health Literacy and Public Health: A Systematic Review and Integration of Definitions and Models. BMC Public Health. 2012; 12(80): 1-13.

Tanrıöver, M., Yıldırım, H. H., Ready, N. D., Çakır, B., & Akalın, E. (2014). Türkiye sağlık okuryazarlığı araştırması. Sağlık-Sen Yayınları Aralık, 25, 55.

Thomas, R. K. (2006). Health communication. Springer Science & Business Media.

Uittenhout, H. (2012). The use and effect of social media in health communication about common head lice (Master's thesis, University of Twente).

World Health Organization. (2013). Health literacy. The solid facts. Retrieved August 25, 2014, from http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0008/190655/e96854.pdf.

SAĞLIK İLETİŞİMİNDE DUYGUSAL EMEK DAVRANIŞ VE KURALLARI

Melis YALÇIN[*]

Giriş

Günümüzde hizmet sektörünün gelişmesiyle birlikte hizmet sağlayıcıların mesleki etkinliklerinde duygusal emek faktörü önemli hale gelmiştir. Çalışanların kendilerinden beklenen duyguları davranışa yansıtmaları belirli bir çaba gerektirmektedir. Söz konusu çaba, duygusal emek olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle iş yaşamında sadece fiziksel emeğin değil, aynı zamanda duygusal emeğin de varlığından söz edilmektedir.

Çalışanların duygu gösterimleri, kurumlar tarafından belirlenen birtakım davranış kuralları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu davranış kurallarının bulunması, kurumların çalışanların davranışlarını daha kolay denetlemesini ve belirli standardı yakalamasını sağlamaktadır. Özellikle insan ilişkilerinin yoğun şekilde görüldüğü, etkileşim sıklığının arttığı, sunulan hizmet kalitesinin önemsendiği sektörlerde sergilenen duygusal emek davranışları, diğer sektörlere kıyasla daha önemli görülmektedir. Söz gelimi sağlık sektörünün duygusal emek davranış ve kurallarını önemsediği dikkate alındığında, doktor-hasta ilişkilerinde etkili iletişim kurulmasında, empati ve güven temelinde bir ilişki inşa edilmesinde ve sürdürülmesinde duygusal emeğin rolü yadsınamamaktadır. Sağlık çalışanlarının davranışları-

[*] Öğretim Görevlisi Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi Kula Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, melisyalciin@gmail.com.

İnsanlarla irtibat halinde olma gerekliliği taşıyan birçok sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de duyguların önemi göz ardı edilmemelidir. Sağlık çalışanlarından belirli davranış kuralları doğrultusunda iş yaşamında duygularını düzenlemeleri beklenmektedir. Bir doktorun ya da hemşirenin hastayı anlamaya çalışması, onun kendisini ifade etmesine yardımcı olması, doğru biçimde bilgilendirmesi, ona karşı etkili dinleme davranışı göstermesi ve pozitif bir yaklaşım sergilemesi, bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Sağlık çalışanlarından uymaları istenen duygusal davranış kuralları, bazen işe alım sürecinde aranmakta, bazen ise sözü edilen kurallar, işe alındıktan sonraki süreçlerde çeşitli eğitimler aracılığıyla çalışanlara aktarılmaktadır. Dolayısıyla sağlık iletişiminde duyguların gösterimi ve bu süreçte belirlenen normlar, önem kazanmaktadır. Duygusal emek davranış kodlarının bilinmesi ve sağlık çalışanları tarafından nasıl kullanıldığının tespit edilmesi, sağlık sektörü çalışanlarına, bu konuda çalışma yapan araştırmacılara katkı sağlayacaktır. Bundan sonraki çalışmaların duygusal emeğin değişkenlerini ele alarak değişik sağlık kurumlarında araştırmalar gerçekleştirmeleri önerilmektedir.

Kaynaklar

Avcı, Kadriye, Avşar, Zakir (2014). Sağlık İletişimi ve Yeni Medya, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, Sayı: 39, 181-190.

Baş, Merve, Kılıç, Burhan (2014). Duygusal Emek Boyutları, Süreci ve Sonuçlarının Engelli Turizm Pazarında Değerlendirilmesi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, 67-83.

Becerikli, Sema Yıldırım (2013). Türkiye'de Sağlık İletişimi Üzerine Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyotektik Analizi: Eleştirel Bir Bakış, *Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 2, 25-36.

Coi, Yeong Gyeong, Kİm, Kyoung Seok, Kim, So Jung (2014). A Study on the Concept, Dimensions and Consequences of Emotional Labor, The SIJ

Transactions on Industrial, *Financial & Business Management (IFBM)*, Volume: 2, No: 3, 77-81.

Corcoran, Nova (2007). *Theories and Models in Communicating Health Messages*, Editor: Nova Corcoran, *Communicating Health: Strategies for Health Promotion, Thousand Oaks, CA: Sage.*

Çaldağ, Mehmet Ali, (2010). *Duygusal Emek Davranışlarının Sağlık Çalışanlarında İş Sonuçlarına Etkileri*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Çobaner, Aslıhan Ardıç (2013). Sağlık Iletişiminde Korku Öğesinin Kullanımı: Sigara Paketlerinde Kullanılan Sigara Karşıtı Görsellerin Göstergebilimsel Analizi, *Iletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Gazi Üniversitesi Iletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, Sayı: 37, 211-235.

Eroğlu, Erhan (2011). *İletişimci Liderlik: Yöneticilerin İletişimci Biçimlerine Yönelik Bir Araştırma,* Konya: Literatür Yayınları.

Goleman, D. (2000). *İş Yaşamında Duygusal Zeka,* Çeviren: Handan Balkara, İstanbul: Varlık Yayınları.

Görkemli, Nur (2017).Sağlık İletişiminde İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma,*The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication,* Cilt: 7, Sayı: 1, 122-138.

Hochschild, Arlie Rassel (1979). Emotion Work, Feeling Rules and Social Structure, *American Journal of Sociology*, Volume: 85, Number: 3, 551-575.

Holman, David, Totterdell, Peter (2008). *Emotional Labor and Well-Being and Performance*, Editors: S. Cartwright & C. Cooper, Publisher: Oxford University Press, 331-355.

Kara, Tolga (2017). Instagram'ın Sağlık Iletişimi Bağlamında Kullanımı: Özel Hastaneler Üzerine Bir İnceleme, *Global Media Journal TR Edition,* Cilt: 7, Sayı: 14, 7-22.

Kaya, Esin, Tekin, Ayşe (2013). Duygusal Emek Kavramı Çerçevesinde Sağlıkta Yeniden Yapılanma, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 8, 110-119.

Köse, Sevinç, Oral, Lale, Türesin, Hilmiye (2011). Duygusal Emek Davranışlarının İşgörenlerin Tükenmişlik Düzeyleri ile İlişkisi Üzerine Sağlık Sektöründe Bir Araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 12, Sayı: 2, 165-185.

Kreps, Gary L. (2015). Health Communication Inquiry and Health Promotion: A State of the Art Review, *Journal of Nature and Science, Volume:1, No: 2, 1-12.*

Koçak, Abdullah, Bulduklu, Yasin (2010). Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları, *Selçuk İletişim Dergisi,* Cilt: 6, Sayı: 3, 5-17.

Kruml, Susan M. and Geddes, Deanna (2000). Exploring the Dimensions of Emotional Labor, *Management Communication Quarterly*, Volume: 14, Number: 1, 8-49.

Mendi, Başak. (2015). Sağlık İletişiminde Sosyal Medyanın Kullanımı: Dünyadaki ve Türkiye'deki Uygulamalar, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 44, 275-290.

Monaghan, Diane M. (2006). *Emotional Labor in Service Work: The Perceived Difficulty and Dispositional Antecedents*, The Graduate Faculy of the University of Akron, In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy.

Oğuz, Hatice, Özkul, Metin (2016). Duygusal Emek Sürecine Yön Veren Sosyolojik Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Batı Karadeniz Uygulaması, *Vizyoner Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 16, 130-154.

Oral, Lale, Köse, Sevinç (2011). doktorların Duygusal Emek Kullanımı ile İş Doyumu ve Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, 463-492.

Öz, Seda Değirmenci, Baykal, Ülkü (2017). Hemşirelerin Duygusal Emek Davranışları, *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 3, 143-147.

Pandey, Jatin, Singh, Manjari (2016). Donning the Mask: Effects of Emotional Labour Strategies on Burnout and Job Satisfaction in Community Healtcare, *Health Policy and Planning*, Volume: 31, 551-562.

Seçer, Şebnem (2012). *Duygusal Emek: Teorik Yaklaşımlar, İşleyiş ve Sonuçları*, Editörler: Aşkın keser, Gözde Yılmaz, Senay Yürür, Çalışma Yaşamında Davranış: Güncel Yaklaşımlar, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Şengün, Haluk (2016). Sağlık Hizmetlerinde İletişim Yönetimi, *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, Cilt: 79, Sayı: 1, 38-42.

Tuna, Rujnan, Baykal, Ülkü (2017). A Qualitative Study on Emotional Labor Behavior of Oncology Nurses and its Effects, *International Journal of Caring Sciences, Volume: 10, Issue: 2, 929-936.*

Üstün, Ferda (2017). Kurumsal Adalet Algısının Duygusal Emek Üzerine Etkisi: Sağlık Sektörü Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 4, 801-818.

Yılmaz, Mehmet, Candan, Ferdi (2016). Sağlık İletişimi Çerçevesinde Çevrimiçi Destek Grubu İşlevi: Böbrekle Hayat Bulanlar, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3,803-820.

Yücebalkan, Benan, Karasakal, Nilay (2016). Akademisyenlerde Duygusal Emek ile Tükenmişlik Düzeyi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma: Kocaeli Üniversitesi Örneği, *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, 187-200.

"İş İlanı", https://www.yenibiris.com/medipol-universitesi-hastanesi-medipol-mega-hastaneler-kompleksi/pratisyen-hekim-is-ilani/651742, Erişim Tarihi: 23.06.2018.

"İş İlanı", https://www.kariyer.net/is-ilani/cihan-ozel-saglik-ve-egt-hiz-insan-a-s-cocuk-sagligi-ve-hastaliklari-uzmani-2077644, Erişim Tarihi: 23.06.2018.

"İş İlanı", https://www.kariyer.net/is-ilani/baskent-universitesi-alanya-uygulama-ve-aras-mer-kadin-hastaliklari-ve-dogum-uzmani-2080419, Erişim Tarihi: 23.06.2018.

"İş İlanı", https://www.kariyer.net/is-ilani/ozel-istanbul-medipol-hastanesi-hemsire-1968308, Erişim Tarihi: 23.06.2018.

"İş İlanı", https://www.kariyer.net/is-ilani/np-istanbul-beyin-hastanesi-amatem-servis-hemsiresi-2077894, Erişim Tarihi: 23.06.2018.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE YETENEĞİ YÖNETMEK

Gaye EREL*

"Biz zeki ve yetenekli insanları işe alıp onlara ne yapmaları gerektiğini söylemedik. Onlar bize ne yapmamız gerektiğini söyledi."

Steve JOBS

Giriş

Bazı endüstriler, bireylerin yaşamları üzerinde doğrudan etki yaratmaktadır. Sağlık sektörü bu yüksek etkiye sahip, yüksek düzeyde istihdam sağlayan, yüksek düzeyli teknolojik gelişmeler ve ar-ge çalışmaları ile tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızla gelişim gösteren güçlü sektörlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sağlık sektörü insan sermayesi ve emeğin en yoğun olduğu sektörlerden birisidir. Bir yandan sağlık sektöründe büyüme ve istihdamda sürekli artış devam ederken, diğer yandan yüksek ciro, personel devir oranı ve vasıflı iş gücü kıtlığı gibi sorunlarla karşı karşıya kalınmaktadır. Dolayısıyla sağlık sektöründe yer alan hastaneler ve diğer kurumların karşı karşıya oldukları sorunları dikkate alarak yönetsel yaklaşımları ile insan kaynakları uygulamalarını acilen gözden geçirmeleri gerekmektedir. Bu konuda yapılan günü kurtarmaya yönelik, kısa süreli ve taktiksel uygulamalar -işten çıkarma, göstermelik yeniden yapılanma gibi- gelecekte bekleyen karmaşık ve çok yönlü sorunlarla başa çıkma-

* Prof. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler Bölümü Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, gayeozdem@hotmail.com.

yolla uzun süreli istihdam ile ihtiyaç duyulan (klinik yöneticiler, profesyonel hastane yöneticileri, medikal yöneticiler, tıbbi cihaz yöneticileri vb) lider yönetici, deneyimli hemşire, tekniker gibi farklı pozisyonlarda yetenekli çalışanlardan oluşan güçlü sağlık kadroları oluşturulabilir. Sağlık sektöründe entelektüel sermayenin bu şekilde gelişimine yönelik her türlü çaba, insan sağlığı hizmetlerine doğrudan katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

Alayoğlu, Nihat, "İnsan Kaynakları Yönetiminde Yeni Dönem: Yetenek Yönetimi", *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:1, 2010, ss 68-97

Atlı, D. (2012). *Yetenek Yönetimi, İnsan Kaynakları Yönetiminin Yeni Vizyonu*, Crea Yayıncılık, İstanbul.

Bersin (2007). Enterprise Learning and Talent Management, Bersın & Assocıates Industry Report

Bersin, J. (2010). The business of talent management. Talent Management Strategies for Success from Six Leading Companies, USA: *The American Society for Training & Development*. Ss..15-43.

Boudreau, J.W. and Ramstad, P.M. (2005) "Talentship, Talent Segmentation, and Sustainability: A New HR Decision Science Paradigm for a new Strategy Definition", *Human Resource Management*, 42, 129-36.

Collins, K.S.,Collins, S.K., Mckinnies, R., &Jensen, S. (2008). Employee satisfaction and employee retention: Catalystst opatient satisfaction. *The Health Care Manager*, 27(3), 245–251. doi: 10.1097/01.HCM.0000318755.24332.4b

Collings, D. G.;Mellahi, K. (2009). Strategic Talent Management: A Review and Research, *Human Resource Management Review*, 19 (1). Ss.305-306.

Çırpan,H. ve Şen,A. (2009). İşletmelerde Yenilikçiliği geliştirmede Etkili Bir Araç: yetenek Yönetimi, *Çerçeve Dergisi: Tasarım, ARGE ve İnovasyon*, Eylül Sayısı: 110-116.

Deloitte (2012) Türkiye Sağlık Sektörü Raporu, Sürdürülebilir ve kaliteli bir sağlık sektörü için genel bakış ve potansiyel iyileştirme alanları, http://www.yased.org.tr

Doğan, S.,& Demiral, Ö. (2008). İnsan Kaynakları Yönetiminde Çalışanların Kendilerine Doğru Yolculuk Yöntemi: Yetenek Yönetimi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*:145-166.

Ellis R. 2015. Key Healthcare Talent Management Objectives and Challenges, https://www.td.org/insights/key-healthcare-talentmanagement-objectives-and-challenges . Erişim Tarihi: 2.10.2019.

Frank, F. D. & Taylor, C. R. (2004). Talent management: trends that will shape the future. Human Resource Planning, 27(1), 33-41. ISSN 0199-8986. Heinen, J. C. (n.d.). Critical talent: assessing new demands in health care. Retrieved from http://www.lhh.com/en-US/thoughtleadership/Documents/critical-talent-assessment-new-demands-inhealthcare.pdf.

Fulop N. ve Ramsay A. (2019) *Organisations Contribute To İmproving The Quality Of Healthcare*, BMJ 2019;365:l1773 doi: 10.1136/bmj.l1773 , http://www.bmj.com

Gay, M.,& SIMS, D. (2006). *Building tomorrow's talent: A practitioners guide to talent manage-ment and succession planning*. Bloomington, IN: Authorhouse.

Groves, K. (2011). Talent Management Best Practices: How Exemplary Healthcare Organizations Create Value İn A Down Economy. *Health Care Management Review*, 36 (3): 227-240.

Groves, K. (2012). Impact of Talent Management Practices on Hospital Clinical, Financial, &Workforce Metrics: Healthcare Talent Management Survey. Issued October 2012. Pickering, D. (2015) The health care challenge: Implementing talent initatives in a data-drivenindustry.

Gündüzap S.ve Özan M. (2018). Yetenek Savaşlarından Yetenek Yönetimine, *Journal of Anatolian Education Research (JAER)* https://www.janaeduc.com , Vol:2, ss.14-46.

Heinen, J. and O'Neill C. (2004). Managing Talent to Maximize Performance. *Employment Relations Today*, 31, 67-82.

Huselid M., Beatty R.,Becker B. 2005. A Players or Positions. *Harvard Business Review* December: 110-117

HR Dergisi, 2016, https://hrdergi.com/johnson-johnson-da-tek-ik-tek-ekip-izbirakan-liderler-ile-calisanlarin-ilk-adim-inda-yaninda

İndigo Dergisi, 2019. https://indigodergisi.com/2019/02/saglik-hizmetleri-raporu

Israelite, L. (2010) Thinking about talent. Talent Management Strategies for Success from Six Leading Companies (s. 15-43). USA: *The American Society for Training & Development*.

Kalanlar B. (2018) Türkiye'nin Yüzüncü Yılında Sağlık Sektörü, Mevcut Durum ve Öngörüler, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 2018; 21(3): 495-510

Korkmaz.A. ve Keçecioğlu T.(2014), Yeni İnsan Kaynakları Vizyonu: Yetenek Yönetimi Metrikleri, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 10, Sayı 22:155-171

Lewis RE Heckman RJ 2006 Talent Management: A Critical Review. *Human Resource management Review* 16:139-154

McKinsey Global Survey Results (2010) : Building organizational capacities. *McKinsey Quarterly.*

McKinsey&Company(2016), McKinsey Management Program, www.mckinsey-academy.com, Erişim Tarihi: 02.08.2019.

National Healthcare Leadership Survey (2011). *National healthcare leadership survey: Implementation of leadership development best practices*. Retrieved from http://www.nchl.org/Documents/Ctrl_Hyperlink/doccopy-4080_uid512 2014407472.pdf

Natıonal Center For Healthcare Leadershıp Best Practices in Health Leadership Talent Management and Succession Planning: Case Studies, 2010, http://www.nchl.org, erişim tarihi:3.09.2019

Ogden, G. (2010). Talent management in a time of cost management. *Healthcare Financial Management*, 64 (3), (Mar 2010): 80-84.

Ostim Medikal Sanayi Kümelenmesi 18.URGE.010 Kodlu Proje İhtiyaç Analizi Raporu, 2019: 245-268

Polat, S. (2011) Yetenek Yönetimi.Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, www.aso.org.tr-/b2b/asobilgi/sayilar/dosyamayishaziran2011.pdf Erişim Tarihi 2019: 27-35

Prahalad, C. K, Hamel, G. (1990) The Core Competence of the Corporation, Harvard Business Review, 68(3).: 79

Performance Review (2017) https://performanceculture.com/9-box-grid-performance-values-matrix/, Erişim Tarihi: 10.10.2019.

PwC (2019). PwC's 22nd Annual Global CEO Survey, http://www.pwc.com

SağlıkAktuel.2018, Sağlık Personelleri için İş İlanları, http://www.saglık-aktuel.com

Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü (2017) http://www.shgm.saglik.gov.tr

Sezgin A. Ş. (2015) Özel Hastaneler Sektörü. Erişim Yeri: https://ekonomi.is-bankcom-tr/UserFiles/pdf/sr04_ozelhastanelersektoru.pdf

Sharma R Bhatnagar J 2008 Talent Management-Competency Development: Key to Global Leadership.Indutrial and Commercial Training. 41(3): 118-132

Silzer, R.,&Dowell, B. (2010). *Strategic Talent Management Matters. In R. Silzer& B. Dowell (Eds.) Strategy-Driven Talent management: A Leadership Imperative* (pp. 3Y72). San Francisco: John Wiley&Sons.

Sözer. B. (2017) Yeteneği Yönetmek Yetenek İster. *http://www.hurriyet.com.tr*/ik-yeni-ekonomi/yetenegi-yonetmek-yetenek-ister-20158386

Şantaş G. ve Şantaş F. (2019) Sağlık Kurumlarında Stratejik Yetenek Yönetimi: Kavramsal Bir Çalışma, *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, Cilt:6, Sayı:2. 457.

Tabancalı E. Korumaz M. (2014) Eğitim Kurumlarında Yetenek Yönetimi, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Number: 25-I :139-156

Taha, V.,Gajdzik, T. ve Zaid, J Talent Management In Healthcare Sector: Insıght Into TheCurrent Implementatıon In Slovak Organızatıons, European Scientific Journal December 2015 /Specıal/ Edition Vol.1 Issn: 1857 – 7881 (Print) E - Issn 1857- 7431

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2017). Türkiye Sağlık Sektörüne Genel Bakış, https://www.tobb.org.tr › saglik › 20171229-tss-genel-bakis-tr. Erişim tarihi 02.08.2019.

Ulrich D. W Brockbank, D Johnson, K Sandholtz (2009). İK Yetkinlikleri, Çev: Nazlı Şahinbaş Köksal, İstanbul, Hümanist Kitap yayıncılık.

Wellıns, R.; Schweyer, A. (2008), Talent Management in Motion: Keeping Up with an Evolving Workforce, A Human Capital Institute/DDI Research, :http://www.ddiworld.com /pdf/talentmanagementinmotionkeepingupwithan evolvingworkforce_mis_ddi.pdf.

Medyada Sağlık Haberleri, Medikal Akademi (2015). https://www.medikalakademi.com.tr-/janssen-avrupada-2-en-yi-lac-sirketi-secildi

Yenibiriş Blog, çalışanlar nasıl ve neye göre yükseliyor? 2013., (https://isyasami.-yenibiris.com/calisanlar-nasil-ve-neye-gore-yukseliyor

SAĞLIK İLETİŞİMİ PERSPEKTİFİNDEN SAĞLIK DAVRANIŞINA İLİŞKİN KAVRAMSAL ANALİZ

Neslihan ÖZMELEK TAŞ[*]

Giriş

20. yüzyılın son yıllarında iletişimin sağlık hizmetlerindeki etkisi giderek artan bir şekilde görülmeye başlamıştır. Sağlık sektöründeki aktörler arasındaki bilgi iletişim akışı her zaman önem arz etmektedir. Bununla birlikte bireylerin sağlığı konusunda olayların yanı sıra davranışsal öğeler gibi nüanslar da ciddi etkilere sahip olabilmektedir.

İletişimin önemi diğer alanlarda olduğu gibi sağlık hizmetlerinde de kritik bir etkiye sahiptir. Doktor ve hasta, sağılık eğitimcileri ve müşterileri, ilaç şirketleri ve tüketicileri gibi birbirlerini etkileyen unsurlar arasında sağlık iletişiminin rolü her yerde var olabilmektedir.

Sağlık hizmetleri açısından bakıldığında iletişimin sağlayacağı yarar, etkisiz iletişimin ortaya çıkmasına sebep olduğu olumsuz koşulların ortadan kaldırılması olarak görülmektedir. Sağlık iletişiminin hatalı olması, yanlış uygulamalara, yanlış tanılara, hasta ile olan etkileşimin olumsuzlukla sonuçlanmasına ve hatta kültürlerarası yanlış anlaşılmalara kadar etki gösterebilmektedir. Yaşadığımız çağda sağlık hizmetlerinde karşılaşılan sorunların büyük bir kısmını hatalı iletişim faaliyetleri oluş-

[*] Arş. Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, neslihan_ozmelek@hotmail.com

min kurulabilmesine ve sağlık davranışlarının iyileştirilmesine katkıda bulunma potansiyeline sahiptir.

Kişilerin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri için belirli bir bilgi, tutum ve davranışlara sahip olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda, sağlık iletişimi olgusuna önem vermeleri ve sağlıklı yaşam biçimleri geliştirmeleri hem sağlık davranışı hem de sağlık iletişimi için önemlidir. Sağlıklı bir iletişim kişileri sağlık davranışına yöneltmekte ve bu sayede kişilerin sağlıklı bir yaşam biçimi geliştirmesinde etkilidir.

Kaynaklar

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1* (pp.438–459). http://doi.org/10.4135/9781446249215.n22

Ajzen, I., Netemeyer, R., & Ryn, M. Van. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, *50* (JANUARY 1991), 179–211. http://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Avcı, K., & Avşar, Z. (2014). Sağlık İletişimi ve Yeni Medya. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (39), 181–190.

Baker, S. C., & Watson, B. M. (2015). Understanding the Health Communication Process: Advancing the Research Agenda to Improve Health Care Interactions and Patient Care. *Journal of Language and Social Psychology*, *34*(6), 599–603. http://doi.org/10.1177/0261927X15587016

Başaran, İ. E. (1991). *Kurumsal Davranış: İnsanın Üretim Gücü*. Ankara: Gül Yayınevi.

Beck, C. S., Benitez, J. L., Edwards, A., Olson, A., Pai, A., Torres, M. B., … Torres, M. B. (2004). Enacting "Health Communication": The Field of Health Communication as Constructed Through Publication in Scholarly Journals. *Health Communication*, *16*(4), 475–492. http://doi.org/10.1207/s15327027hc1604

Benyamini, Y., Gozlan, M., & Kokia, E. (2004). On the self-regulation of a health threat: Cognitions, coping, and emotions among women undergoing treatment for infertility. *Cognitive Therapy and Research*, *28*(5), 577–592. http://doi.org/10.1023/B:COTR.0000045566.97966.22

Berry, D. (2004). *Risk communication and health psychology*. Berkshire: McGraw-Hill.

Booth-Butterfield, S., Beynon, W., & Chory, R. (1997). Communication Apprehension and Health Communication and Behaviors. *Communication Quarterly*, *45*(3), 235–250. http://doi.org/10.1080/01463379709370063

Bulduk, S., Yurt, S., Dinçer, Y., & Ardıç, E. (2015). Sağlık Davranışı Modelleri. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, *5*(1), 28–34.

Cameron, L. D., & Leventhal, H. (2002). *The self-regulation of health and illness behaviour*. New York: Routledge.

Çınarlı, İ. (2008). *Sağlık İletişimi ve Medya*. İstanbul: Nobel Kitap.

Clubb, A. C., & Hinkle, J. C. (2015). Protection motivation theory as a theoretical framework for understanding the use of protective measures. *Criminal Justice Studies*, *28*(3), 336–355. http://doi.org/10.1080/ 1478601X.2015.1050590

Conn, V. S. (2018). Understanding Health Behavior in Context. *Western Journal of Nursing Research*, *40*(2), 1–2. http://doi.org/10.1177/0193945918756266

Conner, M. (2015). Health Behaviors. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, *1*(1996), 582–587. http://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.14154-6

Conner, M., & Norman, P. (2017). Health behaviour: Current issues and challenges. *Psychology & Health*, *32*(8), 895–906. http://doi.org/10.1080/ 08870446.2017.1336240

de Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, *42*, 128–138. http://doi.org/ 10.1016/j.jenvp.2015.03.005

de Vries, H. (2017). An Integrated Approach for Understanding Health Behavior; The I-Change Model as an Example. *Psychology and Behavioral Science International Journal*, *2*(2). http://doi.org/10.19080/PBSIJ.2017.02.555585

Elwy, A. R., Yeh, J., Worcester, J., & Eisen, S. V. (2011). An illness perception model of primary care patients' help seeking for depression. *Qualitative Health Research*, *21*(11), 1495–1507. http://doi.org/10.1177/1049732311413781

Erol, S., & Erdoğan, S. (2007). Sağlık Davranışlarını Geliştirmek ve Değiştirmek için Transteoretik Modelin Kullanılması. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, *10*(2), 86–94. http://doi.org/10.17049/ AHSBD.26482

Esin, M. N., & Aktaş, E. (2012). Çalışanların Sağlık Davranışları ve Etkileyen Faktörler: Sistematik İnceleme. *İ.Ü.F.N. Hemşirelik Dergisi*, *20*(2), 166–176. http://doi.org/10.17672/FNHD.03582

Gillholm, R., Ettema, D., Selart, M., & Gärling, T. (1999). The role of planning for intention-behavior consistency. *Scandinavian Journal of Psychology*, *40*(4), 241–250. http://doi.org/10.1111/1467-9450.404123

Glanz, K., & Bishop, D. B. (2010). The Role of Behavioral Science Theory in Development and Implementation of Public Health Interventions. *Annual Review of Public Health*, *31*(1), 399–418. http://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.012809.103604

Hülür, A. B. (2016). Sağlık iletişimi, medya ve etik: Bir sağlık haberinin analizi. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, *14*(1), 156–178.

Jenkins, C. D. (2003). *Building Better Health: A Handbook of Behavioral Change*. Washington: PAHO. Retrieved from http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/166261/1/9275115907.pdf?ua=1

Jones, C. L., Jensen, J. D., Scherr, C. L., Brown, N. R., Christy, K., & Weaver, J. (2015). The Health Belief Model as an Explanatory Framework in Com-

munication Research: Exploring Parallel, Serial, and Moderated Mediation. *Health Communication*, *30*(6), 566–576. http://doi.org/10.1080/10410236.2013.873363

Kara, T. (2017). Instagram'ın Sağlık İletişimi Bağlamında Kullanımı: Özel Hastaneler Üzerine Bir İnceleme. *Global Media Journal TR Edition*, *7*(14), 328–359.

Koçak, A., & Bulduklu, Y. (2010). Sağlık İletişimi: Yaşlıların Televizyonda Yayınlanan Sağlık Programlarını İzleme Motivasyonları. *Selçuk İletişim*, *6*(3), 5–17.

Köroğlu, E. (2011). *Düşünsel duygulanımcı davranış terapisi ilkeleri*. İstanbul: HYB Yayıncılık.

Kreps, G. L. (2001). The Evolution and Advancement of Health Communication Inquiry. *Communication Yearbook*, *24*(2001), 230–253. http://doi.org/10.1080/23808985.2001.11678988

Lasselin, J., Lekander, M., Paues-Göranson, S., Olsson, M. J., & Axelsson, J. (2018). Communication of health in experimentally sick men and women: A pilot study. *Psychoneuroendocrinology*, *87*(June 2017), 188–195. http://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2017.10.024

Laverack, G. (2017). The Challenge of Behaviour Change and Health Promotion. *Challenges*, *8*(2), 25. http://doi.org/10.3390/challe8020025

Lee, T. S., Kilbreath, S. L., Sullivan, G., Refshauge, K. M., & Beith, J. M. (2007). The development of an arm activity survey for breast cancer survivors using the Protection Motivation Theory. *BMC Cancer*, *7*(75), 4–9. http://doi.org/10.1186/1471-2407-7-75

Levesque, D. A., Gelles, R. J., & Velicer, W. F. (2000). Development and validation of a stages of change measure for men in batterer treatment. *Cognitive Therapy and Research*, *24*(2), 175–199. http://doi.org/10.1023 /A:1005446025201

Mackert, M., Donovan, E. E., & Bernhardt, J. M. (2017). Applied Grant Writing Training for Future Health Communication Researchers: The Health Communication Scholars Program. *Health Communication*, *32*(2), 247–252. http://doi.org/10.1080/10410236.2015.1110686

Mas, F. G. S., Plass, J., Kane, W. M., & Papenfuss, R. L. (2003). Health Education and Multimedia Learning: Educational Psychology and Health Behavior Theory (Part 1). *Health Promotion Practice*, *4*(3), 288–292. http://doi.org/10.1177/1524839903252569

McCormack, L., Sheridan, S., Lewis, M., Boudewyns, V., Melvin, C. L., Kistler, C., … Lohr, K. N. (2013). Communication and dissemination strategies to facilitate the use of health-related evidence. *Evidence Report/Technology Assessment*, (213), 1–520. http://doi.org/10.23970/AHRQEPCERTA213

Munro, S., Lewin, S., Swart, T., & Volmink, J. (2007). A review of health behaviour theories: How useful are these for developing interventions to promote long-term medication adherence for TB and HIV/AIDS? *BMC Public Health*, *7*, 1–16. http://doi.org/10.1186/1471-2458-7-104

Nahcivan, N. Ö., & Seçginli, S. (2003). Meme Kanserinde Erken Tanıya Yönelik Tutum Ve Davranışlar: Bir Rehber Olarak Sağlık İnanç Modelinin Kullanımı. *C. Ü. Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, *7*(1), 1–6. Retrieved from http://eskidergi.cumhuriyet.edu.tr/makale/621.pdf

Neuhausera, L., & Krepsb, G. L. (2010). eHealth communication and behavior change: Promise and performance. *Social Semiotics*, *20*(1), 9–27. http://doi.org/10.1080/10350330903438386

Okay, A. (2007). *Sağlık İletişimi*. İstanbul: Mediacat.

Parrott, R. (2010). Emphasizing "communication" in health. *Journal of Communication*, *54*(4), 751–787. http://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02653.x

Prilutski, M. A. (2010). A Brief Look at Effective Health Communication Strategies in Ghana. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, *1*(2), 51–58.

Prochaska, J. O., & Velicer, W. F. (1997). The Transtheoretical Change Model of Health Behavior. *American Journal of Health Promotion*, *12*(1), 38–48. http://doi.org/10.4278/0890-1171-12.1.38

Ratzan, S. C. (2002). Public health at risk: Media and political malpractice. *Journal of Health Communication*, *7*(2), 83–85. http://doi.org/10.1080/10810730290087969

Rimal, R. N., & Lapinski, M. K. (2009). Why health communication is important in public health. *Bulletin of the World Health Organization*, *87*(4), 247. http://doi.org/10.2471/BLT.08.056713

Şengezer, T. (2016). Tütün Bağımlılığında Bilişsel- Davranışçı Tedavi Yöntemleri. *Güncel Göğüs Hastalıkları Serisi*, *4*(1), 97–103. http://doi.org/10.5152/gghs.2016.013

Sheeran, P., Klein, W. M. P., & Rothman, A. J. (2017). Health Behavior Change: Moving from Observation to Intervention. *Annual Review of Psychology*, *68*(1), 573–600. http://doi.org/10.1146/annurev-psych-010416-044007

Simpson, V. (2015). Models and Theories to Support Health Behavior Intervention and Program Planning. *Purdue Extension*, 1–5. Retrieved from https://extension.purdue.edu/extmedia/HHS/HHS-792-W.pdf

Sutton, S. (2002). Health Beahavior - Psychosocial Theories. *University of Cambridge*, 10. http://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.14153-4

Sutton, S. (2004). Determinants of health-related behaviours: Theoretical and methodological issues. In *The Sage handbook of health psychology* (pp. 94–126). http://doi.org/10.4135/9781848608153.n4

Thomas, R. K. (2006). *Health Communication*. *Springer*.

Uçan, G., Çalım, S. İ., & Yıldırım, Ş. (2015). Sosyal Hizmet Uzmanlarının Sağlık İletişimi Alanındaki Rol ve Fonksiyonları. *CBÜ Sağlık Bilimlerii Enstitüsü Dergisi*, *2*(4), 91–100.

Verkijika, S. F. (2018). Understanding smartphone security behaviors: An extension of the protection motivation theory with anticipated regret. *Computers and Security*, 1–11. http://doi.org/10.1016/j.cose.2018.03.008

Wong, T. S., Gaston, A., DeJesus, S., & Prapavessis, H. (2016). The utility of a protection motivation theory framework for understanding sedentary behavior. *Health Psychology and Behavioral Medicine*, *4*(1), 29–48. http://doi.org/10.1080/21642850.2015.1128333

Woon, I., Tan, G.-W., & Low, R. (2005). A Protection Motivation Theory Approach to Home Wireless Security. In *CIS 2005 Proceedings* (pp. 367–380).

SAĞLIK İLETİŞİMİNDE DOKTORLARIN SOSYAL VE DUYGUSAL ZEKA YETKİNLİKLERİ

*Miray BEŞBUDAK**

Giriş

Sosyal zeka belki de en geniş fakat en iyi şekilde iç içe geçmiş beceriler bütünü olarak görülebilmektedir. Howard Gardner'ın da çalışmaları ile açıkladığı gibi insan zekasının tek bir yetenek ile açıklanması mümkün değildir. Farklı insanlar farklı yetenek kategorilerine ve farklı zeka türlerine sahiptir. Sosyal zeka da her bireyin topluluk içinde birbirinden farklı olduğu görüşünü benimsemektedir. İnsanları anlayabilmek ve onlarla etkili şekilde iletişim kurabilmek için birbirinden farklı ama kendi içlerinde tamamlayıcı olan bir dizi beceriyi kullanabilmek gerekmektedir. İnsanları anlamak denildiğinde sosyal becerilerin yanında duygusal zeka yetkinliklerinin de kullanılması, iletişimde duyguların iyi yönetilmesi önem taşımaktadır. Duygusal farkındalık seviyesinin bireyde başlayıp topluma yayılması olarak sınırları genişleyen duygusal zekanın, giderek artan bir şekilde kabul görmesi ve değer kazanması beklenen bir durumdur. Duygusal zeka becerileri incelenebilen, öğrenilebilen, ölçülüp geliştirilebilen bir beceri kategorisi olması nedeniyle bir çok farklı alanda çalışma konusu olmuştur.

Sağlık iletişiminde hasta ve doktor arasındaki ilişki, tedavi ve diğer klinik uygulamalar için kritik bir öneme sahiptir. Has-

* Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, miraybesbudak@gmail.com.

Hastanelerde ve genel olarak pratikte önde gelen doktorlar, olağan (ağır) iş yükünün ötesinde yaratıcı zorluklar arayarak öğrenme sürecini sürdürebilmektedir. Çalışma yılı arttıkça karşılaşılan durumların çeşitliliği de artmakta, bu da doktorlar için mesleki tecrübelerini arttırmak için fırsat yaratmaktadır. Dolayısıyla doktorların sosyal ve duygusal zeka yetkinliklerini bir kuruma bağlı çalıştıkları sürece geliştirebildikleri söylenebilmektedir. Dahası, gelişmeye açık ve motivasyonu yüksek olan doktorlar, bazı olumsuz durumlarda bile iyimser kalabilmektedir. Örneğin; beklenmedik komplikasyonlar, hatalı işlem sonucu açılan soruşturma ya da hasta yakınları ile yaşanan anlaşmazlık sonucu açılan dava gibi. Bu gibi durumlarda, öz farkındalık, öz-düzenleme ve motivasyon, yaşanan hayal kırıklığı ve umutsuzluğun üstesinden gelmede doktorlara ve diğer tüm sağlık profesyonellerine yardımcı olmaktadır.

Kaynaklar

Albrecht, K. (2006) *Sosyal Zeka: Başarının Yeni Bilimi*, İstanbul. Timaş Yayınları.

Bar-on, R. (2006) The Bar-On Model of Emotional Social Intelligence, *Psicothema*, 18, ss.13-25.

Bar-On, R. (1997) *Bar-On Emotional Quotient Inventory: Technical Manual*. Toronto. Multi-Health Systems

Bower, G. H. (1981). Mood and Memory. *American Psychologist*, 36, ss.129–148.

Brackett, M. A., Geher, G. (2006). *Measuring emotional intelligence: Paradigmatic shifts and common ground*. İçinde J. Ciarrochi, J. P. Forgas & J. D. Mayer (Ed.), Emotional Intelligence and Everyday Life (2nd ed., ss. 27–50). New York, Psychology Press.

Brackett, M. A., Rivers, S. E., Shiffman, S., Lerner, N., & Salovey, P. (2006). Relating emotional abilities to social functioning: A comparison of self-report and performance measures of emotional intelligence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, ss.780–795.

Cherniss, C. (2010). Emotional intelligence: Toward clarification of a concept. *Industrial and Organizational Psychology*, 3, ss.110–126.

Forgas, J. P., & Moylan, S. (1987). After the movies: Transient mood and social judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, ss.467–477.

Gardner, H. (1983 / 1993). *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, New York, Basic Books.

Goleman, D. (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.

Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.

Goleman, D. (2007) *Sosyal Zeka: İnsan İlişkilerinin Yeni Bilimi.* 2. Baskı. İstanbul, Varlık Yayınları.

Isen, A. M., Shalker, T. E., Clark, M., & Karp, L. (1978). Affect, accessibility of material in memory, and behavior: A cognitive loop?, *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, ss. 1–12.

Kirby, R. (2016). Emotional Intelligence and Medicine, Proffessional Development, *Trends in Men's Health*, ss. 30-31, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/tre.524, Erişim tarihi: 20.10.2019.

Lloyd, A. C. (1979). *Emotion and decision in stoic psychology*. İçinde J. M. Rist (Ed.), The stoics (ss. 233–246). Los Angeles: University of California Press.

Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (2000). *Selecting a measure of emotional intelligence: The case for ability scales*. İçinde R. Bar-On & J. D. A. Parker (Ed.), The Handbook of Emotional Intelligence: Theory, Development, Assessment, and Application at Home, School, and in the Workplace (ss. 320–342). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2008). Emotional intelligence: New ability or eclectic traits? *American Psychologist*, 63, ss. 503–517.

Mayer, J. D., Roberts, R. D., & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, ss. 507–536.

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? İçinde P. Salovey & D. J. Sluyter (Ed.), Emotional Development and Emotional Intelligence: Educational Implications (ss. 3–34). New York, NY: Basic Books.

Mayer, J. D., DiPaolo, M., & Salovey, P. (1990). Perceiving affective content in ambiguous visual stimuli: A component of emotional intelligence. *Journal of Personality Assessment*, 54, ss. 772–781.

Mayer, J. D., & Bremer, D. (1985). Assessing mood and affect-sensitive tasks. *Journal of Personality Assessment*, 49, ss. 95–99.

Salovey, P., & Birnbaum, D. (1989). Influence of mood on health-relevant cognitions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, ss.539–551.

Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9, ss.185–211.

Stanton, E., Noble, D. (2010) Emotional Intelligence, *The BMJ*, https://doi.org/10.1136/bmj.c3781, Erişim tarihi: 25.10.2019.

Sternberg, R. J. (1985). *The Triarchic Mind: A New Theory of Human Intelligence*. New York: Penguin.

Paulhus, D. L., Lysy, D. C., & Yik, M. S. M. (1998). Self-report measures of intelligence: Are they useful as proxy IQ tests? *Journal of Personality*, 66, ss. 525–554.

Young, P. T. (1943). *Emotion in Man and Animal: Its Nature and Relation to Attitude and Motive.* Oxford, England: Wiley.

Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking: Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35, ss. 161–175.

HASTA-DOKTOR İLETİŞİMİNDE GÜVEN NASIL İNŞA EDİLMELİ?

*Azra NAZLI**

Giriş

Hastalar ve doktorlar arasındaki etkileşim, hastanın stres içerisinde olduğu, kendisini güvende hissetmediği, savunmasız olduğu duygusuna kapıldığı, belirsizliklerle başa çıkmaya çalıştığı olağandışı durumları kapsayan bir psikolojik ortamda gerçekleşebilmektedir. Böyle bir ortamda hastaların doktorlara yönelik birtakım beklentiler içine girmesi oldukça anlaşılabilir görünmektedir. Sağlık durumları ile ilgili bilgi sahibi olmak, belirsizliğin yarattığı gerilimi çözmek, doğru tanı ve tedavi süreçlerinden faydalanabilmek, bir an önce fizyolojik ve psikolojik açıdan sağlıklı hale gelmek hastaların temel istekleri olarak sıralanabilmektedir. Doktorlar, bu stres ve belirsizlik ortamında hastalara, onlara beklentileri ve sıkıntılarına yönelik çözüm odaklı yaklaştıklarına, doğru tanı koyduklarına, uygun tedavi yöntemini seçtiklerine yönelik bir güvence vermek durumundadırlar. Bu güvence, iletişim tarzı, aktif dinleme, ilgi ve empati, isteklilik ve meslek etiğine uygun davranışlar sergilemek gibi birçok unsurun bileşimini kapsamakta ve başarı halinde hastaya güvenç olarak yansımaktadır.

* Arş. Gör., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı, azraknazli@gmail.com.

yaşamını ilgilendiren durumları kapsadığı için daha da fazladır. Doktorlar, gün boyunca birçok hasta ile karşılaşarak hastaların olağanüstü ruh hallerini ve deneyimledikleri normalin dışındaki sağlık durumlarını kanıksamış da olsalar, hastalara karşı her zaman saygılı ve özverili, içten ve gayretli olma sabrından asla vazgeçmemelidirler. Toplumca kendilerine verilen değeri, etik sorumluluklarını unutmadan ve faydalı olmaktan bıkmadan görevlerini sürdüren doktorlar, sağlıklı bir toplumun değerli yapıtaşları, kilit anahtarlarıdırlar.

Kaynaklar

Baker, R. Mainous A. G. Gray, D. P. & Love M. M.(2003) *Exploration of the relationship between continuity, trust in regular doctors and patient satisfaction with consultations with family doctors,* Scandinavian Journal of Primary Health Care, 21:1, SS: 27-32.

Barber, B. (1983) *The logic and limits of trust*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Beitat, K. (2015) *Trust and incidents the dynamic of interpersonal trust between patients and practitioners,* Liepzig: Springer

Carnevale, D. G. ve Wechsler, B. (1992) *Trust in the public sector: Individual and organizational determinants*. Administration & Society, 23, SS: 471-494.

Gambetta, D. (Ed.)(1988) *Can we trust trust?* Gambetta, D. *Trust: Making and breaking cooperative relations* SS: 213-237. New York: Blackwell.

Gezergün, A. Şahin, B. Tengilimoğlu, D. Demir, C. Bayer, E. (2006) *Hastaların bakış açısıyla doktor-hasta ilişkisi ve iletişimi; bir eğitim hastanesi örneği*, Sosyal Bilimler Dergisi, 1, SS:129-144

Gültekin, E. (2016) *Etik açıdan doğru doktor-hasta iletişimi nasıl olmalıdır*? Turkiye Klinikleri J Med Ethics, 24(3) SS: 111-5

Irvine, D. (2003) *The doctors' tale, professionalism and public trust,* Radcliffe Medical Press.

Karsavuran, S. Kaya, S. Akturan, S. (2011) *Hasta-hekim ilişkisinde güven: bir cerrahi polikliniği örneği,* Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 14: 2 SS: 185-212

Larzelere, R. E.(1980) The Dyadic Trust Scale: *Toward understanding interpersonal trust in close relationships,* Journal of Marriage and Family, 42:3 SS: 595-604

Lewis, J. D. & Weigert, A. J. (1985) *Trust as a social reality*, Social Forces, 63(4) SS: 967-985.

Luhmann, Niklas (2000) *Familiarity, confidence, trust: problems and alternatives,* Gambetta, D (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, electronic edition, University of Oxford, chapter 6, SS: 94-107.

Mcknight, D. H., Chervany, N. L. (1996) *The meanings of trust*, University of Minnesota MIS Research center working paper series, SS: 1-86.

Mutlu, E. (2012) *İletişim sözlüğü*, Ankara: Sofos.

Ommen, O. Thuem, S. Plaff, H. Janssen, C. (2010) *The relationship between social support, shared decision-making and patient's trust in doctors: a cross-sectional survey of 2,197 inpatients using the cologne patient questionnaire,* Int J Public Health 56, SS: 319–327

Peters, S. Rogers, A. Salmon, P. Gask, L. Dowrick, C. Towey, M. Clifford, R. Morriss, R. (2008) *What do patients choose to tell their doctors? qualitative analysis of potential barriers to reattributing medically unexplained symptoms,* J Gen Intern Med 24(4) SS: 443–9

Richo, D. (2010) *Daring to trust: opening ourselves to real love and intimacy*, London: Shambhala Publications.

Rogers, W. A. (2002) *Is there a moral duty for doctors to trust patients*? J. Med Ethics, 28: SS: 77-80

Rotenberg, K. J. (Ed.) (2010) *Interpersonal trust during childhood and adolescence,* Cambridge: University Press

Shapiro, S. P. (1987). *The social control of impersonal trust*. American Journal of Sociology, 93(3) SS: 623-658.

Six, F. (2005) *The trouble with trust the dynamics of interpersonal trust building,* United Kingdom, USA: Edward Elgar.

Uslaner, E. M. (2002) *The moral foundations of trust*, Cambridge: Cambridge University Of Press.

Wright, E. B. Holcombe, C. Salomn, P. (2004) *Doctors' communication of trust, care and respect in breast cancer: qualitative study*, The BMJ, SS. 1-14.

Yamagishi, T. & Yamagishi, M. (1994). *Trust and commitment in the United States and Japan*. Motivation and Emotion, 18(2) SS: 129-166.

www.ahdictionary.com/word/search.html?q=trust&submit.x=0&submit.y=0, Erişim Tarihi: 20.06.18

www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b2aa3a1088ee1.62111477, Erişim Tarihi: 20.06.19.

EMPATİK İLETİŞİMİN HASTALARIN RUHSAL İYİLİK HALİNE ETKİLERİ

Funda GÜLYÜKSEL[*]

Giriş

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre sağlık, bireyin yalnızca herhangi bir hastalığının olmaması şeklinde değil, bununla birlikte kişinin fiziksel, ruhsal ve sosyal olarak tam bir iyilik hali içinde olması olarak tanımlanmıştır (WHO, 1948). Ruh sağlığı çalışanları bireylerin ruhsal olarak sağlıklı olmaları için çalışırlar ve bunu yaparken birtakım tekniklerden yararlanırlar. Empatik iletişim bu tekniklerden biridir.

Bireyin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyup, onun ne hissettiğini anlayarak o kişiye yansıtması süreci olarak tanımlanan empati kavramı hem insan ilişkilerinde hem de psikolojik danışmanlık ve terapilerde oldukça önemli bir kavramdır.

Empati temel insani bir beceridir. Yakın sosyal ilişkiler ve iş ilişkilerindeki başarının merkezini oluşturur. Ayrıca etkili psikoterapinin anahtarıdır (Woolridge, 2013). Empati becerisi, satıcılık, yöneticilik, yakın ilişkiler, anne babalık, insanların acılarını paylaşmak ve siyasal etkinlik gibi çok farklı alanlarda karşımıza çıkmaktadır (Goleman, 2016). Empati, hem birçok iletişim probleminin doğmasına engel olmakta hem de yaşanan çatışmaların daha az zarar verici şekilde çözümlenebilmesine imkan

[*] Uzm. Psikolog, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Atatürk Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Toplum Ruh Sağlığı Merkezi, funda_gulyuksel@hotmail.com.

Sonuç

Bu bölümde empatik iletişimin önemi daha çok ruh sağlığı çalışanları ve ruhsal olarak sağlıklı olmaya etkisi açısından ele alınmış olsa da, aslında tüm sağlık çalışanlarının, hastalarla iletişim kurarken empatik olmaları gerekmektedir. Sağlık çalışanlarının hastaya empatik bir yaklaşım göstermesi hastanın anlaşıldığını hissetmesini sağlamakla birlikte, sağlık çalışanı ve hasta arasında daha insancıl bir ilişki kurulmasına da katkıda bulunacaktır.

Kaynaklar

Bateson, C. D., Fultz, J. & Schoenrade, P. A. (1987). Distress and empathy: two qualitatively distinct vicarious emotions with different motivational consequences. *Journal of Personality, 55*(1), 19-39.

Bilgin, N. (2003). *Sosyal psikoloji sözlüğü kavramlar, yaklaşımlar*. Ankara: Bağlam Yayınları.

Bozkurt, T. (2014). Empati kuramları ve uygulamaları. İçinde, A. Turpoğlu Çelik (Ed.). *Empati kuramdan uygulamaya* (ss.17-42). İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.

Castonguay, L. G. & Beutler, L. E. (2006). Principles of therapeutic change: A task-force on participants, relationships, and techniques factors. *Journal of Clinical Psychology, 62*, 631-638.

Cihangir-Çankaya, Z. (2011). *Kişilerarası iletişimde dinleme becerisi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Clark, A. J. (2016). Empathy and Alfred Adler: an integral perspective. *The Journal of Individual Psychology, 72*(4), 237-253.

Corey, G. (2008). *Psikolojik danışma kuram ve uygulamaları* (Çev. T. Ergene). Ankara: Mentis Yayıncılık.

Dökmen, Ü. (1988). *Empatinin* yeni bir modele dayanılarak ölçülmesi ve psikodrama ile geliştirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, *2*(1-2), 155-190.

Dökmen, Ü. (2002). *İletişim çatışmaları ve empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Draguns, J. (2015). Empathy: its deep roots and tall branches. *Baltic Journal of Psychology, 16*(1-2), 28-54.

Egan, G. (2011). *Psikolojik danışma becerileri* (Çev. Ö. Yüksel). İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Ersoy, E. G. & Köşger, F. (2016). Empati: tanımı ve önemi. Osmangazi Tıp Dergisi, 38, 1-8.

Goleman, D. (2016). *Duygusal zeka eq neden iq'dan daha önemlidir?* İstanbul: Varlık Yayınları.

Greenberg, L. S. (2014). *Duygu odaklı terapi danışanlara duygu koçluğu yapmak* (Çev. Ed. S. Balcı Çelik). Ankara: Nobel Yayınları.

Gülseren, Ş. (2001). Eşduyum (empati): tanımı ve kullanımı üzerine bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi, 12*(2), 133-145.

Hoffart, A., Versland, S. & Sexton, H. (2002). Self-understanding, empathy, guided discovery, and schema belief in schema-focused cognitive therapy of personality problems: a process–outcome study. *Cognitive Therapy and Research, 26*(2), 199–219.

İkiz, F. E. (2006). *Danışma becerileri eğitiminin danışmanların empatik eğilim, empatik beceri ve tükenmişlik düzeyleri üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış doktora tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Lafferty, P., Beutler, L. E. & Crago, M. (1989). Differences between more and less effective psychotherapists: a study of select therapist variables. *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 57*, 76-80.

Larcombe, A. (2014). Kendimize bakım. İçinde *Psikolojik danışma uygulamalarında temel konular* (Çev. Ed. F. Akkoyun). Ankara: Nobel Yayınları.

Meier, S. T. &Davis, S. R. (2009). *Psikolojik danışma temel öğeler*. Ankara: Pegem Akademi.

Murdock, N. J. (2012). *Psikolojik danışma ve psikoterapi kuramları olgu sunumu yaklaşımıyla*. Ankara: Nobel Yayınları.

Nelson-Jones, R. (2014). *Uygulamalı danışmanlık ve yardım becerileri* (Çev. G. Sart). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Özbek, M. F. (2004). Toplumsal yaşamda empati. *Akademik Bakış, 1*, 1-16.

Rogers, C. (1975). Empathic: an unappreciated way of being. *The Counseling Psychologist, 5*, 2-10.

Rogers, C. (1983). *Empatik olmak, değeri anlaşılmamış bir varoluş şeklidir*(Çev. F. Akkoyun). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 16, 103-124.

Rogers, C. R. (1957). The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology, 21*, 95-103.

Shapiro, L. E. (2004). *Yüksek eq'lu bir çocuk yetiştirmek anne babalar için duygusal zeka rehberi*. İstanbul: Varlık Yayınları.

Sharf, R. S. (2011). *Psikoterapi ve psikolojik danışma kuramları kavramlar ve örnek olaylar*. Ankara: Nobel Yayınları.

Southam-Gerow, M. A. (2014). *Çocuklarda ve ergenlerde duygusal düzenleme uygulayıcının rehberi* (Çev. Ed. M. Şahin). Ankara: Nobel Yayınları.

Stern, D. N. (2011). *Bir bebeğin günlüğü*. İstanbul: Litera Yayıncılık.

Stern, D. N. (2012). *Bebeğin kişilerarası dünyası psikanaliz ve gelişimsel psikolojiden bir bakış*. İstanbul: Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları.

TDK. (2018). Empati. İnternetten 15.05.2018 tarihinde alınmıştır. *http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn &kelimesec=112291.*

Voltan Acar, N. (2010). *Yeniden terapötik iletişim kişiler arası ilişkiler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Watson, J. C., & Geller, S. M. (2005). The relation among the relationship conditions, working alliance, and outcome in both process-experiential and cognitive-behavioral psychotherapy. *Psychotherapy Research, 15*(1,2), 25-33.

Watson, J. C., Steckley, P. L. & McMullen, E. J. (2014). The role of empathy in promoting change. *Psychoterapy Research, 24*(3), 286-298.

WHO (1948). *Preamble of the Constitution of the World Health Organisation as adopted by the International Health Conference*. (Official Records of the WHO, 2, 100).

Woolridge, A. (2013). Empathy in psychotherapy: how therapists and clients understand each other. *Gestalt Journal of Australia and New Zeland, 9*(2), 68-71.

SAĞLIK ÇALIŞANLARININ İLETİŞİM BECERİLERİ İLE ÇATIŞMAYI YÖNETME STRATEJİLERİ

Osman Ferda BEYTEKİN[*]
Miray DOĞAN[**]

Giriş

Türk Dil Kurumu'na göre (2018), iletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon olarak tanımlanmıştır. Oxford sözlüğüne göre ise (2018), ''Commun" ortak anlamına gelen "communis" kelimesinden türetilmiştir. Ortak duygu ve düşüncelerin sözlü ve sözsüz olarak paylaşımı olarak tanımlanmıştır.

Genel anlamda iletişim, iletiyi gönderen ile alan arasında oluşan bir tür bilgi, anlam, duygu ve düşünce alışverişidir. İletişim, sadece anlamların iletilmesini değil anlaşılmasını da gerektirir (Robbins, 1991). Bir diğer deyişle iletişim; bilgiyi üretme ve anlamlandırma sürecidir (Dökmen, 1996). İletişim, anlamı paylaşmak, ortak hale getirmektir. Sağlık kurumlarının amacı toplumla, bireylerle iyi iletişim kurmak ve niteliğini artırmaktır. İletişim, sağlık kurumlarında sağlık çalışanları olarak; doktor, yönetici, hemşire ve diğer çalışanlar ve hastalar arasında sağlık hizmetlerinin geliştirilmesi ve etkili kılınmasında en temel öğe-

[*] Doç. Dr. Osman Ferda Beytekin, Ege Üniversitesi, Eğitim Bilimleri, İzmir, Türkiye, ferda.beytekin@ege.edu.tr.
[**] Doktora öğrencisi, Miray Doğan, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Bölümü Eğitim Yönetimi Anabilim Dalı.

züm yaratır." Dolayısıyla, çatışmalarda çözüm odaklı iletişim ile çalışanlar ve kurum içinde olumlu sonuçlar doğuracağı aşikardır. Hem sağlık kurumu yöneticileri hem de çalışanlar, kurumsal iletişimin önemini yeterince kavramalı ve kurum içerisinde meydana gelebilecek çeşitli anlaşmazlık ve uyuşmazlıkların üstesinden gelmek için kurumsal iletişimden faydalanmalıdır (Karcıoğlu vd., 2011). Yöneticilerin, sağlık personelinin iş ve iş dışı sorunlarına duyarlı olması, iş tanımlarının belirlenmesi, rol çatışmalarının azaltılması ve kararlara katılmalarının sağlanması personelin iş doyumunu artıracağı düşünülmektedir (Tengilimoğlu, Yiğit, 2005).

Kaynaklar

Ada, N. (2013). Kurumlarda çatışma nedenleri ve çözüm önerileri: Bir literatür çalışması. *International Journal of Social Science*. (6)1, s. 59-74,

Aslan, Ş. (2004). Hastanelerde Kurumsal Çatışma: Teori ve örnek bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, s. 599-617.

Aydın, M. (2014). Eğitim yönetimi. Ankara: Gazi Yayıncılık. S.336-342.

Akça, C. & Erigüç, G. (2006). "Hastane Çalışanlarının Yöneticileri ve Çalışma Arkadaşları İle Yaşadıkları Çatışma Nedenlerine Yönelik Bir Araştırma", Hacettepe *Sağlık İdaresi Dergisi*, 9(2), s.149.

Akkirman, A. D. (1998). Etkin Çatışma Yönetimi ve Müdahale Stratejileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (13) 2, s. 2-3.

Akova, O. & Akın G. (2015). Çatışma Yönetimi, Yönetsel ve Kurumsal Etkinliği Geliştirme Yöntemleri. (ed. Özer, K.O.,Hızıroğlu, M. Saldamlı, A.) İstanbul: Adra Yayıncılık. S.516-549.

Bal, C. G. (2013). Sağlık kurumlarında iletişim doyumu üzerine bir alan araştırması. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* (The Journal of Social and Economic Research) ISSN: 1303 – 8370 / Nisan 2013 / Yıl: 13 / Sayı: 25

Beytekin, O. F. & Yalçınkaya, M. (2014). Öğretim Sürecinde İletişim. Sınıf Yönetimi (Ed.İkram Çınar). Ankara: Eğiten Kitap.

Can, A. & İbicioğlu, H. (2008). Yönetim ve Yöneticilik Yönünden Üniversite Hastanelerinin Değerlendirilmesi. Süleyman *Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), s.253-275.

Champoux, J.E. (2010). Organizational Behavior: Integrating Individuals, Groups, and Organizations. New York: Routledge.

Cüceloğlu, D. (2002). *İletişim Donanımları*. Ankara: Remzi Kitabevi.

Çalık, T. (2003). Eğitimde Değişimin Yönetimi: Kavramsal Bir Çözümleme. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi.* (36). 55.536-557.

Dökmen, Ü. (1996). *İletişim Çatışmaları ve Empati.* İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Ergin, A. (1998). *Öğretim Teknolojisi ve İletişim.* Ankara: Anı Yayıncılık.

Gibson,J. L., Ivancevich. J.M.& Donnely, J.H. (1979). Organizations: behavior, structure, processes. Michigan University: Business Publications.

Gümüşeli, A. İ. (1994). İzmir Ortaöğretim Okulları Yöneticilerinin Öğretmenlerle Aralarındaki Çatışmaları Yönetme Biçimleri. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Yönetimi ve Anabilim Dalı, Ankara.

Günay, S. (2001). Yönetim ve Organizasyon, Nobel Yayın Dağıtım. Ankara, 2001, s.91.

Gürsoy, A. P. (2014). Çalışma Ortamında Çatışma Nedenleri, Çözüm Yöntemleri ve Sağlık Sektörü. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetim Bilim Dalı. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

Hoy. K. & Miskel,C. G. (2010). Educational Administration Theory, Research and practice .(çev. Ed. Selahattin Turan). Nobel Yayıncılık.

Karip, E. (2003). Çatışma Yönetimi**.** Ankara: Pegem Yayıncılık.

Karcıoğlu, F., Gövez, E. & Kâhya, C. (2011). Yöneticilerin İletişim Tarzı ve Kullandıkları Çatışma Yönetim Stili Arasındaki İlişki. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 15 (1), s. 327-340.

Kaya, Y. (2005.) Değişen Yapılarda İş birliği ve Çatışma. Sosyoloji Konferansları, 31, s.161-175.

Kılınç, T. (1985). "Kurumlarda Çatışma: Mahiyeti ve Nedenleri". *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. 14(1), s.103-124.

Keçecioğlu, T. (2008). Kurum büyüklüğünün kurum yapısına olan etkileri üzerine çok boyutlu yaklaşımlar. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10 (2), s. 179-207.

Kıdak, L. B., Demir, S., Çeber, E. & Turgay, A. S. (2011). İzmir'de bir hastanede yöneticilerin çatışma yönetim stilleri ve çalışanların algılamaları. *Hacettepe sağlık idaresi dergisi*, (14)1, s. 1-25.

Manning, M. L., ve Bucher, K. (2005): Classroom Management for Middle and Secondary Schools, The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas, 79:1, 5-6.

Özen, Y. (2001). *İlköğretimde İletişim (Sınıfta Yönetim)*. Ankara: Nobel Yayınları.

Özgener, Ş.& Küçük, F. (2008). Hastanelerde Modern Yönetim Felsefesinin Verimliliğe Etkisi: Gevher Nesibe Hastanesinde Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı 19, s.341– 358.

Özmutaf, N. M. (2007). Kurumlarda bireysel performans unsurları ve çatışma, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8(2), s.41-60.*

Pavlakis A., Kaitelidou D., Theodorou, M., Galanis P., Sourtzi, P. & Siskou, O. (2011) Conflict management in public hospitals: the Cyprus case. *International Nursing Review* 58, p.242–248.

Pondy, L. R. (1967). Organizational Conflict: Concepts and Models. *Administrative Science Quarterly*, (13), 296-320.http://dx.doi.org/10.2307/2391553.

Proksch, S. (2016). Conflict Management. Switzerland: Springer International Publishing. P. 5-130.

Puntillo KA, McAdam JL. (2006). Communication between physicians and nurses as a target for improving end- of-life care in the intensive care unit: Challenges and opportunities for moving forward, *Critical Care Medicine*, 34, p.332–340.

Rahim, M.A., & Magner, N. R. (1995). Confirmatory factor analysis of the styles of handling interpersonal conflict: First-Order Factor Model and Its Invariance Across Groups. *Journal of Applied Psychology*. 80(1), p.122-132.

Rahim, M.A. (2000). "Emprical Studies On Managing Conflict" The International Journal *Of Conflict Management*" 11(1), p.5-8.

Robbins, S. (1991). *Management.* New Jersey: Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs.

Schein, E. H. (2010). Organizational culture and leadership. San Francisco:John Wiley & Sons, Inc.Schnneider, B. (Ed.), page 14-16.

Seval, H. (2006). Çatışmanın Etkileri ve Yönetimi. *Kırgızistan Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,15, s.247- 253.

Şimşek, Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş ve Kurumsal Davranış*. Geliştirilmiş 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Soysal, A., Yağar, F., Koz, T., & Tunç M. (2016). Sağlık kurumlarında yönetici ve diğer sağlık personeli arasındaki iletişim sorunları: Kahramanmaraş Halk Sağlığı Müdürlüğü örneği, *Business and Economics Research Journal*, 7(3), s.183-195

Şahin, A. & Örselli, E. (2010), Devlet Hastanelerinde Kurumsal Çatışma Nedenleri Bir Anket Uygulaması, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 19, s. 42-62.

Temel, M. (2017). Sağlık kurumlarında çatışma: nedenleri, yönetimi ve çözüm önerileri. *İ.Ü. Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*,5(2), s.31-43.

Tengilimoğlu, D. (1991). Kişilerarası Çatışma ve çatışma teşhis modelleri. *Amme İdaresi Dergisi* 24 (2), s.123-144

Tengilimoğlu, D. & Yiğit, A. (2005). Hastanelerde Liderlik Davranışlarının Personel İş Doyumuna Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Çalışması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 8(3), S. 375-400.

Tokat, B. (1999), Kurumlarda çatışma ve çatışmanın yönetimi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* (1), 23-40.

Türk Dil Kurumu (2018). www.tdk.gov.tr

Oxford Dictionary (2018). www.oxforddictionary.com

http://arsiv.mevlana.org.tr/doc/mesnevi/PDF/Mesnevi *MESNEVÎ*-İ ŞERİF Tercümesi. Çeviren: Veled Çelebi (İzbudak). *CİLT* 1 adresinden 1.10.2019 tarihinde alınmıştır.

SAĞLIK HİZMETLERİNDE MESLEKLERARASI İŞ BİRLİĞİ ve İLETİŞİM

Özlem Sürel KARABİLGİN ÖZTÜRKÇÜ[*]

Giriş

Son yıllarda sağlık hizmeti sunan ekipler; sağlık beklentilerindeki artış, yoğun iş yükü, klinik uygulamalardaki karışıklıklar, ekip üyelerinin sürekli değişimi ve iletişim sorunları gibi zorluklarla karşılaştıklarından sağlık alanında meslekler arası işbirliği gündeme gelmiştir. Meslekler arası işbirliğinin yeterince olmaması hastayı kurtarma girişimlerinde yaşanan başarısızlık, ilaç uygulama hataları, hastane enfeksiyonlarında artış, hastane yatış süresinde uzama gibi hasta sonuçları açısından olumsuz etkilere yol açabilmektedir (Verspuy, 2018). Meslekler arası işbirliğinin geliştirilmesi, hasta güvenliği ve hasta sonuçlarının iyileştirilebilmesi için meslekler arası eğitim kritik öneme sahiptir (Granheim, 2018).

Meslekler arası eğitim, meslekler arası iş birliğini sağlık hizmeti uygulama modellerine taşıyan "Sağlık Hizmetini Geliştirme Enstitüsü-Institutefor Healthcare Improvement" tarafından ortaya konulan "Üçlü Amaç-Triple Aim" kavramının bir sonucudur. "Üçlü Amaç" sağlık sisteminin performansını artırmak için üç konuya vurgu yapmaktadır (Earnest, 2014; Institute of Medicine of the National Academies, 2015; IHI, 2018; WHO, 2010).

[*] Doç. Dr., Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Tıp Eğitimi AD, Bornova, e-mail: osurelkarabilgin@gmail.com.

yonu gerçekleşmemiştir (Davis, 2018). Bununla birlikte meslekler arası eğitimin düzenlenmesine odaklanmak, klinik uygulamaların yeniden tasarlanması eğitim ve uygulama arasındaki boşluğu kapatmaya ve sağlık hizmet sunumunda "Üçlü Amaç"a ulaşılmasına yardımcı olacaktır (Burkhardt, 2018). Ayrıca meslekler arası etkili iletişimin iş birliğini güçlendirdiği ve hata oranını azalttığı göz önünde bulundurulduğunda sağlık hizmeti sunumunda insan faktörünün önemi unutulmamalıdır.

Kaynaklar

Aston, S.J., Rheault, W., Arenson, C., Tappert, S.K., Stoecker, J., Orzoff, J., Galitski, H., Mackintosh, S. (2012). Interprofessional education: a review and analysis of programs from three academic health centers. *Academic Medicine*, 87(7), 949-955. doi: 10.1097/ACM.0b013e3182583374.

Burkhardt, C., Crowl, A., Ramirez, M., Long, B., Shrader, S. (2018). Assessing Pharmacy Students' Exposure and Experience with Interprofessional Collaboration During Community and Institutional Introductory Pharmacy Practice Experiences. *American Journal of Pharmaceutical Education*. e-View. https://doi.org/10.5688/ajpe6830, https://www.ajpe.org/toc/ajpe/0/0

Davis, J.M., Janczukowicz, J., Stewart, J., Quinn, B., Feldman, C.A. (2018). Interprofessional education in dental education: An international perspective. *European Journal of Dental Education,* 22(1), 10-16. doi: 10.1111/eje.12341

D'Eon, M. (2004). A blueprint for interprofessional learning. *Medical Teacher*, 26(7), 604-609. doi: 10.1080/01421590400004924

Earnest, M., Brandt, B. (2014). Aligning practice redesign and interprofessional education to advance triple aim outcomes. *Journal of Interprofessional Care,* 28(6), 497-500. doi: 10.3109/13561820.2014.933650

Foronda, C., MacWilliam, B., McArthur, E. (2016). Interprofessional communication in healthcare: An integrative review. *Nurse Education in Practice*, 19, 36-40. doi: 10.1016/j.nepr.2016.04.005

Granheim, B.M., Shaw, J.M., Mansah, M. (2018). The use of interprofessional learning and simulation in undergraduate nursing programs to address interprofessional communication and collaboration: An integrative review of the literature. *Nurse Educ Today*, 62,118-127. doi: 10.1016/j.nedt.2017.12.021

Hadley, D.E., Pitonyak, J.S., Wynarczuk, K.D., Sena, S., Ward, J.F., Patel, R.V. (2018). A pilot IPE workshop integrating OT, pharmacy, PT, and PA programs. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 10(2), 220-225. doi: 10.1016/j.cptl.2017.10.012

Institute for Healthcare Improvement (IHI) (2018). The IHI Triple Aim. http://www.ihi.org/engage/initiatives/TripleAim/Pages/default.aspx, Ulaşım tarihi: 15 Eylül 2018.

Institute of Medicine of the National Academies (2015). Committee on Measuring the Impact of Interprofessional Education on Collaborative Practice and Patient Outcomes. Measuring the impact of interprofessional education on collaborative practice and patient outcomes. https://www.nap.edu/download/21726, Ulaşım tarihi: 10 Ekim 2017.

Interprofessional Education Collaborative (IPEC) (2016). Core competencies for interprofessional collaborative practice: 2016 update. Washington, DC: Interprofessional Education Collaborative.

Interprofessional Education Collaborative (IPEC), Expert Panel (2011). Core competencies for interprofessional collaborative practice: Report of an expert panel. Washington, D.C.: Interprofessional Education Collaborative.

Makic, M.B.F., Bueno, E. (2016). Improving Interprofessional Communication Through Structured Rounds. *Journal of PeriAnesthesia Nursing*, 31(4), 340-342. doi: 10.1016/j.jopan.2016.05.001

O'Daniel, M., Rosenstein, A.H. (2008). Professional communication and team collaboration. In: Hughes, R. (Ed.), Patient Safety and Quality: An Evidence-based Handbook for Nurses. Agency for Healtcare Research and Quality (US), Rockville, MD, 271-284.

Schwartz, L., El-Banna, M., Conroy, J.F., Browne, J. (2018). What's Your Style? Enhanced Interprofessional Communication and Practice Using the Communication Wheel. *Nurse Educator.* doi: 10.1097/ NNE.0000000000000509.

Scotten, M., Manos, E.L., Malicoat, A., Paolo, A.M. (2015). Minding the gap: Interprofessional communication during inpatient and post discharge chasm care. *Patient Education and Counselling*, 98(7): 895-900. doi: 10.1016/j.pec.2015.03.009.

Verspuy, M., Van Bogaert, P. (2018). Interprofessional Collaboration and Communication. In: Van Bogaert P., Clarke S. (eds) The Organizational Context of Nursing Practice. Springer, Cham., 259-278, Springer, Cham doi:10.1007/978-3-319-71042-6_12

Wagner, J., Liston, B., Miller, J. (2011). Developing interprofessional communication skills. *Teaching and Learning in Nursing*, 6, 97-101. doi:10.1016/j.teln.2010.12.003

World Health Organization (2010). Framework for action on interprofessional education & collaborative practice. (WHO/HRN/HPN/10.3). http://www.who.int/hrh/resources/framework_action/en.

World Health Organization (2013). Transforming and Scaling Up Health Professionals' Education and Training: World Health Organization Guidelines. WHO, Geneva, Switzerland.

Zabar, S., Adams, J., Kurland, S., Shaker-Brown, A., Porter, B., Horlick, M., Hanley, K., Altshuler, L., Kalet, A., Gillespie, C. (2016). Charting a Key Competency Domain: Understanding Resident Physician Interprofessional Collaboration (IPC) Skills. *Journal of General Internal Medicine*, 31(8): 846-53. doi: 10.1007/s11606-016-3690-6.

TIP HUKUKU ALANINDA YENİ BİR MODEL YARGI ÖNCESİ ÇÖZÜM USULLERİ VE İLETİŞİMİN ÖNEMİ*

Aslıhan AKALIN TEYİN[**]
Serkan ÇINARLI[***]

Giriş

Bu çalışmamızda tıbbi uygulamadan doğan hataların yol açtığı uyuşmazlıklarda yargı öncesi çözüm usullerinin önemine dolayısı ile iletişim kurmanın gerekliliğine vurgu yapmayı amaçlanmıştır. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında görüleceği üzere özür dileme gibi bir iletişim yöntemi bile uyuşmazlığı çözmede etken olabilmektedir.

Tıbbi uygulama hatalarından doğan uyuşmazlıklar gerek adli yargıda gerekse idari yargıda açılan davaların artışı ile toplumların gündemini meşgul etmektedir (Çınarlı, 2013, s.327).Bu durum özellikle sağlık çalışanları açısından tedirginlik yaratmıştır. Yapılan birçok araştırma, defansif (çekinik) tıp dediğimiz, doktorların ve diğer sağlık çalışanlarının hastalara yaklaşımında gereksiz temkinli davranışlar sergilemelerine neden olduğunu ortaya koymuştur. Hem kamu kaynakları israf edilmekte, en basiti gereksiz tetkik (MR, BT) talepleri ile maliyetler

---

* Bu çalışma Doç. Dr. Serkan ÇINARLI tarafından yönetilen Uzman Dr. Aslıhan Akalın TEYİN tarafından hazırlanan "Amerika Birleşik Devletleri'nde Tıbbi Uygulama Hatalarından Doğan Uyuşmazlıklara Yönelik Alternatif Çözüm Usulleri ve Türkiye'de Uygulanabilirliği" isimli yayınlanmamış yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Uzman Doktor, İzmir Adli Tıp Grup Başkanlığı

*** Doç. Dr., İzmir Bakırçay Üniversitesi Hukuk Fakültesi.

tıbbi uygulama hatalarına yönelik yargı öncesi çözüm usullerinin ülkemizde yer almasının büyük önem taşıdığını bilhassa belirtilmektedir.

Kaynaklar

Akyıldız, Sunay (2014), "Sağlıkta arabuluculuk," *Terazi Hukuk Dergisi*, c.9. S.93. ss.49-57.

Akyıldız, Sunay (2014),*Sağlıkta Arabuluculuk*, Tıp Hukuku Atölyesi II kitabı içinde, Proje Sahibi: Akyıldız Sunay, Ankara: Seçkin, s.24.

Bilgin, Hikmet (2009), ss.16-24, "AngloSakson hukuk sistemlerinde arabuluculuk," http://www.ankarabarosu.org.tr/siteler/ankarabarosu/hgdmakale/2009-1/8.pdf (12.01.2019 tarihinde erişilmiştir).

Cortez, Nathan (2011), "A medicalmalpractice model fordeveleopingcountries," *DrexelLawReview*, S.4. ss.217-241.

Çağlayan, Ramazan (2014), "Sağlık hizmetlerinden kaynaklanan idari uyuşmazlıkların çözümünde yargı dışı yöntemler (tahkim, sulh, uzlaştırma)," Düzenleyen Cahid Doğan ve Pınar Aksoy Gülaslan. Ankara Barosu 5. Sağlık Hukuku Kurultayı 1-2 Kasım 2013, 2014: ss.323-342.

Çınarlı, Serkan (2013), *İdarenin Sağlık Hizmetinin Sunumundan Kaynaklanan Hukuki Sorumluluğu*, Ankara: Orion.

Davenport, Ashley A (2006), "Forgiveandforget: Recognition of erroranduse of apology as preemptivestepsto ADR orlitigation in medicalmalpractice cases," *PepperdineDisputeResolutionLawJournal*, c.6. S.1. ss.81-91.

Eggen, Jean Macchiaroli (2013), "Medicalmalpracticescreeningpanels: An update and assessment medical malpractice screening panels: An update and assessment," *Journal of Health& Life SciencesLaw*, c.6. S.3. ss.1-35.

Ersen Perçin, Gizem (2011), "Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinden arabuluculuğun hukuksal düzenlemelerdeki yeri," *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni*, Yıl.31. S.2. ss.177-202.

Hakeri, Hakan (2012),*Tıp Hukuku*, Ankara: Seçkin.

Hakeri, Hakan (2014), "Tıp hukukunda malpraktis komplikasyon ayrımı," ss.23-28. http://www.toraks.org.tr/uploadFiles/book/file/173201492523-238.pdf (12.04.2015 tarihinde erişilmiştir).

Jenkins, Randall C, JD et. al (2014), "Mandatorypresuitmediation: 5-year results of a medicalmalpracticeresolution program," *AmericanSocietyfor Healthcare Risk Management*, c.33. S.4. ss.15-22.

Krauss, Michael I (2012), "A medicalliabilitytoolkit, ıncluding ADR, "*Journal of Legal Metrics*, c.1. S.2. ss.349-428.

Leflar, B. Robert (2014), "Discerningwhypatientsdie: legal and political controversies in Japan, The United States, andTaiwan," *Michigan State International LawReview*, c.22. S.3. ss.777-797.

Leibold, Peter, ve Schaff, Michael (2011), "Healthcare ADR the options when you want to preserve relationships," *New Jersey Lawyer*, ss.63-68.

McManus, Michael ve Silverstein, Brianna (2011), "Briefhistory of alternatived isputeresolution in the United States," *CadmusJournal*,c.1. S.1. ss.100-105.

Odyakmaz, Zehra ve Çınarlı, Serkan (2013),*İdari Uyuşmazlıklarda Yargı Öncesi Çözüm Usullerinin.Uygulanabilirliği,* Ankara: Orion Kitabevi, s.128-129.

Parrott, Matthew (2007), "Is compulsorycourt-annexed medical malpractice arbitration constitutional? How thedebatereflects a trend towards compulsion in alternativedisputeresolution," *Fordham Law Review*, c.75. S.5. ss.2685-2743.

Pearlmutter, Maria (2011), "Physicianapologiesand general admissions of fault: Amendingthe federal rules of evidence," Ohio StateLawJournal, c.72. S.3. ss.687-722.

Sloan, Frank A., ve Chepke, Lindsey M (2008), Medical Malpractice, Massachusetts: *The MIT Press*. s.53.

Tanrıver, Süha (2006), "Hukuk uyuşmazlıkları bağlamında alternatif çözüm yolları ve özellikle arabuluculuk," *TBB Dergisi*, S.64. ss.151-178.

Tanrıver, Süha (2014), "Genel olarak arabuluculuk ve uzlaştırma kavramları ve aralarındaki temel farklılıklar," Düzenleyen Cahid Doğan ve Pınar Aksoy Gülaslan. *Ankara Barosu 5. Sağlık Hukuku Kurultayı 1-2 Kasım 2013*, ss.277-282.

Yanlin, Cao, et al (2014), "Application of third-partymediationformedical disputes: an introduction of Chineseexperience," *Chinese Medical Journal*, c.127. S.14. ss.2707-2710.

SAĞLIK HİZMET ORGANİZASYONU VE MEDİKOLEGAL BOYUTU

Ekin Özgür AKTAŞ[*]
Ahsen KAYA[**]

Sağlık Hizmetinin Kısa Tarihsel Gelişimi

Tüm canlı varlıklar gibi insanoğlu da var olduğu ilk andan itibaren sağlık sorunları ile karşılaşmıştır. Doğum, yaşlılık gibi doğal olaylar, kazalar, savaşlar gibi sebepler ile sağlık sorunları yaşayan insanların ampirik tedavi ve bakımları gerekmiştir. Tarih öncesi döneme ait bulgulardan, bu dönemde özellikle dinsel ritüellerin ön planda olduğu tedavilerin uygulandığı, kırıkların tedavi edilebildiği, trepanasyon (kafatası kemiklerinin kesilerek açıklıklar bırakılması) gibi bazı girişimlerden sonraki iyileşme bulgularından insanların bir süre daha yaşayabildiği anlaşılmıştır.

Sümerler tarafından yazının icadıyla başlayan yazılı tarih dönemine ait ilk kayıtlardan oldukça ilerlemiş şekilde hastalıkların tanınabildiği ve birbirlerinden ayrılabildiği, özellikle bitkilerin tedavilerde oldukça yaygın şekilde kullanılabildiği anlaşılmıştır.

Dünyanın çeşitli yerlerinde, birçok kent devletinde özellikle o bölgede yaygın yaşanan sağlık sorunlarına yönelik dini ritüellerle desteklenmiş tedaviler uygulandığı, bazı bölgelerde teda-

[*] Prof. Dr., Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Adli Tıp Anabilim Dalı, İzmir.
[**] Doç. Dr., Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi Adli Tıp Anabilim Dalı, İzmir.

- Sağlayacağı bilgi ve gelişme o kişi veya diğer hastalar için önemli düzeyde olmalıdır.
- Bilimsel açıdan güçlü ancak etik olmayan bir araştırmanın uygunluğu söz konusu dahi edilemez.
- Öncelik insan onurunun korunması olmalıdır.

Yasal düzenlemelerde yer alan yaptırımların ağır olduğu düşünülebilir. Ancak insan vücuduna doğrudan el atma hakkı bulunan bir meslekte bu yetkiye paralel olarak sorumluluğun da benzer ağırlıkta olması doğaldır ve "bir gün bizlerin de bu şekilde haklarımızın korunmasına ihtiyacımız olabilir" düşüncesi ile mevcut düzenlemelerin bilinmesinde yarar vardır. Bu kurallar silsilesinin araştırmacıyı sıkan değil, özeni ve dikkati arttırmak yanında elde edilen bilginin kalitesini de artırmayı amaçladığı unutulmamalıdır.

Kaynaklar

Anayasa. Kanun no: 2709, Resmi Gazete Sayısı: 17863, Tarihi: 9.11.1982. https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf

Adli Tıp Kurumu Kanunu. Kanun No:2659, Resmi Gazete Sayısı: 17670, Tarihi: 20.04.1982.

Aktaş, E.Ö. (2002). doktorların yasal sorumlulukları. *Hasta örnekleri ile dahili bilimler kitabı.* İzmir, İzmir Güven Kitabevi.

Alkanat, M. (2000-2001). Patoloğun hukuki sorumlulukları, Ege Patoloji Derneği, Patolojide mesleki riskler ve patoloğun hukuki sorumlulukları toplantı notları, 2000-2001 eğitim yılı, 47-55.

Annas, G.J. (1998). A patients' bill of rights. *The New England Journal of Medicine,* 338, 695.

Aşçıoğlu, Ç. (1993). *Tıbbi yardım ve el atmalardan doğan sorumluluklar - doktorların, devletin ve özel hastanelerin sorumluluğu (cezai ve hukuki).* Ankara, Tekışık Ofset Tesisleri.

Bayat, A.H. (1999). *Şer'iyye sicilleri ve tıp tarihimiz I: rıza senetleri.* Türk Tarih Kurumu, Ankara, Ayrı Basım.

Bilgi Edinme Hakkı Kanunu. Kanun No: 4982, Resmi Gazete Sayısı: 25569, Tarihi: 24.10.2003.

Çağdır, S., Çelik, S., Büken, B., & Soysal Z. (2005). Tıbbi malpraktis davalarında sözleşmeden doğan sorumluluk. *Adli Obstetrik/jinekoloji.* İstanbul, Adli Tıp Kurumu Yayınları-9.

Demir, A. (2012). Konya şer'iyye sicillerinde rıza senedi örnekleri (1659-1749). *History Studies (Int. J. Of History)*, 4, 31-46.

Devlet Memurları Kanunu. Kanun No:657, Resmi Gazete Sayısı: 12056, Tarihi: 23/7/1965.

Durdu, H. (1986). *Sağlık mesleğinde hukuki sorumluluk, Cilt 1.* İzmir.

Elçioğlu, Ö., Gündüz, T. (1991). Hasta rızasının tıbbi ve hukuki yönü. *Anadolu Tıp Dergisi,* 13(2), 213-220.

Erdem, Ö. (2007). Sağlık personeli ve hastaların, hasta hakları konusunda bilgi düzeyleri ve uygulanan müdahale yöntemlerinin etkinliğinin değerlendirilmesi. *http://hdl.handle.net/11727/2057, Erişim: 01.06.2018.*

Erman, B. (2003). *Ceza hukukunda tıbbi müdahalenin hukuka uygunluğu*. Ankara, Seçkin Yayınevi.

Görkey, Ş. (2003). Hasta hakları. *Medikal Etik*, 4, 100-126.

Günay, Y., Elçioğlu, Ö., & Koç S. (2000). Hasta ve doktor hakları açısından hasta rızası. IV. Adli Bilimler Kongresi, İstanbul.

Hancı, İ.H. (1995). Doktorun yasal sorumlulukları ve hakları. *Tıp ve sağlık hukuku.* İzmir, Toprak Ofset Matbaacılık Ltd. Şti.

Hasta Hakları Yönetmeliği. Resmi Gazete Sayısı: 23420, Tarihi: 01.08.1998.

Hatun, Ş. (1995). *Hasta hakları temel belgeler.* Ankara, TTB yayınları.

Doktorluk Meslek Etiği Kuralları. (2004). Ankara, TTB Merkez Konseyi Yayını.

İnsan Hakları ve Biyotıp Sözleşmesi. Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından, "Biyoloji ve Tıbbın Uygulanması Bakımından İnsan Hakları ve İnsan Haysiyetinin Korunması Sözleşmesi: İnsan Hakları ve Biyotıp Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun" adıyla. Kanun No: 5013, Resmi Gazete Sayısı: 25439, Tarihi: 20.04.2004.

Klinik Araştırmalar Hakkında Yönetmelik. Resmi Gazete Sayısı: 28617, Tarihi: 13.04.2013.

Önal, G. (2012). Hasta haklarının anatomisi. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3, 6-14.

Polat, O. (2005). *Tıbbi uygulama hataları.* Ankara, Seçkin Yayıncılık AŞ.

Sağlık Bakanlığı, Hasta Hakları Uygulama Yönergesi, 26.05.2005. https://sbu.saglik.gov.tr/hastahaklari/yeniyonerge.htm, erişim: 30.05.2018.

Savaş, H. (2007). *Tıbbi müdahaleden doğan sorumluluklar.* Ankara, Seçkin Yayınevi.

Soysal, Z., Çakalır, C. (1999). Doktorun yasal sorumlulukları. *Adli tıp.* İstanbul, İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Yayınları.

Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun. Kanun No: 1219, Resmi Gazete Sayısı: 863, Tarihi: 14.04.1928.

Tıbbi Deontoloji Tüzüğü. Bakanlar Kurulu Kararname No:4/12578. Resmi Gazete Sayısı: 10436, Tarihi: 19.02.1960.

Tok, Ö. (2008). Osmanlı dönemi doktor-hasta ilişkileri (Kadı sicillerine göre XVII-XVIII yüzyılarda Kayseri örneği). *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic,* 3/4, 788-805.

Tüzün, B., Aşıcıoğlu, F., Elmas, İ., & İnce, H. (1997). Kusurlu tıbbi uygulamalara bağlı ölümler. *İstanbul Tıp Fakültesi Mecmuası,* 60(4), 468-474.

SAĞLIK İLETİŞİMİ: KURUMSAL YAYINLAR VE İÇERİK YÖNETİMİ

Yeşim ERDEMİR[*]

Giriş

Sağlık iletişimi, iletişim biliminin araç, yöntem ve stratejilerini kullanarak sağlığın korunması, iyileştirmesi ve geliştirilmesi amacıyla uygulamaya yönelik bilgi üreten bir bilim alanı olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'de sağlık sisteminin önemli bileşenleri olan ilaç, sağlık hizmeti sunucuları, tıbbi cihaz ile sigorta sektörü, halkın önemli sağlık sorunlarıyla ilgili bilgi ve farkındalıklarını artırmak, sağlık ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmak amacıyla çeşitli kurumsal yayınlar yayımlamaktadır. Bu makalede EDAK Ecza Kooperatifinin kurumsal yayınları ve içerik yönetimi ele alınmaktadır. Bu kapsamda Kooperatifin sağlık sorunlarıyla ilgili tüketici ve hastaları bilgilendirme ve farkındalıklarının artırılmasına yönelik sağlık aktüalite dergisi EDAKTÜEL'in içerik yönetimi değerlendirilecektir. Bu yayın eczacının toplumdaki vazgeçilmez sağlık danışmanlığına ve nihayetinde mesleki gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Sağlık İletişimi ve Yansımaları

Sağlık iletişimi, halk sağlığının hem kâr amacı gütmeyen hem de ticari sektörlerde gelişmesi ve giderek daha belirgin bir alan haline gelmesidir. Bu nedenle, zaman içinde birçok yazar

[*] Kurumsal İletişim Yönetmeni, yeşim.erdemir@gmail.com.

lık iletişimi içinde yer almaktadır. Son yıllarda giderek artan sağlık harcamalarına dikkat çekmek amacıyla akılcı ilaç kullanımını özendirici yayınlar gerek yazılı gerekse görsel medyada kamu spotu şeklinde yayınlanmakta, halkın sağlık okur yazarlığının geliştirilmesi ve bilinçlendirilmesine yönelik bu çalışmalara sağlıkla ilgili kurum ve kuruluşların yayınları da katkıda bulunmaktadır. Halkın en yakın sağlık danışmanı olarak görülen eczacıların Hasta/Tüketici ile iletişimini güçlendiren, sağlık aktüalite dergisi EDAKTÜEL ile ilaç ve sağlıkla ilgili konularda uzman doktor ve eczacılardan alınan görüşlerle toplumda sık görülen hastalıklara yönelik aydınlatıcı fikirlere yer verilmektedir. Sağlıklı kalmak için alınacak basit ama değerli önlemler ve önerilen yaşam biçimi değişiklikleri de toplumun bilinçlendirilmesi yönünde önemli katkılarda bulunmaktadır.

Kaynaklar

(1) http://www.halklailiskiler.com/saglik-iletisimi.html Erişim: 18.4.2018
(2) Özmen, Erol (2018) "Bir bilimsel alan olarak sağlık iletişiminin tanımı" http://sagliktailetisim.com/erol-ozmen/saglik-iletisimi-tanim/Erişim: 28.03.2018
(3) Renata Schiavo (2007) "Health Comminication: From Theory to Practice" Sf:3
(4) www.edakrafi.com/edaktuel Erişim 15.5.2018
(5) Vural, Akıncı, Z.Beril-Bat, Mikail (2015) "Teoriden pratiğe Kurumsal iletişim" Sf:150.

BİLİM VE SAĞLIK HABERCİSİ GÖZÜNDEN BİLİM, SAĞLIK HABERCİLİĞİ VE OKURYAZARLIĞI

Esra ÖZ[*]

Giriş

Sağlık haberciliği denildiğinde aklınıza hastalıklar, doktorlar, ilaçlar, tıbbi cihazlar gibi birçok alan gelir. Bu alanda araştırma yaparken anlaşılması güç bol miktarda Latince kelime ve tıbbi terminoloji ile karşılaşmanız ve aralarında kaybolmanız mümkün. Sağlık muhabiri eğer bu alanda yeni çalışmaya başlamışsa, karşısındaki haber kaynağı yıllardır uygulanan bir yöntemi yeni bulunmuş gibi anlatabilir. Haber yapılır ve okuyanlar sorgulamadan, şüphelenmeden alıp yeni diye inanabilir.

Sağlık muhabiri, bu alanda çalışmaya başladığında farklı bir dünyanın kapılarını aralar. Bir sağlık muhabiri öğrenip, çevresini genişletirken aynı zamanda da insanlara en önemli bilgiyi yani sağlıklarıyla ilgili yenilikleri aktarır.

Bilim, sağlık ve teknoloji haberciliğinde uzmanlaşma olmadığı için gazetecilerin bakış açısı ele alınmaz. Bilim ve sağlık okuryazarlığı konusu ise, akademik çalışmalarda teorik bilgilere sıkışıp kalan ve pratikle hiç ilgisi olmayan konulara değinmesi de bu alanın gelişememesinde etkili oluyor.

Uzman gazetecilerin yetişmesi, medyada uzmanlaşma olması için desteklenmesi gerekir. Bu sayede teorik ile pratik arasındaki uçurumun arasına köprü kurarak ortak çalışmalar daha

[*] Köşe yazarı, sağlık habercisi, fesraoz@gmail.com.

DİJİTAL MEDYA VE TOPLUMSAL CİNSİYET:

Kavramlar, Fırsatlar, Sınırlılıklar

Editörler:
Emel BAŞTÜRK ve Beste Nigâr ERDEM

LİTERATÜRK
academia

DİJİTAL MEDYA VE TOPLUMSAL CİNSİYET; KAVRAMSAL BİR GİRİŞ ve SUNUŞ

Günümüz dünyasını anlama ve tanımlama çabaları, mutlaka bir yerinden İnternet teknolojileriyle ilişkilenmek durumundadır. Akademinin odaklandığı pek çok konu da bu 'yeni' dünya içinde yeniden tartışılmakta ve bu teknolojilerin yarattığı 'yeni' durumlar kavramsallaştırılmaktadır. İşte bu çerçevede, köklü akademik çalışma alanlarından biri olan feminist çalışmalar ve toplumsal cinsiyet çalışmaları alanı da dijital dünyanın getirdiği yeni kavram ve durumlar içinden yeniden tartışılmaya ihtiyaç duymaktadır.

İnternetin kamusal olarak kullanılmaya başlandığı 1990'lı yıllarda bu teknolojinin, erişebilen herkes için yeni kapılar açacağı; politik katılımı genişleteceği; bilgiye, karar mekanizmalarına ve medyaya erişim konusunda dezavantajlı olan bireyler açısından daha eşitlikçi bir ortam yaratacağı yönünde iyimser görüşlerin çoğunlukta olduğunu söylemek yanlış olmaz. Ancak çok geçmeden İnternetin iktidar yapılarını ve eşitsizlikleri sabitleme potansiyeline de sahip olduğu gerçeği tartışılmaya başlanmıştır. Bu çerçevede dijital açık, dijital yurttaşlık, gözetim toplumu ve çevrimiçi riskler gibi başlıklar gündeme gelir. İnternetin gerçek demokrasi ve farklılıkların temsiline ilişkin umut verici bir potansiyele sahip olduğu görülmekle birlikte, İnternet teknolojilerine erişemeyen ve/veya kullanım becerisinden yoksun bireyler açısından mevcut eşitsizlikleri tekrar ürettiği de açıktır. Benzer biçimde siber dolandırıcılık, siber taciz ve zorbalık gibi çevrimiçi riskler de çevrimdışı risklerin dijital ortama

KAYNAKÇA

Butler, J. (1990). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. İstanbul: Metis Yayınları.

Beck, U. (2011). *Risk Toplumu; Başka Bir Modernliğe Doğru* (B. Doğan ve K. Özdoğan, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.

Bell, E. and Blaeuer, D. (2006). Performing Gender and Interpersonal Communication Research. In J. Wood and B. Dow (Eds.), *The Gender and Communication Handbook, Thousand Oaks* (9-23). CA: Sage.

Menard-Warwick, J. (2007). "My Little Sister Had a Disaster, She Had a Baby": Gendered Performance, Relational Identities, And Dialogic Voicing. *Narrative Inquiry*, 17(2), 279–297. doi:10.1075/ ni.17.2.07men.

Oralgül, E. D. (2016), Judith Butler'ın Kimlik ve Siyaset Anlayışı. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 9(1), 47-62 ISSN 1309-1328 47.

Webb, L. M. and Temple, N. (2017).Social Media and Gender Issue. *Handbook of Research on the Societal Impact of Digital Media*, Chapter 25, 638-669, doi. 10.4018/978-1-4666-8310-5.ch025.

YENİ MEDYA VE TOPLUMSAL CİNSİYET: TÜRKİYE'DEKİ AKADEMİK ÇALIŞMALARDAN GENEL BİR KESİT SUNMA ÇABASI

Beste Nigâr Erdem[*]

Giriş

Geçmişteki teknolojik gelişmelere oranla daha hızlı seyreden ve süreklilik arz eden bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimleri tanımlamak adına "yeni iletişim teknolojileri" ifadesi sıklıkla kullanılmaktadır. Tuncel'e (2005:91) göre yeni iletişim teknolojileri, terim olarak, belli bir teknoloji veya teknolojiler grubunu tanımlamanın ötesinde, sürekli yenilenen ve değişen teknolojik gelişmeleri ifade etmektedir. Örneğin daha öncesinde uydu yayıncılığı ve bazı telekomünikasyon hizmetleri yeni iletişim teknolojilerini tanımlarken, günümüzde ise bu terim, dijital (sayısal) televizyonu ve İnterneti akla getirmektedir.

Diğer yandan her iletişim teknolojisi ortaya çıktığı anda yeni olarak nitelendirilse de bugün yeni iletişim teknolojileri, zamansal olarak farklılaşan özelliklerinden ziyade, geleneksel kitle iletişim araçları ile kıyaslandıklarında sahip oldukları ayırt edici özellikleri bağlamında tanımlanmaktadır (Kutlu, 2014:61). Bu noktada, yeni iletişim teknolojilerinin biçimlendirdiği iletişim ve medya ortamlarına gönderme yapan "yeni medya" kavramı karşımıza çıkmaktadır. Yeni medya kavramsallaştırma-

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

ha iyimser bir perspektiften yaklaşan çalışmalar -sayıca fazla olmasa da- bulunmaktadır. Ancak örneğin günümüzde hangi erkeklik söylemlerinin yeni medya dolayımıyla dolaşıma sokulduğu veya dilsel ve söylemsel pratiklerle yeni medya ortamlarında hangi erkekliklerin hegemonikleştirildiği gibi konuların boşlukta bırakıldığı görülmüştür.

Yeni medya ve toplumsal cinsiyet ilişkilerini benlik kavramı bağlamında inceleyen çalışmaların çoğunda ise bireylerin yeni medya ortamlarındaki benlik sunumlarında toplumsal cinsiyet rollerinin ve toplumsal cinsiyet kalıplarının etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca özellikle annelik kimliğinin ve anneliğe dair kadınlık deneyimlerinin yeni medya kullanıcıları tarafından nasıl sunulduğunu inceleyen çalışmaların göze çarptığı belirtilebilir. Bununla birlikte babalık kimliğini ve deneyimlerini yeni medya bağlamında tartışan çalışmalara da ihtiyaç olduğu vurgulanmalıdır.

Diğer yandan farklı erkeklik ve kadınlık biçimlerinin İnternet gazeteleri, çevrimiçi haber portalları, dijital televizyon platformları, oyun ve İnternet siteleri gibi yeni medya ortamlarındaki temsilleri de Türkiye'deki akademik çalışmaların odaklandığı konular arasında yer almaktadır.

KAYNAKÇA

Aciyan, E. P. (2018). Kamusal Alanın Dönüşümü Bağlamında Dijital Platformlarda Kadın Hareketleri: Dijital Topuklar ve 5harfliler Web Sitelerinin ve Sosyal Medya Hesaplarının İncelenmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Akbaş, E. (2012). Türkiye'de Sosyal Medyada Futbol Taraftarlarının Erkeklik Söylemleri (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Akdağ, Ç. T. (2017). 'Tipeez.com' Örneği Üzerinden Tüketim Kültürü, Toplumsal Cinsiyet ve Disneyleşme. *TRT Akademi*, 2(4), 524-543.

Akikol, R. (2018). Kadın Dijital Göçmenlerin Facebook Kullanımı ve Mahremiyet İlişkisi. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 54, 1-36.

Akmeşe, Z. ve Deniz, K. (2015). Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer Alma Biçimleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 311-326.

Aksu, O. (2017). Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı Analizi: Kadın Dernekleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 146-159.

Aktaş, M., Eser, E. ve Bulduk, B. Ç. (2018). Bilgi İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Cinsiyet. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 4(13), 807-821.

Akyılmaz, Ö. (2015). Türkiye'deki Bloglarda İslami-Feminist Yaklaşımla Yeni Bir Kadın Kimliğinin İnşası: Reçel Blog Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Ali Kanlı, İ. ve Dikmen, F. (2013). Kadının 'Metalaştırılma' Sorununun Sosyal Medya Üzerinden Okunması: Ala Loca Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 35-51.

Alikılıç, Ö. ve Baş, Ş. (2019). Dijital Feminizm: Hashtag'in Cinsiyeti. *Fe Dergi*, 11(1), 89-111.

Arslan, Z. (2014). Kadınların Tutum ve Davranışları: E-Ticaret (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.

Arslantürk, G. ve Turgut, H. (2015). 8284 Vakası: Ekşi Sözlük'te Cinsiyetçi Kamusallığın Yeniden Üretilmesi. *İlef Dergisi*, 2(1), 45-76.

Atagenç, A. (2018). Kadın Akademisyenlerin Giysi Alışverişlerinde E- Ticareti Tercih Etme Nedenleri (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Atalay Küçük, Ö. (2018). Postmodern Kadın Kamusallığının Olanak ve Sınırlılıkları: "Blogcu Anne Bloğu Örneği" (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Ateşçi, E. (2015). Kadın ve Erkek Temsilleri Açısından Yeni Bir Araya Gelme Alanı Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Analizi: Kizlarsoruyor.com Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Avcı, S. (2013). Türkiye'de Alternatif Kadın Medyası (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bacaksız, P. (2017). Sosyal Medyada Tüketim Algısı ve Kadın Tüketicilerde Satın Alma Davranışına Olan Etkisi. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5(1), 43-54.

Baruönü Latif, Ö. ve İngün Karkış, Ö. (2018). Sosyal Medya Reklamları Üzerinden Kadının Toplumdaki Konumlandırılmasına İlişkin Bir İçerik Analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 114-134.

Baştürk Akca, E. (2014). Demokratik Katılım Bağlamında Yeni Medya ve Dijital Yurttaşlık. İçinde E. Baştürk Akca (Ed.), *Yeni Medya Yeni Pratikler Yeni Olanaklar* (17-44). Kocaeli: Umuttepe.

Baştürk Akca, E. ve Kaya, B. (2016). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Perspektifinden Dijital Bölünme ve Farklı Yaklaşımlar. *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 301-319.

Batur, M. (2014). Gezi Parkı Olaylarının Sosyal Medyaya Yansıma Biçiminin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Değerlendirilmesi: Facebook Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Bideratan, G. (2017). Instagram Kullanan Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma: Adana İlinde Bir Uygulama (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Binark, F. M. (1999). Enformasyon Teknolojilerinin Toplumsal Cinsiyete Bağlı Kullanımı: Japonya ve Türkiye Örneği (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar ve Yöntem Sorunu. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları* (21-44). Ankara: Dipnot.

Binark, M. (2015). Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı Hakkında: Neden?. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), 9-18.

Birer, B. A. (2017). Bir Feminist Mizah İncelemesi: 5Harfliler.com (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bozkurt B. ve Akpınar, A. (2017). Bilişim Sektöründe Toplumsal Cinsiyete Dayalı İş Bölümü. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 2, 17-28.

Bozkurt, B. (2018). Bilişim Sektöründe Emek Süreçleri: İstanbul'da Niteliksel Bir Araştırma (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bölükbaş, K. ve Yıldız, M. C. (2005). İnternet Kullanımında Kadın-Erkek Eşitsizliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12. (sayfa numarası belirtilmemiştir)

Coşkun, H. (2018). Sosyal Medyada Annelik Kimliği Bağlamında Kullanılan Açıklayıcı Repertuarlar ve Özne Konumları (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çalışır, G. ve Okur Çakıcı, F. (2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Sosyal Medyada Kurulan Benlik İnşasının Temsili. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(10). 267-290.

Çalışkan, Ö. (2019). Yeni Medyanın Yeni Toplumsal Hareketlere Etkileri: Türkiye'deki LGBTİ Hareketinin Sosyal Ağ Siteleri Pratiklerinin Çözümlenmesi (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Çelebi, P. (2009). Türkiye'de İnternet Ortamında Toplumsal Cinsiyetin Kuruluşu: Bloglar (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Çelik, S. (2012). İnternetteki Ürün Sitelerinin Tasarımına Yönelik Tutumlarda Cinsiyetin Etkileri Üzerine Bir Çalışma. *Öneri Dergisi*, 10(38), 53-63.

Çetinkaya, A. (2006). Kişilere Karşı Suç Haberlerinin, İnternet Gazetelerinden Cinsiyete Göre Yansıtılışına İlişkin Karşılaştırılmalı Bir İnceleme (*Yayım-*

lanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Çıdam, E. (2017). 55 Yaş Üstü Kadınların Sosyal Medya Kullanımlarının Satın Alma Davranışları Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında İncelenmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Dede Özdemir, Y. (2015). Taciz Anlatılarında Cinsiyetçi Söylemlerin Yeniden İnşası: #Sendeanlat. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(2), 80-103.

Demirekin, G. (2012). Orta Yaş ve Üzeri Bayanlarda İletişim Aracı Olarak Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımı (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Demiriz, G. ve Baran, B. H. (2018). 'Babalık Deneyimleri'nde Erkekliklerin Değiş(mey)en Yüzü: Blogger Babaların Anlatıları Üzerinden Bir Analiz. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*. 17(3), 1074-1089.

Depeli, G. (2015). Kadın Bloggerlar: Yeni Dil, Yeni Kadınlık, Yeni Tartışmalar. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 21(83), 271-294.

Dinç, S. (2017). Kadınların Dijital Olanaklara Uyumu: Türkiye Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (15), 1761-1783.

Dondurucu, Z. B. ve Ulucay, A. P. (2015). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(3), 1057-1091.

Dondurucu, Z. B. (2018a). Eşcinsellik Temelli Nefret Söylemi İçeren İletilerin Twitter'da İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 513-534.

Dondurucu, Z. B. (2018b). Yeni Medyada Cinsel Kimlik Temelli Nefret Söylemi: İnci Sözlük Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1376-1405.

Dumanlı Kürkçü, D. (2018). Twitter Kullanıcılarının Cinsel İstismar Olaylarına Verdikleri Tepkiler: Kullanıcıların Profili ve İçerik Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30, 53-65.

Efe, A. (2018). Youtuberların Algılanan Kaynak Güvenilirliği ve Mezun Adayı Kadın Öğrencilerin İş Beklentilerinin Kozmetik Ürünleri Satın Alma Davranışına Etkisi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Erdem, B. N. (2018). The Construction of the Social Reality from the News Narrative to Transmedia Storytelling: A Research on the Masculine Violence and the Social Reflexes. In R. Yilmaz, M.N. Erdem ve F. Resuloğlu (Eds.), *Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies* (487-508). Hershey PA: IGI Global.

Erdoğan, M. (2017). Alternatif Medya Örneği Olarak Uçan Süpürge Web Sitesi Analizi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Engin Tufan, K. (2018). Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı ve Popüler Instagram Annelerinin Etkileri Üzerine Odak Grup Araştırması (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Fidan, Z. ve Acar Şentürk, Z. (2016). Sosyal Medyada İletişim ve Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme. *İNİF E-Dergi*, 1(2), 64-82.

Gökaliler, E. ve Alikılıç, Ö. (2015). Kadın Girişimcilere Ait İşletmelerin Marka Yaratım ve İletişim Süreçlerinde Sosyal Medyanın Yeri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 117-137.

Gören Kekeç, S. ve Taşçıoğlu, R. (2018). Özgecan Aslan Cinayetinin Dijital Platformlarda Yansıması: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 29, 439-452.

Gültekin, E. (2018). Sosyal Medyada Kadınların Şiddete Karşı Mücadelesi: Teşhir Vakalarının İncelenmesi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gürçayır Teke, S. (2014). Dönüşen Anneliğe Yönelik Netrografik Bir Analiz: Blogger Anneler. *Milli Folklor Dergisi*, 103, 32-47.

Habib, L. (2019). Bireylerin Sosyal Medyadaki Kimlik Profillerinde Toplumsal Cinsiyet Farklılıkları: Afganistan ve Türkiye Facebook Kullanıcıları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Analiz (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Işıklı, Ş. ve Gezginci, G. (2017). Web 2.0, Dişil Usu Yeniden İnşa Edebilir mi?. *Academic Journal of Information Technology*, 8(29), 53-74.

İlhan, V. (2014). Feminist Alternatif Medyanın İşleyişi Üzerine. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 2-10.

Karabacak, Z. İ. ve Sezgin, A. A. (2016). Sosyal Medyada ve Reklam İçeriğinde Kadın Bedeninin Alternatif Temsili: Fatkini Kampanyası. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(3), 307-322.

Karaçay, E. (2018). Yeni Medya Ortamında Kadına Yönelik Haberlerde Nefret Söylemi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Karatay, A. ve Karatay, A. (2015). Sosyal Sorumluluk Bağlamında, Dünyada "Kadına Yönelik Şiddete Hayır" Temalı Sosyal Medya Kampanyaları ve Aktivizm Örnekleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 21-35.

Kan, D. (2011). Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetçi Kurgulama (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Kan, D. (2012). Yeni Medya Aracı Bilgisayar Oyunlarında Toplumsal Cinsiyetin İnşası. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(4), 52-60.

Kaya, Ş. (2018). Kadın ve Sosyal Medya. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 563-576.

Keçeli, D. (2018). Özgecan Aslan Cinayeti: Twitter Üzerinden Eleştirel Bir Okuma (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Kerimoğlu, M. (2018). İslami Evlilik Sitelerinde Sosyalleşme ve Benliğin Sunumu (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Kırcelli, S. (2011). Yeni İletişim Teknolojileri, Sanal Kamusallıklar ve Toplumsal Cinsiyet: Facebook'ta Genç Kadınların Kimlik İnşa Süreçleri (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kızılkaya, Z. Z. (2018). Sosyal Ağlarda Annelik: Youtuber Anneler Örneği (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Kiraz, S. ve Kestel, S. (2017). Kadınların Madun Sorunsalı ve Bir Alternatif Olarak Yeni Medyada Dijital Aktivizm: Change.org. *Istanbul University Faculty of Communication Journal*,, 53, 139-163.

Kural, T. (2019). Haber Sitelerinde Kadın Suçluluğunun Temsili: Çilem Doğan Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Kuşay, Y. (2017). İş Gücü Alanı Olarak Sosyal Medyanın Kullanımı ve Girişimci Kadınlar. *Marmara Üniversitesi Kadın ve Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Dergisi*, 1, 23-33.

Kutlu, T. Ö. (2014). Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Yeni Gazeteci Kimliği (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Lievrouw, L. A. (2016). *Alternatif ve Aktivist Yeni Medya* (İ. S. Temizalp, Çev.). İstanbul: Kafka.

Marmasan, D. (2014). Facebook'taki Marka Sayfalarının Kadınlar Tarafından Takip Edilmesine Yönelik Kullanım ve Doyumlar Yaklaşımı Çerçevesinde Bir İnceleme (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Öğüt Yıldırım, P. ve Ardıç Çobaner, A. (2018). Türkiye'de Siyasal Parti Kadın Kollarının Sosyal Medya Kullanım Pratiklerinin Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımı Bağlamında Analizi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 29, 393-417.

Özbaş Anbarlı, Z. (2019). Dijital Televizyon Dizilerinde Hegemonik Erkeklik. *Erciyes İletişim Dergisi*, Özel Sayı: 1, 81-104.

Özçelik Baloğlu, Ö. (2018). Kadınlara Yönelik İnternet Sitelerinde Toplumsal Cinsiyet İlişkilerinin Analizi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Özgökbel Bilis, P. (2018). Facebook Sitesinde Kullanılan Profil Resimleri Aracılığıyla Sanal Dünyada Kadın Kimliğinin Temsili. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 29, 314-331.

Özkan, S. (2018). Kadına Yönelik Şiddet ve Sosyal Medya Aktivizmi: Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu Örneğinde İçerik Analizi. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 9, 57-69.

Özyurt, H. K. (2016). Kadınların E-Ticaret Sistemlerini Kullanma Eğilimleri ve Gaziantep İlinde Bir Uygulama (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Sancar, E. (2017). Yeni Medya ve Tüketim Alışkanlıkları: İstanbul Örneğinde Kadınların Giyim-Kuşam Tüketimi (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Sancar, F. (2016). Toplumsal Cinsiyet Çalışmalarına Erkek Katılımı: Bir Sosyal Medya Platformu Olarak Erkekmuhabbeti (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Söğüt, F. (2018). Yeni Medya ve Temsil: İnternet Gazeteciliğinde Cinsiyet Kimliklerinin Sunumu (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Söğüt, F. (2019). Yeni Medya ve Temsil: İnternet Gazeteciliğinde Toplumsal Cinsiyet Kimliklerinin Sunumu. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 31, 212-231.

Şen, A. F. ve Kök, H. (2017). Sosyal Medya ve Feminist Aktivizm: Türkiye'deki Feminist Grupların Aktivizm Biçimleri. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 13, 73-86.

Şevik, E. (2015). Yeni Medya ve Nefret Söylemi: Yeni Medyada Cinsel Yönelim Temelli Nefret Söylemi Üzerine Bir İnceleme (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Şimşek, A. (2011). Toplumsal Cinsiyetin Sanal Ortamda Yeniden İnşası: İtiraf.com (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Şimşek, A. (2012). Sosyal Medyada Kamusal Alandaki Kadına Dair Söylemler: İtiraf.com. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 51-61.

Tavukçu, A. (2015). Kadınların İnternet Üzerinden Satın Alma Davranışlarında Hedonik ve Faydacı Güdülerin Etkisi (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Terkan, B. (2010). Kadın Örgütlerinin İnterneti Alternatif Medya Olarak Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(3), 34-55.

Tekvar, S. O. (2017). Türkiye'de Feminist Alternatif Medyanın İşlevselliği: Bir Alternatif Medya Örneği "Kadınların Postası" Projesinin İncelenmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 537-552.

Tuncel, S. H. (2005). Yeni İletişim Teknolojilerinde Yöndeşme ve Yerel Medya. İçinde S. Alankuş (Ed.), Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya (91-96). İstanbul: IPS Vakfı.

Uçar, F. (2015). Facebook'ta Benlik Sunumu ve Toplumsal Cinsiyet Rolleri. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9(1), 312-338.

Uğur Tanrıöver, H. ve Sunam, A. (2017). Türkiye'deki Çevrimiçi Evlilik Siteleri: Medyanın Benlik Sunumuna Etkisinin Toplumsal Cinsiyet Odaklı Bir Analizi. *Galatarasay Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, 26, 9-38.

Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: "Kusursuzlaştırma". *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 231-247.

Uslu, H. (2018). Muhafazakâr Kadınların Online Alışveriş Yapma Davranışları Üzerine Bir Alan Araştırması (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Varol, S. F. (2014). Kadınların Dijital Teknolojiyle İlişkisine Ütopik Bir Yaklaşım: Siberfeminizm. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 27, 219-234.

Yağlı, S. (2015). Bir Anlatı Mecrası Olarak Yeni Medyanın Söyleminde Trans Bireyler. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 267-283.

Yazar, S. (2016). Etik İhlaller ve Nefret Söyleminin Yeniden Üretilmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Özgecan Aslan Cinayeti Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*).Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Yazgan, P., Yüceşahin, M. M. ve Atila Demir, S. (2017). Türkiye'deki Ev İşçisi Kadınlara Yönelik Toplumsal Cinsiyet Temelli Söylemin Eleştirel Bir Analizi: kadinlarkulubu.com Örneği. *İktisat ve Sosyal Bilimlerde Güncel Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 175-207.

Yegen, C. (2014). İnternet Haberciliğinde Kadın Cinayeti Haberlerinin Sunumu: Posta Gazetesi Örneği. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(3), 15-28.

Yeşiltuna, D. (2015). Yeni Medya Etkileşim Ortamlarında Kadın Hareketlerinin Önündeki Toplumsal Engeller. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 103-116.

Yıldız, A. S. (2019). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadın ve Yeni Medya Uygulamaları (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Antalya.

Yılmaz, N. (2015). Kırsal Alanda Kadının Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Anali zi: Kars İli Örneği (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

Yüksel, M. (2018). Kadın Çalışanların Elektronik Ticaret Eğilimleri Üzerine Bir Alan Araştırması: Çankırı MEB Personeli Örneği (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

TOPLUMSAL CİNSİYET EŞİTSİZLİĞİ VE RİSK TOPLUMU BAĞLAMINDA ÇEVRİMİÇİ RİSKLER VE SİBER ZORBALIK

Emel Baştürk*

"İçinde yaşadığımız toplum, içinde kuşkuyu barındıran, kendinden kuşkulanan ve bu şekilde bir değişimin sağlanabileceği, kuşkular sayesinde özgürleşebilecek olan bir toplumdur."(Ulrich Beck, 2011)

Giriş

İnternet ve yeni medyaya ilişkin metinlerin çoğu, internet kullanımının hızla yaygınlaşmasından, bunun getirdiği "olumlu" ya da "olumsuz" sonuçlardan söz ederek başlamaktadır. Ancak, İnternet teknolojilerine farklı bir yerden bakmak, mevcut durum analizlerine farklı bir bakış açısı getirmek gerekmektedir. Yine de birkaç rakam vermek gerekirse, *We are Social* kuruluşu tarafından yayınlanan 2019 rakamlarına göre dünya nüfusunun yarısından fazlasının aktif İnternet kullanıcısı durumunda olduğu söylenmelidir. İnternet kullanımı Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde % 95 iken Orta Afrika ülkelerinde bu oran %12'dir. En hızlı büyüme oranı % 30 ile Hindistan'da gerçekleşmiştir. Dijital büyümenin en az olduğu bölgenin ise Avrupa ülkeleri olduğu görülmektedir. Bu durum, Avrupa ülkelerinde hâlihazırda internet kullanım oranlarının yüksek olması ve bundan sonraki süreçte dünyanın geri kalan bölgelerinin hızla dijitalleşmesinden söz edileceği şeklinde okunabilir.[1] Bu

* Prof. Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

1 Bkz.: https://wearesocial.com/global-digital-report-2019

KAYNAKÇA

Anderson, M. (2017). *Key Takeaways on How Americans View – and Experience– Online Harassment*.https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/07/11/key-takeaways-online-harassment/ adresinden 20.08.2019 tarihinde erişildi.

Arıcak, T., Siyahan, S., Uzunhasanoğlu, A., Saribeyoğlu, S., Çıplak, S., Yılmaz, N. and Memmedov, C. (2008). Cyberbullying among Turkish Adolescents. *CyberPsychology & Behavior*, 11(3), 253-261.

Balaban Salı, J., Ergün Başak, B. ve Baştürk Akca, E. (2015). Türkiye'de Ortaokul Öğrencileri Arasında Siber Zorbalık. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 5(2), 109-130.

Barlett, C. and Coyne, S. (2014). A Meta-Analysis of Sex Differences in Cyber-Bullying Behaivor: The Moderating Role of Age. *Aggressive Behavior*, 40, 474-488.

Baştürk Akca, E. (2014). Dijital Bölünme Kavramı Bağlamında Türkiye'de Ortaokul Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Ağ Kullanımları: Gaziantep İli Örneği. *I. Uluslararası İletişim Bilimleri ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı Cilt:2*, 2, 2-21.

Baştürk Akca, E., Balaban Salı, J., Ergün Başak, B. Ve Sayımer, İ. (2015). Türkiye'de Temel Eğitim Gençliğinde Siber Zorbalık Konusunda Farkındalık Geliştirmek: Gençlerin 'Siber Zorbalık'ı Algılayışı, Yaygınlığı ve Farkındalığa İlişkin Alan Çalışması. *113 K170 No'lu TÜBİTAK SOBAG Sonuç Raporu.*

Baştürk Akca, E. ve Sayımer, İ. (2017). Siber Zorbalık Kavramı, Türleri ve İlişkili Olduğu Faktörler: Mevcut Araştırmalar Üzerinden Bir Değerlendirme. *AJİT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 8(30), 7-19.

Beck, U. (2011). *Risk Toplumu; Başka Bir Modernliğe Doğru* (B. Doğan ve K. Özdoğan, Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.

Brody, N. and Vangelisti A. L. (2017). Cyberbullying: Topics, Strategies, and Sex Differences. *Computers in Human Behavior*, 75, 739-748.

Burnukara, P. ve Uçanok, Z. (2012). İlk ve Orta Ergenlikte Akran Zorbalığı: Gerçekleştiği Yerler ve Baş Etme Yolları. *Türk Psikoloji Yazıları*, 15, 68-82.

Cicioğlu, M. (2014). *Öğrencilerin Problemli İnternet Kullanımı ve Siber Zorbalık Davranışlarına İlişkin Görüşleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.

Çavuş, S. ve Ayhan, B. (2017). Cyberbullying and Victimization Experiences of University Students, In Aslan, H., İçbay M.A., Ruggiero, C. (Eds.). Communication Media Researces, E-BWN, 159-168.

Çuhacı, G. A. (2007). Ulrich Beck'in Risk Toplumu Kuramı. *Sosyoloji Dergisi*, 3(4), 129-137.

Dilmaç, B. (2009). Sanal Zorbalığı Yordayan Psikolojik İhtiyaçlar: Lisans Öğrencileri İçin Bir Ön Çalışma. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 9(3), 1291-1325.

Duggan, M. (2014). *5 Facts About Online Harassment*. https://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/10/30/5-facts-about-online-harassment/ adresinden 10.08.2019 tarihinde erişildi.

Douglas M. and Wildavsky A. (1983). *Risk and Culture, An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*. Berkeley, CA: University of California Press.

Erdur-Baker, Ö. ve Kavşut, F. (2007). Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık. *Eurasian Journal of Educational Research*, 27, 31-42.

Erdur-Baker, Ö. (2010). Cyberbullying and Its Correlation to Traditional Bullying, Gender and Frequent and Risky Usage of Internet-Mediated Communication Tools. *New Media & Society*, 12, 109-125.

Eroğlu, Y., Aktepe, E., Akbaba, S., Işık, A. ve Özkorumak, E. (2015). Siber Zorbalık ve Mağduriyetin Yaygınlığının ve Risk Faktörlerinin İncelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 40(177), 93-107.

Esgin, A. (2013). İmal Edilmiş Belirsizlikler Çağının Sosyolojik Yönelimi; Ulrich Beck ve Anthony Giddens Kaynaklı 'Risk Toplumu' Tartışmaları". *Gaziantep University Journal of Social Sicence*, 12(3), 683-696.

Giddens, A. (2000). *Üçüncü Yol-Sosyal Demokrasinin Yeniden Dirilişi*, (M. Özay, Çev.). İstanbul: Birey Yayıncılık.

Giddens A. (2010). *Modernite ve Bireysel-Kimlik: Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum* (Ü. Tatlıcan, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.

Hinduja, S. and Patchin, J. W. (2010). Bullying, Cyberbullying and Suicide. *Archives of Suicide Research*, 14, 206-221.

Horzum, M. B. ve Ayas, T. (2011). Ortaöğretim Öğrencilerinin Sanal Zorba ve Mağdur Olma Düzeylerinin Okul Türü ve Cinsiyet Açısından İncelenmesi. *Journal of Educational Sciences & Practices*, 10(20), 139-159.

Internet Governance Forum (IGF). (2015). *Best Practice Forum (BPF) on Online Abuse and Gender-Based Violence Against Women*. http://www.intgovforum.org/multilingual/filedepot_download/5004/1317 adresinden 20.08.2019 tarihinde erişildi.

Kowalski, R. M. and Limber, S. (2007). Electronic Bullying among Middle School Students. *Journal of Adolescent Health*, 41, 22-30.

Lash, S. (2000). Risk Culture. In B. Adam, U. Beck and J. van Loon (Eds.), *The Risk Society and Beyond Critical Issues for Social Theory* (47-62), London, California, New Delhi: SAGE Publications.

Lenhart, A. (2009). *Teens and Sexting*. https://www.pewinternet.org/2009/12/15/teens-and-sexting/ adresinden 08.05.2019 tarihinde erişildi.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. and Ólafsson, K. (2011) *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children: Full Findings and Policy İmplications from the EU Kids Online Survey of 9-16 Year Olds and Their Parents İn 25 Countries.* http://eprints.lse.ac.uk/33731 adresinden 12.04.2018 tarihinde erişildi.

Livingstone, S. (2013). Online Risk, Harm and Vulnerability: Reflections on the Evidence Base for Child Internet Safety Policy. *ZER: Journal of Communication Studies*, 18(35), 13-28. ISSN 1137-1102

Livingstone, S., Giovanna, Ólafsson, K. And Haddon, L. (2014). Children's online risks and opportunities: Comparative findings from EU Kids Online

and Net Children Go Mobile,www.eukidsoline.net adresinden 20.04.2018 tarihinde erişildi

Livingstone, S. and Görzing, A. (2014). When Adolescent Receive Sexual Messages on the Internet: Explaning Experiences of Risk and Harm. *Computers in Human Behavior*, 33, 8-15.

Livingstone, S., Davidson, J., Bryce, J. Hargrave, A. M and Grove-Hills, J. (2017). *Children's Online Activities, Risks and Safety: A Literature Review by the UKCCIS Evidence Group.* https://eprints.kingston.ac.uk/23635/1/ UKCCIS_Report_19_6_12.pdf adresinden 18.05.2018 tarihinde erişildi.

Microsoft Digital Civility Indeks Global (2017). https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2017/02/07/microsoft-releases-digital-civility-index-challenges-people-empathetic-online/ adresinden 18.05.2018 tarihinde erişildi.

Mishna, F., Khoury-Kassabri, M., Gadalla, T. and Daciuk, J. (2012). Risk Factors for Involvement in Cyber Bullying: Victims, Bullies and Bully-Victims. *Children and Youth Services Review*, 34, 63-70.

Mynard, H., Joseph, S. and Alexander, J. (2000). Peer-Victimisation and Posttraumatic Stress in Adolescents. *Personality and Individual Differences*, 29(5), 815-821.

Navarro, R. (2016). Gender Issues and Cyberbullying in Children and Adolescents: From the Analysis of Gender Differences to the Examination of Gender Identity". In Navarro, R., Yubero, S. and Larranage, E. (Eds.). *Cyberbullying Across the Globe Gender, Family, and Mental Health* (35-63). Switzerland: Springer, ISBN: 978-3-319-25550-7.

New Technology: Same Old Problems Report of a Roundtable on Social Media and Violence Against Women and Girls (2013). https://www.endviolenceagainstwomen.org.uk/wp-content/uploads/Report_New_Technology_Same_Old_Problems.pdf adresinden 20.08.2019 tarihinde erişildi.

Olweus, D. (1993). *Bullying at School: Understanding Children's Worlds.* Oxford, MA: Blackwell Publishing.

Olweus, D. (1994) Annotation: Bullying at Scholl: Basic Facts and Effects of a School Based Intervention Program. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 35(7), 1171-1190.

Özer, H (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Siber Zorba ve Kurban Yaşantıları. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*,41, 1-19, ISSN: 1694-528X

Özdemir, M. ve Akar, F. (2011). Lise Öğrencilerinin Siber-Zorbalığa İlişkin Görüşlerinin Bazı Değişkenler Bakımından İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Educational Administration: Theory and Practice*, 17(4), 605-626, ISSN:1694-528X.

Peker, A., Eroğlu, Y. ve Ada, Ş. (2012). Ergenlerde Siber Zorbalığın ve Mağduriyetin Yordayıcılarının İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 185-206.

Rivers, I. and Smith, P. K. (1994). Types of Bullying Behaviour and Their Correlates. *Aggressive Behavior*, 20, 359-368.

Slonje, R., Smith, P. K. and Frisen, A. (2013). The Nature of Cyberbullying and Strategies for Prevention. *Computers in Human Behavior*, 29(1), 26-32.

Taştekin, E. (2016). *Ergenlerin Arkadaşlık İlişkileri ve Benlik Saygısı ile Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet Arasındaki İlişkiler* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.

Temur, N. (2019). *Toplumsal Cinsiyete Dayalı Siber Şiddet: Kadın Örgütleri İçin Rehber*. http://www.sivilsayfalar.org/portfolio/siber-saygi-dernegi-toplumsal-cinsiyete-dayali-siber-siddet-rehberi/ adresinden 08.06.2019 tarihinde erişildi.

The Changes in Safer Internet Use of Children in Turkey between the years of 2010-2015. http://eukidsonline.metu.edu.tr/file/EUKO_Turkey2015_SummaryReport.pdf adresinden 03.08.2019 tarihinde erişildi.

Toraman, L. ve Usta, E. (2018). Ortaokul Öğrencilerinin Dijital Yerli ve Siber Zorba Olma Durumlarının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 37(2), 57-77.

Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü. *International Journal of Social Science*, 28, 559-572.

Van Ouytsel, J., Walrave, M. and Van Goo, (2014). Sexting: Between Thrill and Fear-How Schools Can Respond. *The Clearing House*, 87: 204–212.

Veenstra, R., Lindenberg, S., Oldehinkel, A. J., Winter, A. F. D., Verhulst, F. C., and Ormel, J. (2005). Bullying and Victimization in Elementary Schools: A Comparison of Bullies, Victims, Bully/Victims, and Uninvolved Preadolescents. *Developmental Psychology*, 41, 672–682

Willard, N. E. (2007). *Cyberbullying and Cyberthreats: Responding to the Challenge of Online Social Aggression, Threats, and Distress*. Champaign, IL: Research Press.

Wolak, J., Mitchell, K., and Finkelhor, D. (2007). Does Online Harassment Constitute Bullying? An Exploration of Online Harassment by Known Peers And Online-only Contacts. *Journal of Adolescent Health*, 41, 51-58.

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019http://eukidsonline.metu.edu.tr /file/EUKO_Turkey2015_SummaryReport.pdf

MOBİL HOMONORMATİVİTE VE HETERONORMATİVİTE: LOKASYON BAZLI ÇÖPÇATANLIK VE FLÖRT UYGULAMALARI

Sinan Aşçı[*]

Giriş

"Ben kimim?" sorusunun cevabını bireylerin kendi sınırları içerisinde ve tek başına bulmasının pek mümkün olmadığı düşüncesinden yola çıkarak "Hiç kimse kendi kimliğini başkaları o kimliği tanımadan inşa edemez" şeklinde açıklayan Alberto Melluci (2013), toplumsal kurumların işlevleri, kültürü, anlayışı ve yaygın ideolojisi içerisinde "Ben kimim?" sorusunun hegemonik bir anlayış ile cevaplandırılacağını işaret etmektedir. Toplumsal cinsiyet araştırmaları, sadece kadın ya da erkek(lik) araştırmalarıyla sınır kaldığı dönemin ardından, daha geniş bir alana yayılarak, heteronormativite ve homonormativite ikililiği özelinde farklı kimlik kategorileri ile ele alınabilmektedir. Baştürk Akca ve Tönel'in (2011:11-39) belirttiği gibi, modernist söyleme göre ikili karşıtlıklar üzerinden kurulan toplumsal cinsiyet rollerini -yani hem 'ben/biz'i hem de 'ben/biz'den farklı olanı, bana/bize benzemeyeni ve benim/bizim de benzemediklerimi(zi)- farklı kimlik kategorileri ile de ele almak gerekmektedir. Bireylerin içinde bulunduğu yapıya ait kültürel, sosyal ve ekonomik temeller tarafından oluşturulan toplumsal cinsiyet; toplumsal cinsiyet rolleri ile duygu, düşünce ve davranışlara yerleşmektedir. Butler (2010:55) da toplumsal cinsiyetin bireysel bir nitelik olarak ele alınmasından ziyade, bir ilişkiler dizisi ola-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Bahçeşehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya Bölümü

gulamalarda güçlendirdiğini ve uygulamaların elverişliliği doğrultusunda şekillendirdiğini görmekteyiz. Gelişigüzel ve cinsellik üzerinden kurulan ilişkiler, hiperseksüel ve kişiliklerinin çok dışında olmayan davranışlar, komünite içerisinde az miktarda çeşitlilik ve flört etmeyi bekledikleri kişilerde olan stereotipleşmiş davranış kalıplarının neredeyse tamamı normatif varsayımlarla ortaya koyulan unsurlardır. Geleneksel cinsiyet rolleri, flört etme ile başlayan ve evliliğe giden romantik ilişkiler, heteronormatif varsayımların temelinde bulunan ve homonormatif tanımlamasını yapmayı da sağlayan klişelerin örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ve iletişimsel elverişlilik kuramı üzerinden yorumlanmaya çalışılan bulguların, katılımcı gözlem gibi bir yöntemin de kullanılarak uzun vadede test edilmesi ve desteklenmesi, ortaya koyulan bu bulguların daha sağlam bir zemine oturması açısından sağlıklı olacaktır. Böyle bir ikincil çalışma, bu türden öncül araştırmaları güçlendirecek ve daha fazla tartışılmasını sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

Aunspach, C. (2015). From the Gay Bar to the Search Bar: Promiscuity, Identity, and Queer Mobility on Grindr, *Communication Studies Theses, Dissertations, and Student Research.* http://digitalcommons.unl.edu/commstuddiss/33/ adresinden 07.06.2019 tarihinde erişildi.

Aydın, A. (2015). *Lived Experience: Dewey's Naturalistic Conception- The Philosophical Investigation on the Notion of Experience.* Almanya: Lambert Academic Publishing.

Baştürk-Akca, E. ve Tönel, E. (2011). Erkek(lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalarından Hegemonik Erkekliğe. İçinde İ. Erdoğan (Ed.), *Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil* (11-39). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bayer, J. B., and Campbell, S. W. (2012). Texting While Driving on Automatic: Considering the Frequency- Independent Side of Habit. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2083-2090.

Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age.* Cambridge, UK: Polity Press.

Boase, J. (2008). Personal Networks and the Personal Communication System. *Information, Communication & Society,* 11(4), 490-508.

Brown, B., Green, N., and Harper, R. (2002). Local Use and Sharing of Mobile Phones. In B. Brown, N. Green, and R. Harper (Eds.), *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age* (92-107). London, UK: Springer-Verlag.

Butler, J. (2010). *Cinsiyet Belası, Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi* (B. Ertür, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Charney, T. R. (1996). Uses and Gratifications of the Internet (*Unpublished Master's Thesis*). Michigan State University. UMI Dissertation Information Service.

Choi, Y. J. (2001). Investigating Koreans' Internet Use Patterns and Motivations and Exploring Vulnerability of Internet Dependency (*Unpublished Doctoral Dissertation*). University of Southern Mississippi. UMI Dissertation Information Service.

Collins, P. H. (1990). *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment.* Boston: Unwin Hyman.

Connell, C. (2014). *School's Out: Gay and Lesbian Teachers in the Classroom.* Berkeley, US: University of California Press.

Couldry, N. (2004). Liveness, "Reality," and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone. *The Communication Review,* 7(4), 353-361.

Crenshaw, K. (1989) Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum,* 1989(1), 139-167.

Cruz-Malave, A., and Manalansan, M. F. (Eds.) (2002). *Queer Globalizations: Citizenship and the Afterlife of Colonialism. (Sexual Cultures).* New York City: New York University Press.

Dominick, J. R. (2007) *The Dynamics of Mass Communications, Media in the Digital Age*. USA: McGraw Hill.

Ebersole, S. (2000). Uses and Gratifications of the Web among Students. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 6(1). https://www.learntechlib.org/p/93674/ adresinden 17.06.2019 tarihinde erişildi.

Finkel, E. J., Paul W. E., Benjamin R. K., Harry T. R., and Susan S. (2012). Online Dating a Critical Analysis from the Perspective of Psychological Science. *Psychological Science in the Public Interest,* 13(1), 3-66.

Freeman, C. (2014). Hook-up Apps Are Destroying Gay Youth Culture. *Time.* http://time.com/3510261/hook-up-apps-destroying-gay-relationships/ adresinden 03.07.2019 tarihinde erişildi.

Gibson, J. J. (1979/1986). The Ecological Approach to the Visual Perception of Pictures. *Leonardo*, 227-235.

Goffman, E. (2012). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu.* İstanbul: Metis Yayıncılık.

Heritage, J. (1984). *Garfinkel and Ethnomethodology.* Cambridge, UK and New York: Polity Press.

Humphreys, L. (2007). Mobile Social Networks and Social Practice: A Case Study of Dodgeball. *Journal of Computer-Mediated Communication,* 13(1), 341-360.

Humphreys, L. (2011). Who's Watching Whom? A Study of Interactive Technology and Surveillance. *Journal of Communication,* 61(4), 575-595.

Humphreys, L. (2012). Connecting, Coordinating, Cataloguing: Communicative Practices on Mobile Social Networks. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 56(4), 494-510.

Işık, U. (2007). Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Ito, M., Okabe, D., and Matsuda, M. (2005). *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life.* Cambridge, MA: MIT Press.

Katz, E., Jay, G. B., and Michael, G. (1974). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly.* 37 (4), 509-523.

Katz, E., Jay, G. B., and Michael, G. (1995). Utilization of Mass Communication by the Individual. In O. Boyd-Barrett and C. Newbold (Eds.), *Approaches to Media: A Reader* (164-173). London: Arnold Published.

Korgaonkar, P. K. and Lori D. W. (1999). A Multivariate Analysis of Web Usage. *Journal of Advertising Research,* 39, 53-68.

Ling, R., and Yttri, B. (2002). Hyper-coordination via Mobile Phone in Norway. In J. E. Katz and M. Aakhus (Eds.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* (139-169). Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society.* San Francisco, CA: Kaufmann.

Mcquail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction.* London: Sage Publications.

Mcquail, D., and Sven, W. (1997). *Kitle İletişim Modelleri.* Ankara: İmge Kitapevi.

Melucci, A. (2013). *Oyuncu Benlik.* İstanbul: Sel Yayıncılık.

Neff, G., Jordan, T., McVeigh-Schultz, J., and Gillespie, T. (2012). Affordances, Technical Agency, and The Politics of Technologies of Cultural Production. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 56(2), 299-313.

Orzechowitz, D. (2010). Fierce Bitches on Tranny Lane: Gender, Sexuality, Culture and the Closet in Theme Park Parades. In C. L. Williams, and K. Dellinger (Eds.), *Gender and Sexuality in the Workplace* (227-252), Emerald Group Publishing. ISBN 9781848553712.

Özbay, C. (2018). İstanbullu Homonormativite ve Üst-Orta Sınıf Gey Erkekler. *Cogito*, 90, 241-250.

Papacharissi, Z., and Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 44 (2), 175-196.

Park, I. (2004). Internet Usage of Korean and American Students: A Uses and Gratifications Approach (*Unpublished Doctoral Dissertation).* The Faculty of Southern Mississippi. UMI Dissertation Information Service.

Parker, B. J., and Richard, E. P. (2000). A Uses and Gratifications Perspective on the Internet As a New Information Source". *American Business Review,* 18 (2), 43-49.

Pennington, J., and Tess, K. (2011). Through the Lens of Hetero-Normative Assumptions: Re-Thinking Attitudes towards Gay Parenting. *Culture, Health & Sexuality,* 13(1), 59-72.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution.* Cambridge, MA: Perseus Publishing.

Rosengren, K. E. (2003). *Communication: An Introduction*. London: Sage Publications.

Schrock, A. (2015). Communicative Affordances of Mobile Media: Portability, Availability, Locatability, and Multimediality. *International Journal Of Communication,* 9(18), 1229–1246. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3288.

Sencer, M. ve Sencer, Y. (1978). *Toplumsal Araştırmalarda Yöntembilim.* Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, s.113-123; 203-253

Simoudis, E. (1996). Reality Check for Data Mining. *IEEE Expert: Intelligent Systems and Their Applications*, 11(5), 26-33.

Thorson, K., Driscoll, K., Ekdale, B., Edgerly, S., Thompson, L. G., Schrock, A., Swartz, L., Vraga, E. K., and Wells, C. (2013). Youtube, Twitter and the Occupy Movement: Connecting Content and Circulation Practices. *Information, Communication & Society,* 16(3), 421–451.

Valocchi, S. (2005). Not Yet Queer Enough: The Lessons of Queer Theory for the Sociology of Gender and Sexuality. *Gender & Society,* 19(6), 750-770.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin.

YENİ BİR HEGEMONİK ERKEKLİK BİÇİMİ: SOSYAL MEDYANIN FENOMEN ERKEKLERİ

Ayşe Aslı Sezgin[*]

Giriş

Sosyal medyada var olmak, farklı temsil kalıpları içinde yeni bir erkeklik biçiminin içselleştirilmesine imkân sağlamıştır. Bu yeni erkeklik biçimi, sosyal medya paylaşımları vasıtasıyla artık yüzbinlerce kişi tarafından takip edilmektedir. Akademik bir kaygıyla bunun nedenleri sorgulanırken, bu erkeklik temsillerini fenomen haline getiren ve dolayısıyla hegemonik erkekliğin günümüzdeki dönüşümünü etkileyen konjonktürel etkenlerin de yapısalcı bir bakış açısıyla dikkatle incelenmesi gerekir.

Postmodern düşüncenin farklılık vurgusu, sosyal medya vasıtasıyla farklı kimliğini oluşturan ve bunu diğerleriyle paylaşan yeni hegemonik erkekliğin özgünlüğünü de ön plana çıkartmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de sosyal medya fenomenleri sıralamasında yer alan ve çalışmanın teorik çerçevesi altında tartışılmış olan yeni erkeklik biçiminin, kültürel ve toplumsal düzlemde onay ve rızayı nasıl üretmeye çalıştığına, böylece yeni bir hegemonik erkeklik biçiminin sosyal medya üzerinden nasıl kurgulandığına yönelik betimsel bir analiz yapılmıştır.

Çalışmada öncelikle konunun kapsamına uygun biçimde, toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet rolleri hakkında bir

[*] Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

tim alışkanlıklarının da yansıtıldığı beden, sembolik taşıyıcı konumunun ön plana çıkartıldığı bir içerikle sosyal medya aracılığıyla paylaşılmaktadır. Bakımlı, modayı takip eden, sağlıklı beslenen, spor yapan yeni hegemonik erkeklik biçimi bu özelliğini sürekli vurgulamakta, ötekileştirilmesine rağmen takip edilmeye ve fenomen olmaya devam etmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmada, tarihsel süreçte takip edilen hegemonik erkekliğin, günümüzde "yeni" olarak nitelendirilmesinde sosyal medyanın etkisi öncelikle vurgulanmaktadır. Sosyal medyadaki paylaşımları dolayısıyla beğenilip, takip edilen ve fenomen olarak nitelendirilen bir erkeklik biçimi ortaya çıkmıştır. Bu yeni erkeklik biçimi, toplumsal değerlere hassasiyetini vurgularken, aynı zamanda ötekileştirilme ihtimaline rağmen, özellikle beden temsiliyle yeni ve farklı bir kimliği de hegemonikleştirmektedir.

KAYNAKÇA

Avşar, S. (2017). Toplumsal Cinsiyet Rolleri Bağlamında Tarihsel Rollerini Yitiren Erkekliğin Çöküşü: Küllerinden "Yeni Erkek"liğin Doğuşu. *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 224-241.

Baran, H. (2017). Fenomen Kavramının Görsel İletişim Tasarımı ve Minimalizm Bağlamında İrdelenmesi. *Tykhe Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(3), 159-176.

Baştürk Akca, E. ve Tönel, E. (2011). Erkek(lik) Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist Çalışmalarından Hegemonik Erkekliğe. İçinde İ. Erdoğan (Ed.), *Medyada Hegemonik Erkek(lik) ve Temsil* (11-39). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Baştürk Akca, E. ve Ergül, S. (2014). Televizyon Dizilerinde Erkeklik Temsili: Kuzey Güney Dizisinde Hegemonik Erkeklik ve Farklı Erkekliklerin Mücadelesi. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(8), 13-39.

Baştürk, E. (2016). Lacan'cı Teori Bağlamında Sosyal Medya. İçinde A. Ç. Deniz ve A. B. Hulür (Ed.), *Yeni Medya ve Toplum Disiplinlerarası Yaklaşımlar* (259-289.). İstanbul ve Konya: Literatürk Academia.

Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları* (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayad, A. (2016). Erving Goffman'ın Benlik Kavramı ve İnsan Doğası Varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları*, 36(1), 81-93.

Beasley, C. (2008). Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World. *Men and Masculinities*, 11(1), 86-103.

Berger, J. (1986). *Görme Biçimleri* (Y. Salman, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Bourdieu, P. (2015). *Eril Tahakküm* (B. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bozok, M. (2009). Feminizmin Erkekler Cephesindeki Yankısı: Erkekler ve Erkeklikler Üzerine Eleştirel İncelemeler. *Cogito*, 58, 269-284.

Bölükbaşı, A. (2016). Postmodern Tanrı Misafiri: Popüler "Tasavvuf"çuluk. *Moment Dergi Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(1), 150-170.

Brooks, G. R. (1998). *A New Psychotherapy for Traditional Men*. San Francisco, CA, US: Jossey-Bass.

Buhr, M. ve Kosing, A. (1999). *Bilimsel Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

Connell, R. W. (1992). A Very Straight Gay: Masculinity, Homosexual Experience, and the Dynamics of Gender. *American Sociological Review*, 57(6), 735-751.

Connell, R. W. (2014). *Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics*. John Wiley & Sons.

Connell, R. W. and Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.

Çamdereli, M. (2018). Dinsel Söylem Yok Olmuyor, Medyatikleşiyor. *TRT Akademi*, 3(6), 774-790.

Çamuroğlu Çığ, E. (2016), Dijital Çağda Bakışın Politikası: Panoptikon ve Aleniyet İlkesi. *Toplum ve Demokrasi*, 10(21), 91-113.

Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal Cinsiyet Rolleri Açısından Türkiye'de Aile ve Kadın Emeği. *Toplum ve Bilim*, 86, 139-170.

Demetriou, D. Z. (2001). Connell's Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique. *Theory and Society*, 30(3), 337-361.

Demren, Ç. (2003*). Erkeklik, Ataerkillik ve İktidar İlişkileri.* H. Ü. Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, http://www.huksam.hacettepe.edu.tr /erkek.htm adresinden erişilmiştir.

Dökmen, Z. (2009). *Toplumsal Cinsiyet*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Eagly, A. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: A Social-Role Interpretation*. US: LEA Publishers.

Egbatan, M. ve Şahin, G. (2014), Uluslararası İlişkilerde Feminist Yaklaşımlar. İçinde M. Şahin ve O. Şen (Ed.), *Uluslararası İlişkiler Teorileri Temel Kavramlar* (251-280). Ankara: Kripto Kitaplar.

Erdoğan, İ. (2013). Erkek Dergilerinde Sağlıklı Erkek Neden İdeal Erkektir? Men's Health Dergisi'nde Hegemonik Erkeklik ve Popüler Sağlık Söylemi. *Galatasaray Üniversitesi İLETİ-Ş-İM Dergisi*, Özel Sayı 3, 133-154.

Ertan, C. (2010). Homofobi: İnternet Gazetelerinde Okuyucu Yorumlarındaki Eşcinsellere Yönelik Tutumlar ve Söylemler. *Ethos: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 3(2), 1-17.

Ertürk, Y. D. ve Eray, T. E. (2016). Fenomenolojik Bir Kavram Olarak Kendilik ve Sosyal Ağlarda Kendilik Sunumu ile Narsistik Eğilimler İlişkisi: İletişim Fakültesi (İÜİF) Öğrencileri Üzerine Bir Ön Çalışma. *Intermedia International e-Journal*, 3(4), 12-29. ISSN: 2149-3669.

Geçer, E. (2018). Popüler Kültür, Politika ve Din: Prime-Time ya da Selfie Dindarlığı. *İnsan & İnsan*, 5(16), 85-99.

Gedik, E. (2016). Bir Tüketim Kültürü Ürünü Olarak Anti-Kahraman Erkek İmajları. *ViraVerita E-Dergi*, 4, 37-58.

Gill, R., Henwood, K., and McLean, C. (2005). Body Projects and the Regulation of Normative Masculinity. *Body & Society*, 11(1), 37-62.

Goffman, E. (1959/2002). *The Presentation of Self in Everyday Life*. NY: Garden City.

Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (B. Cezar, Çev.). Ankara: Metis.

Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme. *Electronic Turkish Studies*, 10(2), 389-410.

Göker, G. (2016). Bir Gözetim Aracı Olarak Periscope. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü¨Dergisi*, 7 (1), 969-992.

Gürer, M., Dönmez, N. ve Varlı Gürer, Z. (2014). Cinsiyet Dergilerinin Sosyal Medya Kullanımlarında Hazcı İleti Arayışı. *AJIT-e:Online Academic Journal of Information Technology*, 5(14), 15-36.

Güz, H. ve Şahin, G. (2018). Sosyal Medya İletişiminin Yeni Aracı Olarak Bedenler ve Benliklerin Dramaturjik Bir Analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 235-254.

Hancock, P., Hughes, B., Jagger, E., Paterson, K., Russell, R., Tulle-Winton, E., and Tyler, M. (2000). *The Body, Culture and Society*. Buckingham: Open University.

Hatty, S. E. (2000). *Masculinities, Violence and Culture*. Sage Publications.

Hearn, J. (2004). From Hegemonic Masculinity to the Hegemony of Men. *Feminist Theory*, 5(1), 49-72.

Hu, Y., Manikonda, L., and Kambhampati, S. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *In Icwsm*, 595-598.

Hülür, B. (2017). Erving Goffman: Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4). 158-164.

Kepekçi, E. (2012). (Hegemonik) Erkeklik Eleştirisi ve Feminizm Birlikteliği Mümkün mü? *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 59-86.

Kimmel, M. S. (2013). Homofobi Olarak Erkeklik: Toplumsal Cinsiyet Kimliğinin İnşasında Korku, Utanç ve Sessizlik (M. Bozok, Çev.). *Fe Dergi*, 5(2), 92-107.

Koç, E. (1994). Görünüş ve Gerçeklik. *Araştırma-Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 15, 235-243.

Köse, H. (2016). Bourdieu Düşüncesinde Tahakküm-İtaat İlişkisi ve Sosyo-Politik Beden. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 3(2), 173-199.

Langis, J., Sabourin, S., Lussier, Y., and Mathieu, M. (1994). Masculinity, Femininity, and Marital Satisfaction: An Examination of Theoretical Models. *Journal of Personality*, 62(3), 393-414.

Murray, S. B. and Touyz, S. W. (2012). Masculinity, Femininity and Male Body Image: A Recipe for Future Research. *International Journal of Men's Health*, 11(3), 227-239.

Nicholson, L. (1994). Interpreting Gender. *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 20(1), 79-105

Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Orta, İ. M. ve Camgöz, S. M. (2018). Türkiye'de Yapılan Homofobi Çalışmalarına Genel Bir Bakış. *DTCF Dergisi*, 58(1), 409-439.

Öktem, Ü. (2004). David Hume ve Immanuel Kant'ın Kesin Bilgi Anlayışı. *DTCF Dergisi*, 44 (2), 29-55.

Öktem, Ü. (2005). Fenomenoloji ve Edmund Husserl'de Apaçıklık (Evidenz) Problemi. *DTCF Dergisi*, 45(1), 27-55.

Özbay, C. (2010). Neoliberalizm ve Erkekliğin Halleri. *Yeni Sol, Yeni Sağ*, 101-132.

Özbay, C. (2013). Türkiye'de Hegemonik Erkekliği Aramak. *Doğu Batı*, 63, 185-204.

Öztürk, A. (2012). Eril Bedenselleşme: Hegemonik Erkek Bedeninin İnşası. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 39-53.

Öztürk, Ü. (2013). Eleştirel Felsefesi Bağlamında Kant'ın "Transendental Estetik"i. *Kaygı. Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 20, 41-64.

Pompper, D. (2010). Masculinities, the Metrosexual, and Media Images: Across Dimensions of Age and Ethnicity. *Sex Roles*, 63(9-10), 682-696.

Quintero, G. A., and Estrada, A. L. (1998). Cultural Models of Masculinity and Drug Use: "Machismo," Heroin, and Street Survival on the US-Mexico Border. *Contemporary Drug Problems*, 25(1), 147-168.

Tokgöz, C. (2017). Kimlik ve Bellek Ekseninde Sosyal Medya Anlatıları. *Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences*, 4(7), 255-268.

Türk, B. (2008). Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkân Olarak Pierre Bourdieu. *Toplum ve Bilim*, 112, 119-146.

Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.

Vardal, Z. B. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 132-156.

Yağlı, S. (2015). Bir Anlatı Mecrası Olarak Yeni Medyanın Söyleminde Trans Bireyler. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 267-284.

Yavuz, Ş. (2014). İktidar Olma Sürecinde Erkeklerin Erkeklikle İmtihanı. *Milli Folklor*, 26(104), 110-127.

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

Young, J. P. (2004). Cultural Models and Discourses of Masculinity: Being A Boy in a Literacy Classroom. In R. Rogers (Ed.), *An Introduction To Critical Discourse Analysis*. London: LEA Publishers.

ADINI MİZAHLA ARAMAK: 5HARFLİLER'İN YENİ MEDYA VE TAKTİKSEL MİZAH KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Hasan Turgut[*]

Giriş

Günümüzde cinsiyet eşitsizliğinin görünür olduğu alanların başında yeni medya gelmektedir. Özellikle sosyal medya ağlarının artan kullanımı ile birlikte bu ağlar bir yandan cinsiyet eşitsizliğinin teşhir edildiği ve bu konuyla ilgili farkındalık faaliyetlerinin arttırıldığı, toplumsal muhalefet açısından örgütlenme ve haberleşme ağlarının yoğunlaştığı uzamlar olarak işlevsel hale gelse de, bu uzamın diğer yandan kullanıcıların gözetim ve denetimi, siber zorbalık, taciz, pornografi, özel hayatın gizliliği ve mahremiyet hakkı gibi pek çok hak ihlalini de kolaylaştıran bir etkiye sahip olduğu gerçeği yadsınamaz. Bu çalışma, söz konusu olumsuz etkilerine rağmen yeni medya olarak adlandırılan uzamın, toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ile mücadele sürecinde potansiyel taktik ve stratejik avantajlar taşıdığını iddia etmektedir. Bu iddiayı temellendirmek için çalışmanın ilk bölümünde siyaset kavramı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği J. Ranciere ve J. Butler gibi isimlerin yaklaşımları çerçevesinde incelenecektir. J. Ranciere, antik Yunan'da demokrasinin an-arkhe bir ideal olduğu ve sözde doğallığa dayalı işbölümü ve toplumsal hiyerarşiyi dışladığı tezini ileri sürer. Buna göre siyaset, kendisinden önce bir öznenin varlığını kabul etmez (Ranciere,

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Tasarımı Bölümü

KAYNAKÇA

Akay, A. (2015). *Minör Politika*. İstanbul: Otonom.

Bakhtin, M. (1984). *Rabelaisand His World*. (H. Iswolsky, Çev.). Bloomington: Indiana UniversityPress. https://monoskop.org/images/7/70/Bakhtin_-Mikhail_Rabelais_and_His_World_1984.pdf, adresinden 03.08.2018 tarihinde erişildi.

Banditer, E. (2011). *Kadınlık mı? Annelik mi?* (A. Ekmekçi, Çev.). İstanbul: İletişim.

Başlar, G. (2018). Yeni Medyada Eleştirel Mizah Üzerine Netnografik Bir İnceleme: Böbiler.örg. *Kültür ve İletişim*, 41, 9-33.

Baudrillard, J. (2009). *Gösterge Ekonomi Politiği Hakkında Bir Eleştiri* (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.

Berktay, F. (2012). *Tarihin Cinsiyeti*. İstanbul: Metis.

Bogue, R. (2012). *Deleuze ve Guattari* (İ. Öğretir ve A. Utku, Çev.). İstanbul: Otonom.

Bohman, J. (2004). Expanding Dialogue: The Internet, the Public Sphere and Prospects for Transnational Democracy. *The Sociological Review*, 52(1), 131-155. https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2004.00477.x.

Braidotti, R. (2017). *Göçebe Özneler: Çağdaş Feminist Kuramda Bedenleşme ve Cinsiyet Faklılığı* (Ö. Karakaş, Çev.). İstanbul: Kolektif.

Brunner, C., Nigro, R., and Rauing, G. (2013). Post-Media Activism, Social Ecology and Eco-Art. *Third-Text*, 27(1), 10-16.

Butler, J. ve Athanasiou, A. (2017). *Mülksüzleşme: Siyasaldaki Performatif* (B. Ertürk, Çev.). İstanbul: Metis.

Chadwick, A., and Howard, P. N. (2009). *Handbook of Internet Politics*. Taylor & Francis: Routledge.

Connell, R. W. (2017). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar* (C. Soydemir, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Dahlberg, L. (2001). The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere. *Information, Communication&Society*, 4(4), 615-633. https://doi.org/10.1080/13691180110097030.

Daniels, J. (2009). Rethinking Cyberfeminism(s): Race, Gender, and Embodiment. *Women's Studies Quarterly*, 37(½), 101-124.

Deleuze, G. (2006). *Bergsonculuk* (H. Yücefer, Çev.). İstanbul: Otonom.

Deleuze, G. (2010). *Nietzsche ve Felsefe* (F. Taylan, Çev.). İstanbul: Norgunk.

Deleuze, G. (2013a). *Müzakereler* (İ. Uysal, Çev.). İstanbul: Norgunk.

Deleuze, G. (2013b). *Foucault* (B. Yalım ve E. Koyuncu, Çev.). İstanbul: Norgunk.

Deleuze, G. (2013c). *Kiritk ve Klinik* (İ. Uysal, Çev.). İstanbul: Norgunk.

Deleuze, G. and Guattari, F. (1998). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*.(B. Massumi, Trans.). Minneapolis & London: University of Minnesota Press.

Deleuze, G. ve Guattari, F. (2012). *Anti-Ödipus: Kapitalizm ve Şizofreni 1* (F. Ege, H. Erdoğan, M. Yiğitalp, Çev.). Ankara: Bilim ve Sosyalizm.

Deleuze, G. ve Guattari, F. (2015). *Kafka: Minör Bir Edebiyat İçin* (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Dedelaus.

Deranty, J. P. (2003). Jacques Ranciere's Contribution to the Ethics of Recognition. *Political Theory*, 31(1), 136-156.

Direk, Z. (2012). Judith Butler: Toplumsal Cinsiyet ve Bedenin Maddeleşmesi. İçinde Z. Direk (Der.), *Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar* (67-84). İstanbul: YKY.

Durudoğan, H. (2012). Unnes Femmes: Kristeva, Psikanaliz ve Kadın. İçinde Z. Direk (Der.), *Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlere Feminist Bakışlar* (51-66). İstanbul: YKY.

Elbaor, C. (November 30, 2017). *What is Post-Cyberfeminsim? Here's a Primer on the Latest Big Idea to Storm Contemporary Art*. www.news.artnet.com/art-world/an-introduction-to-post-cyberfeminism-1156271/ adresinden 08.07.2019 tarihinde erişildi.

Foucault, M. (2011). *Özne ve İktidar* (F. Keskin, Haz.). İstanbul: Ayrıntı.

Foucault, M. (2012). *Cinselliğin Tarihi* (H. U. Tanrıöver, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Gimmler, A. (2001). Deliberative Democracy, The Public Sphere and the İnternet. *Philosophy & Social Criticism*, 27(4), 21-39. https://doi.org/10.1177/019145370102700402.

Grosz, E. (2011). Deneysel Arzu: *Queer* Öznelliğini Yeniden Düşünmek. *Cogito*, 65-66, 7-36.

Hester, H. (2017). *After the Future: n Hypotheses of Post-Cyber Feminism*. www.beingres.org/2017/06/30/afterthefuture-helenhester/, adresinden 08.07.2019 tarihinde erişildi.

Honneth, A. (2016). *Tanınma Uğruna Mücadele* (Ö. Aktok, Çev.). İstanbul: İthaki.

Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı* (N. Plümer ve A. Gölcü, Çev.). İstanbul: Nirengi Kitap.

Köse, E. (2014). *Sessizliği Söylemek: Dindar Kadın Edebiyarı, Cinsiyet ve Beden*. İstanbul: İletişim.

Lovink, G. (2017). *Sosyal Medyanın Dipsiz Kuyusu* (D. Esen, Çev.). İstanbul: Otonom.

Manovich, L. (2006). What is New Media? İçinde R. Hassan and J. Thomas (Eds.), *The New Media Theory Reader* (5-11). New York: Open University Press.

Massumi, B. (2013). *Kapitalizm ve Şizofreni İçin Kullanıcı Rehberi* (F. Ege, Çev.). Ankara: Bilim ve Sosyalizm.

May, T. (2007). Jacques Ranciere and the Ethics of Equality, *SubStance*, 36(2), 20-36.

Mies, M. (2014). Cinsiyete Dayalı İşbölümünün Toplumsal Kökenleri. İçinde M. Mies vd. (Eds.), *Son Sömürge: Kadınlar* (101-150). İstanbul: İletişim.

Morozov, E. (2011). Technology's Role in Revolution: Internet Freedom and Political Oppression. *The Futurist*, 18-21.

Nakamura, L. (2002). *Cybertypes: Race, Ethnicity, and Identity on the Internet*. New York: Routledge.

Özgül, G. E. (2015).Yanılsamalar Labirentinde Bir Yanılsama Olarak Özne. İçinde Ö. Oğuzhan (Ed.), *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* (83-109). İstanbul: Kalkedon.

Özmakas, U. (2018). *Biyopolitika: İktidar ve Direniş*. İstanbul: İletişim.

Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The İnternet as a Public Sphere. *New Media & Society,* 4(1), 9-27. https://doi.org/10.1177/14614440222226244.

Paasonen, S. (2011). Revisiting Cyberfeminism, *Communications*, 36, 335-352.

Pendakis, A. vd. (2017). *Toplumsala Bakmak* (D. Şahin, Çev.). Ankara: Dipnot.

Pierce, T. (2010). Singing at the Digital Wall: Blogs as Cyberfeminist Sites of Resistance. *Feminist Formations*, 22(3), 196-209.

Ranciere, J. (2007). *Siyasalın Kıyısında*. (A. U. Kılıç, Çev.). İstanbul: Metis.

Ranciere, J. (2010). Demokrasiye Karşı Demokrasiler. İçinde E. Hazan (Haz.), *Demokrasi Ne Alemde?* (81-86). İstanbul: Metis.

Ranciere, J. (2013). *Filozof ve Yoksulları*. (A. U. Kılıç, Çev.). İstanbul: Metis.

Rauing, G (2014). 'n-1 Çokluğu Oluşturmak: Felsefi Bir Manifesto'. İçinde S. Özer (Der.), *Gezi'nin Yeryüzü Kardeşleri* (239-257). İstanbul: Otonom.

Rintel, S. (2013). Crisis Memes: The Importance of Templatability to Internet Culture and Freedom of Expression. *Australasian Journal of Popular Culture*, 2(2), 253-271.

Rose, K. (2010). Satılık Demokrasi. İçinde E. Hazan (Haz.), *Demokrasi Ne Alemde?* (87-103). İstanbul: Metis.

Scholz, R. (2017). Patriyarka ve Meta Toplumu: Bedensiz Toplumsal Cinsiyet. İçinde Andrew Pendakis vd. (Haz.), *Toplumsala Bakmak.* Ankara: Dipnot.

Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362-377.

Spinoza, B. (2004). *Etika*. (H. Z. Ülken, Çev.). Ankara: Dost.

Stark, H. (2018). *Deleuze'den Sonra Feminist Teori* (Y. Cingöz, Çev.). İstanbul: Otonom.

Von Werlhof, C.(2014). Proletarya Öldü, Yaşasın Ev Kadınları! İçinde M. Mies vd. (Ed.), *Son Sömürge: Kadınlar* (259-279). İstanbul: İletişim.

Wettergren, A. (2009). Fun and Laughter: Culture Jamming and the Emotional Regime of Late Capitalism. *Social Movement Studies*, 8(1), 1-15.

Widder, N. (2014). *Deleuze'den Sonra Siyaset Teorisi* (F. Ege, Çev.), Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları.

Zourabichvili, F. (2008). *Deleuze: Bir Olay Felsefesi* (A. U. Kılıç, Çev.), İstanbul: Bağlam.

Elektronik Kaynaklar

Ataç, D. (2017, 01 Haziran). Ajda'nın Çocuksuzluğunu Rahat Bırakın. [Weblog]. http://www.5harfliler.com/ajdanin-cocuksuzlugunu-rahat-birakin/ adresinden 30.07.2018 tarihinde erişildi.

Ayşe (2019, 6 Haziran). Feministler İçin Bayram Vakti (Gözünüze Kuvvet). [Weblog]. http://www.5harfliler.com/feministler-icin-bayram-vakti-gozunune-kuvvet/ adresinden 26.07.2019 tarihinde erişildi.

Delaney, B. (2018, 27 Jun.). Big Dick Energy: Whats is it, Who Has it and Should We Really Care? *The Guardian*. https://www.theguardian.com/media/2018/jun/27/big-dick-energy-what-is-it-who-has-it-pete-davidson-ariana-grande- adresinden 31.07.2018 tarihinde erişildi.

IV. Banu (2017, 29 Haziran). Vulva Vulva Söyle Bana. [Weblog]. http://www.5harfliler.com/vulva-vulva-soyle-bana/ adresinden 30.07.2018 tarihinde erişildi.

IV. Banu (2018, 10 Temmuz). BPE Nedir? Ne İşe Yarar? Yırtık Dondan Nasıl Fırlar? [Weblog]. http://www.5harfliler.com/bpe-nedir-ne-ise-yarar-yirtik-dondan-nasil-firlar/ adresinden 31.07.2018 tarihinden erişildi.

Yüksel, M. (2017, 8 Mart). Türkiye'de Feminist Hareketin Yeni Alanı: İnternet. *Deutche Welle*. https://www.dw.com/tr/t%C3%BCrkiyede-feminist-hareketin-yeni-alan%C4%B1-internet/a-37857692 adresinden 27.07.2018 tarihinde erişildi.

Üftade F. (2018, 15 Mayıs). Tünelin Ucunda Annelere Işık Var Mı? [Weblog]. http://www.5harfliler.com/tunelin-ucunda-annelere-isik-var-mi/ adresinden 30.07.2018 tarihinde erişildi.

Üftade Fıtır (2019, 7 Ocak). Spagatla Abdest Bozmak, Halkın Sinir Uçlarına Dokunmak. [Weblog]. http://www.5harfliler.com/spagatla-abdest-bozmak-halkin-sinir-uclarina-dokunmak/ adresinden 26.07.2019 tarihinde erişildi.

Willow (2012, 20 Aralık). Bajingo Monologları. [Weblog]. http:// www.5harfliler.com/bajingo-monologlari/ adresinden 30.07.2018 tarihinde erişildi.

http://erktolia.org/hakkimizda/ adresinden 27.07.2018 tarihinde erişildi.

http://www.5harfliler.com/hakkimizda/ adresinden 27.07.2018 tarihinde erişildi.

http://www.5harfliler.com/tag/at/adresinden 27.7.2018 tarihinde erişildi.

http://www.5harfliler.com/category/meydan/adresinden 27.7.2018 tarihinde erişildi.

E-DEMOKRASİ, E-KATILIM VE TOPLUMSAL CİNSİYET

Merve Özdemir[*]
Nil Çokluk Cömert[**]

Giriş

İnternet teknolojilerindeki gelişmeler hem bireyler hem de toplumlar için ekonomiden eğitime, siyasal katılımdan bilgiye erişime kadar pek çok konuda yeniliği ve değişikliği beraberinde getirmiştir. Yaşanan bu yeniliklerle kamusal alan ve özel alan kavramlarının yanı sıra Toffler'in (2008:222-226) toplumun bilgi ve iletişim katmanı anlamına gelen *enfosfer* adını verdiği ve yeni bir alanı ifade eden dijital alan kavramı hayatımıza girmiştir. Dijital alan tıpkı kamusal alanda olduğu gibi bireylerin siyasi fikirlerini söylemesi için yeni bir ortam yaratmıştır. Ancak birçok ülkede yaşanan dijital bölünme nedeniyle bu alanın da tıpkı Antik Yunan'da olduğu gibi eşit bir kamusal alan yaratmadığını söylemek mümkündür. Özellikle bireylerin teknolojiye eşit bir şekilde erişememesi, teknolojiyi aynı oranda kullanma yetisine sahip olamaması bu alanın da katılım açısından sorgulanmasına neden olmaktadır. Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesi toplumsal yaşamda var olan kadın-erkek eşitsizliğinin yeniden üretilmesine ve dijital alanda da eşitsizliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kadınlar kamusal alanın dışına itildiği gibi dijital alana da erkekler ile eşit bir şekilde dâhil

[*] Öğr. Gör., Kapadokya Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
[**] Arş.Gör., Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü; Tübitak Bursiyeri

dir. Ina Bieber'a (Akt. Schöttle, 2016) göre, kadınlar "daha uygun ve kişisel olarak alakalı bir şekilde siyasete getirilmesi gereken başka ihtiyaçlara, deneyimlere ve ilgi alanlarına sahiptirler." Buradan hareketle eşit ve adil bir toplum yapısının tam olarak kurulabilmesi, siyasal kararların ve yasaların her iki cinsiyet tarafından tartışılması ve üzerinde anlaşmaya varılması için bilgi iletişim teknolojilerine eşit erişimin, politika yapıcılar tarafından bir öncelik olarak ele alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Agamben, G. (2017). *Kutsal İnsan: Egemen İktidar ve Yalın Hayat* (İ. Türkmen, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Agre, P. E. (2002). Real-Time Politics: The Internet and the Political Process. *The Information Society,* 18, 311-331.

Altay, D. (2005). McLuhan. İçinde N. Rigel, G. Batuş, G. Yücedoğan ve B. Çoban, (Ed.), *Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar* (1-72). İstanbul: Su Yayınevi.

Altınbaş, D. (2010). Feminist Tartışmalarda Liberal Feminizm. *Kadın Araştırmaları Dergisi* 9, 21-52.

Anduiza, E., Cantijoch, M., and Gallego, A. (2009). Political Participation and The Internet. *Information, Communication & Society,* 12(6), 860-878.

Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası. (2016). *Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Geliştirilmesi Strateji Raporu. https://www.ebrd.com,* adresinden 23.03.2019 tarihinde erişildi.

Arendt, H. (2008). *İnsanlık Durumu.* (B. S. Şener, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Aristophanes. (1990). *Lysistrata.* (I. Johnston, Çev.) BC Kanada: Vancouver Island University Nanaimo Orijinal Tarih: M.Ö.411

Aristoteles. (2008). *Politika* (M. Tunçay, Çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi. (Orijinal tarih: M.Ö 4.yy.

Baştürk Akca, E. (2014). Dijital Bölünme Kavramı Bağlamında Türkiye'de Ortaokul Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Ağ Kullanımları: Gaziantep İl Örneği. *I. Uluslararası İletişim Bilimleri ve Medya Araştırmaları Kongresi.* Kocaeli.

Baştürk Akca, E.. ve Kaya, B. (2016). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Perspektifinden Dijital Bölünme ve Farklı Yaklaşımlar. *Intermedia International e-Journal,* 3(5), 301-319.

Baykal, D. (1970). *Siyasal Katılma Bir Davranış İncelemesi.* Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Berman, W. J. (1997). Technology and Democracy. *Social Research,* 64(3), 1313-1319.

Bimber, B. (1999). The Internet and Citizen Communication with Government: Does the Medium Matter? *Political Communication,* 16(4), 409-428.

Bimber, B. (2000). Measuring the Gender Gap on the Internet. *Social Science Quarterly,* 81(3), 868-876.

Bourdieu, P. (2001). *Masculine Domination.* Cambridge: Polity Press.

Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Kimliğin Gücü* (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Choemprayong, S. (2008). Closing Digital Divides: The United States' Policies. *De Gruyter,* 56, 1-31.

Coffé , H., and Bolzendahl, C. (2010). Same Game, Different Rules? Gender Differences in Political Participation. *Sex Roles*, 62, 318–333.

Critchley, S. (1998). *Yapıbozum ve Pragmatizm;Derrida Özel İronist mi?, Yoksa Kamusal Liberal mi? Yapıbozum ve Pragmatizm* (T. Birkan, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınları.

Dacheux, E. (2012). Kamusal Alan: Demokrasinin Anahtar Bir Kavramı (H. Köse, Çev.). İçinde E. Dacheux (Ed.), *Kamusal Alan*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dalou, R., and Shanab. E. (2013). E-Participation Levels and Technologies, *ICIT 2013 The 6th International Conference on Information Technology*.

Derrida, J. (1998). Yapıbozum ve Pragmatizm Üzerine Düşünceler (T. Birkan, Çev). İçinde E. Laclau, R. Rorty, J. Adda and S. Critchley (Eds.), *Yapıbozum ve Pragmatizm*, İstanbul: Sarmal.

Dixon, L., Correa, T., Straubhaar, J., Covarrubias, L., Graber, D., Spence, J., and Rojas, V. (2014). Gendered Space: The Digital Divide Between Male and Female Users in Internet Public Access Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 991-1009.

Deutsche Welle. (2017, 08 08). *Google'dan Cinsiyetçi Yoruma İşten Çıkarma.* www.dw.com: https://www.dw.com/tr/googledan-cinsiyet%C3%A7i-yoruma-i%C5%9Ften%C3%A7%C4%B1karma/a-40015238 adresinden erişildi.

Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu* (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Kafka Yayıncılık.

Engels, F. (2011). *Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni* (H. İlhan, Çev.). İstanbul: Sayfa Yayınları.

Foucault, M. (2011). *Büyük Kapatılma* (I. Ergüden, ve F. Keskin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Fountain, J. E. (2000). Constructing the Information Society: Women, Information Technology, and Design. *Technology in Society*, 22, 45-62.

Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş.* Ankara: Notabene Yayınları.

Fung, A., Gilman, H., and Shkabatur, J. (2013). Six Models for the Internet + Politics1. *International Studies Review*, 15, 30-47.

Gill, R. (2007). *Gender and Media.* Cambridge: Polity Press.

Güngör, S. (2014). E-Demokrasi: Umutlar ve Riskler. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 39, 70-89.

Habermas, J. (2004). Kamusal Alan. İçinde M. Özbek (Ed.), *Kamusal Alan* (95-102). İstanbul: Hil Yayınları.

Habermas, J. (2012). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (T. Bora ve M. Sancar, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

İstanbul Barosu. (2016). *Kadınların Siyasetteki Durumu, Aslında Bir Demokrasi Sorunu*. https://istanbulbarosu.org.tr/HaberDetay.aspx?ID=11956 adresinden 01.14.2019 tarihinde erişildi.

Jae Min S. (2010). From the Digital Divide to the Democratic Divide: Internet Skills, Political Interest, and the SecondLevel Digital Divide in Political Internet Use. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 22-35.

Kampen, J., and Snijkers, K. (2003). E-Democracy A Critical Evaluation of the Ultimate E-Dream. *Social Science Computer Review*, 21(4), 491-496.

Kapani, M. (2014). *Politika Bilimine Giriş.* Ankara: Bilgi Yayınevi.

Keniston, K. (2004). *The Four Digital Divides.* New Delhi: Sage Publishers.

Kılıç, Z. (1998). Cumhuriyet Türkiye'sinde Kadın Hareketlerine Genel Bir Bakış. İçinde D. Özkan, ve A. B. Hacımirzalıoğlu (Ed.), *75 Yılda Kadınlar ve Erkekler.* İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

London, S. (1994). *Electronic Democracy: A Literature Survey*. Santa Barbara: Kettering Foundation.

MacKinnon, C. A. (2003). *Feminist Bir Devlet Kuramına Doğru* (T. Yöney, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Marien, S., Hooghe, M., and Quintelier, E. (2010). Inequalities in Non-institutionalised Forms of Political Participation: A Multi-level Analysis of 25 Countries. *Political Studies*, 58, 187-213.

Mossberger, K., Tolbert, C. J., and McNeal, R. S. (2008). *Digital Citizenship.* London: The MIT Press .

Mossberger, K., Tolbert, C., and S. McNeal, R. (2007). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. London, England: The MIT Press.

Norris, P. (2001). Theories of Digital Democracy . In P. Norris (Ed.), *Dijital Divide.* https://sites.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/digitalch5.pdf adresinden 05.17. 2018 tarihinde erişildi.

Noveck, B. S. (2000). Paradoxical Partners: Electronic Communication and Electronic Democracy. *Democratization*, 7(1), 18-35.

OECD. (2001). Understanding The Dijital Divide. *Cedex: OECD Parliamentary Office of Science and Technology.* (2009). *E- Democracy.* https://www.parliament.uk/documents/post/postpn321.pdf adresinden erişildi

Pateman, C. (1988). *The Sexual Contract.* Cambridge: Polity Press .

Putnam Tong, R. (2006). *Feminist Düşünce.* İstanbul: Gündoğan Yayıncılık.

Ritzer, G. (2008). *Modern Sosyoloji Kuramları* (H. Hülür, Çev.). Ankara: De ki Yayıncılık.

Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkânsız İktidar.* İstanbul: Metis Yayınları.

Savcı, İ. (1999). Toplumsal Cinsiyet ve Teknoloji. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi,* 54(1), 123-142.

Savran, G. A. (2010). Özel/Kamusal, Yerel/Evrensel:İkilikleri Aşan Bir Feminizme Doğru. *Praksis,* 8, 255-306.

Schöttle, S. (2016). The Gender-Gap in Political Online –New Chances and New Challenges For Social Equality. *Accueil - Les Éditions de l'IMODEV*, 2.

Slater, D. (2014). Kamusal / Özel, Temel Sosyolojik Dikotomiler. Ed. Jenks, C. Çev. Kenevir, F. (528-545). Ankara: Atıf Yayınları

Sennett, R. (2010). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (S. Durak and A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sylvester, D., and McGlynn, A. (2010). The Digital Divide, Political Participation, and Place. *Social Science Computer Review,* 28(1), 64-74.

The Global Gender Gap Report. (2014). *World Economic Forum.* http://www3.weforum.org/docs/GGGR14/GGGR_CompleteReport_2014.pdf adresinden erişildi.

Timur, T. (2008). *Habermas'ı Okumak.* İstanbul: Yordam Kitap.

Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga.* İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Tuzzi, A., Padovani, C., and Nesti, G. (2007). Communication and (E)Democracy: Assessing European E-Democracy Discourses. In B. Cammartes, and N. Carpentier (Eds.), *Reclaiming The Media* (31-65). Bristol: Intellect.

TÜİK. (2018). *Temel İstatistikler.* http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist adresinden 12.08.2018 tarihinde erişildi.

TÜİK. (2018). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779 adresinden 12.08.2018 tarihinde erişildi.

Westen, T. (2000). E-Democracy: Ready or Not, Here It Comes. *National Civic Review,* 89(3), 217-228.

Williamson, A. (2011). *The Gender Imbalance Online Seems to Be The Result of Wider Political Exclusion, Not Digital Exclusion.* http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/2011/09/01/online-gender-imbalance-political-exclusion/ adresinden erişildi.

Yavuz, Ş. (2015). Ataerkil Egemen Erkeklik Değerlerinin Üretiminde Kadınların Rolü: Trabzon Örneği. *Fe Dergi: Feminist Eleştiri,* 7(1), 117-130.

Yeşiltuna, D. (2015). Yeni Medya Etkileşim Ortamlarında Kadın Hareketlerinin Önündeki Toplumsal Engeller. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 8(1), 103-116.

Zabcı, F. (2012). Kamusal Alan. İçinde G. Atılgan ve E. A. Aytekin (Ed.), *Siyaset Bilimi: Kavramlar, İdeolojiler, Disiplinlerarası İlişkiler* (109-123). İstanbul: Yordam Kitap.

DİJİTAL ÇAĞDA CİNSİYET EŞİTLİĞİ UÇURUMUNUN KAPATILMASINDA SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARININ ETKİSİ: OLASI BENLİKLER TEORİSİ BAĞLAMINDA KODLAMA ÜZERİNE NİCELİKSEL BİR ANALİZ

Enes Abanoz[*]

Giriş

Dijitalleşen dünyada bilgi toplumları; rekabet gücünü ve refahı artıran, yenilikçi ve verimli istihdamı üretecek eğitim modelleri üzerinde yükselmektedir (Şirin, 2014). Ekonomi alanının da günbegün bilgiye daha fazla dayanması, bugünün öğrencileri geleceğin çalışanları olan bireyleri, istihdam edilebilmek için gerekli donanımlara sahip olmaya zorlamaktadır. Yeni oluşan istihdam alanlarının çoğunluğu, bilişim sistemleri ve programlama üzerine şekillenmekte ve özellikle uygulama yazılımı (kod/kodlama) ön plana çıkmaktadır (Fayer vd., 2017). İstihdam alanında yaşanılan bu değişimi bir örnek ile somutlaştırmak gerekirse; 2001 ve 2011 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) iş piyasasında, teknoloji ile ilgili işler, teknoloji ile ilgili olmayan işlere göre üç kat daha fazla artış göstermiştir (Green and Sanderson, 2018:80). Mayıs 2015 tarihinde ise ABD iş piyasasında yer alan 8,6 milyon teknoloji işinin %45'i programlama ve kodlama ile ilgiliydi (Fayer vd., 2017:2).

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Tasarımı Bölümü

şimi açısından daha fazla ön plana çıktığı görülmüştür. Bu sonuç, sosyal destek mekanizmalarının cinsiyet eşitliği uçurumunun giderilmesinde, eğitim alanında gösterilen çabalara destek olarak kullanılabileceği görüşünü desteklemektedir. Bununla birlikte kodlama alanındaki cinsiyet eşitliği uçurumunu gidermek için gerçekleştirilen tüm eylemlerin ve kadınları güçlü kılmak için gösterilen tüm çabaların, kadınlar toplumsal düzlemde güçsüz bırakılmaya devam ettiği müddetçe, çok sınırlı bir etkiye sahip olacağı da unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Alexander, G. M., Wilcox, T., and Woods, R. (2009). Sex Differences in Infants' Visual Interest in Toys. *Archives of Sexual Behavior*, 38(3), 427-433. doi: 10.1007/s10508-008-94301.

Auerswald, P. E. (2017). *The Code Economy: A Forty-Thousand-Year History*. New York, NY: Oxford University Press.

Biggs, N. L., Lloyd, E. K., and Wilson, R. J. (1999). *Graph Theory 1736-1936*. New York, NY: Clarendon Press.

Blickenstaff, J. C. (2005). Women and Science Careers: Leaky Pipeline or Gender Filter? *Gender and Education*, 17(4), 369-386. doi: 10.1080/09540250500145072.

Breda, T., Jouini, E., and Napp, C. (2018). Societal Inequalities Amplify Gender Gaps in Math. *Science*, 359(6381), 1219-1220. doi: 10.1126/science.aar2307.

Camcı-Erdoğan, S. (2013). Gifted and Talented Students' Images of Scientists. *Turkish Journal of Giftedness and Education*, 3(1), 13-37.

Caner, A., Guven, C., Okten, C., and Sakalli, S. O. (2016). Gender Roles and the Education Gender Gap in Turkey. *Social Indicators Research*, 129(3), 1231-1254. doi: 10.1007/s11205-015-1163-7.

Carli, L. L., Alawa, L., Lee, Y., Zhao, B., and Kim, E. (2016). Stereotypes About Gender and Science: Women ≠ Scientists. *Psychology of Women Quarterly*, 40(2), 244-260. doi: 10.1177/0361684315622645.

Cheryan, S., Siy, J. O., Vichayapai, M., Drury, B. J., and Kim, S. (2011). Do Female and Male Role Models Who Embody STEM Stereotypes Hinder Women's Anticipated Success in STEM? *Social Psychological and Personality Science*, 2(6), 656-664. doi: 10.1177/1948550611405218.

Christidou, V., Bonoti, F., and Kontopoulou, A. (2016). American and Greek Children's Visual Images of Scientists: Enduring or Fading Stereotypes? *Science & Education*, 25(5-6), 497-522. doi: 10.1007/s11191-016-9832-8.

Diekman, A. B., Clark, E. K., Johnston, A. M., Brown, E. R., and Steinberg, M. (2011). Malleability in Communal Goals and Beliefs Influences Attraction to Stem Careers: Evidence for a Goal Congruity Perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(5), 902-918. doi: 10.1037/a0025199.

Eccles, J. (2009). Who Am I and What Am I Going to Do with My Life? Personal and Collective Identities as Motivators of Action. *Educational Psychologist*, 44(2), 78-89. doi: 10.1080/00461520902832368.

European Commission. (2018). *Women in the Digital Age*. Luxembourg: European Commission.

Fayer, S., Lacey, A., and Watson, A. (2017). *STEM Occupations: Past, Present, and Future*. U.S. Bureau of Labor Statistics.

Green, A., and Sanderson, D. (2018). The Roots of STEM Achievement: An Analysis of Persistence and Attainment in STEM Majors. *The American Economist*, 63(1), 79-93. doi: 10.1177/0569434517721770.

Harary, F. (1969). *Graph Theory*. Boston, MA: Addison-Wesley Publishing Company.

Holman, L., Stuart-Fox, D., and Hauser, C. E. (2018). The Gender Gap in Science: How Long Until Women Are Equally Represented? *PLOS Biology*, 16(4), e2004956. doi: 10.1371/journal.pbio.2004956

Huber, R. A., and Burton, G. M. (1995). What Do Students Think Scientists Look Like? *School Science and Mathematics*, 95(7), 371-376. doi: 10.1111/j.1949-8594.1995.tb15804.x.

Kinch, J. W. (1963). A Formalized Theory of the Self-Concept. *American Journal of Sociology*, 68(4), 481-486. doi: 10.1086/223404.

Knox, M., Funk, J., Elliot, R., and Bush, E. G. (1998). Adolescents' Possible Selves and Their Relationship to Global Self-Esteem. *Sex Roles*, 39(1/2), 61-80. doi: 10.1023/A:1018877716225.

Laughter, J. C., and Adams, A. D. (2012). Culturally Relevant Science Teaching in Middle School. *Urban Education*, 47(6), 1106-1134. doi: 10.1177/0042085912454443.

Lips, H. M. (1995). Through the Lens of Mathematical/Scientific Self-Schemas: Images of Students' Current and Possible Selves. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(19), 1671-1699. doi: 10.1111/j.1559-1816.1995.tb01812.x.

Lips, H. M. (2007). Gender and Possible Selves. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 2007(114), 51-59. doi: 10.1002/ace.256.

Lubinski, D., Benbow, C. P., Webb, R. M., and Bleske-Rechek, A. (2006). Tracking Exceptional Human Capital over Two Decades. *Psychological Science*, 17(3), 194-199. doi: 10.1111/j.1467-9280.2006.01685.x.

Markus, H., and Nurius, P. (1986). Possible Selves. *American Psychologist*, 41(9), 954-969. doi: 10.1037/0003-066X.41.9.954.

Mead, M., and Metraux, R. (1957). Image of the Scientist among High-School Students: A Pilot Study. *Science*, 126(3270), 384-390. doi: 10.1126/science.126.3270.384.

National Academy of Sciences. (2007). *Beyond Bias and Barriers: Fulfilling the Potential of Women in Academic Science and Engineering*. Washington (DC): National Academies Press (US).

Oyserman, D., Bybee, D., Terry, K., and Hart-Johnson, T. (2004). Possible Selves as Roadmaps. *Journal of Research in Personality*, 38(2), 130-149. doi: 10.1016/S0092-6566(03)00057-6.

Parsons, E. C. (1997). Black High School Females' Images of the Scientist: Expression of Culture. *Journal of Research in Science Teaching*, 34(7), 745-768. doi: 10.1002/(SICI)1098-2736(199709)34:7<745::AID-TEA5>3.0.CO;2-M.

Rosser, S. V. (2012). *Breaking into the Lab: Engineering Progress for Women in Science*. New York, NY: New York University Press.

Ruvolo, A. P., and Markus, H. R. (1992). Possible Selves and Performance: The Power of Self-Relevant Imagery. *Social Cognition*, 10(1), 95-124. doi: 10.1521/soco.1992.10.1.95.

Steinke, J. (2005). Cultural Representations of Gender and Science: Portrayals of Female Scientists and Engineers in Popular Films. *Science Communication*, 27(1), 27-63. doi: 10.1177/1075547005278610.

Steinke, J., Lapinski, M. K., Crocker, N., Zietsman-Thomas, A., Williams, Y., Evergreen, S. H., and Kuchibhotla, S. (2007). Assessing Media Influences on Middle School–Aged Children's Perceptions of Women in Science Using the Draw-A-Scientist Test (DAST). *Science Communication*, 29(1), 35-64. doi: 10.1177/1075547007306508.

Steinke, J. (2017). Adolescent Girls' STEM Identity Formation and Media Images of STEM Professionals: Considering the Influence of Contextual Cues. *Frontiers in Psychology*, 8. doi: 10.3389/fpsyg.2017.00716.

Şirin, S. R. (2014). STEM Becerilerinde Dünyada Neredeyiz? *TÜSİAD Görüş Dergisi*, 85, 20-24.

Trudeau, R. J. (1993). *Introduction to Graph Theory*. New York, NY: Dover Publications.

Wang, M.-T., and Degol, J. L. (2017). Gender Gap in Science, Technology, Engineering, and Mathematics (STEM): Current Knowledge, Implications for Practice, Policy, and Future Directions. *Educational Psychology Review*, 29(1), 119-140. doi: 10.1007/s10648-015-9355-x.

West, D. B. (2000). *Introduction to Graph Theory*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Wilson, R. J. (1996). *Introduction to Graph Theory*. Harlow, NJ: Prentice Hall.

World Economic Forum. (2017). *The Global Gender Gap Report: 2017*. Geneva: World Economic Forum.

Zinkhan, G. M., Haytko, D. L., and Ward, A. (1996). Self-Concept Theory: Applications in Advertising. *Journal of Marketing Communications*, 2(1), 1-19. doi: 10.1080/13527269600000001.

TEKİLLİK, İNSAN-SONRASI (POST-HUMAN) VE GÖÇEBE CİNSİYETLER

Kevser Akyol Oktan[*]

Giriş

Teknolojinin hızla gelişimi, insan-teknoloji ilişkisinin nasıl bir yöne doğru evrildiğine ilişkin tartışmaları beraberinde getirir. 'Tekillik' kavramı tam da bu noktada önemli bir sorgulama uğrağı olarak karşımıza çıkar. Esasen fizik ve matematik literatüründen ödünç alınan tekillik kavramı, bahsi geçen bu alanlarda birden fazla duruma gönderme yapar. En popüler kullanımında kavram, kara deliklerin merkezindeki sonsuz çekim gücünü (Bing Bang'de olduğu gibi) ve bu çekim gücüyle birlikte, bilinen fizik ve matematik yasalarının altüst oluşunu anlatmak için kullanılır. Tekillik her iki alanda da öngörülemez hızda bir değişime ve bunun öngörülemez sonuçlarına işaret eder (Shanahan, 2015:XV). Buradan hareketle Vernor Vinge ve Ray Kurzweil, teknolojideki gelişme hızı ile kara deliklerin çekim hızı arasında bir analoji kurar. Onlara göre, teknolojideki gelişme hızı bir gün 'sıfır noktası'na[1] gelecek ve bu durum, insanlık tarihi için sonuçlarının öngörülemez bir boyut kazanacağı ge-

[*] Arş. Gör. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Tasarımı Bölümü

[1] Kartezyen eksenler sisteminde eksenlerin kesiştiği nokta sıfır noktasıdır. Burada anlatılmak istenen, zamanın gösterildiği eksen ile teknolojinin ilerleme ekseninin sıfır noktasında kesişmesidir. Teknolojik ilerlemenin olağanüstü bir hız kazanabileceğine dair öngörüyü somutlaştırmak için böyle bir ilişki kurulmuştur.

düşünme biçimlerine başvurma riskini taşıyoruz." Ancak, Haraway'in siborgu stratejik bir duruşun sembolü olarak tarif etmesinin hümanizm ve özcülük karşıtlığı bağlamında yaratıcı bir üslup taşıdığını kabul etmek gerekir. Bu nedenle siborgun temsil ettiği ütopik ve distopik unsurları birlikte düşünmek ve sembolik bir imge olarak siborgun yanı sıra yapay zekâ (*artificial intelligence*), yapay genel zekâ (*artificial general intelligence*) gibi oluşumları da kapsayan 'tekillik' üzerine cinsiyet temelli tartışmaların mülksüzleşmenin ve mülksüzleştirmenin diyalektik gerilimi içerisinde somutlaştığını unutmamak önemlidir.

KAYNAKÇA

Atayman, V. (2005). Giriş. İçinde (C. Saraçoğlu ve V. Atayman, Çev.), *Devlet: Platon*. İstanbul: Bordo Siyah.

Bostrom, N. (2005). In Defense of Posthuman Dignity. *Bioethics*, 19(3), 202-214.

Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. Oxford University Press.

Bourdieu, P. (2018). *Eril Tahakküm* (B. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Bağlam.

Braidotti, R. (2014). *İnsan Sonrası* (Ö. Karakaş, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Braidotti, R. (2015). *Cyberfeminism with a Difference*. https://disabilitystudies.nl/sites/disabilitystudies.nl/files/beeld/onderwijs/cyberfeminism_with_a_difference.pdf adresinden 10.07.2019 tarihinde erişildi.

Braidotti, R. (2017). *Göçebe Özneler: Çağdaş Feminist Kuramda Bedenleşme ve Cinsiyet Farklılığı* (Ö. Karakaş, Çev.). İstanbul: Kolektif Kitap.

Brophy, J. E. (2010). Developing a Corporeal Cyberfeminism: Beyond Cyberutopia. *New Media & Society*, 12 (6), 929-945.

Butler, J. (2008). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi* (B. Ertür, Çev.). İstanbul: Metis.

Butler, J. and Athanasiou, A. (2017). *Mülksüzleşme: Siyasaldaki Performatif* (B. Ertür, Çev.). İstanbul: Metis.

Callaghan, V., Miller J., Yampolskiy, R., and Armstrong, S (Eds.). (2017). *The Technological Singularity*. Berlin: Springer.

Campbell, N. (2005). Suspect Technologies: Scrutinizing the Intersection of Science, Technology, and Policy. *Science, Technology & Human Values*, 30(3), 374-402.

Cevizci, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma.

Chalmers, D. J. (2010). The Singularity: A Philosophical Analysis. *Journal of Consciousness Studies*, 17, 7-65.

Colebrook, C. (2000). Introduction. In I. Buchanan and C. Colebrook (Eds.), *Deleuze and Feminist Theory* (1-17). Edinburgh: Edinburgh University Press.

Çabuklu, Y. (2004). *Toplumsalın Sınırında Beden*, İstanbul: Kanat Kitap.

Deleuze, G. and Guattari F. (1987). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia* (B. Massumi, Trans.). Minneapolis-London: University of Minnesota Press.

Feyerabend, P. (2012). *Akla Veda* (E. Başer, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Fukuyama, F. (2003). *İnsan Ötesi Geleceğimiz: Biyoteknoloji Devriminin Sonuçları* (Ç. Aksoy Fromm, Çev.). Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Graham, E. (2006). In Whose Image? Representations of Technology and the 'Ends' of Humanity. *Ecotheology*, 11(2), 159-182.

Gündüz, Ş. (2000). Pavlus Teolojisinde Gnostik Unsurlar. *Dini Araştırmalar Dergisi*, 2(6), 51-75.

Habermas, J. (2003). *The Future of Human Nature* (W. Rehg, M. Pensky and H. Beister, Trans.). Malden, MA: Blackwell Publishing.

Haraway, D. (2006). Siborg Manifestosu (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Hughes, J. (2004). *Citizen Cyborg: Why Democratic Societies Must Respond to the Redesigned Human of the Future*. Cambridge, MA: Westview Press.

Irigaray, L. (1995). The Question of the Other, Another Look, Another Woman: Retranslations of French Feminism (N. Guynn, Trans.). *Yale French Studies*, 87, 7-19.

Karabağ Sarı, Ç. (2018). Roman ve Film olarak Orlando'da Androjenlik ve Feminist Ütopyalar. İçinde A. Bora ve K. Dede (Der.), *Ütopyalar: Politikayla Arzunun Kesiştiği Yer*, İstanbul: İletişim.

Kaya, M. (2014). Aristotales'in Ruh Anlayışı. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 91-98.

Kurzweil, R. (2005). *Singularity is Near*. USA: Viking Penguin Group.

Lassen, J. and Jamison, A. (2006). Genetic Technologies Meet the Public: The Discourses of Concern. *Science, Technology & Human Values*, 31(1), 8-28.

Le Guin, U. (1969/2013). *Karanlığın Sol Eli* (Ü. Altuğ, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Lloyd, G. (1996). *Erkek Akıl* (M. Özcan, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Lyotard, J. F. (2000). *Postmodern Durum* (A. Çiğdem, Çev.). Ankara: Vadi.

Mahootian, F. (2005). Ideals of Human Perfection: A Comparison of Sufism and Transhumanism. In H. Tirosh-Samuelson and K. L. Mossman (Eds.), *Building Better Humans? Refocusing the Debate on Transhumanism* (133-157). Frankfurt: Peter Lang.

Nagoshi, C. T. and Nagoshi J. L. (2005). Being Human Versus Being Transhuman: The Mind-Body Problem and Lived Experience. In H. Tirosh-Samuelson and K. L. Mossman (Eds.), *Building Better Humans?: Refocusing the Debate on Transhumanism* (303-321). Frankfurt: Peter Lang.

Nazlı, A. (2005). Görünmeyen Bedenden Görünen Bedene: Bedenin Sosyolojisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 71-87.

Oktan, A. (2019). Sibernetik Kabuk: Ghost in the Shell Filmlerinde Bedenin İnşası. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, 12 (XXXVIII): 270-303.

Paasonen, S. (2011). Revisiting Cyberfeminism. *Communications*, 36(3), 335-352.

Platon (1997). *Phaidros* (H. Akverdi, Çev.). İstanbul: M.E.B.

Platon (1999). *Devlet* (S. Eyüboğlu ve M. Ali Cimcoz, Çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası.

Ponty, M. M. (2006). *Göz ve Tin* (A. Soysal, Çev.). İstanbul: Metis.

Ryle, G. (2009). *The Concept of Mind*. New York: Routledge.

Saygılı, A. (2005). Modern Devletin Beden İdeolojisi Üzerine Kısa Bir Deneme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 54(3), 323-340.

Shanahan, M. (2015). *The Technological Singularity*. Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press.

Stock, G. (2002). *Redesigning Humans: Our Inevitable Genetic Future*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Young, S. (2006). *Designer Evolution: A Transhumanist Manifesto*. UK: Prometheus Books.

Yudkowsky, E. (2008). Artificial Intelligence as a Positive and Negative Factor in Global Risk. In N. Bostrom and M. M. Ćirković (Eds.) *Global Catastrophic Risks* (308-345). New York: Oxford University Press.

Zourabichvili, F. (2011). *Deleuze Sözlüğü*¨(A. U. Kılıc, Çev.). Istanbul: Say.

SİYAHİ GÜZELLİK VE DİJİTAL MEKÂNLAR: YENİ GÖRÜNEBİLİRLİK POLİTİKASI[*]

Janell Hobson
Çeviren: İlker Erdoğan[**]

İnternet paylaşımıyla popülerleşen #BlackLivesMatter (Siyahların Yaşamları Değerlidir) hashtag'inin[1] oluşturulmasından sonra, bir yıldan daha kısa bir sürede, aynı ölçüde akılda kalan ve politik olarak heyecan yaratan bir slogan (hashtag) daha ortaya çıktı: #BlackGirlMagic (Siyahi Kızın Büyüsü). Bu son hashtag; güzellik, çekicilik ve itibar bağlamlarında, siyahi kadın bedenlerini hem görünür hem de belirgin hale getirmek için ıs-

---

[*] Orijinal Metin: Hobson, J. (2016). Black Beauty and Digital Spaces: The New Visibility Politics, *Ada: A Journal of Gender, New Media and Technology*, 10. https://adanewmedia.org/2016/10/issue10-hobson adresinden 10.09.2018 tarihinde erişildi. doi: 10.7264/N39C6VQK.

[**] Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü

[1] Çevirenin Notu: Bir **hashtag** (diyez-etiketi), pek çok mikro-blogda ve sosyal paylaşım ağlarında bir sözcük ve bu sözcüğün ya da sözcük grubunun başına diyez işareti (#) eklenerek oluşturulmaktadır. Mikro-bloglarda ve Facebook, Google Plus, Instagram, Twitter gibi sosyal paylaşım ağlarında, sözcük ya da sözcük grubunun önüne (#) sembolünün eklenmesiyle oluşturulan bağlantılar, anlık bilgileri kategorize etmeye ve kitlelere ulaştırmaya yardımcı olmaktadır. Hashtag'ler yalnızca belirli bir ortama bağlıdır, resim ve video dosyalarının içerisinden bağlantı veremezler. Bir hashtag, bütün bir tümceyi ya da cümle içinde birkaç sözcüğü vurgulayabilir. Örneğin, Türkiye'yi sarsan on dokuz günün saat saat dönüm noktaları "yaşarken yazılan tarih" tümcesinin yer aldığı #yaşarkenyazılantarih diyez-etiketine yani hashtag'ine gönderilerek, o etiket altında herkesin birbirinin paylaştığı mesajları görmesi sağlanmış olur. Sosyal paylaşım ağlarının birçoğunda, istenilen her sözcük ya da sözcük grubu, bu şekilde diyez etiketiyle yazılarak, o etiket altında paylaşım yapan kişiler bir araya getirilebilmektedir.

içine dâhil etme girişimlerine karşı duyarlı hale getiren şey işte bu savunmasızlıktır. Ayrıca, siyahi güzellik, özgürleşen siyahi kadının sınıf atlaması meselesinde ve bedenin sınırlarının farkında olmak zorunda olan 'siyahi kızın büyüsü'nde kusurludur.

Polisin karşısında duran Ieshia Evans'ın görüntüsü, Tumblr ve Instagram siteleri, Solange Knowles'ın düğün fotoğrafları ve Beyoncé'nin Lemonade (Limonata) adlı projesi gibi siyahi kadınların görünürlüğünü artırmak için kullanılan güzelliği dikkate aldığımızda, itibar görüntüsünün/hayalinin bu tasavvurlardan ayrı düşünülemeyeceğini fark ederiz. Güzellik; statüye, işleve ve güce sahip olsa da siyahi özgürleşme için temel bir bileşen değildir. Sonuç olarak, görünebilirlik, özgürleşmenin yalnızca bir aracıdır, bir amaç değildir. Dijital gözetimin, disipline edici polis faaliyetlerinin ve siyahi güzellik mitlerinin sürekliliğinin ötesinde bir siyahi beden politikası üzerinde düşünmeliyiz.

KAYNAKÇA

Adelman, L. (2016). A Black Feminist Roundtable on Bell Hooks, Beyoncé and 'Moving Beyond the Pain', *Feministing*. http://feministing.com/2016/05/11/a-feminist-roundtable-on-bell-hooks-beyonce-and-moving-beyond-pain adresinden 20.09.2016 tarihinde erişildi.

Blay, Y. (2011). *Pretty Period Tumblr Pages*. http://prettyperiod.me adresinden 15.09.2016 tarihinde erişildi.

Bordo, S. (1993). *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*. Berkeley: University of California Press.

Chavers, L. (2016). Here's My Problem with #BlackGirlMagic, *Elle*. http://www.elle.com/life-love/a33180/why-i-dont-love-blackgirlmagic adresinden 20.09.2016 tarihinde erişildi.

Collins, L. G. (2002). *The Art of History: African American Women Artists Engage the Past*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Dyer, R. (1997). *White*. New York: Routledge.

Finley, T. (2016). Let These Photos of Women's Afros Turned to Nature Take Your Breath Away. *The Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.com/entry/let-these-photos-of-womens-afros-turned-into-nature-take-your-breath-away_us_5722266fe4b0f309baefe6ef adresinden 18.09.2016 tarihinde erişildi.

Ford, T. (2016). *Liberated Threads: Black Women, Style, and the Global Politics of Soul*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Fortini, A. (2014). No Filter: An Afternoon with Kim Kardashian, *Paper*. http://www.papermag.com/2014/11/kim_kardashian.php adresinden 22.09.2016 tarihinde erişildi.

Goude, J. (1981). *Jungle Fever*. New York: Xavier Moreau.

Hemingway, M. (2014). Solange Wedding Pictures #BreakTheInternet the Right Way, *The Federalist*. http://thefederalist.com/2014/11/16/solange-wedding-pictures-breaktheinternet-the-right-way adresinden 19.09.2016 tarihinde erişildi.

Higginbotham, E. B. (1992). African-American Women's History and the Metalanguage of Race. *Signs*, 17(2), 251-274.

Hobson, J. (2005). *Venus in the Dark: Blackness and Beauty in Popular Culture*. New York: Routledge.

Hooks, B. (2016). Moving Beyond the Pain, *Bell Hooks Institute*. http://www.bellhooksinstitute.com/blog/2016/5/9/moving-beyond-pain adresinden 20.09.2016 tarihinde erişildi.

Jean-Louis, P. (2016). *Instagram Page*. http://www.instagram.com/pierre_artista adresinden 15.09.2016 tarihinde erişildi.

Katz, J. (2015). Sia Talks Adele, Beyoncé & Dominant Katy Perry, *Billboard*. http://www.billboard.com/articles/news/6785694/sia-working-beyonce-adele-katy-perry adresinden 21.09.2016 tarihinde erişildi.

Knowles, S. (2016). How Our February Cover Star Amandla Stenberg Learned to Love Her Blackness, *Teen Vogue*. http://www.teenvogue.com/story/amandla-stenberg-interview-teen-vogue-february-2016 adresinden 21.09.2016 tarihinde erişildi.

Stenberg, A. (2015). Don't Cash Crop on My Cornrows, *YouTube Video*. https://www.youtube.com/watch?v=O1KJRRSB_XA adresinden 22.09.2016 tarihinde erişildi.

Thompson, K. (2015). *Shine: The Visual Economy of Light in African Diasporic Aesthetic Practice*. Durham: Duke University Press.

Trinh, T. M. (1989). *Woman, Native, Other: Writing Postcoloniality and Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.

Warner, M. (2002). *Publics and Counterpublics*. Cambridge: MIT Press.

Willis, D. (1996). *Picturing Us: African American Identity in Photography*. New York: The New Press.

Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: Morrow.

İSTİHDAM VE ÜRETİM İLİŞKİLERİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE KADIN RADYO PROGRAMCILARININ GENEL GÖRÜNÜMÜ: YENİ MEDYANIN SUNDUĞU OLANAKLAR

Fırat Tufan[*]

Giriş

Kadınların iş gücüne katılımı, bir toplumun gelişmişlik düzeyiyle doğrudan ilişkilidir. Özellikle medya sektöründeki kadın istihdamı, bireysel ve toplumsal ölçekte kültürel çıktıları nedeniyle ayrıca önemsenmelidir. Medyanın, toplumun tüm unsurlarını temsil edebilmesi de eşitlik ilkesi gereği son derece önemlidir. Kadınların seslerini duyurabilecekleri radyo, tarihsel önemi ve alternatif seçenekleriyle toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı hem bir istihdam alanıdır hem de politikanın ve kültürün yeniden üretilebileceği önemde bir kitle iletişim aracıdır.

Radyo, tarihsel değeri ve öncül kitlesel etkisi sayesinde uzun yıllardır toplumlar üzerindeki önemini korumaktadır. Buna karşın radyonun günümüz iletişim ve yayıncılık teknolojilerinin de temeli sayılabilecek olan 'yalnızca işitsel bir kitle iletişim aracı olma özelliği', onun yeni teknolojiler karşısında geride kalmasına sebep olmuştur. Ancak çevrimiçi ve mobil teknolojilerin yaşamlarımıza girmesi sonucunda pek çok ortama hızlı, ucuz ve kolay uyarlanabilen radyo, yeniden eski önemine kavuşmuştur.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

KAYNAKÇA

Bacchilega, C. (1999). *Postmodern Fairy Tales: Gender and Narrative Strategies.* US: University of Pennsylvania Press.

Bell, A. (1991). *The Language of the News Media.* Oxford: Blackwell.

Berman, S. D. (2008). The Return of Educational Radio? *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 9(2), 1-9.

Bredin, M. (1991). Feminist Cultural Politics: Women in Community Radio in Canada. *Resources for Feminist Research*, 20(1–2), 36–41.

Butcher, N. (2003). *Technological Infrastructure and Use of ICT in Education in Africa: an Overview.* Paris: Association for the Development of Education in Africa.

Carter, S. (2004). A Mic of Her Own: Stations, Collectives, and Women's Access to Radio. *Journal of Radio Studies*, 11(2), 169-183.

Chambers, D., Steiner, L. And Fleming, C. (2004). *Woman and Journalism*. London and New York: Routledge.

Chodorow, N. J. (1999). *The Reproduction of Mothering*. US: University of California Press.

Cordeiro, P. (2012). Radio Becoming R@dio: Convergence, Interactivity and Broadcasting Trends in Perspective, *Journal of Audience & Reception Studies*, 9(2), 492-510.

Couch, L. (2013). *Digital and Analog Communication Systems*. USA: Pearson.

Creedon, P. (1993). *Women in Mass Communication*. London: Sage Publications.

Dock, A. and Helwig, J. (Eds.). (1999). *Interactive Radio Instruction: Impact, Sustainability and Future Directions*. Education and Technology Technical Notes Series, 4(1), Washington DC: The World Bank.

Donovan, J. (2005). *Feminist Teori* (A. Bora, F. Sayılan, M. Ağduk Gevrek, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Dubber, A. (2013). *Radio in the Digital Age*. UK: Polity Press.

Fleming, C. (2002). *The Radio Handbook*. London: Routledge.

Fryer, M. (1995). *Ministry, Union, the Church, and Teachers: Bolivia's Partners in Innovation*. Learntech Case Study Series, No. 6. Washington DC: Learntech and USAID.

Gezgin, İ. (2007). *Masalların Şifresi*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Halper, D. L. (2014). *Invisible Stars: A Social History of Women in American Broadcasting*. London and New York: Routledge.

Ho, J. and Thukral, H. (2012). Interactive Radio Instruction as a Distance Education Approach in Developing Countries. In L. Visser, R. J. Amirault, Y. L. Visser *(Eds.), Trends and Issues in Distance Education: International Perspectives (*113-124). IAP.

Iğdır, Z. Ö. (2014). Fairy Tales and Their Contribution to the Process of Constructing Gender Roles, *Creative Drama Journal*, 9(18), 77-86.

Jallov, B. (1992). Woman on the Air: Community Radio as a Tool for Feminist Messages. In N. Jankowski, O. Prehn, J. G. Stappers (Eds.) *The People's Voice: Local Radio and TV in Europe* (215-224). London: John Libbey.

Jallov, B. (1996). *Women's Voices Crossing Frontiers: European Directory of Women's Community Radio Stations and Women's Radio Production Collectives*, Sheffield: AMARC - Europe Women's Network.

Jauert, P., Ala-Fossi, M., Föllmer, G., Lax, S. and Murphy, K. (2017). The Future of Radio Revisited: Expert Perspectives and Future Scenarios for Radio Media in 2025. *Journal of Radio & Audio Media*, 24(1), 7-27.

Keith, M. C. (2010). *The Radio Station*. UK: Focal Press.

Lacey, K. (1996). *Feminine Frequencies. Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923-1945*. Michigan: University of Michigan Press.

Laor, T., Galily, Y. and Tamir, I. (2017). Radio Presence in Online Platforms in Israel. *Israel Affairs*, 23(5), 951-969.

MacLennan, A. F. (2008). Women, Radio Broadcasting and the Depression: A "Captive" Audience from Household Hints to Story Time and Serials. *Women's Studies*, 37(6), 616-633.

Marshall, G., (1999), *Sosyoloji Sözlügü* (O. Akınhay, D. Kömürcü, Çev.). İstanbul: Bilim Sanat Yayınları.

Mitchell, C. (1998). Women's (Community) Radio as a Feminist Public Sphere. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 5(2). 73-85.

Mitchell, C. and O'Shea, A. (1999). Gendered Practices in Radio Broadcasting - A Critical Study of Cultures of Management and Production, *Critical Management Conference*. https://www.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/1999/documents/Cultural%20Industry/23critma.pdf adresinden 25.06.2019 tarihinde erişildi.

Mitchell, C. (2000). *Woman and Radio: Airing Differences*. London and New York: Routledge.

Munro, E. (2013). Feminism: A Fourth Wave?. *Political Studies Association*, 4(2), 22-25. doi.10.1111/2041-9066.12021.

O'Brien, A. (2018). Women in Community Radio: A Framework of Gendered Participation. *Feminist Media Studies*, 1-16. doi: 10.1080/14680777.2018.1508051.

Perraton, H. (2000). *Open and Distance Learning in The Developing World*. London: Routledge.

Phalen, P. F. (2000). "Pioneers, Girlfriends and Wives:" An Agenda for Research on Women and the Organizational Culture of Broadcasting. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 230-247.

Philips, R., Cree, V. E. (2014). What does the 'Fourth Wave' Mean for Teaching Feminism in Twenty-First Century Social Work? *Social Work Education*, 33(7), 930-943.

Priestman, C. (2002). *Web Radio*. Oxford: Focal Press.

Prison Radio Association (2018). https://prison.radio adresinden 23.09.2018 tarihinde erişildi.

Rodero, E., Larrea, O. and Vazquez, M. (2012). Male and Female Voices in Commercials: Analysis of Effectiveness, Adequacy for the Product, Attention and Recall. *Sex Roles A Journal of Research*, 68(5-6), 349-362.

Rodero, E. (2013). The Perception of a Broadcasting Voice. *US-China Education Review*, 3(4), 225-230.

Ross, K., and Byerly, C. M. (2004). *Women and Media International Perspectives*. UK: Blackwell Publishing.

Rowe, K. E. (1979). Feminism and Fairy Tales. *Journal of Women's Studies*, 6(3), 237-257.

Sawyer, M. (2011 October 30). Why Women in Radio Are Starting to talk Back. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2011/oct/30 /radio-sound-women-sexism-feature adresinden 16.09.2018 tarihinde erişildi.

Sezer, M. Ö. (2011). *Masallar ve Toplumsal Cinsiyet*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Steeves, L. (2006). *Feminist Teoriler ve Medya Çalışmaları, Medya İktidar İdeoloji*. (M. Küçük, Der. ve Çev.). Ankara: Ark Yayınları.

Steiner, L. (1992). The History and Structure of Women's Alternative Media. In L. Rakow (ed.), *Women Making Meaning. New Feminist Directions in Communication*. London: Routledge.

Tacchi, J. (2000). The Need For Radio Theory in The Digital Age. *International Journal of Cultural Studies*, 3(2), 289-298.

Thompson, M. E., Anfossi Gomez, K., and Suarez Toro, M. (2005). Women's Alternative Internet Radio and Feminist Interactive Communications. *Feminist Media Studies*, 5(2), 215-236.

Tufan, F. and Susar F. (2012). Pazarlama İletişiminde Yeni Bir Mecra: Mağaza Radyoculuğu (In Store Radio). *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 9, 103-116.

Tufan, F. (2017). Sağlık İletişimi Kapsamında "Hastane Radyoculuğu" Whipps Cross Hospital Radio. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 28, 184-198.

Van Zoonen, L. (2002). Medyaya Feminist Yaklaşımlar, İçinde S. İrvan (Ed.), *Medya, Kültür, Siyaset* (467–514). Ankara: Alp Yayınevi.

Warhurst, S., McCabe, P., and Madill, C. (2013). What Makes a Good Voice for Radio: Perceptions of Radio Employers and Educators. *Journal of Voice*, 27(2), 217-224.

Willis, E. (1984). Radical Feminism and Feminist Radicalism. *Social Text*, 9(10), 91-118.

Worldbank (2005). http://blogs.worldbank.org/edutech/iri adresinden 24.03.2017 tarihinde erişildi.

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

Elektronik Kaynaklar

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/51237/Arzu_Caglan__Az_bile_konusmusum.html adresinden 25.06.2019 tarihinde erişildi.

http://www.diken.com.tr/ethem-sancak-bir-ismi-daha-isten-cikardi-radyocu-ayca-senin-alem-fmdeki-programi-kaldirildi/ adresinden 25.06.2019 tarihinde erişildi.

http://www.radyocuyuz.com/haber-show-radyoda-supriz-ayrilik-2315.html adresinden 25.06.2019 tarihinde erişildi.

http://www.radyofaresi.com/meltem-sezenler-gorevden-alindi/ adresinden 25.06.2019 tarihinde erişildi.

Görüşmeler

Müge Barutçu, Radyo Programcısı, Genç Radyo, Radyo Klas, Number One Radyo, Show Radyo vd., 5 Ekim 2018.

Yelda Uğurlu, Radyo Programcısı, Metro FM, Radyo 5, Show Radyo, Radyo Viva, Radyo Mega, N101 vd., 9 Ekim 2018.

Çağla Aktay Topel, Radyo Programcısı, TRT 3, Show Radyo, Radyo Viva, İstanbul FM, Genç Radyo, Klas FM, Veys FM, Balins FM vd., 15 Ekim 2018.

İmge Özdemir, Radyo Programcısı, Metro FM, Kiss FM, Radyo 5, Show Radyo, Radyo Nostalji, Power FM vd., 26 Ekim 2018.

Esin Serdaroğlu, Radyo Haber Spikeri, Programcısı, Polis Radyosu, Genç Radyo, Radyo Klas, Kiss FM, Number One, Radyo D, Radyo Foreks, Show Radyo vd., 5 Kasım 2018.

Katılımcı A, Radyo Haber Programcısı ve Yöneticisi, Show Radyo, Radyo Viva, Radyo 5, Radyo Pink, Joy FM, 14 Kasım 2018.

Füsun Tuncer, Radyo Programcısı, Kiss FM, Alem FM, KanalTürk Radyo, Best FM vd., 15 Kasım 2018.

Yonca Baygın, Radyo Programcısı, Show Radyo, KanalTürk Radyo, Capital Radio, Radio Mydonose, NTV Grubu Radyoları, Radyo ODTÜ, 19 Kasım 2018.

Ayşe Çelik, Radyo Programcısı, Metro FM, Radyo 5, Joy FM, Show Radyo, Radyo Koton vd., 19 Kasım 2018.

Füsun Alkan, Radyo Programcısı, İstanbul FM, Radyo 34, Süper FM, Best FM, TRT FM, TRT Kent Radyo İstanbul, Radyo Turkuvaz vd., 3 Aralık 2018.

KÜRESELLEŞEN DÜNYADA İLETİŞİM ÜZERİNE DİSİPLİNLERARASI YAKLAŞIMLAR

Editör:
Dr. Hicabi ARSLAN

LİTERATÜRK academia

Medyada Mültecilere Yönelik Olarak Yapılan Haberlerin Göç Politikalarının Belirlenmesi Üzerindeki Yönlendirici Etkisinin Değerlendirilmesi

Hicabi Arslan[*]
Aslıhan Topal[**]
Gizem Gürel Dönük[***]

Giriş

Göç, tarih boyunca sebep olduğu etkiler bakımından araştırılması gereken çok yönlü bir eylemdir. Olumlu ve olumsuz birçok değişimi de bünyesinde barındırmıştır. Ülke sınırları içerisinde bir yerden başka bir yere, kente, bölgeye geçişler farklı nedenlerle ve geçici ya da sürekli olarak gerçekleşebilmektedir. Tarih boyunca birçok medeniyetin doğuşuna, gelişimine ve çöküşüne sebep olan bu kavram, dünyada insan kavramı kadar geçmişe sahiptir. Bu kavram medeniyetlerin ve kültürlerin kaynaşmasına ve ülkelerin farklı kültürlerin zenginliklerine sahip olmasına sebep olmuştur.

Bugünkü anlamıyla üzerinde durulan göç olgusu ancak 19.yüzyıl başlarında kendini göstermiştir. 19. yüzyılda kültürel ve ırki bağlarla oluşturulmaya uğraşılan ulus-devletlerin siyasal yetkileri ile sınırlarını çizdikleri toprak parçaları ve sınırlardaki vatandaşları üzerinde egemenlik hakları en belirgin halde orta-

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi
[**] Öğretim Görevlisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu
[***] Öğretim Görevlisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu

medyada yer alması toplumsal düşüncenin negatifliğinin azalması anlamında önemlidir. Göker ve Keskin'in yaptıkları çalışma da medyadaki mülteci temsillerinin toplumsal kabul noktasında ne kadar önemli olduğunun ortaya konulması adına önemli bir çalışmadır. (Göker & Keskin, 2015)

Sığınmacı haberleri diye arama motorlarında yapılan aramaların sonuçlarında genel olarak Suriye uyruklu vatandaşlarla ilgili haberler ağırlık taşımaktadır. Bunun nedeni olarak sayısal anlamda diğer uyruklu kişilere göre fazla olmalarıyla bağlantılı değerlendirilebilir. Zaman zaman medyanın mültecilere yönelik haberlerinin içerikleri kuruluşun muhalif ya da taraf olmasından da etkilenebilmektedir.

Bütün bu değerlendirmeler ışığında konuyla ilgili bundan sonra yapılacak çalışmalarda farklı tarama teknikleri, derin analizler ve geniş zaman dilimleri kullanmak konunun derinliğini ve özgünlüğünü, aynı zamanda mevcut durumu daha net ortaya koyabilmek açısından oldukça önemlidir.

Kaynakça

AFAD. (2017, Ağustos 8). *Suriyeli Sığınmacılara Yapılan Yardımlar*. Ağustos 15, 2019 tarihinde AFAD Bir Bakışta Suriye Krize: https://www.afad.gov.tr/upload/Node/2373/files/Suriyeli_Siginmacilara_Yapilan_Yardimlar+7.pdf adresinden alındı

Agazete. (2017, Temmuz 8). *Bakan Akdağ'dan Sakarya'daki Suriyeli hamile kadın cinayeti açıklaması*. Temmuz 17, 2019 tarihinde agazete.com.tr: http://agazete.com.tr/haber/bakan-akdagdan-sakaryadaki-suriyeli-hamile-kadin-cinayeti-aciklamasi-54927.html adresinden alındı

Anadolu Ajansı . (2018, Haziran 19). *Türkiye dünyada en fazla sığınmacıya kucak açan ülke*. Ağustos 1, 2019 tarihinde www.aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiye-dunyada-en-fazla-siginmaciya-kucak-acan-ulke/1178588 adresinden alındı

Anadolu Ajansı Türkiye. (2018, Haziran 20). *Dışişleri Bakanlığı: Türkiye, dünyada en fazla sığınmacıya ev sahipliği yapan ülke*. Ağustos 15, 2019 tarihinde www.aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/disisleri-bakanligi-turkiye-dunyada-en-fazla-siginmaciya-ev-sahipligi-yapan-ulke/1179564 adresinden alındı

BBC Türkçe Haberler. (2019, Haziran 20). *20 Haziran Dünya Mülteciler Günü - BM: Türkiye 3,7 milyon kişi ile dünyada en çok mültecinin yaşadığı ülke*. Ağustos 15, 2019 tarihinde https://www.bbc.com: https://www.bbc.com /turkce/haberler-dunya-48688755 adresinden alındı

BMMYK TürkiyeTemsilciligi & T.C. İçisleri Bakanlıgı E.G.M. (2005). *İltica ve Göç Mevzuatı.* Ankara: Baskent matbaası.

Boztepe, V. (2017). Televizyon Haberlerinde Suriyeli Mültecilerin Temsili. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 91-122.

Demirhan, Y., & Aslan, S. (2015). Türkiye'nin Sınır Ötesi Göç Politikaları ve Yönetimi. *Birey ve Toplum, 5*(9), 23-62.

Deniz, O. (2009). Mülteci Hareketleri Açısından Van kentinin Durumu ve Kentteki Mültecilerin Demografik Profili. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 187 - 204.

Efe, İ. (2015). *Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar.* İstanbul: SETA Yayınları.

Emiroğlu, K., & Aydın, S. (2003). *Antropoloji Sözlüğü.* Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Emniyet Genel Müdürlüğü Yabancılar Hudut İltica Dairesi Başkanlığı. (2016, Nisan 27). *İngilizce - Türkçe İltica Terimleri*. Temmuz 04, 2019 tarihinde Emniyet Genel Müdürlüğü Yabancılar Hudut İltica Dairesi Başkanlığı: http://madde14.org/index.php?title=G%C3%B6%C3%A7men adresinden alındı

Ergüven, N. S., & Özturanlı, B. (2013). Uluslararası Mülteci Hukuku ve Türkiye. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 62*(4), 1007-1061.

Gazete2023. (2018). *Gaziantep'te Suriyelilerle Türkler kavga etti, 3 ölü*. www.gazete2023.com.tr. adresinden alınmıştır

Gazeteciler Cemiyeti. (2019). *Ulusal ve Yerel Medyada Mülteci ve Göç Haberleri 01.06.2017-30.11.2018.* İGAM.

Göker, G., & Keskin, S. (2015). Haber Medyası ve Mülteciler:Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Süreli Elektronik Dergi*, 229-256.

Güler, A. (2013). Uluslararası Mülteci Rejimi: Afganistan Örneği Üzerinden Bir Rejim Etkinliği Analizi. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 101-127.

Habergazetesi. (2015, Aralık 14). *Iraklılar Birbirlerini Gasp Ettiler*. Ağustos 1, 2019 tarihinde www.habergazetesi.com.tr: http://www.habergazetesi.com.tr/haber/11072/iraklilar-birbirlerini-gasp-ettiler adresinden alındı

Habertürk Gazetesi. (2017, Haziran 7). *Başbakan Binali Yıldırım: Suç İşleyen Kendini Sınır Dışında Bulur*. Temmuz 29, 2019 tarihinde habertürk.com: https://www.haberturk.com/gundem/haber/1553715-basbakan-binali-yildirim-suc-isleyen-kendini-sinir-disinda-bulur adresinden alındı

Habertürk Gazetesi. (2017, Haziran 7). *Numan Kurtulmuş'tan Suriyeli Mülteciler Açıklaması*. Temmuz 29, 2019 tarihinde habertürk.com: https://www.haberturk.com/gundem/haber/1554264-numan-kurtulmus-tan-suriyeli-multeciler-aciklamasi adresinden alındı

Habertürk Gazetesi. (2019, Temmuz 28). *Süleyman Soylu'dan Suriyelilerle İlgili Kritik Açıklama*. Temmuz 30, 2019 tarihinde haberturk.com.tr: https://www.haberturk.com/son-dakika-suleyman-soylu-dan-suriyelilerle-ilgili-kritik-aciklama-2508494 adresinden alındı

Hürriyet Gazetesi. (2013, Eylül 24). *'Virüs Suriye'den değil'*. Temmuz 17, 2019 tarihinde Hürriyet Kelebek Sağlık Haberleri: http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/virus-suriyeden-degil-24774976 adresinden alındı

Hürriyet Gazetesi. (2014). *Gaziantep'te Suriyeli gerginliğinin asıl nedeni başka*. www.hurriyet.com.tr. adresinden alınmıştır

Hürriyet Gazetesi. (2017, Temmuz 7). *3 yaşındaki Afgan çocuk, yangında can verdi*. Ağustos 1, 2019 tarihinde www.hurriyet.com.tr: http://www.hurriyet.com.tr/3-yasindaki-afgan-cocuk-yanginda-can-verdi-40513109 adresinden alındı

Hürriyet Gazetesi. (2018, Eylül 12). *Bilecik'te 3 Afgan mülteci bıçakla yaralandı*. Ağustos 1, 2019 tarihinde hurriyet.com.tr: http://www.hurriyet.com.tr/bilecikte-3-afgan-multeci-bicakla-yaralandi-40954530 adresinden alındı

Hürriyet Gazetesi. (2018, Kasım 29). *İngiltere'de mülteci çocuğun kız kardeşi de saldırıya uğramış*. Ağustos 15, 2019 tarihinde www.hurriyet.com.tr: http://www.hurriyet.com.tr/dunya/ingilterede-multeci-cocugun-kiz-kardesi-de-saldiriya-ugramis-41034778 adresinden alındı

Hürriyet Gazetesi. (2019, Ağustos 9). *'Suriyeliler giremez' yazısına uyarı*. Ağustos 15, 2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr: http://www.hurriyet.com.tr/gundem/suriyeliler-giremez-yazisina-uyari-41297743 adresinden alındı

İçduygu, A., Erder, S., & Gençkaya, Ö. F. (2014). *"Türkiye'nin Uluslararası Göç Politikaları, 1923-2023", Ulus-devlet Oluşumundan Ulus-ötesi dönüşümlere" SOBAG Proje No: 106K291*. Ankara: TÜBİTAK, İçişleri Bakanlığı.

İstanbul Valiliği İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü. (2019, Temmuz 22). *Düzensiz Göçle Mücadele (2019-44)*. Temmuz 29, 2019 tarihinde T.C. İstanbul Valiliği: http://www.istanbul.gov.tr/duzensiz-gocle-mucadele-ile-ilgili-basin-aciklamasi adresinden alındı

Kara, P., & Korkut, R. (2010). Türkiye'de Göç, İltica ve Mülteciler. *Türk İdare Dergisi*, 153-162.

Milliyet. (2013, Eylül 24). *Suriyelilerden yayılan bu hastalık Türkiye'yi sarıyor*. Ağustos 20, 2019 tarihinde www.milliyet.com.tr: http://www.milliyet.com.tr/gundem/suriyelilerden-yayilan-bu-hastalik-turkiyeyi-sariyor-1767683 adresinden alındı

Milliyet Gazetesi. (2018). *Mianin-katil-zanlisi-14-dedi-20-cikti*. www.milliyet.com.tr. adresinden alınmıştır

Milliyet Gazetesi. (2018, Mayıs 3). *Sanayi sitesinin göçmen işçileri*. Ağustos 15, 2019 tarihinde www.milliyet.com.tr: http://www.milliyet.com.tr/gundem/sanayi-sitesinin-gocmen-iscileri-2661160 adresinden alındı

Milliyet Gazetesi. (2019, Haziran 10). *Kabul edildi! Suriyelilere plaj yasaklandı*. Ağustos 20, 2019 tarihinde www.milliyet.com.tr: http://www.milliyet.com.tr/gundem/kabul-edildi-suriyelilere-plaj-yasaklandi-2887358 adresinden alındı

Milliyet Gazetesi. (2019, Temmuz 7). *Suriyeliler hesaba dahil oldu, 'kalıcı' yatırımlar başladı*. Ağustos 15, 2019 tarihinde www.milliyet.com.tr: http://www.milliyet.com.tr/ekonomi/suriyeliler-hesaba-dahil-oldu-kalici-yatirimlar-basladi-2900784 adresinden alındı

Mülteciler Derneği. (2018, Aralık 9). *Göç İdaresi Mobil Uygulaması*. Ağustos 15, 2019 tarihinde multeciler.org.tr: https://multeciler.org.tr/goc-idaresi-mobil-uygulamasi/ adresinden alındı

Mülteciler Derneği. (2019, Temmuz 15). *Suriyelilerle İlgili Doğru Bilinen Yanlışlar*. Temmuz 30, 2019 tarihinde Haberler, Mülteciler Derneği: https://multeciler.org.tr/suriyeli-multecilerle-ilgili-dogru-bilinen-yanlislar/ adresinden alındı

Mültecilerin Hukuki Durumuna DairSözleşme. (tarih yok). Temmuz 11, 2019 tarihinde İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: https://www.goc.gov.tr/icerik6/multecilerin-hukuki-durumuna-iliskin-sozlesme_340_341_641_icerik adresinden alındı

Ntv. (2015, Temmuz 30). *ntv.com.tr*. Temmuz 17, 2019 tarihinde Ntv Sağlık Haberleri-Kontrolsüz mülteci girişleri 30 yıllık aşı takvimini bozdu: https://www.ntv.com.tr/saglik/kontrolsuz-multeci-girisleri-30-yillik-asi-takvimini-bozdu,PneSuYJO10uc_WWz4s7CNg adresinden alındı

Paksoy, A. F., & Şentöregil, M. (2018). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar: İlk Beş Yılın Analizi (2011-2015). *Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi*, 237-256.

Pandır, M., Efe, İ., & Paksoy, A. F. (2015). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi. *Marmara İletişim Dergisi*, 1-26.

Resmi Gazete. (1994, Kasım 30). *Türkiye'ye İltica Eden veya Başka Bir Ülkeye İltica Etmek Üzere Türkiye'den İkamet İzni Talep Eden Münferit Yabancılar ile Topluca Sığınma Amacıyla Sınırlarımıza Gelen Yabancılara ve Olabilecek Nüfus Hareketlerine Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yöne.* Haziran 27, 2019 tarihinde Resmi Gazete: http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/22127.pdf adresinden alındı

Resmi Gazete. (2013, Nisan 11). *Yabancılar ve Uluslararası Korunma Kanunu*. Temmuz Perşembe, 2019 tarihinde Resmi Gazete: http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/04/20130411-2.htm adresinden alındı

Sabah Gazetesi. (2017). *Suriyeli anne ve bebeğine veda*. www.sabah.com.tr. adresinden alınmıştır

Sözcü Gazetesi. (2018). *suriyelilerin-telefon-faturalarini-da-biz-odeyecegiz*. www.sozcu.com.tr. adresinden alınmıştır

Şen, Y. F., & Özkorul, G. (2016). Türkiye-Avrupa Birliği İlişkilerinde Yeni Bir Eşik:Sığınmacı Krizi Bağlamında Bir Değerlendirme. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 86-119.

T. C. İçişleri Bakanlığı Göç İşleri Genel Müdürlüğü. (2019, 8 14). *T. C. İçişleri Bakanlığı Göç İşleri Genel Müdürlüğü*. 8 15, 2019 tarihinde goc.gov.tr: https://www.goc.gov.tr/duzensiz-goc-istatistikler adresinden alındı

T.C. Gaziantep Valiliği. (2018, Haziran 17). *BASIN AÇIKLAMASI (2018-31)*. Temmuz 29, 2019 tarihinde T.C. Gaziantep Valiliği: http://gaziantep.gov.tr/basin-aciklamasi-2018-31 adresinden alındı

T.C. İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2017, 01 03). *İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü*. Haziran 26, 2019 tarihinde İç İşleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: https://www.goc.gov.tr/icerik6/genel-mudurluk_273_274_275_icerik adresinden alındı

T.C. İçişleri Bakanlığı. (2017, Temmuz 5). *Basın Açıklaması.* Temmuz 17, 2019 tarihinde İç İşleri Bakanlığı: https://www.icisleri.gov.tr/basin-aciklamasi05072017 adresinden alındı

T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2014). *Türkiye'de Geçici Koruma*. Temmuz 29, 2019 tarihinde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: https://www.goc.gov.tr/turkiye-de-gecici-koruma adresinden alındı

T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2019, Ağustos 5). *Bakanımız Süleyman SOYLU Başkanlığında "Medya Temsilcileri Göç Buluşması" Gerçekleştirildi.* Ağustos 15, 2019 tarihinde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: https://www.goc.gov.tr/bakanimiz-suleyman-soylu-baskanliginda-medya-temsilcileri-goc-bulusmasi-gerceklestirildi adresinden alındı

T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2019, 8 15). *İstatistikler*. 8 15, 2019 tarihinde www.goc.gov.tr: https://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-koruma_363_378_4713_icerik adresinden alındı

T.C. İçişleri Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2018, Mart 23). *Kamuoyuna saygıyla duyurulur.* Temmuz 30, 2019 tarihinde T.C. İç İşleri Göç İdaresi Genel Müdürlüğü: https://www.goc.gov.tr/kamuoyuna-saygiyla-duyurulur adresinden alındı

T.C. Kamu Denetçiliği Kurumu. (2018). *Türkiye'deki Suriyeliler (Özel Rapor).* Ankara: Kamu Denetçiliği Kurumu.

Tunç, A. Ş. (2015). Mülteci Davranışı ve Toplumsal Etkileri: Türkiye'deki Suriyelilere İlişkin Değerlendirme. *Tesam Akademi Dergisi, 2*(2), 29 - 63.

TÜİK. (2018, 9 5). *Uluslararası Göç İstatistikleri 2017*. 8 22, 2019 tarihinde http://www.tuik.gov.tr: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30607 adresinden alındı

Türk Dil Kurumu. (2019). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Haziran 28, 2019 tarihinde GÜNCEL TÜRKÇE SÖZLÜK: http://sozluk.gov.tr/ adresinden alındı

Türk KızılayıGöç ve Mülteci Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2017). *2017 yılı Göç İstatistik Raporu.* Ankara: Türk Kızılayı Genel Müdürlüğü.

UNCHR BM Mülteci Örgütü Türkiye. (2019, Nisan 30). *Türkiye: Kilit Veriler ve Sayılar Nisan 2019*. Ağustos 15, 2019 tarihinde UNHCR Türkiye İstatistikleri: https://www.unhcr.org/tr/unhcr-turkiye-istatistikleri adresinden alındı

UNHCR. (2019, Ocak). *UNHCR Turkey Operational Update January 2019.* 06 26, 2019 tarihinde UNHCR: https://www.unhcr.org/tr/wp-content/uploads/sites/14/2019/05/UNHCR-Turkey-Operational-Update-January-2019.pdf adresinden alındı

Uuluslararası Göç Örgütü (IOM). (tarih yok). *Göç Terimleri Sözlüğü.* Temmuz 11, 2019 tarihinde www.goc.gov.tr: https://www.goc.gov.tr/files/files/göç%20sözlüğü%20.pdf adresinden alındı

Ünlü, G. (2007). *Uluslararası Göç ve Göçmenliğin Değişen Koşulları içinde "Mültecilik"*. Yüksek Lisans Tezi: Muğla Üniversitesi.

Yeniasya Gazetesi. (2019, Ağustos 3). *İnsanları ölüme gönderemeyiz*. Ağustos 15, 2019 tarihinde https://www.yeniasya.com.tr: https://www.yeniasya.com.tr/gundem/insanlari-olume-gonderemeyiz_499838 adresinden alındı

Yeniçağ Gazetesi. (2015, Ağustos 14). *Suriyeli sığınmacılarla hastalıklar da geldi!* Ağustos 20, 2019 tarihinde www.yenicaggazetesi.com.tr: https://www.yenicaggazetesi.com.tr/suriyeli-siginmacilarla-hastaliklar-da-geldi-119212h.htm adresinden alındı

Yeniçağ Gazetesi. (2019, Ocak 29). *Burası İstanbul: Pakistanlılar sopalarla Afganları aradı.* Ağustos 1, 2019 tarihinde www.yenicaggazetesi.com.tr: https://www.yenicaggazetesi.com.tr/burasi-istanbul-pakistanlilar-sopalarla-afganlari-aradi-221861h.htm adresinden alındı

Yeniçağ Gazetesi. (2019). *İstanbulda kucuk kiza cinsel istismar-2 Suriyeli gozaltinda*. www.yenicaggazetesi.com.tr: https://istanbulda-kucuk-kiza-cinsel-istismar-2-suriyeli-gozaltinda adresinden alınmıştır

Liberal, Eleştirel ve Fenomenolojik Yaklaşımlara Göre Haber

Aynur Örnek[*]

Giriş

İletişim alanında yapılan çalışmalar 1920'lerin sonlarına doğru başlamış olmasına rağmen kitle iletişim araçlarının propaganda aracı olarak kullanımı II. Dünya Savaşı yıllarına denk düşmektedir. Bu dönemde gerçekleştirilen çalışmalar genel olarak iki amaca yöneliktir. Bu amaçlardan ilki iletişimin kavramsal ve kuramsal çerçevesinin oluşturulması ikincisi ise iletişimin ve kitle iletişim araçlarının etkisinin ölçülmesidir.

Kitle iletişiminin kavramsal boyutu ve etkisinin ölçülmesinde iki temel yaklaşımdan söz etmek mümkündür. İnal'a göre bu yaklaşımlardan ilki geleneksel, ana damar, çoğulcu gibi farklı isimlerle nitelendirilen liberal yaklaşımlardır. Bu çalışmalar genellikle kitle iletişim araçlarının liberal toplumdaki işlevi üzerine oluşturulmuştur. İkincisi ise kökenini Marksist toplum eleştirisinden alan sonra yapısalcılık içinde dönüşerek kültürel çalışmalara uzanan, Frankfurt Okulu ile birlikte ekonomi-politik yaklaşımı da içeren yaklaşımlardır. İkinci grubun ortak paydasını oluşturan unsurlar ise kapitalist ekonomik düzene ve liberal siyasal sisteme yönelik eleştiriler olarak özetlenebilir (İnal, 1994, s.60).

Ana akım, geleneksel, davranışçı, çoğulcu gibi adlarla anılan liberal yaklaşımlar Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıktı-

[*] Dr.Öğr.Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü

riklerine yön verdiğini, kitle iletişim araçlarının ideolojik aygıt olma özelliği taşıdığını vurgulayarak etkinin ideolojik boyutlarına vurgu yapan çalışmalarıyla ön plana çıkmaktadır.

Fenomenolojik yaklaşımda ise toplumsal gerçekliğin inşa edildiği görüşü savunulmaktadır. Nesnellik, tarafsızlık gibi kavramlarla habere yaklaşmayan fenomenolojistler, haberin gerçekliğin doğru ya da taraflı bir resmi olarak karakterize edilemeyeceğini bununla birlikte toplumsal bir dünyanın tekdüze bir şekilde yapılandırılmasından kaynaklanan bir çerçeve olarak tanımlanabileceğini savunurlar. Yaklaşımda toplumsal gerçeklik ve insan arasındaki ilişki bilişin bir sonucu olarak değerlendirilir. Toplumsal olarak kurulan gerçeklik, toplumsal alandaki etkileşimlerle yeniden üretilmektedir. Başka bir ifadeyle, toplumsal gerçeklik bizim ona ilişkin konuşmalarımız ya da düşünme tarzımız tarafından oluşmaktadır. Toplumsal gerçeklik, gerçekliğin doğasının ne olduğuna ilişkin uzlaşımlarımız ve onu anlamaya yönelik kullandığımız kavramlar sonucunda oluşur. Bu oluşum ise inşa olarak tanımlanmaktadır.

Kaynakça

Alemdar, K. & Erdoğan, İ.(1990). İletişim ve Toplum. Ankara: Bilgi Yayınları

Alemdar, K. & Erdoğan, İ.(1997). Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları. Ankara: My Yayınları

Alemdar, K. & Erdoğan, İ.(2010). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları

Curan, J. A.(1994). Kitle İletişimi Araştırmasında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası, Der. Çev. M.Küçük, Medya İktidar İdeoloji. İstanbul: Ark Yayınevi

Dursun, Ç. (2001). TV Haberlerinde İdeoloji. Ankara: İmge Kitabevi

Dursun, Ç. (2003). Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek, Der. S. Alankuş, Gazetecilik ve Habercilik. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları

Dursun, Ç. (2004). Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir? Der. Ç. Dursun, Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi. Ankara: Elips Yayınları, ss.37-65

Ergül, H. (2005). Televizyonda Haberin Magazinleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları

Erdoğan, D. (2016). Liberal Eleştirel Marksist ve Fenomenolojik Yaklaşımlara Göre Haber İncelemesi. academia.edu/9868378/ Erişim 10.08.2019

Fejes, F.(1994). Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri, Çev. Der. M. Küçük, Medya İktidar İdeoloji. İstanbul: Ark Yayınevi

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev. S. İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları. Ankara: Nobel

Herman, E. S. & Chomsky, N. (1999). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir. Çev. B. Akyoldaş, T. Han. İstanbul : Minerva Yayınları

Herman, E. S. & Chomsky, N.(2012). Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politiği. Çev. E. Abadoğlu. İstanbul: bgst Yayınları

İnal, A. (1994). Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık1993, Ankara: A. Ü. İletişim Fakültesi Yayınları

İnal, A. (1996). Haberi Okumak. Ankara: Temuçin Yayınları

İrvan, S. (1995). Demokratik Sistemde Medyanın Rolü. Birikim, (68-69/Aralık-Ocak),ss.76-83

Karabay, N. (2000). Gazetecilik ve Haber Kuramsal Bir Yaklaşımla. İzmir: Meta Basım

Karaduman, S. & Karaduman, M.(2004). Bilgi Toplumunun Oluşmasında Televizyon Haberlerinin Yeri ve Önemine İlişkin Eleştirel Bir Bakış, Ekonomi ve Yönetim Kongresi 25-26 Kasım Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Kutluay, H. (2016). Fenomenoloji Nedir. www.makaleler.com Erişim 15.09.2019

Özer, Ö. (2006). Medyaya Yönelik Kuramsal Tanımlamalarla İlgili Muhabirlerle Yapılan Saha Araştırması, Selçuk İletişim, Cilt:4 Sayı:2, ss.41-51

Özer, Ö. (2010). Liberal Basın. Ankara: Literatürk Academia

Özer, Ö. (2011). Haber Söylem İdeoloji Eleştirel Haber Çözümlemeleri. Konya: Literatürk Yay.

Shoemaker, P. & Reese, S.D. (1997). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, Der. S. İrvan, Medya Kültür Siyaset, Ankara: Ark

Tılıç, L.D. (1998). Utanıyorum Ama Gazeteciyim. İstanbul: İletişim Yayınları

Tokgöz, O. (2013). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi

Yaylagül, L.(2006). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot Yayınları

Kültürlerarası İletişimin Önündeki Yerel Engel: Eğitimde Algı Farklılıklarına Kültürel Boyutlardan Bakış[1]

Çağlayan Babacan[*]

Kültür, terimi günlük hayatta çok kullanılan bir terim olsa da, hangi anlamada kullanıldığı her zaman açık değildir. Diğer benzer terimler gibi kültür de terimi de da kullanıldığı bağlam ve kişiye göre çok anlamlılık ifade eder. Karar alma, iletişim, başarı, inançlar, ideolojiler ele alınırken kültür kavramından soyutlanarak ele alınamaz. İnsanların, dünyayı anlamlandırmada ve yorumlamada ortak tarzları kültürdür. Bir insan topluluğu karşıladığı problemleri çözerken ve ikilemleri bağdaştırırken kültürü kullanır.

Algılama ve kültür arasında temel bir bağ vardır. Algı "bağlamında" kültür kavramı üzerine yapılana çalışmaları ele almak, bir insan topluluğunun algısını anlamda çok önemli bir yere sahiptir. Kültür üzerine önemli çalışmaları bulunan Hall; kültürü, dış dünya ile kişi arasında kişinin neyi algılayıp neyi algılamayacağını belirleyen bir perde olarak görür. Zihni yazılım, metaforuyla anlatılan kültür, algıda hangi mesajların önemli ve dikkate değer olduğunu belirler. Algı fiziksel duyu organlarıyla yapılmasına karşın, algılanan uyaranların anlamlandırılması, kültürdeki bilgiye ilişkin kavramlara ve simgesel sistemlere dayalıdır. Kültür, bir toplumun paylaştığı anlamlar

---

[1] Bu makale Çağlayan Babacan'ın "Ortaöğretimde Öğrenci-Veli-Öğretmen Bağlamında Eğitim ve Öğretime Dair Algı Farklılıkları ve Yanılgılar" adlı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

[*] Eğitimci-Yazar

luklarının algısına ve değer yargısına doğrudan tesir etmektedir. Bu bağlamada küreselleşmenin önündeki en büyük eşik olarak kültür ve Hofstede'in ifade ettiği anlamda kültürel boyutları görmekteyiz. Bu boyutlar kültürler arası iletişimi etkileyecek belki de küreselleşmenin önünde kenarları törpülenerek ortak bir noktaya sürüklenecektir. Yazıyı, yüksek lisans eğitimimde, Kültürler Arası İletişim dersinde daha ilk derste Profesör Ali Murat Yel'in sınıfa İngilizce olarak sorduğu soruyla bitirmek isterim:

"Intercultural communication, is it possible?"

Not: Yazar tarafından, dolaylı ve yoruma dayalı alıntı yapılması nedeniyle metin içerisinde kaynakça gösterimi yapılmamış ancak genel bir kaynakça metin sonunda bilgi için sunulmuştur.

Kaynakça

Aranson, E.,Timothy D.W., Robin, M.A.(2010). *Sosyal Psikoloji*, O. Gündüz (çev.) İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Bişkin, Ferdi (2014*) Subliminal AŞ*. Ankara: Elma Yayınevi.

Fons,Trompenaars ve Turner-Hempden, Charles (1998). *Küresel İş Yönetimi ve Kültürel Çeşitlilik.* Z. Dicleli (çev.) İstanbul: Anadolu Yayın Grubu.

Gladwell, Malcolm (2014).*Outliers.* A. Özer (çev.). İstanbul:Mediacat Yayınları.

Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar.* Ankara: Siyasal Kitapevi.

Hofstede, Geert ve Hofstede, Gert Jan. (2005). *Cultures and Organizations, Software of the Mind, Intercultural Cooperation and its Importance for Survival.* (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı). New York: McGraw-Hill.

İnceoğlu, Metin (2011*). Tutum Algı İletişim.* İstanbul: Siyasal Kitapevi.

Karabulut, B.(Ed.)(2014*). Algı Yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Kartarı, Asker(2014). *Kültür, Farklılık ve İletişim.* İstanbul: İletişim Yayınevi.

Kaya, Serdar (2012*). Endokrinasyon ve Türkiye'de Toplum Mühendisliği*. Ankara :Nirengi Kitap Yayınları.

Kaynak, Tuğray.(1995). *Organizasyonel Davranış ve Yönlendirilmesi*. İstanbul: Alfa Basım Dağıtım.

Mayer, Claudia (2008). *Yalana Övgü*. N. Ünver (çev.) Ankara: Phoenix Yayınları.

Milgram, Stanley (2015). *Deney.* K.U. Tüfekçi (çev.) İstanbul : Kafekültür Yayınları.

Sargut, A. Selami(2001). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim.* İstanbul: İmge Kitapevi.

Saydam, Ali (2012). *Algılama Yönetimi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.

Sennett, Richard (2011). *Otorite.* K. Durand (çev.) İstanbul : Ayrıntı Yayınları.

Tutar, Hasan (1988), *Simetrik ve Asimetrik İletişim Bağlamında Örgütsel Algılama Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türk Dil Kurumu. *Türkçe Sözlük*(1988).Cilt 1."algı" ,"kültür" Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Virilio, Paul (2003*). Enformasyon Bombası*. K. Şahin (çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Yalçın, Azmi (2011). *Kültür ile Şekillenen Çatışma Tepkisi Üzerine Bir Uygulama* http://sobiad.odu.edu.tr/files/cilt2/cilt2sayi4pdf/yeloglu_hakkiokan.pdf (erişim tarihi:13 Temmuz 2015)

Yalçınkaya, A. (Ed.) (2014). *Algılama Yönetimi*. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.

Yörükan, Turhan (2000). *Alfred Adler Bireysel Psikolojisi Sosyal Roller ve Kişilik.* Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları

Zimbardo, Philip (2015). *Şeytan Etkisi*. C. Coşkan (çev.) İstanbul : Say Yayınları.

Kültürlerarası İletişim Bağlamında Pippa Bacca Olayının Türk ve Dünya Basınındaki Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme

Serhat Yetimova[*]

Giriş

Pippa Bacca olayı 2008 yılında gerçekleşmiş olsa da etkileri günümüze kadar uzanan geniş çaplı bir tartışmanın konusu olmuştur. Başlangıçta kadın-erkek eşitliği ile temel hak ve özgürlükleri barındırır görünse de Türkiye'deki yabancı (öteki) algısını da tartışmanın içinde dâhil etmiş gözükmektedir. Bu sebeple Pippa Bacca olayının medyadaki temsil biçimlerinin değerlendirmesini içeren böyle bir çalışmanın ana amacı hala gündem olan kadın erkek ilişkileri, eşitsizlik, güven, adalet olguları ile birlikte Türkiye'deki yaşam koşullarının değerlendirilmesinin yanında Türkiye'deki yabancı algısının medya içeriklerinde kendine nasıl bir yer bulduğunun anlaşılmasıdır.

Küreselleşme ile birlikte kitle iletişim araçları çok geniş coğrafi alanlara ulaşmayı hedeflemiştir. Günümüzde yaşanan bilimsel ve teknolojik gelişmeler kitle iletişim ağını da genişletmiştir (Dingil ve Çam, 2017). Toplumsal ilişkilerin çok daha hızlı bir etkiletişim içine girdiği, teknolojinin hayatımızda bu denli yer tuttuğu küresel iletişim çağında, değişime kapalı kalan coğrafya ve insan topluluklarının varlığı ilgi uyandırır durumdadır. Pippa Bacca cinayeti bu durumu gündeme taşıyıp somutlaştıran ve dünyanın aslında benzer seviyede ve homojen yapı-

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü. serhat.yetimova@adu.edu.tr

lime değer verdiğini göstermektedir. Bu bakımdan o gazetenin yayıncılık anlayışının dünya görüşünün bir göstergesi durumundadır. Bu yönüyle ilgili gazetenin olaya yaklaşımını da genel anlamda özetler niteliktedir.

Diğer taraftan ulusal cumhuriyetçi basın içindeki değerlendirmede politik eleştiri yaptığı belirtilen gazetelerin ilgili içeriklerinde kültür sanat haberlerine de yer verilmiş olduğu görülmüştür. Fakat köşe yazarları seviyesindeki genel yaklaşımları sanat eleştirisi değil de politik eleştiri bağlamında öne çıkmışsa bu o gazetenin eğiliminin bütününün temsil etmese de önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Sol eğilimli basının konuyu daha çok sanat ekseninde ele almış olması ile ulusal cumhuriyetçi basının konuyu daha çok politik düzeyde ele alması yayıncılık anlayışlarının bütününü olmasa da aynı şekilde önemli bir kısmını gösterir niteliktedir. Bu bakımdan yönelimler arasında belirgin bir fark bulunmaktadır denebilir.

Kaynakça

Akturan, Ulun, Domaç, Bilal vd. (2013) Söylem Analizi. Nitel Araştırma Yöntemleri. (Ed. T. Baş ve U. Akturan) Ankara: Seçkin

Antmen, Ahu (2010) Performing and Dying in the name of World Peace: From Metaphor to Real Life in Feminist Performance. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities Volume 2*, Number 1, Special Issue, Visual Arts, URL of the Issue: http://rupkatha.com/rupkathav2n1.php Erişim Tarihi: 11.10.2018

Aydoğdu, Bülent, İstemil, Hüseyin, Ayaz, Ergün (2008) Barış Gelini'ne tecavüz etti, boğdu, çalılara attı! http://www.gazetevatan.com/baris-gelini-ne-tecavuz-etti--bogdu--calilara-atti--172605-gundem/ Erişim Tarihi: 16.10.2018

Bacca, Pippa (2008) *Bride To Peace: Mostra e Convegno in Memoria Di Pippa* https://www.pippabacca.it/2008/10/08/%E2%80%9Dbride-to-peace%E2%80%9D-mostra-e-convegno-in-memoria-di-pippa/ Erişim Tarihi: 11.10.2018

Bacca, Pippa (2018). *Notizie*. http://www.pippabacca.it/category/notizie/ Erişim Tarihi: 11.10.2018

Baykam, Bedri (2008) *Barışın Gelini Pippa'yı Anarken..* http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/16028/Barisin_Gelini_Pippa__8217_yi_Anarken.._.html Erişim Tarihi: 11.10.2018

BBC (2008) World peace' hitcher is murdered. http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7344381.stm Erişim Tarihi: 16.10.2018

Berkbayrak, Eda (2008) Korkunç bir alın yazısı. http://www.milliyet.com.tr/-korkunc-bir-alin-yazisi--gundem-516656/ Erişim Tarihi: 16.10.2018

Curtz, Joël (2012) La Mariée/The Bride. http://www.film-documentaire.fr/4DACTION/w_fiche_film/36574_1 Erişim Tarihi: 16.10.2018

Curtz, Joël (2012) La Mariée/The Bride. http://www.joelcurtz.com/en/travaux/detail/136 Erişim Tarihi: 16.10.2018

Dictionary, Urban. (2005). *Pippa*. http://www.urbandictionary.com/ define.php?term=pippa Erişim Tarihi: 11.10.2018

Dingil, A.E. ve Çam, A. (2017). 15 Temmuz darbe girişimi sonrası yerel basın gündemi: Aydın ili örneği. *Uluslararası Darbe Sempozyumu Bildiri Kitabı içinde* (Ed. M. Aslan, R. K. Haykıran, A. Bilgenoğlu, M. Çeken ve A.E. Dingin). (1). 155-176

Dijk, T. A. V. (1988) News Analysis Case Studıes of International and Natıonal News in the Press. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers Hillsdale, New Jersey Hove and London. http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20News%20Analysis.pdf

Gündüç, Gökçe (2012) Pippa Bacca sahnelere döndü. http://www.hurriyet.com.tr/kultur-sanat/haber/21707390.asp Erişim Tarihi: 16.10.2018

Güngör, Nazife. (2013) İletişime Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi

Haber 3 (2008) *Rezil olduk mu, olmadık mı*? https://www.haber3.com/medya/rezil-olduk-mu-olmadik-mi-haberi-323171 Erişim Tarihi: 11.10.2018

Kefal, Saadet (2008) Kadınlardan 'Tacize karşı mor iğne' eylemi. http://www.milliyet.com.tr/kadinlardan--tacize-karsi-mor-igne--eylemi-gundem-545552/ Erişim Tarihi: 16.10.2012

Kıllıoğlu, İsmail (2008) Vahşetin resmi. https://www.milligazete.com.tr/makale/867357/ismail-killioglu/vahsetin-resmi Erişim Tarihi: 16.10.2018

King, Laura (2008). A *Plea for Peace in White goes Dark.* http://articles.latimes.com/2008/may/31/world/fg-pippa31 Erişim Tarihi: 11.10.2018

L'Obs (2008) Turquie: partie promouvoir la paix, elle est retrouvée morte, violée. https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20080412.RUE3840/turquie-partie-promouvoir-la-paix-elle-est-retrouvee-morte-violee.html Erişim Tarihi: 16.10.2018

Le Monde (2008). Viol et Meurtre de Pippa Bacca. http://bosphore.blog.-lemonde.fr/2008/04/17/viol-et-meurtre-de-pippa-bacca-%E2%80%A6-et-de-toutes-les-autres/ Erişim Tarihi: 16.10.2012

Mazlumder (2011). Basın Açıklamaları Pippa Bacca ve Kadına Şiddet Paneli. http://kocaeli.mazlumder.org/faaliyetler/detay/basin-aciklamalari/1/pippa-bacca-ve-kadina-siddet-paneli/2878 Erişim Tarihi: 16.10.2012

NTV Haber (2008). *Story Continues.* http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/442607.asp#storyContinues Erişim Tarihi: 15.10.2012

Povoledo, Elisabetta (2008) Performance Artist Killed on Peace Trip Is Mourned. http://theater.nytimes.com/2008/04/19/theater/19peac.html?_r-=1&adxnnl=1&pagewanted=all&adxnnlx=1354658626-Dc9DF4vvfZ3MRMz4B7gO9Q Erişim Tarihi: 16.10.2018

Saroğlu, Aycan Aşkım (2010). *Pippa Bacca'nın yol arkadaşı yarım kalan seyahati bitirecek*. http://www.milliyet.com.tr/pippa-bacca-nin-yol-arkadasi-yarim-kalan-seyahati-bitirecek/pazar/haberdetay/04.07.2010/1258784/default.htm Erişim Tarihi: 11.10.2018

Sazak, Derya. (2008). İtalyan gelin. http://www.milliyet.com.tr/-/derya-sazak/siyaset/siyasetyazardetay/13.04.2008/516422/default.htm Erişim Tarihi: 16.10.2018

T24 (2008) *Türkiye-AB İlişkileri kronolojisi.* http://t24.com.tr/haber/turkiye-abiliskileri-kronolojisi,19641 Erişim Tarihi: 11.10.2018

Türker, Murat (2013) *Pippa Bacca Tekrar İstanbul'daydı.* http://bianet.org/biamag/sanat/147803-pippa-bacca-tekrar-istanbul-daydi Erişim Tarihi: 11.10.2018

Vatan (2008). İtalyan basınında `Barış gelini' trajedisi. http://www.gazetevatan.com/italyan-basininda--baris-gelini--trajedisi-172776-gundem/ Erişim Tarihi: 16.10.2018

Wikipedia. (2016). *Pippa Bacca.* http://tr.wikipedia.org/wiki/Pippa_Bacca Erişim Tarihi: 11.10.2018

Wikipedia. (2018) *Pippa Bacca.* http://en.wikipedia.org/wiki/Pippa_Bacca Erişim Tarihi: 11.10.2018

Yenişafak (2008) Pippa Bacca da Hürrem de bu hafta. http://yenisafak.com.tr/kultur-sanat-haber/pippa-bacca-da-hurrem-de-bu-hafta-20.10.2008-145778 Erişim Tarihi: 16.10.2018

Yenişafak (2008) *Katilin özrü kabahatinden büyük*. https://www.yenisafak.com/gundem/katilin-ozru-kabahatinden-buyuk-113261 Erişim Tarihi: 11.10.2018

Yılmaz, Mehmet. (2008). Mehmet Yilmaz: "peace walk" of Pippa, "freedom walk" of Turkish women. http://www.hurriyet.com.tr/english/turkey/8704696.asp?gid=231&sz=40036 Erişim Tarihi: 16.10.2018

Zaman. (2008). *Pippa Bacca'nın Ardından*. http://www.zaman.com.tr/pippa-baccanin-ardindan/677239.html Erişim Tarihi: 15.10.2012

Atatürk Karikatürlerinde Küresel Etki

Menderes Akdağ[*]

Giriş

Sürekli batı karşısında toprak kaybı ve gerileme Osmanlıları Batıyı takip etmeye zorlamıştır. Lale Devri(1718-1730), diğer bir ifadeyle III. Ahmet dönemi Osmanlıların batıya bakarak yenileşmeye başladıkları ilk devir olarak düşünülebilir. Batı'daki gelişmelerin takibi için kimi Avrupa başkentlerine elçiler gönderilmesi de bu dönemde gerçekleşmiştir. İlk kez tercüme odasının kurulması bu bakımdan önemlidir. Kâğıthane deresi çevresinde yapılan konaklar, kasır ve köşklerde Fransız mimarisinin etkileri görülmeye başlanmıştır. Küçük bir Versailles' (Versay) örneği oluşturulmuştur. Matbaa, batı teknolojisinin transferi için ilk örnektir denebilir (Özcan, 2019). Padişah III. Mustafa Döneminde(1754-1774) Osmanlı topçu ocakları batı ordularına bakılarak ıslah edilmiştir. III. Selim döneminde (1789-1807) batılılaşma etkisi ciddi olarak görülmeye başlanmıştır. Batı'ya bakarak Nizam-ı Cedit adında bir ordu kurulmuştur. Yeniçeri muhalefeti nedeniyle bu ordu fazla yaşayamamıştır. II. Mahmut döneminde ise Yeniçeri Ocağı kapatılmıştır. Batı model alınarak Asakar-i Mansure-i Muhammediye adında bir ordu kurulmuştur. Coğrafi Keşiflerin etkisiyle çağdışı kalmış tımar kaldırılmıştır. Mektebi Şahane ve Mektebi Tıbbiye gibi modern okullar kurulmuştur. Avrupa'ya öğrenci gönderilmiş-

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi. menderes.akdag@adu.edu.tr

türistler ise etki açısından başlangıçta hiç riske girmemişler batıda denemiş karikatür biçimlerini devreye sokmuşlardır şeklindeki düşünce çalışmamızın sonucu olarak ileri sürülebilir.

Kaynakça

Ayna

Karagöz

Yeni Kelime

Akandere, O., & Semiz, Y. (2016). *Türkiye Cumhuriyeti Tarihi.* Konya: Eğitim Yayınevi.

BIBLIOGRAPHY \l 1055 Bairnsfather, B. Come on Bert. *Women - Sexual behaviour- World War, 1914-1918 - Military.* National Library, France.

Doğan, B. O. (2013). *Living English Dictionary İngilizce-Türkçe / Türkçe-İngilizce Sözlük, Living* . İstanbul: Purple Yayınları.

Garnier, K. Von (Yöneten). (2004). *Iron Jawed Angels(Demir Çeneli Melekler)* [Sinema Filmi].

İnalcık, H. (1973). *Osmanlı İmparatorluğu, Klasik Çağ (1300-1600).* İstanbul: Kronik Yayınları.

Kayış, Y. (2016). *Atatürk Döneminde Siyasi Karikatür, Yayımlanmamış Doktora Tezi.* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Özcan, A. (2019, 09 30). *İslam Ansiklopedisi*. Türkiye Diyanet Vakfı : https://islamansiklopedisi.org.tr/lale-devri adresinden alınmıştır

Öztürk S. & Yetimova S. (2015). Küreselleşen Dünyanın Kimlik İnşasında İnternetin Katkısı:Vimeo Web Sitesindeki Türkiye Tanıtımları. Gazi Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Fakültesi 2. Uluslararası Sanat Ve Tasarım Sempozyumu, 2(2), 11-23.

https://www.bl.uk/romantics-and-victorians/articles/the-impact-of-the-french-revolution-in-britain Erişim Tarihi: 29.09.2019.

http://serious-science.org/parties-of-the-french-revolution-7211 Erişim Tarihi: 29.09.2019.

https://www.rferl.org/a/russias-world-war-one-propaganda-posters/29292228.html Erişim Tarihi: 29.09.2019.

https://news.stanford.edu/news/2014/march/slideshow/16145.html Erişim Tarihi: 29.09.2019.

https://www.rferl.org/a/russias-world-war-one-propaganda-posters/29292228.html Erişim Tarihi: 29.09.2019

https://www.rferl.org/a/russias-world-war-one-propaganda-posters/29292228.html Erişim Tarihi: 26.09.2019.

Sosyal Medyada Suskunluk Sarmalı ve Kamusal Alana Trol Müdahaleler

Ali Emre Dingin[*]

Giriş

Bilgisayar sistemleri ve dijital teknolojinin kullanıma başlamasından sonra kitle iletişiminde köklü bir değişim yaşanmıştır. İnternetin toplum yaşamına girmesi ile birlikte geleneksel medya hızlı bir şekilde yerini yeni medyaya bırakmaya başlamıştır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte medya ile toplum arasında etkileşim değişmeye başlayıp, edilgen olan izler kitle yeni medya ile etkin bir rol alamaya başlamıştır. Bu yeni medyanın en popüler olan sosyal paylaşım ağları "sosyal medyayı" oluşturmuştur. Sosyal medya ile kamu kendi düşüncelerini görüşlerini, fotoğraflarını hatta videolarını yayınlamaya başlamışlardır. Kamunun görüşlerini açıkladığı, tartışma yarattığı, gündemi takip ettiği alan olan sosyal medya, kamunun eğlenme, bilgi edinme, görüş alışverişinde bulunduğu bir platform olma özelliğini taşımaktadır. Özellikle son on yılda akıllı telefonların yaygınlaşması ile beraber sosyal medya uygulamaları hem gelişmekte hem de çeşitlenmektedir. Aynı zamanda sosyal medya araçlarını kullanan kişi sayısı da hızla yükselmektedir. Bu durumda sosyal medya araştırmalarında hızlı bir artış göstermektedir. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile beraber bazı toplumsal hareketlerde sosyal medyanın rolü sorgulanmakta, kamusal

[*] Arş. Gör. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi

Ayrıca siyasilerin ya da bazı ideoloji gruplarının sosyal medya-ya müdahaleleri ile kendi görüşlerini çoğunluğun görüşü gibi gösterip karşıt görüştekilerin suskun kalmasını sağlayabilmektedir.

Kaynakça

Altunay, C. M. (2010). Twitter: Gündelik yaşamın yeni rutini "Pıt Pıt Net". *İletişim*, 12, 31-56.

Arslan, H. (2014). Exposition of Spontaneous Humor in Digital Environment Especially in Social Media After Social Events. *Journal of Media Critiques*, Doi: http://dx.doi.org/10.17349/jmc114307 (Yayın No: 1596300)

Binark, M., Yıldırım, A., Toprak, A., Aygül, E., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"*. İstanbul: Kalkedon Yayınları

Çalışkan, N. (2019). Virüs Gibi Yayılan Tiktok Uygulaması Hakkında Bilmeniz Gereken Herşey. https://www.haberturk.com/tik-tok-uygulamasi-nedir-nasil-kullanilir-iste-tiktok-hakkinda-bilmeniz-gereken-hersey-2299333-teknoloji (Erişim Tarihi: 15.05. 2019).

Dağtaş, E. (2013). Kamusal Alan ve Medya. Ed. (Ö. Özer). *Medya Siyaset Kültür içinde 34-60.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Doğan, D., Çınar, M. ve Seferoğlu, S. S. (2017). Sosyal Medyanın Karanlık Yüzleri Trollerle İlgili Bir İnceleme. Ed. (H. F. Odabaşı, B. Akkoyunlu ve A. İşman*). Eğitim teknolojileri okumaları içinde 887-915.* Adapazarı: TOJET ve Sakarya Üniversitesi

Eraslan, L., Eser, D. Ç. (2015). *Sosyal Medya Toplum Araştırma (Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş)*. Ankara: Beta Yayınları

Kale, G. Ö. (2016). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication.* (6). 2. 119-127

Kızıldere, N. (2002). *Kadınların oy verme davranışlarını etkileyen sosyo-ekonomik faktörler- kadın seçmenler üzerine bir araştırma (Isparta uygulaması)***.** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta : Süleyman Demirel Üniversitesi.

Kutlu, T. (2013). Sosyal Medya. *Ed. (H. İ. Gürcan) İnternet Yayıncılığı içinde 109-126*. Eskişehir: Anadolu üniversitesi Yayınları.

Kutlu, T. (2013). Dijital Medya Kuramları. *Ed.(H. İ. Gürcan) İnternet Yayıncılığı içinde 67-81*. Eskişehir: Anadolu üniversitesi Yayınları.

Ocak, M. Ş. (2016). *Kamusal Alan, Sosyal Medya Ve Toplumsal Hareketler Üzerine Bir İnceleme.* Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi. İstanbul: Arel Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü.

Odabaşı ve diğerleri, (2012). Eğitim için Yeni Bir Ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International.* (1) 2. 89-103.

O'Reilly, T. ve Milstein, S. (2009). *The Twitter Book.* Sebastopol: O'Reilly Media.

Özay, N. E. (2018). Sosyal Medyada Yaratıcı Bir Eylem Olarak Trollük ve Fotoğraf. Ege Üniversitesi V. İletişim Öğrencileri Sempozyumu "İletişimde Değişim" Sempozyum e-kitabı 409-420. http://community.ege.edu.tr /comm5/kounsmacilar/

Saka, E. (2016). Siyasi trollük örneği olarak Aktroller. *Birikim*, (322), 17-21.

Scott, D. M. (2010). *The New Rules of Marketing and PR.* New Jersey: John Wiley and Sons,

Şahin, M. ve Sarı, S. V. (2009). *Basında "Facebook İstismarı" Ve Toplumdaki Yansımaları. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* (1). 9. 51-69

Tuncer, R. Z. (2016). Suskunluk Sarmalı Kuramını Sosyal Medya Üzerinden Yeniden Düşünmek. Ed. (A. Büyükaslan ve A. M. kırık). *Sosyal medya Araştırmaları 3 içince 123-144*. Konya: Çizgi Yayınları

Yosunay, D. ve Çolak, Ü. F. (2016). Sosyal Medyada Otosansür: Facebook Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi elektronik dergisi. (4). 2. 926-949*

Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing On The Social Rules*. USA: .O'Reilly Media,

Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları Eğemen ve Eleştirel Yaklaşımlar.* Ankara: Dipnot Yayınları

Yılmaz, A. B. ve Işıkdoğan, C. (2017). Yeni Medyada Troller ve Trollük Kültürü. *Intermedia*

International e-Journal, (7) 4 330 -346

Yetimova, S. (2017) Haber Ajanslarının Yenil Nesil Habercilik Uygulamaları Üzerine Yaklaşımları: Associated Press (AP) ve Anadolu Ajansı (AA) Üzerine Bir Karşılaştırma. Ed. (B. Kalsın) *Tüm Boyutlarıyla İnternet Haberciliği* içinde 205-243, Ankara: Gece Kitaplığı

Küresel Bilgi Pazarı ve Sosyal Medyada Metalaşan Bilgi

Gül Dilek Türk[*]

Giriş

Küreselleşme, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler birlikte postmodern insanın internet ve sosyal medya ile birlikte teknolojiye ve konsantre hap bilgiye, gündemde olan biteni kaçırmama sendromu tüketimi, tüketim nesnesini, tüketim biçimini dönüşüme uğratmıştır. Postmodern birey neredeyse tüm hayatını dijital ortamda yaşaması, kendin, kimliğini, duygularını dijital kod ve imgelerle, sembollerle ifade etmesine dolayısıyla tüketim biçimini de dijitalleştirmiştir. Modern birey tükettiği markalarla, eşyalarla, mekânlarla kendini ifade ederken postmodern birey artık bu tüketim nesnelerini dijitalleştirerek kendini ifade etmektedir. Sosyal medyada yaptığı paylaşımlarla kendini dâhil ettiği sosyoekonomik sınıfa uygun tüketim biçimini merkeze koyarak öne çıkarmaktadır. Örneğin entelektüel sınıflara ait olmak üzere sahip olduğu bilgiyi, genel kültürü beğeni sağlamak üzere metalaştırarak paylaşıma sunmaktadır.

Küreselleşen ve Dijitalleşen Dünya

Küreselleşme sadece ekonomik değil siyasi, kültürel ve sosyolojik olarak da toplumlarda değişimlere neden olmuş; iletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ve yaygınlaşmasıyla birlikte bireysel boyutta tüketim biçimi ve davranışlarını da değişikliğe uğratmıştır. Bu durum pazarı ve tüketim nesnelerini de de-

[*] Araştırma Görevlisi, Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

narken uzun dönemde devlet kontrolü sağlanıp, belli eğitimlerden geçen kişiler tarafından uygulanmazsa ciddi sorunlara neden olmaktadır. Çünkü yetersi bilgileriyle uygulama yapmaya çalışan bilgi satıcıları insan sağlığına zarar vermektedir.

Anatomi bilgisine sahip olmadan ya da o kişinin kan, hormon değerlerini bilmeden doğrudan açlık oruçları, mizaca göre beslenme reçeteleri verilerek ciddi sağlık sorunlarına da neden olunabilmektedir. Psikoloji alanında bir eğitim görmeden yine kişiye özel uygulanması gereken seanslar toplu olarak verilmektedir. Bunalımda, gündelik yaşamına dair sorunlarını çözmeye çalışan modern insan için bu meta bilgiler bir kurtuluş gibi görünse de ticarileşmesi nedeniyle ciddi sorunlar yaşama riski de küçümsenecek gibi değildir. Bu nedenle bu alanda hizmet veren kişilerin denetlenmesi gerekmektedir. Devlet tarafından hangi kişilerin bu işlemleri uygulayabileceği net olarak belirlenmeli ve sınavlardan geçirilerek bu işlemleri uygulamaları sağlanmalıdır. Bununla birlikte daha ilkokuldan başlanarak sosyal medya okur-yazarlığı eğitimi verilerek bilinçli kullanıcılar yetiştirilmesi sağlanmalıdır.

Kaynakça

Akın, B. (2007), Dünü Ve Geleceğiyle Bilgi Toplumu. (H. Odabaş & H. Anameriç, Ed.) Bilgi. Ankara: Referans Yayınevi

Baudrillard, J. (1997). Tüketim Toplumu. (H. Deliçaylı & F. Keskin, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2010). Küreselleşme. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belek, İ. (1997). Post-Kapitalist Paradigmalar. İstanbul: Sorun Yayınları.

Barsoc, C. (1997). Kapitalizmin Çarkları: Marksist İktisadi Analiz Öğeleri. (B.Tanatar, çev.). İstanbul: Yazın Yayıncılık

Bell, D. (2007). Cyberculture Theorists: Manuel Castells And Donna Haraway. Oxon:

Routledge.

Beniger, J. (1986). The Control Revolution: Technological And Economic Origins Of The Information Society. Cambridge: Harvard University Press

Benk,S. & Akdemir,T. (2004). Globalleşme Ve Ekonomik Değişim. Çimento İşveren Vol. 18 (1). 12-27

Berger, P.L.(2003). Küreselleşmenin Kültürel Dinamikleri. Bir Küre Bin Bir Küreselleşme: Çağdaş Dünyada Kültürel Çeşitlilik. (P. L. Berger & S.P. Huntington, eds.). (A. Ortaç, Çev.). İstanbul: Kitap Yayınevi.

Brinkley, I. (2006) "Defining The Knowledge Economy: Knowledge Economy Programme Report". The Work Foundation. Adresinden http://www.Flacso.Edu.Mx/Openseminar/Downloads/Brinkley_S3.Pdf. edinilmiştir

Bottomore, T. (2005) Marksist Düşünce Sözlüğü, (M. Tunçay, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları Castells, M. (2000), The Rise Of The Network Society: The Information Age; Economy, Society, And Culture. London:Wiley-Blackwell,

Castells, A. (2004). Küresel Kuşatma Karşısında İnsan. (Ş. Yalçın, Çev.), İstanbul: Ufuk Yayınları.

Castells. M. (2016). İletişim Gücü. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınlar

Dağtaş, B. (1999). İngiliz Kültürel Çalışmalarında İdeoloji. Kurgu. sayı 16, s. 335-357.

Das, D.K. (2006). Globalization in the Word Of Finance: An Analytical History. Global Economy Journol, 6(1): 1-25

Davenport, T. H. Ve Prusak, L (1998). Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know., Harvard College, Boston

Dijk, J. V. (2016). Ağ Toplumu. (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Epsilon Yayıncılık

Downes, S. (2012). Connectivism And Connective Knowledge: Essays On Meaning And Learning Networks. Adresinden http://www.Downes.Ca/Files/Books/Connective_Knowledge- 19May2012.Pdf edinilmiştir

Drucker,, P. (1993). Kapitalist Ötesi Toplum. İstanbul: İnkılâp Kitapevi

Erkan, H. & Erkan, C. (1998). Kültür Politikamızda Yeni Boyutlar Türkiye'nin Geleceğine Yönelik Kültür Değerleri Ve Politikaları. Ankara: Kültür Bakanlığı

Evrensel, Ö. (2017). METALAŞMA: Meta Biçiminin Gelişimi. Eğitim Bilim Toplum Dergisi / Education Science Society Journal. Volume:15 Sayı / Issue:58 Bahar / Spring/ 60-115

Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. (S. İrvan, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Fuchs, C. (2010). Labour İn Informational Capitalism. The Information Society 26 (3). 176-196.

Fuchs, C. & Sevignani, S. (2013). What İs Digital Labour? What İs Digital Work? What's Their Difference? And Why Do These Questions Matter For Understanding Social Media? Triplec: Communication, Capitalism And Critique. Open Access Journal For A Global Sustainable Information Society, 11 (2). 237-293.

Fuchs, C. (2015). Power İn The Age Of Social Media. Heathwood Journal Of Critical Theory 1 (1): 1-29

Geertz, C. (1973).The Interpretation Of Cultures. New York: Basic Books.

Güvenç, B.(1974). İnsan Ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.

Giddens, A. (2000). Elimizden Kaçıp Giden Dünya. İstanbul: Alfa Yayınları

Giddens, A. (2006), Sociology. Cambridge: Polity Press,.

Gürhani, N. (2004). "On-Line (Çevrimiçi)Toplumun Doğuşu. adresinden http://sinemafanatik.com 12.05.2019 tarihinde edinilmiştir.

Hall, S. (1997). İdeoloji Ve İletisim Kuramı. Medya-Kültür-Siyaset. (S.İrvan, Der,). Ankara: Ark Yayınları

Hall, S. (1999). Kültür, Medya ve İdeolojik Etki. Medya, İktidar, İdeoloji. (M. Küçük, Der.). Ankara: Ark Yayınevi. 199-245.

Hall, S. (1999). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü Medya ve İdeolojik Etki. Medya, İktidar, İdeoloji. (M. Küçük, Der.). Ankara: Ark Yayınevi, 77-127.

Hall, S & Jaques, M. (1995). Yeni Zamanlar: 1990'larda Politikanın Değişen Çehresi. (A. Yılmaz, Çev.).İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hall, S.; Held, D. & Mc Grew, T. (1992). Modernity And İts Features. Cambridge: The Open University Ve Polity Press.

Harvey, D. (2003). Postmodemliğin Durumu. (S. Savran, Çev.). İstanbul: Metis yayınları.

Hirst, P. & Thompson, G. (2007). Küreselleşme Sorgulanıyor. (E. Yücel & Ç. Erdem, çev.), Ankara: Dost Kitabevi Yayın.

Houghton, J.& Sheehan, P. (2000). A Primer On The Knowledge Economy. Centre For Strategic Economic Studies. Adresinden http://www.Cfses.Com /Documents/Knowledgeeconprimer.Pdf edinilmiştir

Işık, Y. (2007). Bilgi Ekonomisi Ve Türkiye Ekonomisinin Gelişme Perspektifi. (H. Odabaş & H. Anameriç, Ed.) Bilgi. Ankara: Referans Yayınevi

John, T. (2004). Küreselleşme Ve Kültür. (A. Eker, Çev.)., İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Jupp, V. (20069. The Sage Dictionary of Social Research. London: Sage Publication

Kellner, D. (2002). Theorizing Globalization. Sociological Theory. 20 (3): 285-305.

Kop, R., & Hill, A. (2008). Connectivism: Learning Theory Of The Future Or Vestige Of The Past?. The International Review Of Research İn Open And Distance Learning. 9(3). 1-13

Kozinets, R.V. (2002). The Field Behind The Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. Journal of Marketing Research, 39 (61-72).

Kozinets, R.V. (2010). Netnography. Doing Ethnographic Research Online. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Langer, R. & Suzanne C. B. (2005). "Sensitive Research Topics: Netnography Revisited", Qualitative Market Research, 8 (2). 189-203

Lefebvre, H. (2007). Sosyalist Dünya Görüşü Marksizm. (G. Doğan Gürsev, çev.) . İstanbul: Yordam Kitap

Lyotard, J.F. (2000). Post-Modern Durum. (A. Çigdem, Çev.), Ankara: Vadi Yayınları

Machlup, F. (1962). The Production And Distribution Of Knowledge İn The United States. New Jersey: Princeton University Press.

Manovich, L. (2001). The Language Of New Media. Cambridge, Mass: MIT Press.

Marx, K. (1993). Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı.(S. Belli, çev.). . Ankara: Sol Yayınları

Marx, K. (2007). Kapital: Kapitalist Üretimin Eleştirel Bir Tahlili. Çeviren Alaattin Bilgi. Cilt 1. 3 Cilt.Ankara: Sol Yayınları

Mcluhan, M.(2005). Medya. (Ü. Aksoy, çev.). İstanbul: Merkez Kitapçılık Ve Yayıncılık.

Morris-Suzuki, T. (1997). Capitalism İn The Computer Age. Cutting Edge: Technology, Information, Capitalism And Social Revolution . (J. Davis; T. Hirschl &M. Stack,, Der.). Verso

Morley, D. & Robins, K. (1995). Kimlik Mekanları. İstanbul: Ayrıntı Yayınları .

Mosco, V. (1988). Introduction: Information İn The Pay-Per Society. The Political Economy Of Information İçinde, Düzenleyen Vin46 Cent Mosco Ve Janet Wasko, 3-26. Wisconsin: The University Of Wisconsin Press

Mowshowitz, A. (1992). On The Market Value Of Information Commodities. I. The Nature Of Information And Information Commodities. Journal Of The American Society For Information Science 43, No. 3 (1992): 225-232.

Nar, M. Ş. (2015). Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research Cilt: 8 Sayı: 37 Volume: 8 941-954

Paker, K. O. (2007). İletişimin Fast Food'u: Sanal Diyarlarda Oyun, Chat Ve Gizemli Yabancı. Medya Okumaları. (Ö. Yılmazkol, Der.). Ankara: Nobel.

Polat, N. (2002). Sanal Dünyada Duygusal Doyum İletişim sayı 16. 93-117.

Poletti, T. (2012). Instagram Users: You Are The Product The Wall Street Journal, Market Watch. Adresinden Http://Www.Marketwatch.Com/Story/İnstagram-Users-You-Are-The-Product-2013-01-02 edinilmiştir

Sarı, E. (2015). İletişim ve Medya Çalışmalarında Etnografi. İletişim Araştırmalarında Yöntemler Uygulama ve Örneklerle. (B. Yıldırım, Ed.), Konya: LiteraTürk Academia Yayıncılık

Schiller, D. (1988). «How To Think About Information?. The Political Economy Of Information. (Vi. Mosco & J. Wasko) 27-43. Wisconsin: University Of Wisconsin Press

Schiller, H.(1993). Zihin Yönlendirenler. İstanbul: Pınar Yayınları

Schiller, D. (2012). Web Economics: The Product İs You!. Social Media Today. adresinden Http://Socialmediatoday.Com/Node/625921 edinilmiştir

Siemens, G. (2004). Connectivism: A Learning Theory For The Digital Age. Adresinden Http://Www.Eleamspace.Org/Articles/Connectivism.Htm edinilmiştir

Siemens, G. (2006). Knowing Knowledge. Vancouver, BC, Canada: Lulu Press

Smith, A. (1986). The Wealth Of Nations. Middlesex: Penguin Books

Steger, M. B. (2009). Globalization. New York: Sterling Publishing

Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture For The Digital Economy. Social Text 18. 2-63

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara: Dost Yayınevi.

Toffler, A. (2008), Üçüncü Dalga. (S. Yeniçeri, çev). İstanbul: Koridor Yayınları

Tok, N. (2003). Kültür, Kimlik Ve Siyaset. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tomlinson, J. (2004). Küreselleşme Ve Kültür. (A. Eke, çev.r). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tapscott, D. (1998), Dijital Ekonomi. (E. Koç, Çev). İstanbul: Sistem Yayınları

Törenli, N. (2004). Enformasyon Toplumu Ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı. Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları

Uğur, A. &Bilici, M. (1998). Bilgi Toplumu, İnternet ve Demokrasi –Dijital Alemin Genleşen Kamusal Alanı. Yeni Türkiye, sayı 19.. 488-496.

Williams, R. (1983). Towards 2000. London: Chatto And Windus.

Yılmaz, M. (2013). Küreselleşmenin Oluşumuna Zemin Hazırladığı Yeni Ekonomik Anlayış: Bilgi Ekonomisi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 27, Sayı: 1. 241-255

"Bahar da Gecikebilir Unutmayalım!" Sosyal Medya ve Al Jazeraa'nın Arap Baharı ile İmtihanı

Mehmet Utku Şentürk[*]

"Baharda gecikebilir unutmayalım
Böyle okuduk tarihin kitaplarından
Hele vakit gelsin, sevda dal versin
Uzanacağız bir sabah çiçekli bir ağaca"
Ahmet Telli (Bu Kent Öldürüldü Diyorlar)

Giriş

Yeni medya, iletişim araçları ve sosyal medya siyasi bazı hedeflerin gerçekleştirilmesinde küresel dünyada önemli ve etkin bir rol oynamaktadır. Eskiden medya denilince akla gelen gazete, radyo ve televizyon bugün gelinen süreçte yerini Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi sosyal paylaşım sitelerine bırakmıştır.

Sosyal medya kullanıcısına verdiği kendi sayfasını oluşturma, paylaşım yapma, başkalarıyla etkileşime geçme özellikleri sayesinde aktif iletişimin zeminini oluşturmayı başarmıştır.

Sosyal medya paylaşım sitelerinin ortaya çıkışıyla, küresel olarak siyasi anlamda birçok gelişme yaşanmıştır. Bu gelişmelerden bir tanesi Orta Doğu'da başlayan ve Kuzey Afrika'ya sıçrayan, Arap Baharıdır.

Totaliter ve baskıcı rejimlerin hüküm sürdüğü, enflasyon, işsizlik, yolsuzluk, adaletsizlik, ifade özgürlüğü gibi kısıtlamaların

[*] Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Doktora öğrencisi

amacı gütmeyen yayınlarına, protesto günlerinde Mısır'da aynı ilkelerle devam ettiği gözlenmiştir.

Sonuç olarak, sosyal medya tüm dünyada bireyler arasındaki demokrasi ve özgürlük talebinin yayılmasında ve artmasında güçlü bir iletişim aracı olarak kullanıldı. Az gelişmiş veya gelişmemiş ülkelerde yaşayan bireyler bu siteler sayesinde gelişmiş ülkelerdeki refah ve demokrasi seviyesini öğrenme dünyayla bütünleşme imkânı buldular.

Kaynaklar

Boyd, D. M., Ellison N. B. (2007), Social Network Sites: Definition, History, and

Gilian Shaw, "Social Media Don't Promote Significant Social Change, Author Says", Vancouver Sun, 09.04.2010.

Howard, Philip N. v.d. (2011), What Was the Role of Social Media During the Arab Spring, Project on Information Technology and Political Islam, Washington.

Ishaan Tharoor, "The Top Ten Everything of 2011", Time, 07.12.2011. Jan.02, USA: Forbes Magazine

Kaymak, Ayşe (2011), 'Wikileaks Okumak Suç mu? Assange Terörist mi?', Cesur Yeni Medya, e-kitap, der. Mutlu Binark, Işık B. Fidaner, Ankara, Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.

Patch, K. (2004). Internet Structure: The Global Nervous System, Boston, MA, USA:

Polat, İsmail Hakkı (2011), 'Sosyal Medya Devrimleri, Cesur Yeni Medya, e-kitap, der. Mutlu Binark, Işık B. Fidaner, Ankara, Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.

Scholarship, 13 (1), USA: Journal of Computer Mediated Communication.

Tanaka, W. (2008), Widget Wave: Bubbling Widget Growth, Forbes Magazine, Technology Research News.

Zuckerberger, M. (2007), Facebook Social Advertising: Facebook Unveils.

DİJİTALLEŞEN İLETİŞİM

Yazarlar:
Prof. Dr. Ahmet AYHAN
Dr. Yasemin BİLİŞLİ
Dr. Fatma ÇAKMAK
Dr. Zuhal GÖK DEMİR
Dr. Ali Naci KARABULUT
Dr. Gaye TOPA ÇİFTÇİ
Gülsüm ERKAN

Editör:
Prof. Dr. Ahmet AYHAN

LİTERATÜRK academia

3 D'NİN HİKÂYESİ: DİJİTAL MEDYA, DEMOKRASİ, DEZENFORMASYON

Dr. Fatma Çakmak

GİRİŞ

Bu çalışma ile bilgi toplumundan ağ toplumuna geçiş yapan 21. yüzyıl insanının, iletişim ve teknolojide yaşadığı evriminden yola çıkılarak, ulaştığı bireysel, toplumsal ve siyasal sonuçlar adına geçen sürece ışık tutmak amaçlanmıştır. Kültürel değişimin çok yavaş gerçekleşmesine karşın, dijital dünyanın, bu değişim ve dönüşümü böylesine hızlandırdığı bir sistem içerisinde yaşanan siyasal ve toplumsal evrilmenin demokrasi bağlamında sağladığı imkânların yanı sıra yarattığı deformasyon, medyadaki dezenformasyonla birlikte ele alınmıştır.

Bu bağlamda öncelikle, geleneksel kitle iletişim araçlarının dijital medyaya doğru yönelen süreci ile dijital medya araç ve ortamları açıklanmıştır. Ardından iletişimsel ve teknolojik olarak ciddi bir dönüşümle oluşan dijital medyanın bireysel, toplumsal ve siyasal etkileri ile bir siyasal katılma alanı olarak dijital medyanın yeri ve işlevi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde, aralarında daha sonra bağ kurulmak üzere demokrasi kavramı ve demokrasiye tarih boyunca getirilen yaklaşımlar kuramsal olarak açıklanmıştır. Ardından demokrasi kavramı demokratikleşme bağlamında bir yaşam biçimi ve kültür olarak ele alınmıştır. Bununla beraber ise demokrasinin temelde ilişki içinde bulunduğu ve demokrasinin varlığının hem sebebi hem sonucu olabilen medya ile bağıntısı üzerinde durulmuştur. Ça-

demokrasinin uygulanıp uygulanamaması konusunda önemli bir etken olduğu, özellikle ekonomik ve siyasal açıdan güçlü ülkelerin demokrasi kavramının arkasına gizlenerek ve onu kullanarak emperyalist amaçlarına ulaşmaya çalıştığı, bu süreçte de dijital medyayı aktif olarak kullanarak toplumları yönlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Böylece dijital medyanın bilgiyi paylaşan değil, toplumları kışkırtan bir yapıya dönüştüğü görülmüştür. Dolayısıyla dijital medya ve demokrasi şüphesiz tüm dünyaya birçok kolaylık ve yenilik fırsatı sunmaktadır ancak, bunların kontrolsüz ve bilinçsiz kullanımı, yaşamın devamı için en önemli kavram olan bilgiyi yani enformasyonu, dezenformasyona dönüştürmekte ve özellikle demokrasiyi henüz içselleştirememiş ve yönlendirilmeye açık toplumları felakete sürükleyebilmektedir.

Sonuç olarak; kontrolsüz gücün güç olamayacağı gerçeğinde olduğu gibi, dijital medyanın karşılıklı etkileşimi olanaklı kılan sınırsız bilgi paylaşımını sağlayan bir kitle iletişim aracı olarak, toplumları manipüle etme gücü göz önünde bulundurulmalı ve istismar edilmeye açık olduğu unutulmamalıdır. Bu durum çağımızda, hem şimdiye kadar bulunmuş en ideal yönetim şekli olan demokrasiyi tehlike altına sokmakta hem de büyük bir sorun haline gelen dezenformasyonla kitleleri baş başa bırakmaktadır.

KAYNAKÇA

Aktan, C. C. (2016). İdeal Bir Siyasal Yönetim Arayışı ve Anayasal Demokrasi, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, C. 8, S. 2, ISSN: 1309-8020 (Online).

Aktaş, C. (2011)."Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması", Medya Üzerine Çalışmalar, (Der.), Gülbuğ Erol, Beta Yayınları, İstanbul, s.107.

Aktaş, H. (2004). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet, Tablet Kitabevi, Konya.

Arklan, Ü. ve Karakoç, E. (2013). Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme ilişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma, Türkiyat Araştırmaları Dergisi, S.33, s.328

Atabek, N. (2002). Kamuoyu, Medya ve Demokrasi, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi Kurgu (19) içinde (s.s. 223-238).

Atton, C. (2002). Alternative Media, Sage, London.

Ayhan, A. (2015). Halkla İlişkiler Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri, Literatürk Academia, Konya.

Aziz, A. (2013). Televizyon ve Radyo Yayıncılığı, Hiperlink Yayınları, İstanbul.

Baban, E. (2010). 21. Yüzyılda İktidar - Basın İlişkisi: Kamunun Modern Düşün Hapisanesi ve Gazeteciliğin Sıfır Derecesi *s.262-284. Tercüman-ı Ahval'in 150. Yılında İstanbul'da Fikir Gazeteciliği Sempozyumu 2010. ISBN 978-975-404-885-8

Barry, N. P. (2000). An Introduction to Modern Political Theory, 4th Edition, London: Macmillan Press Ltd.

Binark, M., Çomu T., Bayraktutan, G., Özçetin, B., Doğu, B., İslamoğlu, G. ve Aydemir, A. T. (2014). Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya - Seçimden Seçime, Gezi Direnişi'nden Hükümet Cemaat Çatışmasına, Kalkedon, İstanbul.

Boyd, D. (2008). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role Of Networked Publics In Teenage Social Life. Youth, Identity, and Digital Media, 5, 119-142.

Burnett, R., Marshall, P. D. (2003). Web Theory: An Introduction. Routledge: London & New York.

Carlisle, J. E., Patron, R. C. (2013). Is Social Media Changing How We Understand Political Engagement? An Analysis of Facebook and the 2008 Presidential Election, Political Research Quarterly, 66, (4) 883–895.

Castells, M. (2008). Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum, kültür - Ağ toplumunun yükselişi (2. baskı). (Çev: E.Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Christensen, H. S., ve Bengtsson, Å. (2012). The Political Competence of Internet Participants Evidence from Finland. Loader, B. D., & Mercea, D. M. (Ed.). Social Media and Democracy: Innovations in Participatory Politics. Routledge (s.s. 131-150).

Coleman, S. (2001). The Transformation of Citizenship? New Media and Politics (s.s. 110 - 121). London: SAGE Publications.

Crick, B. (2012). Demokrasi, (Çev. Ü. H. Yolsal), Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

Çaha, Ö. (2010). Siyasi Düşüncelere Giriş. İstanbul: Dem Yayınları.

Dahl, R. (2010). Demokrasi Üzerine, (Çev. B. Kadıoğlu), Phoenix Yayınevi, Ankara.

Dutton, W. H. (2009). The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks, Prometheus: Critical Studies in Innovation 27 (1), 1- 15.

Erdoğan, M. (1994), "Demokrasi, Laiklik, Resmi İdeoloji", Türkiye Günlüğü, Sayı: 29.

Erdoğan, M. (1999). Anayasal Demokrasi, Siyasal Kitabevi, 3. Baskı.

Ergenç, A. (2011).Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul. ss.29-30

Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S. 29. Özel Sayısı, s. 202- 223.

Gözler, K. (2006). Anayasa Hukukuna Giriş, Yedinci Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, s.115-116.

Gurevitch, M. ve Blumler J. G. (2002). Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler. Medya Kültür, Siyaset içinde. Ankara: Alp Yayınevi

Gündüz, U. & Pembecioğlu, N. (2013). "Bilgi Kaynağı Olarak Sosyal Ağlar ve Sosyal Medya". Müge Demir (Ed.), Yeni Medya Üzerine…: Yeni İletişim Teknolojileri, İstanbul: LiteraTürk Yayınları: 311-338.

Hacker, K. (1996). Missing Links in the Evolution of Electronic Democratization. Media, Culture and Society, 18(2), 213-232.

Hague, B. N. ve Loader B. D. (2005). Digital Democracy: Discourse and Decision Making in the Information Age. New York: Routledge.

Hampton, M. (2010). The Fourth Estate Ideal in Journalism History, Stuart Allan (ed), The Routledge Companion to News and Journalism, Routledge, London, New York, pp. 3-12.

Heywood, A. (2007). Siyasi İdeolojiler Bir Giriş. Çeviren. A. K. Bayram vd. Ankara: Adres Yayınları.

Huntington, S. P., (1996). Üçüncü Dalga (Çev: E. Özbudun), Yetkin Yayınevi, Ankara.

Johnson, A. C. (2012). The Information Diet: A Case for Conscious Comsumption, Published by O'Reilly, Printed İn The United States Of Amerika.

Kalaycıoğlu, E. (1989). "Demokratik Konsolidasyon ve Türk Siyasal Hayat", Bülten, TDV Yayınları, Sayı: Temmuz-Ekim-1989.

Kapani, M. (2013). Politika Bilimine Giriş, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Keith, J. (2005). CIA'den Medya'ya Kitlelerin Kontrolü, (Çev. S. San), Nokta Kitap, İstanbul.

Keyman, F. (2000). Türkiye ve Radikal Demokrasi, Alfa Yayınları, İstanbul.

Khondker, H. H. (2011). "Role of the New Media in the Arab Spring", Globalizations, October, 8 (5), pp. 676-677.

Koçak, N. G. (2012). "Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama", Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Köseoğlu, N. (1992). Milli Kültür ve Kimlik, Ötüken Yayınları, İstanbul.

Kürkçü, D. D. (2016). Yeni Medya ve Gençlik. İstanbul: Kriter Yayınları.

Lilleker, D. (2013). Siyasal İletişim Temel Kavramlar. İstanbul: Kaknüs İletişim.

Maalouf, A. (2009). Çivisi Çıkmış Dünya, Çev: Orçun Türkay, YKY, İstanbul.

Manovich, L., (2001). The Language of New Media, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Meyer, T. (2002).Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir, (Çev. Ahmet Fethi), İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

Modreanu, S. (2017). The Post-Truth Era?, HSS, vol. VI, no. 3(2017): 7-9, https://www.researchgate.net/publication/320847825_The_Post-Truth_Era

Oates, S. ve Gibson, R. K. (2006). The Internet, Civil Society and Democracy. Oates, S.; Owen, D; Gibson, R.(Ed.). The Internet and Politics. Citizens, Voters and Activists. içinde (s.s. 1-16) London: Routledge.

Özçağlayan, M. (2008). Gazetelerin Gelişimi ve Gazeteciliğin Geleceği (Yeni Teknolojiler ve Medya Ekonomisi Açısından Genel Bir Değerlendirme), Marmara iletişim dergisi, C.13, S.13.

Polat, R. K. (2005). The Internet and Political Participation. European Journal of Communication, 20(4). içinde (s.s. 435-459).

Quintelier, E., Vissers, S. (2008). The Effect of Internet Use on Political Participation An Analysis of Survey Results for 16-year-olds in Belgium, Social Science Computer Review 26, 4, 411- 427.

Rodriguez, C. (2001). Fissures In The Mediascape: An International Study of Citizens Media, Hampton Press, New Jersey.

Sabuncuoğlu, A. ve Göker, G. (2016). "Sosyal Medyada Görsel Paylaşımdan Reklamcılığa: Instagram Reklamlarının Genç Kullanıcılar Üzerine Etkisine Dair Bir Araştırma", Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, Sayı 15, Cilt 7.

Schmidt. M. G. (2002). Demokrasi Kuramlarına Giriş. Vadi Yayınları, Ankara.

Scott D. M. (2009). Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları, (Çev: Nadir Özata), MediaCat Yayınları, İstanbul.

Sitembölükbaşı, Ş. (2005). "Liberal Demokrasinin Çıkmazlarına Çözüm Olarak Müzakereci Demokrasi", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (10) 2005, s.139- 144.

Steinberg, A. (2014). Genç Seçmenler ve Web 2.0 İle Politik Katılım: Facebook Genç Vatandaşların Seçime Katılımını Arttırabilir Mi?", Akın Emre Pilgir (Çev.), Barış Çoban (Ed.), Sosyal Medya Devrimi, İstanbul: Su Yayınevi: 154- 171.

Şahin, A. (2014). Eleştirel Medya Okuryazarlığı, Anı Yayınları, Ankara.

Taşdelen, H. M. (1997). Siyaset Sosyolojisi, Kocav Yayıncılık, İstanbul, s. 197

Telli, A. (2012). "Mısır Devrimi'nde Sosyal Medyanın Rolü", Bilge Strateji, 4(7), s. 65- 91.

Tilly, C. (2014). Demokrasi, (Çev. E. Arıcan), Phoenix Yayınevi, Ankara.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara:Dost.

Tokgöz, O. (2010). Siyasal Haberleşme ve Karar Verme, Oya Tokgöz (Der) İmge Kitap Evi Ankara, Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim.

Turan, C. (2015). Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı?. Akademik Bilişim Konferansı, Yayın No:4286280.

Uygun, O. (2014). Demokrasi Tarihsel, Siyasal ve Felsefi Boyutlar, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul.

Van Dijk J. (2016). Ağ Toplumu, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.

Van Dijk, J. (2006). The Network Society: Social Aspects of New Media. London: Sage.

Ward, S. J. A. ve Wasserman, H. (2010). Towards an Open Ethics: Implications of New Media Platforms for Global Ethics Discourse, Journal of Mass Media Ethics 25 (4), 275- 292.

Ward, S. J. A. (2005). The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond, McGill-Queen's University Press, Montreal, Canada.

Yağcı, Y. (2009). Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0. ÜNAK, s. 138- 147.

Yağmur, H. (2015). Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü, Yükseklisans Tezi, Konya.

Yoloğlu, N. (2017). Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş. Middle Black Sea Journal of Communication Studies, 2(1), 8–15.

Zengin, B. (1995). Özgürleşerek Birlikte Yaşamak, Birleşik Yayınları, İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

http://www.dorduncukuvvetmedya.com/2939sosyal-medya-devrimi.html (Erişim Tarihi: 19.07.2019).

https://socialimpact.youtube.com/intl/tr/why-youtube/ (Erişim Tarihi: 22.07.2019).

https://www.bilimcag.com/nedir/web-1-0-2-0-3-0-nedirfarklari-nelerdir/ (Erişim Tarihi: 24.07.2019).

https://www.brandingturkiye.com/facebook-nedir-neden-onemlidir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/ (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

https://www.brandingturkiye.com/youtube-nedir-youtube-nasil-kullanilir-youtubeun-ozellikleri-nelerdir/ (Erişim Tarihi: 22.07.2019).

https://www.webtekno.com/cok-ilginc-verilerle-karsilastigimiz-2019-turkiye-internet-kullanim-istatistikleri-h65902.html (Erişim Tarihi: 08.07.2019).

https://www.whatsapp.com/about/ (Erişim Tarihi: 26.07.2019).

https://www.whatsapp.com/features/ (Erişim Tarihi: 26.07.2019).

DİJİTAL MECRALARDA YAYIMLANAN SAĞLIK HABERLERİNDE KORKU KÜLTÜRÜ

Dr. Yasemin BİLİŞLİ

GİRİŞ

Medyada sunulan birçok sağlık mesajı modern yaşamın riskini vurgulamaktadır. Sunulan bu sağlık mesajı üzerinden okuyucu/izleyici kafasında canlandırdığı tehlike nedeniyle endişe duymaktadır. Bu durum izleyicilerin/okuyucuların kendilerini huzursuz hissetmelerine neden olmaktadır ve bu endişe bireyler arasında dalga dalga yayılmaktadır. Medyadan aldıkları bilgiler doğrultusunda endişelerini gidermek üzere daha fazla medya tüketimine teşvik edilen bireyler daha da endişelenmektedir. Bu bakımdan, medya mesajı, Giddens'in (1991) modern risk zihniyetinin bir özelliği olarak tanımladığı aktif riskin düşük seviyeli bir versiyonu olan hayal gücü seviyesindeki tehlike anlayışıyla algılanmaktadır.

Bu bölümde dijital medyanın yaygınlaşması, bireylerin medyadaki bu bilgilere kolay ulaşabiliyor olması ve kontrolsüz bir şekilde kullanma durumlarının, sağlıklarını tehlikeye atma olasılığının önemi ve toplumu her geçen gün daha da fazla etkisi altına alan korku kültürünün dijital mecralarda yayımlanan sağlık haberleri ile yaratım süreci ele alınacaktır. Medya modern zamanların önemli bir özelliği olarak tanımlanan "korku kültürünü" desteklemektedir. Bu bölüm, son yıllarda öne çıkan özellikle dijital mecralarda yayımlanan sağlık haberleriyle daha da artan çeşitli medya sağlığı korkularından bahsetmektedir.

KAYNAKLAR

Abramson, L.Y., Seligman, M.E.P, Teasdale, J. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology*, 87: 49-74.

Andrews, J. Craig; Netemeyer, Richard G. ve Burton, Scot. (1998). Consumer Generalization Of Nutrient Content Claims in Advertising. *Journal of Marketing* 62 (4), 62-75.

Ateş, S. (2016). Siyasal Reklamlarda Duygusal Çekicilik Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Siyasal Partiler Tarafından Üretilen Reklam Filmlerinin Analizi. *KTÜ İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *3*(12), 85-103.

Ayhan, A. ve Çakmak, F. (2018). Türkiye'ye Yönelik Algı Operasyonlarının Dijital Medyaya Yansımaları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (29. Özel Sayısı), 11-35.

Balcı, Ş. (2006). Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış doktora tezi. Konya.

Barth, J. ve Bengel, J. (2000). P*reventation through fear*, London: Research And Practice of Health Promotion.

Brucks, M.; Mitchell, A. A. ve Staelin, R. (1984). The Effect of Nutritional Information Disclosure in Advertising: An Information Processing Approach. *Journal of Public Policy and Marketing* 3 (1), 1-25.

Cho, H. (1999). Unintented effects of fear appeals: the role of stage of change, threat and efficacy, Doctor of Philosophy, Michigan State University: UMI Dissertation Information Service.

Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *1*(22).s.123-149.

De Hoog, N., Stroebe, W., & De Wit, J. B. (2008). The processing of fear-arousing communications: How biased processing leads to persuasion. *Social Influence*, 3(2), 84-113.

Elden, M. ve Bakır, U. (2010). *Reklam çekicilikleri: Cinsellik, mizah, korku*. İletişim Yayınları, İstanbul.

Furedi, F. (2017). *Korku kültürü-Risk almanın riskleri* (B. Yıldırım, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gençöz, T. (1998). Korku: sebepleri, sonuçları ve başetme yolları. *Kriz Dergisi*, *6*(2).

Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford university press.

Giddens, A. (1998). *Sociology*. Cambridge, Polity Press in association with Blackwell Publishers Ltd.

Gray, J.A. (1987). *The psychology of fear and stress*. (2. Baskı). Newyork: Cambridge University Press.

Harper, C. (2003). Journalism in a Digital Age Democracy and new media, 271-280. (http://web.mit.edu/m-i-t/articles/harper.html. Erişim Tarihi: 17.04.2019).

Hawkes, C. (2004). T*he global regulatory environment around nutrition labelling.* World Health Organiızation.

Hiroto, D. S., & Seligman, M. E. (1975). Generality of learned helplessness in man. *Journal of personality and social psychology*, *31*(2), 311-327

Hogg, M. A. ve Vaughan, G. M. (2002). *Social Psychology.* London: Prentice Hall.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.

Janis, I., (1967). Effects of fear arousal on attitude change: Recent developments in theory and experimental research, in Berkowitz L. *Advances in Experimental Social Psychology* (3), Academic Press.

Kavradım, S. T. ve Özer, Z. C. (2014). Kanser tanısı alan hastalarda umut. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 6(2), 154-164.

Kannaovakun, P. (1999). *A Comparison Protection Motivation Theory and The Elaboration Likelihood Model As Explanations of the Impact of Fear Appeals in Negative Political Advertising*, Doctor of Philosophy, University of Wisconsin-Madison: UMI Dissertation Information Service.

Karpf, A. (1988). *Doctoring the Media: The reporting of health and medicine.* London: Routledge.

Lavack, A. M. (1997). *Fear Appeals in Social Marketing Advertising*. Doctor of Philosophy, The University of British Columbia: UMI Dissertation Information Service.

Leigh, J. H. (1994). The use of figures of speech in print ad headlines. *Journal of advertising*, *23*(2), 17-33.

Levy, A. S.; Derby, B. M. ve Roe, B. (1997). *Consumer Impacts of Health Claims: An Experimental Study. Food and Drug Administration. Center for Food Safety and Applied Nutrition*. Washington, DC: Division of Market Studies.

Lord, J. B.; Eastlack, J. O.; Stanton, J. L. (1987). Health Claims in Food Advertising: Is There A Bandwagon Effect? *Journal of Advertising Research* 27 (2), 9- 15.

Marcus, G. E., Neuman, W. R. ve MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. Chicago: University of Chicago Press.

McGuire, W.J., (1968). *Handbook of Personality Theory and Research*. Rand McNally.

Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., & Atman, C. J. (2001). *Risk communication: A mental models approach*. Cambridge University Press.

Norman, P., Boer, H. ve Seydel, R. E. (2005). Protection motivation theory. *Predicting health behaviour* içinde Conner, M., ve Norman, P. (Ed.). London: McGraw-Hill Education (UK).81-126.

O'Keefe, Daniel J. (1990). *Persuaison: Theory and research.* London: Sage Publications.

Panksepp, J. (1998). *Affective neuroscience: the foundations of human and animal emotions*. Newyork: Oxford University Press.

Parker, B. J. (2003). Food for health: The Use Of Nutrient Content, Health, and Structure/Function Claims in Food Advertisements. *Journal of Advertising*, 32 (3), 47- 55.

Roe, B.; Levy, A. S. ve Derby, B. M. (1999). The Impact of Health Claims on Consumer Search and Product Evaluation Outcomes: Results from FDA Experimental Data. *Journal of Public Policy & Marketing,* 18 (1), 89- 105.

Rogers, R. W. (1975). A protection motivation theory of fear appeals and attitude change1. *The journal of psychology*, *91*(1), 93-114.

Rosen, T. J., Terry, N. S., & Leventhal, H. (1982). The role of esteem and coping in response to a threat communication. *Journal of Research in Personality*, 16(1), 90-107.

Rotfeld, J. H. (1988). Fear appeals and persuasion: Assumptions and errors in advertising research. *Current issues and research in advertising,* s.11, s.21-40.

Solomon, M.; Gary, B. ve Soren, A. (1999). *Consumer behaviour: A european perspective*, London: Prentice Hall, Inc.

Stiff, J. B. (1994). *Persuasive communication*, New York: The Guilford Press.

Stiff, J. B. ve Mongeau, P. A. (2003). *Persuasive communicatio***n**, Second Edition, New York: The Guilford Press.

Toruk, İ. (2008*). Gutenberg'ten Dijital Çağa Gazetecilik: Türkiye'de Haber Siteleri.* İstanbul: Literatürk.

Ulrich, B. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*, First Published in English, London: Sage Publications.

Van, D. J. (2004). Digital Media, in *The SAGE handbook of media studies* Downing, J.D.H., McQuail, D., Schlesinger, P., Wartella, E.(Ed.). London: Sage Publications.

Wills, J. M.; Bonsmann, S. G.; Kolka, M. ve Grunert, K. G. (2012). Symposium 2: Nutrition And Health Claims: Help or Hindrance European Consumers and Health Claims: Attitudes, Understanding and Purchasing Behavior. *Proceedings of The Nutrition Society* 71 (2), 229–236.

Witte, K., Allen, M. (2000). A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education and Behavior*, 27 (5), pp. 591-615.

İNTERNET KAYNAKLARI

https://cmsw.mit.edu/code-of-ethics-for-collaborative-journalism/ (Erişim Tarihi: 17.04.2019)

https://techtv.mit.edu/videos/16673-denialism-media-in-the-age-of-disinformation (Erişim Tarihi: 17.04.2019)

https://getappvice.com/tr/kolesterol-nasil-dusurulur-10-dogal-yontem/ (Erişim Tarihi: 18.04.2019).

https://www.sabah.com.tr/saglik/2016/04/05/obezite-kanseri-tetikliyor (Erişim tarihi: 27.05.2019).

https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/health_claims_en(Erişim tarihi: 28.06.2019)

http://www.milliyet.com.tr/pembenar/galeri/unutkanligin-nedeni-belli-oldu-2895864(Erişim tarihi: 01.07.2019).

https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/03/08/kemik-suyu-kolajen-sarimsak-antioksidan-icerir (Erişim tarihi: 28.06.2019).

http://www.milliyet.com.tr/pembenar/k-vitamini-nelerde-bulunur-2585054 (Erişim tarihi: 28.06.2019).

http://www.milliyet.com.tr/domuz-gribi--zika--veba-ve-ebola-dan-sonra-simdi-de-x-hastaligi-tehlikesi-molatik-9155/ (Erişim tarihi: 01.08.2019).

http://www.milliyet.com.tr/pembenar/sigarayi-biraktiracak-tedavi-yontemleri-nelerdir-2742798 (Erişim tarihi: 09.08.2019).

http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/gergedan-virusu-nedir-soguk-alginligiyla-benzetiliyor-41056339 (Erişim tarihi: 01.08.2019).

http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/dr-huseyin-h-serdar/gergedan-gribi-uydurduk-41085264 (Erişim tarihi: 01.08.2019)

http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/osman-muftuoglu/akciger-kanseri-icin-yeni-risk-kahve-41175446 (Erişim tarihi: 01.08.2019)

DİJİTAL HİKÂYE ANLATIMI KULLANIM ALANLARI VE HAZIRLAMA SÜRECİ

Dr. Zuhal GÖK DEMİR

GİRİŞ

Hikâyeler, diğer insanlara geçmişte yaşanan olayları anlatmak, olayları anlatıcının bakış açısından izleyicilere aktarmak, izleyicilerde beklenen tutum ve davranış değişikliklerini sağlamak amacıyla anlatılır. Hikâyeler gerçeklerin yeniden yorumlanmasını hikâye anlatım platformlarından biri olan kitlesel medya aracılığıyla sağlamaktadır (Lambert, 2013). Özellikle 1990'lı yıllara kadar kitlesel medya araçlarıyla yayın yapmak oldukça maliyetli ve teknik açıdan bilgi gerektirmekteydi. Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişim maliyetleri düşürürken, yazılımlar sıradan bilgisayar kullanma becerisine sahip bir insanın kullanabileceği hale gelmiştir. Teknolojik gelişmeler sayesinde artık günümüzde her birey bir gazeteci, haber muhabiri, film yapımcısı ve yayıncı olmaktadır. Temel bilgisayar seviyesinde bilişim teknolojileri kullanan her bir birey sahip olduğu deneyimleri, olaylarla ilgili düşüncelerini, duyurmak istediği sesini[1] veya kamuoyunda oluşturmak istediği etkiyi oluşturabilecek hikâyeleri dijital ortamda hazırlayabilir ve dijital olarak dağıtabilir hale gelmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dijital platformlara taşınan hikâye anlatımı, dijital biçime dönüştürülmüş hikâyeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

---

[1] Ses sosyal, politik ve ekonomik süreçlere katılım ve dâhil olmayı ifade etmektedir (Tacchi, Watkins, & Keerthirathne, 2009).

rilecektir. Böylece dijital hikâyelere verdikleri tepkilere göre insanlar kendi içerisinde homojen alt gruplara ayrılabileceklerdir.

SONUÇ

İnsan davranışlarını açıklamak üzerine yapılan çalışmalar belirli kişilik özelliğine sahip insanların belirli davranışları takip edeceği varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayımdan hareketle belirli davranışı sergileyenlerin kişilik özelliklerine uygun dijital hikâyeler hazırlanabileceği yorumu yapılmaktadır. Çalışmanın amacına göre istenirse dijital hikâyeler insanları kişilik özelliklerine göre gruplandırmakta kullanılabilir veya belirli bir davranışı sergilemeleri isteniyorsa kişilik özelliklerine uygun olarak hazırlanmış olan dijital hikâyeler kullanılabilir. Bu konu Türkçe pazarlama iletişimi literatüründe tam oturmamış olmakla birlikte tüketici katılımı veya tüketici etkileşimi olarak adlandırılan "consumer engagement" başlığında incelenebilir. Tüketicilerden nihai olarak beklenen piyasaya sunulan ürün veya hizmeti satın almaları ve daha fazla satın almalarıdır. Ancak tüketicilerden göstermeleri beklenen davranış her zaman satın alma değildir. Bazen tüketicilerden bir uygulamayı akıllı telefonlarına yüklemeleri, bir web sayfasını ziyaret etmeleri veya diğer insanlara bahsetmeleri, ağızdan-ağıza reklam yapmaları da beklenir (word-of-mouth) (Marbach, Lages, & Nunan, 2016; Schivinski, Christodoulides, & Dabrowski, 2016). Bu doğrultuda dijital hikâye anlatımı, hedef kitleden beklenen davranışları göstermeleri için bir araç olarak kullanılabilir.

KAYNAKÇA

Akbayır, Z. (2016). Bana bir hikâye anlat: Marka iletişiminde hikâyeleştirme ve internet. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3*(12), 68-69.

Balaman, F. (2016). Dijital öyküleme'nin üniversite öğrencilerinin demokratik değer yargilarina etkisi: mustafa kemal üniversitesi örneği. *Current Research in Education, 2*(1), 42-52.

Bearden, W. O., & Netemeyer, R. G. (1999). *Handbook of marketing scales: Multi-item measures for marketing and consumer behavior research*: Sage.

Beckett, L., Glass, R. D., & Moreno, A. P. (2013). A pedagogy of community building: Re-imagining parent involvement and community organizing in popular education efforts. *Association of Mexican American Educators Journal, 6*(1).

Bedford, L. (2001). Storytelling: The real work of museums. *Curator: the museum journal, 44*(1), 27-34.

Benjamin, B. (2006). The case study: storytelling in the industrial age and beyond. *On the Horizon, 14*(4), 159-164.

Burgess, J., Klaebe, H., & McWilliam, K. (2010). Mediatisation and Institutions of Public Memory: Digital Storytelling and the Apology. *Australian Historical Studies, 41*(2), 149-165. doi:Pii 923297542

10.1080/10314611003716861

Clarke, M. A. (2009). Developing digital storytelling in Brazil. *Story circle: Digital storytelling around the world*, 144-154.

Coşkun, A. (2017, 28-30 Eylül 2017). *"Bir varmış bir yokmuş" - Dijital hikâye anlatımının pazarlama eğitiminde kullanılması.* Paper presented at the 22. Pazarlama Kongresi, Trabzon, Türkiye.

Crişan, C., & Borțun, D. (2017). Digital storytelling and employer Branding. An exploratory connection. *Management Dynamics in the Knowledge Economy, 5*(2), 273-287.

Czarnecki, K. (2009). Storytelling in the context of modern library technology. *Library Technology Reports, 45*(7), 9.

Duveskog, M. (2015). Digital storytelling for HIV and AIDS education in Africa. *Itä-Suomen yliopisto, publications of the University of Eastern Finland, dissertations in forestry and natural Sciences*.

Ergeç, N. E. (2019). Feminist Anlatı Yaklaşımıyla Mustang Filmi ve Dişil Dilin Kurulmasında Bir Yöntem Değerlendirilmesi; Dijital Hikâye Anlatım Atölyesi. *SineFilozofi, 4*(7), 10-27.

Flottemesch, K. (2013). Learning through narratives: The impact of digital storytelling on intergenerational relationships. *Academy of Educational Leadership Journal, 17*(3), 53.

Forman, J. (2013). *Storytelling in Business : The Authentic and Fluent Organization*. Stanford, California: Stanford Business Books.

Frazel, M. (2010). *Digital storytelling guide for educators*: International Society for Technology in Education.

Gammon, J. (2018). Truth in advertising: 50% don't trust what they see, read and hear. Retrieved from https://today.yougov.com/news/2014/04/08/truth-advertising-50-dont-trust-what-they-see-read/

Guse, K., Spagat, A., Hill, A., Lira, A., Heathcock, S., & Gilliam, M. (2013). Digital storytelling: A novel methodology for sexual health promotion. *American Journal of Sexuality Education, 8*(4), 213-227.

Harper, S. L., Edge, V. L., & Cunsolo Willox, A. (2012). 'Changing Climate, Changing Health, Changing Stories' Profile: Using an EcoHealth Approach to Explore Impacts of Climate Change on Inuit Health. *EcoHealth, 9*(1), 89-101. doi:10.1007/s10393-012-0762-x

Hartley, J., & McWilliam, K. (2009). *Story circle*: Wiley Online Library.

Hess, M. E. (2014). A New Culture of Learning: Digital Storytelling and Faith Formation. *Dialog: A Journal of Theology, 53*(1), 12-22. doi:10.1111/dial.12084

Hill, A. L. (2010). Digital storytelling for gender justice: Exploring the challenges of participation and the limits of polyvocality. *Confronting Global Gender Justice. Oxford, UK: Routledge*, 126-140.

İnceelli, A. (2015). Dijital Hikâye Anlatiminin Bilesenleri. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, 4*(3).

Ioannidis, Y., El Raheb, K., Toli, E., Katifori, A., Boile, M., & Mazura, M. (2013). *One object many stories: Introducing ict in museums and collections through digital storytelling.* Paper presented at the Digital Heritage International Congress (DigitalHeritage), 2013.

Irwin, S. O. (2014). Embodied Being: Examining Tool Use in Digital Storytelling. *Tamara Journal for Critical Organization Inquiry, 12*(2), 39-49. Retrieved from http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=109081935&site=ehost-live

Jamissen, G., Hardy, P., Nordkvelle, Y., & Pleasants, H. (2017). *Digital Storytelling in Higher Education: International Perspectives*: Springer.

Jones, B., & Leverenz, C. (2017). Building Personal Brands with Digital Storytelling ePortfolios. *International Journal of ePortfolio, 7*(1), 67-91.

Kahl, T., Iurgel, I., Zimmer, F., Bakker, R., & van Turnhout, K. (2017). *Rheijn-Land. Xperiences–a storytelling framework for cross-museum experiences.* Paper presented at the International Conference on Interactive Digital Storytelling.

Kocaman-Karoğlu, A. (2015). Öğretİi Sürecide Hiâye Anlatmanı Teknolojile Değişen Doğası: Dijital Hikâye Anlatımı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama, 5*(2), 89-106.

Konokman, G. Y., & Yelken, T. Y. (2016). Preparing Digital Stories through the Inquiry-Based Learning Approach: Its Effect on Prospective Teachers' Resistive Behaviors toward Research and Technology-Based Instruction. *Educational Sciences: Theory & Practice, 16*(6), 2141-2165. doi:10.12738/estp.2016.6.0410

Kunkel, D., Wilcox, B. L., Cantor, J., Palmer, E., Linn, S., & Dowrick, P. (2004). Report of the APA task force on advertising and children. *Washington, DC: American Psychological Association*.

Küçüksaraç, B. (2018). *The digital storytelling of brand communication: Brand stories from mommy bloggers.* Paper presented at the 2nd International Conference on New Approaches in Social Science And Humanities, Istanbul.

Küngerü, A. (2016). Bir ifade aracı olarak dijital öykü anlatımı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 1*(2), 33-45.

Lambert, J. (2006). Digital storytelling: Capturing lives. *Creating Community*.

Lambert, J. (2009). Where it all started: The center for digital storytelling in California. *Story circle: Digital storytelling around the world*, 77-90.

Lambert, J. (2012). *Digital storytelling* (7th Edition ed.). New York: Routledge.

Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*: Routledge.

Marbach, J., Lages, C. R., & Nunan, D. (2016). Who are you and what do you value? Investigating the role of personality traits and customer-perceived value in online customer engagement. *Journal of Marketing Management, 32*(5-6), 502-525.

Matthews, N., & Sunderland, N. (2013). Digital Life-Story Narratives as Data for Policy Makers and Practitioners: Thinking Through Methodologies for Large-Scale Multimedia Qualitative Datasets. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57*(1), 97-114. doi:10.1080/08838151.2012.761703

McDrury, J., & Alterio, M. (2003). *Learning Through Storytelling in Higher Education: Using Reflection and Experience to Improve Learning*. London: Routledge.

McGregor, D. (1960). Theory X and theory Y. *Organization theory*, 358-374.

Njeru, J. W., Patten, C. A., Hanza, M. M. K., Brockman, T. A., Ridgeway, J. L., Weis, J. A., ... Myers, A. (2015). Stories for change: development of a diabetes digital storytelling intervention for refugees and immigrants to minnesota using qualitative methods. *BMC Public Health, 15*(1), 1-11. doi:10.1186/s12889-015-2628-y

Ochs, E., Taylor, C., Rudolph, D., & Smith, R. (1992). Storytelling as a theory-building activity. *Discourse processes, 15*(1), 37-72.

Özer, M. (2016). Dijital Hikâye Anlatımının Kelime Öğrenme ve Akılda Tutmadaki Rolü: Harran Üniversitesi'nde Bir Durum Çalışması. *Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin*.

Paradeda, R., Ferreira, M. J., Martinho, C., & Paiva, A. (2017). *Using interactive storytelling to identify personality traits.* Paper presented at the International Conference on Interactive Digital Storytelling.

Pera, R., & Viglia, G. (2016). Exploring How Video Digital Storytelling Builds Relationship Experiences. *Psychology & Marketing, 33*(12), 1142-1150. doi:10.1002/mar.20951

Prins, E. (2017). Digital Storytelling in Adult Basic Education and Literacy Programming. *New Directions for Adult and Continuing Education, 2017*(154), 29-38.

Pujol, L., Roussou, M., Poulou, S., Balet, O., Vayanou, M., & Ioannidis, Y. (2012). *Personalizing interactive digital storytelling in archaeological museums: the CHESS project.* Paper presented at the 40th annual conference of computer applications and quantitative methods in archaeology. Amsterdam University Press.

Ramírez Verdugo, D., & Alonso Belmonte, I. (2007). Using digital stories to improve listening comprehension with Spanish young learners of English. *Language Learning & Technology, 11*(1), 87-101.

Robin, B. (2006). *The Educational Uses of Digital Storytelling*. Paper presented at the Society for Information Technology & Teacher Education International Conference 2006, Orlando, Florida, USA. https://www.learntechlib.org/p/22129

Robin, B. R. (2008). Digital storytelling: A powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory into practice, 47*(3), 220-+. doi:10.1080/00405840802153916

Schivinski, B., Christodoulides, G., & Dabrowski, D. (2016). Measuring Consumers' Engagement With Brand-Related Social-Media Content. *Journal of Advertising Research, 56*(1), 64-80. doi:10.2501/JAR-2016-004

Schurer, J. M., McKenzie, C., Okemow, C., Viveros-Guzmán, A., Beatch, H., & Jenkins, E. J. (2015). Who Let the Dogs Out? Communicating First Nations Perspectives on a Canine Veterinary Intervention Through Digital Storytelling. *EcoHealth, 12*(4), 592-601. doi:10.1007/s10393-015-1055-y

Shelby-Caffey, C., Úbéda, E., & Jenkins, B. (2014). Digital Storytelling Revisited. *Reading Teacher, 68*(3), 191-199. doi:10.1002/trtr.1273

Singh, S., & Sonnenburg, S. (2012). Brand performances in social media. *Journal of interactive marketing, 26*(4), 189-197.

Soydaş, N., & Yılmaz, B. (2016). *Yeni Medya Ortamlarında İçerik Oluşturma Aracı Olarak Dijital/Görsel Hikâyecilik Anlatımı.* Paper presented at the 2. International Congress on Media Studies.

Suwardy, T., Pan, G., & Seow, P.-S. (2013). Using digital storytelling to engage student learning. *Accounting Education, 22*(2), 109-124.

Sümer, S., & Çetin, M. E. (2018). Zihinsel Yetersizliği Olan Bireylerin Dinlediklerini Anlama Düzeyleri Üzerinde Geleneksel Hikâye Okuma ve Dijital Hikâye Kullanımının Etkililik ve Verimliliklerinin Karşılaştırılması. *Education Sciences, 13*(1), 44-55.

Tacchi, J., Watkins, J., & Keerthirathne, K. (2009). Participatory content creation: Voice, communication, and development. *Development in Practice, 19*(4-5), 573-584.

Williams, L., Gott, M., Moeke-Maxwell, T., Black, S., Shuchi, K., Pearson, S., . . . Hansen, W. W. (2017). Can digital stories go where palliative care research has never gone before? A descriptive qualitative study exploring the

application of an emerging public health research method in an indigenous palliative care context. *BMC Palliative Care, 16*, 1-9. doi:10.1186/s12904-017-0216-x

Woodside, A. G. (2010). Brand-consumer storytelling theory and research: Introduction to a Psychology & Marketing special issue. *Psychology & Marketing, 27*(6), 531-540.

Wyman, B., Smith, S., Meyers, D., & Godfrey, M. (2011). Digital Storytelling in museums: observations and best practices. *Curator: the museum journal, 54*(4), 461-468.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM EKSENİNDE TOPLUMSAL HAREKETLER: DİJİTAL DİRENİŞ

Gülsüm ERKAN

GİRİŞ

Dünya tarihinde daha önce tanık olmadığımız bir hızla değişim içindeyiz. Özellikle son yirmi yılda bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi bize yepyeni bir dünyanın kapılarını araladı. Bilgi ve iletişim teknolojileri sosyal hayatı ve iletişim şeklini başta olmak üzere bütün ekosistemi değiştiriyor. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle endüstriyel toplumdan küresel dünya düzenine doğru dönüşüm anlatılmaya çalışılırken post endüstriyel çağ, enformasyon çağı, teknoloji çağı, ağ toplumu gibi farklı kavramlar kullanılmaktadır. Her biri doğru nitelemeler olmakla birlikte bugün geldiğimiz noktada baş döndürücü bir hızla dijitalleşmenin yaşandığı çağı, dijital çağ olarak nitelemek yanlış olmayacaktır.

İletişim teknolojilerindeki, özellikle dijital medyadaki yenilikler, insanların medya, eğlence ve bilgi hizmetlerini kullanma şeklini giderek daha fazla değiştiriyor. Bu değişim alanlarından biri de toplumsal hareketlerde yaşanmaktadır. Bilgi edinme, eğlence, alışveriş ve resmi işlemler gibi daha birçok aktivitenin dijitale taşındığı günümüzde bireysel veya toplumsal hak savunuculuğu ve/veya adalet arayışı için yola çıkan toplumsal hareketlerin bu platformlarda yer almaması düşünülemez. Dijital iletişim araçları ve medya, toplumsal hareketlerin ortaya çıkışı-

KAYNAKÇA

Baldini, M. (2000). İletişim Tarihi, Çev. Gül Batuş, Avcıol Basım Yayın, İstanbul

Bauman, Z. (2006). Küreselleşme, Ayrıntı Yayınları, 2. Basım, İstanbul.

Bayhan, V. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler ve Gezi Parkı Direnişi, Birey ve Toplum, Bahar 2014, Cilt 4, Sayı:7.

Bennett, W. L. (2013). New Media Power: The Internet and Global Activism, Chapter in Contesting Media Power, Edited by Nick Couldry and James Curran, Rowman and Littlefield.

Briggs, A. ve Burke, P. (2004). Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternet'e, İzdüşüm Yayınları, İstanbul.

Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance, American Academy of Political and Social Science, 616(1):78 93.

Castells, M. (2013). İsyan ve Umut Ağları, İnternet Çağında Toplumsal Hareketler, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Chapman, K. (2016). Digital Activism: How Social Media Prevalence has Impacted Modern Activism, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Interdisciplinary Studies, University of Washington.

Çakmak, F. (2019). Medyada Dezenformasyon Sorunsalı ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 12 (2), 1127-1154. DOI: 10.18094/josc.596861.

Digital Media and Society Report, (2016). Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected Era, World Economic Forum, USA.

Dilmen, N. E. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları, Marmara İletişim Dergisi, Sayı:12 Şubat.

Earl, J. and Kimport, K. (2011). Digitally Enabled Social Change, Activism in the Internet Age, The MIT Press Cambridge, Massachusetts England.

Ercins, G. (2013). Demokrasinin Bir Önkoşulu Olarak Kamusal Alan ve Türkiye'de Kamusal Alan Algısı, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14, 1, (297-313).

Feldman, T. (1997). An Introduction To Digital Media, A Blueprint Book Published By Routledge London and New York.

Fuchs, C. (2008). Internet and Society: Social Theory in the Information Age, New York: Routledge.

Gane, N. and Beer, D. (2008). New Media The Key Concepts, Berg Publishers, Oxford New York.

Giddens, A. (2012). Sosyoloji, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

Gladwell, M. (2010). Small Change: Why The Revolution Willnot Be Twited, The New Yorker Magazine.

Günüç, S. (2011). Dijital Yerlilerde Çalışan Bellek ve Çoklu Görev, 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September 2011, Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Gürpınar, B. (2018). Toplumsal Hareketler ve Ortak Düşman Algısı: Suriye İhvanı ve Hamas, Ege Akademik Bakış, Cilt 18, Sayı 3, Haziran 2018 (331-341).

Habermas, J. (1995). Kamusal Alan: Ansiklopedik Bir Makale, Çev: Nuran Erol, Birikim Dergisi, Şubat, (70), 62-67.

Joyce, M. (2010). Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change. International Debate Education Association, New York.

Kahn, R. ve Kellener, D. (2004). "New Media and Internet Activism: From The 'Battle of Seattle' to Blogging", New Media and Society, Vol: 6 (1), p. 87-95.

Kennedy, G. E., Judd, T. S., Churchward, A., Gray, K. ve Krause K-L. (2008). First Year Students' Experiences With Technology: Are They Really Digital Natives? Australasian Journal of Educational Technology, 24(1), (108-122).

Köselerli, Berkman B. (2017). Yeni Medya Ortamının Yeni Kamusal Alan Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme, Humanities Sciences, Erciyes Üniversitesi Kayseri (51-64), January.

Kurt, A. A., Günüç, S., Ersoy, M. (2013). The current state of digitalization: Digital Native, Digital Immigrant and Digital Settler, Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences, year: 2013, vol:46, no: 1, (1-22).

Lake, C. C. ve Haper, P. C. (2008). Kamuoyu Araştırmaları, Eğitim Akademi Yayınları, Ankara.

Marshall, G. (1999). Toplumsal Hareketler, Sosyoloji Sözlüğü, Bilim ve Sanat, Ankara.

Norris, P. (2001). Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide, Cambridge University Press.

Öğün, E. P. (2013). 'Başka Bir Dünya' İçin Ağ Atmak: Siber Ortamda Üç Barış Hareketi,http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/makaleler/GMJ_6._sayi_Bahar_2013/pdf/Ogun.pdf erişim tarihi, 25.07.2019).

Özen, H. (2015). Meydan Hareketleri ve 'Eski' ve 'Yeni' Toplumsal Hareketler, Mülkiye Dergisi, 39(2), 11-40.

Paktin, S. (2011). Sosyal Medya Dünyayı Kurtarır mı? Twiter ve Facebook Aktivizmiyle Günah Çıkaranlar ve Hakkını Arayan Günahsızlar: Kliktivizm.

Petray, T. L. (2011). Protest 2.0: Online Interactions and Aboriginal Activists. Media, Culture & Society, 33(6), (923–940).

Polat, İ. H. (2016). Dijital-Siber-Sosyal; Yeni Bir Medyadan Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşüm, TRT Akademi Dijital Medya Sayısı, Temmuz, Cilt 01, Sayı 02.

Prensky, M. (2001), Digital Natives, Digital Immigrants, From On the Horizon NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October.

Rigel, N. (2014). "İkinci El Yaşam: E-Hayat", Yeni Türkiye Özel Sayısı, cilt-10, (890-893).

Sarıbay, A. Y. (2000). Kamusal Alan, Diyalojik Demokrasi, Sivil İtiraz, Alfa Yayınları.

Sayımer, İ. (2014). Yeni Medya Ortamlarında Ağlar Oluşturan Toplumsal Hareket Deneyimleri, Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR) Cilt:2 Özel Sayı Ağustos.

Schmidt, E. and Cohen, J. (2013) Yeni Dijital Çağ: "Google CEO'su Eric Schmidt'ten" Optimist Yayın Grubu.

Sennett, R. (1996). Kamusal İnsanın Çöküşü, Çev. Serpil Durak, Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Sivitanides, M. and Shah, V. (2011). The Era of Digital Activism, Conference for Information Systems Applied Research, Wilmington North Carolina, USA.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

Toplu, M. (2008). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Medyanın Dönüşümü" semineri (http://bgc.org.tr/seminer/iletisim-teknolojilerinin gelisimi.html (erişim tarihi: 15.07.2019).

Touraine, A. (2002). The Importance Of Social Movements. Social Movement Studies, 1(1), 89–95.

Ulusoy, A. (2018). Dijital Medya Okuryazarlığı, Gereksinimler ve Yenilikçi Uygulamalar Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Underwood, M. (2002). Kamusal Alan Olarak İnternet, Cogito Dergisi, sayı; 30, s.120-142.

Van Laer, J. (2010). Activists Online and Offline: The Internet as an Information Channel for Protest Demonstrations, Mobilization: An International Journal 15(3).

Wallace, R.A., Wolf, A. (2004). Çağdaş Sosyoloji Kuramları: Klasik Geleneğin Geliştirilmesi, Punto Yayıncılık, İzmir.

Weltevrede, E. (2011). Digital Methods to Study Digital Natives With A Cause. In N. Shah & F. Jansen (Eds.), Digital alternatives with a cause? (10-23), The Hague: Centre for Internet and Society and Hivos.

İnternet Kaynakları

Avaaz.org, (erişim tarihi: 30.06.2019).

Change.org, (erişim tarihi: 30.06.2019).

Digital in 2019 (2019). Global Digital Report, https://wearesocial.com/global-digital-report-2019, (erişim tarihi: 16 Temmuz 2019).

Hatam, N. (2017). İranlı Kadınlar Neden Çarşambaları Beyaz Giyiyorlar?, https://www.bbc.com/news/world-middle-east-40218711, (erişim tarihi: 25.06.2019).

Hook J. https://www.joshuanhook.com/,(erişim tarihi: 10.07.2019) .

http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/cin-vatandaslarini-puanliyor-40973114, (erişim tarihi: 10.08.2019).

Kılıç, M. (2016). 15 Temmuz: Toplumsal Dönüşümün İletişimsel Dinamiği, https://www.turkiyegazetesi.com.tr/yazarlar/prof-dr-muharrem-kilic/593157.aspx, (erişim tarihi: 10.08.2019).

'Korkutan teknoloji' Deepfake, https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/korkutan-teknoloji-deepfake/1529782, (erişim tarihi: 10.08.2019).

TBMM'de Şüpheli Çocuk Ölümlerinin Araştırılması İçin Komisyon, https://www.aa.com.tr/tr/politika/tbmmde-supheli-cocuk-olumlerinin-arastirilmasi-icin-komisyon/1534380, (erişim tarihi: 05.08.2019).

DİJİTAL İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI ve DİJİTAL REKLAM

Dr. Gaye TOPA ÇİFTÇİ

GİRİŞ

Yeni medya olarak adlandırılan dijital iletişim teknolojilerindeki yeniliklerden etkilenen pratiklerden biri de reklam ve reklamcılık alanıdır. Tüketim toplumunun önemli unsurlarından biri olan reklamcılık, dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi ile doğru orantılı olarak hızlı ve dinamik bir değişim sürecine girmiştir.

Dijital iletişim teknolojilerinde gerek alt yapı, gerekse araç veya ortam olarak toplumun kullanımına sunulan her bir yeni medya unsuru ile reklam da sürekli şekil değiştirmekte ve her yeni medyaya adapte olmak zorunda kalmaktadır. Bu adaptasyon sürecinde oluşturulma stratejilerinden yayınlandığı ortamına, anlatım dilinden süresine kadar birçok unsurunun değiştiği reklam, hem görünürlüğünde hem de özünde farklılaşmıştır. Bu farklılaşmaya bağlı olarak dijital reklam şeklinde yeni bir kavram ortaya çıkmıştır.

Reklamcılık alanındaki bu dönüşümün özellikle internetin ortaya çıkışıyla dikkat çekmeye başladığı ve tüketici rolündeki kullanıcıların içerik üretimine izin veren web 2.0 teknolojisi ile reklam verenler açısından bir gereklilik haline geldiği gözlemlenmektedir. Çünkü internet ile tüketicilerin ihtiyaç duydukları ürünler hakkında ayrıntılı bilgiye, bireysel olarak, anında, hızlı ve kolay erişimine olanak sağlanmış ve tüketiciler arasındaki

lerinin başladığı yer olmasıdır. Tüketici dijital iletişim teknolojilerinin kendisine sunduğu kişiselleştirilmiş dünyada daha güvenli ve özel hissederek satın alma sürecini etkilenmeden veya izin verdiği ölçüde etkilenerek seçebildiği için dijital reklama önem vermektedir.

Bu bağlamlardan bakıldığında, dijital reklam kurumlar açısından pazarlama, halkla ilişkiler ve işletme stratejilerinin geliştirilmesi bakımından, toplumsal açıdan ise hedef kitlenin gücünü yeniden kaybetmemesi için dijital reklam okuryazarlığı bakımından dikkatle incelenmesi gereken bir alan olmalıdır.

KAYNAKÇA

Aktaş, H. (2010). İnternet reklam türlerinde uygulayıcılardan kaynaklanan sorunlar ve bir sınıflandırma önerisi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6, (83), 147 – 166.

Baudrillard, J. (1998). *Simulakrlar ve Simülasyon*, (Çev. Oğuz Adanır). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları,

Bbc-Turkey, (2015). Dikkatli olun televizyonunuz sizi dinleyebilir. https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150209_televizyon_gizlilik.shtml (Ers. Tar. 30.07.2019)

Bosarge, J., Little, R. (2009). *Method and apparatus for adding advertising tag lines to electronic messages.* US Patent 7,599,852.

Cauberghe, V., Pelsmacker, D. (2010). Advergames The Impact of Brand Prominence and Game Repetition on Brand Responses. *Journal of Advertising*, 39(1), 5-18. DOI: 10.2753/JOA0091-3367390101.

Chu, S.C. (2011). Viral advertising in social media: Participation in Facebook groups and responses among college-aged users. *Journal of interactive advertising*, 12 (1), 30-43.

Coşar, H. (2018). *Geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş sürecinde Türkiye'de medya ve reklam yatırımlarının değişen yapısı.* (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul). (Ers. Tar. 30.07.2019).

Çakır, V. (2004). Yeni İletişim Teknolojilerinin Reklam Üzerindeki Etkileri. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3(2), 168-181.

Doğan, E. (1999). *Web Reklamcılığı Terminoloji (2).* İstanbul: Marketing Türkiye.

Duffy, D. (2005). Affiliate marketing and its impact on e-commerce. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 161-163. https://doi.org/10.1108/07363760510595986

Durmaz, A. (1999). *Dijital Televizyonun Temelleri.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını.

Freeman, M. (2014). Transmedia Critical| Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication,* 8(1):2362-2381.

Geray, H. (1994). *Yeni İletişim Teknolojileri Toplumsal Bir Yaklaşım*. Ankara.

Gere, C. (2008). *Digital Culture, Second Edition.* London: Reaktion. http://media-artscultures.eu/jspui/bitstream/10002/597/1/digital-culture.pdf, (Erş. Tar: 19. 07. 2019).

Giuffo, J. (2005). Ad-monishment at Forbes. com: a newsroom says no to a dodgy new ad scheme. *Columbia Journalism Review.*

Global Digital Report of 2018. (2018). https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018

Global Digital Report of 2019, (2019). https://wearesocial.com/global-digital-report-2019

Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing: Step-by-step techniques to spread the word about your business.* Mcgraw-Hill.

Gülener, S. (1999). *İnternet'te Reklamcılık*. İstanbul: Marketing Türkiye.

Gürgen, H. (1990). *Reklamcılık ve Metin Yazarlığı*. Eskişehir: AÖF Yayınları.

Hasıloğlu, S.B. (1999). *Elektronik Ticaret ve Stratejileri*. İstanbul: Türkmen Yayınevi.

İab-abd-2018-ilk-yari-dijital-reklam-yatirimlari-aciklandi. https://www.iabturkiye.org/iab-abd-2018-ilk-yari-dijital-reklam-yatirimlari-aciklandi (Erş. Tar: 23.04.2019)

Kırçova, İ. (1999). *İnternette Pazarlama*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Klopf, S., Yu, J., (2007). *Digital Advertising System.* US Patent App. 11/439,492.

Koçak Alan, A., Tümer Kabadayı, E., Erişke, T., (2018). İletişimin yeni yüzü: Dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi www.esosder.org electronic journal of social sciences,* 17(66), 493-504, Issn:1304-0278, Doı:10.17755/esosder.334699.

Köroğlu, O. (2009). *Mobil İçerik ve Yayıncılıkta İzne Bağlı Bireysel Pazarlama.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları.

Micheaux, Al., (2011). Managing e-mail advertising frequency from the consumer perspective. *Journal of Advertising,* Taylor & Francis.

Müller, N. (2010). *Media Evolution.* Hamburg.

Özçağlayan, M. (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim.* İstanbul: Alfa Yayınları.

Pringle, H., Thompson, M. (2000). *Marka Ruhu, Sosyal Sorumluluk Kampanyaları İle Marka Yaratmak.* (Çev. Zeynep Yelçe ve Canan Feyyat). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Quast, O., Reiners, T. (2007). How to Improve Visualization of Information within Web-Sites?. *Proceedıngs EdMedia + Innovate Learning, in Vancouver, Canada*, Waynesville, NC: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). ISBN 978-1-880094-62-4.

Süar, A. (2017). Sosyal medyanın geleneksel reklam araçlarına göre hedef kitle belirlemedeki avantajları. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 8(28). DOI: 10.5824/1309-1581.2017.3.002.x

Sünger, Z., Buldanlıoğlu, E. (1999). İnternet servis sağlayıcısı (ıss) bakış açısıyla Türkiye'nin en kapsamlı içerik sitesi Superonline, İstanbul: Marketing Türkiye.

Şener, B. (1999). *Reklam İçin İnternet, İnternet İçin Reklam.* İstanbul: Marketing Türkiye.

Taylor, Cr., (2009). The six principles of digital advertising. International Journal Of Advertising. *The Review Of Marketing Communications*, 28(3), Taylor & Francis.

Truong, Y., Simmons, G., (2010). Perceived intrusiveness in digital advertising: Strategic marketing implications. *Journal Of Strategic Marketing*, Taylor & Francis.

Tuten, TL. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world.* books.google.com.

Wang, C., Zhang, P., Choi, R., Eredita, M. D. (2002). Understanding Consumers Attitude Toward Advertising, *Eighth Americas Conference on Information Systems*, Dallas, 1143- 1148.

Weıiser, M. (1993). Some Computer Science Problems in Ubiquitous Computing. *Communications of the ACM*, 36(7), 74-83.

Yanık, A., (2016). Yeni medya nedir ne değildir?. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, The Journal Of International Social Research*, 9(45). Issn: 1307-9581

Yılmaz, R. (2017). Türkiye'de reklam anlatısının dijital çağdaki yapısal dönüşümü. G. Öztürk, İ. Eken. (Ed.), *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı (260-267).* İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınevi-Nobel. ISBN: 978-605-65119-9-8.

DİJİTAL İLETİŞİMİN TİCARİ BİR BOYUTU: SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI

Dr. Ali Naci KARABULUT

GİRİŞ

Sosyal medya, kişilerin çevrimiçi (online) ortamda bir araya gelip etkileşimde bulunmasına imkan tanıyan, web tabanlı yazılım ve hizmetleri ifade eden bir çatı terimdir (Ryan 2016: 201). İletişim dünyasının son çeyrek asırda geçirdiği köklü bir dönüşüm sonucunda, sosyal medya olgusu, hem bireysel hem de kurumsal iletişim mekanizmalarının merkezinde konumlanmıştır.

Bugünkü medya, pek çok elektronik nitelikli uygulamayı barındırmaktadır. 1990'lı yıllardan önce bu uygulamaların neredeyse hiçbirisi var olmadığından, medyadaki dijital dönüşümün başlangıcının da bu yıllar olduğu söylenebilmektedir (Blythe, 2000: 226). 90'lı yıllarla birlikte dünyada dijital çağ olarak anılan yeni bir dönem başlamış, 90'ların ilk yarısından itibaren birbiri ardına geliştirilip piyasaya sürülen yazılımlar ve internet unsurları, hızla ticarileşip yaygınlaşmıştır. Böylece internet, pazarlama ve iletişimin en yeni ve en hızlı gelişen aracı olmuştur (Cıngı, 2015: 146). Bu sırada bilişim teknolojilerinin güvenlik ve ödeme sistemlerinde geliştirilen yenilikler de internetin bir pazarlama ve ticaret aracı olarak kullanımına olanak sağlamıştır. Böylece işletmeler, daha düşük maliyetle daha çok müşteri elde edebilecekleri bu yeni alana yönelmeye başlamıştır (Kara, 2012: 1419).

Tüm bu avantajları sonucunda sosyal medya kullanımı, günümüz pazarlamacıları için bir tercih olmaktan çıkıp rutin bir sorumluluk halini almıştır. Zaten işletme faaliyetlerinin hedef kitleler nezdindeki yansımaları, anlık olarak sosyal medyaya aksettiğinden, firmalar kendi inisiyatifleri dışında bu platformda yer almaktadır. Bu durum işletmeleri de, tüm faaliyetlerinde şeffaf ve etik yönden hesap verebilir olmaya zorlamaktadır. Sosyal medya konusunda pazarlamacılar tarafından verilebilecek tercih de ancak hangi sosyal medya faaliyetlerinin veya hangi sosyal medya platformlarının daha öncelikli olması gerektiğinden ibarettir. Bilişim teknolojileri, halen baş döndürücü bir hızla gelişip insan ve toplum hayatına entegre olmaya devam ettiğinden, pazarlama ve işletmecilik alanındaki sosyal medya etkisinin, gelecekte de artarak devam edeceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10 (1), 107-122.

Akyol, Ş. (2013). Social Media and Marketing: Viral Marketing. Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 2(8), 586-590.

Aktaş, A. ve Şener, G. (2019). Nüfuz Pazarlamasında (Influencer Marketing) Mesaj Stratejileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, *6*(1), 399-422.

Alakuşu, Ş. (2014) *Viral Pazarlama,* Ankara: Akademisyen Kitabevi.

Altındal, M. (2013). Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri, Akdeniz Üniversitesi 15. Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013, Antalya, 1087-1091.

Aral, H. Ve Uluk, M. (2018). *Hedefli Reklamcılığın Kullanıcılar Arasındaki Farkındalığı Üzerine Bir İnceleme: Facebook Örneği*, Uluslararası Dijital Çağda İletişim Sempozyumu, 18-19 Ekim 2018, Mersin.

Ashley, C. ve Tuten, T. (2015), Craetive Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement, *Psychology and Marketing*, 32(1): 15–27.

Babacan, M., ve Onat, F. (2002). Postmodern pazarlama perspektifi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, *2*(1), 11-20.

Blythe, J. (2000). *Marketing Communications*, Edingburgh: Pearson Education.

Bulut, Z. A. ve Karabulut, A. N. (2018). Examining the role of two aspects of eWOM in online repurchase intention: An integrated trust–loyalty perspective, *Journal of Consumer Behaviour*, 17 (4), 407 - 417.

Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri, Erciyes İletişim Dergisi "akademia", 3(3), 28-42.

Cezair, B. (2018). *Sosyal Medyanın Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma* (Basılmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Edirne.

Cılızoğlu, G. Y., ve Çetinkaya, A. (2018) Selfıe'den Reklama: Instagram'da E-Kaynakların Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6 (12), 71-106.

Cıngı, M. (2015). Online Pazarlama İletişiminde Kullanılan Video İçeriklerinin Ürün Tanıtımına Etkisi, *Humanities Sciences,* 10(4), 145-163.

Çınar, D. (2018). Nüfuzlu Pazarlama Yoluyla Yapılan Reklamlara Karşı Tüketici Şüpheciliği: Y Kuşağı Üzerinde Keşifsel Bir Araştırma, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *7*(2), 98-121.

Eru, O. (2018). İnternet ve Sosyal Medyanın Paylaşım Ekonomisindeki Yeri, C. Ay, V. Yakın ve A. İ. Kacar (Ed.), *Paylaşım Ekonomisi: A'dan Z'ye Tüm Boyutlarıyla* içinde, (s. 169 – 187), Ankara: Akademisyen Kitabevi.

Gülmez, M. (2010). Ağızdan Ağıza iletişim ve Pazarlama, Varinli, İ. ve Çatı, K. (Ed.), Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

İşlek, M. S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Kara, T. (2012). Sosyal Medya Ağlarının Sosyal Ticaret Ağına Dönüşümü: Facebook Örneği, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(4), 1419-1439.

Kayaman, R., ve Armutlu, C. E. (2003). Post-modern Tüketici Davranışının Pazar Bölümleme Kavramına Etkileri: Postmodern Klanlar. *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, *1*, 1-18.

Kiracı, H. (2017). *Paylaşım Ekonomisi ve Ortaklaşa Tüketim Hareketi: Paylaşım Sistemi Örnekleriyle*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Koçak Alan, A., Tümer Kabadayı, E., Erişke, T. (2018), İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama Ve Sosyal Medya Pazarlaması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.

Kozlu, C. (2015). 21. Yüzyılda Uluslararası Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar (Genişletilmiş ve Güncellenmiş 14. Basım), İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Köksal, Y. ve Özdemir, Ş. (2013), Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya'nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme, Süleyman

Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1), 323-337.

Marangoz, M. (2018). *İnternette Pazarlama (Genişletilmiş ve Güncellenmiş 2. Baskı)*, İstanbul: Beta Basım Yayım.

Nakip, M., Varinli, İ. ve Gülmez, M. (2012). *Güncel Pazarlama Yönetimi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Özdemir, S.S., Özdemir, M., Polat, E., Aksoy, R. (2014), Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi, *Electronic Journal Of Vocational Colleges*, 4(4), 58-64.

Öztürk, E. ve Şener, G. (2018). Modada Nüfuz Pazarlaması: Mikro Instabloggerların Ürün Yerleştirme Uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, *11*(1), 382-412.

Poynter, R. (2012). İnternet ve Sosyal Medya Araştırmaları El Kitabı: Pazar Araştırmaları İçin Araçlar ve Teknikler (Çev. Ü. Şensoy), İstanbul: Optimist Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 2010)

Ryan, D. (2016). Dijital Pazarlama: Dijital Kuşağa Seslenmek İçin Pazarlama Stratejileri (Çev. M. M. Kemaloğlu), A. Berktay ve F. Özkan (Ed.), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. (Orijinal yayın tarihi, 2014)

Savaş, S., Topaloğlu, N., ve Yılmaz, M. (2012). Veri madenciliği ve Türkiye'deki Uygulama Örnekleri, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, *11*(21), 1-23.

Şengül, O. (2017). *2 Saatte A'dan Z'ye Dijital Pazarlama,* İstanbul: Cinius Yayınları.

Toksarı, M., Mürütsoy, M., Bayraktar, M. (2014), Tüketici Algılarını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü: Niğde Üniversitesi İ.İ.B.F. Örneği, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 1-28.

Tufan Yeniçıktı, N. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk İletişim*, 9(2), 92-115.

Yavuzalp, N. (2012). *E-Öğrenme Ortamında Kullanılan Öğrenme Stil Ve Stratejilerinin Web Kullanım Madenciliği İle Analizi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). T.C. Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Programları Ve Öğretim Anabilim Dalı, Elazığ.

Yılmaz Elbaşı, G. (2015). *Sosyal Medyada Pazarlama: Sosyal Medyada Kullanıcı Motivasyonunun Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Pazarlama Algısına İlişkin Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Web Siteleri

https://datareportal.com/reports/digital-2019-turkey?rq=turkey (Erişim: 23.07.2019)

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019 (Erişim: 23.07.2019)

DİJİTAL İLETİŞİM PLATFORMLARINDA İTİBARIN KORUNMASI VE KRİZ YÖNETİMİ

Prof. Dr. Ahmet AYHAN

GİRİŞ

21.yüzyılın ilk çeyreği tamamlanırken takip etmekte güçlük çektiğimiz bir değişim ve dönüşüm süreci yaşanıyor. Bu sürecin lokomotifini de dijital alandaki gelişmeler oluştururken, bu değişimin tüm yaşam alanlarında köklü değişimleri ve gelişmeleri kaçınılmaz hale getirdiği yadsınamaz bir gerçektir. İnternet kullanıcılarının yalnızca içerik tüketimine olanak sağlayan; bilgiyi alabilen, okuyan, izleyen konumda olduğu ve tüm kontrolün web sitesini hazırlayan/kullananların kontrolünde olduğu Web 1.0 teknolojisinden, interaktif iletişime olanak sağlayan Web 2.0 teknolojisine, eşzamanlı ve çok hızlı bir geçiş süreci yaşanırken kesintisiz bir süreç olan Web 3.0 gündeme geldi.

Web 2.0 sürecine kadar kontrolsüz bilginin kısıtlı olması internetin görece daha güvenli bir mecra olması anlamına gelirken, yeni süreçle birlikte itibarı korumak oldukça zor bir hale geldi. Bir başka deyişle kişi ya da örgütlerin izlenim oluşumunu genellikle tek yönlü iletişim araçları ve uygulamaları belirlerken bu süreçte izlenim oluşumu hiç bilinmedik yapılarca ve sınırsızca belirlenmeye başladı.

Üstüne, Web 3.0 ile internette içerik üretme ve kontrolünün yalnızca insanda olmayıp, cihazların da katılımıyla inanılmaz bir süreç ve kaos dönemi yaşanmaya başladı. Bir başka deyişle

çok kolaylıkla ve hemen hemen hiçbir yaptırımla karşılaşmadan itibar suikastı yapabiliyor. Bunun için sosyal medyanın küreselleşmiş bir uygulama olarak takibinin neredeyse insanüstü bir çaba, ciddi donanım ve insan gücü gerektirecek kadar zor olması itibar yönetimi açısından da üzerinde tek başına kontrol sağlanabilecek bir olgu değildir.

Bu nedenle özellikle siber ortamda itibarı koruyabilmenin yolu, geleneksel mecra ve yöntemlerde de itibarı koruyabilmenin ön şartı haline gelmiştir. Gereksinim duyulan ya da istenmese de bir biçimde tüketilen bilginin doğruluk derecesi okuru/dinleyiciyi/izleyiciyi çok fazla ilgilendirmeden oluşan ilk izlenim servis edilen içeriğe koşut gelişiyor. İnsanın doğası gereği oluşan ilk izlenimin kolay değişmediği, değişse bile geride bir tortu bıraktığı insanın belleğini yokladığında kendini gösteren bir durumdur.

İyi izlenim oluşumu ve itibar için kurum/kuruluşların sürecin başında kurumsallaşmaya ilişkin temel uygulamaları hayata geçirmesi gerekir. Bunların başında da özgün ve profesyonelce tasarlanmış bir kurumsal kimlik, tüm iletişim platformlarında görünür olmak ve süreklilik, kaliteden taviz vermeden markalaşma çabalarını hayata geçirmek, öykünme bile olsa kurumsal iletişim politikalarına yön verecek uzmanlar istihdam etmek ve nesnel bir bakış açsısı için danışmanlık hizmetlerinden yararlanmak gerekir.

KAYNAKÇA

Ayhan, Ahmet (2007), Propaganda Nedir? Propaganda ve Halkla İlişkiler Ekseninde ABD Dış Politikası, Literatürk Yayınevi, İstanbul.

Ayhan, Ahmet (2015), Halkla İlişkiler, Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri, Literatürk Yayınevi, Konya.

Çakmak, Fatma (2019). "Medyada Dezenformasyon Sorunsalı ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü", Selçuk İletişim, 12 (2) , 1127-1154 . DOI: 10.18094/j osc.596861

Foça, Mehmet Atakan (2019), "Sözlük: Yanlış Bilginin En Yaygın 7 Türü", https://teyit.org/siyasi-fikirlere-bagliligimiz-gerceklik-algimizi-etkiler-mi/01.03.2019

Kırık, Ali Murat (2019) https://www.milatgazetesi.com/do-dr-ali-murat-krk/posttruth-caginda-sosyal-medya/haber-211224/13.07.2019

Yılmaz, Mertcan (2019), https://teyit.org/siyasi-fikirlere-bagliligimiz-gerceklik-algimizi-etkiler-mi/02.02.2019

https://firstdraftnews.org/7-types-german-election/07.08.2019:17:00

Reuters Institute Digital News Report 2018 http:www.digitalnewsreport.org/ 06.09.2019

http://sozluk.gov.tr/08.08.2019

https://www.tarafsizhaberajansi.com/2019/07/26/teyit-org-fotografin-kalp-krizi-sonucu-hastanede-yatan-erdogani-gosterdigi-iddiasi-yalan/

https://teyit.org/yilin-kelimesi-post-truth-nedir/13.09.2019

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019 06.09.2019

KAMU DİPLOMASİSİNDE YENİ YÖNELİMLER

Editör:
Dr. Oğuz GÖKSU

LİTERATÜRK
academia

Kamu Diplomasisi Yönetimi ve Stratejisi

Ergün KÖKSOY[*]

Giriş

20. yüzyılda uluslararası ilişkiler, dış politika ve diplomasi alanlarında yaşanan gelişmeler ve değişimler yeni bir disiplin olarak kamu diplomasisini ortaya çıkarmıştır. Birçok konuyu içine alan sıklıkla küreselleşme olarak da ifade edilen bu değişim süreci politikadan ekonomiye teknolojiden kültüre birçok alanda ülkeler ve insanlar arasındaki ilişkilerin, bütünleşmenin ve bağımlılığın artmasını ifade etmektedir. Kamu diplomasisi ülkelere ve hükümetlere bu süreçle birlikte ortaya çıkan iletişim ve etkileşim ihtiyacını karşılamada ve bu süreçleri yönetmede kolaylıklar sağlamaktadır. Başta ülkelerin dış politikalarının yürütülmesi için uygun ortamlar yaratılması ve ulusal çıkarların savunulması olmak üzere politikaların, kültürün, değerlerin yabancı halklara anlatılmasında ve bunlara karşı sempati ve cazibe oluşturulmasında, siyasi aktörler, uluslararası örgütler, sivil toplum kuruluşları, medya kurumları ve diğer ülkelerin halklarıyla ilişki kurmada ve anlayış oluşturmada önemli roller oynamaktadır.

Bir dış politika yöntemi ve aracı olarak ortaya çıkan kamu diplomasisinin ülkelerin ve hükümetlerin dış politikalarını ve iletişimlerini yönetmelerine etkin bir şekilde katkı sunabilmesi için sadece faaliyetler ve taktikler düzeyinde değil stratejik bir

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, koksoy7@gmail.com

- Kamu diplomasisi kurumu, kamu diplomasisi stratejisinin bütünlüğü ve etkinliği için farklı kamu diplomasisi kurumlarını, fonksiyonlarını ve faaliyetlerini entegre biçimde koordine etmeli ve yönetmelidir.
- Kamu diplomasisi kurumu faaliyetlerinin stratejik olarak planlanması ve uygulanması için devlet-özel sektör-sivil toplum ortaklığından oluşan bir kurum hüviyetine sahip olmalıdır.
- Kamu diplomasisi departmanları günlük kamu diplomasisi etkinliklerini yerine getiren teknisyen rolü yerine kamu diplomasisi alanında eğitim almış ve baskın koalisyonun içinde yer alan kamu diplomasisi yöneticisi tarafından yönetilmelidir.
- Kamu diplomasisi iki yönlü simetrik iletişime dayanmalıdır.
- Kamu diplomasisi uluslararası ilişkiler ve faaliyetlerinde kişilerarası iletişimi ve işbirliğini amaçlamalıdır.
- Kamu diplomasisi anlayış ve uygulamaları etik ve sosyal sorumluluk anlayışını geliştirici olmalıdır.

Kaynakça

Amstrong, M. C. (2009). Operationalizing public diplomacy. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Becerikli, S.Y. (2005). *Uluslararası halkla ilişkiler.* Ankara: Nobel Yayınları.

Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil society, communication networks and global governance. *The Annals of the Academy of Political and Social Science*. Vol: 616, No:1, 78-93.

Chitty, N. (2009). Australian public diplomacy. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Coombs, W. T. & Holladay, S. J. (2010). *PR strategy and application*. United Kingdom: Wiley Blackwell.

Cowan, G. & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 616; DOI: 10.1177/0002716207311863, 10-33.

Cull, N. (2006). "Public diplomacy" before Gullion: The evolution of a phrase. 06.07.2019 tarihinde https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase adresinden edinilmiştir.

Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.

Cultural diplomacy history. 07.07.2019 tarihinde http://www.culturaldiplomacy.org/index.php?en_culturaldiplomacy adresinden edinilmiştir.

Çoşkun, B. B. (2012). Güvenlik sorunları ve kamu diplomasisi. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk (Ed.). *Kamu diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Doğan, E. (2012). Kamu diplomasisinin sunduğu fırsatlar ve kısıtlar üzerine. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk (Ed.). *Kamu diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Erzen, M. Ü. (2012). Kamu diplomasisini kapsamı ve geleceği. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk (Ed.). *Kamu diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Fitzpatrick, K. R. (2007). *Advancing the new public diplomacy - A public relation percpective*. De Paul University. Netherlands.

Fortner, R. (1993). *International communication*. California: Wadsworth Publishing.

Freitag, A. R. & Stokes, A. Q. (2009). *Global public relations*. U.S.A.: Routledge.

Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. *616*, 55-77.

Gonesh, A. & Melissen, J. (2005). *Public diplomacy: Improving practice.* Netherlands Instıtute of International Relations: Clingendael.

Gönlübol, M. (2000). *Uluslararası politika*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Grunig, J. E. (2005). İletişim, halkla ilişkiler ve etkin örgütler: Kitaba genel bir bakış. James E. Grunig (Ed.). *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik.* İstanbul: Rota Yayınları.

Kelley, J. R. (2009). Between "Take-offs" and "Crash landings"- Situational aspects of public diplomacy. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Köksoy, E. (2013). *Halkla ilişkiler bağlamında kamu diplomasisi yönetimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İ.Ü. SBE.

L'Etang, J. (1996). Public relations as diplomacy. J. L'Etang & M. Pieczka (Ed.). *Critical perspectives in public relations.* London: International Thompson Business Press.

L'Etang, J. (2009). Radical PR' - Catalyst for change or an aporia?. *Ethical space: The International Journal of Communication Ethics*. Vol 6, No 2.

Leonard, M. & Stead, C. & Snewing, C. (2002). *Public diplomacy.* The Foreing Policy Center.

Manheim J. & Albritton R. (1984). Changing national images: International public relations and media agenda setting. *American Political Science Review*. *78* (3,) 647-657.

Melissen J. (2007). The new public diplomacy: Between theory and practice. Jan Melissen (Ed.). *The new public diplomacy: Soft power in international relations.* 2. Bs, New York.

Mueller, S. (2006). Professional exchanges, citizen diplomacy and credibilty. William P. Kiehl (Ed.). *America's dialogue with the world.* Washington: Public Diplomacy Council.

Mueller, S. (2009). The nexus of US public diplomacy and citizen diplomacy. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Ndoye, I. (2012). Crafting the image of nations in foreign audiences: how developing countries use public diplomacy and public relations?. 07.07.2019 tarihinde http://www.instituteforpr.org/wpcontent/uploads/ImageInForeignAudiences.pdf. adresinden edinilmiştir.

Nelson, R. & Izadi F. (2009). Ethich and social issues in public diplomacy, innovations. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Nye, J.S. (2004). *Soft power.* Public Affairs. New York.

Nye, J.S. (2017). *Yumuşak güç*. 2. Bs. Ankara: BB101 Yayınları.

Özkan, A. & Öztürk T.E. (2012). *Kamu diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Peterson, P. G. (2002). Public diplomacy and the war on terrorism. *Foreign Affairs.* Vol. 81. No: 5.

Pigman, G. A. & Deos, A. (2008). Consuls for hire: Private actors, public diplomacy, place branding and public diplomacy. *St Antony's International Review*, Vol: 4, No: 1, Palgrave Macmillan.

Potter, E. (2009). *Branding Canada*. Canada: McGill-Quenn's University Press.

Pratkanis, A. (2009). Public diplomacy in international conflicts - A social influence analysis. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Riggins, J. (1998). A strategic assesment of public diplomacy. *National Defense University*, 1-11.

Ross, C. (2002). Public diplomacy comes of age. *The Washington Quarterly*. Vol: 25, (2).

Signitzer B. & Coombs T. (1992). Public relations and public diplomacy: Conceptual convergences. *Public Relations Review.* Vol: 18, No: 1,137-147.

Signitzer, B. & Wamser, C. (2006). Public diplomacy: A specific govermental public relation function. Carl H. Botan & Vincent Hazleton (Ed.). *Public relations theory II.* Lawrence Erlbaum Associates.

Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Sözmezoğlu, F. (1989). *Uluslararası politika ve dış politika analizi.* İstanbul: Filiz Kitabevi.

Szondi, G. (2008). Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and diffirences. *Netherlands Institute of International Relations Clingendael*. October, 1-42.

Szondi, G. (2009). Central and Eastern European public diplomacy - a transitional perspective on national reputation management. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Taylor, P. M. (2009). Public diplomacy and strategic communications. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

The implications for foreign policy and national security. 06.07.2019 tarihinde http://www.kamudiplomasisi.org/pdf/kureseltrendler.pdf. adresinden edinilmiştir.

Tuncer, H. (2005). *Eski ve yeni diplomasi.* Ankara: Ümit Yayıncılık.

Wilcox, D. L. & Cameron, G. T. (2006). *Public relations strategies and tactics*. Boston: Allyn and Bacon.

Wilson III, Ernest J. (2009). Innovations in global public diplomacy: The implications for foreign policy and national security. 21.09.2019 tarihinde http://kamudiplomasisi.org/pdf/kureseltrendler.pdf adresinden edinilmiştir.

Yavaşgel, E. (2009). Saygınlık siyaseti; iletişim ve dış siyasa ilişkiselliği. 19.07.2019 tarihinde https://tasam.org/tr-TR/Icerik/4008/sayginlik_siyaseti_iletisim_ve_dis_siyasa_iliskiselligi adresinden edinilmiştir.

Yılmaz, S. (2012). Amerika Birleşik Devletlerinde ve Avrupa Birliği'nde kamu diplomasisi ve güç projeksiyonu. Abdullah Özkan, Tuğçe Ersoy Öztürk (Ed.). *Kamu diplomasisi.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Yun, S.H. & Toth, E. L. (2009). *Future sociological public diplomacy and the role of public relations: Evolution of public diplomacy.* American Behavioral Scientist, SAGE.

Yun, S.H. (2005). *Toward theory buildıng for comparative public diplomacy from the perspectives of public relations and international relations: a macrocomparative study of embassies in Washington.* Dissertation, University of Maryland.

Zaharna, R.S. (2009). Mapping out a spectrum of public diplomacy initiatives - information and relational communication frameworks. Nancy Snow, Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of public diplomacy.* New York: Routledge.

Zengin, G. (2010). *Hoca, Türk dış politikasında Davutoğlu etkisi.* İstanbul: İnkilap Yayınları.

Soğuk Savaş'tan Günümüze Yumuşak Güç Kaynağı Olarak Kültür ve Kültür Diplomasisi

Meltem BOSTANCI[*]

Giriş

Soğuk Savaş döneminde ilk kez ortaya çıkan uygulamalarla dikkat çeken kamu diplomasisi etkinliği, o dönemin koşulları dikkate alındığında ağırlıklı olarak bir fikrin belirlenen hedefler doğrultusunda yabancı kamuoyuna resmi makamlarca aktarımı biçiminde uygulanmaktaydı. Sert gücün yardımcısı niteliğinde ortaya çıkan bu oluşum, uluslararası ilişkiler bağlamında değerlendirildiğinde güncel koşulların bir dayatması olarak da düşünülebilir. 20. yüzyılın kısıtlı iletişim olanaklarının yanı sıra bloklar arası çekişme ile bölgesel çatışmalar, bir iletişim etkinliği sayılması gereken bu girişimleri de kendi doğal mecrasında şekillendirmişti. Dönemsel sertlik dikte eden yaklaşım modeli, söz konusu periyodda başat rol oynamıştır. 21. yüzyılda özellikle iletişim alanında ortaya çıkan imkânların yanı sıra, doğrudan bireylere ulaşabilme yeteneğine sahip araç ve donanım kolaylıkları kamu diplomasisi alanında da önemli bir tavır ve uygulama değişikliğine yol açmıştır. Sosyal medyanın sağladığı olanaklar, bu alanda yeni uygulamaları ve yaklaşım modellerini de beraberinde getirmiştir. Artık kamu diplomasisi alanında başarı göstermeyi hedefleyen ve bu stratejilerini uygulamak için yola çıkanların, küresel gerçekleri dikkate almaları ve bu alanı

[*] Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, meltemb@istanbul.edu.tr

olan kültürel diplomasinin ülkeler için ne kadar önemli bir enstrüman olduğu daha iyi anlaşılmaktadır. 21. yüzyıl koşullarında kültürel değerleriyle saygınlık kazanmış devletlerin yaptırım gücünün daha fazla olduğu, yadsınamaz bir gerçektir.

Geçmişten günümüze kültürel ilişkiler aracılığı ile diğer ülkeler üzerinde etki yaratmak ve prestij kazanmak, hemen hemen her ülkenin değişmeyen amaçları arasında yer almaktadır. Kültürel propaganda olarak görülebilecek bu durum, artık günümüzde kültür diplomasisi adıyla anılır olmuştur. Kültürlerarası etkileşimin ön plana çıktığı ve kültürel değerler üzerinde yükselen kültür diplomasisi, devletlerin önemli dış politika stratejileri arasında yer almaya başlamıştır. Uluslararası platformda ülkeler, bu amaca hizmet eden çeşitli kurumlar kurarken, aynı zamanda buna hizmet eden tüm girişimleri de desteklemişlerdir. Bu girişimler doğrudan karşı tarafın halkını hedef aldığından, hem oluşan önyargıların silinmesine hem de sıcak ve yakın ilişkilerin kurulmasına olanak sağlamaktadır. Kültürel diplomasinin çoğunlukla küresel ve bölgesel vizyona sahip ülkeler tarafından uygulanmakta olduğu gerçeğinden yola çıkıldığında, bölgesinde önemli bir aktör olarak konumlanan Türkiye'nin, küresel siyasette prestij ve gücünü arttırmak için, geleneksel dış politika stratejilerinin yanında, kültürel diplomasi stratejilerini de geliştirmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Arı, T. (2017). *Uluslararası ilişkiler ve dış politika*. Bursa: Alfa Yayınları.

Asker, A. A. & Akay, Y. M. (2018). Türkiye'nin avrasya eksenli yumuşak gücü üzerine bazı tespitler, A. N. Yılmaz, G. Kılıçoğlu (Ed.), *Yumuşak güç ve kamu diplomasisi üzerine akademik analizler* içinde (ss. 113-134), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Bayraktar, Z. (2012). Türkiye'nin balkanlardaki yumuşak gücü Türk kültürü. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi*, 35, 181-189.

Bostancı, M, (2012), *Kamu diplomasisinde medyanın rolü ve önemi*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Bourse, M. (2017). *Kültürel çalışmaları anlamak.* H. Yücel (Çev.). İstanbul: İletişim (2015)

Bulut, F. (2019). *Küresel siyasette kültürel diplomasinin yeri: Türkiye'nin durumuna dair tespit ve öneriler*, (Politika Notu No. 2019/09). İstanbul: İLKE İlim Kültür Eğitim Derneği.

Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy; lesson from the past.* USC Center on Public Diplomacy, Los Angeles: Figueroa Press,

Dahl, R, (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2, 201-215.

Dural, B. (2012). Antonio gramsci ve hegemonya. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* Kış, (11) 39, 309-321.

Ekşi, M. (2014). *Kamu diplomasisi ve AK parti dönemi Türk dış politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Erdoğdu, H. (2004). *Avrupa'nın geleceğinde Türkiye'nin önemi ve NATO ittifakı*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Güzel, S. Ç. (2016). Dış yardımlarda destekleyici bir unsur olarak kültürel diplomasi ve yunus emre enstitüsü örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (2), 343-359.

Huntington, S. (2004). *Medeniyetler çatışması ve dünya düzeninin yeniden kurulması.*

Ankara: Okuyan Us Yayınları.

Kalın, İ. (2011). Soft power and public diplomacy in Turkey. *Perceptions Journal of International Relations***,** 16 (3), 1-5.

Kalın, İ. (2018). Türk dış politikası ve kamu diplomasisi, 15.06.2016 tarihinde https://kdk.gov.tr/sag/turk-dis-politikasi-ve-kamu-diplomasisi/20 adresinden edinilmiştir.

Kekevi, S; Kılıçoğlu, G; (2012), Uluslararası ilişkilerde kültür ve kimlik. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 1183-1192.

Keyman, F. (2010). Türk dış politikasında eksen tartışmaları; küresel kargaşa çağında realist proaktivizm, *SETA Analiz*, Sayı 15, 02.07.2019 tarihinde https://www.setav.org/turk-dis-politikasinda-eksen-tartismalari-kuresel-kargasa-caginda-realist-proaktivizim/ adresinden edinilmiştir.

Koyuncu, S. (2018). Temel dinamikleri bakımından kamu diplomasisi yaklaşımları: Türkiye ve ABD. *Harsiyat*, 2 (3), 12-30.

Köksoy, E. (2015). Kamu diplomasisi perspektifinden ulus markalaması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 23, 42-61.

Kurtuluş, B. (2015). Türkiye'nin kamu diplomasisinde sivil toplum kuruluşlarının rolü: insani yardım kuruluşları ve insani diplomasi perspektifi. B. Senem Çevik & M. Şahin (Ed.). *Türk dış politikası ve kamu diplomasisi,* içinde (187-214). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Mazıcı, E. T & Kodal, T. (2015). Kültürel diplomasi aracılığıyla ülke imajı; Ortaasya Türk cumhuriyetleri perspektifinden bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *8* (39), 965-974.

Medeniyetler İttifakı Girişimi, 08.08.2019 tarihinde http://www.mfa.gov.tr/medeniyetler-ittifaki-girisimi.tr.mfa adresinden edinilmiştir.

Nye, J. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, No: 80, 153-171.

Nye, J. (2004). *Power in a global information age: from realism to globalisation.* London and New York: Routledge.

Nye, J. (2004). Soft power. New York: Public Affairs.

Önal, B. (2018). Türkiye'nin ortaasya'da uyguladığı kamu ve kültür diplomasisi politikaları. A. N. Yılmaz & G. Kılıçoğlu (Ed.). *Yumuşak güç ve kamu diplomasisi üzerine akademik analizler* içinde (ss. 41-95). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Övet, T. (2007). Avrupa öteki'si. *Stratejik Araştırmalar Dergisi*. 11, TASAM. 94-103.

Öztop, F. A. (2018). Türkiye'nin Suriye politikasında yumuşak güç kullanımı (2002-2011). A. N. Yılmaz & G. Kılıçoğlu (Ed.). *Yumuşak güç ve kamu diplomasisi üzerine akademik analizler* içinde (ss. 135-170). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Poyraz, E. & Dinçer, M. (2016). Küreselleşen dünyada Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri. *Intermedia International E-Journal, 3* (1), 30-48.

Purtaş, F. (2013). Türk dış politikasının yükselen değeri; kültürel diplomasi. *Gazi Akademik Bakış*, *7* (13), 1-14.

Sancak, K. (2016). Yumuşak güç kaynağı olarak kültür ve türkiye'nin yumuşak gücünde kültür faktörü. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, *2* (4), 16-26.

Signitzer, B. (1992). Public relations and public diplomacy; some conceptual explorations, *Public Relations Review*, *18*, 205-218.

Sönmezoğlu, F. (2000). *Uluslararası politika ve dış politika analizi*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Şahin, M. & Çevik, S. (2015). Türkiye'de kamu diplomasisi ve yumuşak güç. M. Şahin & S. Çevik (Ed.). *Türk dış politikası ve kamu diplomasisi* içinde (ss. 1-16), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Tiedeman, A. (2004). US Public Diplomacy in the Middle East, Seminar on Geography, Foreign Policy and World Order 07.08.2019 tarihinde http://media.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2447/Anna_Tiedeman_Beers.pdf, adresinden edinilmiştir.

Tuncer, H. (1995). *Eski ve yeni diplomasi*. Ankara: Ümit Yayıncılık.

Vural, A. (2018). Çin dış politikasında yumuşak güç etkisi. A. N. Yılmaz, G. Kılıçoğlu (Ed.). *Yumuşak güç ve kamu diplomasisi üzerine akademik analizler* içinde (ss. 455-479). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Yatağan, A. G. (2018). Sert güç unsurlarının yumuşak güç aracı olarak etkileri, *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi Science Journal of Turkish Military Academy.* Aralık, *28* (2), 69-94.

Yılmaz, A. N. (2018). Kültür ve sanatın ulusal tanınırlığının pozitifleştirilmesinde bir araç olarak kullanılması; Türkiye'nin kültürel yumuşak güç potansiyeli. A. N. Yılmaz & G. Kılıçoğlu (Ed.). *Yumuşak güç ve kamu diplomasisi üzerine akademik analizler* içinde (ss. 11-39). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Yuvalı, A. (1996). Mozaik kültür kavramının Türk kültür tarihi bakımından değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *7*, 211-217.

Kamu Diplomasisi Aracı Olarak Ülke Markalama

Burcu ZEYBEK[*]

Giriş

Ülkelerin etkin politikalar aracılığıyla kendilerini iyi tanıtabilmeleri, onları diğerlerinden farklılaştırarak, rekabet edilebilir duruma gelmeyi sağlamaktadır. Bu da ülkeler için, küresel düzeyde daha fazla tanınırlık ve beraberinde markalaşmayı getirmektedir. Ülke markalama şirketlerin markalaşma stratejilerinin, uluslararası ilişkilerde etki yaratmak amacıyla ülkelere uygulanmasıdır. Ülke markalama kavramı, ülkenin uluslararası arenada etkisinin artması için çekici ve pozitif bir imaj geliştirmeye odaklanmaktadır. Yani ülke markalamanın temel amacı bir ülke hakkında olumlu bir algı yaratmaktır.

Ülke markalamasının önemli katkılarda bulunduğu alanlardan biri de kamu diplomasisi faaliyetleridir. Kamu diplomasisi, uluslararası iletişime ilişkin konulara yaklaşımlarda kullanışlı bir paradigmadır. Burada "kamu diplomasisi" terimi, bir devletin diğer devletlerle iletişim kurmak ve onlarla içli dışlı olmak için sarf ettiği gayret olarak anlaşılmaktadır. Bir ülkenin dışarıdaki imajının ve ününün büyük bir kısmını, devlet kontrolünden bağımsız gayri resmi ilişkiler ve bağlantılar oluşturmaktadır. Kamu diplomasisinin amacı, ülke hükümetinin ya da diğer kurumlarının amaçlarını gerçekleştirmesi için hedef ülkelerdeki düşünceyi etkilemektir. Signitzer ve Coombs (1992, s. 141)'a gö-

[*] Dr., İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, b.zeybek@yahoo.com

turmak için, kamu diplomasisiyle sıkı bir bağın kurulması gerektiği üzerinde durmuştur. Ülke markalamasında kamu diplomasisi vizyonunun temel etken olduğu bilinmektedir.

Ülke markalama kavramı tıpkı herhangi bir ürün markasında olduğu gibi bir değere sahiptir. Ancak söz konusu bir ülke olduğunda herhangi bir ticari üründen farklı değişkenler de devreye girmektedir. Önyargılar, kalıp yargılar, edinimler, tecrübeler ve ülke markaya yönelik geçmiş imajlar; bireyler, kitleler ya da diğer marka ülkelere yönelik yaklaşımlarını etkileyebilmektedir. Olumlu ya da olumsuz bu süreci aşmanın yolu yine stratejik ve bütünleşik bir markalama çalışması olarak görülmektedir.

Çalışmada "Ülke Marka Algı" ölçeklerine de yer verilmiştir. Dünya çapındaki iki kuruluş; Brand Finance ve Anholt-GFK adlı şirketler her yıl en güçlü ve değerli ülke markalarına yönelik araştırmalar yaparak en güçlü/değerli ülke markaları belirlemektedirler. Bu ölçümler ülkelerin algılanmaları açısından önem taşımaktadır. Anholt-GfK Marka Endeksi, bir ülkenin ülke marka değerini ölçerken altı unsur üzerinden değerlendirme yapmaktadır. Bu unsurlar; yönetişim, vatandaşlar, ihracat, turizm, yatırım ve göç; kültür ve mirastır. Çalışmada en güçlü/değerli ilk 10 ülkenin markalama çalışmalarından kısaca bahsedilmiştir. Bu ülkelere bakıldığında kiminin önemli ülke markalama çabaları sergilediği görülürken, kiminin de ülke politikasının bir parçası olarak turistik tanıtım üzerinden çeşitli çalışmalar yaptığı görülmüştür. Bu bağlamda ülke markalama kavramının her ülkede aynı düzeyde ve yoğunlukta uygulanmadığı görülmektedir.

Kaynakça

Anholt, S. (2005). Nation brands index: how does the world see America?. *Journal of Advertising Research, 45* (3), 296-304.

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. UK: Palgrave Macmillian.

Anholt-GfK Nation Brands Index (2018, 4 Ekim). *Brandfinance.* 03.07.2019 tarihinde https://brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_reports_2018.pdf adresinden edinilmiştir.

Brexit is good for the UK Nation brand! (t.y.). *Medium.* 29.05.2019 tarihinde https://medium.com/@bloomconsulting/brexit-is-good-for-the-uk-nation-brand-84c3b1a8a811 adresinden edinilmiştir.

CNTO. (t.y.). *CNTO.* 12.06.2019 tarihinde www.cnto.org. adresinden edinilmiştir.

Cowan, G. & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: the three layers of public diplomacy. *The Annals of the American academy of political and social science. 616* (1), 10-30.

Dinnie, K. (2008). *Nation branding: concepts, issues, practice*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Fan, Y. (2005). Branding the nation: What is being branded?. *Journal of vacation marketing* 03.05.2019 tarihinde http://jvm.sagepub.com/content/12/1/5.full.pdf adresinden edinilmiştir.

Gilboa, E. (2000). Mass communication and diplomacy: a theoretical framework. *Communication theory.* London: The Foreign Policy Center.

Gonesh A. & Melissen, J. (2005). *Public Diplomacy: improving practice*, The Hague: Netherlands Institute of International Relations Clingendeal, Clingendeal Diplomacy Papers No:5.

Great Britain (t. y.). *Greatbritaincampaign.* 17.06.2019 tarihinde http:// www.greatbritaincampaign.com/#!/home adresinden edinilmiştir.

Gudjonsson, H. (2005). Nation branding. *Place branding*, *1* (3), 283-298.

Hall, J. (2004). Branding Britain. *Journal of vacation marketing, 10,* 171–185.

Herstein, R. (2011). Thin line between country, city and region branding. *Journal of vacation marketing, 18* (2), 147–155.

Incredible India Campaign. 29.06.2019 tarihinde http://incredibleindiacampaign.com/ adresinden edinilmiştir.

Kelley, J. R. (2009). Between "Take-offs" and "Crash Landings"- Situational aspects of public diplomacy. Nancy Snow and Philip M. Taylor (Ed.). *Handbook of Public Diplomacy* içinde (ss. 72-86). London: Routledge.

Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: a place marketing and brand management perspective. *The Journal of Brand Management*, *9* (4-5), 249-261.

Leonard, M. (2002). Başka araçlarla diplomasi. Ali Sarıkaya (Çev.). *Foreign Policy*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayını.

Mariotto, F. (2014). What is the use of a single-case study in management research? RAE - Revista de Administração de Empresas: 02.05.2019 tarihinde http://www.redalyc.org/pdf/1551/155131348005.pdf adresinden edinilmiştir.

Mufson, C. (2018). Macron's moves to rebrand France as 'business friendly' pay off. France 24. 01.08.2019 tarihinde http://www.france24.com/en/

20180127-france-emmanuel-macronbusiness-friendly-pay-off adresinden edinilmiştir.

Nye, J. (2005). *Dünya siyasetinde başarının yolu: Yumuşak güç.* Ankara: Elips Kitap.

Özkan, A. (2015). *21. Yüzyılın stratejik vizyonu kamu diplomasisi ve Türkiye'nin kamu diplomasisi imkânları.* İstanbul: Tasam Yayınları.

Rainisto, S. K. (2003). Succes factors of place marketing: a study of place marketing practices in northern europe and the United States. Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, *Doctoral Dissertations.*

Sancar, G. A. (2012). *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.

Signitzer, B. (2008). "Public relations and public diplomacy: some conceptual explorations", Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh, (Ed.). *Public Relations Research European and Internationals Perspectives and Innovations* içinde (ss.205-218), Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Signitzer, B. & Cooms, T. (1992). Public relations and public diplomacy: conceptual convergences. *Public Relations Review*. *18* (2), 137-147.

Szondi, G. (2007). The role and challenges of country branding in transition countries: the central and eastern european experience. *Place Branding and Public Diplomacy, 3* (1), 1-21.

Szondi, G. (2008). *Public diplomacy and nation branding: conceptual similarities and diffirences*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael. October. (1-42).

Tuch, H. N. (2003). *Communicating with the world : U. S. public diplomacy overseas*. NY: Palgrave Macmillan US.

Ülke markası inşasında kamu diplomasisinin stratejik rolü. (2014, 9 Ekim). *Kamu Diplomasi Enstitüsü*. 02.07.2019 tarihinde www.kamudiplomasisi.org adresinden edinilmiştir.

Wanjiru, E. (2005). Branding African countries: a prospect for the future. *The Journal of Place Branding*, *2* (1), 84-95.

Zaharna, R. S. (2009). Mapping out a spectrum of Public Diplomacy initiatives-information and relational communication frameworks. Nancy Snow ve Philip M. Taylor (Ed.), *Handbook of Public Diplomacy* içinde (ss. 86-101.). London: Routledge.

Kamu Diplomasisinde Medyanın Yeri

Emrah AYDEMİR[*]

Giriş

Medya, son yıllarda kamu diplomasisi kullanımında giderek gücünü arttırmış ve hükümetlerin çoğu değerlerini aktarmak ve ülkelerini anlatmak için küresel medyaya daha fazla yatırım yapmışlardır. Kamu diplomasisinde medya, uluslararası bir mücadele alanı haline dönüşmüş ve ülkeler uluslararası arenada imajını korumak ya da geliştirmek üzere kitle iletişim araçlarını çeşitli yönlerden hedef kitleyi etkilemek için biçimlendirmeye çalışmıştır.

Teknolojinin kitle iletişiminde ki gelişimiyle mesajların dünyanın her köşesine hızlı ulaşımı, hükümetlerin kamu diplomasisi programlarını yürütmekte kullandığı medyayı önemli bir araç haline getirmiştir. Medyanın dış politika oluşturma sürecindeki güçlü etkilerinin devam etmesi, ülkelerin büyük bütçeleri kendi küresel medyalarına tahsis etmesine yol açmış ve ülkeler insanların kalbini ve zihnini kazanmak için yeni bir savaşa girmişlerdir. Bu savaşta medyanın uzun vadeli, belirli bir stratejiyle tasarlanması ve sonuçlar elde edilmesi için kitle iletişim araçları, güvenilirlik ve algılanma algısı arasında belirgin bir korelasyon zorunlu olmuştur.

Bir ülkenin yabancı halklarla etkileşim kurmasının, itibarının yansıtılmasının, güvenilirliğin oluşturulmasının vazgeçilmez bir

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, eaydemir@firat.edu.tr.

Pek çok devlet, kamu diplomasisi savaşında medya aracılığıyla uluslararası arenadaki konumlarının anlaşılmasını sağlamıştır. Büyük güçlerin kamu diplomasisi faaliyetleri karşısında gelişmekte olan ülkelerin de medyaya ehemmiyetle yaklaşması küresel rekabeti arttırmıştır. Böylece dış politika oluşturma sürecinde medyanın rolü kapsamlı düşünülmesi gereken bir konu haline gelmiş ve Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Japonya, Fransa, Çin, Rusya, Almanya ve Türkiye gibi ülkeler büyük bütçeleri kendi medyalarına giderek daha fazla tahsis etmişlerdir.

Ülkeler, insanların kalbini ve zihnini kazanmak için medya savaşına girişmişse de küresel medya tamamıyla kamu diplomasisinde tüm sonuçların kazanılacağı bir alan da değildir. Çünkü medyanın yeterli güvenilirliği olmadan hedef kitleyi etkilemek ve hedeflenen sonuçları beklemek zordur. İstenen sonuçlara ulaşabilmek için uzun süreli, belirli bir strateji gereklidir ve güvenilir yayın politikası şarttır.

Kaynakça

Arğın, E. (2018). İnternet reklamlarına karşı tutumun belirleyicileri: otomobil reklamları örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 147-165.

Aydemir, E. (2016). *Dış politikada yumuşak güç ve medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

Aydemir, E. (2018a). *Kamu diplomasisi: ülkeler – Avrupa Birliği – kurumlar – uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınevi.

Aydemir, E. (2018b). The role of Radio Free Europe in The Iron Curtain Countries: 1956 Poznań Uprising and the 1956 Hungarian Uprising, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, *6* (15), 349-358.

Bardes, B. A., Macle C. Shelley and Steffen W. Schmidt. (2010). *American government and politics today*. Boston: Wardsworth Publishing.

Barnhisel, G. & Turner, Catherine (2010). Introduction, Greg Barnhisel and Catherine Turner (Ed.), *Pressing the Fight: Print, Propaganda, and the Cold War* içinde (ss.1-30). University of Massachusetts Press.

Bektaş, A. (2002). *Siyasal propaganda*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bostancı, M. (2012). *Kamu diplomasisinde medyanın rolü ve önemi*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Fraser, M. (2008). American pop culture as soft power: movies and broadcasting. Yasushi Watanabe & David L. McConnell (Ed.). *Soft power superpowers: cultural and national assets of Japan and the United States* içinde (ss.172-187), New York: M.E Sharpe.

İnceoğlu, Y. (2004). *Uluslararası medya*, İstanbul: Der Yayınları.

Miller, T., Nitin Govil, John McMurria, Richard Maxwell, Ting Wang, (2012). *Küresel Hollywood*. İstanbul: Doruk Yayımcılık.

Nye, J. (2003). *Amerikan gücünün paradoksu*. Gürol Koca (Çev.). İstanbul: Literatür Yayınları.

Nye, J. (2005). *Dünya siyasetinde başarının yolu yumuşak güç*. Reyhan İnan Aydın (Çev.). Ankara: Elips Kitap.

Rugh, W. A. (2014). *Front Line Public Diplomacy: How US Embassies Communicate with Foreign Publics*. New York: Palgrave Macmillan.

Öymen, O. (2011). *Silahsız savaş*. 7. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Seib, P. (2009). Public diplomacy and journalism: parallels, ethical issues, and practical concerns. *American Behavioral Scientist*, 52 (5), 772-786.

Sancar, G. A. (2012). *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler*. Beta: İstanbul.

Snow, N. (2014). NHK World and Japanese public diplomacy: journalistic boundaries and state Interests. RIPE@2014 Conference, Public Service Media Across Boundaries, August 27-29.

Sussman, G. (2010). *Branding democracy: U.S. regime change in post-Soviet Eastern Europe.* New York: Peter Lang Publishing.

Tan, A. (2002). *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama.* İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Ünal Erzen, M. (2012). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.

Ward, S., Diana Owen, Richard Davis and David Taras (2008). *Making a difference: a comparative view of the role of the internet in election politics.* Lanham-MD: Rowman & Littlefield.

Yang, A. & Taylor, Maureen. (2014). Public diplomacy in a networked society: the Chinese government–NGO coalition network on acquired immune deficiency syndrome prevention. *International Communication Gazette*, 76 (7), 575-593.

Zaharna, R. S. (2007). Soft power differential: network communication and mass communication in public diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy 2*, 213-228.

Zöllner, O. (2009). German public diplomacy: the dialogue of cultures, Nancy Snow and Philip M. Taylor (Ed.), *Handbook of public diplomacy* içinde (ss.260-269). New York: Routledge.

Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkilerin Dijitalleşme Yolculuğu

Gonca YILDIRIM[*]

Giriş

Dijitalleşme ile birlikte dünya, hızla değişmektedir. Dijitalleşmiş nesneler ve olaylar farkında olmadan ya da bilinçli şekilde toplumun her kesimini, ekonominin ve siyasetin her alanını etkisi altına almıştır. Dijitalleşmenin etkisi altına aldığı bir alan da kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkilerdir.

Uzlaşı politikası, karşılıklı anlayış, işbirliği, toplumsal katılım gibi birçok ortak paydada buluşan kamu diplomasi ve uluslararası halkla ilişkiler küreselleşmenin de etkisiyle daha geniş boyutlar kazanmıştır. Farklı ülke topluluklarının kalplerinin kazanılması, karşılıklı güven ve diyalog ortamlarının yaratılarak sürdürülmesi gerekliliği ve uluslararası bilinirlik, farkındalık ve itibar yönetimi stratejileri, iletişim disiplinine dayanan halkla ilişkiler ve kamu diplomasisini uluslararası ilişkilerde daha etkin olmaya zorlamaktadır.

Küreselleşmenin boyutları, uluslararası olayları ve sorunları devletlerin, hükümetlerin hakimiyetinden çıkarmıştır. Geleneksel olarak devletler arasında yürütülen diplomasi, zamanla devletler ve toplumlar arasında son yıllarda da toplumlar, kurumlar arasında yaşanmaya başlamıştır. Diplomasi alanındaki en önemli gelişmelerden birisi kişilerin, örgütlerin, çeşitli kurum-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, goncayildirim@aydin.edu.tr

Sosyal medya üzerinden birçok farklı kişiyi, ülkeyi, şehri, kurum ve kuruluşu takip ederek tanımak, öğrenmek mümkün. Bu nedenle ülkelerin, markaların tanıtımında sınırları aşan bir bilinirlik, tanınırlık imkanı sağlayan sosyal ağlar gerek hükümet gerekse kurumların yetkilileri tarafından bilinçli ve etkili kullanılmaya özen gösterilmelidir. Sadece tanıtımda değil olası saldırılar, krizler karşısında da diplomatların, kurum yetkililerinin sürekli farklı eğitimler almaları gereklidir. Bu konu G7, G20, NATO, BM vb toplantılarında da sık sık gündeme getirilmektedir.

Sonuç itibariyle bilgi ve iletişim teknolojileri bir çarpan etkisiyle kurumlar arası ve uluslararası ilişkilerin seyrini değiştirerek devam etmektedir. Dijitalleşen diplomasi de bu süreç içerisinde yeni anlam ve boyutlar kazanarak değişimini sürdürecektir.

Kaynakça

Adesina, O. S. (2017). Foreign policy in an era of digital diplomacy. *Cogent Social Sciences*, 3, 1297175.

Altunay, Alper (2012). Kes-kopyala-yapıştır:bir sanat yüzeyi olarak ekran. D.Yengin (Ed), *Yeni Medya Ve* içinde (ss.13-41). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Atasoy, İ. (2018) Türkiye, dijital diplomasinin neresinde?. *Denizli Gazetesi* 27.07.2019 tarihinde https://www.denizligazetesi.com/turkiye-dijital-diplomasinin-neresinde-makale,70677.html, adresinden edinilmiştir.

Biber, A. B. (2019) 10 soruda julian assange ve wikileaks davası. 16.07.2019 tarihinde https://www.trthaber.com/haber/dunya/10-soruda-julian-assange-ve-wikileaks-davasi-411674.html adresinden edinilmiştir.

Castells, M. (2008). *Ağ toplumunun yükselişi*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cave, D. (2015). "Does Australia Do Digital Diplomacy?" 14.07.2019 tarihinde http://www.lowyinterpreter.org/the-interpreter/does-australia-do-digital-diplomacy adresinden edinilmiştir

Collins, N. & Bekenova, K. (2019). Digital diplomacy: success at your fingertip. *Place Brand Public Dipl* 15:1–11.

Cowan, G. & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: the three layers of public diplomacy. *The Annals of American Academy of Political and Social Science,* 616 (10), ss. 10-30.

Cull, N. J. (2008). "Public diplomacy: taxonomies and histories", *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, 616 (10), ss.1-54.

Curtin, J. (2009)."US public diplomacy 2.0" *Public Diplomacy Magazine*, (2), Summer.

Funnell, A. (2014). "E-Diplomacy goes global". 14.17.2019 tarihinde http://www.abc.net.au/radionational/programs/futuretense/digital-diplomacy/5344156 adresinden edinilmiştir.

Grant, R. (2004). The democratisation of diplomacy: negotiating with the internet. *OII Research Report* (5). Oxford: Oxford Internet Institute.

Grunig, J. ve White, J. (2005). Halkla ilişkiler kuram ve uygulamasında dünya görüşlerinin etkisi. *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik*, İstanbul: Rota Yayınları.

Kelley, J. R. (2009). Between take-offs and crash landings: situational aspects of public diplomacy, *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Newyork: Taylor&Francis, ss.72-85.

Kirova, I. (2009). New technology and new public diplomacy. *Public Diplomacy Magazine*, Winter.

Köse, E. (2017). Dijital diplomasi'nin sosyo-ekonomik ve sosyo-politik yapıya etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 22 (15), Özel Sayı ss. 2347-2370.

Maillot, A. (2017). Digital diplomacy and the ıcrc: scope and relevance for humanitarian diplomacy. *Policy Papers and Briefs* – 7.

Manor, I. (2017). What is digital diplomacy?. *Exploring Digital Diplomacy*, 01.07.2019 tarihinde https://digdipblog.com/countries-ontwitter-and-facebook/ adresinden edinilmiştir.

Manor, I. & Segev, C. (2015). America's selfie: how the us portrays itself on its social media accounts. C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital Diplomacy: Theory And Practice* içinde (ss. 89–108). New York: Routledge.

Mayfield, A. (2008). What is social media? *iCrossing, e-book*, 26.06.2019 tarihinde http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf, adresinden edinilmiştir.

Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals Of The Amerıcan Academy*, 616 (1), ss. 94-109.

Permyakova, L. (2012). "Digital diplomacy: areas of work, risks and tools". 26.07.2019 tarihinde *https://russiancouncil.ru/en/analytics-and-comments /analytics /digital-diplomacy-areas-of-work-risks-and-tools/* adresinden edinilmiştir.

Potter, E. H. (2002). *Cyber-Diplomacy: managing foreign policy in the twenty-first century*. Ontario: McGill-Queen's Press.

Rashica, V. (2018). The benefits and risks of digital diplomacy. *SEEU Review* 13 (1). ss. 75-89.

Rogers, E. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Publishing.

Ross, A.(2011). Digital Diplomacy And US Foreign Policy. *The Hague Journal of Diplomacy*, (6), 451–455. http://dx.doi.org/10.1163/187119111X590556

Sandre, A. (2013). *Twitter for diplomats*. Switzerland: DiploFoundation.

Signitzer, B. H. & Coombs, T. (1992). Public relations and public diplomacy: conceptual covergences. *Public Relations Review*, 18 (2), ss.137-147.

Signitzer, B. & H.Wamser, C. (2009). Public diplomacy: a specific governmental public relations function. C. Botan & V. Hazelton (Ed), *Public Relations Theory II*, içinde (ss. 382-411). New York: Taylor & Francis.

Solomon, R. H. (2000). The internet and the diffusion of diplomacy. *US Foreign Policy Agenda*, March. 16.07.2019 tarihinde www.usinfo.state.gov/journals/itps adresinden edinilmiştir.

Szondi, G. (2009). Central and eastern european public diplomacy: a transinational perspective on national reputation management. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Newyork: Taylor&Francis, ss. 292-313.

Taylor, M., & M.L. Kent. 2010. Anticipatory socialization in the use of social media in public relations: a content analysis of prsa's public relations tactics. *Public Relations Review* 36 (3): 207–214.

Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (Çev:Özlem Sakin), İstanbul: Kafka Yayınları

Wyne, A. S. (2009). Public opinion and power. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Newyork: Taylor & Francis,

Yengin, D (2012). Yeni medyaya eleştirel bakış. D.Yengin (Ed) *Yeni Medya Ve* içinde (ss.123-133). İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Yıldırım, G. (2015). *Uluslararası Halkla İlişkiler Perspektifinden Kamu Diplomasisi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, 1(2) ss. 748- 760.

Zaharna, R. (2009). Mapping out a spectrum of public diplomacy ınitiatives: ınformation and relational communication frameworks. *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Newyork: Taylor&Francis, ss. 86-97.

20+ Years of E-Diplomacy. (2019). 09.07.2019 tarihinde https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy adresinden edinilmiştir.

What is Digital Diplomacy? (2019). 10.07.2019 tarihinde https://www.diplomacy.edu/e-diplomacy adresinden edinilmiştir.

About This Website (2019). 09.07.2019 tarihinde https://blogs.state.gov/dipnote-content/about-website adresinden edinilmiştir.

Nearly Three Quarters Of The World Will Use Just Their Smartphones To Access The İnternet By 2025 (2019). 14.07.2019 tarihinde https://www.cnbc.com /2019/01/24/smartphones-72percent-of-people-will-use-only-mobile-for-internet-by-2025.html adresinden edinilmiştir.

World Leaders on Instagram (2018). 29.07.2019 tarihinde https://twiplomacy.com/blog/world-leaders-instagram-2018/ adresinden edinilmiştir.

Twiplomacy Study 2018 (2018). 29.07.2019 tarihinde https://twiplomacy.com/blog/twiplomacy-study-2018/ adresinden edinilmiştir.

Stratejiler (2017). 29.07.2019 tarihinde https://www.dijitaldonusum.gov.tr/stratejiler adresinden edinilmiştir.

Kamu Diplomasisi Uygulaması Yer Markalamada Sosyal Ağların Kullanımı: "Göbeklitepe" Örneği

İlknur DOĞU ÖZTÜRK[*]

Giriş

Uluslararası düzeyde itibar yönetmeye katkıda bulunan yer markalama, ülkeleri sahip oldukları özel yerler sayesinde birbirlerinden farklılaştırmayı sağlamaktadır. Marka olmayı başarmış bir yer, bulunduğu ülkeye, diğer ülkelerin halklarının sempatisini kazandırmakta, olumlu imaj yaratmasına ve uluslararası düzeyde bir kamuoyu oluşturmasına katkıda bulunmaktadır. Bu katkının temel dayanağıysa "imaj, sembol üretimi, ilişki kurma ve kitle iletişimini yoğun kullanmak" (Erzen, 2012, s. 112) gibi özelliklerdir. Bu ortak özelliklerin bir arada kullanılmasıyla gerçekleştirilen tüm çalışmalar, başka toplumların halklarını etkileme ve ilgilerini çekme hedefiyle ilişki inşa etme sürecine denk düşmektedir. Böylece yer markalama faaliyetlerinin yansıdığı alanlardan birisi de kamu diplomasisi olmaktadır.

Yeni bir diplomasi düzeyi olan kamu diplomasisi, bir devletin öncelikli olarak dış politika konularının uluslararası stratejik iletişimi olarak tanımlanmaktadır (Sancar, 2017, 91). Devletin resmi düzeylerde iletişim süreci dışında hedef kitlesini genişletmesini, ilişki kurulacak hedef kitle grupları arasına diğer ülkelerin halklarının dahil edilmesini ifade etmektedir (Cull, 2009, s. 14). Devlet dışı aktörlerin güç kazanmasıyla, diplomasi dev-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Doğuş Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, e-posta: iozturk@dogus.edu.tr

- Belirli tarihlerde aşırı aktif olup daha sonra hareketsiz olan düzensiz paylaşım sıklığının takipçi sadakati yaratma konusunda olumsuz bir etkisi olabileceği görüşünden hareketle, düzenli ve günlük paylaşım yapılan bir iletişim stratejisi izlenmelidir.
- Türkiye'nin kamu diplomasisi kapsamında yer markalama çalışmalarında sosyal ağların verimli kullanılması gerekmektedir. Sosyal ağlar, yabancı halkla en hızlı ulaşılmasını sağlayacak eşik bekçisi olmayan araçtır. Yr markalaması kapsamındaki çalışmalarda görsellerin, Türkçe ve İngilizce metinlerle tamamlanması gerekmektedir.
- Bir turistik yerin deneyimlenmesi öncesinde ya da sonrasında Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram gibi sosyal ağlarda deneyimlerle ilgili paylaşımlar ya da yapılmış paylaşımlardan bilgi edinilmesi şeklinde gerçekleşen bir kullanım, hedef kitlenin karar alma sürecine yansıyacağından, etkili bir sosyal ağ kullanımı aynı zamanda yer markalaması yoluyla kamu diplomasisi amaçlarına yönelik katkıda bulunacaktır.

Diyalog kurulmasına ve etkileşime olanak sağlayan bir ortam olarak sosyal ağlar, kamu diplomasisi uygulamaları kapsamında yer markalama çalışmalarında rekabet üstünlüğü yaratmanın da bir aracıdır.

Kaynakça

Aksoy, E. (2008). *Ülkelerin ve coğrafi bölgelerin markalaşması* (Uzmanlık Tezi). Ankara: Türk Patent Enstitüsü, Markalar Dairesi Başkanlığı.

Amâncio, M. (2017). "Put it in your Story": Digital storytelling in Instagram and Snapchat Stories. 22.04.2019 tarihinde

http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1111663/FULLTEXT01.pdf adresinden edinilmiştir.

Arslan, C. (2019). An analysis of ınstagram's dialogical communication building potential in turkish theater ınstitutions. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, *9*(1), 84-98.

Ashworth, G. & Karavatzis, M. (2010). Conclusion: in search of effective place brand management, in Ashworth, G. & Kavaratzis, M. (eds.), *Towards Effective Place Brand Management,* Edward Elgar, Chattenham, UK, 234-238.

Babür Tosun, N. (2014). *Marka yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.

Bayuk, M. N. & Ofluoğlu, M. (2017). Kentsel markalaşma ve yerel halkın kentsel markalaşma algısı; Şanlıurfa örneği. *Journal of International Social Research*, *10*(53).

Benmayor, G. (2018). Göbeklitepe Unesco Dünya Mirası Listesinde: Şanlıurfa'ya şan kattı turizmi sıçratacak. Hürriyet. 16.06.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/gila-benmayor/gobeklitepe-unesco-dunya-mirasi-listesinde-sanliurfaya-san-katti-turizmini-sicratacak-40889864 adresinden edinilmiştir.

Birinci, S. Kaymaz, Ç. K. & Camcı, A. (2018). Göbekli tepe'nin arkeolojik turizm potansiyelinin değerlendirilmesi (Şanlıurfa). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *22*(3), 1351-1367.

Boisen, M., Terlouw, K. & Van Gorp, B. (2011). The selective nature of place branding and the layering of spatial identities. *Journal of Place Management and Development*, *4*(2), 135-147.

Braun, Erik; Zenker, Sebastian (2010). *Towards an ıntegrated approach for place brand managemen*t, 50th Congress of the European Regional Science Association: "Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy", 19-23 August 2010, Jönköping, Sweden, European Regional Science Association (ERSA) 10.05.2019 tarihinde http://hdl.handle.net/10419/118799 adresinden edinilmiştir.

Cercel, M. O. & Saftescu, R. G. (2015). Digital diplomacy-perspectives and impact on traditional diplomatic practices-case study: Digitization impact on Romanian and Belgian national diplomatic systems. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, *1*(2), 318-328.

Chan, N. L. & Guillet, B. D. (2011). Investigation of social media marketing: how does the hotel industry in Hong Kong perform in marketing on social media websites?. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *28*(4), 345-368.

Chung-Shing Chan & Lawal M. Marafa (2016) Perceptual content analysis for city image: a case study of Hong Kong, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21 (12), 1285-1299.

DOI: 10.1080/10941665.2016.1141226

Clare, L, Kinzel, M., Sönmez D. & Uludağ, C. (2019, Ocak-Şubat). Göbekli tepe: Unesco dünya miras aalanı ve değişen yaklaşımlar. Mimarlık Dergisi. 21.06.2019 tarihinde http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=419&RecID=4613 adresinden edinilmiştir.

Cowan, G. & Arsenault, A. (2008). Moving from monologue to dialogue to collaboration: The three layers of public diplomacy. *The Annals of the American Academy Of Political And Social Science*, *616* (1), 10-30.

Cull, N. (2009). Public diplomacy before gullion. Nancy Snow, Philip M.Taylor, (Ed.) *Handbook of Public Diplomacy*. İçinde (ss. 19-23), Newyork: Routledge.

Çelik, B. (2016). Yeni buluntular ışığında seramiksiz neolitik dönem erkek figürleri. *Kafkas Universitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (17), 3-18.

Erzen, M. Ü. (2012). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Derin.

Fan, H. (2014). Branding a place through its historical and cultural heritage: The branding project of Tofu Village in China. *Place Branding and Public Diplomacy*, *10*(4), 279-287.

Fan, Y. (2008). Soft power: Powcer of attraction or confusion?. *Place Branding and Public Diplomacy*, *4* (2), 147-158.

Fetscherin, M. (2010), "How to brand nations, cities and destinations: A planning book for place branding, *International Marketing Review*, Vol. 27 No. 4, pp. 480-483. https://doi.org/10.1108/02651331011058626

Govers, R. & Go, F. M. (2009). *Place branding: Glocal, virtual and physical identities, constructed, imagined and experienced*. Londra: Palgrave Macmillan.

Govers, R. (2011). From place marketing to place branding and back. *Place Branding and Public Diplomacy*, *7*(4), 227-231.

Göbeklitepe Arkeolojik Alanı (Şanlıurfa). (2019). 3.05.2019 tarihinde kültürportali.gov.tr adresinden edinilmiştir.

Handayani, B. & Rashid, B. (2013). Conceptualisation of nation brand Image. *International Journal of Management Studies*, 20 (2), 165-183.

Hankinson, G. (2010). Place branding research: A cross-disciplinary agenda and the views of practitioners. *Place Branding and Public Diplomacy*, *6*(4), 300-315.

Hatch, M. J. & Schultz, M. (2002). The dynamics of organizational identity. *Human Relations*, *55*(8), 989-1018.

Hermida, A. (2000). *Herkese söyle: Sosyal medyada neden paylaşımda bulunuruz*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Kavaratzis, M. & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, *13* (1), 69-86.

Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, *1*(1), 58-73.

Kavaratzis, M. (2009). Cities and their brands: Lessons from corporate branding. *Place Branding And Public Diplomacy*, *5*(1), 26-37.

Kılıç, Y. & Eser, E. (2018). Mezopotamya kent devletlerinin kuruluş nazariyeleri ve etkin bir faktör olarak din. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, *6* (2), 519-545.

Kotler, P. (2004). Opinion pieces where is place branding heading?. *Place Marketing*, 1 (1), 12-35.

Köksoy, E. (2015). Kamu diplomasisi perspektifinden ulus markalaması. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (23), 42-61.

Lucarelli, A. & Berg, P. (2011) City branding: A state-of-the art review of the research domain. *Journal of Place Management and Development*, *4* (1), 9–27.

Maheshwari, V., Lodorfos, G. & Vandewalle, I. (2014). Exploring the role of stakeholders in place branding–a case analysis of the 'City of Liverpool'. *International Journal of Business and Globalisation*, *13*(1), 104-121.

Mancar, B. (2014). Instagram etkileşiminizi %182 oranında nasıl arttırırsınız? webmasto.com. 5.03.2019 tarihinde http://www.webmasto.com/instagram-etkilesiminizi-nasil-arttirirsiniz adresinden edinilmiştir.

Nebenzahl, I. (2004). Opinion pieces where is place branding heading?. *Place Marketing*, 1(1), 12-35.

Nessmann, K. (1995). Public relations in Europe: A comparison with the United States. *Public Relations Review*, *21*(2), 151-160.

Notroff, J., Dietrich, O., Peters, J., Pöllath, N. & Köksal-Schmidt, Ç. (2015). Göbekli tepe uygarlığın doğuşunda neolitik şölenlerin izleri. *Aktüel Arkeoloji*, *46*, 52-69.

Nye, J. S. (2005). Yumuşak güç: Dünya siyasetinde başarının yolu. *Ankara: Elips Kitap*.

Olins, W. (2005). Making a national brand. J. Melissen (ed.) *The New Public Diplomacy* içinde (ss. 169-179) Palgrave Macmillan, London.

Oliveira, E. H. D. S. (2015). Place branding in strategic spatial planning: A content analysis of development plans, strategic initiatives and policy documents for Portugal 2014-2020. *Journal of Place Management and Development*, *8*(1), 23-50.

Örnek, M. (2016). Engagement rate (etkileşim oranı) nedir?. Pazarlamasyon.com. 28.07.2019 tarihinde https://pazarlamasyon.com/engagement-rate-etkilesim-orani-nedir/ adresinden edinilmiştir.

Özdöl, S. (2011). Çanak çömleksiz neolitik çağda güneydoğu Anadolu'da din ve sosyal yapı. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, *26*(1), 173-199.

Özüdoğru, Ş., & Yüksel, A. H. (2019). Ulus markalama ve beslendiği kaynaklar: Bir derleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *8* (1), 329-349.

Papadopoulos, N. (2004). Place branding: Evolution, meaning and implications. *Place Branding*, 1(1), 36-49.

Reinhard, K. (2008). American business and its role in public diplomacy. In *Routledge handbook of public diplomacy* (215-220). Routledge.

Saka, E. & Ezgin, S. A. (2016). Dijital diplomasi: Bir literatür incelemesi. *Uluslararası İlişkilere Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Uluslararası İletişim Perspektifi* içinde (ss. 55-74). İstanbul: Röle Akademik Yayıncılık

Saraçlı, M. (2014). Güç unsurları çerçevesinde bir algı yönetimi unsuru olarak (yeni) kamu diplomasisi ve Türkiye. Bilal Karabulut (Ed.), *Algı Yönetimi* içinde (ss. 273-308), İstanbul: Alfa Yayınları.

Saydam, A. (2019). 2019 Göbeklitepe yılı ilan edildi. şimdi ne olacak?.Yenişafak. 7.06.2019 tarihinde https://www.yenisafak.com/yazarlar/alisaydam/2019-gobeklitepe-yili-ilan-edildi-simdi-ne-olacak-2048753 adresinden edinilmiştir.

Short, J.R. & Kim, Y-H. (1999). *Globalization and the city*. New York: Addison Wesley Longman.

Signitzer,B. (2008). Public relations and public diplomacy, some conceptual explorations. Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh, (Eds.), *Public Relations Research European and Internationals Perspectives and Innovations*. 26.06.2019 tarihinde https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-658-03505-1_16 adresinden edinilmiştir.

Szondi, G. (2008). *Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences*. Netherlands Institute of International 5.5.2019 tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Gyorgy_Szondi/publication/253744488_Public_Diplomacy_and_Nation_Branding_Conceptual_Similarities_and_Differences/links/575ac77008aec91374a618bd/Public-Diplomacy-and-Nation-Branding-Conceptual-Similarities-and-Differences.pdf adresinden edinilmiştir.

Türkiye'nin yüzde 61'i sosyal medya kullanıcısı. (2019, 1 Şubat). Marketing Türkiye. 1 Mart 2019 tarihinde https://www.marketingturkiye.com.tr/ haberler/turkiyenin-ai-sosyal-medya-kullanicisi/ adresinden edinilmiştir.

Uslu, M. (2018). Tarihi değiştiren dünya mirası: Göbeklitepe. Hürriyet. 6.07.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/seyahat/tarihi-degistiren-dunya-mirasi-gobeklitepe-40888331 adresinden edinilmiştir.

Van Ham, P. (2008). Place branding: The state of art. *The Annals of the American Academy*, 616, 126-149.

Verilerle dünyada internet ve sosyal medya kullanımı: Türkiye instagram kullanımında birinci sırada. (2019, 9 Şubat). Dokuz8 Haber.net. 1.03.2019 tarihinde https://dokuz8haber.net/toplum-yasam/verilerle-dunyada-internet-ve-sosyal-medya-kullanimi-turkiye-instagram-kullaniminda-birinci-sirada/ adresinden edinilmiştir.

Yayınoğlu P. E.& Susar, F. (2008). *Kent: Görsel kimlik ve iletişim.* Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Yücel, G. (2016). Dijital diplomasi. *TRT Akademi*, *1* (2), 748-760.

Kamu Diplomasisi Perspektifiyle Gaziantep'in Suriyeli Mültecilere Yönelik Planları, Eylemleri ve Uygulamaları[1]

Oğuz GÖKSU[*]

Giriş

2011 yılında Suriye'de başlayan iç savaş nedeniyle Suriyeliler komşu ülkelere göç etmeye başlamışlardır. Türkiye en fazla Suriyeliye ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Suriyeliler başta Ortadoğu ülkeleri olmak üzere Avrupa'nın çeşitli ülkelerine göç etmişlerdir. Şubat 2019 verilerine göre Türkiye 3 milyon 644 bin 342 Suriyeliye ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'nin ardından Lübnan 1 milyonun üzerinde, Ürdün 700 bin, Irak ise 250 Suriyeliyi barındırmaktadır. Göç idaresinin 7 Şubat 2019 tarihinde açıkladığı veriler Türkiye'deki kamplarda (Geçici Barınma Merkezleri) 142 bin 676 Suriyeli olduğunu göstermektedir. Şehirlerde yaşayan Suriyeli sayısı ise, 3 milyon 501 bin 606 kişidir. Türkiye'de en fazla Suriyelinin yaşadığı şehirler sırasıyla İstanbul, Şanlıurfa, Hatay ve Gaziantep'tir. İstanbul'da 558 bin 437, Şanlıurfa'da 452 bin 534, Hatay'da 447 bin 884 ve Gaziantep'te 425 bin 383 Suriyeli yaşamaktadır ("Türkiye'deki Suriyeli sayısı", 2019; "Suriyeliler en çok nerelere göçtü", 2018).

İç savaş sonrasında oluşan göç dalgası başta Türkiye olmak üzere birçok ülkeye önemli bir kamu diplomasisi fırsatı sun-

---

[1] Bu çalışma, 18-20 Nisan 2019 tarihlerinde Gaziantep'te yapılan 13. Uluslararası Kamu Yönetimi Sempozyumunda (KAYSEM 13) tam metin bildiri olarak sunulmuştur.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguzgoxsu@gmail.com

Gaziantep'in insani yardım noktasındaki yumuşak güç potansiyeli hakkında fikir edinilebilir.

Kaynakça

Almanya'nın mülteci kriterleri insan hakları örgütlerini kızdırdı. (2019). Hürriyet. 12.03.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/avrupa/almanyanin-multeci-kriterleri-insan-haklari-orgutlerini-kizdirdi-41108765 adresinden edinilmiştir.

Anholt, S. (2011). *Yerlerin markalaşması kimlik, imaj, itibar.* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Bağ, M. (2019). Erdoğan: Mültecilere 35 milyar dolar kaynak aktardık. *Euronews.com.* 10.03.2019 tarihinde https://tr.euronews.com/2019/01/28/erdogan-multecilere-35-milyar-dolar-kaynak-aktardik adresinden edinilmiştir.

Boncuk, M. (2018). İtalya'dan Şahin'e ödül. *Sabah.com.* 05.03.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/guney/2018/06/30/italyadan-sahine-odul adresinden edinilmiştir.

Bozkır, V. (2013). Kamu diplomasisinin alanları ve çerçevesi. A. Yalçınkaya & Y. Özgen (Ed.), *Kamu diplomasisi* içinde (ss. 31-50). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.

Çakran, Ş. & Eren, V. (2017). Mülteci politikası: Avrupa Birliği ve Türkiye karşılaştırması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 39,* 1-30.

Davutoğlu, A. (2014). *Stratejik derinlik.* İstanbul: Küre Yayınları.

Dilek Türk, G. (2016). Türkiye'de Suriyeli mültecilere yönelik sivil toplum uruluşlarının faaliyetlerine ilişkin bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi, 25,* 145-157.

Dünyaca ünlü şarkıcı Bono Gaziantep'te. (2016). *Sabah.* 09.03.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/galeri/magazin/dunyaca-unlu-sarkici-bono-gaziantepte/4 adresinden edinilmiştir.

Fatma Şahin: Suriyeli mülteciler ülkelerine geri dönüyor. (2019a). *YouTube.* 02.03.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=hc3RCT-D5fs adresinden edinilmiştir.

Gaziantep Üniversitesi meslek yüksek okulu. (2018). *YouTube.* 25.02.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=DOuIKlapXGw&index=4&list=-PLKnpI4w_f2ENZ04Z_n5VMQieFUlAuHJL1 adresinden edinilmiştir.

Gaziantep valisi Davut Gül Cerablus'ta. (2019). *Gaziantephaberler.* 14.03.2019 tarihinde http://www.gaziantephaberler.com/haber/gaziantep-valisi-davut-gul-cerablusta-haberi-42989.html adresinden edinilmiştir.

Gündem özel. (2019b). *YouTube.* 13.03.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=DOuIKlapXGw&index=4&list=PLKnpI4w_f2ENZ04Z_n5VMQieFUlAuHJL1 adresinden edinilmiştir.

Hakkımızda. (2018). *Gaosb.* 10.07.2017 tarihinde http://www.gaosb.org/index.php/hakkimizda/ adresinden edinilmiştir.

İhracat rakamları açıklandı. (2017). *Milliyet.* 10.10.2017 tarihinde http://www.milliyet.com.tr/ihracat-rakamlari-aciklandi-gaziantep-yerelhaber-1874995/ adresinden edinilmiştir.

Kalın, İ. (2010). Kamu diplomasisi için bir mola. *Sabah.com.* 02.06.2018 tarihinde http://www.sabah.com.tr/yazarlar/ibrahim__kalin/2010/03/27/kamu_diplomasisi_icin_mola adresinden alındı.

Kurum, A. (2018). Göçle gelen ekonomi. *Yenisafak.com.* 06.03.2019 tarihinde https://www.yenisafak.com/ekonomi/gocle-gelen-ekonomi-2991973 adresinden edinilmiştir.

Lindsay Lohan Gaziantep'te mülteci kampını ziyaret etti. (2016). *Mynet.* 14.03.2019 tarihinde https://www.mynet.com/lindsay-lohan-gaziantepte-multeci-kampini-ziyaret-etti-93118-mymagazin adresinden edinilmiştir.

Lindsay Lohan visits Syrian refugee camp in Turkey. (2016). *Orient-news.* 11.03.2019 tarihinde https://www.orient-news.net/en/news_show/124748/0/Lindsay-Lohan-visits-Syrian-refugee-camp-in-Turkey adresinden edinilmiştir.

Nye, J. (2005). *Yumuşak güç.* R. İnan (Çev.). Aydın. İstanbul: Elips Kitap.

Özcan, C. (2016). Avrupa mültecileri nasıl seçiyor. *Hurriyet.com.* 06.03.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/dunya/avrupa-multecileri-nasil-seciyor-40081504 adresinden edinilmiştir.

Özkan, A. (2014). Role of public diplomacy in establishing nation branding and public diplomacy posibilities of Turkey. *European Journal of Research on Education.* 1-5.

Özkan, A. (2015). 21. yüzyılın stratejik vizyonu kamu diplomasisi ve Türkiye'nin kamu diplomasisi imkanları. *Stratejik Rapor No: 70.* İstanbul: Tasam.

Rasmussen, K. R. &Merkelsen, H. (2012). The new pr of states: How nation branding practices affect the security of public diplomacy. *Public Relations Review, 38,* 810-818.

Saraç, N. (2017). Vali Yerlikaya net konuştu. *Gaziantepdogus.com.* 14.03.2019 tarihinde http://www.gaziantepdogus.com/haber/vali-yerlikaya-net-konustu-4288.html adresinden edinilmiştir.

Suriyeliler en çok nerelere göçtü. (2018). *Sputniknews.* 02.03.2019 tarihinde https://tr.sputniknews.com/dunya/201801311032054552-suriyeliler-en-cok-nerelere-goctu/ adresinden edinilmiştir.

Şahin, 'Gaziantep göç yönetim modelini' anlattı. (2017). *Hurriyet.* 03.03.2009 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/sahin-gaziantep-goc-yonetimi-modelini-anlatt-40665520 adresinden edinilmiştir.

Şimşek, Y. (2018). TBMM, Türkiye'deki Suriyelilerin röntgenini çekti. *Sputnik.com.* 02.03.2019 tarihinde https://tr.sputniknews.com/turkiye/201801181031873614-tbmm-turkiye-suriyeliler-rontgenini-cekti/ adresinden edinilmiştir.

Türkiye'deki Suriyeli sayısı. (2019). *Multeciler.* 27.02.2019 tarihinde https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/ adresinden edinilmiştir.

Türkiye nüfusu. (2019). *Nufusu.* 28.02.2019 tarihinde https://www.nufusu.com/ adresinden edinilmiştir.

Türkiye Suriye sınırı kaç km'dir. (2019). *Gokbilgi.* 01.03.2019 tarihinde http://www.gokbilgi.com/turkiye-suriye-siniri-kac-kmdir/ adresinden edinilmiştir.

Varoğlu, A. (2013). Kamu diplomasisinde kavramsal ve kuramsal Süreç. Editör: A. Yalçınkaya ve Y. Özgen (Ed.), *Kamu Diplomasisi* içinde (ss. 1-29), İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları.

Yang, A., Klyueva, A. & Taylor, M. (2012). Beyond a dyadic approach to public diplomacy: Understanding relationships in multipolar world. *Public Relations Review,* 38, 625-66.

Yılmaz, S. (2012). *Akıllı güç.* İstanbul: Kum Saati Yayınları.

Wang, J. (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review, 32,* 91-96.

Orta Doğu'da Türk Dizileri, Yumuşak Güç ve Kültürel Emperyalizm

Gözde KURT[*]

Giriş

Kültürel diplomasi alanında önemi her geçen gün daha fazla anlaşılan kavramlardan biri "Yumuşak Güç" kavramıdır. Günümüzde televizyon dizileri ve dijital platformlarda yayımlanan diziler ile dünyanın birçok ülkesinde farklı kültürlere sahip insanlar diğer ülkelere ve kültürlere ilişkin bilgi ve fikir sahibi olabilmektedir. Bu anlamda, bir ülkenin yaşam biçiminin ve kültürünün aynası olan diziler dünya çapında izleyici kitlesi oluşturması bakımından önemli bir yumuşak güç aracıdır. Dünyanın çeşitli ülkelerinde takip edilen Türk dizileri birçok Latin Amerika, Balkan ve Orta Doğu ülkesinde önemli izleyici rakamlarına ulaşması ile Türkiye'nin yumuşak gücünü artırmaktadır. Özellikle bazı Orta Doğu ülkelerinde Türk dizilerini takip ederek Türkiye hakkında bilgi sahibi olan izleyiciler, bu sayede Türk kültürünü ve değerlerini daha yakından tanımakta, dizilerde gördüğü Türk oyunculara hayranlık duymakta, Türk markalarına ve Türk tasarımı olan ürünlere daha fazla ilgi göstermekte ve Türkiye'yi seyahat planlarına dahil edebilmektedir. Orta Doğulu izleyicilerde Türkiye'ye ve kültürüne karşı uyanan merak bunlarla da sınırlı kalmamaktadır. Türk dizileri, kadınla erkek arasındaki romantik ilişkileri, özgür ve güçlü kadın imajını,

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi İngilizce Yeni Medya Bölümü, gozdekurt@gmail.com

da, mevcut araştırmaların bulguları Türk dizilerinin Orta Doğu'daki izleyicilerin yaşam biçimlerine ve bakış açılarına temas ettiğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Türk dizilerinin Orta Doğu'da bölgesizleşmiş topluluklar yaratması ve yumuşak güç aracı olarak toplumları etkilemesi ile bölgede ilerideki yıllarda kültürel emperyalizm alanında Amerikan yapımlarına en yakın rakibin Türk yapımlarının olduğunu ve Orta Doğu'daki kültürel tahakküm sahasının önümüzdeki dönemde Amerika Birleşik Devletleri ve Türkiye tarafından şekillendirileceğini söylemek mümkündür.

Kaynakça

Akça, E. B. (2018). Küreselleşme üzerine bir tartışma: 'kültürel emperyalizm' ve 'kültürel küreselleşme' tezleri. *Tasam*. 06.07.2019 tarihinde http://www.tasam.org/tr-TR/Icerik/854/kuresellesme_uzerine_bir_tartisma_kulturel_emperyalizm_ve_kulturel_kuresellesme_tezleri adresinden edinilmiştir.

Ang, I. (1985). *Watching dallas*. New York: Routledge.

Avcı, A. (2011). *Televizyonda hikaye anlatıcılığı*. İstanbul: H2O.

Aydemir, E. (2016). *Dış politikada yumuşak güç ve medya*. İstanbul: Kalkedon.

Barnils, A. (2019). Nicholas J.Cull: "I do not understand diplomacy as a monopoly of the nation-state". *English.Vilaweb.cat*. 03.07.2019 tarihinde https://english.vilaweb.cat/noticies/nicholas-j-cull-i-do-not-understand-diplomacy-as-a-monopoly-of-the-nation-state/ adresinden edinilmiştir.

Binbir Gece dizisi Latin Amerika'da!, Türkiye Gazetesi. (2014, 5 Mart). *Türkiye Gazetesi*. https://www.turkiyegazetesi.com.tr/magazin/138354.aspx adresinden edinilmiştir.

Çoban, B. (2011). *Televizyonda hikaye anlatıcılığı*. İstanbul: H2O.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Altun: "Türk dizileri önemli bir başarı hikayesine imza attı. (2019, 11 Mart). *Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı*. 25.06.2019 tarihinde https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskanligi-iletisim-baskani-prof-dr-altun-turk-dizileri-onemli-bir-basari-hikayesine-imza-atti adresinden edinilmiştir.

Ekşi, M. (2014). Kamu diplomasisi ve ak parti dönemi türk dış politikası. Ankara: Siyasal.

Fahrettin Altun: Türk dizileri önemli bir başarı hikayesine imza attı. (2019, 11 Mart). *TRT Haber*. 25.06.2019 tarihinde https://www.trthaber.com/haber/turkiye/fahrettin-altun-turk-dizileri-onemli-bir-basari-hikayesine-imza-atti-407992.html adresinden edinilmiştir.

Hepp, A. (2013). *Medyatikleşen kültürler*. Ç. Bozdağ (Çev.). Ankara: Dipnot.

Karlıdağ, S., Bulut, S. (2019). 'Made in Turkey' Dünya Türk dizilerini izliyor. *The Brand Age*. 25.06.2019 tarihinde https://www.thebrandage.com/made-in-turkey-dunya-turk-dizilerini-izliyor adresinden edinilmiştir.

Holton, R. (2000). Globalization's cultural consequences. *Kirmizilar.com.* 20.07.2019 tarihinde https://www.kirmizilar.com/tr/index.php/konuk-yazarlar2/1854-kuresellesmenin-kulturel-sonuclari#edn1 adresinden edinilmiştir.

McLuhan, M. (1967). *The medium is the message*. *Archive.org.* 20.07.2019 tarihinde https://archive.org/details/pdfy-vNiFct6b-L5ucJEa/page/n1 adresinden edinilmiştir.

Morley, D. (1992). *Television audiences & cultural studies*. New York: Routledge.

Mustafa, T. (2012). Batı'da sekülerlik ve türkiye müslümanlığının seküler içerimleri. *İnsan & Toplum*, *2* (4), 181-204. doi: http://dx.doi.org/10.12658/human.society.2.4.M0051

Nuroğlu, E. (2013). Dizi turizmi: Orta doğu ve balkanlar'dan gelen turistlerin türkiye'yi ziyaret kararında türk dizileri ne kadar etkili?. *5. Uluslararası İstanbul İktisatçılar Zirvesi*, 1-13.

Orta Doğu Türk ünlülerin isimlerini kullanarak para kazanıyor. (2018, 18 Aralık). *Yenişafak.* 28.06.2019 tarihinde https://www.yenisafak.com/hayat/orta-dogu-turk-unlulerin-isimlerini-kullanarak-para-kazaniyor-3415833 adresinden edinilmiştir.

Öztürk, M., Atik, A. (2016). Ulusal pazardan küresel pazarlara uzanan süreçte türk dizilerinin gelişimi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, *3* (2), 66-82.

Said, E. (1995). *Kültür ve emperyalizm*. N. Alpay (Çev.). İstanbul: Hil.

Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri sosyal teori ve kitle iletişimi*. G. Orhon & B. E. Aksoy (Çev.). Ankara: Ütopya.

Süleyman'ın İtalya seferi!. Habertürk. (2013, 27 Mart). *Habertürk.* 07.07.2019 tarihinde https://www.haberturk.com/medya/haber/830894-suleymanin-italya-seferi adresinden edinilmiştir.

Şahin, M. (2013). Case study: Türkiye'nin Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da uyguladığı kamu diplomasisi faaliyetleri. A. Yalçınkaya, Y. Özgen (Haz.), *Kamu diplomasisi* kitabı içinde (ss. 231-251). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi.

Şahin, M., Çevik, B.S. (2015). Kültürel diplomaside devlet dışı aktörler: Türk sineması ve dizileri. Çevik, B. S. (Haz.), *Türk dış politikası ve kamu diplomasisi* içinde (ss. 391-437). Ankara: Nobel.

Tomlinson, J. (1999). *Kültürel emperyalizm*. E. Zeybekoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

Türk dizileri Arapların tabularını yıkıyor; kadınlar eşlerinin Kıvanç Tatlıtuğ gibi olmasını istiyor. (2018, 12 Mart). *T24*. 24.06.2019 tarihinde https://t24.com.tr/haber/turk-dizileri-araplarin-tabularini-yikiyor-kadinlar-eslerinin-kivanc-tatlitug-gibi-olmasini-istiyor,579078 adresinden edinilmiştir.

Türk dizileri 300 milyon dolarlık ihracat yapıyor. (2018, 15 Ekim). *Habertürk*. 05.06.2019 tarihinde https://www.haberturk.com/turk-dizileri-300-milyon-dolarlik-ihracat-yapiyor-2179942-ekonomi adresinden edinilmiştir.

Türkiye yapımları Cannes dizi fuarının kırmızı halısında. (2018, 15 Ekim). *Hürriyet.* 24.06.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turkiye-yapimlari-cannes-dizi-fuarinin-kirmizi-halisinda-40987195 adresinden edinilmiştir.

Kültürel Diplomasisi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: 'Diriliş Ertuğrul' Örneği

Yunus Emre ÖKMEN[*]
Oğuz GÖKSU[**]

Giriş

Kamu diplomasisi, bir ülkenin kendi kültürel, ideolojik, sosyolojik varlıklarını başka ülke vatandaşlarını etkilemek için çeşitli araçlar yardımıyla kullanmaları olarak ifade edilebilir. Diğer ülkelerin ve küresel gelişmelerin karşısında güçsüz kalmamak için görsel işitsel medya içerikleri ve yaratıcı diğer medya içerikleri kullanılabilmektedir. Kamu diplomasisinde ülkeler mesajlarını ve ideallerini medya aracılığıyla aktarabilmektedir. Bunun en somut örneği olarak birinci sinemanın beşiği olan Hollywood gösterilebilir. Hollywood film endüstrisini elinde tutarak pek çok ülkede faaliyet gösterebilmektedir. Film sektörünü domine etmesi, çok sayıda film üretebilmesi, film üretimi için gerekli teknik ekipmanda son teknolojilerin kullanılması, film üretim, dağıtım ve gösterim ağının gelişmiş olması gibi etmenler Hollywood filmlerini önemli bir konuma taşımaktadır. Filmler aracılığıyla kültür, yaşam, markalar gibi pek çok unsur farklı kamuoylarına aktarılabilmektedir. Hollywood film endüstrisinin bu gücü televizyon dizileri için de geçerli olabilmektedir. Dizi sektörüne bakıldığında Türkiye'den çıkmış ve

[*] Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, yunusemreokmen@gmail.com
[**] Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguzgoxsu@gmail.com

olmayacaktır. Dizilerle ilgili AR-GE çalışması yapılmalı, Kültür ve Turizm Bakanlığı bu süreçte öncü olmalı, tüm paydaşlar ortak hareket etmeli, Yunus Emre Enstitüleri ve Türkoloji bölümleriyle birlikte hareket edilerek diziler üzerinden benzer mesajlar öne çıkarılmalı ve Türkçe'nin doğru kullanılmasına azami dikkat gösterilmelidir. Dizilerin farklı ülkelerde yayınlanmasından önce ve sonra o ülkedeki Türkiye ve Türk kültürüne yönelik algıyı öğrenmek ve mukayese etmek amacıyla nicel ve nitel araştırmalar yapılmalıdır. Böylece dizilerin etkisi ölçülerek, nasıl algılar oluşturduğu ve ne gibi değişiklere yol açtığı analiz edilmelidir. Bu yaklaşım dizilerin kültürel diplomasideki rolü ve etkinliğini de ortaya çıkaracaktır.

Kaynakça

Akçay, N. C. (2014). *Kamu diplomasisi aracı olarak kültürel diplomasi ve Fransa'nın Afrika ülkelerine yönelik uluslararası öğrenci programları örneği.* Ankara: Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı Uzmanlık Tezi.

Akova, S. (2014). *Türk dizilerinin Balkanlar'daki etkileri.* Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Arapça Diriliş Ertuğrul 200 milyon kez izlendi. (2017, 25 Temmuz). *AA.* 25.07.2019 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/-arapca-dirilis-ertugrul-200-milyon-kez-izlendi/772006 adresinden edinilmiştir.

Asan, Y. (2017). Diriliş'i 60 ülke seyrediyor. *Yenişafak.com.* 27.06.2019 tarihinde https://www.yenisafak.com/hayat/dirilisi-60-ulke-seyrediyor-2627920 adresinden edinilmiştir.

Aslan, P. (2018). *Bir uluslararası halkla ilişkiler stratejisi olarak kültür ve yaratıcı endüstri ürünleri: Latin Amerika pazarında Türk dizileri üzerine bir araştırma.* Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bakır, A. M. (2018). *Türkiye ve Orta Doğu ülkeleri arasında pazarlama iletişiminin bir aracı olarak Türk dizileri.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Baran, F. (2012). *Film endüstrisi ders notları.* İstanbul: y.y.

Barlas Bozkuş, Ş. (t.y.). Kültür diplomasisinin sınırları: Türk kültürü ve sanatının uluslararası platformlarda tanıtımı (1908-2010). *Academia.com.* 07.07.2019 tarihinde https://www.academia.edu/30677947/ K%C3%9CLT%C3%9CR_D%C4%B0PLOMAS%C4%B0S%C4%B0N%C4%B0N_SINIRLARI_T%C3%9CRK_K%C3%9CLT%C3%9CR%C3%9C_VE_SANATI-

NINULUSLARARASI_PLATFORMLARDA_TANITIMI_1980-2010_ adresinden edinilmiştir.

Büyükköşdere, Ş. (2018). Ortadoğu'dan Avrupa'ya 100 ülkeye dizi ihracatı. *Aksam.com.* 02.07.2019 tarihinde https://www.aksam.com.tr/roportaj/ortadogudan-avrupaya-100-ulkeye-dizi-dizi-ihracat/haber-763542 adresinden edinilmiştir.

Çankaya, Ö. (1997). *Dünden bugüne radyo televizyon, Türkiye'de radyo televizyonun gelişim süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.

Çavuş, T. (2012). Dış politikada yumuşak güç kavramı ve Türkiye'nin yumuşak güç kullanımı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2* (2), 23-37.

Çınar, Ö. F. (2018). Türk dizileri ön yargıları yıkıyor. *GZT.com*. 30.06.2019 tarihinde https://www.gzt.com/aktuel-kultur/turk-dizileri-on-yargilari-yikiyor-3431893 adresinden edinilmiştir.

Diriliş Ertuğrul'u 173 ülke izliyor. (2016, 8 Aralık). *Star.com*. 25.07.2019 tarihinde https://www.star.com.tr/magazin/dirilis-ertugrulu-173-ulke-izliyor-haber-1165692/ adresinden edinilmiştir.

Diriliş Ertuğrul Arap coğrafyasına e-ihracatı patlattı. (2019, 9 Mart). *Sabah.* 29.06.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/apara/haberler/2019/03/09/dirilis-ertugrul-arap-cografyasina-e-ihracati-patlatti adresinden edinilmiştir.

Ece, Ö. (2013). Kültürel diplomasi. *İKSV.com.* 08.07.2019 tarihinde https://www.iksv.org/i/assets/iksv/documents/IKSV-PolitikaMetni-Kulturel-Diplomasi2.pdf adresinden edinilmiştir.

Erdoğan, M. (1999). Milliyetçilik ideolojisine dair. *Liberal Düşünce Dergisi.* 1999 Yaz, 89-98.

Fitzpatrick, K., Fullerton, J. & Kendrick, A. (2013). Public relations and public diplomacy: Conceptual and practical connections, *Public Relations Journal, 7* (4), 1-21.

Fosler-Lussier, D. (2012). Music pushed, music pulled: Cultural diplomacy, globalization and imperalism. *Diplomatic History, 36* (1), 53-64.

Gezici, A. (2011). *Muhteşem yüzyıl yalanları*. Anatolia Kitap: İstanbul.

Habermas, J. (1997). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*, Çev: Tanıl Bora, İstanbul: İletişim Yayınları.

Kadıoğlu, Ş. (2010). *Pembe dizilerin kadınlar üzerindeki etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kamu Diplomasisi aracı olarak Türk dizileri çalıştayı. (2019, 13 Mart). *YouTube.* 27.06.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=lDp-7Yi4l2w adresinden edinilmiştir.

Kılıçoğlu, G. & Yılmaz, N. A. (2016). Ortadoğu'da Türkiye etkisi; yumuşak güç ve kamu diplomasisi açısından bölgedeki siyasi projeksiyonlar. *Yeni Türkiye, 87,* 87-118.

Kültür ve sanat diplomasisi sektörel diplomasi inşası. (t. y.). *TASAM.* 06.07.2019 tarihinde http://www.tasam.org/Files/Etkinlik/File/VizyonBelgesi/SGPK_KVSD_KulturveSanatVizyon_TR_pdf_8df3e750-2b55-4dda-82e0-c185baad705d.pdf, adresinden edinilmiştir.

Medin, B. & Koyuncu, S. (2017). *Bir yumuşak güç aracı olarak sinema: Hollywood örneği*. International Journal of Social Sciences and Education Research, *3* (3), 836-844.

Nye, J. (2005). *Yumuşak güç*. R. İnan Aydın (Çev.). İstanbul: Elips Kitap.

Oğuz, Ş. (2018). Türk dizilerinde kamu diplomasisi. *Sabah.com.* 08.07.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/yazarlar/oguz/2018/01/13/turk-dizilerinde-kamu-diplomasisi adresinden edinilmiştir.

Ortadoğu'da beyazcama Türk dizileriyle gelen bahar. (2012, 29 Haziran). *YouTube.* 02.07.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=-99NpSTkXDtA adresinden edinilmiştir.

Ökmen, Y. E. (2017). *Kamu kanalı TRT'de yayınlanmaya başlayan 'Diriliş Ertuğrul' dizisinin izlerkitle ve etki çözümlemeleri: Birinci ve ikinci sezon*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özcan Deniz İsrail'de konser verdi. (2019, 7 Nisan). *Sputniknews.* 08.07.2019 tarihinde https://tr.sputniknews.com/ortadogu/201904071038651902-ozcan-deniz-israil-konser/ adresinden edinilmiştir.

Purtaş, F. (2013). Türk dış politikasının yükselen değeri: Kültürel diplomasi. *Gazi Akademik Bakış, 7* (13), 1-14.

Semercioğlu, C. (2018). Maduro'nun Diriliş sevgisi. *Hürriyet.com.* 04.07.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/cengiz-semercioglu/maduronun-dirilis-sevgisi-40893709 adresinden edinilmiştir.

Simonin, B. (2008). Nation branding and public diplomacy and opportunities. *The Fletcher Forum of World Affairs Special Edition, 32* (3), 19-34.

Smith, A. (2014). *Milli kimlik*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Şani, A. E. (2018). Diriliş Ertuğrul'un yeni sezonu başlıyor. *AA.com.* 28.06.2019 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/dirilis-ertugrulun-yeni-sezonu-basliyor/1304840 adresinden edinilmiştir.

Tanyeri Mazıcı, E. & Kodal, T. (2015). Kültürel diplomasi aracılığıyla ülke imajı: Orta Asya Türk cumhuriyetleri perspektifinden bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8* (39), 965-974.

Teksoy, R. (2005). *Rekin Teksoy'un sinema tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

TRT genel müdürü Şenol Göka: Diriliş Ertuğrul'a dünyanın her yerinden talep var. (2016, 10 Mart). *Karar.* 25.07.2019 tarihinde https://www.karar.com/hayat-haberleri/trt-genel-muduru-senol-goka-dirilis-ertugrula-dunyanin-her-yerinden-talep-var-79749 adresinden edinilmiştir.

Türk dizileri dünyada neden bu kadar ilgi gördü? (2018, 15 Mart). *YouTube.* 29.06.2019 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=MKs7HnIfhM8 adresinden edinilmiştir.

Uzuncan, B. (2013). Kamu diplomasisi ve Türkiye'nin ruhi coğrafyası. *DİB Analiz, 30,* 1-25.

Yıldırım, A. (2018). Türk dizileri. *Habertürk.com.* 01.07.2019 tarihinde https://www.haberturk.com/turk-dizileri-300-milyon-dolarlik-ihracat-yapiyor-2179942-ekonomi adresinden edinilmiştir.

Yunanistan'da karadayı çılgınlığı. (2013, 23 Eylül). *Ensonhaber.* 23.05.2019 tarihinde http://www.ensonhaber.com/yunanistanda-karadayi-cilginligi-2013-09-23.html adresinden edinilmiştir.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayınları.

Yusuf, M. (2014). *Arap topluluklarında Türk televizyon dizilerin yeri ve önemi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zengin, F. (2017). *Türk sinemasında dijital dönüşüm.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Türkiye'nin Dış Yardımları ve Rekabetçi Kimlik Açısından Somali'nin Önemi*

Nur Asena GÜLSOY[**]
Meltem BOSTANCI[***]

Giriş

Yumuşak güç tartışmalarında ortaya çıkan kavramlardan biri olan rekabetçi kimlik, daha popüler olan ulus-marka kavramının evrimi olmakla birlikte yeteri kadar incelenmemiştir. Bir ülkenin itibarını değerlendirmek amacıyla ortaya çıkan bu kavramlar, sadece devlet değil, toplumlar arası ilişkilerde de önemli yere sahiptir. Her devletin dünya sahnesinde kendine has özellikler edinme, farklılık yaratma, bunlarla özdeşleşme durumu vardır ve dış ilişkilerinde de bu özelliklerin yeri önemlidir. Türkiye'nin son yıllarda öne çıkardığı özelliklerinden biri de "insanilik"tir. Dış yardım faaliyetlerine özel önem atfeden Türkiye, bu alanda dünyaya örnek olma yolunda ilerlemektedir. Dolayısıyla dış yardımlar aracılığıyla dünya çapında "insani" rekabetçi kimlik yaratmaktadır; bu kimlik, onu diğer aktörlerden ayırmaktadır.

Bunun en görünür olduğu bölgelerin başında da Afrika kıtası gelmektedir. Türkiye'nin çeşitli kurumları Afrika ülkelerine sürekli olarak birçok alanlarda yardım götürmektedir. Bunun en görünür olduğu ülkelerin başında da Türkiye'nin, yeni baş-

---

* Bu çalışma, "Türkiye'nin Somali'ye Yardımlarının Rekabetçi Kimlik Kapsamında Analizi" başlıklı Yüksek Lisans tezinden türetilerek hazırlanmıştır.

** İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, nurgulsoy@hotmail.com

*** Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, meltemb@istanbul.edu.tr

zenginlikler" söyleminden kurtulup, daha belirgin alanlara yoğunlaşmaları faydalı olabilir.

Kaynakça

A/RES/46/182. (1991, 19 Aralık). *United Nations*. 24.05.2018 tarihinde http://www.un.org/documents/ga/res/46/a46r182.htm adresinden edinilmiştir.

Akkaya, A. (2012). *Türk dış politikasında Afrika kıtası ve 1998 Afrika'ya açılım eylem planıyla başlayan yeni dönemin analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. - T.C. Dışişleri Bakanlığı. *Afrika'ya açılım eylem planı.* (1999, Ağustos). 2.Baskı, Ankara.

Alshabab says Turkey leading new western conspiracy to colonize Somalia. (2012, 9 Mart). *Hiiran* Online. 1.1.2019 tarihinde https://hiiraan.com/news4/2012/Mar/23139/alshabab_says_turkey_leading_new_western_conspiracy_to_colonize_somalia.aspx adresinden edinilmiştir.

Anholt, S. (2007). *Competitive identity: the new brand management for nations, cities and regions.* London: Palgrave Macmillan.

BM konuşmasının tam metni. (2011, 23 Eylül). *USA Sabah***.** 11.08.2018 tarihinde http://www.usasabah.com/Guncel/2011/09/23/erdoganin-bm-konusmasinin-tam-metni adresinden edinilmiştir.

Bostancı, M. (2012). *Kamu diplomasisinde medyanın rolü ve önemi.* İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Carey, S. (2010). What aid does to a country's image, *New African*, August-Sept, 2010, 498, 94-96.

Carr, E. H. (1946), *The twenty years' crisis, 1919-1939, an introduction to the study of international relations.* London: Macmillan.

Communication de la Commission au Conseil et au Parlement Européen - Liens entre l'aide d'urgence, la réhabilitation et le développement - Évaluation /* COM/2001/0153 final */. (2001). *Journal Officiel de l'Union européenne.* 24.05.2018 tarihinde http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52001DC0153 adresinden edinilmiştir.

Cull, N. J. (2016). "Public diplomacy" before Gullion: the evolution of a phrase. 5.3.2019 tarihinde https://www.uscpublicdiplomacy.org/printpdf/22179 adresinden edinilmiştir.

Dinnie, K. (2008). *Nation branding: concepts, issues, practice.* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Doyle, P. & Stern, P. (2006). *Marketing management and strategy.* Essex: Pearson.

Ferro, M. (1997). *Colonization: a global history*, London: Routledge.

From aid to development: the global fight against poverty. (2012). *OECD Insights, OECD Publishing*. 24.05.2018 tarihinde https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264123571-

en.pdf?expires=1564963657&id=id&accname=guest&checksum=2C13B711F23EEC9EE701FC5B691A01E1 adresinden edinilmiştir.

Nye, J. S. (2005). *Soft power: the means to success in world politics.* New York: Public Affairs.

Opening remarks by H.E. Ban Ki-moon, Secretary General, the UN. (2012, 1 Haziran). 11.08.2018 tarihinde http://somalikonferansi.mfa.gov.tr/opening-remarks-by-ban-ki-moon-secretary-general-the-un.en.mfa adresinden edinilmiştir.

Özkan, M. (2010). What drives Turkey's involvement in Africa?. *Review of African Political Ecoomy*, *37* (126), 533-540.

Reestablishment of a permanent diplomatic presence in Somalia. (2018, 4 Aralık). *US Department of State*. 15 Ocak 2019 tarihinde https://www.state.gov/r/pa/prs/ps/2018/12/287876.htm adresinden edinilmiştir.

Should Puntland count on Turkey Somalia promises?. (2016, 1 Nisan). *Garowe Online*, 20.12.2018 tarihinde https://www.garoweonline.com/en/news/puntland/editorial-should-puntland-count-on-turkey-somalia-promises 20.12.2018

Somali. (2016). *TİKA*. 11.08.2018 tarihinde https://www.tika.gov.tr/upload/2016/Prestij%20Eserler/SOMAL%C4%B0%20YEN%C4%B0.pdf adresinden edinilmiştir.

Somali Cumhurbaşkanı Hasan Şeyh Mahmud Türkiye'de. (2014, 29 Eylül). 16.1.2019 tarihinde https://www.haberler.com/somali-cumhurbaskani-hasan-seyh-mahmud-turkiye-de-6430281-haberi/ adresinden edinilmiştir.

Stiller, B., Turkish airlines help somalia. (2017, 15 Mart). *YouTube*. 11.08.2018 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=b9xFFPQyImQ adresinden edinilmiştir.

Tandoğan, M. (2013). *Afrika'da sömürgecilik ve Osmanlı siyaseti (1800-1922).* Ankara: Türk Tarih Kurumu.

TİKA'nın Somali'de Yaptığı Sivil Havacılık Uygulamalı Eğitim Merkezi Hizmete Açıldı. (2017, 28 Eylül). *TİKA*. 11.08.2018 tarihinde http://www.tika.gov.tr/tr/haber/tika%27nin_somali%27de_yaptigi_sivil_havacilik_uygulamali_egitim_merkezi_hizmete_acildi-38274 adresinden edinilmiştir.

Turkey's Divine Mission. (2012, 2 Ağustos). *Somalia Report*. 18.12.2018 tarihinde http://piracyreport.com/index.php/post/2731/Turkeys_Divine_Mission_ adresinden edinilmiştir.

Türkiye-Afrika ilişkileri. (t.y.) *T.C. Dışişleri Bakanlığı*. 5.7.2018 tarihinde http://www.mfa.gov.tr/turkiye-afrika-iliskileri.tr.mfa adresinden edinilmiştir.

Türkiye kalkınma yardımları raporu. (2017). *TİKA*. 3.7.2018 tarihinde https://www.tika.gov.tr/upload/2018/2017%20Kalk%C4%B1nma%20Yard%C4%B1mlar%C4%B1%20Raporu/Kalkinma2017Web.pdf adresinden edinilmiştir.

#TurkishAirlinesHelpSomalia. (2017, 15 Mart). *YouTube*. 11.08.2018 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=xWS5v-Gclow adresinden edinilmiştir.

Türk Kamu Diplomasisi İçin Bir İmkân Olarak Türkiye Bursları

Fatih BARİTCİ[*]

Giriş

Yirminci yüzyılın ikinci yarısında kavramsallaştırılan kamu diplomasisi, uluslararası ilişkiler açısından önemli bir yere sahiptir. Devletler, sadece diğer devletlerle muhatap olmakla yetinmeyip onların kamularıyla da iletişim kurmaya önem vermektedirler. Bu sebeple kamu diplomasisi farklı uygulama alanlarıyla devletler için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Yıldırım'ın (2015, s. 114) da ifade ettiği gibi özellikle II. Dünya Savaşı sonrası dönemde küresel anlamda siyasal yapının değişmesi, ulus üstü kurumların kurulması, ülkelerin karşılıklı bağımlılıklarının artması, iletişim ve ulaşım alanında yaşanan gelişmeler, savunma sanayindeki yenilikler ve kişisel temasların artması/önem kazanması uluslararası sistemin yapısında değişikliğe neden olmuştur. Bu süreçte sivil toplum kuruluşları ve araştırma enstitüleri gibi devlet dışı aktörler de uluslararası ilişkilerde daha önemli hale gelmişlerdir. Hatta karar alma süreçlerinde göz önünde bulundurulması gereken bir yapı olarak kabul edilir olmuşlardır.

Kamu diplomasisi uzun zamandan beri varlığını sürdürmektedir. Kamu diplomasisi her zaman entelektüel bir kavram, akademik bir disiplin ya da dışişleri bakanlığı personellerinin

[*] Araş. Gör., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, fatihbaritci@hotmail.com

öğrencinin potansiyel bir gönüllü elçi ve Türkiye'nin yumuşak gücünü artıran bir unsur olduğu unutulmamalıdır. Kamu diplomasisini iyi kullanabilmenin temel noktası uzun vadeli stratejik bir iletişim yönetimidir. Uluslararası öğrenciler tam olarak bu noktada önemli hale gelmektedirler. Türk üniversitelerinin de kendilerini eğitim kalitesi ve dünyayla rekabet edebilme kabiliyeti gibi özellikleriyle cazibe merkezi haline getirmelerinin, Türkiye'ye gelecek uluslararası öğrencilerin sayılarının artmasında kayda değer bir çaba olacağı göz ardı edilmemelidir.

Kaynakça

Aydemir, E. (2016). *Dış politikada yumuşak güç ve medya*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Aziz, A. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. (10. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Baritci, F. & Aydeniz, H. (2019). Kamu diplomasisi aracı olarak medya: trt world örneği. *Erciyes İletişim Dergisi, 6*(2), 1551-1576.

Bostancı, M. (2012). *Kamu diplomasisinde medyanın rolü ve önemi*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Bureau of Educational and Cultural Affairs (2019). 26 Temmuz 2019 tarihinde https://eca.state.gov/fulbright/about-fulbright adresinden edinilmiştir.

d'Hooghe, I. (2014). *China's public diplomacy*. Brill: Leiden.

DiCicco-Bloom, B. & Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, 40(4), 314-321.

Dilek, Ş., Özdemir, B. Z. & İstikbal, D. (2019). *Asya yüzyılında Türkiye-Çin ekonomik ilişkileri*. İstanbul: Seta Yayınları.

Erdoğan, A. (2014). Türkiye'de yükseköğretimin gündemi için politika önerisi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 4*(1), 1-17.

Erzen, M. Ü. (2014) *Kamu diplomasisi*. (2. Baskı). İstanbul: Derin Yayınları.

Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. & Taşğın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma*. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hartig, F. (2016). How China understands public diplomacy: The importance of national image for national interests. *International Studies Review*, 0, 1-26.

Hürriyet (2019). *YÖK başkanı Saraç: Türkiye'deki uluslararası öğrenci sayısı 148 bini aştı*. 31 Temmuz 2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/egitim/yok-baskani-sarac-turkiyedeki-uluslararasi-ogrenci-sayisi-148-bini-asti-41133052 adresinden edinilmiştir.

Kalın, İ. (2011). Soft power and public diplomacy in Turkey. *Perception Journal of International Affairs, 16* (3), 5-23.

Kavoğlu, S. (2018). *Türk kamu diplomasisi/halkla ilişkiler eksenli model arayışları*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Leonard, M. (2002). *Public diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.

Metzgar, E. T. (2016). Institutions of higher education as public diplomacy tools: China-based university programs for the 21st century. *Journal of Studies in International Education, 20*(3), 223-241.

Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.

Poyraz, E. & Dinçer, M. (2016). Küreselleşen dünyada Türkiye'nin kamu diplomasisi faaliyetleri. *Intermedia International e-Journal, 3*(1), 30-48.

Ross, C. (2002). Public diplomacy comes of age. *Washington Quarterly*, *25* (2), 73-83.

Sancar, G. A. (2015). Kamu diplomasisinde medyanın önemi: Anadolu Ajansı örneği. M. Şahin ve B. S. Çevik (Ed.) *Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi* içinde (ss. 439-464.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.

Scott-Smith, Giles (2009). Exchange programs and public diplomacy. N. Snow & P. M. Taylor (Eds.). *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (ss. 50-56). New York NY: Routledge.

Snow, N. (2009). Rethinking public diplomacy. N. Snow & P. M. Taylor (Eds.). *Routledge Handbook of Public Diplomacy* içinde (ss 3-11). New York NY: Routledge.

TRT Haber (2019). *Ytb'nin "2019 Türkiye bursları" başvuruları başladı.* 12 Ağustos 2019 tarihinde https://www.trthaber.com/haber/gundem/ytbnin-2019-turkiye-burslari-basvurulari-basladi-401293.html adresinden edinilmiştir.

Tuch, H. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. New York: St. Martin's Press.

Türkiye Bursları (2019). 26 Haziran 2019 tarihinde https://turkiyeburslari.gov.tr/ adresinden edinilmiştir.

Van Ham, P. (2005). Power, public diplomacy, and the pax Americana. J. Melissen (Ed.). *The new public diplomacy* içinde (ss. 47-66). London: Palgrave Macmillan.

Vural Yılmaz, D. (2017). Geleceğin diplomatik inşası: kamu diplomasisi aracı olarak Türk yükseköğretimi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 57, 138-150.

Wang, J. (2006). Managing national reputation and international relations in the global era: Public diplomacy revisited. *Public Relations Review* 32, 91-96.

Yıldırım, G. (2015). *Uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisi*. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Yılmaz, A. N. & Kılıçoğlu, G. (2017). Balkanlar'da YTB ve TİKA'nın Türk kamu diplomasisi kurumları olarak faaliyetleri ve Türkiye'nin bölgedeki yumuşak gücüne etkileri. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2*(2), 115-131.

YTB (2019). *Türkiye bursları*. 6 Temmuz 2019 tarihinde https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/turkiye-burslari adresinden edinilmiştir.

HALKLA İLİŞKİLERDE TEORİ VE YAKLAŞIMLAR

Editör:
M. Umut TUNCER

LİTERATÜRK
academia

HALKLA İLİŞKİLERDE ALTERNATİF KURAMLARIN DOĞASI ÜZERİNE BİR İRDELEME

Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN

En "iyi" halkla ilişkiler aslında reklam olduğunu hissettirmeden yapılan biliş ve davranış işleme ve kontrolüdür. Bunun son zamanlardaki en sinsi olanlarından biri, medyada sigara ve içkiyi gösteren sahneleri karartarak veya buzlandırarak dikkatleri çekip "sigara ve içki içmeyi hatırlatmadır ("hadi, yak bitane" demektir). Bu tür çözümleri getirenlerin ve savunanların büyük çoğunluğunun ne yaptıklarının bilincinde olduklarını hiç sanmıyorum, "Trafik Canavarı olmayın" mesajında da olduğu gibi.

Giriş

Halkla ilişkiler, ekonomik alanda ve ekonomik bağlamda, şirketlerin pazarlama, satış ve hizmet yoluyla maddi (parasal) ve maddi olmayan kazançlarını artırma işini yaparak para kazanan ticari örgütlenmeyi anlatır. Maddi kazanç artırma, halkla ilişkiler faaliyetlerinden geçerek, örneğin, pazar payını ve kar miktarını bir önceki durumdan daha iyi bir duruma getirmektir. Maddi olmayan kazanç ise, maddi kazancın gerçekleştirilmesini ve sürdürülmesini halkla ilişkilerden geçerek sağlamanın zorunlu koşuludur. Bu nedenle, halkla ilişkilerin işi, halkla ilişkiler firmasının müşterileri için bilgi, duygu, inanç, biliş, bilinç, ilgi, tercih ve davranış yönetimi yapmaktır. Halkla ilişkiler firmasının müşterileri ise, elbette "benim çıkarım için benim propagandamı yap" diyen ve bu hizmet için de para ödeyen halk değildir; şirketler ve bazen de kurumlardır. Dolayısıyla,

Kaynakça

Cheney, G. & Christensen, L. (2001). "Organizational identity linkages between internal and external communication", In Jablin, F.M. and Putnam, L.L. (eds), The New Handbook of Organizational Communication, Thousand Oaks, CA: Sage.

Cheney, G. et al (2011) organizational Communication in an Age fo Globalization. Long grove, Ill: Waveland Press.

Erdoğan, İ. (2005) Kitle İletişiminde Pozitivist Ampirik Geleneğin Kuruluşu: Lazarsfeld ve Yönetimsel Araştırmalar. Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, 20(2): 1-48

Erdoğan, İ. (2008) Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Erk.

Erdoğan, İ. (2014) Medya teori ve araştırmaları. Ankara: Erk.

Erdoğan, İ. (2018) Diktatörlüğün medyası. Ankara: Pozitif

Ewen, S. (1996) PR! - A Social History of Spin. N.Y.: Basic Books.

Ewen, S. (2007). Public Relations: Corporate Spin and Propaganda. (An interview with Stuart Ewen). https://web.archive.org/web/20070502223132/http://www.zmag.org/zmag/articles/barsamianewenmay2000.htm

Grunig, L.A., Grunig, J.A, and Dozier, D.M. (2002). Excellent Public Relations and Effective Organizations. New York: Routledge.

Habermas, J. (1979) Communication and Evolution of Society. Boston: Beacon.

Holtzhausen, D. (2002). "A postmodern critique of public relations theory and practice". *South African Journal for Communication Theory and Research* , 28(1):29-38.

Ihlen, Ø., B. van Ruler & M. Fredriksson (2009). Public Relations and Social Theory: Key figures and concepts, (eds.). New York: Routledge.

Kenny, J. (2016) Excellence Theory and its Critics: A literature review critiquing Grunig's strategic management of public relations paradigm. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 17(2):78-91.

Kumar, D. (2006) Media, Culture, and Society: the Relevance of Marx's Dialectical Method. Marksizm and Communication Studies: the Point Is To Change It. İn: Lee Artz, Steve Macek, and Dana L. Cloud. NY: Peter Lang, 2006. 71-86.

L'Etang, J. & Pieczka, M. (2006). Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Lawniczak, R. (2016) A Post-socialist/communist Perspective: From Foreign-imposed to Home-grown Transitional Public Relations. In: Jacquie

L'Etang, J., D. McKie, N. Snow, and J. Xifra (eds) "The Routledge Handbook of Critical Public Relations", pp. 213-225. N.Y.: Routledge.

McNamara, J. (2016) Socially Integrating PR and Operationalising an Alternative Approach. In: Jacquie L'Etang, J., D. McKie, N. Snow, and J. Xifra (eds) "The Routledge Handbook of Critical Public Relations", pp. 335-348. N.Y.:Routledge.

McQuail, D. (1983) Mass Communication Theory. Ca: Sage.

Mosco, V. (2014) To the Cloud: Big Data in a Turbulent World. Boulder, CO: Paradigm Books.

Schiller, D. (2000) Digital Capitalism. Ca:Sage. S. 396-406.

Sokal, A. (2008) Beyond the Hoax: Science, Philosophy and Culture. Oxford: Oxford University Press.

SİSTEM TEORİSİ

Prof. Dr. Z. Beril AKINCI VURAL

Giriş

Bireyi ve toplumu anlamanın önemli araçlarından biri olan Sistem Teorisi, özellikle odağında insanı barındıran ve farklı paydaş gruplarıyla karşılıklı anlayış ve işbirliği geliştirmeye çalışan halkla ilişkiler mesleği açısından önem arz etmektedir. Tüm sosyal sistemlerin aslında iletişimle biçimlendiğini düşünürsek, sistemde insandan, rollerden çok iletişimin rolü olduğunu söyleyebiliriz. Birbiriyle ilişkili parçalardan oluşan ancak 'bütünün parçaların toplamından fazlasını' (Bertalanffy, 1969:18) ifade eden Sistem Teorisi'ne göre, sistemler birbirini ve tüm sistemi etkileyen alt sistemlerden oluşur. Bu yaklaşım sistemin tümünü anlayabilmek için parçalar arasındaki etkileşim ve ilişkilere odaklanmaktadır (Mele, Pels, Polese, 2010: 126). Sadece çevreleriyle etkileşim içinde olan sistemlerin devam edebileceğini öngören Sistem Teorisi, bu yönüyle açık sistemlere odaklanmakta ve de örgüt yapılarının ortaya konmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada kısaca sistem teorisinin artalanı açıklanıp işletme, yönetim, iletişim ve halkla ilişkiler bağlamında Açık Sistem Teorisi incelenecektir.

Sistem Teorisi: Kavram ve Artalan

Avusturyalı Biyolog Ludwig Von Bertalanffy tarafından 1930'larda Chicago Üniversitesi'nde bir seminerde ortaya atılan, sonrasında Weiner, Boulding gibi düşünürlerin katkısıyla geliştirilen Sistem Teorisi, genel prensiplerini her ne kadar mü-

halkla ilişkiler uzmanlarının alanında çok iyi eğitimli, deneyimli, iç ve dış çevre analizinde dikkatli, analitik, sürekli öğrenen, yeni iletişim teknolojilerine hâkim, paydaş etkileşiminde paylaşılmış anlam yaratacak iletişim tekniklere vakıf, üst yönetimine ne tür mesajlar üretmeleri gerektiği konusunda tavsiyelerde bulunan, mesaja ve hedef kitleye en uygun medyayı seçen, mesajların etkinliğini ölçümleyebilen son derece yetenekli, örgütün içinde bulunduğu durum ve koşullara bağlı olarak hem iletişim kolaylaştırıcı hem sorun çözme sürecini kolaylaştırıcı hem de uzman reçeteciler olması beklenmektedir.

Kaynakça

Akkuş, B., Alevok İzci, N. (2018). Sistem Yaklaşımı, Kavramları ve Yönetim. Recep Tayyip Erdogan Universtiy Journal of Social Sciences, 7: 223-237.

Almaney, A. (1973). Communication and System Theory of Organization. The Journal of Business Communication, Volume: 12 issue: 1, 35-43.

Andersen L. De Boer P. H. (2016). Learning from intelligent conversation: How can insights from system theory contribute to advance IMP Research?. IMP Journal, Vol. 10 Iss 3.

Başaran, İ. E. (1982). Örgütsel Davranış, Ankara: A.Ü. Eğitim Fakültesi Yayınları No: 108.

Başarır, M., (2018). Açık Sistem Yaklaşımı İçerisinde İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu ve Halkla İlişkiler. Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Yenilikçi Yaklaşımlar Cilt 2. Ankara: Gece Akademi.

Bertalanffy, L. V. (1969). General System Theory. Newyork: George Braziller lnc. Publishing.

Broom, G. M. (1980). A Comparison of Roles Played by Men and Women in Public Relations, 63rd Annual Meeting of the Association for Education in Journalism, August 9-13, Boston, 1-9.

Broom, G.M. (1986). Public Relations Roles and Systems Theory: Functional and Historicist Causal Models. 36th Annual Meeting of International Communication Association, 22-26 May, Chicago, 2-21.

Broom, G. M. (2009). Effective Public Relations. 10th Edition. NJ: Prentice Hall.

Broom, G. M. ve Smith, G. D. (1978). Toward an Understanding of Public Relations Roles: An Empirical Test of Five Role Models Impact on Clients. 61st

Annual Meeting of the Association for Education in Journalism, August 13-16, Washington, 1-22.

Can, H. (1997). Organizasyon ve Yönetim. (4. Baskı), Ankara: Siyasal Kitabevi.

Chikere, C.C, Nwoka, J. (2015). The Systems Theory of Management in Modern Day Organizations - A Study of Aldgate Congress Resort Limited Port Harcourt. International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 5, Issue 9, September, 1-7.

Coombs, T. (1993). Philosophical Underpinnings: Ramifications of a Pluralist Paradigm.

Public Relations Review, 19(20), 111-119.

Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relations. 9th Edition. Upper Saddle River:Prentice Hall.

Demirdöğen, O., Küçük, O. (2013). Üretim İşlemler Yönetimi. (3. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.

Dinçer, Ö. (1990). Sistem Yaklaşımı. Sosyal Bilimler Ansiklopedisi. Risale Yayınları, Cilt II., 404-407.

Ertong, G. (2011). Niklas Luhmann'ın Sosyal Sistemler Kuramı ve Güven Tartışmaları Bağlamında Sağlık Sistemi. A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(2), 3-25.

Gerim, G. (2017). A Critical Review of Luhmann's Social Systems Theory's Perspective on Mass Media and Social Media. The Journal of Humanity and Society, 7 (2), 1-24.

Gregory, A. (1999). Editorial: Measurement and Evaluation. Journal of Communication Management, Volume 4, Number 1.

Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). Excellent Public Relations and Effective Organizations. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J. E., Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Güney S. (Ed.). (2007). Yönetim ve Organizasyon. (2. Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Harris, T., E. (2002). Applied Organizational Communication Principles and Pragmatics for Future Practice (2nd ed.). NJ: Lawrence Erlbaum.

Hiscock, R. (2017). Applications of Systems Theory to Public Relations. Master Thesis of Arts in Communication. Mount Saint Vincent University.

Jalava, J. (2006). Trust as a Decision The Problems and Functions of Trust in Luhmannian System Theory. University of Helsinki Department of Social Policy Research Reports 1, 1-236.

Katz, D., Kahn, R.L. (1978). Organizations and the System Concept. Classics of Organization Theory. Ed. Shafritz, J.M. ve Whitbeck, P.H., Illinois: Moore Publishing Comp.

Koçel, T. (1999). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Yayınları.

Kurbanoğlu, S. S. (1993). Sistem Yaklaşımı ve Kütüphanecilik Bilimi. Türk Kütüphaneciliği, 7, 1, s. 33-40.

Lattimore, D, Baskin, O., Heimen, S.T. & Toth, E. L. (2012). Public Relations: The Profession and the Practice. 4th Edition. New York: Mc-Graw Hill Co.

Leitch, S., Neilson, D. (2001). Bringing Publics Into Public Relations: New Theoretical Frameworks for Practice. In R. L. Heath (Ed.), Handbook of Public Relations. California: Sage Publications.

Mehta, A.M., Xavier, R. (2009). Public Relations Management in Organizations. In Chia, Joy &Synnott, Gae (Eds.). An Introduction to Public Relations: from Theory to Practice. Australia: Oxford University Press.

Mele, C., Pels, J., Polese, F. (2010). A Brief Review of Systems Theories and Their Managerial Applications. Service Science, 2(1/2), 126-135.

Miller, K. (2003). Organizational Communication, Approaches and Processes (3rd Edition). California, USA: Wadsworth/Thomson.

Smith, A. L. (1991). Innovative Employee Communication: New Approaches to Improving Trust, Teamwork, and Performance. NJ: Prentice Hall.

Şimşek, M. Ş. Çelik, A. (2009). Yönetim ve Organizasyon. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Skyttner, L. (2001). General Systems Theory: Ideas and Applications. Singapore: World Scientific.

Tecim, V. (2004). Sistem Yaklaşımı ve Soft Sistem Düşüncesi. D.E.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi, Cilt:19 Sayı:2, Yıl:2004, 75-100.

Topaloğlu, M., Koç, H. (2010). Büro Yönetimi Kavramlar ve İlkeler. (5. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tortop, N., İsbir, E. G., Aykaç, B. (1999). Yönetim Bilimi. (3. Baskı), Ankara: Yargı Yayınevi.

Türkmenoğlu, A.T., Bulduklu, Y. (2013). Yönetimin Halkla İlişkiler Üzerindeki Etkisinin Weber'in Otorite Tipolojisi ve Likert'in Örgütsel Sistem Sınıflaması Çerçevesinde Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Sayı 30, 1-16.

Uygur, A. (2010). Yönetim ve Organizasyon. (4. Baskı), Mesleki ve Teknik Yayınlar Serisi, Ankara: Nobel Yayınları.

Vizkovatoff, A. (1999). Foundations of Niklas Luhmann's Theory of Social Systems. Philosophy of the Social Sciences, 29. 481-516.

Yamak, O. (1994). İşletmelerde Bilginin Karar Vericilere İletilmesi Sorununa Kavramsal Bir Çerçeve: Sistem Yaklaşımı. Marmara İletişim Dergisi, Sayı:6, Nisan.

Yalçınkaya, M. (2002). Açık Sistem Teorisi ve Okula Uygulanması. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 22, Sayı 2, 103-116.

Yüksel, A. H. (2016). İletişim Süreci ve Sistem Yaklaşımı Açısından İletişim Sürecinin İncelenmesi. Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi, 6 (6), 5-63.

MÜKEMMELLİK TEORİSİ

Doç. Dr. Gül Coşkun DEĞİRMEN
Araş. Gör. Emine ŞARDAĞI

Giriş

İçinde yaşadığımız rekabet koşullarında kurumlar artık rakiplerinden başarılı olmak ve kurumlarını daha iyiye ileriye götürebilmek için mükemmel olmanın mücadelesini vermektedir. Stratejik bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler kurumların amaçlarına ulaşmasında önemli görevleri yerine getirmektedir. Mükemmellik teorisi olarak bilinen araştırma programının başlangıcı 1960'larda, J. Grunig'in Kolombiyalı çiftçiler üzerine yaptığı araştırmalarla başlamaktadır. Daha sonra yapılan araştırmalar halkla ilişkilerin örgütsel karar vermedeki rolünü, halkla ilişkilerin simetrik modelini, halkla ilişkilerin ölçülmesini ve örgütlerin yapısının ve çevresinin halkla ilişkiler davranışını nasıl şekillendirdiğini yönünde devam etmiştir (Grunig ve Grunig, 2008: 327).

Mükemmellik Kavramının Ortaya Çıkışı

Eksiksiz, kusursuz, tam, yetkin olma anlamına gelen mükemmellik kavramı günümüz kurumlarının rekabette ayakta kalabilmek ve başarıyı devam ettirebilmek adına ulaşmak istedikleri noktayı ifade etmektedir. Mükemmellik çalışması Amerika'daki Uluslararası İş İletişimcileri Birliği (International Association of Business Communicatiors - IABC) tarafından başlatılmış kapsamlı bir projenin ürünüdür. Çalışmadaki "mükem-

mek olduğunu iddia etmektedir. Kimi yazarlar ise mükemmellik teorisini "modernist, işlevselci ve pozitivist" olarak tanımlayarak teorinin sadece hedef kitlenin değil örgütlerin yönetimine hizmet ettiğini belirtmektedir. (L'Etang ve Preczka, 1996; Neilson, 2011; J. Grunig ve L. Grunig, 2008, s. 328) İki yönlü simetri kavramına yönelik olarak eleştirilerde taraflar arasında bir güç dengesizliğinin olmasından dolayı kuruma daha fazla avantaj sağladığı ve güç dengesizliğinin manipülasyon ve kontrole yol açabileceği belirtilmektedir. Bununla birlikte ücreti çalıştığı kurum tarafından ödenen bir halkla ilişkiler uzmanından genel olarak kurum amaçlarına hizmet edecek şekilde davranması beklendiğinden bu durumun etik bir sorunu da beraberinde getirdiği söylenebilir.

Kaynakça

Akıncı Vural, B. (1998). Kurum Kültürü ve Örgütsel İletişim, İstanbul: İletişim Yayıncılık

Aydınalp, Ş.G.I. (2010). Mükemmel halkla ilişkiler değişkenleri bağlamında Türkiye'de müze halkla ilişkileri. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Başok, N. ve Değirmen G.C.(2014). *Proje yönetimi: Halkla ilişkilerde tutarlı, özgün, sürdürülebilir uygulamalar.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Brown, R.E. (2006). Symmetry and its critics. Antecedents, Prospects, and Implications for Symmefry in a Postsymmetry Era. *The Handbook of Public Relations kitabı içinde*. Sage: USA.

Brugha, R., ve Varvasovszky, Z. (2000). Stakeholder analysis: A review. Health Policy and Planning, 15(3), 239-246.

Coombs, W. T. ve Holladay, S. J. (2012). Fringe public relations: How activism moves critical PR toward the mainstream. Public Relations Review, 38(5), 880-887.

Coombs, W.T. ve Holladay, S.J. (2014). It's not just PR. Public Relations Society . (2nd Ed). Wiley Blackwell: USA.

Cutlip S.M., Center, A.H. ve Broom, G.M. (1985) Effective Public Relations, &. Baskı, Prentice Hall.

Çınarlı, İ. (2014). Stratejik iletişim yönetimi bağlamında paydaş kuramının eleştirel bir değerlendirmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(46),23-36.

Demir, H. ve Okan, T. (2009). Teknoloji, örgüt yapısı ve performans arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (1), 57-72.

Dozier, D.M., Grunig, L.A.ve Grunig, J.E. (1995) *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Dozier, D. M. ve Grunig, L. A., (2005). Halkla ilişkiler işlevinin örgütlenişi. *Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Dozier, M.D. (2005). İletişim ve halkla ilişkiler uygulayıcılarının rolleri. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Dozier, M.D. ve Ehling, W.P. (2005). Halkla ilişkiler programlarının değerlendirilmesi: Programların etkileri konusunda literatürün bize söyledikleri. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Ehling, W.P. (2005a). Halkla ilişkiler eğitimi ve profesyonellik. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde*. (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Ehling, W.P. (2005b). Halkla ilişkiler ve iletişimin örgüte kattığı değerin tahmini. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Ehling, W.P., White,J. ve Gruning, J.E. (2005). Halkla ilişkiler ve pazarlama uygulamaları. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Elton, L. (1993) "University teaching: a professional model for quality"aktaran R. Ellis (ed) Quality Assurance for University Teaching, Open University Press.

Grunig, J.E. ve Grunig L.A., (2011). Characteristics of excellence communication. *The IABC handbook of organizational communication kitabı içinde.* Tamara L. Gills (Ed). (2nd Ed.). Jossey Bass: USA.

Grunig, J. E., (2009). Büyük yapıyı biçimlendirmek: Stratejik bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler üzerine süregiden araştırmalar. *Halkla İlişkiler Üzerine: Disiplinler Arası Bir Alanın Yönelimleri,* Keskin, F. ve Özdemir, B. P. (Der.). Ankara: Dipnot Yay.

Grunig, J. E. ve Grunig, L. A. (2008). Excellence theory in public relations: Past, present, and future. *Public relations research kitabı içinde*. (1. Ed.). Ansgar

Zerfass, Betteke van Ruler, Krishnamurthy Sriramesh (Ed.). GWV Fachverlage GmbH: Wiesbaden.

Gruning, J., Gruning, L. ve Dozier,D. (2006) The excellence theory. *Public relations theory II içinde.* Carl H. Botan, Vincent Hazleton (Ed). New York: London.

Grunig, J. E. ve Grunig, L. A. (2005). Halkla ilişkiler ve iletişim modelleri. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Grunig, J. E. ve Repper, F.R. (2005). Stratejik yönetim, kamular ve gündemler. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Grunig, J.E. (2005a). İletişim, halkla ilişkiler ve etkin örgütler: Kitaba genel bir bakış. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde*. (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Grunig, J. E. (2005b). İç iletişimde simetrik sistemler. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Gruning, L.A. (2005a). Eylemcilik: Örgütlerin etkinliğini nasıl sınırlıyor ve mükemmel halkla ilişkiler departmanları nasıl karşılık vermeli? *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde*. (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Gruning, L.A. (2005b). Halkla ilişkiler departmanları ve güç. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde*. (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Gruning, L.A. (2005c). Halkla ilişkiler/ iletişim departmanları örgütlerin yapı ve ortamına kendini uydurmak için ne yapmalı…ve gerçekte ne yapıyor?. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Grunig, J. E. ve Grunig, L. A. (2000). Public relations in strategic management and strategic management of public relations: Theory and evidence from the IABC Excellence Project. *Journalism Studies*, 1(2),303–321.

Grunig, J. E. ve Grunig, L. A.(2003). Implications of the IABC excellence study for PR education. *Journal of Communication Management*, 7(1),34-42.

Grunig, L.A., Grunig, J.E. ve Dozier, D.M. (2002). *Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates: Routledge.

Grunig, L. A., Grunig, J. E. ve Vercic, D.(1998). Are the IABC's excellence principles generic? Comparing Slovenia and the United States, the United

Kingdom and Canada. Journal of Communication Management, 2(4), 335-356.

Grunig, J.E. (ed.) (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J. E., Excellence Theory in Public Relations, 08.05.2019 tarihinde https://kdpaine.blogs.com/files/encylopedia-of-communication-9781405131995_chapter_399.pdf adresinden alındı.

Health, R.L.(Ed.).(2005). *Encyclopedia of public relations*. Sage: USA.

Holtzhausen, D., Petersen, B. ve Tindal, N. (2003). Exploding the myth of the symmetrical/asymmetrical dichotomy: public relations models in the New South Africa. *Journal of Public Relations Research*, 15 (4), 305-341.

Holtzhausen, D. (2000) Postmodern values in public relations. *Journal of Public Relations Research,* 12 (1), 93-114.

Hon, L.C., Grunig, L.A. ve Dozier, D.M. (2005). Halkla ilişkiler ve kadın: sorunlar ve fırsatlar *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde*. (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Kenny, J. (2017). Excellence theory and its critics: A literature review critiquing Grunig's strategic management of public relations paradigm. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 17(2), 78-91.

Kim vd., (2013). A strategic management approach to reputation, relationships, and publics: The research heritage of the excellence theory. *The Handbook of Communication and Corporate Reputation içinde*. Craig E. Carroll (Ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Laskin, A. V. (2009). The evolution of models of public relations: An outsider's perspective. *Journal of Communication Management*, 13(1), 37-54.

Meng, J., Berger, B. K., Gower, K. K.ve Heyman, W. C. (2012). A test of excellent leadership in public relations: Key qualities, valuable sources, and distinctive leadership perceptions. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 18-36.

Moss, D., Vercic, D. ve Warnaby, G. (1990). Perspectives on public relations research. Routledge: London-New York.

Okay, A. ve Okay, A. (2012). *Halkla ilişkiler kavram strateji ve uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınları.

Peltekoğlu, F. B. (2009). *Halkla ilişkiler nedir?* İstanbul: Beta Basım:

Roper, J. (2005) Symmetrical communication: Excellent public relations or a strategy for hegemony? *Journal of Public Relations Research*, 17 (1),68-86.

Schein, E. (1992). Organizational Culture and Leadership, 2th Edition, San Francisco: Jossey Bass

Sriramesh, K. ve White, J. (2005). Toplum kültürü ve halkla ilişkiler. *Halkla ilişkiler ve iletişimde mükemmellik kitabı içinde.* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Theaker, A. (2006) Halkla İlişkilerin El Kitabı, Çev: Murat Yaz, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Tyma, A. W. (2008). Public relations through a new lens- Critical praxis via the excellence theory. *International Journal of Communication*, (2)193-205.

Türkmenoğlu, A. T. ve Bulduklu, Y. (2013). Yönetimin halkla ilişkiler üzerindeki etkisinin Weber'in otorite tipolojisi ve Likert'in örgütsel sistem sınıflaması çerçevesinde değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (SEFAD), (30), 1-16.

White, J. ve Dozier, D. M. (2005). Halkla ilişkiler ve yönetim kararları. *Halkla ilişkiler ve iletişim yönetiminde mükemmellik kitabı içinde* (1.Baskı). Serra Görpe (Ed.), Çev: Elif Özsayar, İstanbul: Rota Yayınları.

Wakefield, R. I. (2000). Preliminary Delphi research on international public relations programming Initial data supports application of certain generic/specific concepts. *Perspectives on Public Relations Research kitabı içinde.* Danny Moss, Dejan Verčič ve Gary Warnaby (Ed.). Routledge: London

İLİŞKİ YÖNETİMİ YAKLAŞIMI

Prof. Dr. Müjde KER DİNÇER

Giriş

Günümüzün değişim hızına yetişilmesi giderek zorlaşan iş ve sosyal ortamlarında, her ne kadar teknolojik ilerlemeye uyum sağlamak önemini katlanarak artırıyor gibi görünse de toplumun temelini oluşturan bireyler ve onların sosyal alandaki beklentilerini göz ardı ederek ilerlemeye çalışmak, küresel bazda sorunlara yol açmaktadır. Bireyler ve aralarındaki ilişkileri temel almayan, önem ve özen göstermeyen ya da bu ilişkilere dokunamayan bir gelişim, modern teknolojilerin geldiği son noktada bile yer alıyor olsa, hayatın farklı alanlarına dokunamamakta, zincirleme olarak iletişimsel ve ilişkisel yıkıma yol açmaktadır. Belirtilen önemli rol nedeniyle iş ve sosyal ortamlarda iletişim kurabilmek, ilişki içinde olabilmek ve bunu sürekli kılabilmek insanlar arası geliştirilmesi ve sürekli kılınması arzulanan beceriler arasında ilk sıralarda yer almaktadır.

İletişim ve ilişki doğaları gereği birbiri ile ayrılmaz bir bütünlük içinde kol kola yol alan ve gerek bireysel gerek toplumsal gelişiminin kilit noktasında bulunan olgulardır. Kişisel özelliklerden, demografik faktörlere, isteklerden ihtiyaçlara çeşitli ve çok sayıda farklılıkların sergilenmesine fırsat veren; böylece toplum içindeki herkese eşsiz ve benzersiz birer "birey" olma şansı tanıyan; insan yaşamının merkezinde yer alan bir beceri olarak iletişimin çıkış noktasını ikili temasın kurulmasından, toplumsal bağların oluşumuna uzanan "ilişki" kurma ve sürdürme becerisi oluşturmaktadır. İlişki olgusu en temel şekliyle

ler uygulamalarına olan temel katkısı; kurum-paydaş ilişkisi olduğu kadar kurum içindeki paydaşlar arasında da olumlu iletişim ikliminin varolduğu ve mümkün olan her durumda karşılıklı güven temeline dayalı ve arada kazan-kazan durumunun yaşandığı bir ilişki ortamının oluşturulmasıdır.

Kaynakça

Abdullah, F, Kanyan, A, (2012), "Identifying and Managing The Dimensions of Relationship Marketing for The Foodservice Industry" **3rd International Conference On Business and Economic**,1254-1270, 12-13 March, Indonesia.

Akar, H (2010) "Halkla İlişkilere Farklı Bir Yaklaşım: İlişki Yönetimi", **Selçuk İletişim Dergisi**, 6/3, 206-215.

Broom G M, Casey S ve Ritchey J (1997)" Toward a Concept and Theory of Organization Public Relationships", **Journal of Public Relations Research**, 9 (2), 83-98.

Broom, G M, Cutlip, S M, Center, A H (2009) **Effective Public Relations**, 10th Edition, Prentice Hall/Pearson Educational International, NJ.

Bruning S D ve Ledingham J A, (2000). "Perceptions of Relationships and Evaluations of Satisfaction: An Exploration of Interaction". **Public Relations Review**, 26(1): 85-95.

Bruning S D (2001) "Axioms of Relationship Management: Applying Interpersonal Communication Principles to the Public Relations Context", **Journal of Promotion Management**, 7 (1/2), 3-15.

Center, A H, Jackson P, Smith S, Stansberry F R. (2008) **Public Relations Practices: Managerial Case Studies and Problems**, 7th Edition, Pearson/Prentice Hall, New Jersey.

Cho, S, Hu, J (2010) "Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool". **Corporate Communications: An International Journal**, 15(1): 30-48.

Cutlip, S M, Center, A H (1978) **Effective Public Relations**. 5th Edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

De Vito, J (2017) **The Interpersonal Communication Book**, 15th Edition, Pearson Education, Boston.

Gündüz Hoşgör, D, Hoşgör, H. (2017) "İlişkisel Pazarlamaya Genel bir Bakış ve bu Konuda Yapılmış Tez Profillerinin İncelenmesi (2000-2016)". **The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science.** Number: 56 , Spring III 2017, 521-536,

Grunig, J E & Hunt, T (1984) **Managing Public Relations**, 3rd edition, New York: Holt, Rinehart & Winston.

Grunig, J E, Grunig, L (2005). **Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri, Halkla İlişkiler ve iletişim Yönetiminde Mükemmellik.** Çev: E Özsayar. İstanbul: Rota Yayıncılık.

Hutton J G (1999) "The Definition, Dimensions, and Domain of Public Relations", **Public Relations Review**, 25 (2), 199-214.

Kalender A (2008) "Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar ve Uygulama Alanları", A. Kalender ve M. Fidan (ed.), **Halkla İlişkiler**, Tablet Yayınları, Konya, 11-47.

Kenton, W (2018) "Relationship Management", **https://www.investopedia.com/terms/r/relationship-management.asp.** Erişim Tarihi: 21.04.2019.

Ledingham J A ve Bruning S D (1998) "Relationship Management in Public Relations: Dimensions of an Organization-Public Relationship", **Public Relations Review**, 24 (1), 55-65.

Ledingham, J A (2001). "Government-Community Relationships: Extending The Relational Theory of Public Relations". **Public Relations Review**, 27, 285–295.

Leonard L B (2002) "Relationship Marketing of Services Perspectives from 1983 and 2000", Journal of Relationship Marketing, 1:1, 59-77.

Ledingham J A (2003) "Explicating Relationship Management as a General Theory of Public Relations", **Journal of Public Relations Research**, 15 (2), 181-198.

Macnamara, J (1992). "Evaluation of public relations: The Achilles Heel of the Public Relations Profession". **International Public Relations Review**, 15(2), 19–25.

Macnamara, J (2000). **Jim Macnamara's Public Relations Handbook**. Melbourne, Vic: Information Australia.

Morgan, R, T and Hunt S. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". **Journal of Marketing**. 58(3):20-38 · July 1994

Peltekoğlu Balta, F (1998). **Halkla İlişkiler Nedir**. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Sabuncuoğlu, Z, (1998). **İşletmelerde Halkla İlişkiler**. 4. Baskı, Bursa: Alfa Yayınları.

Savaş, S ve Sürücü A (2016) "Değer Oluşturmada İlişki Yönetimi" **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt:5, Sayı:4, 175-192.

Waters, R D, Bortree, D S (2012). "Advancing Relationship Management Theory: Mapping The Continuum of Relationship Types". **Public Relations Review**, 38: 123-127.

PAYDAŞ TEORİSİ

Dr. Öğr. Üyesi Aslı İCİL TUNCER

Giriş

R.Edward Freeman'ın paydaş teorisi halkla ilişkileri, ilişkilerin yönetimi olarak açıklayan bakışın yaslandığı temel dayanaklardan birini oluşturur. Burada örgütün özerkliğin sınayan ve yeteneklerini sınırlayan/geliştiren gruplarla ilişkileri inşa etmek halkla ilişkilerin temel meselesidir. Freeman (1983; 1984) örgütün çevresindeki bu grupları "örgütün hedeflerinin gerçekleşmesinden etkilenen ya da bu hedefleri etkileyenler" olarak açıklamıştır. Şüphesiz Freeman'ın tanımı halkla ilişkilerin ne olduğu/ne yaptığı sorusundaki derin bulanıklığı netleştirmeye yaramıştır. Tanımda paydaş olarak adlandırılan gruplar paydaş teorisi olarak bilinen (Freeman, 1984) teoride, özellikle halkla ilişkiler alanında, birçok tartışmanın odak noktası haline gelmiştir. Çok sayıda çalışma teoriyi destekleyecek şekilde ilerlemiştir. Bunlardan çoğu farklı ve bazen çelişkili beklentileri olan çeşitli grupları vurgulayan paydaş matrislerinin oluşturulması için gerekli kategorileri sunar (Pearce 1982; Carroll 1989; Preston ve Sapienza 1990; Savage vd. 1991; Clarkson, 1995; Wood 1994; Mitchell vd. 1997). Dolayısıyla paydaş matrisleri, teorinin en pratik alanını oluşturur. Paydaş teorisi özünde, tanımlayıcı, kuralcı ve aynı zamanda pratiktir ve Donaldson ve Preston'ın (1995) iddia ettiği gibi yönetseldir. Teori diğer stratejik yönetim teorilerine göre de güçlü bir konumdadır, çünkü etik ve değerlere kasıtlı olarak hitap ederken (Phillips, Freeman ve Wicks 2003) liberal köklere de sahiptir (Freeman 2010).

eleştirilse de Sulkowski, Edwards, ve Freeman (2018). *"Shake Your Stakeholder: Firms Leading Engagement to Cocreate Sustainable Value"* da teoriyi hala canlı, iyi ve gelişmeye açık olarak tanımlar. Gerçekten de paydaş teorisi temel olarak örgütün en iyi şekilde nasıl çalıştığı ve nasıl çalışabileceği ile ilgili bir teoridir. Giriş bölümünde de söz edildiği gibi, tanımlayıcı, kuralcı ve aynı zamanda pratiktir ve Donaldson ve Preston'ın (1995) iddia ettiği gibi de yönetseldir. Son dönemlerin Grunig ve Hunt'ın (1992; 2000; 2002; 2006) çalışmalarından doğan geniş literatürdeki "etkin örgüt" fikri de bu teorinin hem beslendiği hem de onu besleyen çok sayıda varsayım içerir.

Nihayetinde paydaş teorisinin argümanları, Broom ilk kez, halkla ilişkilerin terim olarak ilişkiler ve karşılıklılığı içerdiğinden *"coorientational measurement of public issues"* makalesinde (1977, s.111) söz etttiğinden bu yana değerlidir. Sosyal aktörler arasında tarafsızlık ve ahlaki birliğin olmayışına bugünün getirdiği ünlem, sıklıkla rekabet eden, varsayımları olan ve buna eşlik eden ahlaki kurallarla dolu çoğulcu bir dünyayı anlatır. Dahası paydaş teorisi biçimsel örgütlenmelerin toplumu nasıl etkilediğine dair pek çok sosyolojik soruyu yanıtlayacak yolu da aydınlatır.

Kaynakça

Ambler,T., Wilson A. (1995). Problems of stakeholder theory. *Business Ethics,* 4(1), 30-35.

Aytekin, B. A., (2018), Examination of Community Structure in Corporate Interaction Processes. M. Umut Tuncer (Ed.), International Public Relations: Practices and Approaches Berlin: Peter Lang, 125-140.

Balmer, J., Bromley, D. (2001). Relationships *Between Personal and Corporate Reputation. European Journal of Marketing*, 35 (3-4), 316-334.

Bernays E.L. (1928). Manipulating public opinion: the why and the how. *American Journal of Sociology*, 33(6), 958-971.

Carroll, A.B. (1989). Business and society ethics and stakeholder management, SouthWestern Publishing, Cincinnati, OH.

Clarkson E. M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social Performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.

Dentchev, N., Heene, A. 2004. Managing the reputation of restructuring corporations: send the right signal to the right stakeholder. *Journal of Public Affairs*, 4(1), 56-72.

Dodd, E. M., Jr. (1932). For whom are corporate managers trustees?, Harvard Law Review, 45:1145-63. Reproduced in M. B. E. Clarkson (ed.) (1998) The Corporation and its Stakeholders: Classic and Contemporary Reading. Toronto: University of Toronto Press.

Donaldson, T., L.E. Preston. (1995). The stakeholder theory of corporation: Concepts, evidence and implication. *Academy of Management Review*, 20 (1), 65–91.

Dowling, R.G. (1994). Corporate reputations strategies for developing the corporate brand. Kogan Page: London.

Evan, W. M., Freeman, R.E. (1988). A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism. In T. Beauchamp & N. Bowie (Eds.), Ethical theory and business: 75-93. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Ferrero I., Hoffman W.M., Mcnulty, R.E. Must Milton Friedman embrace stakeholder theory?, *Business and Society*, 119(1), 37-59.

Fernando S., Lawrence S. (2014). A theoretical framework for csr practices: integrating legitimacy theory, stakeholder theory and institutional theory, *The Journal of Theoretical Accounting*, 10 (1), 149-178.

Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B. L., De Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Freeman, R. E. 1994. The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4),409-421.

Freeman, R.E., Gilbert, D.R., Jr. (1988). Corporate strategy and the search for ethics. Englewood Cliffs, NJ Prentice Hall.

Freeman, R.E., Phillips, R. (2002). Stakeholder theory: A libertarian defense. *Business Ethics Quarterly*, 12 (3), 331-350.

Freeman, R.E (1984). Strategic Management: A stakeholder approach. Boston, MA: Pitman.

Freeman, R.E. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409 421.

Freeman, R. E. (2008). Managing for Stakeholders, in T. Donaldson and P. Werhane (eds.), Ethical Issues in Business: A Philosophical Approach, 8th Edition (Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ), 39–53.

Freeman, R. E., Evan. W. (1990). Corporate governance: a stakeholder interpretation. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 337-359.

Freeman, R.E.,D.L, Reed. (1983) Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance, *California Management Review,* 25(3), 88-106.

Friedman, M. (1962). Capitalism and freedom. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Fontaine, S., Haarman, A., Schmid, S. (2006). The stakeholder theory. Retried from www.marrtonomily.com/sites/default/files/stakeholders theory pdf.

Gotsi, M., Wilson M.A. (2001). Corporate reputation: Seeking a definition, *Corporate Communication*, 6(1), 24-30.

Grunig, E.J., Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Wadsworth/Thomson Learning.

Grunig, J.E., Grunig, L.A. (2000). Public relations in strategic management and strategic management of public relations: theory and research from the iabc excellence project, *Journalism Studies*, 303-321.

Grunig, J.E., (Ed.) (1992). Excellence in Public Relations And Communication Management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J.E., Hung, C.J. (2002). The Effect Of Relationships On Reputation and Reputation on Relationships: A Cognitive, Behavioural Study. Paper Presented to The Public Relations Society of America Educator's Academy, Miami, Florida.

Grunig, J.E., (2006). Research in public relations: Current status and new directions, *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura,* 34, 49-65.

Johnson, R. W. (1947).People must live and work together, or forfeit freedom, Doubleday, Garden City, NY.

Key, S. (1999). Toward a new theory of the firm: a critique of stakeholder theory. *Management Decision*, 37(4), 317-328.

Kitchen P.J., Laurence, A. (2003). Corporate reputation: An eight-country analysis, *Corporate Reputation Review*, 6(2), 103-117.

Laplume, O.A, Sonpar, K., Litz, A.R. (2008). Stakeholder theory: Reviewing a theory that moves us, *Journal of Management,* 34(6), 1152-1189.

Lave, J. and Wenger, E. (1991). Situated learning. Legitimate peripheral participation. Cambridge: Cambridge University Press.

MacMillan , K ., Money , K ., Downing, S ., Hillenbrand, C. (2004). Giving your organisation spirit: An overview and call to action for directors on issues of corporate governance, corporate reputation and corporate responsibility. *Journal of General Management,* 30 (2), 15-42.

Mitchell, K.R, Agle, R.B., Wood, J.W. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts, *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.

Martin, R. (2010). The Age of customer capitalism. *Harward Business Review*, January-February.

Mulligan, T. (1986). A critique of Milton Friedman's essay The social responsibility of business. *Journal of Business Ethics*, 5(4), 265–269.

Porter, M. (1980). Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. New York: Free Press.

Rawlins, B.L. (2006). Prioritizing stakeholders for public relations. This is a Gold Standard paper of the Commission on Public Relations Measurement & Evaluation.

Schilling, A.M. (2000). Decades ahead of her time: advancing stakeholder theory through the ideas of Mary Parker Follett. *Journal of Management History*, 6(5), 224-242.

Stieb, J.A. (2009). Assessing Freeman's stakeholder theory, *Journal of Business Ethics*, 87,- 401-414.

Sulkowski, A. J., Edwards, M., & Freeman, R. E. (2018). Shake your stakeholder: Firms leading engagement to cocreate sustainable value. *Organization & Environment*, 31(3), 223–241.

Thompson, J.K., Wartick, S.L., Smith, H.L. (1991). Integrating Corporate Social Performance and Stakeholder Management: Implications for A Research Agenda in Small Business, Reserch in Corporate Social Performance and Policy.

Tuncer İcil, Aslı (2011). Stratejik Halkla İlişkiler: Paydaşlar, Kamular ve Konuların Yönetimi, Halkla İlişkilerden Halkla İlişkilere (içinde) Editör: Ç. Karakaya Şatır, Nobel Yayınevi, Ankara.

Orts W.E. Strudler, A. (2002) The ethical and environmental limits of stakeholder theory, *Business Ethics Quarterly,* 12 (2), 215-233.

Pearce, J.A.I. (1982). The company mission as a strategic tool, *Sloan Management Review*, 23(3), 15-25.

Preston E.L., Sapienza, J.H. (1990). Stakeholder management and corporate performance. *Journal of Behavioral Economics,* 19 (4), 361-375.

Phillips, R., Freeman E.R., Wicks C.A. (2003). What Stakeholder Theory Is Not. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 479-502.

Preston, L.E., Sapienza, H.J. (1990). Stakeholder management and corporate performance. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 361-375.

Pickton, D.W, Broderick, A.J (2001). Integrated Marketing Communications, Financial Times Prentice Hall.

Savage, G.T, Nix, T.W, Whitehead, C., Blair, J.& John D. (1991). Strategies for assessing and managing organizational stakeholders. *The Academy of Management Perspectives*, 5(2), 61-75.

Waddock , S.(2002). Leading Corporate Citizens. Vision, Values, Value Added, McGraw-Hill: Boston.

Wood, D.C. (1994). Business and society, Harper Collins:New York

DİYALOJİK İLETİŞİM YAKLAŞIMI

Doç. Dr. Hasret AKTAŞ
Araş. Gör. Nurcan YILMAZ

Giriş

İlişki kurma, etkileşimde bulunma, iş birliği ve katılımı sağlama gibi önemli roller üstlenen diyalog, halkla ilişkiler alanında merkezi bir konumda yer aldığı gibi kurumların halkla ilişkiler faaliyetlerinde, kurumsal amaçlara ve hedeflere ulaşmada yararlanılması kaçınılmaz bir kavram olmuştur. Halkla ilişkiler alanının odak noktasında olan ve daha önce fiziksel ortamlarda gerçekleşen diyalog, İnternet teknolojisi ile birlikte İnternet ortamlarında gerçekleşmeye başlamıştır. Bu bağlamda diyaloğun gerçekleşme biçiminde, dijital çağın koşullarına ve yeni ortamlara uyum sağlamaya yönelik bir değişim yaşanmıştır. İnternetin kullanımı ile yaşanan bu değişim diyalojik iletişimin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Dolayısıyla halkla ilişkiler alanında diyaloğun rolü düşünüldüğünde diyalojik iletişim de önemli ve etkili bir yaklaşım olarak benimsenmektedir.

Sürekli bir değişim ve gelişimin yaşandığı, bireylerin günlük yaşamlarında dijital teknolojilere gittikçe daha bağımlı hale geldikleri bir ortamda, kurumların kamuları ile olan diyaloglarını sürdürmek adına internetin diyalojik potansiyelinden yararlanması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu gereklilik de kurumların sadece web sayfaları ile değil, sosyal medya uygulamaları ve sosyal ağlar üzerinden de kamuları ile diyalojik olarak iletişim kurmaları durumunu beraberinde getirmektedir.

Kaynakça

Akbulut, E. & Okumuş, M. (2014). Diyalojik ilişki çerçevesinde İnternetin kamu diplomasisi amacıyla kullanımı: AB ülkeleri ve Türkiye *"Dijital İletişim Etkisi" Uluslararası Akademik Konferans Bildiri Kitabı* (pp. 224-236). İstanbul: İskenderiye Kitap.

Akbulut, E., Sönmez, B. & Okumuş, M. (2014). Türkiye'de Fortune 500 Listesinde Yer Alan Kuruluşların Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Düzeylerine Yönelik Bir Analiz *Atatürk İletişim Dergisi, 6*, 89-104.

Almfleah, A. (2017). *Social media use by public relations departments in Saudi Arabia* (PhD), University of Salford.

Baumgarten, C. (2011). Chirping for charity: How US nonprofit organizations are using Twitter to foster dialogic communication. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, , 2*(2), 5-14.

Bentley, J. M. (2012). Applying dialogic public relations theory to public relations education. *Teaching Journalism & Mass Communication, 2*(1), 1-11.

Beverly, J. A. (2013). *Public relations models and dialogic communication in the Twitterverse: An analysis of how colleges and universities are engaging their public through Twitter* (Doctoral dissertation), The University of Southern Mississippi.

Boztepe, H. (2013). Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı. *Akdeniz Iletisim Dergisi*, 110-128.

Buchanan-Oliver, M. & Fitzgerald, E. M. (2014). Industry and agency views of social media: Issues implementing dialogic communication. *Journal of Marketing Communications, 22*(4), 437-454. doi:10.1080/13527266.2014.975829

Can, S. (2017). *Diyalojik İletişim Gözüyle Gazi Üniversitesi Twitter Hesabına Bir Bakış.* Paper presented at the Sosbilko 2017: Sosyal Bilimler Araştırmaları Konferansı, Ankara.

Capizzo, L. (2018). Reimagining dialogue in public relations: Bakhtin and open dialogue in the public sphere. *Public Relations Review, 44*(4), 523-532. doi:10.1016/j.pubrev.2018.07.007

Carpenter, S., Takahashi, B., Lertpratchya, A. P. & Cunningham, C. (2016). Greening the campus: a theoretical extension of the dialogic communication approach. *International Journal of Sustainability in Higher Education, 17*(4), 520-539. doi:10.1108/ijshe-02-2015-0036

Cha, H., Yeo, S. & Kim, B. (2015). Exploring Websites of Foreign Embassies as a Dialogue Space for Diplomatic Offices and Foreign Publics: Based on Dialogic Theory of Public Relations. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering, 10*(2), 297-308. doi:10.14257/ijmue.2015.10.2.27

Engin, E. & Eker Akgöz, B. (2016). Belediyelerin Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Açısından Analizi. *Atatürk İletişim Dergisi, 10*, 91-110.

Ertem Eray, T. (2016). Utilization of Corporate Websites as a Dialogic Public Relations Tool in Turkey. *Global Media Journal TR Edition,, 6*(12), 201-213.

Gordon, J. & Berhow, S. (2009). University websites and dialogic features for building relationships with potential students. *Public Relations Review, 35*(2), 150-152. doi:10.1016/j.pubrev.2008.11.003

Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism, 6*(2), 1-19.

Ihator, A. S. (2001). Communication style in the information age. *Corporate Communications: An International Journal, 6*(4), 199-204. doi:10.1108/13563280110409836

Kart, P. (2017). *Diyalojik Halkla İlişkiler: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Firmaların Web Siteleri Üzerine Bir Araştrrma* (Yüksek Lisans), Ankara Üniversitesi.

Kent, M. L. & Lane, A. B. (2017). A rhizomatous metaphor for dialogic theory. *Public Relations Review, 43*(3), 568-578. doi:10.1016/j.pubrev.2017.02.017

Kent, M. L. & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public relations review, 24*(3), 321-334.

Kent, M. L. & Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public Relations Review, 28*(1), 21-37.

Kim, D., Chun, H., Kwak, Y. & Nam, Y. (2014). The Employment of Dialogic Principles in Website, Facebook, and Twitter Platforms of Environmental Nonprofit Organizations. *Social Science Computer Review, 32*(5), 590-605. doi:10.1177/0894439314525752

Köseoğlu, Ö. & Köker, N. E. (2014). Türk Üniversiteleri Twitter'i Diyalogsal İletişim Açisindan Nasil Kullaniyor: Beş Türk Üniversitesi Üzerine Bir İçerik Analizi. *Global Media Journal: Turkish Edition, 4*(8), 213-238.

Lane, A. B. & Bartlett, J. L. (2016). Why dialogic principles don't make it in practice-and what we can do about it. *International Journal of Communication, 10*, 4074-4094.

Lee, S. T. (2014). A user approach to dialogic theory in a Facebook campaign on love and marriage. *Media, Culture & Society, 36*(4), 437-455. doi:10.1177/0163443714523809

Madichie, N. O. & Hinson, R. (2014). A critical analysis of the "dialogic communications" potential of sub-Saharan African Police Service websites. *Public Relations Review, 40*(2), 338-350. doi:10.1016/j.pubrev.2013.10.009

McAllister-Spooner, S. M. & Kent, M. L. (2009). Dialogic Public Relations and Resource Dependency: New Jersey Community Colleges as Models for Web Site Effectiveness. *Atlantic Journal of Communication, 17*(4), 220-239. doi:10.1080/15456870903210113

Men, L. R., Tsai, W.-H. S., Chen, Z. F. & Ji, Y. G. (2018). Social presence and digital dialogic communication: engagement lessons from top social CEOs. *Journal of Public Relations Research, 30*(3), 83-99. doi:10.1080/1062726x.2018.1498341

Muckensturm, E. A. (2013). *Using dialogic principles on Facebook: How the accommodation sector is communicating with its consumers* (Doctoral dissertation), Clemson University, South Carolina.

Olinski, M. & Szamrowski, P. (2016). Dialogic Features of Non-Profit Organizations Websites-Relational Approacah. *Social Sciences Bulletin/Socialo Zinatnu Vestnesis,, 23*, 64-73.

Özdemir, B. P. & Aktaş Yamanoğlu, M. (2010). Türkiye'deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasiteleri Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1*(2), 1-34.

Pieczka, M. (2011). Public relations as dialogic expertise? *Journal of Communication Management, 15*(2), 108-124. doi:10.1108/13632541111126346

Spurgeon, C. (2007). *Advertising and new media*: Routledge.

Şimşek, G. (2016). Büyükşehir Belediye Başkanlarının Diyalojik İletişim Çerçevesinde Sosyal Medya Uygulamaları. *Journal of International Social Research, 9*(46), 829-839.

Taylor, M. & Kent, M. L. (2014). Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts. *Journal of Public Relations Research, 26*(5), 384-398. doi:10.1080/1062726x.2014.956106

Taylor, M., Kent, M. L. & White, W. J. (2001). How activist organizations are using the İnternet to build relationships. *Public Relations Review, 27*(3), 263-284.

Theunissen, P. & Rahman, K. A. (2011). Dialogue and two-way symmetrical communication in public relations theory and practice. *In Australian and New Zealand Communication Association Annual Conference*.

Türkal, İ. (2016). *Halkla İlişkiler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Türkiye'de İlk 100'de Yer Alan Şirketler Üzerine Bir İnceleme.* (Yüksek Lisans), Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.

Uzunoğlu, E. & Misci Kip, S. (2014). Building relationships through websites: A content analysis of Turkish environmental non-profit organizations' (NPO) websites. *Public Relations Review, 40*(1), 113-115. doi:10.1016/j.pubrev.2013.06.001

Valentini, C. (2015). Is using social media "good" for the public relations profession? A critical reflection. *Public Relations Review, 41*(2), 170-177. doi:10.1016/j.pubrev.2014.11.009

Waters, R. D., Canfield, R. R., Foster, J. M. & Hardy, E. E. (2011). Applying the dialogic theory to social networking sites: Examining how university health centers convey health messages on Facebook. *Journal of Social Marketing, 1*(3), 211-227. doi:0.1108/20426761111170713

Waters, R. D. & Tindall, N. T. J. (2010). Marketing churches on the İnternet: an analysis of the dialogic potential of Christian web sites. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, 15*(4), 369-381. doi:10.1002/nvsm.400

Watkins, B. A. (2017). Experimenting with dialogue on Twitter An examination of the influence of the dialogic principles. *Public Relations Review, 43*(1), 163-171. doi:0.1016/j.pubrev.2016.07.002

Wirtz, J. G. & Zimbres, T. M. (2018). A systematic analysis of research applying 'principles of dialogic communication'to organizational websites, blogs, and social media: Implications for theory and practice *Journal of Public Relations Research, 30*(1-2), 5-34. doi:10.1080/1062726X.2018.1455146

Yağmurlu, A. (2013). Diyalojik iletişim çerçevesinden ankara büyükşehir belediyesi sosyal medya uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 8*(1), 95-115.

BAĞLILIK YAKLAŞIMI: SANAL TOPLULUKLAR ARASI ETKİLEŞİMİN TASARLANMASI VE ANLAŞILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Behiç Alp AYTEKİN

Giriş

Geleneksel medya izleyicisi, içeriklerin takipçisi olma konumundan öteye gidemezken, bugünün kullanıcıları, kendi içeriklerini üreten, yayınlayan, çeşitli ağlara ve topluluk yapılarına dahil olan ve üretilen içerikleri yorumlayan, beğenen, yanıtlayan kişilere dönüşmüştür. Bugün baktığımızda, tüm bu hareketlilik çizgisinin sosyal medya kanalları üzerinde ifade, yorum, emoji veya görsel-işitsel bir uyaran olarak bir araya geldiği, bireysel kimlik temsilinin kullanıcı kimliğine dönüştüğü; topluluk belleğinin ise kısa vadeli olarak akış veya duvar üzerinde temsil edildiği görülmektedir. Bu bağlamda, pasif bir konumdan aktif bir içerik üreticisine dönüşen bireyin örgütsel anlamda maruz kaldığı halkla ilişkiler biçimleri de dönüşmüştür. Aynı izleyici konumunda olduğu gibi, belirli bir hedef kitle grubuna dahil olan her bir birey, dahil olduğu topluluk yapısı içinde pasif bir paydaş temsilcisinden çok daha fazlasını bekleyen ve organizasyonun içine dahil olabilen birer unsura dönüşmüştür.

Bu noktada iletişim literatüründe "engagement" kavramı ile ele alınan yaklaşım, sunduğu sürdürülebilir ve etkileşimli iletişim olanakları ile örgütlerin kullanması gereken önemli stratejik iletişimsel yapılardan birine karşılık gelmektedir. Paydaşlar ile kurulan etkileşimli bağ ve örgütün sahip olduğu ağ, hem fi-

kullanıcı aksiyonlarının ise etkileşimin üst kavramı ile karıştırılmadan hangi tamamlayıcı iletişim vaatlerini sunduğu görünür kılınmıştır. İlerleyen çalışmalar ile özellikle sosyal medya kanalları özelinde gerçekleştirilecek etkileşim temelli organizasyon ve paydaş paylaşım süreçlerinin bağlılık ve diyalojik yapılara yönelik çözümlemeleri arttıracağı düşünülmektedir. Bu noktada literatür kapsamında "engagement" olarak ele alınan kavramın Türkçeleştirme çabası ile karşılık geldiği anlam bütünün iyi ifade edilmesi ve alan literatürüne olumlu bir katkı sunabilmesi de önemsenmiştir.

Kaynakça

AMEC. (2012). Glossary: Plain Speaking - Engage Definition. Erişim Tarihi: 04 Ağustos 2019, Erişim Linki: https://amecorg.com/2012/06/glossary_plain_speaking/

Anderson, B., Swenson, R. ve Gilkerson, N. (2016). Understanding dialogue and engagement through communication experts' use of interactive writing to build relationships. *International Journal of Communication*. Erişim Linki: https://epublications.marquette.edu/comm_fac/443/

Assmann, J. (2001). *Kültürel Bellek: Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik*. (A. Tekin, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Atlee, T. (2003). *The Tao of Democracy: Using Co-Intelligence to Create a World that Works for All*. Cranston, RI: The Writers Collective.

Aytekin, B. A. (2015). *Yerel Zanaatların Sürdürülebilirliği İçin Akademi-Atölye Arası Örtük Bilgi Aktarım Süreçlerinin Katılımcı Tasarım Yöntemi ve Teknoloji Desteği ile Yeniden Düzenlenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: Galatasaray Üniversitesi.

Aytekin, B. A. (2016). Bilgisayar Destekli Eğitimde Teknolojik Kolaylaştırıcı Olarak Facebook Platformu ve Avantajları. *International Multilingual Academic Journal*, *3*(3), 48-56.

Aytekin, B. A. (2019). İzleyici ve İçerik Etkileşimi Bağlamında Yeni Bir YouTube Fenomeni Olarak Otonom Duyusal Meridyen Tepki (ASMR) Etkisinin Deri İletkenliği Ölçümü (GSR) Tekniği ile İncelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, *10*(17), 1568-1600.

Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: Sage.

Bauman, Z. (1992). A Sociological Theory of Postmodernity. Içinde P. Beilharz, G. Robinson ve J. Rundell (Ed.), *Between Totalitarianism and Postmodernity* (ss. 149-162). Cambridge: MIT Press.

Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu. İçinde M. Binark (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları* (ss. 21-44). Ankara: Dipnot Yayınları.

Binark, M. (2010, Mart 1). Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı…. Erişim Tarihi: 04 Nisan 2019, Erişim Linki: https://yenimedya.wordpress.com/tag/hareketsiz-toplum-sallasma/

Bozkurt, V. (1999). Yıkıcı Gemeinschaft'tan Öteki'siz Postmodern Kabilelere: Sanal Cemaatler. *Birikim Dergisi*, 65-72.

Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Cilt 1, Ağ Toplumunun Yükselişi*. (E. Kılıç, çev.). İstanbul: Bİlgi Üniversitesi Yayınları.

Çınarlı, İ. (2014). Stratejik İletişim Yönetimi Bağlamında Paydaş Kuramı'nın Eleştirel Bir Değerlendirmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, *46*(1), 23-36.

Cohen, A. P. (1999). *Topluluğun Simgesel Kuruluşu*. (M. Küçük, çev.). Ankara: Dost Yayınları.

Connerton, P. (1999). *Toplumlar Nasıl Anımsar?* (A. Şenel, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cova, B. ve Cova, V. (2001). Tribal Aspects of Postmodern Consumption Research: The Case of French In-Line Roller Skaters. *Journal of Consumer Behaviour*, *1*(1), 67-76.

Dilek Türk, G. ve Tugen, B. (2014). Dijital Cemaatler ve Postmodern Kabile Örneği: İnci Sözlük. İçinde *XIX. Türkiye'de İnternet Konferansı*. İzmir: Yaşar Üniversitesi.

Erickson, T. (2008). *Plugged in: The Generation Y guide to thriving at work*. Bostan, MA: Harvard Business School.

Foster, D. ve Jonker, J. (2005). Stakeholder relationships: the dialogue of engagement. *The international journal of business in society*, *5*(5), 51-57.

Golob, U. ve Bartlett, J. L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: A comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public relations review*, *33*(1), 1-9.

Goulding, C., Shankar, A. ve Canniford, R. (2013). Learning to be Tribal: Facilitating the Formation of Consumer Tribes. *European journal of marketing*, *47*(5/6), 813-832.

Grunig, J. E. ve Repper, F. C. (1992). Strategic Management, Publics, And Issues. İçinde J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (ss. 117-157). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*. University of Chicago Press.

Johnson, P. R., Bazaa, U. ve Chen, L. (2011). The New Boundary Spanners: Social Media Users, Engagement & Public Relations Outcomes. Içinde *International Communication Association*. Virtual Conference: SlideShare.

Kent, M. L. ve Taylor, M. (2002). Toward a dialogic theory of public relations. *Public relations review*, *28*(1), 21-37.

Kimble, C., Li, F. ve Barlow, A. (2000). Effective Virtual Teams Through Communities of Practice. *Management science*.

Lave, J. Ve Wenger, E. (1991). *Situated Learning. Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lee, N.M., Sha, B., Dozier, D.M. ve Sargent, P. (2015). The role of new public relations practitioners as social media experts. *Public Relations Review, 41, 411-413.*

Lowgren, J. (2018). Interaction Design - Brief Intro. İçinde M. Soegaard ve R. F. Dam (Ed.), *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Aarhus N, Denmark: Interaction Design Foundation.

Macnamara, J. (2014). Emerging international standards for measurement and evaluation of public relations: A critical analysis. *Public Relations Inquiry*, *3*(1), 7-29.

Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage Publication.

Manheim, M. (1992). Global Information Technology: Issues and strategic opportunities. *International Information Systems*, *1*(1), 38-67.

McAllister-Spooner, S. M. (2009). Fulfilling the dialogic promise: A ten-year reflective survey on dialogic Internet principles. *Public relations review*, *35*(3), 320-322.

McKie, D. ve Willis, P. (2012). Renegotiating the terms of engagement: Public relations, marketing, and contemporary challenges. *Public relations review*, *38*(5), 846-852.

Norman, D. A. (1988). *The Design of Everday Things*. New York: Basic Books.

Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Özbölük, T. (2015). Postmodernizm Bağlamında Kabilenin Yeniden Keşfi: Postmodern Tüketici Kabileleri. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1-13.

Pearson, R. (1989). *A theory of public relations ethics* (PhD). Ohio University, Athens.

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community*. MA: Addison-Wesley Reading.

Rızvanoğlu, K. (2014). Kullanıcı Deneyimi Fenomenine Genel Bir Bakış - I. Erişim Linki: gönderen http://uxpatr.com/ux-kavramlar/kullanici-deneyimi-fenomenine-genel-bir-bakis-i/

Rood, R. (2014). Please do not leave a message: Why millennials hate voice mail. National Public Radio (NPR). Erişim Tarihi: 04 Ağustos 2019, Erişim Linki: http://www.npr.org/blogs/alltechconsidered/2014/10/23/358301467/please-do-not-leave-a-message-why-millennials-hate-voice-mail

Rorty, R. (1979). *Philosophy and the Mirror of Nature*. Princeton: Princeton University Press.

Sanoff, H. (2006). Multiple Views of Participatory Design. *Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Dergisi*, *23(2)*(1), 131-143.

Shapira, I. (2010, Ağustos 8). Texting generation doesn't share boomers' taste for talk. Erişim Tarihi: 04 Ağustos 2019, Erişim Linki: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/08/07/AR2010080702848.html

Smith, R. C. ve Kjersgaard, M. G. (2014). Design Anthropology in Participatory Design From Ethnography to Anthropological Critique? *ACM, PDC 2014.*

Sommerfeldt, E. J. (2013). The civility of social capital: Public relations in the public sphere, civil society, and democracy. *Public relations review*, *39*(4), 280-289.

Svanaes, D. (2018). Philosophy of Interaction. Içinde M. Soegaard ve R. F. Dam (Ed.), *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction*. Aarhus N, Denmark: Interaction Design Foundation.

Taylor, M. ve Kent, M. L. (2014). Dialogic Engagement: Clarifying Foundational Concepts. *Journal of Public Relations Research*, *26*, 384-398.

Taylor, M., Vasquez, G. M. ve Doorley, J. (2003). Merck and AIDS activists: engagement as a framework for extending issues management. *Public relations review*, *29*(3), 257-270.

Tönnies, F. (2001). *Community and Civil Society*. Cambridge: Cambridge University Press.

Türkal, İ. ve Güllüpunar, H. (2017). Diyalogsal halkla ilişkiler bağlamında sosyal medya kullanımı: Türkiye'de ilk 100'de yer alan şirketler üzerine bir inceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, *5*(2), 591-618.

Van Dijk, J. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, çev.). İstanbul: Kafka Yayınevi.

Webster, M. (2019). Definition of Introduction. Geliş tarihi 04 Mayıs 2019, gönderen https://www.merriam-webster.com/dictionary/interaction

Wellman, B. (1999). *Networks In The Global Village: Life In Contemporary Communities*. Westview Press.

Wigley, S. ve Lewis, B. K. (2012). Rules of engagement: Practice what you tweet. *Public relations review*, *38*(1), 165-167.

Yang, S.-U. ve Kang, M. (2009). Measuring blog engagement: Testing a four-dimensional scale. *Public relations review*, *35*(3), 323-324.

BİR STRATEJİK KARAR ALANI OLARAK HALKLA İLİŞKİLER VE OYUN TEORİSİ

Doç. Dr. Uğur BAKIR
Araş. Gör. İbrahim ÖZBÜKERCİ

Giriş

Bir kişiye, topluluğa, kuruma, olaya, olguya ya da duruma dair karar alma ya da belli bir karara ilişkin eğilim gösterme sıradan ve sık rastlanılan bir insan eylemi olmakla beraber bir yandan da hakkında hala kapsamlı bir açıklamaya muhtaç olarak görülebilecek kadar karmaşık ve bilinmezlerle dolu bir süreçtir. İnsanlık tarihine bakıldığında insan eylemlerine ve tutumlarına ilişkin neden, niçin, nasıl gibi soruların binlerce yıldır felsefeden ekonomiye, siyasetten sanata, sosyolojiden psikolojiye, biyolojiden matematiğe kadar daha pek çok alanda sorulduğunu, her bir alanın kendi perspektifinden karar süreçlerini açıklamaya çalıştığını ancak yine de ortada net cevapların olmadığını gözlemlemek mümkündür.

Günümüzde pek çok alanda insan kararlarının sebeplerini anlamaya yönelik çalışmalar devam etmektedir. Kuşkusuz burada temel anlamda yaşanılan dünyayla ve ötekilerle olan etkileşimi anlama arzusunun yanı sıra karar süreçlerini yöneterek görece bir fayda sağlama isteğinin de güçlü bir motivasyon olduğu ortadadır. İnsan eylemlerini ya da duygularını anlayabilmek, bir bilme isteğini doyurma amacına hizmet edebileceği gibi aynı zamanda bir kontrol isteğinin tatmin edilebilmesi için de oldukça anlamlıdır. Yaşanılan çağ, kontrol arzusunun belki

Bütüncül bir yaklaşım ile değerlendirildiğinde; rekabet ortamında ayakta kalma çabası ile varlıklarını sürdüren kurumların pazarlama iletişim süreçlerinde de oyun teorisi kavramını görmek mümkündür. Marka işbirlikleri, halkla ilişkiler uygulamaları ya da reklam süreçlerinde olması gereken etkileşim ve bilgi paylaşımı oyun teorisinde de yer almaktadır. Bu nedenle oyun teorisi tarihsel süreçte pek çok farklı disiplin ile temas haline bulunduğu gibi örgütlerin pazarlama ve pazarlama iletişimi süreçlerinde en uygun stratejiyi bularak kurum adına maksimum faydayı içeren adımın atılmasında da etkili olmaktadır.

Kaynakça

Batman Demet, N. (2012). *Yöneylem Araştırmasında Oyun Teorisi Stratejilerinin Firmaların Reklam Kampanyalarında Uygulanması Ve Analitik Bir Çalışma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Programı, İstanbul.

Bilgin, N. (2000). *Sosyal Psikolojiye Giriş*, İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları

Black, D. (1969). Lewis Carroll and the Theory of Games, *The American Economic Review*, Vol. 59, No. 2, Papers and Proceedings of the Eighty-first Annual Meeting of the American Economic Association, ss. 206-210. https://www.jstor.org/stable/1823671.

Bostrom, N., R. (1968). Game Theory in Communication Research, *The Journal of Communication*, Vol: 18, Issue:4, ss.369-398, DOI: 10.1111/j.1460-2466.1968.tb00086.x

Brandenburger, Adam M.; Nalebuff, Barry J. (2015). *Oyun Teorisi ve Ortaklaşa Rekabet*, 2. Baskı, İstanbul: Scala Yayıncılık.

Clow E., K; Baack, D. (2016). Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Çev. Editörü: Gülay Öztürk, *Marka Yönetimi* içinde, Bölüm Çevirmeni: Elgiz Yılmaz, ss.24-53, Ankara: Nobel Yayınları.

Deutsch, M., & Krauss, R. M. (1962). Studies Of Interpersonal Bargaining. *Journal of Conflict Resolution*, *6*(1), 52–76. https://doi.org/10.1177/002200276200600107

Dimand, Ann M.; Dimand W., R. (2002). *The History of Game Theory: From the Beginnings to 1945*, London: Routledge.

Erdoğmuş, N. (1999). Kişilerde İç Çatışma Nedeni Olarak Rekabet- İşbirliği İkilemi, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1, ss: 45-60., http://dergipark.org.tr/bilgisosyal/issue/29108/311433

Ferguson S., T. (2014). *Game Theory,* Second Edition (https://www.math.ucla.edu /~tom/Game_Theory/Contents.html) Erişim: Nisan 2019.

Freedman L., J.; Sears O., D.; Carlsmith J., M. (2003). *Sosyal Psikoloji*, Çev: Ali Dönmez, Ankara: İmge Kitabevi.

Freidman, L. (1958). Game-Theory Models in the Allocation of Advertising Expenditures, *Operations Research*, Vol. 6, No. 5, pp. 699-709. DOI: 10.2307/166896

Grunig, J.; Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*, New York: CBS College Publishing.

Herbig A., P. (1991). Game Theory in Marketing: Applications, Uses And Limits, *Journal of Marketing Management*, 7:3, 285 298, DOI: 10.1080/ 0267257X.1991.9964157

http://euler.fd.cvut.cz/predmety/teorie_her/histf.html, Erişim: Nisan 2019.

http://www.mhhe.com/cls/psy/ch15/prison.html, Erişim: Nisan 2019.

Karabacak, H. (2017). *Strateji Oyunları –Oyun Teorisi Stratejik Kararlar Almamızda Nasıl Yardımcı Olur ?*, 2. Baskı, İstanbul: Optimist Yayınları.

Kaptan, K. (2015). *Bilim İnsanlarının Tarihi –Medeniyete Yön Verenler-*, İstanbul: Cinius Yayınları.

Murhpy, P. (1989). Game Theory Models for Organizational/Public Conflict, *Public Relations Review*, Volume:15, Issue:3, Erişim: Nisan 2019, https://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/606/512

Murhpy, P. (1991). The Limits of Symmetry: A Game Theory Approach to Symmetric and Asymmetric Public Relations, *Public Relations Research Annual*, DOI: https://doi.org/10.1207/s1532754xjprr0301-4_5

Neumann Von, J.; Morgenstern, O. (1953). *Theory of Game and Economic Behaviour*, Third Edition, London: Princeton University Press.

Osborne J., M.; Rubinstein, A. (1994). *A Course in Game Theory*, London: MIT Press.

Porter, L. (2010). Communicating For The Good Of The State: A Post-Symmetrical Polemic On Persuasion in Ethical Public Relations, *Public Relations Review*, 36, pp: 127-133, DOI: 10.1016/j.pubrev.2009.08.014.

Poundstone, W. (1990). *Prisoner's Dilemma*, New York: Anchor Books.

Yılmaz, E. (2012). *Oyun Teorisi*, Gözden Geçirilmiş İkinci Basım, İstanbul: Literatür Yayınevi.

DURUMSALLIK TEORİSİ

Dr. Öğr. Üyesi M. Umut TUNCER

Giriş

İletişim süreci tek yönlü veya iki yönlü olarak işler, ancak Castells'in (2005) bilgi toplumu, iletinin kaynaktan alıcıya uzanan hikayesindeki tek yönlülüğü rededer. Van Ruler ve Verčič (2003, s.5-6) iki yönlü sürece dair iki görüşten söz etmektedir; Bazıları için, iletişimin temel anahtarı devam eden nesiller arası anlamların yaratılması ve açığa çıkarılması sürecidir, ya da daha ileri giden bir şeydir çünkü ortak bir anlam yaratır. İkinci görüş, anlaşmayı müzakere etmek üzere rasyonel insanların çıkarları, yani örgütler ve paydaş grupları hakkında bilgi alışverişine yöneliktir. Cutlip ve diğerleri 1985'de halkla ilişkileri, bir kuruluş ile etkileşim içinde olduğu halklar arasında karşılıklı bağımlı ilişkilerin kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olarak tanımladıkları günden bu yana, bu bilgi alışverişi, kısaca ilişkiler halkla ilişkilerin merkezine konumlanmıştır.

O'Hair, Friedrich, Wiemann, ve Wiemann (1995) da ilişkiyi "bir ya da daha fazla kişi arasındaki bağımlılık" anlamı ile açıklamıştır. Onlara göre ilişkilerde farklı kimliklere, özelliklere bireysel ve toplumsal algılara sahip olan taraflardan her biri belirli etkileşimle ya da bilişsel olarak farklı seviyelerde birbirine bağımlıdır. Ancak bu bağımlılıklarda Pfeffer ve Salancik (1978, s.82) açıkladığı "her iki taraf içinde beklenen sonucun alınması için gereken tüm koşulları bütünüyle tek başlarına kontrol

Kaynaklar

Broom, G. M., & Smith, G. D. (1979). Testing the practitioner's impact on clients. Public Relations Review, 5(3), 47–59.

Broom, G. M. (1982). A comparison of sex roles in public relations. Public Relations Review, 5(3), 47–59.

Broom, G. M., & Dozier, D. M. (1986). Advancement for public relations role models. Public Relations Review, 12(1), 37–56.

Cameron, G. T. (1997). The contingency theory of conflict management in public relations. Proceedings of the Norwegian Information Service, Oslo.

Cancel, A. E., Cameron, G. T., Sallot, L. M., & Mitrook, M. A. (1997). It depends: A contingency theory of accommodation in public relations. Journal of Public Relations Research, 9, 33.

Castells, M. (2005) Ağ Toplumunun Yükselişi - Enformasyon Çağı: Ekonomi,Toplum ve Kültür. Ebru Kılıç (Çev.), Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul.

Cutlip, M.S., Center, H.A., Broom, M.G., (1985). Effective Public Relations, New Jersey, Newyork.

Gavetti, G., Levinthal, D. & Ocasio W. (2007). Perspective—neo-carnegie: the carnegie school's past, present, and reconstructing for the future, organization science. 18(3), 523-536.

Dozier. D. M. (1984). Program evaluation and roles of practitioners. Public Relations Review, 10(2), 13–21.

Dozier, D. M., Grunig, J. E., Grunig, L.A. (1995). Manager's Guide to Excellence in Public Relations and Communications Management. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Dozier, D. M. (2002). Excellent public relations and effective organizations: A study of communication management in three countries. Erlbaum: Mahwah, NJ:

Grunig, J. E. (2001). Two-way symmetrical public relations: Past, present, and future. In R. L. Heath (Ed.), Handbook of public relations (pp. 11–30). Thousand Oaks, CA: Sage.

Grunig, J.E., (Ed.) (1992). Excellence ın public relations and communication management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J.E, Hunt, T., (1984). Managing public relations, NY Hold:Newyork.

Lawrence, P.R., Lorsch, J.W. Organization and environment—managing differentiation and integration. Homewood, DUnois: Richard D. Irwin, 1967.

Lorsch, J.W., Lawrence, P.R. (1973). Organization and environment, Richard Irwin: IL.

Merton, R.K. 1968 [1949]. Social Theory and Structure. London: The Free Press of Glencoe, Collier- MacMillan Limited: 22-216.

Miles, R., Snow, C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. Mc.Graw Hill:N.Y.

Mullins, L.J. (2010). Management and organizational behaviour. 7th Edn, FT Prentice Hall: Harlow.

Murphy, P. (1999). Symmetry, Contingency, Complexity: Accommodating Uncertainty in Public Relations Theory Public Relations Review, 26(4), 447– 462.

O'Hair, D., Friedrich, G.W., Wiemann, J.M. and Wiemann, M.O (1995), Component Communication, St.Martin's Press:New York.

Parsons, T. 1961. The point of view of the author. In The Social Theories of Talcott Parsons: A Critical Examination, ed. M. Black, pp. 311-363. Carbondale: Southern Ill. Univ. Press

Pfeffer, J., Salancik, G. (1978). The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective, Harper and Row: New York.

Reber, B., Cameron, G. T. (2003). Measuring contingencies: Using scales to measure public relations practitioner limits to accommodation. Journalism and Mass Communication Quarterly, 80(2), 432–446.

Roberts, K., Varki, S., Brodie, R. (2003). Measuring the quality of relationships in consumer services: an empirical study. European Journal of Marketing 37(1), 169-196.

Scott, W.R. (1981), Organizations: rational, natural, and open systems. Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall Inc.

Shockley-Zalabak, Pamela (1999). Classics of organizational theory, The Dorsey Press:IL.

Thompson, J. D. 1967. Organizations in action: social science bases of administrative theory. New York: McGraw-Hill.

Tompkins, J.R. (2005). Organization theory and public management, Thomson Wadsworth:Belmont.

Tushman, M.L. (1977). Special boundary roles in the innovation process. Administrative Science Quarterly, 22(4), 587-605.

Tuncer İcil, A. (2011). Stratejik halkla ilişkiler: paydaşlar, kamular ve konuların yönetimi. Halkla ilişkilerden halkla ilişkilere (içinde) Ç. Karakaya Şatır (Eds) Nobel Yayınevi: Ankara.

Trist, E.L., Bamforth, K.W. (1951) Some social and psychological consequences of the longwall method of coal-getting: an examination of the psychological situation and defences of a work group in relation to the

social structure and technological content of the work system, Human Relations, 4(1), 3-38.

Van Ruler, B. (1997). Communication: Magical mystery or scientifi c concept? Professional views of public relations practitioners in the Netherlands. In D. Moss, T. MacManus, & D. Verčič (Eds.), Public relations research: An international perspective, International Thomson Business Press:London

Van Ruler, B., Verčič, D. (2003). Reflective communication management, future ways for public relations research. 53rd Annual Conference of the International Communication Association "Communication in Borderlands" May, 23-27, San Diego, CA, USA.

Van Ruler, B., Verčič, D. (2005). Communication Management in Europe — Challenges and Opportunities Public Relations Research, 313-324.

Woodward, J. (1958). Management and technology. London: Her Majesty's Stationary Office

Woodward, J. (1965). Industrial organization: Theory and practice. Oxford University Press: New York.

Zald, M.N. (2003). Preface to transaction edition of organizations in action: Social science bases of administrative theory by James D. Thompson, New Brunswick: Transaction Publishers.

GÜNDEM YÖNETİMİ

Doç. Dr. Hatice Hale BOZKURT

Giriş

İletişim araştırmalarının kökenine indiğimizde pazarlama amaçları ve siyasi olarak kamuoyu oluşturma kaygıları ile başladığını görürüz. Başka bir deyişle iletişim biliminin oluşumundaki sürecin, kamuoyunun etkilenme dinamiklerini anlama ve araştırma isteğinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. İletişim biliminde araştırma konularının temelini iletişim unsurlarından, kaynak (kişi, kurum, kuruluş, siyasi aktör, hükümet ya da bunları temsil eden halkla ilişkiler veya reklam ajansları), ileti tasarımı (tasarımlanmış mesajlar, kodlar), ileti ortamı (yüz yüze iletişim ya da kitle iletişim araçları) ve hedef (kişi, kurum, kuruluş ve üyelerinin psikolojik ve sosyolojik koşulları, istekleri) oluşturmaktadır. Araştırmalar bu unsurların dönemsel olarak üzerinde durmuş ve iletişimdeki mesaj tasarımlarının kaynak ve hedefin isteklerine göre zaman zaman değişiklik göstererek şekillendirildiğini iddia etmiştir. Bu çalışmalar kapsamında geliştirilen kuramlardan bazıları iletişim yaklaşımının kaynak tarafından, bazıları ileti tarafından bazıları ise hedef tarafından yönlendirildiğini ve şekillendirildiğini iddia etmektedir.

Bu kuramlar arasında, kaynak tarafından kamuoyunu yönlendirmek amacıyla oluşturulan tasarımlanmış iletiler ile kamuoyunun ne düşünmesi gerektiğini şekillendiren bir kuram olarak "Gündem Belirleme Kuramı"nın oluşturulduğunu görmekteyiz. Halkla ilişkiler uygulamaları da kamuoyunda itibarı-

gündem oluşturma rollerinde, çatışma veya değer çerçevelerine alternatifler sunarak muhalif hizipler arasındaki diyalogu kolaylaştırmaya yardımcı olabilirler (Knight, 1999, s.385). Halkla ilişkiler ve haber üretimi arasındaki ilişki medya içeriğini etkileyen unsurlardan biridir. Bu durum halkla ilişkiler çalışmalarının kitle iletişimine yerleştirmek anlamına da gelmektedir. Medya mesajlarının güç sahibi olduğu gerçeğini göz önünde bulundurarak, uzmanların medya mesajlarını kontrol etmeleri ve medya mesajları ile kurumsal mesajlar arasında kurumsal hedeflere ulaşmak bağlar kurmaları halkla ilişkiler uygulamaları ile gündem belirleme yöntemi arasında paralellik oluşturur. Halkla ilişkilerin babası Edward Beynays'ın görüşleri ve uygulama örneklerinin yanı sıra Gündem Yönetimi Kuramının babası sayılan Lipmann'ın fikirlerinden hareketle gündem yaratma becerisi halkla ilişkiler çalışmalarında temel oluşturmaktadır diyebiliriz.

Kaynakça

Akyürek, R. (2002). "The Function of Issue Management in Public Relations", Kilad, 1(1) 130.

Alemdar, K., Erdoğan, İ. (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ankara: Ümit Yayıncılık.

Altheide, D.L. and Snow, R.P. (1979). Madia Logic. Beverly Hills, CA:Sage.

Appadurai, A.(1990). "Disjuncture and difference in the global cultural economy." Global culture, M. Featherstone (Der.) içinde. s. 295-310. Newbury Park, CA:Sage

Atabek, N. (1998). Gündem Belirleme Yaklaşımı. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , 155-174

Austin, E.W., Pinkleton, B.E.(2000). Stratejik Public Relations Management, Lawrence Erlbaun Associates Inc.,

Bernays, Edward L. (1947) The Engineering of Consent. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science Table of Contents, 250(1): 113–120.

Castells, M. (2000). "Information technology and global capitalism." Global capitalism. W. Hutton and A. Giddens (Der.) içinde. s. 52 74 New York: New Press.

Castells, M. (2004). The network society: a cross cultural perspective. Edward Elgar Publishing Limited: MA, Northampton. Aktaran: Bozkurt, Ağ Toplumu ve Öğrenme: Balantıcılık, A., Mersin Üniversitesi Akademik Bilişim Dergisi, 2014, s.1

Chomsky, Noam (1993) Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.

Curtin, Patr (1999): "Reevaluating Public Relations Information Subsidies: Market-Driven Journalism and Agenda-Building Theory and Practice," Journal of Public Relations Research 11 53–90; Kiousis et al., "First- and Second-Level Agenda Building"; Kiousis and McDevitt, "Agenda Setting in Civic Development."

Çetin, Muharrem; Bel, Arif, (2014), "Geleneksel Medya Gündeminin Belirlenmesinde Sosyal Medyanın Rolü", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, S. 38, s. 57-73.

Çomu, T. ve Halaiqa, İ. (2014). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri. (der: M. Binark). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Deetz, S. A. (2005). "Critical theory." Engaging organizational communication theory and research: Multiple perspectives. S. May and D.K. Mumby (Der.) içinde. s. 85-112. Thousand Oaks, CA:Sage

Entman, Robert, M., (1993), "Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm", Journalof Communication, Volume 43/4, s. 51-58, Northwesterrn University

Erdoğan, İ. (2006) Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. (2013). Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 254-272.

Erken, Fatih; Atabek, Nejdet, (2016), "Suriye Haberlerinin Türkiye Basınında Çerçevelenişi", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, S. 42, s. 77-94.

Freud, S. (1975) Kitle Psikolojisi, Çev. Kamuran Şipal. İstanbul: Bozak Yayınları.

Friedman , T.L. (2000). The Lexus and the olive tree. NewYork: Anchor Books.

Friedman, Richard B. (1990) On the Concept of Authority in Political Philosophy. Authority, Ed. Raz, Joseph, pp. 56-91. New York: New York University Press.

Ginneken, Jaap Van (2003) Collective Behavior and Public Opinion: Rapid Shifts in Opinion and Communication. New Jersey: London Lawrance Erlbaum Associates Publishers, Mahwah.

Grunig J.E., Hunt T., (1984) Managing Public Relations, New York: Holt, Rinehart and Winston.

Grunig, J.E. (2001). "Two way symmetrical public relations: Past, present and future." Handbook of public relations. R. Heath (Der.) içinde. s.11-30. Thousand Oaks, CA:Sage.

Grunig, J.E. and White, J. (1992). "The effect of world views on public relations theory and practice."

Guo, Lei (2012). The Application of Social Network analysis in Agenda Setting Research: A Methodological Exploration, Journal of Broadcasting and Electronic Media, 56(4), 616-631.

Güngör, N. (2013). İletişim Kuramlar Yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güz, Nurettin, (1996), Türk Basını'nda Gündem Oluşturma, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı 12, Kasım - Aralık, Ankara.

Harvey, D. (2000). "Time-space compression and the postmodern condition." The global transformations reader. An introduction to the globalization debate. D. Held and A. McGrew (Der.) içinde. s. 82-91. Malden, MA: Blackwell.

Işık, M. (2014). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya:Eğitim Yayınevi

Kamanlıoğlu, Ebru, Belkıs; Göztaş, Aylin, (2010), Politik Gündem Odağında Halkla İlişkiler ve Gündem Yönetimi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Keskin, F., Özdemir, P.B., (2009). Halkla İlişkiler Üzerine, Juliet Roper, "Simetrik İletişim: Mükemmel Halkla İlişkiler veya Bir Hegemonya Stratejisi Mi, Ankara: Dipnot Yayınları

Knight, M. G. (1999). "Getting Past the Impasse: Framing as a Tool for Public Relations",Public Relations, 25(3), 382

Lilleker, D.G. (2013). Siyasal İletişim Temel Kavramlar, (ed. Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi, Y. Göksun), İstanbul:Kaknüs Yayınları

Lippmann, Walter (1998) Public Opinion (with a new introduction by Michael Curtis). New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.

Manheim (2016), "A Model Of Agenda Dynamics", Communication Yearbook, Vol.10.

McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-Setting: Past, Present and Future Journalism Studies, 6:4, 543-557

McQuel, D. (1983). Kitle İletişim Araçlarının Etkileri Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar. Ankara: Savaş Yayınları.

McQuel, D., Windah, S. (1997). Kitle İletişim Modelleri. Konca Yumlu (Çev.). Ankara: İmge Yayınevi

McQuel, D., Windah, S. (2010). İletişim Modelleri. Ankara: İmge Yayınevi.

Okay A., Okay, A. (2012). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, İstanbul: Der Yayınları

Peltekoğlu, F.B. (1993). "Halkla İlişkilerde Dört Model ve İletişim", 4. Boyut, Yıl:3, Sayı:4, İlkbahar.

Seitel, F.P. (1989). The Practice of Public Relations, 4.ed., Ohio: Merrill Publishing Company

Siemens, G. (2006) Knowing Knowledge, S. 71. Aktaran: Doğan, M. E., Enformasyonel İş Gücü İçin Yeni Bir Öğrenme Yaklaşımı: Bağlantıcılık, Akademik Bilişim'11 - XIII. Akademik Bilişim Konferansı, 2011, s.5, http://www.elearnspace.org/KnowingKnowledge_LowRes.pdf

Sriramesh, K. and Vercic, D. (2003). "A theoretical framework for global public relations research and practice.", The gloabal public relations handbook. K. Sriramesh and D.Vercic, (Der.) içinde. s.1-19. Mahwah. NJ:Lawrence Earlbaum Associates, Inc.

Tankard, James, W., (2001), "The empirical approach to the study of media framing. In S. D.Reese", (Eds. O. H. Gandy & A. E. Grant), Framing Public Life Mahwah, s. 95–106, NJ: Lawrence Erlbaum.

Yüksel, E. (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya:Çizgi Kitabevi Yayınları

POLİTİK SPİN: ŞEYTANIN AVUKATLIĞI VE KURAMSAL KÖKENLERİ

Doç.Dr. Esra İlkay KELOĞLU-İŞLER
Mehmet KESKİN

Giriş

Bin dokuz yüz yirmili yılların Kuzey Amerikası'nda H.L Mencken gibi kuşkucu basın mensupları, Lee ve Bernays'ın farklı tarzlarla inşa ettikleri, basın ajansı ve/veya halkla ilişkiler danışmanlığı pratiğini "emlak simsarlığı" veya "cenaze levazımatçılığı" ile eşdeğer görmekteydi ve doğasını da ahlaksızca bulmaktaydı. Tıpkı bugün politik spinin etikten yoksunluğu gibi... Halkla ilişkiler, saygınlığını Bernays'ın çift yönlü akış modeliyle, halkın faydası için çalışan bir sosyal bilim alanı olarak "idealize" edilmesiyle kazanmıştı. 1980'lerdeki Amerika'daki ve dünyadaki değişim, halkın faydası için besleyici yankıyı[1] arayan halkla ilişkilerin görece "etik" yanının yozlaşmasını getirmişti. Yönetilenler, yönetenleri seçme ve kaderlerini tayin etme konusunda içi boşaltılmış anlamlar ve değerler ile maniple edilmeye başlamıştır. " Maniple eden kim?" sorusuna ise; milyar dolarlık küresel halkla ilişkiler endüstrilerinin gizli saklı olarak yürüttüğü politik spin cevabı verilebilir.

İtalyan gazeteci Marcello Foa, modern spin'in ortaya çıkışını ABD'de Reagan ve yönetiminin, medyaya verdiği tepkilerle başladığına işaret etmektedir (Biggar, 1993). Başkan olmadan

---

1

gerçeklerin yerine yalan ikame eden spin inşası için engel teşkil edecek unsurlar ortadan kaldırılmış olur.

Sonuç

Halkla ilişkilerin yozlaşmış türü olan spin, etikten yoksun olması nedeniyle toplumun faydasını gözetmemektedir. Bunun ötesinde ortak iyiye ulaşma bağlamında hiçbir kaygısı bulunmaksızın demokratik tartışma, ve katılıma engel olacak şekilde kamuoyunun doğal tartışma ve olguları değerlendirme yeteneği ve kapasitesini kurduğu büyük anlatılarla, giderek ustalaşan hikayeleme tarzları ile, medya üzerinden bireyin eleştirel aklını işgal ederek çıkar sahiplerine hizmet etmektedir. Spin konusunun halkla ilişkiler alanında ele alınmasının önemi halkın çok uzak değil geçtiğimiz yüzyılda büyük acılar içeren tarihsel deneyimlerle elde ettiği yurttaşlık haklarını ve değerini itibarsızlaştırarak erk lehine tüm iletişim taktik ve yöntemlerini uygulamasıdır.

Kaynakça

Abrams, M. H. ve Harpham, G. (2014). A Glossary of Literary Terms. Stamford-USA: Cengage Learning.

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1998). Başlangıcından günümüze iletişim kuram ve araştırmaları: Eleştirel bir değerlendirme. Erek Ofset.

Aydoğan, D. (2013). Türkiye'de Dijtal Gazetecilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication.

Bagdikian, B. H., Artz, L., Badii, N., Botha, N., Chitty, N., Collison, D. J., … He, Z. (2004). War, media, and propaganda: A global perspective. Rowman & Littlefield Publishers.

Berger, A. A. (2014). Kültür Eleştirisi "Kültür Kavramlarına Giriş" (C. 2). İstanbul: Pinhan.

Biggar, B. (1993, 31 Ağustos). PR Flacks and Media Hacks: Public Relations and the News Media. National Library of Canada veri tabanından erişildi.

Braun, S. (2016, 27 Ekim). Political spin. Encyclopedia Britannica. 3 Mayıs 2019 tarihinde https://www.britannica.com/topic/political-spin adresinden erişildi.

Büyükbingöl, A. (2018). İnternet Ortamında Serbest Gazetecilik ve Etiği Sorunları. T.C.Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Champbell, C. (2013). Günah Keçisi: Başkalarını Suçlamanın Tarihi. (G. Kastamonulu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Cherry-Pick. (t.y.). 10 Mayıs 2019 tarihinde https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/cherry-pick adresinden erişildi.

Coe, R. M. (1998). Public doublespeak, critical reading, and verbal action. Journal of Adolescent & Adult Literacy, 42(3), 192.

Correspondent, A. S., Political. (2001, 9 Ekim). Sept 11: "a good day to bury bad news". https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1358985/Sept-11-a-good-day-to-bury-bad-news.html adresinden erişildi.

Definition of Bend The Truth. (t.y.). 10 Mayıs 2019 tarihinde https://www.merriam-webster.com/dictionary/bend+the+truth adresinden erişildi.

Definition of Cherry Pick. (t.y.). 10 Mayıs 2019 tarihinde https://www.merriam-webster.com/dictionary/cherry-pick adresinden erişildi.

Definition of post-truth. (t.y.).Oxford Dictionaries | English. 11 Mayıs 2019 tarihinde https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth adresinden erişildi.

Definition of Talk Show. (t.y.). 13 Mayıs 2019 tarihinde https://www.merriam-webster.com/dictionary/talk+show adresinden erişildi.

Delwiche, A. (2008, 8 Ağustos). Plain Folks. Plain Folks. https://propagandacritic.com/index.php/how-to-decode-propaganda/plain-folks/ adresinden erişildi.

Dilenschneider, R. L. (1998, 1 Haziran). "Spin Doctors" Practice Public Relations Quackery. Wall Street Journal. https://www.wsj.com/articles/SB896642693373854500 adresinden erişildi.

Donsbach, W. (2008). The international encyclopedia of communication. Wiley Publishing.

Eagly, A. H. ve Chaiken, S. (1993). The psychology of attitudes. The psychology of attitudes. Orlando, FL, US: Harcourt Brace Jovanovich College.

Eren, E. (1998). Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar). İstanbul: Beta.

Falls, J. (2010). Is Public Relations Spin Doctoring Killing Independent Thinking? 6 Mayıs 2019 tarihinde https://socialmediaexplorer.com/online-public-relations/spin-doctoring/ adresinden erişildi.

Fırıncı, T. (2011). Platon'da "Retorik" Kavramı. ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar, 2(4), 31-46.

Foa, M. (2006). Görünmez tehlike: Spin doktorları medya etik kurallarını nasıl atlarlar? İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (23), 205-210.

Hogg, M. A. ve Vaughan, G. M. (2011). Social Psychology (6. bs.). London: Prentice Hall.

James, L. H. (2009). The Dangers of Spin. 27 Nisan 2017 tarihinde http://www.onlinepr.com/Holding/The_Dangers_of_Spin.pdf adresinden erişildi.

İnceoğlu, M. (2000). Tutum, Algı, İletişim İmaj yayınları: Ankara

Kayalı, Ö. (2018, 1 Mayıs). Safsata: Otoriteye Başvurma. Rasyonalist.org. https://rasyonalist.org/yazi/safsata-otoriteye-basvurma/ adresinden erişildi.

Ker Dincer, M., Başok Yurdakul, N. ve Bat, M. (2009). Bir Lobicilik Uygulaması Olarak "Akıl Hocalığı (Spin Doctors)". Uluslararası Halkla İlişkiler Sempozyumu, sunulmuş bildiri, Lefkoşa-KKTC.

Keyes, R. (2004). The post-truth era: Dishonesty and deception in contemporary life. New York: St. Martin's Press.

Martinich, A. P. (2005). Philosophical Writing: An Introduction, Third Edition (3. bs.). Blackwell.

Meyer, M. (2009). Retorik. (İ. Yergüz, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.

Montana, P. J. ve Charnov, B. H. (2008). Management. Barron's Business Review Series. Barrons Educational Series. https://books.google.com.tr/books?id=yJIQ2XGhneUC adresinden erişildi.

Oxford İngilizce-Türkçe Sözlük. (1990). Sabah.

Pavlik, J. (2001). Journalism and New Media. New York: Columbia University Press.

Rogers, K. ve Bromwich, J. E. (2017, 22 Aralık). The Hoaxes, Fake News and Misinformation We Saw on Election Day. The New York Times. https://www.nytimes.com/2016/11/09/us/politics/debunk-fake-news-election-day.html adresinden erişildi.

Royal, B. (2010). The little blue reasoning book: 50 powerful principles of clear and effective thinking. Canada: Maven.

Safire, W. (1984, 21 Ekim). The Debate And The Spin Doctors. www.nytimes.com. 1 Mart 2019 tarihinde https://www.nytimes.com/1984/10/21/opinion/the-debate-and-the-spin-doctors.html adresinden erişildi.

Safire, W. (1986, 31 Ağustos). On Language; Callıng Dr. Spin. Www.nytimes.com. 1 Mart 2019 tarihinde https://www.nytimes.com/1986/08/31/magazine/on-language-calling-dr-spin.html adresinden erişildi.

Safire, W. (1989, 26 Mart). On Language; In Nine Little Words. The New York Times. https://www.nytimes.com/1989/03/26/magazine/on-language-in-nine-little-words.html adresinden erişildi.

San, İ. (1990). Eğitimde Yaratıcı Drama. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 23(2), 573.

Sandler, S., Gerstenfeld, M. ve Rynhold, J. (Ed.). (2008). Israel at the Polls 2006. New York: Routledge.

Smythe, T. C. (2003). The Gilded Age Press, 1865-1900. New York: Westport: Greenwood Press,.

Stengel, R. ve Pooley, E. (1996). Masters Of The Message. 3 Mayıs 2019 tarihinde http://edition.cnn.com/ALLPOLITICS/1996/elections/time.special/pollster/index.shtml adresinden erişildi.

Stereotip Nedir. (t.y.).Http://stereotip.nedir.org. 4 Mayıs 2019 tarihinde http://stereotip.nedir.org adresinden erişildi.

Stern, R. (2007). The Gaslight Effect: How to Spot and Survive the Hidden Manipulation Others Use to Control Your Life. New York: Harmony.

Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2011). Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış (7. bs.). Ankara: Gazi Kitabevi.

Thompson, P. (1998). Persuading Aristotle: The Timeless Art of Persuasion in Business, Negotiation and the Media. New South Wales: Allen & Unwin.

Tran, M. (2000, 24 Mart). Time for the west to stop being Saddam's scapegoat. The Guardian. https://www.theguardian.com/world/2000/mar/24/uselections2000.usa adresinden erişildi.

Türk Dil Kurumu. (t.y.-a). 2 Mayıs 2019 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5ccb32cb77d141.68395383 adresinden erişildi.

Türk Dil Kurumu. (t.y.-b). 5 Mayıs 2019 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=dramatize%20etmek&cesit=1&guid=TDK.GTS.5338059086b911.07246489 adresinden erişildi.

Türk Dil Kurumu. (t.y.-c). 5 Mayıs 2019 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ccec909751f34.21997029 adresinden erişildi.

Urban Dictionary: Astroturf. (t.y.).Urban Dictionary. 6 Mayıs 2019 tarihinde https://www.urbandictionary.com/define.php?term=astroturf adresinden erişildi.

Uzun, R. (2007). İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, (2).

Virilio, P. (2003). Enformasyon Bombası. (İ. K. Şahin, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Watson, J. ve Hill, A. (2015). Dictionary of Media and Communication Studies (9. bs.). New York: Bloomsbury Academic.

When is a denial not a denial? (2007, 19 Nisan). http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/6570941.stm adresinden erişildi.

Yılmaz, E. G. (2014). Siyasal İletişimde Sorumluluğu Olmayan Güç: Spin Doctor. Düşünen Siyaset, (29).

Goldhill, Olivia, March 20, 2018, https://qz.com/1232873/what-can-politicians-learn-from-tracking-your-psychology-pretty-much-everything/ 17/08/2019 tarihinde ziyaret edilmiştir.

SOSYAL MEDYA ÇALIŞMALARI

Kuram, Söylem, Pratik

Editörler:
Tuba LİVBERBER
Salih TİRYAKİ

LİTERATÜRK academia

Sosyal Medyanın Ekonomi Politiği

Levent YAYLAGÜL[*]

Giriş

Son yirmi yılda, sosyal medya insan yaşamının temel bileşenlerinden birisi haline gelmiştir. 1997'lerde başlayan sosyal ağ oluşturma çabaları MySpace (2003), Facebook (2004), YouTube (2005), ve Twitter (2006) ile çok daha yaygın hale gelmiştir. 2 milyardan fazla kullanıcı Facebook'a girmektedir. İnsanların çoğu zamanlarının bir kısmını sosyal medya platformlarında harcamaktadır.

İletişim alanı, konusu ve analiz yöntemleri açısından eklektik bir alandır. Yaklaşımların çoğu, yeni gelişen teknolojilere yönelik fütürist hipotezlere dayanır. Liberal paradigmadan hareketle geliştirilen bu varsayımlarda iletişim süreçlerinin daha da demokratikleştiği, katılım imkanlarının arttığı ve bunun neticesinde insanların düşünme ve düşünceyi ifade ortam ve olanaklarının geliştiği şeklinde bir genel kabul mevcuttur. Egemen yaklaşımlar olarak kategorize edilebilecek bu yaklaşımlar "iletişim teknolojileri" alanındaki gelişmeleri yanlış bir kavramsallaştırma ile "iletişim ve enformasyon" çağı olarak görürler. Çünkü iletişim ve enformasyon teknolojileri sürekli gelişmektedir. İnsanlar internet gibi her geçen gün daha çok teknolojik imkan ve ortamları kullanmaktadırlar (Webster, 2001: 31).

[*] Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, lyaylagul@akdeniz.edu.tr

lence ve enformasyon içerikleri ekonomiyi ve siyaseti kontrol eden güçlerin kontrolü altındadır. Eğlence ve enformasyon teknolojileri ve içerikleri küresel güçlerin çıkar ve beklentilerine hizmet etmektedir. Bu açıdan internet ve sosyal medya gibi yeni iletişim ortamları, basitçe bir teknoloji sorunu değil, yeni bir sermaye birikim düzeninin parçasıdır.

Kaynakça

Alampay, Ervin A. (2006), *Beyond Access to Icts: Measuring Capabilities in the Information Society,* **International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technology,** 2 (3), 4-13

Babe, R. E. (1995), **Communication and Transformation of Economics: Essays in Information, Public Policy and Political Economy,** Boulder, CO, Westview Press

Castels, Manuel (2001), **The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Bussiness, and Society,** New York, Oxford University Press

Crafton, Christine (2002), *Making a Difference Globally –How the Internet and Other Forms of Information Technology are Transforming Global Economics and Politics,* **World and I,** 17 (1), 38

Dawson, Michael and Foster, John Bellamy (1996), *Virtual Capitalism: The Political Economy of the Information Highway,* ***Monthly*** **Review,** 48 (3), July-August: 40-48

Douglas, Sarah and Guback, Thomas (1984), *Production and Technology in the Communication / Information Revolution,* **Media, Culture and Society,** 6 (1), 233-245

Fagin, Barry S. (2002), *Intellectual Freedom and Social Responsibility: As We Grow More Dependent on the Internet, We Grow More Vulnerable,* **The World and I,** 17(3) March, 38

Faltesek, Daniel (2018), **Selling Social Book Media: The Political Economy of Social Review Networking,** New York, Bloomsbury Academic

Fisher, Eran (2018), **Political Economy of Social Media,** https://www.academia.edu/8238937/The_Political_Economy_of_Social_Media_-_entry_in-_Encyclopedia_of_Social_Media_and_Politics Erişim: 28 Aralık.

Fraad, Harriet (2011), *Economy and Psychology*, **Journal of Psychohistory,** 38 (3), 198-204

Fuchs, Christian ve Sandoval, Marisol (2015), *The Political Economy of Capitalist and Alternative Social Media,* (Ed.) **Chris Atton, The Routledge Companion to Alternative and Community Media,** 165-175, London, Routledge

Fuchs, Christian (2014), **Social Media: A Critical Introduction,** London, Sage

Fuchs, Christian (2010), *Alternative Media as Critical Media,* **European Journal of Social Theory,** 13 (2), 173-192

Fuchs, Christian (2009), *Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet,* **European Journal of Communication,** 24 (1), 69-87

Jameson, Frederic (1991), **Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism,** London, Verso

Jenkins, H. ve Deuze M. (2008), *Editorial: Convergence Culture,* **Convergence,** 14 (1), 5-12

Lash, S. ve Urry, J. (1994), **Economics of Time and Space,** London, Sage

Manzerolle, Vincent (2010), *Mobilizing the Audience Commodity: Digital Labour in a Wireless World,* **Theory & Politics in Organization,** 10 (3/4), 455-469

McChesney, Robert W. (2000), *The Political Economy of Communication and the Future of the Field,* **Media, Culture and Society,** 22 (1), 109-116

Mosco, Vincent (2009), **The Political Economy of Communication,** 2nd Edition, London, Sage

Schiller, Herbert I. (1996), **Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America,** New York, Routledge

Schiller, Herbert I. (1991), *Not Yet the Post Imperialist Era,* (Ed.) D.K. Thussu, **International Communication: A Reader,** 247-261, London, Routletge

Shapiro, Andrew L. (1999), *The Internet,* **Foreign Policy,** 115 (Summer), 14-19

Smythe, Dallas W. (1977), *Communications: Blindspot of Western Marxism,* **Canadian Journal of Political and Social Theory,** 1 (3), Fall, 1-27

Smythe, Dallas W. (1960), *On the Political Economy of Communications,* ***Journalism*** **Quarterly,** (Fall), 461-475

Underwood, William (2002), *Embracing Cyberspace-the Evolution of Japan's Internet Culture,* **World and I,** 17 (6), 265

Valcanis, Tom (2011), *An iPhone in Every Hand: Media Ecology, Communication Structures, and the Global Village,* **A Review of General Semantics,** 68 (1), 33-40

Vesnic-Alujevic, Lucia ve Murru, Maria Francesca (2016), *Digital Audiences' Disempowermwent: Participation or Free Labour,* **Participations: Journal of Audience & Reception Studies,** 13 (1), 422-431

Wade, Robert Hunter (2002), *Bridging the Digital Divide: New Route to Development or New Form of Dependency,* **Global Governance, 8** (4), 443-456

Webster, Frank (2001), *Herbert I. Schiller,* **Television & New Media,** 2 (1), February, 31-33

Wittel, Andreas (2012), *Digital Marx: Toward a Political Economy of Distributed Media,* **Triple C: Cognition, Communication, Co-Operation,** 10 (2), 313-333

Ekonomi Politik Bağlamda Medyada Tekelleşme ve Sosyal Medya

Tuba LİVBERBER[*]

Giriş

Medya, bireylerin duygu, düşünce, algı, tutum ve davranışlarını etkileme gücüne sahiptir. Bu şekillendirici etkisinden dolayı gücü elinde bulundurmak isteyen birey ve gruplar, medya araçlarına sahip olmayı istemektedir. Yeni nesil iletişim teknolojileriyle birlikte gün geçtikçe daha da güçlenen medya, ekonomik, politik, kültürel ve sosyal alanlarda da oldukça söz sahibidir. Öyle ki, bu yapılanmaları medyadan bağımsız düşünmek mümkün değildir.

Medyanın gücünün artmasında dışarıda bırakılamayacak en önemli konu küreselleşmedir. Küreselleşmeyle birlikte dünya McLuhan'ın deyimiyle küresel bir köy haline gelmiş ve sınırlar ortadan kalkmıştır. Sınırların kalkması medya alanını güçlendirmiş, sermaye sahiplerinin bu alana yönelmesini sağlamıştır. Bu durum ise medyada tekelleşme sorununu beraberinde getirmiştir. Medya tekelleşmesi üretimden dağıtıma, pazarlamadan tüketime kadar her alanda kendini yoğun bir şekilde hissettirmektedir.

İletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmeler ve kitle iletişim araçlarında kaydedilen teknolojik ilerlemeler pek çok de-

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, tubalivberber@selcuk.edu.tr

Kaynakça

Adaklı, Gülseren (2003), **Hakim Medya Gruplarının Kısa Tarihi,** http://bianet.org/bianet/medya/27919-hakim-medya- (Erişim Tarihi: Temmuz 2019)

Arslan, Ali (2004), Günümüz Türkiye'sinde Medya Gerçeği, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, 1 (1), 1-14

Bagdikian, Ben H. (1992), **The Media Monopoly,** Boston, Beacon Press

Başaran, Funda ve Yüksel, Hakan (2013), *Uluslararası İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği: Soğuk Savaş'tan Yeniden Yapılandırmalara*, (Ed.) Meltem Bostancı, **Uluslararası İletişimin Eleştirel Ekonomi Politiği- İletişim Politikalarında Küreselleşme,** 13-66, İstanbul, Chiviyazıları Yayınevi

Bayram, Yavuz (2013), *Küreselleşme Sürecinde Medya Sektörünün Değişen Doğası ve Türk Medya Sektörüne Yansımaları,* **HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi,** 2, (3), 234-261

Çoban, Barış (2013), **Yeni Emperyalizm Çağında Yeni Medya: Küreselleşme Sürecinde Medya Eleştirisi,** http://www.academia.edu/609132/YENI_EMPERYALIZM _CAGINDA_YENI_MEDYA, Erişim Tarihi: Temmuz 2019

Erdoğan, İrfan (2002), *Tekelleşme, Medya ve Medya Pratikleri,* **Toplum ve Hekim**, Kasım-Aralık, 417-424

Girgin, Atilla (2008), **Gazeteciliğin Temel İlkeleri,** İstanbul, Der Yayınları

Golding, Peter ve Murdock, Graham (1974), *For a Political Economy of Mass Communication,* (Ed.) R. Miliband ve J. Saville, **Socialist Register**, 205-234, Merlin Press

Gönenç, Aslı Yapar (2002), *Türk Yazılı Basınında Tekelleşme Olgusu*, **İÜ İletişim Fakültesi Dergisi,** 13, 22-43

Kellner, Douglas (2008), *Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi-Politik,* (Der.) Sevilay Çelenk, **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, 147-172, Ankara, De Ki Yayınları

McChesney, Robert W. (2006), **21. Yüzyılda İletişim Politikaları- Medyanın Sorunu,** İstanbul, Kalkedon

McChesney, Robert W. (2013), **Digital Disconnect - How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy**, New York, The New Press

Mosco, Vincent (1996), **The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal,** London, Sage.

Mosco, Vincent (2008), *Current Trends in the Political Economy of Communication,* **Global Media Journal-Canadian Edition**, 1, (1), 45-63

Mosco, Vincent ve Reddick, Andrew (1997), *Political Economy, Communication and Policy,* (Ed.). Mashoed Bailie, Dwayne Winseck, **Democratizing Communication? Comparative Perspectives on Information and Power**, 10-23, USA, Hampton Press

Murdock, Graham (1982), *Large Corporations and the Control of the Communications Industries*, (Ed.) Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran and Janet Woollacott, **Culture, Society and the Media,** 114-147, Routledge

Murdock, Graham (1990), *Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization*, (Ed.) Marjorie Ferguson, **Public Communication - The New Imperatives: Future Directions for Media Research,** Chapter 1, 1-15, London, Sage

Murdock, Graham (2011), *Political Eonomies as Moral Economies: Commodities, Gifts, and Public Goods*, (Ed.) Janet Wasko, Graham Murdock, Helena Sousa**, The Handbook of Political Economy of Communications,** 13-40, Malden, Wiley--Blackwell

Nebiler, Halil (1995), **Medyanın Ekonomi Politiği,** İstanbul, Sarmal Yayınevi

Özer, Ömer (2006), *Medya Alanında Tekelleşme: Ankara'daki Muhabirlerın Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri,* **Medya Okuryazarlığı,** 100-115, İstanbul, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını

Poe, Marshall T. (2015), **İletişim Tarihi – Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum**, İstanbul, Islık

Rubin, Richard (1981), **Press, Party and Presidency,** London, Norton

Sözeri, Ceren ve Güney, Zeynep (2011), **Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği: Sektör Analizi,** İstanbul, TESEV.

Şeker, Tülay B. (2007), *Tekelleşme Sorunu*, (Der.) Bilal Arık ve Mustafa Şeker, **Bir Sorun Olarak Gazetecilik,** 91-114, Konya, Tablet Yayınları

The International Commission for the Study of Communication Problems (1980), **'Concentration', Many Voices, One World,** Part ll: Chapter 4, 96-111, London, New York and Paris: Kogan Page, Unipub and Unesco

Topuz, Hıfzı (2003), **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,** İstanbul, Remzi Kitabevi

Yeşil, Muhacir Murat (2015), *Ekonomi–Politik Yaklaşımı Bağlamında Medyada Tekelleşme Sorunu: Gazeteciler Üzerindeki Yansımalar,* **Sosyal Bilimler Dergisi,** 1, (1), 144-157

Kültür Endüstrisi ve İnternet: Bireysel Özgürleşme ve Toplumsal Dayanışmayı Twitter Üzerinden Okumak[1]

Erdal DAĞTAŞ[*]
Ozan YILDIRIM[**]

Giriş

Bu çalışmanın konusunu, enformasyon toplumu içerisinde bireysel özgürleşme ve toplumsal dayanışma ile doğrudan ilişkisi olan twitter oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı kültür endüstrileri ile internet mecralarının bağlantısını kurmak ve twitterın bireysel özgürleşme ile toplumsal dayanışmayı ne yönde etkilediğini nitel anlamda çözümlemektir.

Teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve ortaya çıkan yeni ekonomiyle birlikte kapitalizm kendisini yenileyerek yükselişini sürdürmüştür. Enformasyonel kapitalizm olarak isimlendirilen kapitalizmin bu yeni evresinde; internet teknolojileri, sosyal medya ve yeni medya araçları başat bir konumdadır. İleri teknik düzeyde endüstri kullanılarak üretilen bu araç ve mecralar; günümüzde kültür endüstrisi ürünleri olarak enformasyonel kapitalist sistemin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Dünya gene-

---

[1] Bu çalışma, Prof. Dr. Erdal DAĞTAŞ'ın danışmanlığında yürütülen ve Ozan YILDIRIM tarafından 2019 yılında *Kültür Endüstrisi Olarak İnternetin Bireysel Özgürleşme ve Toplumsal Dayanışma Kavramları Çerçevesinde Değerlendirilmesi* başlığıyla sunularak kabul edilen doktora tezinden üretilmiştir.

[*] Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü, edagtas@anadolu.edu.tr

[**] Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, ozanyildirim@ohu.edu.tr

twitter ve teknolojiden daha fazla iletişimsel eyleme gereksinim duyduğu bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bütünsel bir toplumsal dayanışma için bireylerin siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyolojik nedenlere ihtiyaçları vardır. Dolayısıyla, twitter toplumsal dayanışmanın ortaya çıkmasını sağlayan bir araç olarak değerlendirilmemelidir. Kaldı ki, twitter, toplumsal dayanışmayı doğrudan sağlayan bir araç da değildir. Twitter sadece ortaya çıkan bir toplumsal dayanışmanın sürdürülmesine ve daha fazla duyurulmasına aracı olmaktadır. Bu anlamda, toplumsal olaylara ilişkin twitter aracılığıyla ortaya çıkan toplumsal dayanışmanın sadece twitter kullanıcıları arasında ses getireceği de unutulmamalıdır.

Kaynakça

Akyazı, Erhan ve Ayşenur Akyazı (2013), *Yeni Bir Demokrasi Platformu Olarak Sosyal Medya: TBMM 24. Dönem Milletvekillerinin "Twitter" Ortamındaki Mevcudiyetleri ve "Suriye Krizi" Üzerinden Mesaj İçeriklerinin Analizi*, (Ed.) And Algül ve Neda Üçer, **Yeni Medya'da Demokrasi: Sosyal Medyaya Dair Araştırmalar**, 205-225, Konya: Literatürk Yayınları.

Aydoğan, Filiz (2011), **Küresel Medya**, İstanbul, Beta Yayınları.

Aydoğan, Filiz ve Ali Murat Kırık (2012), *Alternatif Medya Olarak Yeni Medya*, Erişim Adresi: **file:///C:/Users/OzanY/Downloads/D2_akdeniz_iletisim_dergisi_facebook.pdf**, Erişim Tarihi: 06/01/2019.

Babacan, Mehmet Emin (2016), *Yeni Medya Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Yeni İnsanın Karakter Çözümlemesi*, (Der.) Erdal Dağtaş, **Özgürleşmenin Yolları: Sınıf ve Kimlik Eksenli Toplumsal Hareketlerin Medyadaki Yansımaları**, 379-395, Ankara, Ütopya Yayınevi.

Baştürk Akça, Emel (2014), *Demokratik Katılım Bağlamında Yeni Medya ve Dijital Yurttaşlık,* (Ed.) Emel Baştürk Akça, **Yeni Medya Yeni Pratikler Yeni Olanaklar,** 17-44, Kocaeli, Umuttepe Yayınları

Çildan ve diğerleri (2012), *Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü*, Erişim Adresi: **file:///C:/Users/aaaa/Downloads/SosyalMedyannPolitikKatlmveHareketlerdekiRol.pdf**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Çoban, Barış (2008), *Yeni Toplumsal Hareketlerin Eleştirisi*, Erişim Adresi: **http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/3073/5000013306-5000022805-1-PB.pdf?sequence=1**, Erişim Tarihi: 07/01/2019.

Çoban, Barış (2006), *Yeni Emperyalizm Çağında Yeni Medya: Küreselleşme Sürecinde Medya Eleştirisi*, Erişim Adresi: **https://www.academia.edu/609132/YEN%C4%B0_EMPERYAL%C4%B0ZM_%C3%87A%C4%9EINDA_YEN%C4%B0_MEDYA**, Erişim Tarihi: 16/12/2018.

Dağsalgüler, Aylin ve Erkan Saka (2007), *Yeni İletişim Teknolojileriyle Habermas'ın Kamusal Alanını Yeniden Düşünmek*, (Ed.) Özgür Yılmazkol, **Medya Okumaları**, 163-177, Ankara, Nobel Yayın ve Dağıtım.

Dağtaş, Erdal (2014), **Kamusal Alan ve Medya: Münevver Karabulut Cinayetinin Basındaki Yansımaları**, Ankara, Ütopya Yayınevi.

Doğu, Ali Haydar (2014), *İnternet Ortamında Kişilik Haklarının İhlali*, Erişim Adresi: **http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/sbedergisi_1cca9.pdf**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Genç, Hakan (2010), *İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve E-İş 2.0 Uygulamaları*, Erişim Adresi: **https://ab.org.tr/ab10/kitap/genc_e-is_AB10.pdf**, Erişim Tarihi: 07/01/2019.

Goffman, Erving (2014), **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, (Çev.) Barış Cezar, İstanbul, Metis Yayınları.

Göker, Gamze (2009), *İnternet'in Yeni Toplumsal Hareketlere Etkisi*, Erişim Adresi: **http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/goker_inet09.pdf**, Erişim Tarihi: 06/01/2019.

Habermas, Jürgen (2015), **Öteki Olmak Ötekiyle Yaşamak: Siyaset Kuram Yazıları**, (Çev.) İlknur Aka, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

Habermas, Jürgen (1997), **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü**, (Çev.) Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul, İletişim Yayınları.

Hatipoğlu Aydın ve diğerleri (2013), *İfade Özgürlüğü Açısından Ağ Tarafsızlığı Kavramı ve Türkiye'deki Hukuki Düzenlemeler ve Pratik Uygulamalar*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/mulkiye/issue/42/207**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Horkheimer, Max ve Theodor W. Adorno (1996), **Aydınlanmanın diyalektiği. Felsefi Fragmanlar II**, (Çev.) Oğuz Özügül, İstanbul, Kabalcı Yayınları.

Huxley, Aldous (2016), **Cesur Yeni Dünya**, (Çev.) Ümit Tosun, İstanbul, İthaki Yayınları.

İlkiz, Fikret ve Barış Günaydın (2006), *İnternette İfade Özgürlüğü*, Erişim Adresi: **http://www.ankarabarosu.org.tr/siteler/ankarabarosu/hgdmakale/2006-3/24.pdf**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Jay, Martin (2006), **Diyalektik İmgelem**, (Çev.) Ünsal Oskay, İstanbul, Belge Yayınları.

Mora, Necla (2008), *Medya ve Kültürel Kimlik*, Erişim Adresi: **http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31065275/406-1350-1-PB.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1482851750&Signature=DI7ZXxvP8QFKd3lkRRRhmE2uFdg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DMedia_and_cultural_identity.pdf**, Erişim Tarihi: 02.01.2019.

Orwell, George (2016), **1984**, (Çev.) Celal Üster, İstanbul, Can Yayınları.

Oskay, Ünsal (1982), **Çağdaş Fantazya**, Ankara, Ayko Yayınları.

Özgül, Gönül Eda (2012), *Bir Görme Biçimi Olarak Yeni Medya: Kamusal Bir Alan İmkânının Araştırılması*, Erişim Adresi: **http://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/10/26_Sayi_8_makale_gonul_eda_ozgul.pdf**, Erişim Tarihi: 06/01/2019.

Özçetin ve diğerleri (2012), *Türkiye'de İnternet, Kamusallık ve Demokratik Kanaat Oluşumu*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/fe/issue/26037/274234**, Erişim Tarihi: 06/01/2019.

Sayımer, İdil (2008), **Sanal Ortamda Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Yayıncılık.

Şan, Mustafa Kemal ve İsmail Hira (2011), *Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Eleştirisi,* Erişim Adresi: **http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/frankfurt_okulu_ve_kultur_endustrisi_elestirisi.pdf**, Erişim Tarihi: 02/01/2019.

Şen, A. Fulya ve Y. Furkan Şen (2015), *Sosyal Medya, İletişim Hakkı ve İfade Özgürlüğü Üzerine Bir Değerlendirme*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/download/article-file/287172**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Yarar, Nesrin (2016), *Dijital Aktivizm ve Dijital Eylem Repertuvarı Tipolojisi*, (Ed.) Nilüfer Timisi, **Dijital, Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler**, 215-251, İstanbul, Kalkedon Yayınları.

Tağ Kalafatoğlu, Şermin (2015), *Toplumsal Hareketler ve Politik Oluşumlar Bağlamında Yeni Medya Aracılığıyla Politik Aktivizm*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/odusobiad/issue/27563/290009**, Erişim Tarihi: 07/01/2019.

Timisi, Nilüfer (2003), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Ankara, Dost Kitapevi.

Topbaş, Hasan ve Ayhan Doğan (2016), *Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/download/article-file/234653**, Erişim Tarihi: 07/01/2019.

Yüksel, Mehmet (2003), *Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi*, Erişim Adresi: **http://dergipark.gov.tr/download/article-file/36195**, Erişim Tarihi: 03/01/2019.

Webster, Frank (1995), **Theories of the Information Society**, London, Routledge.

İnternet Kaynakları

https://transparency.twitter.com/en/removal-requests.html, Erişim Tarihi: 31/12/2018.

https://yenimedya.wordpress.com/tag/btk-ve-internet-sansuru/, Erişim Tarihi: 02/01/2019.

https://yenimedya.wordpress.com/tag/turkiyede-internet-yasaklari/, Erişim Tarihi: 02/01/2019.

http://t24.com.tr/yazarlar/bilinmeyen/25-soruda-mevcut-Internet-yasasi-ve-getirilmek-istenen-yeni-duzen,8452, Erişim Tarihi: 02/01/2019.

http://www.insanhaber.com/guncel/gezi-surecinde-sosyal-medya-dezenformasyonlari-h5091.html, Erişim Tarihi: 06/01/2019.

https://www.alexa.com/siteinfo/twitter.com, Erişim Tarihi: 18/01/2019.

http://www.sabah.com.tr/teknoloji/haber/2011/11/17/hashtag-nedir, Erişim Tarihi: 24/01/2019.

http://www.bbc.com/turkce/haberler/2014/12/141205_twitter_takipciler, Erişim Tarihi: 24/01/2019.

https://about.twitter.com/tr/company, Erişim Tarihi: 24/01/2019.

https://about.twitter.com/tr/values/civic-engagement.html, Erişim Tarihi: 25/01/2019.

https://about.twitter.com/tr/safety.html, Erişim Tarihi: 26/01/2019.

https://about.twitter.com/content/dam/about-twitter/values/twitter-for-good/Twitterfornonprofits.pdf, Erişim Tarihi: 30/01/2019.

https://about.twitter.com/tr/values/twitter-for-good.html, Erişim Tarihi: 30/01/2019.

https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2016/twitter-neighbornest-how-we-learn-connect-and-grow-together.html, Erişim Tarihi: 02/02/2019.

https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/events/2017/TwitterForGood-Day.html, Erişim Tarihi: 03/02/2019.

https://about.twitter.com/tr/values/civic-engagement.html, Erişim Tarihi: 04/02/2019.

https://about.twitter.com/tr/values/pac.html, Erişim Tarihi: 04/02/2019.

https://webrazzi.com/2015/02/21/turkiye-2014-avrupa-teknoloji-yatirimlari-raporunun-neresinde/, Erişim Tarihi: 06.02.2019.

http://www.ekofinans.com/twitterin-piyasa-degeri-ne-kadar-h17556.html, Erişim Tarihi: 10/02/2019.

http://www.radikal.com.tr/dunya/gezi_parki_olaylari_dunya_basininda-1135814, Erişim Tarihi: 10/02/2019.

http://www.radikal.com.tr/yazarlar/m_serdar_kuzuloglu/gezi_parki_eylemlerinin_sosyal_medya_karnesi-1138146, Erişim Tarihi: 11/02/2019.

http://www.hurriyet.com.tr/planet/23425695.asp, Erişim Tarihi: 11/02/2019.

http://www.insanhaber.com/guncel/gezi-surecinde-sosyal-medya-dezenformasyonlari-h5091.html, Erişim Tarihi: 12/02/2019.

http://www.radikal.com.tr/turkiye/basbakana_geziyi_soran_reuters_muhabiri_birsen_altayliya_dakikada_1000_takipci-1136051, Erişim Tarihi: 12/02/2019.

http://ekonomi.haber7.com/ekonomi/haber/1042948-bakan-yildirim-twitter-isbirligine-yanasmadi, Erişim Tarihi: 13/02/2019.

http://www.habergazete.com/haber-detay/1/25862/iste-Sanatcilardan-Diren-Gezi-Parki-Twitter-Mesajlari-2013-06-03.html, Erişim Tarihi: 15/02/2019.

http://www.hurriyet.com.tr/tweet-atanlara-isyana-tesvik-gozaltisi-23438875, Erişim Tarihi: 15/02/2019.

http://politikakademi.org/2013/07/arap-bahari-ve-sosyal-medya/, Erişim Tarihi: 16/02/2019.

http://www.dw.com/tr/sosyal-medyan%C4%B1n-arap-bahar%C4%B1ndaki-rol%C3%BC/a-15175703, Erişim Tarihi: 16/02/2019.

https://prezi.com/dgmcuxnrbqkg/sosyal-medyanin-arap-bahari-uzerindeki-etkisi/, Erişim Tarihi: 16/02/2019.

http://sendika62.org/2015/01/basarisiz-bir-sosyal-medya-deneyimi-occupy-wall-street-onder-ozdemir/, Erişim Tarihi: 16/02/2019.

http://www.hurriyet.com.tr/cam-filmi-yasagi-resmi-gazeteye-nasil-yansidi-cam-filmi-cezasi-ne-kadar-40627500, Erişim Tarihi: 16/02/2019.

https://twitter.com/hashtag/camfilmi, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.hurriyet.com.tr/suruculer-dikkat-cam-filmi-cezasi-cebinizi-yakabilir-40634461, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.haberturk.com/cam-filmi-yasagi-kalkti-mi-cam-filmi-serbest-mi-oldu-iste-sicak-gelismeler-1712910-ekonomi, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/606483/Sort_giydigi_icin_darp_edilen_Aysegul_Terzi_ilk_kez_konustu__Sofor__saldirganin_kacmasina_yardim_etti.html#, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.sozcu.com.tr/2017/gundem/sortlu-diye-hemsireye-saldiran-abdullah-cakiroglunun-avukatindan-soke-eden-savunma-1829020/, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.sozcu.com.tr/2016/gundem/sosyal-medya-aysegul-terziye-sahip-cikti-1395448/, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

https://www.aydinlik.com.tr/aysegul-terziye-sosyal-medya-sahip-cikti, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://odatv.com/sosyal-medyadan-aysegul-terziye-buyuk-destek-1609161200.html, Erişim Tarihi: 17/02/2019.

http://www.mynet.com/haber/politika/canikliden-aysegul-terzi-aciklamasi-2637307-1, Erişim Tarihi: 18/02/2019.

http://www.yenicaggazetesi.com.tr/binali-yildirimdan-aysegul-terzi-aciklamasi-146668h.htm, Erişim Tarihi: 18/02/2019.

http://t24.com.tr/haber/aile-bakanindan-aysegul-terzi-aciklamasi-saldirganin-tutuklu-olarak-yargilanmasini-istiyoruz,368688, Erişim Tarihi: 18/02/2019.

Sosyal Medya Hastalıkları

Ahmet Yalçın KAYA[*]
Fırat ATA[**]

Giriş

Sosyal medya, genel bir ifadeyle kullanıcıların paylaşım ve diyaloglarla toplumsallaşmalarını/birbirlerinden haberdar olmalarını sağlayan dijital bir platformdur. İnternet bağlantısı aracılığıyla erişilen sosyal medya uygulamaları bilgisayar, tablet ve özellikle cep telefonlarına yüklenen/indirilen aplikasyonlarla kullanılmaktadır. Etkileşim kavramı üzerine temellenen sosyal medya, "Facebook, Twitter, WhatsApp, Tumblr, Instagram, Periscope, MySpace, LınkedIn ve YouTube" ve her geçen gün sayısı artan uygulamaları içermektedir.

Sosyal medya, farklı kitle iletişim araçlarına eklenebilen ve farklı kitle iletişim araçlarını kendi içerisinde barındırabilen bir platformdur. Geleneksel kitle iletişim araçlarında yer alan içerikler, kullanıcılar tarafından sosyal medyaya taşınabilmektedir. Benzer bir biçimde kullanıcıların sosyal medyada paylaştığı içerikler de kitle iletişim araçlarında yayınlanabilir. Bu boyutuyla sosyal medyanın televizyon, gazete, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçlarıyla yoğun bir ilişkisi bulunmaktadır.

Sosyal medya, özellikle 2000'li yıllarla birlikte gittikçe yaygınlaşan bir kullanım alanına sahip olmaya başlamıştır. Kulla-

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, aykaya@selcuk.edu.tr.
[**] Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, firatata@mku.edu.tr.

pedializm, Blog İfşacılığı, Google Takip, Cheesepodding, Enfornografi" gibi sosyal medya hastalıkları, farklı açılardan tanımlanmış ve üzerine değerlendirmelerde bulunulmuştur. Bu rahatsızlıklar/hastalıklar, kullanıcıların kendilerinin hangi rahatsızlıklarla/hastalıklarla karşı karşıya olduğunu göstermesi adına önemli ipuçları sunmuştur. Bahsi geçen rahatsızlıklar/hastalıklarla birlikte toplumsal yapıya ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak oluşabilecek olası yeni rahatsızlıklar/hastalıklar da ortaya çıkabileceği göz ardı edilmemelidir.

Kullanıcılarının sosyal medya uygulamalarını ölçülü bir şekilde kullanmaları, sosyo-psikolojik rahatsızlık/hastalıkların önlenmesi adına önemli bir adım olarak görülebilir. Ölçülü kullanım kıstası, her kullanıcıya göre farklılaşabilir, önemli olan sosyal medya uygulamalarına bir bağımlılığın oluşmasını engellemek ve daha sağlıklı bir kullanım sürecini oluşturabilmektedir.

Çalışmada bahsi geçen sosyal medya rahatsızlıkları/hastalıkları, bundan sonra yapılacak çalışmalara önemli veriler sağlamaktadır. Devamında yapılacak çalışmalar, bu rahatsızlıkları/hastalıkları daha detaylı kategorize ederek bu konuda alınması gereken önlemleri aşamalarıyla değerlendirebilir.

Kaynakça

Alt, Dorit ve Boniel-Nissim, Meyran (2018), *Links between Adolescents' Deep and Surface Learning Approaches, Problematic Internet Use, and Fear of Missing Out (FoMO),* **Internet Interventions, 13**: 30–39

Balakrishnan, Janarthanan ve Griffiths, Mark D. (2018), *An Exploratory Study of "Selfitis" and the Development of the Selfitis Behavior Scale*, **Int J Ment Health Addiction, 16**: 722-736

Barreto, Jose E. ve Whitehair, Curtis L. M. (2017), *Social Media and Web Presence for Patients and Professionals: Evolving Trends and Implications for Practice,* **Clinical Informatics in Physiatry, 9:** 98-105

Batu, Mikail ve İplikçi, Handan G. (2019), *Yeni Medya Rahatsızlıkları: Yeni Nesil Medyaya Farklı Bir Bakış,* **Internatıonal Conference on Applied Economics and Finance: Extended with Social Sciences ICOAEF'18**

Boyle, Kris ve Johnson, Thomas J. (2010), *Myspace is Your Space? Examining Self-Presentation of Myspace User,* **Computers in Human Behavior, 26:** 1392–1399

Büyükbaykal, Ceyda I. ve Günel, Ozan (2017), *Sosyal Medyanın Gücü ve Etkisi*, (Ed.) Suat Gezgin ve Ali Efe İrali, **Yeni Medya Analizleri,** 33-54, Konya, Eğitim Yayınevi

Carbonell, G ve Brand, M. (2017). Choosing a Physician on Social Media: Comments and Ratings of Users are More Important than the Qualification of a Physician. International Journal of Human–Computer Interaction, 34(2), 117–128

Coe, Rodney M. (1978), **Sociology of Medicine,** McGraw-HillBook Company.

Coiera, Enrico (2013), *Social Networks, Social Media and Social Diseases*, **BMJ,** 346, 1-4

Cole, Spencer A. (2018), *Perfectionism and Stress*, **UC Merced Undergraduate Research Journal, 10 (2):** 1-22

Cossu, Alberto (2018), *Beyond Social Media Determinism? How Artists Reshape the Organization of Social Movements,* **Social Media+Society,** 1-13

Ereshefsky, Marc (2009), *Defining 'Health' and 'Disease*, **Studies in History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences, 40:** 221-227

Farman, Jason (2015), *Infrastructures of Mobile Social Media*, **Social Media+Society**, 1-2.

Friedland, Elyssa (2016), **Aş Burada Çekmiyor**, (Çev) Özlem Özarpacı, İstanbul, Novella Yayınları

Gatica-Perez, Daniel, Sanchez-Cortes, Dairazalia, Do, Trinh M. T., Jayagopi, Dinesh B. ve Otsuka, Kazuhiro (2018), V*logging Over Time: Longitudinal Impressions and Behavior in YouTube*, **Proceedings of the 17th International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia**, 37- 47

Gerbaudo, Paolo (2018), *Social Media and Populism: An Elective Affinity?* **Media, Culture & Society, 40(5):** 745-753

Gonzalez-Polledo, Elena (2016), *Chronic Media Worlds: Social Media and the Problem of Pain Communication on Tumblr,* **Social Media + Society,** 1-11

Günay, Büşra (2017), *Dijital Bağımlılığın Dijital Kültüre Dönüşmesi: Netlessfob*i, **Yeni Medya Elektronik Dergisi, 1(2):** 207-213

Hopke, Jill E. ve Hestres, Luis E. (2018), *Visualizing the Paris Climate Talks on Twitter: Media and Climate Stakeholder Visual Social Media During COP21,* **Social Media + Society,** 1-12

Ivanova, Eliza (2013), *Internet Addiction and Cyberchondria-Their Relationship with Well-Being,* **Journal of Education Culture and Society, 1:** 57-70

Jian, Guowei ve Liu, Ting (2018), *Journalist Social Media Practice in China: A Review and Synthesis,* **Journalism,** 1-19

Kara, Tolga (2013), **Sosyal Medya Endüstrisi,** İstanbul, Beta Basım Yayın

Khalid, Haliyana ve Dix, Alan (2006), *From Selective İndulgence To Engagement: Exploratory Studies On Photolurking*, **The Brıtısh Hcı 2006 Conference**, 1-4

Korucu, Kevser, S., Oksay, Aygen ve Kocabaş, Dilek (2018), *Online Health Concern: Cyberchondria.* (Ed.) Hakan Kapucu ve Cüneyt Akar, **Changing Organizations: From the Psychological & Technological Perspectives,** 211- 214, Londra, IJOPEC Publication

Kuşay, Yeliz (2010), *Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri* (Der.) Filiz Aydoğan ve Ayşen Akyüz, **İkinci Medya Çağında İnternet,** 61-92, İstanbul, Alfa Basım Yayın

Kürkçü, Duygu D. (2017), *Sosyal Medya Ortamlarında Haber Yayımı*, (Ed.) Suat Gezgin ve Ali Efe İrali, **Yeni Medya Analizleri,** 191-226, Konya, Eğitim Yayınevi

Leung, Louis (2013), *Generational Differences in Content Generation in Social Media: The Roles of The Gratifications Sought and of Narcissism*, **Computers in Human Behavior 29:** 997-1006

Lev-On, Azi (2018), *The Anti-Social Network? Framing Social Media in Wartime,* **Social Media + Society,** 1-12

Lidler, Ellen (1979), *Definitions of the Health and Illnes and Medical Sociology*, **Medicating Structures and Public Policy Project, 13:** 723-731

Mosco, Vincent ve Fuchs, Christian **(**Der.) (2014), **Marx Geri Döndü,** (Çev.) Funda Başaran, Ankara, NotaBene Yayınları

Niebroj, Leslaw (2015). *Defining Health/Illness: Societal and/or Clinical Medicine?,* **Researcgate,** 250-262

Nutbeam, Don (2008), *The Evolving Concept of Health Literacy*, **Social Science & Medicine, 67:** 2072**–**2078

Olcay, Sümeyya (2018), *Dıgıtalızatıon Of Socıalızatıon As Socıal Media and Getting Lost Disorder in Photos: Photolurking,* **Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2(2):** 90- 104

Olivencia-Carrion, Maria A., Garcia, Ramon F., Rueda Maria, Jimenez-Torres, Manuel G. ve Lopez-Torrcillas, Francisca (2018), *Temperament and Characteristics Related to Nomophobia.* **Psychiatry Research 266:** 5-10

Peck, Andrew (2017), *Capturing the Slender Man: Online and Offline Vernacular Practice in the Digital Age*, **Cultural Analysis, 16 (1):** 30-48

Rogers, Arielle P. ve Barber, Larissa K. (2019), *Addressing Fomo and Telepressure Among University Students: Could A Technology İntervention Help with Social Media Use and Sleep Disruption*, **Computers in Human Behavior, 93:** 192**–**199

Sheldon, Pavica ve Bryant, Katherina (2016), *Instagram: Motives for İts Use and Relationship to Narcissism and Contextual Age*, **Computers in Human Behavior, 58:** 89-97

Starcevic, Vladan (2017), *Cyberchondria: Challenges of Problematic Online Searches for Health-Related Information*, **Psychother Psychosom, 86:** 129-134

Stip, Emmanuel, Thibault, Alexis, Beauchamp-Chatel, Alexis ve Kisely, Steve (2016), *Internet Addiction, Hikikomori Syndrome, and the Prodromal Phase of Psychosis*, **Frontiers in Psychiatry 7 (6):** 1-8

Stoeber, Joachim, Hoyle, Azina ve Last, Freyja (2013), *The Consequences of Perfectionism Scale: Factorial Structure and Relationships with Perfectionism, Performance Perfectionism, Affect, and Depressive Symptoms,* **Measurement and Evaluation in Counseling and Development, 46 (3):** 178-191

Tams, Stefan, Legoux, Renaud, Leger, Pierre-Majorique (2018), *Smartphone Withdrawal Creates Stress: A Moderated Mediation Model of Nomophobia, Social Threat, and Phone Withdrawal Context.* **Computers in Human Behavior, 81**: 1-9

Tekayak, Halil V. ve Akpınar, Ersin (2017), *Tıp Alanında Yeni Bir Dönem: Dijital Çağda Doğan Yeni Hastalıklar,* **Euras J Fam Med, 6 (3):** 93-100

Tetik, Ceyda (2015). *Sosyal Medya Alternatif Bir Kamusal Alan Olabilir Mi?* (Ed.) Mehmet G. Genel, **Yeni Medya Araştırmaları 1,** 195-216, Bursa, Ekin Basım Yayın

Yıldırım, Serdar ve Kişioğlu, Ahmet N. (2018), *Teknolojinin Getirdiği Yeni Hastalıklar: Nomofobi, Netlessfobi, FoMO*, **SDÜ Tıp Fak Dergisi, 25 (4):** 473-480

Yonetani, Ryo, Kitani, Kris M. ve Sato, Yoichi (2015), *Ego-Surfing First Person Videos,* **IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR),** 5445-5454

Sosyal Medya Bağımlılığı

Salih TİRYAKİ[*]
Melis KARAKUŞ[**]

Giriş

İnternet, çağımızda iletişim teknolojileri alanında ortaya çıkan çok önemli bir iletişim aracı olarak toplumsal hayatta yer almaktadır. Günümüzde, bu iletişim aracı yoğun biçimde kullanılmaktadır ve kullanımı artmaya devan etmektedir. İnternetin gelişmesi, toplumsal yaşamın da hemen hemen tüm yönlerini etki altına almıştır ve internet toplumsal yaşamda önemli bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. İnternetin uygun olmayan bir biçimde kullanılması, insan hayatının çeşitli yönlerini olumsuz biçimde etkileyebilmekte ve bu denli yoğun kullanılması da bağımlılığa sebep olabilmektedir (Ceyhan vd., 2007: 390). Ortaya çıkan bağımlılık durumu, internet ve bağlantılı teknolojik gelişmelerle ilgili bir sorun olarak insanların karşısında durmaktadır.

Küreselleşmenin sonucunda, teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi dünya üzerinde önemli değişimlere neden olmaktadır. İnternet, insan hayatının önemli bir parçası haline gelmiştir. İnternet, dünyadaki yeniliklerden haberdar olabilmek, bilgi edinmek, kaynaklara ulaşabilmek ve iletişim kurabilmek için

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, salih.tiryaki@selcuk.edu.tr
[**] Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Öğrencisi, meliskarakus03@gmail.com

Bağımlılar ve bağımlı adayları için kullanım sürelerinin bir program dahilinde olması büyük önem taşımaktadır. Bu açıdan, internet ve sosyal medya ile ilgili faaliyetlere başlamadan önce bir programlama yapılmalı ve bu konuyla ilgili süreler en baştan belirlenmelidir. Daha makro bir bakış açısıyla birey, günlük hayatını yazılı çizelgelerle programlamalı, hangi faaliyeti hangi saat dilimi içerisinde yapacağını önceden belirlemelidir. Bu biçimde, amacını aşan kullanım sürelerinden uzak kalmak mümkündür.

Bağımlılıklar, bağımlının hayat düzenini ve sosyal ilişkilerini bozmaktadır. Bu bozulmaların önüne geçmek ve bağımlılıktan kurtulmanın akıllıca yollarından bir tanesi de profesyonel yardım almaktır. Birey bağımlılık sorununu kendi çözemiyorsa ve bağımlığının boyutuyla bağlantılı olarak psikolog, psikiyatrist gibi uzman kişiler bu sorunun çözümü doğrultusunda süreçte yer almalıdırlar.

Kaynakça

Adem, Sündüs (2017), Depresyon ve Sanat, **Psikomavi Dergisi**, 8, 9-11

Ak, Mehmet, Kesici Şahin, Yalçın, Barbaros, ve Kavaklı, Mehmet (2019), **Çocuğum Bağımlı Olmasın**, Ankara, Nobel Yayınevi

Akın, Ahmet, Demirci, İbrahim ve Kara, Serap (2017), Facebook Bağımlılığı Ölçeği'nin Türkçe Formunun Geçerlik Ve Güvenirliği, **Akademik Bakış Dergisi**, 59, 65-72

Aksoy, Vedat (2015), İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Ağ Kullanım Düzeylerinin Fen Lisesi Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine Göre Değişimi ve Akademik Başarılarına Etkisi, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,** 3(19), 365-383

Alabi, Oluwole Folaranmi (2013), A Survey of Facebook Addiction Level among Selected Nigerian University Undergraduates, **New Media and Mass Communication**, 10, 70- 80.

Alagöz Başaran, Yazgan, Ayşe, ve Baiturova, Kyial (2017), Tüketicilerin İnternet Bağımlılığının Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Genel Algı ve Tutumları Üzerindeki Etkisi, **Journal Of Suleyman Demirel University Institute Of Social Sciences**, 29(4), 287-310

Alanka, Ömer ve Cezik, Aslıhan (2016), Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme, **TRT Akademi**, 1(2), 548-569

Alter, Adam (2018), **Karşı Konulamaz**, (Çev. Deniz İrengün), İstanbul, Paloma Yayınevi

American Psychiatric Association (1994), Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 4th ed. Washington (DSMIV), DC: **American Psychiatric Association.**

Andreassen, Cecilie Schou (2015), Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review, **Current Addiction Reports**, 2 (2), 175–184

Arısoy, Özden (2009), İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi, **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar,** 1(1), 55-67

Ayhan, Bünyamin ve Çavuş, Selahattin (2014), İzleyici Araştırmalarında Değişim: Kullanımlar ve Doyumlardan Bağımlılığa, **Selçuk İletişim,** 8 (2): 32-60

Berhman, Shawn, Fearrington, Matthew, Davenport, Shaun ve Bergman, Jacqueline (2011), 'Milennials, Narcisisism and Sociall Networking: But Narcissists do on Social Networking Sites and Why', **Personality and Individial Differences**, 50(5), 706-711

Çavuş Selahattin, Ayhan Bünyamin, Tuncer Mehmet (2016), Bilgisayar Oyunları ve Bağımlılık: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi** - Sayı 43, 265- 289.

Cengizhan, Cahit (2005), Öğrencilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanımında Yeni Bir Boyut : "İnternet Bağımlılığı" **M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi,** 22, 83-98

Ceyhan, Esra, Ceyhan, Aydoğan Aykut, Ceyhan, ve Gürcan, Ayşen (2007), Problemli İnternet Kullanımı Ölçeği'nin Geçerlik Çalışmaları, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri**, 7 (1), 387- 416

Ceyhan, Aydoğan Aykut (2011), Ergenlerin Problemli İnternet Kullanım Düzeylerinin Yordayıcıları, **Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi**, 18 (2), 85-94

Chou Chien, Condron, Linda ve Belland, John (2005), A Review of the Research on Internet Addiction. Educational Psychology Review, 17(4), 363–388

Çakır, Özlem, Horzum Mehmet Barış, Ayas Tuncay (2013), İnternet Bağımlılığının Tanım ve Tarihçesi, **İnternet Bağımlılığı Sorun ve Çözümler**, (Ed.) Melek Kalkan- Canani Kaygusuz, 1-16, Ankara, Anı Yayıncılık

Clayton, Russel, Osborne, Randal, Miller, Brian, ve Oberle, Crystal (2013), Loneliness, anxiousness, and substance use as predictors of Facebook use, **Computers in Human Behavior**, 29(3), 687–693

Çiftçi, Hasan (2018), Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, **Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 7(4), 417-434

DiClemente, Carlo (2016), **Bağımlılık ve Değişim Bağımlılık Nasıl Gelişir ve Bağımlı İnsan Nasıl İyileşir?**, (Çev: Ezgi Ildırım ve Hanife Uğur Kural), Ankara, Nobel Yayıncılık

Dinç, Mehmet (2010), **İnternet Bağımlılığı**, İstanbul, Ferfir Yayınları

Echeburua, Enrique (2010), Addiction To New Technologies And to Online Social Networking in Young People: A New Challenge, **Addictiones**, 22 (2), 91- 96

Ehrenberg, Alexandra, Juckes, Suzanna., White, Katherine, ve Walsh, Shari (2008), Personality and Self-Esteem as Predictors of Young People's Technology Use, **CyberPsychology and Behavior**, 11(6), 739–741

Ellison, Nichole, Steinfield, Charles, ve Lampe, Cliff (2007), The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students, Use of Online Social Network Sites, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12(4), 1143–1168

Eroğlu, R S (2013), Ergenlerde Bağlanma Stilleri ve Sosyal İletişim Ağlarının Kullanılması, **İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler**, (Ed. Melek Kalkan- Canani Kaygusuz), 151-162, Ankara, Anı Yayınları

Feindel, Holger (2019), **İnternet Bağımlılığı Bağımlılar ve Aileleri için El Kitabı**, (Çev. Atilla Dirim), İstanbul, İletişim Yayınları

Gökalp, Nurten (2017), Bağımlılığa Felsefi Bir Bakış, **Bağımlılık Dergisi**, 18(2), 59-64

Güleç, Vusala (2018), Aile İlişkilerinin Sosyal Medya ile Birlikte Çöküşü, **eJNM**, 2(1), 105-120

Gürcan, Neslihan ve Hamarta, Erdal (2013), Problemli İnternet Kullanımı, **İnternet Bağımlılığı Sorunlar ve Çözümler**, (Ed. Melek Kalkan- Canani Kaygusuz), 95-114, Ankara Anı Yayıncılık

Hou, Yubo, Xiong, Dang, Jiang, Tonglin, Song, Lily ve Wang, Qi (2019), Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention, **Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, 13(1), 1-17

Irmak, Selin Hatice (2015), Güç Artık İnternette, **Addicta: The Turkish Journal on Addictions**, 2(2), 149-153

Kim, Sanwoo ve Kim, Rando (2002), A Study of Internet Addiction: Status, Causes and Remedies-Facusing on The Alienation Factor, **International Journal Of Human Ecology**, 3,1, 1-19

Koca, Eda ve Tunca, Mustafa (2019), İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Yazın Taraması, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 24(1), 33-53

Kuşay, Yeliz (2013), **Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık**, İstanbul, Beta Yayınları

Merter, Mustafa (2017), **Dokuz Yüz Katlı İnsan Tasavvuf ve Benötesi Psikolojisi- Transpersonel Psikoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları

Ögel, Kültegin (2001), **İnsan, Yaşam ve Bağımlılık; Tartışmalar ve Gerçekler**, IQ Kültür İstanbul, Sanat Yayıncılık

Seyrek, Ahmet Murat (2018), **Psikoloji Sözlüğü**, İstanbul, Yediveren Yayınları

Şahin, Cengiz, ve Yağcı, Mustafa (2017), Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması, **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi**, 18(1), 523-538

Tönbül, Özgür (2017), Depresif Bozuklukların Psikopatolojisi, **Psikomavi Dergisi**, 8, 2-5

Ülger, G (2012), Siber Alemde Çocukluğun Yeniden Üretilmesi, **Sosyal Medya Akademi**, (Ed. Ebru Özgen ve Tolga Kara), İstanbul: Beta Yayınları, 285-332

Wilson, Kathryn, Fornasier, Stephaine ve White, Katherine (2010), Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites, **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, 13 (2), 173–177

Yu, Shu, Wu, Anise Man Size, ve Pesigan, Ivan Jacob Agaloos (2015), Cognitive and Psychosocial Health Risk Factors of Social Networking Addiction, **International Journal of Mental Health and Addiction,** 14(4), 550–564

Akran İlişkilerinde Yaygın Bir Sorun: Sosyal Medya Aracılığıyla Siber Zorbalık

Filiz YILDIZ[*]

Giriş

Günümüzde dijital iletişim teknolojilerindeki gelişmeler toplumun farklı kesimlerinden ve farklı yaş gruplarından bireylerin internet kullanımını arttırmıştır. Çevrimiçi ortamda etkileşimli katılımı mümkün kılan sosyal medya ise henüz genç bir medya formu olmasına rağmen, kullanıcılarını kuşatan ve tabi kılan bir yapıya sahiptir. Başka bir deyişle, sosyal medya, dünya genelinde her yaştan kullanıcının çeşitli iletişim edimlerini ve gündelik yaşam pratiklerini dolayımlayan, devasa büyüklükte bir ortama dönüşmüştür. Bireylere sunduğu olanaklar açısından düşünüldüğünde sosyal medyanın başlıca işlevleri, sosyal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi, içerik üretimi ve paylaşımına olanak vermesi, toplumsal düzeyde etkileşimi mümkün hale getirmesi, güncel gelişmelerden haberdar etmesi, eğlenceli içerikler sunması şeklinde sıralanabilir. Ayrıca, Facebook, Twitter, Instagram gibi popüler sosyal medya formları, iç dökme, rahatlama, özel hayata dair unsurlar paylaşma, takipçi kazanma, beğenilme, onaylayıcı ve övgü dolu yorumlar alma gibi kullanıcılarına kişisel düzeyde doyum sağlayan yönler barındırmaktadır.

[*] Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, yildizfiliz2000@yahoo.com

Kaynakça

Baştürk Akca ve diğerleri (2015), *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ve siber zorbalık deneyimleri: Ankara örneği*, **Global Media Journal TR Edition 5(10)**: 71-86

Baştürk Akça ve diğerleri (2014), *Okulda Siber Zorbalığın Nedenleri, Türleri ve Medya Okuryazarlığı Eğitiminin Önleyici Çalışmalardaki Yeri*, **Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi 2**: 17-30

Bauman, Sheri ve Matthew L. Newman (2013), Testing Assumptions About Cyberbullying: Perceived Distress Associated With Acts of Conventional and Cyber Bullying, **Psychology of Violence 3 (1):** 27-38

Bauman, Sheri (2007), *Cyberbullying: A Virtual Menace*, **National Coalition Against Bullying National Conference**, 2-4 November 2007, Melbourne

Bayar,Yusuf ve Zehra Uçanok (2012) *Okul Sosyal İklimi ile Geleneksel ve Sanal Zorbalık Arasındaki İlişkiler: Genellenmiş Akran Algısının Aracı Rolü*, **Türk Psikoloji Dergisi 27 (70)**: 101-114

Beran, Tanya N. ve Li Qing (2005), *Cyber-Harassment: A study of a new method for an old behaviour*, **Journal of Educational Computing Research 32(3):** 265-277

Berger, Christian ve Simona C.S. Caravita (2016), *Why do early adolescents bully? Exploring the influence of prestige norms on social and psychological motives to bully*, **Journal of Adolescence 46**: 45-56

Bost, ve diğerleri (1998), *Social competence, social support, and attachment: Demarcation of construct domains, measurement, and paths of influence for preschool children attending Head Start*, **Child Development 69(1):** 192-218

Buhrmester, Duane (1990), *Intimacy of Friendship, Interpersonal Competence and Adjustment During Preadolescence and Adolescence,* **Child Development 61(4)**: 1101-1111

Calvete ve diğerleri (2010), *Cyberbullying in Adolescents: Modalities and Aggressors' Profile,* **Computers in Human Behavoir 26**: 1128-1135

Campbell, Marilyn A. (2005), *Cyberbullying : An Old Problem in a New Guise?*, **Australian Journal of Guidance and Counselling 15 (1)**: 68-76

Carr, Caleb T. ve Rebecca A. Hayes (2015), *Social Media: Defining, Developing, and Divining*, **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking 19 (9)**: 562-566

Crick, Nicki R. ve Kenneth A. Dodge (1994), *A Review and Reformulation of Social Information-processing Mechanisms in Children's Social Adjustment*, **Psychological Bulletin 115(1)**: 74-101

Dilek, Hasan ve Ayşe B. Aksoy (2013), *Ergenlerin Benlik Saygısı ile Anne-Babalarının Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD) 14 (3)**: 95-109

Eriş, Yasemin ve Ebru F. İkiz (2013), *Ergenlerin Benlik Saygısı ve Sosyal Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişki ve Kişisel Değişkenlerin Etkileri*, **Turkish Studies 8(6):** 179-193

Franks, Tamsin Sherri (2015), **The Experiences of Adolescents Regarding Cyberbullying, Yüksek Lisans Tezi**, University of Pretoria, South Africa

Gini ve diğerleri (2011), *Bullies have enhanced moral competence to judge relative to victims, but lack moral compassion*, **Personality and Individual Differences 50(5):** 603-608

Hinduja, Sameer ve Justin W. Patchin (2012), *Cyberbullying Neither an Epidemic Nor a Rarity*, **European Journal of Developmental Psychology 9 (5)**: 1-5

Hinduja, Sameer ve Justin W. Patchin (2010), *Bullying, Cyberbullying and Suicide*, **Archives of Suicide Research: Official Journal of The International Academy for Suicide Research 14 (3):** 206-221

Hinduja, Sameer ve Justin W. Patchin (2008). Cyberbullying: An Exploratory Analysis of Factors Related to Offending and Victimization, **Deviant Behavior 29 (2)**: 129-156

Katzer ve diğerleri (2009), *Cyberbullying: Who are the victims? A comparison of victimization in Internet chatrooms and victimization in school*, **Journal of Media Psychology, 21(1)**: 25-36

Kuyucu, Mihalis (2014), *Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme*, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 13 (49)**: 55-83

Navarro ve diğerleri (2015), *The Impact of Cyberbullying and Social Bullying on Optimism, Global and School-Related Happiness and Life Satisfaction Among 10-12-year-old Schoolchildren*, **Applied Research in Quality of Life 10 (1)**: 15-36

Nansel ve diğerleri (2001), *Bullying Behaviors Among US Youth: Prevalence and Association With Psychosocial Adjustment*, **JAMA 285 (16):** 2094-2100

Olweus, Dan (2012) *Cyberbullying: An Overrated Phenomenon?*, **Eoropean Journal of Developmental Psychology 9(5):** 1-19

Olweus, Dan ve Susan P. Limber (2010), *The Olweus Bullying Prevention Program Implemention and Evaluation over Two Decades*, (Ed.) Jimerson et al, **The Handbook of Bullying in Schools: An International Perspective**, 377-401, New York, Routledge

Olweus, Dan (1997), *Bully/victim problems in school: Facts and intervention*, **European Journal of Psychology of Education 12(4):** 495-510

Olweus, Dan (1999), *Sweden* (Ed.), Smith ve diğerleri, , **The nature of school bullying: A cross national perspective**, 7-27, London and New York: Routledge

Özcan Demir ve diğerleri (2005), *Türkiye'de Ergenlerin Arkadaş ve Akran Grupları ile İlişkileri ve Sapmış Davranışlar: Ankara Örneği*, **Bilig 32**: 83-108

Patchin, Justin W. ve Hinduja Sameer (2010), *Cyberbullying and Self-Esteem*, **Journal of School Health 80(12):** 614-621

Smith, Peter K. ve Katherina Ananiadou (2003), *The Nature of School Bullying and The Effectiveness of School-Based Interventions*, **Journal of Applied Psychoanalytic Studies 5 (2):** 189-209

Smith ve diğerleri (2006), **An investigation into cyberbullying, its forms, awareness and impact, and the relationship between age and gender in cyber bullying**, London, DfES.

Prensky, Marc (2001), *Digital natives, digital immigrants*, **On the horizon 9(5)**: 1-6

Reeves, Thomas C. ve Eunjung (2008), *Generational Differences* (Ed.), Spector ve diğerleri, **Handbook of Research on Educational Communication and Technology**, 295-303, Georgia, Taylor & Francis Group

Rigby, Ken (2007), **Bullying in Schools: and what to do about it**, Australia, ACER Press

Romera ve diğerleri (2016), *Cyberbullying: Social Competence, Motivation and Peer Relationships*, **Media Education Research Journal XXIV(48)**: 71-79

Rosenberg, Morris (1965), **Society and the Adolescent Self-Image**, New Jersey, Princeton University Press

Taştekin, Ezgi ve Pınar Bayhan (2018), *Ergenler Arasındaki Siber Zorbalığın ve Mağduriyetin İncelenmesi*, **Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying 5 (2):** 21-45

Tokunaga, Robert S. (2010), *Following You Home From School: A Critical Review and Synthesis of Research on Cyberbullying Victimization*, **Computers in Human Behavior 26:** 277-287

Yaman, Erkan ve Zuhal Sönmez (2015), *Ergenlerin Siber Zorbalık Eğilimleri,* **Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying 2(1)**: 18-31

Ybarra, Michele ve Kimberly J. Mitchell (2004), *Youth Engaging in Online Harassment Associations with Caregiver-Child Relationships, Internet Use, and Personal Characteristics*, **Journal of Adolescence 27 (3):** 319-336

İnternet Kaynakları

Anderson, Monica (2018), *A majority of Teens Have Experienced Some Form of Cyberbullying,* Erişim Adresi: https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2018/09/PI_2018.09.27_teens-and-cyberbullying_FINAL.pdf, Erişim Tarihi: 15/04/2019

Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2018, Erişim Adresi: https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2018, Erişim Tarihi: 20/04/2019

Siber Güvenlik Portalı, Erişim Adresi: http://www.eba.gov.tr/siber-guvenlik, Erişim Tarihi: 21/04/2019

Global Digital Report 2018, Erişim Adresi: https://digitalreport.wearesocial.com/¸Erişim Tarihi: 12/04/2019

Hinduja, Sameer ve Justin W. Patchin (2018), *Cyberbullying Warning Signs*, Erişim Adresi: https://cyberbullying.org/cyberbullying-warning-signs.pdf, Erişim Tarihi: 10/05/2019

Hinduja, Sameer ve Justin W. Patchin (2014), *Cyberbullying Identification, Prevention, and Response,* Erişim Adresi: https://cyberbullying.org/Cyberbullying-Identification-Prevention-Response.pdf, Erişim Tarihi: 03/05/ 2019

Safer Internet Day: UNICEF calls for concerted action to prevent bullying and harassment for the over 70 per cent of young people online worldwide, Erişim Adresi: https://www.unicef.org/press-releases/safer-internet-day-unicef-calls-concerted-action-prevent-bullying-and-harassment, Erişim Tarihi: 10/05/2019.

Sosyal Medyada Sembolik Şiddetin İzleri

Süleyman KARAÇOR[*]
Süheyla AYVAZ[**]

Giriş

Sosyal medya platformları teknolojik ilerlemeler sayesinde kolay erişilebilir bir alan haline gelirken sayısı ve kullanıcı katılımı artarak gündelik hayatlarda merkezi bir yer edinmeye başlamıştır. Toplumsal hayatımızın bir parçasına dönüşen bu araçlar, iletişimler ve toplumsal etkileşimlerin gerçekleştiği alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal gerçekliğin üretildiği ve yeniden üretildiği alanlar olarak sosyal medyada sembolik şiddetin izdüşümünün bir çerçevesini sunmak isteyen bu çalışmada, Pierre Bourdieu'nun sembolik şiddet kavramsallaştırması temel alınmıştır.

Sembolik şiddet kısaca görünmez ve gizil şiddet olmakla birlikte fiziksel şiddetten farklı ama tüm diğer şiddet türlerinin bir uzantısı olarak gündelik hayatın içine gömülüdür. Bourdieu için sembolik şiddetin en önemli özelliği, failin (şiddet edimini gerçekleştiren kişi/kişiler) ve mağdurun (şiddete maruz kalan/kalanlar) toplumsal normlar sonucunda sembolik şiddeti bilişsel olarak içselleştirmiş ve meşru olarak kabul etmiş olmasından kaynaklanan 'örtülü olma' durumudur. Bu bağlamda Bourdieu (2015: 11-12) sembolik şiddeti "yumuşak, kurbanla-

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, suleymankaracorhan@gmail.com.
[**] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, suayvaz@gmail.com.

tadır. Böylece bedelini öngören kullanıcı kendisine gelen davetleri, istekleri ya da yorumları kendi iradesini yok sayarak onaylamak zorunda kalmaktadır. Sembolik şiddetin sosyal medyadaki bu boyutu ek olarak bir de örtülü bir şekilde 'karşılıklılık' tahakkümünü doğurmaktadır. Kullanıcı kendisi üstünde diğer kullanıcıların kurduğu bu iktidara suç ortaklığı etmektedir. Diğer taraftan içerik, sembolik şiddetin icrasının en görünür kısmı olmakla birlikte anlamın dil ve imgede inşası ve söylemin ürettiği görünmez şiddet sosyal medya habitusunun önemli bir parçasıdır. Yaşam tarzlarının, bedenin ve eklentilerinin temsili, sosyal medya diline hakimiyetin birer sermayeye dönüşmesi gibi durumlar sembolik şiddetin gizlendiği yerleri ifşa etmektedir.

Kaynakça

Akgündüz, Gülay Ö. (2013), Foucault'da İktidar ve Beden İlişkisi. **Akademik Bakış Dergisi 38:** 1-16.

Akkaya, Aysun Y. (2012), **Gramsci ve Bourdieu Düşüncesinde Entelektüel Kavramsallaştırmasının Tekel İşçi Eylemi Üzerinden Analizi,** Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

AztiraArbi, Diana ve Eriyanto, Eriyanto (2017), *Symbolic Violence Against Transgender in Social Media Posts: Social Semiotics Analysis on Instagram Account @yogaarizona.* In **Indonesia International Graduate Conference on Communication** (IndoIGCC) Proceeding (Vol. 1, No. 2, pp. 355-373).

Barratt, Sue A. (2018), Reinforcing Sexism and Misogyny: Social Media, Symbolic Violence and the Construction of Femininity-as-Fail. **Journal of International Women's Studies 19 (3):** 16-31.

Bourdieu, Pierre (2015), **Eril Tahakküm**, (Çev.) Bediz Yılmaz, İstanbul, Bağlam.

Bourdieu, Pierre (2003), *Symbolic Violence,* (Ed.) Roger Célestin v.d., **Beyond French Feminisms Debates on Women, Politics, and Culture in France 1981–2001**, 23-26, New York, Palgrave.

Bourdieu, Pierre (1997), *Televizyon Üzerine*, (Çev.) Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

Bourdieu, Pierre (1995), **Pratik Nedenler**, (Çev.) Hülya Tufan, İstanbul, Kesit.

Bourdieu, Pierre (1991), **Language and Symbolic Power**, Cambridge, Harvard University Press.

Bourdieu, Pierre (1986), *The Forms of Capital*, (Ed.) John Richardson, **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, 241-258, New York, Greenwood.

Bourdieu, P. ve Passeron, J.C. (2015), **Yeniden Üretim: Eğitim Sistemine İlişkin Bir Teorinin İlkeleri**, (Çev.) Aslı Sümer, Ankara, Heretik.

Bourdieu, Pierre ve Wacquant, Loic C. (2014), **Bir Düşünümsel Antroploji için Cevaplar**, (Çev.) Nazlı Ökten, İstanbul, İletişim.

boyd, danah (2006), *Friends, Friendsters, and MySpace Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites,* Erişim Adresi: **http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/index.html**, Erişim Tarihi: 12/03/2019.

boyd, danah ve Ellison, Nicole B. (2008), *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, **Journal of computermediated Communication 13 (1)**: 210-230.

boyd, danah ve Heer, Jeffrey (2006, January). Profiles as conversation: Networked identity performance on Friendster. In Proceedings of the 39th annual Hawaii international conference on system sciences (HICSS'06) (Vol. 3, pp. 59c-59c). IEEE.

DeCook, Julia R. (2018), *Memes and Symbolic Violence:# Proudboys and the Use of Memes for Propaganda and the Construction of Collective Identity*, **Learning, Media and Technology, 43 (4):** 485-504.

Donath, Judith S. ve boyd, danah (2004), *Public Displays of Connection*, **Bt Technology Journal 22 (4):** 71-82.

Foucault, Michel (2014), **Özne ve İktidar**, (Çev.) Işık Ergüden ve Osman Akınbay, İstanbul, Ayrıntı.

Geukjian, Katrina (2013), *Power, Social Media, Social Movements: A Bourdieuian Path to Discovering the Power of Social Movements Within the Space of Social Media,* Erişim Adresi: **https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/26237/1/-GEUKJAN%2C%20Katrina%2020135.pdf**, Erişim Tarihi: 13/04/2019.

Gray, Kishonna L. v.d. (2017), *Blurring the boundaries: Using Gamergate to examine "real" and symbolic violence against women in contemporary gaming culture,* **Sociology Compass 11 (3):** 1-8.

Habermas, Jürgen (1993), **'İdeoloji' Olarak Teknik ve Bilim**, (Çev.) Mustafa Tüzel, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

Lull, James (2001), **Medya İletişim Kültür**, (Çev.) Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları.

Lumsden, Karen ve Morgan, Heather (2017), *Media Framing of Trolling and Online Abuse: Silencing Strategies, Symbolic Violence, and Victim Blaming*, **Feminist Media Studies 17 (6):** 926-940.

Marwick, Alice E. (2005), *I'm more than just a Friendster Profile: Edentity, Authenticity, and Power in Social Networking Services,* **Association for Internet Researchers 6.0**: 1-26.

Mider, Daniel (2013), *The Anatomy of Violence: A Study of the Literature,* **Aggression and Violent Behavior 18 (6):** 702-708.

Recuero, Raquel ve Soares, Pricilla (2013), *Symbolic Violence and Social Networks on Facebook: The case of "Depression Diva" Fanpage,* Erişim Adresi: **https://www.researchgate.net/publication/259502080_Symbolic_Violence_and_Social_Networks_on_Facebook_The_case_of_Depression_Diva_Fanpage_english_version**, Erişim Tarihi: 28/12/2018.

Samuel, Chris (2013), *Symbolic Violence and Collective Identity: Pierre Bourdieu and the Ethics of Resistance,* **Social Movement Studies 12 (4):** 397-413.

Swartz, David (2015), **Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi,** (Çev.) Elçin Gen, İstanbul, İletişim.

Udasmoro, Wening (2013), *Symbolic Violence in Everyday Narrations: Gender Construction in Indonesian Television*, **Asian Journal of Social Sciences and Humanities 2 (3**): 155-165.

Vardar, B. (2002). **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü,** İstanbul, Yabancı Dil Yayınları.

Wacquant, Loic (2014), *Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi*, (Ed.) Güney Çeğin v.d., **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi,** 53-76, İstanbul, İletişim.

Yel, Ali M. (2014), *Bourdieu ve Din Alanı: Sermaye, İktidar, Modernlik*, (Ed.) Güney Çeğin v.d., **Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi,** 559-580, İstanbul, İletişim.

Žižek, Slavoj (5 Mart 2010), *Slavoj Žižek ile İnternetteki Kurgusallık Üzerine,* (Röp.) Faik Uyanık, BBC News Türkçe. Erişim Adresi: **https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305_superguc_zizek**, Erişim Tarihi: 12/04/2019.

Žižek, Slavoj (2009), **Violence: Six Sideways Reflections**, Surrey, Profile Books.

Sosyal Medya ve Nefret Söylemi

Müge DEMİR[*]

Giriş

Medya, kullandığı dil ve söylemler aracılığıyla ideolojinin ve birtakım değer ve statü kalıplarının toplumsal yaşama aktarılmasında aracı olmaktadır. Medyanın takındığı tavır, kimliklerin şekillenmesinde etkilidir. Medya, haber ve yorumların kitlelere aktarılmasında aracı olurken aynı zamanda kullandığı dil vasıtasıyla üstü örtük bir biçimde ideolojik öğeleri de kitlelere aktarmaktadır. Medya, yapmış olduğu yayınlarla toplumsal yaşamı ve bu alanla ilgili düzenlemeleri de etkilemektedir.

Modern bireyin çevresi dışında yaşanılan gelişmeleri kitle iletişim araçları vasıtasıyla takip ettiğini, Türk insanının sosyokültürel farklılıklara göre televizyon tüketiminin 1 ila 5 saat arasında değişmekle birlikte, We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan "Digital in 2018 Global Overview" raporuna göre Türkiye'deki yeni medya kullanıcılarının gün içerisinde ortalama 7 saatini bilgisayar karşısında, 3 saatini telefon üzerinden internete bağlanarak, 3 saatini sosyal medya platformlarında ve televizyon karşısında ortalama 2 saat geçiriyor olduğunu düşünürsek medyanın ne kadar önemli bir konumda olduğu görülmektedir.

Bu önemi ortaya koyabilmek için çalışmamızda, dil ve nefret söylemi kavramlarının ne olduklarından, sosyal medyanın özel-

[*] İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mugedemir@medipol.edu.tr

madığında ve ifade özgürlüğü adına bu tür ifadeler koruma gördüğünde bu, devletin hoşgörüsüzlüğüne ve nefrete karşı azınlık grupların korunması yerine bu tür görüşlerin yayılmasını tercih ettiği anlamına gelecektir. Bu durumda ifade özgürlüğünün korunması ile ortaya çıkan zararı nefret içerikli ifadelere maruz kalan azınlık grupların üstlenmesi gerekecektir. Devletin bu noktada hakem rolünü üstlenmesi beklenmemeli ve nefret içerikli ifadelere bu anlamda meşruluk kazandırılmamalıdır (Karan, 2013: 105).

Kaynakça

Akdeniz, Yaman (2009), **Racism on the Internet,** Strasbourg, Council of Europe

Alğan, Cengiz ve Şensever, Levent (2010), **Ulusal Basında Nefret Suçları: 10. Yıl, 10 Örnek**, İstanbul, Sosyal Değişim Derneği Yayınları

Aygül, Eser (2010), *Yeni Medyada Nefret Söylemi,* **Facebook'ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması,** 95-140, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Binark, M.utlu (2010) *Yeni Medyada Nefret Söylemi,* **Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi,** 11-54, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Büyükarslan, Ali ve Kırık, Ali Murat (2013), *Sosyal Medya Araştırmaları 1,* (Ed.) Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, Konya, Çizgi Kitabevi

Çomu, Tuğrul (2010), **Yeni Medyada Nefret Söylemi, Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi,** 141-180, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Dijk, Teun Van (2008), **Discourse and Power: Contributions to Critical Discourse Stuudies,** Houndsmills, Palgrave MacMillan

Dirini, İlden (2010), *Yeni Medyada Nefret Söylemi,* **Okur Yorumlarıyla Yeniden Yeniden Üretilen Nefret Söylemi,** 55-94, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Doğu, Burak (2010), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, **Sanal Nefret Pratikleri: İnternet'te Nefret Söylemi ve Karşı Örgütlenmeler,** 223-254, İstanbul, Kalkedon Yayınları

İnceoğlu, Yasemin ve Sözeri, Ceren (2012), *Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: "Ya sev ya terk et ya da…*, (Der.) Yasemin İnceoğlu**, Nefret Söylemi ve / veya Nefret Suçları,** 23-39, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Karan, Ulaş (2013), *Nefret Söylemi ve Yakından İlişkili Diğer Kavramlar: Ayrımcılık, Nefret Suçu ve Hakaret*, (Ed.) Mahmut Çınar, **Medya ve Nefret Söylemi Kavramlar Mecralar Tartışmalar**, 95-125, İstanbul, Hrant Dink Vakfı Yayınları

Kırık, Ali Murat (2013), *Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı*, (Ed.) Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, **Sosyal Medya Araştırmaları 1,** 69-112, Konya, Çizgi Kitabevi

Mcgonagle, Tarlach (2001), Wresting (Racial) Equality from Tolerance of Hate Speech, **Dublin University Law Journal,** 21

Pankowski, Rafal (2007), **How to Understand and Confront Hate Speech**, www.unitedagainstracism.org/pages/thema03.htm

Post, Robert (2009), **Hate Speech in Extreme Speech and Democracy,** (Ed.) I. Hare ve J. Weinstein, NY, Oxford University Press

Talimciler, Ahmet (2014), **Türkiye'de Futbol Fanatizmi ve Medya İlişkisi, İstanbul**, Bağlam Yayıncılık

Wolfson, Nicholas (1997), **Hate Speech, Sex Speech, Free Speech,** USA, Library of Congress Cataloging

Yanıkkaya, Berrin (2009), *Gündelik Hayatın Suretinde: Öteki Korkusu, Görsel Şiddet,* (Der.) Barış Çoban, **Medya Milliyetçilik Şiddet,** 24, İstanbul, Su Yayınları

https://www.artigercek.com/haberler/depremden-cok-irkcilik-sarsti

http://sosyalkafa.net/2016/12/18/avrupa-ligi-kurasindan-antisemitizm-cikti-twitterda-nefret-soylemi-iceren-mesajlar-paylasildi/

https://nefretibesleme.wordpress.com/page/3/

http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx

http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx

https://www.facebook.com/nkfvas.antifenev?fref=ts

https://onedio.com/haber/reina-katliami-sonrasi-yasananlara-yakin-bakis-sosyal-medyada-nefret-soylemi-749219

https://www.thebrandage.com/we-are-socialin-2018-yili-internet-ve-sosyal-medya-raporu-yayinlandi-8925

http://www.umut.org.tr/userfiles/files/Deniz%20%C3%87elik.pdf

Sosyal Medyada İdealize Edilen Bedenler, Kişiler, Aşklar ve Yaşamlar Üzerine Bir Bakış

Meltem ŞAHİN[*]

Ayna ayna söyle bana
Var mı benden daha güzeli bu dünyada…

Giriş

İnsanoğlu dijital çağın, hızla gelişen ve güncellenen, en renkli ve zengin içerikleriyle iç içe, yüz yüze bir hayat yaşamaktadır. Kullanıcı odaklı Web 2.0 teknolojisiyle bireyler tüm benlikleriyle bu yeni kamusal alanda dijital izler bırakmaktadır. Her kullanıcının sosyal medya ortamlarındaki hesaplarından gelecek nesillere fotoğraf, yorum, videolarla yeni dijital miraslar kalmaktadır.

Siber uzam alanda gerçek dünyanın sınırlarının ötesinde yaratılan sosyal medyada hız, zaman ve mekân gibi kavramlar farklılaşmaktadır. Gerçek dünyadan çok daha büyük bir hızla değişen bu ortamda aynı zamanda her şey geçicidir. Bu durum kullanıcıyı sürekli aktif tutmakta ve hızlı bir akışın içine dâhil etmektedir (Alanka ve Cezik, 2016: 550).

Mesaj, fotoğraf, müzik, grafik, video, bilgi ve oyunların paylaşılmasını sağlayan, bireysel ve sosyal dünyaları birbirine bağlayan internet uygulamaları olan sosyal medya ortamlarına (Van Dijk, 2016: 251) akıllı mobil telefonlarla erişim kolay, hızlı

[*] Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, meltemsahin@erciyes.edu.tr

ren, çocuğuna hem anne hem de oyun arkadaşı olabilen bir annedir. Özellikle dizilerde yaratılan, 'en fakirken bile en güzel, en çirkinken en zengin olabilen', yolda yürürken büyük aşkı bulan, uçurum hayatlar arasında hızlı geçişler yapabilen sihirli ideal hayata sahip bireylere özenilmekte, hayranlık duyulmaktadır. Dolayısıyla bu durum, sahip olunmak istenen hayatlara bir sosyal medya hesabıyla ulaşmaya çalışmak olarak yansımaktadır.

Çalışmada sosyal medyada idealize edilen annelik, aşk, yaşam tarzı ve güzellik konuları en çok dikkat çeken konular olarak öne çıktığı için seçilmiştir. Bu temaların dışında sosyal statü, sınıf, eğitim düzeyi, yaş, cinsiyet farketmeksizin toplumun her katmanından bireylerin idealize ettiği temalar vardır. Dolayısıyla sosyal medyada birçok birey onaylanma, takdir edilme, beğenilme ihtiyacını gidermek için sosyal medyada kendini 'idealize' etmektedir ve her gün dijital aynasında kendini onaylayabilir.

Kaynakça

Alanka, Ömer ve Aslıhan, Cezik (2016), **Dijital Kibir: Sosyal Medyadaki Narsistik Ritüellere İlişkin Bir İnceleme**, TRT Akademi Dergisi, Dijital Medya Sayısı, Cilt: 1, Sayı: 2, s.548-569

Bali, Rıfat N. (2004), **Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a**, İstanbul, İletişim Yayınları

Barthes, Roland (2008), **Camera Lucida**, (Çev.) Reha Akçakaya, İstanbul, Altıkırkbeş Yayınları

Baudrillard, Jean (2008), **Tüketim Toplumu**, (Çev.) Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Baudrillard, Jean (2011), **Simulakrlar ve Simülasyon**, (Çev.) Oğuz Adanır, Ankara, Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Zygmunt ve Lyon David (2013), **Akışkan Gözetim**, (Çev.) Elçin Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Bauman, Zygmunt (2017), **Kimlik**, (Çev.) Mesut Hazır, Ankara, Heretik Yayınları

Bauman, Zygmunt ve Raud, Rein (2018), **Benlik Pratikleri**, (Çev.) Mehmet Ekinci, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Benjamin, Walter (1993), *Gerçeküstücülük: Avrupa Aydınının Son Fotoğrafı*, **Son Bakışta Aşk**, (Çev.) Nurdan Gürbilek-Sabir Yücesoy, İstanbul, Metis Yayınları, 155-168

Berger, John (2014), **Görme Biçimleri**, İstanbul, Metis Yayınları

Bilgin, Nuri (2007), **Kimlik İnşası**, Ankara, Aşina Kitaplar

Dağtaş, Banu ve Dağtaş Erdal (Der.) (2009), *Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması*, **Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları**, Ankara, Ütopya Yayınevi, 27-75

Debord, Guy (2006), **Gösteri Toplumu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Dijk, Jan Van (2016), **Ağ Toplumu**, İstanbul, Kafka Yayınları

Ercan, Nilüfer (2016), **Self On Facebook: A Socıal Psychologıcal Investigation Within Uses And Gratifications Framework**, Doktora Tezi, Orta Doğu Üniversitesi, Ankara

Erhat, Azra (1996), **Mitoloji Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi

Giddens, Anthony (2014), **Modernite ve Bireysel-Kimlik**, (Çev.) Ümit Tatlıcan, İstanbul, Say Yayınları

Goffman, Erving (2016), **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, (Çev.) Barış Cezar, İstanbul, Metis Yayınları

James, William (2018), **The Principles of Psychology** (e-book), New York, Henry Holt and Company

Kızılkaya, Zeynep Zelal (2018), **Sosyal Ağlarda Annelik: Youtuber Anneler Örneği**, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum

Livberber, Tuba (2018), **Sosyal Medyada Mahremiyet – Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü,** Konya, Literatürk Academia Yayınları

Melchior-Bonnet, Sabine (1994), **Aynanın Tarihi**, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları

Metin, Osman ve Karakaya, Şeref (2017). *Jean Baudrillard Perspektifinden Sosyal Medya Analizi Denemesi*, **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi / Cilt: 19, Sayı: 2:** 109-121

Niedzviecki, Hal (2010), **Dikizleme Günlüğü**, (Çev.) Gökçe Gündüç, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Öztekin, Hülya ve Öztekin Ahmet (2010), *Modernleşme-Mahremiyet İlişkisi Ve Siber Mekânda Mahremiyetin Aleniyete Dönüşmesi*, **e-Journal of New World Sciences Academy 2010, Volume: 5, Number: 4.** : 526-540.

Öztekin, Ahmet (2018), *Building 'Ideal Woman' at Women Forums: Kadınlar Kulubü Forum Example*, **Academic Studies in Social, Human and Administrative Scineces**, (Ed.) Murat Cem Demir, Ankara, Gece Kitaplığı: 303-324

Sontag, Susan (1999), **Fotoğraf Üzerine**, (Çev.) Reha Akçakaya, İstanbul, Altıkırkbeş Yayınları

Timisi, Nilüfer (2005), *Sanallığın Gerçekliği İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi*, **İnternet, Toplum, Kültür**, (Der.) Mutlu Binark, Barış Kılıçbay, Ankara, Epos Yayınları: 89-105

Tiryaki, Salih (2015), **Toplumsal Yaşamda Facebook Bağımlılığı: Konya Örneğinde Bir Saha Araştırması**, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya

Toprak Ali, Yıldırım, Ayşenur, Aygül Eser, Binark, Mutlu, Börekçi Senem ve Çomu, Tuğrul (2014), **Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım**, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Twenge, Jean M. ve Campbell, W. Keith (2015), **Asrın Vebası: Narsisizm İlleti**, (Çev.) Özlem Korkmaz, İstanbul, Kaknüs Yayınları

www.wearescoial.com. Erişim Tarihi: 15.05.2019

https://www.internetlivestats.com/. Erişim Tarihi: 29.05.2019

Sosyal Medyanın Gri Yüzü

Salih TİRYAKİ[*]
Elif KAYA[**]

Giriş

Sosyal medya, olumlu ve olumsuz yönleri kadar gri taraflarıyla da toplumsal hayatta yer almaktadır. Gri tarafları, net biçimde iyi ya da kötü olarak tanımlaması zor kısmını oluşturmaktadır. Bu gri tarafın insanları rahatsız edici bir yanı olmasına rağmen, insanlar sosyal medyayı genellikle bu sebeple kullanmaktan vazgeçmemektedir. Belki de bu sınıflaması ve tanımlaması zor gri taraflar, sosyal medyayı canlı ve dinamik hale getirmektedir.

Toplumda kabul görmek ve beğenilmek adına sosyal medya kullanıcılarının gerçekleştirdikleri benlik sunumları, bireylerin davranış kalıplarındaki değişiklikler ile beraberinde gelen ilişkilerde ve dilde yaşanan bozulmalar, tüketim alışkanlıklarının sosyal medya üzerinden şekillenmesi sosyal medyanın gri taraflarını göstermektedir. Diğer yandan rahatça açılan anonim hesaplar ile kimlik hırsızlığı, mahremiyet ihlalleri gibi siber suçların işlenmesi, haber kaynaklarının güvenirliliğinin azalması ve nefret söylemlerinin artması sosyal medyanın olumsuz nitelikte kullanımının örnekleri arasında yer almaktadır.

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, salih.tiryaki@selcuk.edu.tr
[**] Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, elifkayaktu@gmail.com

kişilerin bu yolu kolay bularak klavye kahramanlığı şeklinde de yapmaları mümkündür. Bu tip söylemler, sosyal medyada daha rahat ve özgür biçimde üretilebildiği gibi aynı zamanda daha kolay taraftar bulabilmektedir. Aynı biçimde ayrımcılık da bu kapsamda sosyal medya üzerinden rahatlıkla kendine yer edinebilmektedir.

Sosyal medyanın getirdiği toplumsal ve kültürel olumsuzluklardan biri de dile olan etkisidir. Bu kapsamda baskın kültürel bir aktör olarak yabancı dillerin Türkçe üzerinde olumsuz etkide bulunmaları söz konusudur. Bu etkiler, yabancı kelimelerin kullanımından, kısaltmalara ve yabancı harflerin Türkçe harflerin yerine kullanılmasına kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır.

Sosyal medya aynı zamanda insanların tüketim alışkanlıkları üzerinde ciddi etkiler yapmaktadır. Sosyal medya, kapitalist sistemin en geniş hallerinden birini temsil etmektedir. Bunun sebebi, sosyal medyada gösterilen tüketimin, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaktan ziyade insanları daha fazla tükettirmeye odaklamasıdır. Her türlü sosyal medya aracında, ürün tanıtımıyla ve pazarlamasıyla karşılaşmak mümkündür. Bu da insanların satın alma davranışlarını etkilemektedir. Diğer açıdan ise sosyal medya lüks tüketimin daha fazla görünür olmasına sebep olmaktadır.

Kaynakça

Akkurt, Sinan S. (2017), *Kişilik Hakkının Sosyal Medya Kullanıcıları Tarafından İhlâli Hâlinde Ortaya Çıkacak Cezaî Sorumluluğa Medenî Hukuk Bağlamında Bir Bakış*, **Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi** 25 (2), 329 - 373

Atasoy, Kemal (2016), *Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası*, **Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi,** 22 (3), 269 - 301

Bakan, Uğur ve Bakan, Ufuk (2017), *Facebook'ta Aile İlişkileri ve Sosyal Medya Adanmışlığına Yönelik Bir İçerik Analizi*, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 9 (20), 54- 68

Blackwell Lindsay, Hardy Jean, Ammari Tawfiq, Veinot Tiffany, Lampe Cliff ve Schoenebeck Sarita (2016*), LGBT Parents and Social Media: Advocacy, Privacy and Disclosure during Shifting Social Movements,* **CHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, 610- 622, San Jose, California: Computer Supported Parenting

Buckels, Erin E., Trapnell, Paul D. ve Paulhus, Delroy L. (2014), T*rolls just want to have fun*, **Personality and Individual Differences** (67), 97- 102

Burnap, Pete ve Williams, Matthew L. (2015), *Hate Speech, Machine Classification and Statistical Modelling of Information Flows on Twitter: Interpretation and Communication for Policy Decision Making*, **Policy & Internet,** *7* (2), 223- 242

Cengiz, Hakan, Karaaslan, Mustafa H., Akçalan, Elif ve Malkoç, Engin (2016), *Sosyal Ağ Sitelerinde Marka Temelli İçeriklerin Paylaşılmasına Yönelik Güdülerin İncelenmesi: Facebook Örneği,* **İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, *5* (3), 611- 633

Ceyhan, Çağla (2017), *Sosyal Medyanın Tüketim Gücü*, **Yeni Medya Elektronik Dergi - eJNM,** 1 (3), 221- 226

Chua, Trudy H. ve Chang, Leanne (2016), *Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media***, Computers in Human Behavior,** 55, 190- 197

Clayton, Russell B., Nagurney, Alexander ve Smith, Jessica R. (2013), *Cheating, Breakup, and Divorce: Is Facebook Use to Blame?,* **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking,** 16 (10), 717- 720

Çelenk, Sevilay (2010), *Ayrımcılık ve Medya*, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, 211-218

Dızman Şentürk, Zeynep (2019), *Sosyal Medyanın Boşanmaya Etkileri*, **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, *6 (4),* 548- 555

Djuric Nemanja, Zhou Jing, Morris Robin, Grbovic Mihajlo, Radosavljevic Vladan ve Bhamidipati, Narayan (2015), *Hate Speech Detection with Comment Embeddings,* **Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web,** 29- 30, Florence, Italy

Emirza, Emin (2018), *Youtuber İtibarı ve İmajı ile Online Tüketici Satın Alma Niyeti İlişkisinde Sosyal Medya Kullanım Düzeyinin Aracılık Rolü,* **The Journal of International Scientific Researches**, 3 (3), 248- 260

Erdoğan, Merve G. (2011), *Yeni Medyada Dil Kullanımı*, II. Medya ve Etik Sempozyumu, **Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi**, 239- 245, Elazığ

Fichman, Pnina, ve Sanfilippo, Madelyn R. (2015), *The Bad Boys and Girls of Cyberspace: How Gender and Context Impact Perception of and Reaction to Trolling,* **Social Science Computer Review,** 33 (2), 163- 180

Goffman, Erving (2018), **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu,** İstanbul, Metis Yayıncılık

Göregenli, Melek (2013), *Önyargıyı ve Ayrımcılığı Azaltmak. Ayrımcılık: Çok Boyutlu Yaklaşımlar,* **İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyoloji ve Eğitim Çalışmaları Birimi,** 17- 28

Gross, Ralph ve Acquisti, Alessandro (2005), *Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook case),* New York: Pre-proceedings version, **ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES),** 71- 80

Güleç, Vusala (2018), *Aile İlişkilerinin Sosyal Medyayla Birlikte Çöküşü*, **Yeni Medya Elektronik Dergi,** 2 (1), 105- 120

Halis, Büşra (2012), *Tüketimin Değişen Yüzü: Elektronik Ticaret Uygulamaları Ve Sosyal Paylaşım Ağlarının Rolü*, **Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi,** 1(4), 149- 160

Hardaker, Claire (2013), *"Uh. . . . not to be nitpicky,,,,,but…the past tense of drag is dragged, not drug."* **An overview of trolling strategies. Journal of Language Aggression and Conflict,** 1 (1), 58**–** 86

Hogan, Bernie (2010), *The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online*, **Bulletin of Science, Technology & Society,** 30 (6), 377- 386

İlhan, Tuğçe T. ve Uğurhan, Yusuf Z. (2019), *Sosyal Medyada Gösteriş Tüketimi Eğilimi Ölçeği Geliştirme Çalışması,* **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi,** 7, 28- 60

İşçibaşı, Yaprak (2011), *Televizyon Haberciliğinde Etik Bağlamında Özel Yaşam Kavramı,* ll. Medya ve Etik Sempozyumu, **Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi,** Elazığ, 165- 172

Karahisar, Tüba (2013), *Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe*, **Online Academic Journal of Information Technology,** 4 (12), 71- 83

Kaya, Şehriban (2018*), Kadın ve Sosyal Medya*, **Gaziantep University Journal of Social Sciences,** 17 (2), 563- 576

Korkmaz, Ali (2014*), İnsan Hakları Bağlamında Özel Hayatın Gizliliği Ve Korunması,* **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,** 16 (1), 99- 103

Kramer, Nicole C. ve Winter, Stephan (2008), *Impression Management 2.0: The Relationship of Self-Esteem, Extraversion, Self-Efficacy, and Self-Presentation Within Social Networking Sites,* **Journal of Media Psychology Theories Methods and Application,** 20 (3), 106- 116

Kurt, Gözde (2019), *Yeni Medyada Nefret Söylemi: YouTube'da Suriyeli Mültecilere Karşı Üretilen Nefret Söylemi Üzerine Bir Araştırma*, **The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences,** 5 (1), 1- 20

Lıu, Kun ve Terzi, Evimaria (2010), *A Framework for Computing the Privacy Scores of Users in Online Social Networks,* **Journal ACM Transactions on Knowledge Discovery from Data** (5), 1- 30

Livberber, Tuba (2018). **Sosyal Medyada Mahremiyet-Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü**, Konya, Literatürk Academia

Madden, Mary (2012), *Privacy Management On Social Media Sites*, **Pew Research Center's Internet & American Life Project**, 1- 20

Malmasi, Shervin ve Zampieri, Marcos (2017), *Detecting Hate Speech in Social Media,* **Proceedings of Recent Advances in Natural Language Processing**, 467– 472

Maltby, John, Day, Liz ve Hatcher, Ruth M. (2015), *Implicit theories of online trolling: Evidence that attention-seeking conceptions are associated with increased psychological resilience*, **British Journal of Psychology,** 107 (3), 448- 466

Mercimek Barış, Yaman Nihal D., Kelek Aydın ve Odabaşı Ferhan H. (2016*), Dijital Dünyanın Yeni Gerçeği: Troller,* **Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,** 6 (1), 67-77

Mondal Mainack, Silva Leandro A. ve Benevenuto, Fabricio (2017), *A Measurement Study of Hate Speech in Social Media,* **Proceedings of the 28th ACM Conference on Hypertext and Social Media**, 85- 94, Prague, Czech Republic

Nar, Mehmet Ş. (2015), *Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi,* **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,** 8 (37), 941- 954

Özdemir, Zafer (2015), *Sosyal Medya İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı,* **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,** 2 (1), 112- 131

Özmen, Ebru (2018), *Sosyal Medya ve Modanın Dijitalleşmesi Arasındaki İlişkiyi Tanımlamaya Yönelik Bir Durum Çalışması: Y Kuşağı Örneği,* **Akdeniz İletişim Dergisi** (29), 128- 150

Özsoy, Duygu (2015), *Tweeting Political Fear: Trolls in Turkey*, **Journal of History School,** 8 (22), 535- 552

Öztürk, Şerife (2015), *Sosyal Medyada Etik Sorunlar,* **Selçuk İletişim Dergisi,** 9 (1), 287-311

Phillips, Whitney (2011), *Meet The Trolls,* **Index on Cencorship**, 40 (2), 68- 76

Ring, Caitlin E. (2013), *Hate Speech in Social Media: An Exploration of the Problem and Its Proposed Solutions,* **Journalism & Mass Communication Graduate Theses & Dissertations,** 1- 161

Squicciarini, Anna C., Shehab, Mohamed ve Paci, Federica (2009), *Collective Privacy Management in Social Networks,* **Track: Security and Privacy**, 521- 530

Şimşek, Ayşe (2012), *Sosyal Medyada Kamusal Alandaki Kadına Dair Söylemler: İtiraf.com,* **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**, 4 (2), 51- 61

Şuataman, Özlem ve Kalafat, Şermin (2012), *Dil- Zihin İşleyişinin Dil Üzerindeki Olumsuz Etkisi: İnternet Örneği,* **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi,** 4 (2), 261- 270.

Taiwo, Rotimi (2014), *Impoliteness in Asynchronous Online Discussion Forum: A Case Study of Trolling in Nairaland.com,* P. Chiluwa, R. Ifukor, & R. Taiwo içinde, **Pragmatics of Nigerian English in Digital Discourse, Lincom Europa**, 67- 76

Taş, Eray (2017), *Yeni Medyada Nefret Söylemi,* **Yeni Medya Elektronik Dergi - eJNM,** 1 (1), 60- 71

Taşdelen, Birgül ve Çataldaş, İbrahim (2017), *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya ve Mahremiyete Yönelik Görüşleri: Lefke Avrupa Üniversitesi Örneği,* **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi,** 5 (2), 826 - 844

Temur, Turan ve Vuruş, Nurdan (2009), *İnternet Ortamında Türkçenin Kullanımına İlişkin Bir Çözümleme,* **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 12 (22), 232- 244

Tiryaki, Salih ve Karakuş, Melis (2018), *Evli Bireylerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Saha Araştırması,* **E- Kurgu,** 26 (3), 422- 443

Utz, Sonja ve Beukeboom, Camiel J. (2011), *The Role of Social Network Sites in Romantic Relationships: Effects on Jealousy and Relationship Happiness*, **Journal of Computer-Mediated Communication,** 16 (4), 511- 527

Vardal, Zeynep B. (2015), *Nefret Söylemi ve Yeni Medya*, **Maltepe Üniversitesi · İletişim Fakültesi Dergisi,** 2 (1), 132- 156

Yıldız, Yasin (2014), *Tüketici Davranışları Üzerinde Sosyal Medya Etkileri: Apple ve Samsung Örneği*, **Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty,** 4 (2), 5- 15

Yılmaz, Ayşe B. ve Işıkdoğan, Cem (2017), *Yeni Medyada Troller Ve Trollük Kültürü,* **Intermedia International e-Journal,** 4 (7), 330 -346

Yeni Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya

Bünyamin AYHAN[*]
Enes BALOĞLU[**]

Giriş

Modern dünyada sosyal değişimin anahtar gücü olan toplumsal hareket (Johnston, 2014: 1) kavramı ilk kez 18. yüzyılın başlarında Fransız sosyalizminin ve sosyolojinin kurucusu olarak bilinen Saint Simon tarafından ele alınmıştır. Simon bu terimi önce Fransa ardından da başka ülkelerde görülen kolektif protesto hareketlerini nitelemek için statükoya karşı çıkan yeni siyasal güçlerin bir özelliği olarak değerlendirmiştir (Marshall, 2005: 746). 18. yüzyılda tartışılmaya başlanan toplumsal hareket kavramı 19. yüzyıldan itibaren sosyal bilimler literatüründe yer almaya başlamış ve tarihin önemli kesitlerinde ortaya çıkan toplumsal olguları tanımlamak için kullanılmaktadır (Çımrın, 2010: 47). 18. ve özellikle 19. yüzyıldan itibaren toplumun çoğunluğunu oluşturan köylülerin, zanaatkârların, işçilerin faaliyetleri, eylemleri ve örgütlülükleri görmezden gelinemeyecek kadar büyük bir birliktelik ve süreklilik düzeyine ulaşmıştır. Kapitalist toplum ilişkilerinin yaygınlaşması, metalaşma süreci, göç ve hızla kentleşen nüfus, hem kırsal alanda hem de şehir merkezlerinde ciddi toplumsal kargaşaya yol açmıştır. Bu kaos süreci toplumsal hareketler üzerine ilk sistematik tartışmayı or-

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, bayhan@selcuk.edu.tr
[**] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, enes.baloglu@selcuk.edu.tr

Kaynakça

Anderson, Benedict (2006), **Imagined Communities: Reflections on the Originand Spread of Nationalism,** London, Verso

Arpacı, Murat (2014), *Antikite'den Modernliğe Kentler, Sokaklar ve Toplumsal Hareketler,* (Der.) Y. Doğan Çetinkaya, **Toplumsal Hareketler Tarih, Teori ve Deneyim,** 66-90 İstanbul, İletişim Yayınları

Arrighi, Giovanni, Hopkins, K. Terence ve Wallerstein, Immanuel (2004), **Sistem Karşıtı Hareketler,** (Çev. C. Kanat, B. Somay ve S. Sökmen), İstanbul, Metis Yayınları

Atton, Chris (2006), **Alternative Media,** California, SAGE Publications

Bob Edwards and Melinda Kane (2014), *Resource Mobilization and Social and Political Movements*, **Heijden Print,** 13 (35), 205-232

Buechler, M. Steven (1995), *New Social Movement Theories*, **The Sociological Quarterly,** 36 (3), 441-464

Carthy, Victoria (2018), **Social MoveMentS and New Technology,** New York, Routledge

Castells, Manuel (2008), **Kimliğin Gücü Enformasyon Çağı-Ekonomik Toplum ve Kültür, 2. Cilt,** (Çev. E. Kılıç), İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları

Castells, Manuel (2013), **İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler,** (Çev. E. Kılıç), İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları

Cress, M. Daniel ve Snow, A. David (1996), *Mobilization at the Margins: Resources, Benefactors, and the Viability of Homeless Social Movement Organizations,* **American Sociological Review,** 61 (6), 1089-1109

Çayır, Kenan (1999), *Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler,* (Ed.) Kenan Çayır, **Yeni Sosyal Hareketler Teorik Açılımlar,** 13-33, İstanbul, Kaknüs Yayınları,

Çetinkaya, Y. Doğan (2014), *Tarih ve Kuram Arasında Toplumsal Hareketler,* (Der.) Y. Doğan Çetinkaya, **Toplumsal Hareketler Tarih, Teori ve Deneyim,** 25-71 İstanbul, İletişim Yayınları

Çımrın Kökalan, Füsun, (2010), *Yeni Toplumsal Hareketler ve Kentsel Yaşam,* **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi,** 2, 45-58

Çiçek, Arif (2014), *Sosyal Hareketlerin Anatomisi.* Hikmet **Yurdu Düşünce-Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi,** 14 (2), 89-107

David, Lane (2009), *'Coloured Revolution' as a Political Phenomenon,* **Journal of Communist Studies and Transition Politics,** 25 (2-3), 113-135

Davis, E. Diane (1999), *The Power of Distance: Re-theorizingsocialmovements in Latin America.* Theory and Society, 28 (4), 585-638

Topal Demiroğlu, Elif (2014), *Yeni Toplumsal Hareketler: Bir Literatür Taraması* **Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Dergisi,** 2 (1), 133-144.

Dede, Ayşegül (2018), **Talepkâr Bir Hareket Olarak Yeni Toplumsal Hareketler,** Konya, Literatürk

della Porta, Donatella ve Diani, Mario (2006), **Social Movements An Introductıon**, USA, Blackwell Publishing

Downing John (2008), *Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique, Communication,* **Culture&Critique,** 1 (2008), 40–50

Earl, Jennifer, Hunt, Jayson, Garrett, R. Kelly ve Dal, Ayşenur (2015), *New Technologies and Social Movements* (Ed.) Donatella Della Porta and Mario **Diani The Oxford Handbook of Social Movements,** Oxford University Press

Edelman, Marc (2001), *Social Movements: Changing Paradigms And Forms Of Politics,* Annual Review of Anthropology, 30 (1), 285-317

Edwards, Bob ve McCarthy, D. John (2014), *Resource Mobilization and Social and Political Movements,* (Ed.) Hein-Anton van der Heijden, **Handbook of Political Citizenship and Social Movements,** 205-232, London, Heijden Print

Edwards, Bob ve John D. McCarthy (2004), *Resources & Social Movement Mobilization,* (Ed.) David A. Snow, Sarah A. Soule, Hanspeter Kriesi, **The Blackwell Companion to Social Movements,** 116-152, New Jersey, Blackwell Publishing

Erdoğan, Barış ve Kökten, Esra (2014), *Yeni Toplumsal Hareketlerin Sınıf Dinamiği: Türkiye LGBT Hareketi,* **Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi**, 2 (1), 93-113

Esen, Kasım ve Akbal, Özdemir (2011), **Özgür Demokratik ve Güvenli Seçim,** İstanbul, Bilgesam Yayınları

Flynn, I. Simone (2011b), *New Social Movement Theory,* (Ed.) The Editors of Salem Press, **Sociology Reference Guide Theories of Social Movements,** 88-99, California, Salem Press

Flynn, I. Simone (2011c), *Resource Mobilization Theory,* (Ed.) The Editors of Salem Press, **Sociology Reference Guide Theories of Social Movements,** 111-121, California, Salem Press

Flynn, I. Simone (2011a), *Types of Social Movement,* (Ed.) The Editors of Salem Press, **Sociology Reference Guide Theories of Social Movements,** *26-36,* California, Salem Press

Freud, Sigmund (2000), **Kitle Psikolojisi,** (Çev. K. Şipal), İstanbul, Cem yayınevi

Gamson, William. A ve Wolfsfeld, Gadi (1993), Movementsand Media as Interacting Systems. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 528 (1), 114–125

Horn, Jessica (2013), **Gender and Social Movements Overview Report,** Brighton, Bridge

Institute of Development Studies University of Sussex

Idle, Nadia ve Nunns, Alex (2014), **Tahrir Meydanı'ndan Tweet'ler,** (Çev. E. Ergün), İstanbul, Paloma Yayıncılık

Işık, Gülcan (2015), **Sanaldan Sokağa Toplumsal Hareketler,** Ankara, Nobel

Işık, Gülcan (2018), *Kavram, Kuram ve Gelişmelerle Toplumsal Hareketler,* (Ed.) Bünyamin Ayhan, **İletişim Sosyolojisi,** 57-86, Konya, LiteraTürk

Johnston, Hank (2014), **What is a Social Movement?,** London, Polity Press

Keane, John (2002), **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri,** Medya Kültür Siyaset, (Der. ve Çev. Süleyman. İrvan), 295-337, Ankara, Ark Yayınları

Kendall, Diana (2008), **Sociology in Our Times,** Boston, Wadsworth, Cengage Learning

Kökalan Çımrın, Füsun (2010), *Yeni Toplumsal Hareketler ve Kentsel Yaşam,* **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi,** 2: 45-85

Köker, Eser (1998), **Politikanın İletişimi İletişimin Politikası,** Ankara, Vadi Yayınları

Le Bon, Gustave (2014), **Kitleler Psikolojisi,** Ankara, Tutku Yayınevi

Manuel Castells (2013), **İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler,** (Çev. E. Kılıç), İstanbul, Koç Üniversitesi Yayınları

Marshall, Gordon (2005), **Sosyoloji Sözlüğü**, (Çev: O. Akınhay ve D. Kömürcü), Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları

McAdam, Doug (1982), **Political Process and the Development of Black Insurgency 1930-1970,** Chicago, The University of Chicago Press

McCarthy, John. D. ve Zald, Mayer. N (1977), *Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory,* **The American Journal of Sociology,** 6 (82), 1212–1241

Oliver, E. Pamela E ve Marwell Gerald (1992), *Mobilizing Technologies for Collective Action, Frontiers in Social Movement Theory,* (Ed.) Aldon Morris, Carol Mueller, Yale University Press

Özen, Hayriye (2015), *Meydan Hareketleri ve 'Eski' ve 'Yeni' Toplumsal Hareketler,* **Mülkiye Dergisi,** 39 (2), 11-40

Pichardo, Nelson. A (1997), *New Social Movements: A Critical Review,* **Annual Review of Sociology,** 23 (1), 411-430

Ritzer, George (2010), **Globalization: A Basic Text,** United Kingdom, Wiley-Blackwell

Rule, James ve Tilly, Charles (1975), *Political Process in Revolutionary France: 1830-1832,* 1830 and the Origins of the Social Question in France. (Ed.) John M. Memiman, 1-56, New York, Franklin Watts

Shirky, Clay (2010), **Herkes Örgüt, 'İnternet Gruplarının Gücü',** (Çev. P. Şiraz), İstanbul, Optimist Yayınları

Snow, David. A. (1979), *A Dramaturgical Analysis Of Movement Accommodation: Building Idiosyncrasy Credit As A Movement Mobilization Strategy,* **Symbolic Interaction,** 2 (2), 23–44

Touraine, Alain (2000), **Modernliğin Eleştirisi**, (Çev. H. Tufan), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

Tarrow, G. Sidney (2011), **Power in Movement Social Movements and Contentious Politics,** New York, Cambridge University Press

Tiryaki, Salih (2015), **Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı,** Konya, Literatürk Academia

Touraine, Alain (2011), **Eşitliklerimiz ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek Miyiz?,** (Çev. O. Kunal). İstanbul, Yapı Kredi Yayınları

Tilly, Charles (2008), **Toplumsal Hareketler,** (Çev. O. Düz), İstanbul, Babil Yayınları.

Uysal, Ahmet (2007), *Toplumsal Hareket ve Din,* **Tezkire, 46-47, Ocak-Haziran 2007,** Yeni Toplumsal Hareketler Sayısı, 151-167

Uysal, Ahmet (2009), *Toplumsal hareketler İçin Kaynak Yaratma ve Kullanma Stratejileri,* **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** 10 (2), 217-238

Uysal, Ahmet (2016), **Toplumsal Hareketler Sosyolojisi,** İstanbul, Tezkire Yayıncılık

Voss, Kim ve Williams, Michelle (2009), *The Local in the Global: Rethinking Social Movements in the New Millennium. Institute for Research on Labor and Employment Working Paper Series,* April: 177-09, University of California, Berkeley, 1-37

Kendini İfade Etmenin Dijital Hali: Sosyal Medyada Aktivizm

Tuba LİVBERBER[*]

Giriş

Aktivim çok eski çağlardan bu yana gündelik yaşamda oldukça önemli bir konumdadır. Tarihsel izleğe bakıldığında aktivizmin kimi zaman bir mücadele ya da direniş biçimi kimi zaman da bir başkaldırı ya da isyan şeklinde gündelik yaşamda kendine yer bulduğu görülmektedir. Ancak kavram hangi nitelikte olursa olsun her zaman bir ifade alanını bünyesinde barındırmaktadır. Her çağda farklı şekillerde ortaya çıkan aktivizm günümüz dijital dünyasıyla birlikte ise daha farklı bir form şeklinde kendini varetmektedir.

Çoban (2014a: 7)'a göre 1848 Avrupa devrimlerinin ve 1871 Paris Komününden 1917 Bolşevik devrimine, 1968 hareketlerine uzanan dalga şimdi yeniden yükseliyor. Dünya Ekonomik Forumu protestolarının ardından, Arap Baharı ve Occupy Wall Street, her yerde erişilebilir sosyal medya yayılımı ve özellikle dijital aktivizm üzerindeki etkileri, medya ve akademi için yoğun bir tartışma konusu haline geldi (Broome ve Adugu, 2015: 2). Yaklaşık son yirmi yılda, dünya genelindeki insanlar, sosyal ve politik değişim mücadelesinde dijital teknolojilerin, bilgisayarların, cep telefonlarının ve diğer internet özellikli cihazların genişleyen kullanımının giderek daha fazla farkına varmaya başladı (Joyce, 2010: vii; Sivitanides ve Shah, 2011: 1). Özellikle

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, tubalivberber@selcuk.edu.tr

Kaynakça

Amin, Ramtin (2010), T*he Empire Strikes Back: Social Media Uprisings and the Future of Cyber Activism,* **Kennedy School Review,** 10, 64-66

Atilla, Hilal ve Ün, Marella Bodur (2018), *Ulusal Ve Ulusötesi Toplumsal Hareketler Ve Yeni Bilgi Ve İletişim Teknolojileri,* **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 73, (3), 787-809

Aydoğan Boschele, Filiz ve Çetin Öztürk, Özlem (2017), *Dijital İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Hareketler Bağlamında Hacktivizm,* **Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** 5, 429-452

Babacan, Mehmet Emin (2014*), Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler*, **Birey ve Toplum,** 4 (7), 135-160

Bakardjieva, Maria, Svensson, Jakob ve Skoric, Marko M. (2012), *Digital Citizenship and Activism: Questions of Power and Participation Online*, **JeDEM**, 4 (1), i-iv

Cammaerts, Bart (2007), *Introduction: Activism and media,* (Ed.) Bart Cammaerts ve Nico Carpentier, **Reclaiming the media: Communication Rights and Democratic Media Roles**, 217–224, Chicago, IL, University of Chicago Press

Columbus, Simon (2010), *The New Casualties: Prisons and Persecution,* (Ed.) Mary Joyce, ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change***, 165-179, New York, International Debate Education Association

Cullum, Brannon (2010), *Devices: The Power of Mobile Phones*, (Ed.) Mary Joyce, ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change***, 47-70, New York, International Debate Education Association

Çoban, Barış (2014a), *Önsöz* (Haz.) Barış Çoban, **Sosyal Medya Devrimi,** 7-8, İstanbul, Su Yayınları

Çoban, Barış (2014b), *Sosyal Medya D/evrimi* (Haz.) Barış Çoban, **Sosyal Medya Devrimi,** 9-21, İstanbul, Su Yayınları

Downing, John D. H. (2001), **Radical Media,** Thousand Oaks, Sage Publications

Edwards, Frank, Howard, Philip N. ve Joyce, Mary (2013). *Civic Engagement in a Digital Era, Digital Actism & Non-Violent Conflict,* https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2595115 (Erişim Tarihi: 07.02.2019)

Fuchs, Christian (2014), **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş,** Ankara, NotaBene Yayınları

Gencer, Yeliz (2015), *Sosyal Medya Ağlarında Örgütlenme: Dijital Aktivizmin Toplumsal Dönüşüme Yansımaları*, **E-Journal of Intermedia**, 2 (2), 505-522

Gerbaudo, Paolo (2012), **Twitler ve Sokaklar-Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği**, (Çev. O. Akınhay), İstanbul, Agora Kitaplığı

Gillespie, Tarleton (2010), *The Politics of 'Platforms,* **New Media ve Society,** 12 (3), 347-364

Glaisyer, Tom (2010), *Political Factors: Digital Activism in Closed and Open Societies*, (Ed.) Mary Joyce, ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change***, 85-98, New York, International Debate Education Association

Gravante, Tommaso ve Poma, Alice (2014), *Yeni Medya ve Öfkeliler Hareketinin Yükselişi* (Haz.) Barış Çoban, **Sosyal Medya Devrimi,** 42-58, İstanbul, Su Yayınları

İnceoğlu, Yasemin ve Çoban, Savaş (2015a), *Giriş,* (Ed.) Yasemin İnceoğlu, Savaş Çoban, **İnternet ve Sokak**, 13-17, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

İnceoğlu, Yasemin ve Çoban, Savaş (2015b), *Sokak ve Dijital Aktivizm: Eylemin Sokaktan Siber Uzaya Taşınması ya da Vice Versa,* (Ed.) Yasemin İnceoğlu, Savaş Çoban, **İnternet ve Sokak**, 19-72, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Jeroen, Van Laer ve Peter, Van Aelst (2010), *Cyber-Protest and Civil Society: The Internet and Action Repertoires in Social Movements*, (Ed.) Y. Jewkes, M. Yar, **Handbook of Internet Crime**, 233-233, London, Willan Publishing

Joyce, Mary (Ed.) (2010), ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change,*** New York, International Debate Education Association

Karagöz, Kezban (2013), *Yeni Medya Çağında Dönüşen Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri,* **İletişim ve Diplomasi,** 1 (1), 131-157.

Kaya, Şehriban (2018), *Kadın ve Sosyal Medya,* **Gaziantep University Journal of Social Sciences,** 17 (2), 563-576

Koç, Serhat (2015), *Dijital Aktivizm mi? Sokak İsyanı mı?,* (Ed.) Yasemin İnceoğlu, Savaş Çoban, **İnternet ve Sokak**, 93-129, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Kök, Selcen ve Tekerek, Mehmet (2012), *Sokak Siyasetinden Sosyal Ağlara Yeni Aktivizm: Arap Baharı Deneyimi,* **II. Bölgesel Sorunlar Ve Türkiye Sempozyumu,** 59-65

Morozov, Evgeny (2011), T***he Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom,*** New York, Public Affairs

Nicolae, Dana Florentina (2014), *Sosyal Medya ve Sosyal Dönüşüm: 2011 Yılı Tuna Deltası Vahşi Atlarının Katledilmesinin Durdurulması Kampanyası* (Haz.) Barış Çoban, **Sosyal Medya Devrimi,** 172-184, İstanbul, Su Yayınları

Özçetin, Burak (2015), *Hacktivizmin Politikası ve Poetikası,* (Ed.) Yasemin İnceoğlu, Savaş Çoban, **İnternet ve Sokak**, 182-207, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Scholz, Trebor (2010), *Infrastructure: Its Transformations and Effect on Digital Activism*, (Ed.) Mary Joyce, ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change***, 17-31, New York, International Debate Education Association

Schultz, Dan ve Jungherr, Andreas (2010), *Applications: Picking the Right One in a Transient World*, (Ed.) Mary Joyce, ***Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change***, 33-45, New York, International Debate Education Association

Sert, Nuray (2012), *Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması*, **Akdeniz İletişim Dergisi**, 17, 126-140

Shirky, Clay (2010), **Herkes Örgüt: İnternet Gruplarının Gücü,** (Çev. Pınar Şiraz), İstanbul, Optimist Yayın Dağıtım

Sivitanides, Marcos ve Shah, Vivek (2011), *The Era of Digital Activism*, **Conference for Information Systems Applied Research,** 1-8

Tiryaki, Salih (2015), **Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı,** Konya, Literatürk Academia

Topbaş, Hasan ve Doğan, Ayhan (2016), *Toplumsalın Yeni Agorası Olarak Sosyal Medya: Eleştirel Yaklaşım*, **e-GİFDER**, 4 (1), 124-148

Turhan, Drumuş Gökhan (2017), *Dijital Aktivizm*, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 1 (26), 26-44

Uçkan, Özgür (2012), *Dijital Aktivizm Mi, Aktivizm Mi?*, https://spotdergi.wordpress.com (Erişim Tarihi: 07.02.2019)

Yeygel Çakır, Sinem (2017), *Sosyal Medyada Dijital Aktivist Haraketler Üzerine Kuramsal Bir İnceleme*, **e-GİFDER**, 5 (2), 753-783

Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyada Kamu Diplomasisi

Dilhan APAK[*]

Giriş

Siyasal iletişim, Julius Cezar dönemindeki Acta Publica isimli bir sayfalık bültenlerden 15.yy'daki basılı haber mektuplarına, 17.yy'da Avrupa'da ilk gazetenin basımından, 19.yy'da kurulan haber ajansları kurulmasına, aynı yüzyılda telgraf ve radyonun bulunmasından, 20.yy'da televizyonun icadına kadar ki yüzyıllar boyunca iletişim araçlarını farklı biçimlerde, farklı amaçlarla ve farklı stratejilerle, mesaj iletme aracı olarak kullanmıştır. Bu durum, hiç kuşkusuz iletişim tarihi ile iletişim araçlarının hem önemini hem de etkisini ortaya koymaktadır.

Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte, yukarıda adı geçen kitle iletişim araçlarının yanında, sayısallaşma ve fiber optik kabloların gelişimi gibi ilerlemeler sonucunda yeni medya araçları da kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medya araçları da, yeni medya kapsamında ele alınan; aracısız ve sınırsız etkileşim imkanı yaratan, wikiler, sosyal ağlar, bloglar ve sözlükler gibi araçlardır. Sosyal medya ile birlikte kitle iletişim araçlarının da yöndeşme ya da değişim içerisine girdiği görülmektedir.

Bununla birlikte, bir siyasal iletişim uygulama alanı olarak Soğuk Savaş yıllarında başlayan; 11 Eylül 2001'deki İkiz Kule-

[*] Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, dilhan.oztamur@gmail.com

sosyal medya hesaplarında iki yönlü simetrik modeli uygulamaya geçirmek de 21.yy kamu diplomasisi ve siyasal iletişim çalışmaları açısından gerekli ve önemlidir.

Hiç kuşku yok ki, doğru ve güvenilir bilgi paylaşımı kamu kurumlarının önceliği olmakta ve her zaman kontrolü mümkün olmayan sosyal medya hesaplarının içerik yönetimi de bu doğrultuda yapılmaktadır. Fakat değişen iletişim teknolojilerinin yanında değişen yönetim anlayışları da var olmakta ve hedef kitleyi yok saymadan, iki yönlü, şeffaf ve etkileşim oranı yüksek iletişim biçimleri tüm dünyada etkili sonuçlar yaratmaktadır. Bu nedenle, bir siyasal iletişim aracı olarak kamu diplomasisi faaliyetlerinde sosyal medya uygulamalarının ülke yönetimi tarafından daha aktif ve hedef kitle ile diyalog kurmaya yönelik tasarlanmış olması önemli ve gereklidir. Sosyal medyada başarılı kamu diplomasisi faaliyetleri için; aktif, dinamik, çift yönlü, kanaat önderlerinin ve ülke yöneticilerinin de ağa dahil olduğu bir iletişim ortamı gerekmektedir.

Kaynakça

Alemdar, Korkmaz ve Uzun, Ruhdan (2013), **Herkes için Gazetecilik**, Ankara, Tanyeri Kitap

Aydemir, Emrah (2016), **Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya**, İstanbul, Kalkedon Yayınları

Aymaz, Göksel (2018), *Iletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi Için Bir Giriş*, **Global Media Journal TR Edition, 8 (16)**: 124-139

Bağce, H., Emre (2003), *Emperyalizm Kuramları ve Amerikan Kamu Diplomasisi*, **İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 28:** 63-79

Başıbüyük, Oğuzhan (2014), *Algı Yönetimi ve Bilgi Savaşlarında Sosyal Medyanın Rolü*, (Ed.) Bilal Karabulut, **Algı Yönetimi**, 39-64, İstanbul, Alfa Basım Yayım Dağıtım

Bektaş, Arsev (2007), **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, İstanbul, Bağlam Yayınları

Brittanica Ansiklopedisi (2019), Erişim Adresi: https://www.britannica.com/search?query=diplomacy, Erişim Tarihi: 10/05/2019

Bennett, Lance ve Iyengar, Shanto (2008), *A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication,* Erişim Adresi: **https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x**, Erişim Tarihi: 05/04/2019

Cull, Nicholas J. (2009), **Public Diplomacy: Lessons from the Past,** Los Angeles, Figueroa Press

Cull, Nicholas J. (2006), *¨Public Diplomacy¨ Before Gullion: The Evolution of a Phrase,* UCS Center on Public Diplomacy, Erişim Adresi: **https:// www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-gullion-evolution-phrase**, Erişim Tarihi: 10.05.2019

David M. Dozier, William P. Ehling ve James E. Grunig (Der.) (2005), **Halkla İlişkiler Programlarının Değerlendirilmesi: Programların Etkileri Konusunda Literatürün Bize Söyledikleri**. **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik,** İstanbul, Rota Yayınları.

Duverger, Maurice (2007), **Siyaset Sosyolojisi**, İstanbul, Varlık Yayınları

Dündar, Can (2013, 3 Haziran), *¨...ve Atatürk¨*, **Cumhuriyet Gazetesi**, s.13

Erdoğan, İrfan (2008), **İletişimi Anlamak**, Ankara, Erk Yayıncılık

Eren, Veysel ve Aydın, Abdullah (2014), *Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler*, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 16 (Özel Sayı I):** 197-205

Fuchs, Christian (2014), *Social Media and the Public Sphere*, Erişim Adresi: **http://www.triple-c.at**, Erişim Tarihi: 15/05/2019

Geray, Haluk (2003), **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, Ankara, Ütopya Yayınevi

Giddens, Anthony (2004), **Sociology**, Cambridge, Blackwell Publishing

Habermas, Jürgen (2003), **Kamusallığın Yapısal Dönüşümü**, (Çev.) Tanıl Bora, Mithat Sancar, İstanbul, İletişim Yayıncılık

Kaid, Lynda, Lee (2004), **Handbook of Political Communication Research,** New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates

Kakutani, Michiko (2018), **Hakikatin Ölümü: Trump Çağında Yalancılık Sanatı**, İstanbul, Doğan Kitap

Kalfa, Ceren ve Ataay, Faruk (2008), *Yönetişim: Devlet-Toplum İlişkilerinde Yeni Bir Aşama*, **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 17 (3): 229-240

Kamu Kurumları İnternet Sitesi Kılavuzu (2007), Erişim Adresi: http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/01/20070127-7.htm, Erişim Tarihi: 20/05/2019

Kapani, Münci (2009), **Politika Bilimine Giriş**, Ankara, Bilgi Yayınevi

Kaplan, Andreas M. ve Haenlein,Michael (2010), *Users of the world, unite! The challenges and Opportunities of Social Media*, **Business Horizons 53**: (59-68)

Karaçor, Süleyman (2009), *Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi,* **Yönetim ve Ekonomi, 16 (2):** 121-131

Kışlalı, Ahmet Taner (2010), **Siyaset Bilimi**, Ankara, İmge Kitabevi

Kodaman, Timuçin ve Akçay, Ekrem, Yaşar (2010), *Kuruluştan Yıkılışa Kadar Osmanlı Diplomasi Tarihi ve Türkiye'ye Bıraktığı Miras,* **SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi 22:** 75-92

Kürkçüoğlu, Ömer (1980). *¨Dış Politika¨ Nedir? Türkiye'deki Dünü ve Bugünü,* Erişim Adresi: **http://dergipark.ulakbim.gov.tr/ausbf/article/view/5000054098/5000051413**, Erişim Tarihi: 19.05.2019

Lasswell, Harold, D. (1927), *The Theory of Political Propaganda*, Erişim Adresi: **https://colectivonovecento.files.wordpress.com/2012/09/lasswell-the-theory-of-political-propaganda.pdf**, Erişim Tarihi: 04/04/2019

Lippmann, Walter (2012), **Public Opinion**, New York, Dover Publications

McNair, Brain (2011), **An Introductıon to Political Communication**, London, New York, Routledge

Nye,Joseph, S. (1990), *Soft Power*, Erişim Adresi: https://www.jstor.org/stable/1148580, Erişim Tarihi: 15/05/2019

Nye, Joseph, S. (2008), Public Diplomacy and Soft Power, Erişim Adresi: https://www.jstor.org/stable/25097996,Erişim Tarihi: 15/05/2019

Nye, Joseph, S. (2009), *Get Smart: Combining Hard and Soft Power,* Erişim Adresi: **https://www.jstor.org/stable/20699631?seq=1#page_scan_tab_contents,** Erişim Tarihi: 15/05/2019

Oktay, Mahmut (2002), **Politikada Halkla İlişkiler**, İstanbul, Derin Yayınları

Pariser, Eli (2011), **The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You?** London, Penguin Books

Sancar, Aslı, Gaye (2012), **Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Yayınları.

Say, Seyfi (2015), *Propaganda için Kullanılan Bir Örtmece Olarak Kamu Diplomasisi Kavramı,* **Insan&Insan 4**: 22-44

Sennett, Richard (2013), **Kamusal İnsanın Çöküşü**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Angeles, Figueroa Press

T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı (2019), Erişim Adres: www.iletisim.gov.tr, Erişim Tarihi: 20/05/2019

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2011), Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları

Türk İşbirliği ve Koordinasyon Ajansı (2019), Erişim Adresi: www.tika.gov.tr, Erişim Tarihi: 20/05/2019

Weber, Max (1986), **Sosyoloji Yazıları,** İstanbul, Hürriyet Vakfı Yayınları

Yağmurlu, Aslı (2007), *Halkla Ilişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi,* **İletişim Araştırmaları Dergisi, 5(1):** 9-38

Yaşın, Cem (2006), *Siyasal Kampanya Yönetiminde Bütüncül Yaklaşım, Erişim Adresi:* ***http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/view/597,*** Erişim Tarihi: 05/05/2019

Yepsen, A., Erika (2012), **Practicing Successful Twitter Public Diplomacy**, Los Los Angeles, Figueroa Press

Yılmaz, Sait (2012), **Akıllı Güç**, İstanbul, Kum Saati Yayınları

Yunus Emre Enstitüsü (2019), Erişim Adresi: www.yee.org.tr, Erişim Tarihi: 20/05/2019

Yeni Medya Ortamında Habere Yurttaş Katılımı

Haluk BİRSEN[*]
Duygu KEÇELİ[**]

Giriş

Ana akım medyanın sahiplik yapısı basın özgürlüğü tartışmalarının hep en önemli konusu olmuştur. Temelde ticari birer kurum olarak varlıklarını sürdüren medya kuruluşlarının ortaya çıkardıkları ürünün kamusal değeri ve ticari değeri tartışmanın ikilemini oluşturur. Toplumun kamusal çıkarlarını öncelemek gibi bir misyonla idealize edilen habercilik mesleğinde dengenin medya sahipliği yapısından kaynaklanan nedenlerle ticari kaygılar ve buna bağlı çeşitli çıkarlar yönünde bozulması, basın özgürlüğü ve basın ahlakı sorununu hiç sonlanmayacak bir tartışma olarak basın mesleği çalışanlarının ve akademisyenlerin gündeminde tutmaktadır.

Basın ahlakına ilişkin sorunların kaynağında habercilik yapma pratiklerinin ve habercilik sisteminin kendisi yatmaktadır. Haberi önce verme çabasının yarattığı zaman baskısı, tiraj ve üretim maliyetleri nedeniyle ortaya çıkan ticari baskı, çalışma koşullarının ağırlığı, işgücü eksikliği ve donanım eksikliği gibi sorunlardan kaynaklanan ortam baskısı habercilik sisteminin hata ve sorun üreten bir yapısı olduğunu göstermektedir. Hep doğru zamanda, doğru yerde, doğru donanımla bulunması ha-

[*] Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, hbirsen@anadolu.edu.tr
[**] Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi, dkeceli@anadolu.edu.tr

Kaynakça

Arsan, Esra (2009), Haber elden gidiyor mu?: Yurttaş Gazeteci Büyük Medyaya Karşı, *Inet-tr '90 – XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri,* 12-13 Aralık 2009 Bilgi Üniversitesi, İstanbul

Atton, Chris (2007), *Alternative Media in Practice*, (Der.) K. Coyer, T. Dowmunt ve Alan Fountain, **The Alternative Media Handbook**, 59-66, New York, Routledge

Atton, Chris (2008), *Alternative and Citizen Journalism*, (Der.) K. Wahl-Jorgensen ve T. Hanitzsch, **The Handbook of Journalism Studies,** 265-278, New York, Routledge

Çakır, Hamza (2007), **Gazeteciliğe Giriş.** Konya, Tablet

Downing, John (2008), *Social Movement Theories and Alternative Media: An Evaluation and Critique*, **Communication, Culture & Critique,** 1, 40-50

Friend, Cecilia ve Singer, Jane B. (2007), **Online Journalism Ethics Traditions and Transitions,** United States of America, M.E. Sharpe, Inc

Garrison, Bruce (2005), *Online Newspapers* (Ed.) M. B. Salwen, B. Garrison ve P. D. Driscoll, **Online News and the Public**, 3-46, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc

Geray, Haluk ve Aydoğan, Aylin (2010), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik*, (Der.) Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, 305-321, Ankara, Fersa Matbaacılık

Haas, Tanni (2006), *Research Note: Alternative Media Public Journalism and the Pursuit of Democratization*, **Journalism Studies,** 5 (1), 115-121

Kawamoto, Kevin (2003), **Digital Journalism: emerging media and the changing horizons of journalism,** Lanham, Md., Rowman & Littlefield

Rosen, Jay (1997), *Public Journalism as a Democratic Art,* (Der.) Jay Rosen, Merritt Davis ve Austin Lisa, **Public Journalism: Theory and Practice**, 3-24, Dayton OH, Kettering Foundation

Karaman, Murat ve Murat Önder (2017), *Yurttaş Gazeteciliğinin Anaakım Medyaya Etkisi,* **Erciyes İletişim Dergisi,** 5 (2) 164-180

Arık, Emel (2013), *Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği,* **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 36, 273-287

Kaufhold, Kelly, Sebastian Valenzuela ve Homero Gil de Zuniga (2015), *Yurttaş Gazeteciliği ve Demokrasi: Kullanıcı tarafından oluşturulan Haberlerin Kullanımı, Siyasal Bilgi ve Katılımla Ne kadar İlişkili?,* **Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Folklor/Edebiyat Dergisi,** 21, 83

Uzun, Ruhdan (2006), *Gazetecilikte Yeni Bir Yönelim: Yurttaş Gazeteciliği*, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** 16, 633-656

Dağtaş, Erdal (2007), *Yurttaşlık Haklarının İnşası Ekseninde Eskişehir Yerel Basınından Online Çevrimiçi Bir Örnek: Midas Gazetesi*, (Ed.) Mutlu Binark, **Yeni Medya Çalışmaları,** Ankara, Dipnot Yayınları

Ongun, Ömer (2013), Gazeteciliğin Tarifi Değişiyor, http://bianet.org/biamag/ifade-ozgurlugu/144054-gazeteciligin-tarifi-degisiyor, Erişim Tarihi:17.09.2016

Özer, Ömer (2012), *Yurttaş Gazeteciliği: Eskişehir Örneğinde Bir Araştırma*, (Ed.) Ömer Özer, **Alternatif Medya Alternatif Gazetecilik**, Konya, Litaratürk

Cangöz, İncilay (2003), *Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın*, (Der.) Sevda Alankuş, 101-118, **Gazetecilik ve Habercilik,** İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları

Sosyal Medya Aracılığıyla Değişen Spor ve Dönüşen Taraftarlık İmgesi

Ozan ERCANSUNGUR[*]
Ahmet TALİMCİLER[**]

Giriş

Gelişen teknoloji ile birlikte hızlanan hayat arasındaki çelişki hem bireyleri hem de kurumları etkisi altına alıyor. Baş döndürücü bir hızla ilerleyen yeniliklerin arkasında olup bitenlere yetişmeye çalışan insanlar açısından çoğu kez, yaşananları anlamlandırmak zorlaşıyor. Kendimizi bulduğumuz ve üzerine daha fazla değer atfetmeye başladığımız kimliklerimiz de bu değişim ve dönüşüm sürecinden payına düşeni fazlasıyla hissediyorlar. Spor gibi içerisinde yapılan ve yaşanılanları anlamamızı kolaylaştıran kurumsal yapılar bu açıdan çok daha ilginç bir görünüm kazanıyorlar. Çünkü spor denilen alan hem toplumsal mücadele olasılıklarının ete kemiğe bürünebildiği yerlerden bir tanesini teşkil ediyor hem de bireylerin ve iktidarların kendi iktidar alanlarının tesisinde kullandıkları güçlü bir yansıtıcı konumunda bulunuyor. Bu açıdan sporu ve sporun birlikteliğinde toplumsal hayatı incelemek aynı zamanda içerisinde yaşanan dönüşüm sürecini de daha yakından analiz edebilecek bilgilere ulaşabilmek anlamına geliyor.

[*] Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, ozan.ercansungur@cbu.edu.tr
[**] İzmir Bakırçay Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, ahmet.talimciler@bakircay.edu.tr

yenisi koyulabilecek' bir şeye dönüşüyor olabilir. Şüphesiz bu yorucu bir eylemi beraberinde getirir; sürekli olarak daha kusursuz bir kimliğe ulaşma süreci, sosyal medyanın hızlı değişen dünyası içerisinde obsesif bir katılımı zorunlu kılmaktadır. Kaçınılmaz olarak gündelik hayatın merkezinde "paylaşılabilir" ya da "gösterilebilir" olanın arayışı, her türden deneyimin önüne geçmektedir.

Kaynakça

Altunay, Alper (2015), "*Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya*.", **Selçuk İletişim, 9 (1):** 410-428

Bakardjıeva, Maria (2003), "*Virtual togetherness: an everyday-life perspective*". **Media, culture & society, 25 (3)**: 291-313

Baudrillard, Jean (2016), **Simülakrlar ve Simülasyon**, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu Batı Yayınlar

Baudrillard, Jean (2015), **Şeytana Satılan Ruh: Ya Da Kötülüğün Egemenliği**, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Zygmunt ve Lyon, David (2013), **Akışkan Gözetim**, (Çev.) Elçin Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları

Binark, Mutlu (2015), "*Giriş*", ss. 15-25, **Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri içinde**, (Der.) Mutlu Binark, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Boomsocial, Erişim adresi: **https://www.boomsocial.com/** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Boyd, Dannah M. ve Ellison, Nicole B. (2007), "*Social network sites: Definition, history, and scholarship.*" **Journal of computer-mediated Communication, 13 (1):** 210-230

Castells, Manuel (2005), **Ağ Toplumunun Yükselişi**, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul

Çalışkan, Mustafa ve Mencik, Yunus (2015), "*Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya*". **Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, 50:** 254-277

Deportes&Finanzas, Erişim adresi: **https://twitter.com/deporfinanzas** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Eczacıbaşı Spor Kulübü Resmi Instagram Hesabı, Erişim adresi: **https://www.instagram.com/eczacibasisporkulubu/?hl=tr** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Fenton, Alex ve Helleu, Boris (2019), *Digital and social media*. ss.101-113, **Routledge Handbook of Football Business and Management içinde**, (Ed.) Simon Chadwick, Daniel Parnell, Paul Widdop, Christos Anagnostopoulos, New York: Routledge

Goffman, Erving (2014), **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, (Çev. Barış Cezar), İstanbul: Metis Yayınları

Giulianotti, Richard (2004), *The Fate of Hyperreality: Jean Baudrillard and the Sociology of Sport*, ss. 225-239, **Sport and modern social theorists içinde**, (Ed.) Giulianotti, Richard, Springer, 2004

Huizinga, Johan (2015), **Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme**, (Çev. Mehmet Ali Kılıçbay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Korzynski, Pawel ve Paniagua, Jordi (2016), "*Score a tweet and post a goal: Social media recipes for sports stars*". **Business Horizons, 59 (2):** 185-192

Miller, Vincent (2011), **Understanding digital culture**. Sage Publications.

Okmeydan, Cudi K. (2018), "*Marka Olarak Spor Kulüplerinin Sosyal Medya Kullanımı: Türk Spor Kulüpleri Üzerine Bir Araştırma*". **The Journal of International Scientific Researches, 3 (4):** 98-110

Postman, Neil (2014), **Televizyon: Öldüren Eğlence**, (Çev. Osman Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Talimciler, Ahmet (2017), "*Parlak Yıldızlar: Şöhretlerin Dayanılmaz Cazibesi*". **Sosyoloji Dergisi, 36:** 225-241

Talimciler, Ahmet (2010), **Sporun Sosyolojisi Sosyolojinin Sporu**, İstanbul: Bağlam Yayıncılık

Talimciler, Ahmet (2006), *Yeni Futbol: Medyanın Yarattığı Olanaklarla Küreselleşen; Müşteri/Taraftar Kitlesine Dayanan ve Tüketim Odaklı Bir Oyun/İş*, ss. 173-212, **Gündelik Hayat ve Medya içinde**, (Ed.) İçin Akçalı, Selda, Ankara: Babil

Tiago, Teresa ve diğerleri (2016), "*Who is the better player? Off-field battle on Facebook and Twitter*". **Business Horizons, 59 (2):** 175-183

Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı resmi internet sitesi, Erişim adresi: **https://www.gsb.gov.tr/** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı resmi Youtube kanalı, Erişim adresi: **https://www.youtube.com/user/gencliksporbak/featured** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı resmi Instagram sayfası, Erişim adresi: **https://www.instagram.com/gencliksporbak/** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı resmi Facebook sayfası, Erişim adresi: **https://www.facebook.com/gencliksporbak** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı resmi Twitter sayfası, Erişim adresi: **https://twitter.com/gencliksporbak/** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

VakıfBank Spor Kulübü Resmi Instagram Hesabı, Erişim adresi: **https://www.instagram.com/vakifbanksk/?hl=tr** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

We Are Social, Hootsuite, (2019a) Digital 2019: Global Internet Use Accelerates, Erişim adresi: **https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

We Are Social, Hootsuite, (2019b) *Digital 2019 Turkey*, Erişim adresi: **https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-turkey-january-2019-v01** (Erişim Tarihi: 02.06.2019)

Weed, Mike (2007), "*The Pub as a Virtual Football Fandom Venue: An Alternative to 'Being there?'*" , **Soccer & Society, 8 (2):** 399-414

Wright, Scott, Graham, Tod, Jackson, Dan (2015), *Third space, social media, and everyday political talk.* **The Routledge companion to social media and politics içinde**, (Ed.) Christian Christensen, Anders Olof Larsson, Gunn Enli, Eli Skogerbo (pp. 74-88). London: Routledge

Yeni Medya Yayıncılığında Popüler Bilim: Evrim Ağacı Örneği

Serkan KARATAY[*]

Giriş

Yeni medyayı içerisinde barındırdığı özellikler ve platformlar açısından bir enformasyon kaynağı olarak görmek mümkündür. Nitekim yeni medyada, "yazılı basın gazetelerinin ya da TV yayınlarının aksine, herkes, her an, geleneksel gazeteciliğin biçimsel kısıtlamalarının dışına çıkıp, yerleşik editöryel yapılar ya da süreçler olmaksızın yayın ve dağıtım yapabilmektedir" (Hermida, 2016: 473). Yeni medyanın özelliklerinden yararlanılarak üretilen enformasyon, sosyal medyadaki kişisel kullanıcılar kadar sosyal medyada hesapları ve internet siteleri bulunan geleneksel medya kurumları ve dijital medya oluşumları tarafından oluşturulmaktadır. Kişisel hesapların ürettiği enformasyonda güvenilirlik, teyit edilebilirlik gibi sorunlarla karşılaşılabilirken kaynağı belli olan ve doğrulanabilir enformasyon aktaran medya platformlarının varlığı, yeni medyanın güvenilir enformasyonun hızlı ve etkili bir biçimde yayılmasına olanak tanıyan bir mecra olması özelliğini güçlendirmektedir.

Gazetecilik, televizyonculuk ve dergicilik gibi alanlarda faaliyet gösteren geleneksel medya kuruluşlarının yeni medya mecralarını aktif bir biçimde kullandıkları ve bu mecralardan

[*] İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi, srknkaratay@gmail.com

aynı zamanda bir dijital emek üreticisilerdir. Evrim Ağacı'nın profesyonelleşmesi, içerik üreticilerine maddi katkılar sağlanması gerekliliği bakımından da platformun üretim süreçlerini farklılaştıracaktır. Zira içerik üretiminin bir görev haline gelmesinin, platformun içerik özgünlüğü ve kalitesini hangi yönde etkileyeceği de bir tartışma konusu olabilir.

Kaynakça

Alver, Füsun (2007), **Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri,** Beta Yayınları

Arslanoğlu, Onur Berk (2014), **Bilimin Eşik Bekçileri Türkiye'de Gazetecilerin Gözünden Bilim Haberciliği,** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul

Balaban-Salı, Jale (2012), *Yeni Medya Okuryazarlığı.* (Ed.) Deniz Yengin, **Yeni Medya Ve…,** 291-309, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınları

Franch, Laura Aymerich ve Carrillo, Mauricio (2014), *Çevrimiçi Finansal Habercilikte Sosyal Medyanın Benimsenmesi.* (Ed.) Barış Çoban, (Çev.) Akın Emre Pilgir, **Sosyal Medya Devrimi**, 233-246, İstanbul, Su Yayınları

Güngör, Nazife (2013), **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar,** Ankara, Siyasal Kitabevi

Hermida, Alfred (2016), *Sanal Ortam Haber Ağı Olarak Twitter*. (Ed.) Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Christian Puschmann, (Çev.) Emre Erbatur, **Twitter ve Toplum,** 466-483, İstanbul, Epsilon Yayıncılık.

Jenkins, Henry (2016), **Cesur Yeni Medya**, (Çev.) Nihan Yeğengil, İstanbul, İletişim Yayınları

Jenkins, Henry (2017), *Medya Yöndeşmesinin Kültürel Mantığı.* (Ed.) Filiz Aydoğan, (Çev.) Esra Çizmeci, **Yeni Medya Kuramları**, 33-45, İstanbul, Der Yayınları

Netchitailova, Ekaterina (2017), *Flâneur, Aylak ve Empatik İşçi.* (Ed.) Filiz Aydoğan, **Yeni Medya Kuramları**, 1-21, (Çev.) Filiz Aydoğan, İstanbul, Der Yayınları

Neuberger, Christoph, vom Hofe, Hannah Jo ve Nuernbergk, Christian (2016), *Profesyonel Gazetecilerin Twitter Kullanımı* (Ed.) Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt, Christian Puschmann, (Çev.) Emre Erbatur, ***Twitter ve Toplum*** 451-465, İstanbul, Epsilon Yayıncılık

Saka, Erkan (2015), *Armağanlaşmadan (Gift Economy) Kitle Kaynağa (Crowdsourcing) Dijital Gönüllülükler Üzerine*. (Ed.) Filiz Aydoğan, **İletişim Çalışmaları**, 37-44, İstanbul, Derin Yayınları

Timisi, Nilüfer (2003), **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi,** Dost Yayınları

Van Dijk, Jan (2016), **Ağ Toplumu,** (Çev.) Özlem Sakin, Kafka Epsilon Yayıncılık

Yeğen, Ceren (2015), *Yurttaş Gazeteciliği Yapan Alternatif Medya Kuruluşu Örneklerinden Hareketle Gazeteciliğin Geleceği.* (Ed.) Selva Ersöz Karakullukçu ve Özge Uğurlu, **İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter**, 183-223, Ankara, Heretik Yayınları

İnternet Kaynakları

Alexa (2019), Erişim Adresi: https://www.alexa.com/siteinfo/evrimagaci.org, Erişim Tarihi: 27/08/2019

Doğan Burada (2017), Erişim Adresi: https://www.doganburda.com/Files/PdfDokuman/06-02-2017-10-16-41DBKit%202017%20TR%201.pdf, Erişim Tarihi: 26/11/2018

Facebook Evrim Ağacı (2018), https://www.facebook.com/pg/evrimagaci, Erişim Tarihi: 24/11/2018

Instagram Evrim Ağacı (2019), Erişim Adresi: https://www.instagram.com/evrimagaci/ , Erişim Tarihi: 27/05/2019

Linkedin Evrim Ağacı (2019), Erişim Adresi: https://www.linkedin.com/company/evrimagaci Erişim Tarihi: 27/05/2019

Mollick, Ethan (2013), *The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study*. Erişim Adresi: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390261300058X, Erişim Tarihi: 04/12/2018

Patreon Evrim Ağacı (2018), Erişim Adresi: https://www.patreon.com/evrimagaci, Erişim Tarihi: 26/11/2018

Türk Dil Kurumu (2018), Erişim Adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=pop%C3%BCler%20bilim&guid=TDK.GTS.537b23738a4cf8.42869662, Erişim Tarihi: 26/11/2018

Türkiye İstatistik Kurumu (2018), Erişim Adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=wLnhb7zGxWZJ2LcBGSphgt6Qxv9Qy7qZ0cQRn7TrPtg6vyyK1hzb!-222003975?id=27605, Erişim Tarihi: 26/11/2018

Türkiye İstatistik Kurumu (2018), Erişim Adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086 ,Erişim Tarihi: 26/11/2018

Twitter Evrim Ağacı (2019), Erişim Adresi: https://twitter.com/evrimagaci, Erişim Tarihi: 27/05/2019

Youtube Evrim Ağacı. (2018), Erişim Adresi: https://www.youtube.com/user/evrimagaci, Erişim Tarihi: 26/11/2018

Sosyal Medya ve Kültür

Harun DAĞ[*]
Erdoğan AKMAN[**]

Giriş

Geçmişten günümüze çeşitli gelişmeler ekseninde kültür, değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Toplumsal yaşam pratikleri arasında her zaman oldukça önem arz eden iletişim olgusu, yaşanan bu değişim ve dönüşümlerin temel faktörlerinden birini oluşturmaktadır. Kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasında iletişimsel süreçler ön plana çıkmaktadır. Zaman içerisinde teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan medya da iletişimsel eylemlerin gerçekleştirildiği ortamlar olarak kültür ile yakından bağlantılı bir alan olmuştur. Medya, kültürün aktarılmasında, yeni bir kültürün oluşmasında ya da mevcut kültürün değişim ve dönüşüm geçirmesinde etkili bir araçtır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler medyayı çeşitlendirmiş, bu çeşitlenen medya da kültürel alanda farklılaşmaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Medya ve kültür ilişkisi bağlamında, medyanın kültürel süreçlere olumlu yönde katkı sağladığı ya da bunun tam aksine kültürü olumsuz yönde etkilediğine dönük yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak hangi açıdan bakılırsa bakılsın medya, kültürel süreçler içerisinde aktif bir şekilde yer almaktadır.

[*] Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, harundag93@gmail.com
[**] Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, İletişim Fakültesi, erdogan.akman@manas.edu.kg

dır. Sosyal medyanın en temel özelliklerinden biri edebiyat, siyaset, eğitim, müzik gibi farklı alt kültürlerle bağlantılı olan bireyleri bir araya getiren bir ağ olmasıdır. Bu da yine kültürlerarası etkileşimi kolaylaştırmaktadır. Günümüzde özellikle coğrafya bakımından hemen her gün büyük kitleler yer değiştirmektedir. Bu noktada bireyler yeni yerleşim yerlerinde kültürel şoku atlatmak adına sosyal medyadan yararlanabilmektedir. Sosyal medya bu açıdan kültürel uyumu kolaylaştırdığını söylemek mümkündür. Sosyal paylaşım siteleri yapısı itibariyle farklı alt kültürlere ait bireyleri bir araya getirebilmektedir. Bu da zaman zaman bu mecralarda kültürel çatışmaların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Kültürel araç ve süreçleri değerlendirirken sosyal medya vazgeçilmez bir araç olarak yer almakta ve alanla ilgili farklı oluşum ve gelişmelere olanak sağlamaktadır. Sosyal medya ister olumlu olarak isterse de olumsuz olarak değerlendirilsin kültürel alanı etkisi altına almakta ve teknik unsurlar bu etkisi sürecini artırarak devam etmektedir. Bununla birlikte kültür, dijital platformlar aracılığıyla yönünü dijitalleşmenin belirlediği bir yapı ve içeriğe doğru hızla dönüşmekte ve birçok sorununa da açık hale gelmektedir.

Kaynakça

Arklan, Ümit ve Rençber Hasan (2017), *Socıal Medıa As The Escape Area For Illegalıty,* (Ed.) Emrah Doğan ve Ercan Geçgin, **Current Debates In Publıc Relatıons Cultural & Medıa Studıes,** 31-52, London, IJOPEC Publication

Arslan, Ali (2005), *Türkiye'de Medya-Toplum İlişkisi ve Medyanın Profesyonellik Etiği Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme*, **Akademik Bakış 5:** 1-13

Ayhan Bünyamin ve Çavuş Selahattin (2015), *Transformation Of Secrecy And Privacy: Novel Behaviors In Social Media,* **13. International Symposium Communication in the Millennium.** 12-15 Mayıs, East Stroudsburg University, Pennsylvania, USA

Aziz, Aysel (2013), **Televizyon ve Radyo Yayıncılığına Giriş,** İstanbul, Hiperlink Yayınları

Balcı ve Baloğlu (2018), Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması, **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi 29:** 209-233

Baştürk Akça, Emel (2014), *Demokratik Katılım Bağlamında Yeni Medya ve Dijital Yurttaşlık,* (Ed.) Emel Baştürk Akça, **Yeni Medya Yeni Pratikler Yeni Olanaklar,** 17-44, Kocaeli, Umuttepe Yayınları

Belkofer, M. Christopher ve McNutt, Jill V. (2011), *Understanding Social Media Culture and its Ethical Challenges for Art Therapists,* **Journal of the American Art Therapy Association 28(4):** 159-164

Boyd, Denah M. ve Ellison Nicole B. (2007), *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship,* **Journal of Computer-Mediated Communication 13(1):** 210-230

Castells, Manuel (2008), **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Ağ Toplumunun Yükselişi,** İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Chen, Guo-Ming (2012), *The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context,* **China Media Research 8(2):** 1-10

Çemrek ve diğerleri (2014), Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği, **Alphanumeric Journal 2(2):** 61-76

Dijk, Van Jan (2016), **Ağ Toplumu**, (Çev.) Özlem Sakin, İstanbul, Kafka Yayınevi

Dikmen, G. Ö. (2011), *Tüketen Üreticiden Üreten Tüketiciye Dönüşümde Sosyal Medyanın Rolü,* (Ed.) Z. Hepkon, **İletişim ve Teknoloji**, 156-175, İstanbul, Kırmızı Kedi Yayınevi

Elola, Idoia, Oskoz, Ana (2008), *Blogging: Fostering Intercultural Competence Development in Foreign Language and Study Abroad Contexts,* **Foreign Language Annals, 41(3):** 454-477

Erdoğan, İrfan (2011), **İletişimi Anlamak,** Ankara, Erk Yayınları

Eröz Sü, Sibel ve Doğdubay, Murat (2012), *Turistik Ürün Tercihinde Sosyal Medyanın Rolü ve Etik İlişkisi,* **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 27(1):** 133-157

Gere, Charlie (2008), **Digital Culture**, London, Reaktion Books.

Golbeck ve diğerleri (2011), **Predicting Personality with Social Media,** Erişim Adresi: https://www.cs.umd.edu/class/spring2017/cmsc818G/files/p253-golbeck.pdf Erişim Tarihi: 19/05/2019

Golbeck, Jennifer Ann (2005), *Computıng And Applyıng Trust In Web-Based Socıal Networks,* **PhD thesis**, University of Maryland, College Park, MD, USA, April

Göker, Göksel (2015), İletişimin McDonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme, **International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic 10(2):** 389-410

Güneş, Sadık (2001), **Medya ve Kültür-Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı**, Ankara, Vadi Yayınları

Güngör, Erol (2006), **Türk Kültürü ve Milliyetçilik**, İstanbul, Ötüken Yayınları

Güvenç, Bozkurt (2005), **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitapevi

İrvan, Süleyman (2002), **Medya Kültür Siyaset**, Ankara, Alp Yayınevi

Kaplan, Andreas M. ve Micheal Haenlein (2010), Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, **Business Horizons 53:** 59-68

Livberber, Tuba (2018), **Sosyal Medyada Mahremiyet-Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü,** Konya, Literatürk Academia

Lull, James (2001), **Medya İletişim Kültür,** (Çev.) Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları

Lundby, Knut ve Ronning Helge (2002), *Medya-Kültür-İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanışı*, (Çev.) Nilgün Gürkan, (Ed.) Süleyman İrvan, **Medya Kültür Siyaset**, 5-28, Ankara, Alp Yayınevi

Mora, Necla (2008), *Medya ve Kültürel Kimlik*, **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi 5(1)**

Mutlu, Erol (2012), **İletişim Sözlüğü,** İstanbul, Sofos

Nalcıoğlu Ulusoy, Belkıs (2017), *Kültürleme ve Medyanın Rolü*, (Ed.) Suat Gezgin ve Tuğba Akdal, **İletişim ve Kültür,** 65-75, Konya, Eğitim Yayınevi.

Nevzat, Kösoğlu (1992), **Türk Kimliği ve Türk Dünyası,** İstanbul, Ötüken Yayınevi

Özdemir, Zafer (2015), *Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı,* **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 2(1):** 112-131

Öztokat, Ege (2017), Teknolojinin İthali Bağlamında Kültürleme Akültüre Etme, (Ed.) Suat Gezgin ve Tuğba Akdal, **İletişim ve Kültür,** 201-223, Konya, Eğitim Yayınevi.

Rabassiere, Henry (1960), **In defense of Television Free Pres**, Glencoe.

Shcherbina, Luliia (2017), *Reading in the Age of Web 2.0,* **Russian Social Science Review 58(1):** 86-108.

Susan L. Davis ve Sara J. Finney (2003), **Examining the Psychometric Properties of the Cross-Cultural Adaptability Inventory,** Chicago, Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association

Tanrıkulu, Murat (2015), Türkiye Coğrafyasında Genel Kültür, Alt Kültür ve Mozaik Kültür, **TÜCAUM VIII. Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, 23-24 Ekim 2014, Ankara

Thackeray ve diğerleri (2008), Enhancing Promotional Strategies Within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media, **Health Promotion Practice 9(4):** 338-343

Vural, Ali Murat (2000), *Medyanın Kültürel Kalkınmayı Sağlama ve Eğitim İşlevi,* **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 10:** 105-113

Vural, Beril Akıncı ve Bat, Mikail (2010), *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*, **Journal Of Yasar University 20(5):** 3348-3382

We Are Social (2019), **Digital in 2019,** Erişim Adresi: https://wearesocial.com/global-digital-report-2019 Erişim Tarihi: 19/05/2019

Zhao, Shanyang ve diğerleri (2008), *Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships*, **Computers in Human Behavior 24(3):** 1816-1836

“Post-”lar Çağında İletişim

Editörler:
M. Nur ERDEM
Nihal KOCABAY-ŞENER

LİTERATÜRK
academia

BİRİNCİ BÖLÜM - POST-MODERNİZM
Modernizmin Yeni Yol Haritasi: Post-Modernizm

Nursel BOLAT[*]

Giriş

İnsanlara, serüven, güç, coşku, gelişme, kendini ve dünyayı dönüştürme vaadi ile ortaya çıkarak, eskiden yeniye geçişi ifade eden modernizm, yaşam tarzlarında farklılaşma, bireyselleşme vaatleri ile geleneksel yapıdan uzaklaşan bir toplumsal yapıyı içermekte, bunun yanında sosyal, iktisadi ve siyasi açıdan birey-toplum-devlet ilişkisini şekillendiren süreç biçiminde görülmektedir. Modernizm kavramının içine düşmüş olduğu çıkmaza çare şeklinde ortaya atılan post-modernizm ise küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim yanında, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi faktörlerin etkisiyle toplumsal değişim ve dönüşüme ilişkin pek çok alanda olduğu gibi üretim ve tüketim şekillerinde de köklü değişikliklerin yaşandığı bir dönemi yansıtmaktadır. Post-modernizm ile birlikte tüketim sadece yeme, içme, barınma gibi zorunlu ihtiyaçların ötesinde hayat tarzı ve dinlenme faaliyetlerinin de içinde yer aldığı oldukça geniş bir alanı etkisi altına almaktadır. Bunun yanında postmodernizmin, 'post-' ekinden kaynaklı sonralık, bir başkaldırı boyutu taşımaktadır. Tek tanıma indirgenemeyecek bir karmaşıklık, düzensizlik içermesine rağmen post-modernizm öncelikle modernlikle bir hesaplaşma ortaya koymaktadır.

Post-modernizm tartışmalarının Birleşik Devletler'de başladığı görülmektedir; ancak, kendilerini post-modern toplumsal teori olarak sunan, daha önceki Fransız kültürel ve toplumsal teorisinden

[*] Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, nursel.bolat@omu.edu.tr

Post-modernizm çağ ya da post-modern dönem olarak anılan dönemde yaşanan tartışmaların sonunun götürdüğü nokta, üretim ve tüketimin hızlı bir biçimde yöntemlerini değiştirmesi yanında, iletişim ağlarında görülen farklılaşma ile birlikte, her bir bireyin kendine özgü önemsendiği yeni bir dünya düzenine geçişin yaşandığı görülmektedir. Bu süreçte beraberinde tüketim toplumu ve kültürü bağlamında gündelik yaşamın pratiklerinin önemli ölçüde değişime uğradığı, yaşam tarzlarından, iletişim sistem ve biçimlerine kadar her alanın bir yandan tüketilirken diğer yandan kendi içinde yeniden üretildiğinin görüldüğü bir düzenekte ilerlemektedir.

Kaynakça

Anderson, P. (2002). Postmodernitenin Kökenleri. Çev: Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.

Babacan, M. ve Onat, F. (2002). "Postmodern Pazarlama Perspektifi", Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 2, Sayı 1, ss. 11-20.

Baldini, M. (2000). İletişim Tarihi. Çev: Gül Batuş. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Bauman,Z. (1991). Modernlik ve Müphenlik. Çev: İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2010). Etiğin Tüketiciler Dünyasında Bir Şansı Var mı?. Çev: Funda Çoban ve İnci Katırcı. Ankara: De Ki Basım Yayım.

Bauman, Z. (2018). Akışkan Modern Dünyadan 44 Mektup. Çev: Pelin Siral. İstanbul: Habitus Kitap.

Belek, İ. (1999). Postkapitalist Paradigmalar, İstanbul: Sorun Yayınları.

Benjamin, W. (2013). Pasajlar. Çev: Ahmet Cemal. İstanbul: YKY Yayınları.

Berman, M. (2013). Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**.** Çev: Ümit Altuğ ve Bülent Peker. İstanbul: İletişim Yayınları.

Castells, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi. Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cevizci, A. (2009). Felsefe Tarihi. İstanbul: Say Yayınları.

Destain, C. (2010). Aydınlanma. Çev: İsmail Yerguz. İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.

Erdoğan, İ. (2004). "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine", Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi: "Popüler Kültür ve Gençlik", Sayı 57, ss. 7-19.

Featherstone, M. (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. Çev: M. Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A (1994). Modernliğin Sonuçları. Çev: Ersin Kuşdil. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Aydın Göktepe, E. (2018). "Relationship Between New Career Attitudes, Perceived Supervisor Support And Work Engagement", Edited by Demirdizen Çevik, Derya and Taşkıran, Gülçin, Current Debates In Labour Economics, Demography & Gender Studies, IJOPEC Publication, London-United Kingdom, ISBN: 978-1-9125031-8-7, pp. 43-63.

Habermas, J. ve Ben-Habib, S. (1981). "Modernity Versus Postmodernity", New German Critique, No: 22, Special Issue on Modernism, Winter, ss. 3-14.

Harvey, D. (2012). Postmodernliğin Durumu. Çev. S. Savran. İstanbul: Metis Yayınları.

Huntington, S. P. (1966). "Siyasal Gelişme ve Siyasal Bozulma", Çev: Ergun Özbudun, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 22–23, 1–4, 55–107.

Huyssen, A. (2011). "Postmodernin HaritasınıYapmak", Modernite Versus Postmodernite. Der: Mehmet Küçük. Ankara: Say Yayınları, ss. 231-262.

Jameson, F. (1994). "Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı". Der: Necmi Zeka, Çev: Gülengül Naliş vd., İstanbul: Kıyı Yayınları.

Jeanniere, A. (2011). "Modernite Nedir?", Modernite Versus Postmodernite. Der: Mehmet Küçük, Ankara: Say Yayınları, ss. 111-124.

Kellner, D. (2011). "Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar", Modernite Versus Postmodernite, Der: Mehmet Küçük. Ankara: Say Yayınları, ss. 409-450.

Kırılmaz, H. ve Ayparçası, F. (2016). "Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları", İnsan & İnsan, Yıl: 3, Sayı: 8, Bahar/Spring, ss. 32-58.

Kızılçelik, S. (1994). "Postmodernizm: 'Modernlik Projesine' Bir Başkaldırı", Türkiye Günlüğü, Sayı: 30, ss. 86-96.

Kocabay Şener, N. (2016). İletişimin Tekno-Sosyoloji. Kocaeli: Volga Yayıncılık.

Lyotard, J. F. (2014). Postmodern Durum. Çev:Ahmet Çiğdem. Ankara: Vadi Yayınları.

Magee, B. (2007). Felsefenin Öyküsü. Çev: Bahadır Sina Şener. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Murphy, J. W. (1995). Postmodern Toplumsal Analiz ve Postmodern Eleştiri. Çev: Hüsamettin Arslan, İstanbul: Eti Kitapları.

Mutlu, E. (1998). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınlar/ARK.

Özel, Z. (2006). "Postmodern Dönem Fotoğraf Sanatında Kendine Mal Etme:Sherman, Morimura, Ungun", Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 2 ss.158- 174.

Rorty, R. (2011). "Habermas, Lyotard ve Postmodernite", ModerniteVersus Postmodernite, Der: Mehmet Küçük. Ankara: Say Yayınları, ss. 291-311.

Sarup, M. (1995). Postyapısalcılık ve Postmodernizm. Çev: A. Baki Güçlü. Ankara: Ark Yayınevi.

Uysal Sezer, B. (1993). "Postmodernizm ve İkinci Cumhuriyet", Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 26, Sayı: 1, Mart, ss. 27-42.

Sim, S. (2006). Postmodern Düşüncenin Eleştirel Sözlüğü. Çev. Mukadder Erkan ve Ali Utku. Ankara: Ebabil Yayıncılık.

Smith, P. (2007). Kültürel Kuram. Çev. Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu. İstanbul: Babil Yayınları.

Soykan, Ö. N. (1993). Türkiye'den Felsefe Manzaraları. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Şaylan, G. (1996). Çağdaş Düşünce Akımları: Postmodernizm. Ankara: TODAİE Yayınları,.

Wagner, P. (2005). Modernliğin Sosyolojisi. Çev.Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yaka, A. (2011). Sosyal Değişme, Türk Modernleşmesi. İstanbul: Gündoğan Yayınları.

Yaylagül, L. (2008). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınevi.

Zeka, N. (1994). "Yolları Çatallanan Bahçe", Jameson Lyotard Habermas Postmodernizm, Haz: Necmi Zeka, İstanbul: Kıyı Yayınları.

İKİNCİ BÖLÜM – POST-POZİTİVİZM
Bilime Geleneğin Ötesinden Bakmak

Sinan KAYA[*]

Giriş

Bilim, evreni tanımak ve gerçeği bulmak için elde edilen sistematik bilgiler bütünü olarak ifade edilebilir. İnsanoğlu, kendisini ve çevresini daha iyi tanıyıp, gerektiğinde etkileyebilme ve kendi kontrolü altına alabilme istek ve güdüsüyle bazen sistematik yollar kullanarak bazen de sezgisel ya da tesadüfi olarak bilgiyi elde etmeye çalışır. Bilimsel yöntem, bilgiyi elde etmek için kullanılan ya da izlenen yolu tanımlamaktadır. Bu yol keşfetme, tanımlama, açıklama ya da değerlendirme amaçlı olarak eylemsel ve düşünsel bir süreci içermektedir. Bu süreç genellikle bütüncül bir sorunun fark edilmesiyle başlamakta, sorunun tanımlanması, çözüm önerilerinin tahmin edilmesi, araştırma yönetiminin geliştirilmesi, verilerin elde edilmesi ve analiziyle devam etmekte, karar verme ve yorumlama ile son bulmaktadır. Böylece araştırmacı sorunlara güvenilir çözümler bulmak için planlı ve sistemli olarak veriler toplar, analiz eder, yorumlayarak değerlendirir. Araştırmacılar bu süreçte farkında olarak ya da farkında olmadan araştırmayı biçimlendiren soyut fikirleri ve inanışları kullanırlar. Çünkü araştırmacı belirli teorileri, paradigmaları ve perspektifleri bu süreçte kendisine rehberlik eden bir inanç seti ya da felsefi varsayımlar olarak araştırmasına dahil eder.

Paradigmalar, araştırma probleminin ve araştırma sorularının nasıl formüle edilebileceğini ve araştırma sorularına cevap vere-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, sinan.kaya@omu.edu.tr

Kaynakça

Alaranta, M. (2006). "Combining Theory-Testing and Theory-Building Analyses of Case Study Data". European Conference on Information Systems (ECIS) Proceedings, 175. Göteborg, Sweden.

Bennett, T. (1982). Politics, Ideology and Popular Culture, Der. N. Güngör, Popüler Kültür ve İktidar, London : Open University Press.

Bogdan, R. C. and Biklen, S. K. (2007). Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods (5th ed.), Boston: Allyn and Bacon.

Bourse, M. ve Yücel, H. (2012). İletişim Bilimlerinin Serüveni, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Campbell, D. and Russo, J. (1999). Social Experimentation, Thousand Oaks, CA: Sage.

Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K. (2005). Research Methods in Education, (5th Ed.), London: Routledge Falmer.

Coşkun, R. (2017). "Pozitivizmin Halleri: Sosyal Bilimlerde Pozitivist ve Anti-Pozitivist Okumalardan Yöntembilimsel Çıkarımlar", 8. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi. 6-11 Eylül, Köstence, Romanya.

Creswell, J. W. (2009). Research Design, London: Sage.

Creswell, J. W. (2013). Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches, London: Sage.

Creswell, J. W. and Plano Clark, V. L. (2011). Designing and Conducting Mixed Methods Research, (2nd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2005). "Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research", in The Sage handbook of qualitative research (2nd ed.), Eds. N. K. Denzin & Y.S. Lincoln, Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd., pp. 1-32

Doğanay, A. (2012). "Bilimsel Yönteme Giriş", içinde Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Ed. A. Şimşek, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss. 2-29.

Donmoyer, R. (2012). "Paradigm", in The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods, Ed. L. M. Given, Thousand Oaks, CA: Sage.

Fox, N.J. (2008) "Post-positivism", in The SAGE Encyclopaedia of Qualitative Research Methods, Ed. L. M. Given, London: Sage.

Glesne, C. (2012). Nitel araştırmaya giriş, Çev. A. Ersoy, P. Yalçınoğlu, Ed. P. Yalçınoğlu, Ankara: Anı Yayıncılık.

Gribich, C. (2004). New Approaches in Social Research, London: Sage.

Guba, E. G. and Lincoln, Y. S. (1994). "Competing Paradigms in Qualitative Research", in Handbook of Qualitative Research, Eds: N. K. Denzin and Y. S. Lincoln, London: Sage Publications, pp. 105-117.

Gürsakal, N. (2001). "Yeni Bilim", İş, Güç: Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 1.

Hall, S. (1997). Medya ve İdeoloji, içinde Medya, Kültür, Siyaset, Çev: S. İrvan, Ed: S. İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat/Ark Yayınevi, ss. 79-97.

Henning, E., Van Rensburg, W. and Smit, B. (2004). Finding Your Way in Qualitative Research, Pretoria: Van Schaik.

Huff, A. S. (2009). Designing Research for Publication, Los Angeles, CA: Sage.

Kahya, E. (2015). "Bilim-Bilim Tarihi, Felsefe-Felsefe Tarihi İlişkisi", Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1.

Kamhawi, R. and Weaver, D. (2003). "Mass Communication Research Trends From 1980 to 1999", Journalism & Mass Communication Quarterly, Volume: 80, Number: 1, pp. 7–27.

Karataş Ateş, E. (2016). "Bir Bilim Dalı Olarak Iletişim Bilimleri Alanının Türkiye'deki Konusal Kapsam Analizi", The Journal of Academic Social Science Studies, Cilt: 51, ss. 217-228.

Keat, R. ve Urry, J. (1994). Bilim Olarak Sosyal Teori, Çev: N. Çelebi, Ankara: İmge Yayınevi.

Kuhn, T. (1991). Bilimsel Devrimlerin Yapısı, Çev: N. Kayaş, İstanbul: Alan Yayıncılık.

Kuş, E. (2007). "Sosyal Bilim Metodolojisinde Paradigma Dönüşümü Ve Psikolojide Nitel Araştırma", Türk Psikoloji Yazıları, Cilt: 10, Sayı: 20, ss. 19-41.

Lang, A. (2013). "Discipline in Crisis? The Shifting Paradigm of Mass Communication Research", Communication Theory, Volume: 23, Number: 1, pp. 10-24.

Merriam S. B. (2013). Nitel Araştırma: Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber, Çev: S. Turan, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Mutlu, E. (1994). "İletişim Alanına Aykırı Bir Bakış", AÜ. İletişim Fakültesi Yayınları, 7, ss. 165-181.

Neuman, L. W. (2006). Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar, Çev. S. Özge, Ankara: Yayın Odası Yayıncılık.

Neuman, W. R. and Guggenheim, L. (2011). "The Evolution of Media Effects Theory: Fifty Years of Cumulative Research", Communication Theory, Volume: 21, Number: 2, pp. 169–196.

Niglas, K. (2001). "Paradigms and Methodology in Educational Research", European Conference on Educational Research, Lille, France.

Özüdoğru, Ş. (2014). "Nitel Araştırmanın Iletişim Araştırmalarında Rol Ve Önemi Üzerine Bir Deneme", Global Media Journal: TR Edition, Cilt;: 4, Sayı: 8, ss. 260-275.

Paley, J. (2002). "Positivism" in The SAGE Encyclopaedia of Qualitative Research Methods, Ed. L.M. Given, London: Sage.

Patton, M. Q. (2014). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri, Çev. M. Bütün, S.B. Dede, Ed. M. Bütün, S.B. Dede, Ankara: Pegem Akademi.

Potter, W. J. and Riddle, K. (2007). "A Content Analysis of the Media Effects Literature", Journalism & Mass Communication Quarterly, Volume: 84, Number: 1, pp. 90–104.

Potter, W.J., Cooper, R. and Dupagne, M. (1993). "The Three Paradigms of Mass Media Research in Mainstream Communication Journals", Communication Theory, Volume: 3, Number: 4, pp. 317-335.

Rogers, E. M. (1994). A History of Communication Study: A Biographical Approach, New York: Free Press.

Saban, A. ve Ersoy, A. (2017). Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri, Ankara: Anı Yayıncılık.

Şaylan, G. (1999). Postmodernizm, Ankara: İmge Kitabevi.

Scale, C. (2000). The Quality of Qualitative Research, London: Sage

Schwartz, P. and Ogilvy, J. (1979). The Emergent Paradigm: Changing Patterns of Thought and Belief. Menlo Park, CA: SRI International.

Şimşek, A. (2012). "Bilimsel Bilginin Niteliği", içinde Ed. S. Sever, N. B. İspir, İletişim Araştırmaları, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, ss. 16-27.

Şimşek, A. (2012b). "İletişim Araştırmaları Tarihi", içinde Ed. S. Sever, N. B. İspir, İletişim Araştırmaları, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, ss. 28-56.

Şimşek, E. (2011). Örgütsel İletişim ve Kişilik Özelliklerinin Yaşam Doyumuna Etkileri (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Şimşek, H. and Heydinger, R.B. (1993). "An Analysis of the Paradigmatic Evolution of U.S. Higher Education and Implications for the Year 2000", in Higher Education: Handbook of Theory and Research, Ed. J.C. Smart, Vol. 9, New York: Agathon, pp. 1-49.

Şimşek, H. and Louis, K.S. (1994). "Organizational Change as Paradigm Shift: Analysis of the Change Process in a Large, Public University", The Journal of Higher Education, Volume: 65, Number: 6, pp. 670-695.

Şimşek, H. (1997). "Pozitivizm Ötesi Paradigmatik Dönüşüm Ve Eğitim Yönetiminde Kuram Ve Uygulamada Yeni Yaklaşımlar", Eğitim Yönetimi, Cilt: 3, Sayı: 1, ss. 97-109.

Şişman, M. (1998). "Eğitim Yönetiminde Kuram ve Araştırmada Alternatif Paradigma ve Yaklaşımlar", Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, Cilt: 4, Sayı: 4, ss. 395-422.

Spencer, R., Pryce, J. M. and Walsh, J. (2014). "Philosophical Approaches to Qualitative Research", in Oxford Library of Psychology. The Oxford Handbook of Qualitative Research, Ed. P. Leavy, New York, NY, US: Oxford University Press, pp. 81-98.

Tracy, S. J. (2013). Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact, West Sussex: Wiley-Blackwell.

Usher, R. (1996). "A Critique of the Neglected Epistemological Assumptions of Educational Research", in Understanding Educational Research, Eds. D. Scott and R. Usher, London: Routledge, pp. 9-32.

Uyanık, E. (2016). "İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Cilt: 42, ss. 58-76.

Yavuz, Ş. (2015). "Kitle İletişim Araştırmalarında Anadamar / Çoğulcu ve Eleştirel / Radikal Kuram Arasında Yöndeşme Tartışmaları", Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 9, ss. 25-39.

Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları-Egemen Ve Eleştirel Yaklaşımlar. Ankara: Dipnot.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (8. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, A. (2004). "Türkiye'deki Yetişkin Eğitimi Araştırmalarına Toplu Bakış. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi", Cilt: 37, Sayı: 1, ss. 78-97.

Yüce, K., Eryaman, M. Y., Şahin, A. ve Koçer, Ö. (2014). "Sosyal Bilimlerde Paradigma Dönüşümü Ve Türkiye'de Uygulamalı Dilbilimi Alanında Nitel Araştırma", Eğitim ve Bilim, Cilt: 39, Sayı: 171, ss. 1-12.

Zammito, J. H. (2004). A Nice Derangement of Epistemes: Post-positivism in the Study of Science from Quine to Latour. Chicago: The University of Chicago Press.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM – POST-YAPISALCILIK
Yapıların ve Anlamın Yıkılışı: Çoğulculuk mu Kaos mu?

Ziya VALİŞOV[*]

Giriş

20. yüzyılda insanlığın yaşamış olduğu trajik olaylar karşısında sosyal bilimlerde yeni yönelimler, var olan düşünüş biçimlerinin sorgulanışı ve değişimi yönündeki çağrılarla birlikte yeni çalışmalar ortaya çıkmaya başlamıştı. Özellikle de 60'lı yıllarda hem bilimsel alandaki gelişmeler hem de siyasal alanda meydana gelen radikal hareketler sosyal bilimleri etkilemiş, kökten değişimlerin başlamasına ve paradigma değişikliklerine neden olmuştur. İşte bu siyasal, kültürel ve bilimsel devrimler sırasında ve sonrasında modernite ile başlayan gelişimler ve tüm kavramlar 'post' eki ile birlikte yeniden yorumlanmaya ve aşılmaya çalışılmıştır. İlk başta modernitenin son bulduğu, aşıldığı ve modernitenin dolayısıyla da aydınlanmanın ideallerinin artık işlevselliğinin kalmadığı, meydana gelen olayları ve insan yaşamını yorumlamada ve yönlendirmede yeterliliğini kaybettiğini vurgulayan post-modernite/post-modernizm iddiaları ortaya çıkmaya başladı. Post-modernite tartışmaları beraberinde moderniteyle birlikte anılan tüm değerlerin ve ideallerin de sorgulanışını getirmiştir. Post-modernite ve post-yapısalcılık kavramsallaştırması aydınlanma felsefesinin dogmatikliğine, tahakkümüne karşı bir başkaldırı niteliğinde insan yaşamının tahakküm altına alınamayacağını ve tüm insanlık için geçerli olabilecek hiçbir ahlakın, kuralın varlığını kabul etmeyen ve özerkliğini vurgulayan bir düşünüş şeklidir.

[*] Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Medya ve İletişim Çalışmaları Anabilim Dalı, ziyaoktay@gmail.com

Postyapısalcılık bir süreç olarak günümüzde de sürmekte iletişim bilimlerinin dönüşmesinde etkin rolünü sürdürmeye devam etmektedir.

Kaynakça

Arslan, H. (2007). Epistemik Cemaat, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Barthes, R. (2013). "Yazarın Ölümü", Çev. Ayşe Ece, N.Kamil Sevil, Elif Göktepe, Dilin Çalışma Sesi içinde, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, ss. 61-69.

Barthes, R. (2013). "Yapıttan Metne", Çev.Ayşe Ece, N.Kamil Sevil, Elif Göktepe, Dilin Çalışma Sesi içinde, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, ss. 69-79.

Best, S. ve Kellner, D. (2011). Postmodern Teori, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bowie, M. (2007). Lacan, Çev. V. Pekel Şener, Ankara: Dost Kitabevi.

Foucault, M.(2012). İktidarın Gözü, Çev. Işık Ergüden, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M.(2015). Kelimeler ve Şeyler, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara:İmge Kitabevi Yayınları.

Foucault, M.(2017a). Hapishanenin Doğuşu, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara:İmge Kitabevi Yayınları.

Foucault, M.(2017b). Deliliğin Tarihi, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara:İmge Kitabevi Yayınları.

Foucault, M.(2016). Cinselliğin Tarihi, Çev. Hülya Uğur Tanrıöver, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M.(2016). Kliniğin Doğuşu, Çev. Şule Ünsaldı, Ankara: Epos Yayınları.

Gilbert, J. (2012). Antikapitalizm ve Kültür Radikal Teori ve Popüler Politika, Çev. Tuğba Sağlam, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Homer, S. (2016). Jacques Lacan, Çev. Abdurrahman Aydın, Ankara: Phoenix Yayınları.

Hoy, D. (2018). "Jacques Derrida", Çev. Ahmet Demirhan, Der. Quentin Skinner, Çağdaş Temel Kuramlar içinde, İstanbul: İletişim Yayınları.

Kearney, R. (2008). Zihnin Halleri Çağdaş Düşünürlerle Söyleşiler, Çev.İsmail Yılmaz, Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Ricoeur, P. (2009). Yorumların Çatışması, Çev. Hüsamettin Arslan, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Sarup, M. (2017). Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm, Çev. Abdülbaki Güçlü, Ankara: Pharmakon Yayınları.

Sözen, E. (2014). Söylem, Ankara: Birleşik Yayınları.

Turner, G. (2016). İngiliz Kültürel Çalışmaları, Çev. Deniz Özçetin ve Burak Özçetin, İstanbul: Heretik Yayınları.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM - POST-SEMİYOTİK
Okurun İktidarı: Göstergelerin Bağlamsal Yolculuğu

Ömer ÇAKIN[*]

Giriş

İnsanların ve toplumların günlük hayatında gösterge ve gösterge sitemleri son derece önemli bir rol üstlenmektedir. İnsan faaliyetlerinde bu göstergeler, yaşanan dünyanın fark edilmesinde, bağlantı ve ilişki kurmada, kurulan bu bağlantı ve ilişkiyi özetlemede ve sistemli hale getirmede yardımcıdır. En önemlisi göstergeler insanların düşünce, duygu ve isteklerini birbirlerine aktarmalarını da kolaylaştırmaktadır. Bu noktada 'semiyotiğin anlamı nedir' sorusu aklımıza gelmektedir. Kısa tanımıyla semiyotik, göstergelerin incelenmesidir. Bu göstergeler o kadar geniş bir alanı kapsamaktadır ki; çizimler, resimler, fotoğraflar, kelimler, sesler, vücut dili hepsi bu alanın içerisine girmektedir.

Semiyotik pratik olarak hayatımızın tüm alanlarına nüfuz etmektedir. Bu nedenle günümüzde semiyotik, gösterge ve gösterge sistemlerini araştıran bir bilim dalı olarak pek çok bilim dalı ile yakından ilişkilidir. Semiyotik; psikoloji, dilbilim, mantık, felsefe, sanat gibi disiplinlerle ortak çalışarak kavramlar geliştirmektedir. Geniş bir alanı kapsamasından dolayı semiyotik veya semiyoloji farkında olmasak da sürekli faydalandığımız bir alandır. Genel olarak semiyotik, göstergelerin doğasını, özelliklerini ve işlevlerini analiz eden bir bilim dalıdır.

---

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, omer.cakin@omu.edu.tr

Dijitalleşme ile gelişen yeni medya ortamlarında farklı kültürlerin bir araya gelmesi de bu duruma farklı bir boyut kazandırmıştır. Yazarın ortaya koyduğu metinleri kendi kültürel birikimleri ve deneyimleriyle interaktif ortamlara sunması ve bu metinlere kullanıcılar tarafından ardışık yorumlar eklenebilmesi anlamın nasıl sonsuzluk kazandığını daha iyi açıklamaktadır. İletişim ise bu süreçte semiyotik bir deneyimden yola çıkarak göstergeleri okuyarak yorumlamakla yani bir kodun varlığıyla ve anlamlandırılmasıyla gerçekleşmiş olmaktadır.

Kaynakça

Akarcal, F. (2015). "The Symbolic World: Construction and Deconstruction", Chapter: Semiotics and Media Content, Editors: S. Sekar Sebastian, Publisher: Asian Trading Corporation.

Akerson, F. (2005). Göstergebilime Giriş. İstanbul: Multilingual Yay.

Argeev, V. N. (2002). Semiotika, Moskova: Ves Mir.

Barthes, R. (1977). 'The death of the author' in Image/music/text . London: Fontana.

Demir, Sedat (2009) Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıtları Bağlamında Göstergebilime Katkıları, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Fakültesi Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Dervişcemaloğlu, B. (2014). Göstergebilim, http://www.ege-edebiyat.org/docs/493.pdf (E.T: 15.02.2019).

Draça, G. V., Alfa, M. (2003). Kulturologiya, Moskova: SBP

Elam, K. (2005). The Semıotıcs Of Theatre And Drama, London: Roudledge.

Ertan, G. ve Sansarcı, E. (2016). Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı, İstanbul: Hat Baskı Sanatları Yay.

Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Bilim Sanat Yay.

Gottdiener, M. (2005). Postmodern Göstergeler, Çev. Arhan Nur, Hakan Gür, Erdal Cengiz, İstanbul: İmge Yayınları.

İlin Petroviç, İ. (1996). Poststrukturalizm, Dekonstruktivizm, Postmoderizm, Moskva: İntrada.

Ignoramous, L. (2019). The Death of The Author: Roland Barthes and The Collapse of Meaning, http://filmslie.com/death-of-the-author-roland-barthes-meaning/ (E.T: 20.04.2014).

Kıran, A. ve Kıran, Z. (2006). Dilbilimine Giriş, Ankara: Seçkin Yay.

Kim, V. V. (2008). Semiotika İ Nauçnoe Pozhanie, Ekaterinburg: İzd-vo Ural, Un-na.

Lidov, D. (1999); Elemets of Semiotics; St. Martin's Press, New York: UK.

Maxlina, S. T. (2010). Leksii Po Semiotike Kulturı i Lingvistika, Sankt-Peterburg: İzd-vo SPBKO.

Oskay, Ü. (1994). İletişimin ABC'si, İstanbul: Simavi Yay.

Özüdoğru, Ş. (2014). Nitel Araştırmanın İletişim Araştırmalarında Rol ve Önemi Üzerine Bir Deneme, Global Media Journal, Cilt: 4, Sayı: 8, ss. 260-275.

Parsa, A.F., Olgundeniz, S. (2014). "İletişimde Göstergebilim ve Anlamlandırma Sürecini Örneklerle Değerlendirme", Ed. Ahmet Güneş, İletişim Araştırmalarında Göstergebilim, İstanbul: Literatürk Yay.

Peirce, C. S. (1982). Writings of Charles S. Pierce. Cilt: 1.

Rifat, M. (2013). Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü, İstanbul: İş Bankası Yay.

Rifat, M. (2000). 20. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları 2, İstanbul: Om Yayınları.

Posner, R. (2011). "Post-modernism, Post-Structuralism, Post-Semiotics? Sign Theory at the Fin de Siècle", Journal of the International Association for Semiotic Studies, Volume 2011, Issue 183. pp. 9-30.

Umberto, E. (1976). A Theory of Semiotics, London: Macmillan.

Sharma, P., & Gupta, P. (2015). "Semiotic analysis of Indian television advertisements and its impact on consumers: an exploratory study", ESSACHESS - Journal for Communication Studies, Cilt: 8, Sayı: 1, pp. 71-90.

Tsotra, D., Janson, M. ve Cecez-Kecmanovic, D. (2004). "Marketing on the Internet: A Semiotic Analysis", Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems, New York, pp. 4210-4220.

Yücel, T. (2008). Yapısalcılık, İstanbul: Can Yay.

BEŞİNCİ BÖLÜM - POST-PRAGMATİZM
Pragmatizmin Evrimi Üzerine

Nurhayat YOLOĞLU[*]

Giriş

Pragmatizm, ilk kuruluşundan bu yana birçok alanda biçimlendirici bir güç ve tarihin çeşitli devirlerinde üzerinde çok tartışılan bir konu olmuştur. Bu bölümde öncelikle, pragmatizm ve pragmatizm eklentili kavramlar genel olarak gözden geçirilmektedir. Daha sonra, pragmatizm anlayışının temellerinin atıldığı Antik Çağdan başlayarak, çeşitli dönemlerden geçerek, yirmi birinci yüzyıl pragmatizm anlayışı sayılan *Post-Pragmatizm* düşünce biçimi incelenmektedir. Bu bağlamda öne çıkan Epikür, Jeremy Bentham, John Stuart Mill, William James, James Dewey tarafından geliştirilen klasik pragmatizm ilkeleri ile son dönem düşünürlerinden Rorty ve Habermas'ın konu ile ilgili tartışmaları üzerinde durulmaktadır.

1. Doğruluk, Faydacılık, Gerçeklik ve Eyleme Dayalı Felsefi Bir Yolculuk: Pragmatizm

Dilimizde faydacılık, yararcılık olarak kullanılan *Pragmatizm* kavramı, dünya literatüründe daha çok *pragmatism* ve *utilitarianism* kavramlarıyla açıklanmakta, felsefe, bilgi bilim, etik, işletme, ekonomi, din bilimleri ve siyaset gibi alanlarda yoğun bir biçimde yer bulmaktadır. Örneğin, dil felsefesinde dil ya da göstergelerle kullanıcıları arasındaki ilişkiler üzerinde yoğunlaşan analiz türü olarak, *Pragmatizm* ile *Semantik* (anlambilim) birlikte analitik felsefenin altında yer bulmaktadırlar. Bu bağlamda, Hare, Austin ve Straw-

[*] Dr. Öğretim üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, nurhayat.yologlu@omu.edu.tr

düzenlemelere odaklanmaktadır. Çalışmalarında, *klasik pragmatistlerden* ziyade, öğretmeni Wilfrid Sellars'ın ve ayrıca Kant ve Hegel'in yazılarının etkisi görülmektedir. Brandom'da rasyonellik, sebeplerin gücünü tanıma yeteneğine sahip olmayı ifade etmektedir. Rasyonellik, muhakeme ve müzakerenin aktif faaliyetler olduğu yollarla kendini gösterir. Böylece, niyetlerimizin ve aklımızın sorumluluğunu üstlenebiliriz. Brandom çalışmalarında, dilbilimsel pratiklerin uygulanmasına rehberlik etmesi gereken kuralları inceleyen sistematik bir normatif pragmatik sistemi geliştirmiştir.

Brandom farklı bağlamlarda farklı tarif ve akıl yürütme yöntemlerini benimsemenin, farklı kelimeler kullanabilmemizin önemini vurgulamaktadır Bu, Brandom'un kendine özgü doğalcılığına yansımaktadır. Sebeplerimizi değerlendirmek ve ortak akıl yürütme ve tartışmaya katılmak için bir kelime hazinesi oluşturmanın yanı sıra, bir sözlüğün başkalarına, örneğin temel bilim sözlüğüne dayanarak nasıl anlaşılabileceğini de araştırmıştır. Brandom, farklı amaçlar için başka kelimeler kullanmanın birbiri ile çelişmediğini, konuşma şekillerinin, çevremizi doğru bir şekilde tanımlayıp tanımlamadıklarına göre değerlendirilmemesi gerektiğini, tam tersi olarak, bizim bunları kullanmamıza katılan uygulamaların erdemleri ile değerlendirilmesi gerektiğini savunur. Inferentialismus (Çıkarımcılık) kuramının uygulamaya geçirilmesinin, birçok bütüncül anlamsal iletişim problemlerini çözebileceğini öne sürer.

Kaynakça

Aydın, M. (2013). "John Stuart Mill'in Faydacı Ahlakı", Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (SAUIFD), Cilt: 15, Sayı: 28, ss. 143-167.

Aydın, M. (2018). "John Stuart Mill'in Erdem Teorisi ve Araçsallaştırılmış Değerler", Sakarya Üniversitesi İlahiyat Dergisi (SAUIFD), Cilt: 20, Sayı: 37, ss. 53-79.

Başok Diş, S. (2017). "Bentham Ve Mill'in Klasik Faydacılığı Bağlamında Mutluluk Problemi", Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi, Sayı: 7, ss. 80-100.

Bentham, J. (2008). "Ahlak ve Yasama ilkelerine Giriş", Çev.: Aysel Doğan, AÜHFD, Cilt: 57, Sayı: 4, ss. 381-390.

Cevizci, A. (2011). Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Say Yay.

Dewey, J. (2016). "Ahlakta Üç Bağımsız Değişken", Çev.: İlhami Çıtır, Hitit Üni. İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:15, Sayı: 30, ss. 573-581.

Dietzfelbinger, D. (2002). Aller Anfang ist leicht: Unternehmens-und Wirtschaftsethik für die Praxis, München: Herbert Utz Verlag.

Eren, M. (2015). "Uygulanabilirlik Sorunu Açısından Söylem Etiği ile küresel Ahlak Düşüncesinin karşılaştırılması", Kelam Araştırmaları Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 2, ss. 735-750.

Hookway, C. J. (2012). The Pragmatic Maxim: Essays on Peirce and Pragmatism, Oxford: Oxford University Press.

Işık, A. ve Meriç, M. (2010). "Hayatın Kalitesi (Qualıty Of Lıfe) Kavramının Felsefik Temelleri; Aristo, Bentham Ve Nordenfelt", Ege Academic Review, Sayı:1, ss. 421-434.

İyigüngör, V. (2015). "Karl Popper ve Jürgen Habermas'ın üç dünya teorileri üzerine bir değerlendirme", Marmara İletişim Dergisi, Sayı:23, ss. 49-59.

James, W. (2015). Pragmatizm, Çev.: Tahir Karakaş, İstanbul: İletişim Yay.

Kreikebaum, H. (1996). Grundlagen der Unternehmensethik, Stuttgart: Schæffer-Poeschel.

Levi, I. (2012). Pragmatism and Inquiry, Oxford: Oxford University Press.

Möngü, B. (2015). "Modern Dünyada Mutluluk: John Stuart Mill'in Faydacı Etiği", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 1, ss. 23-30

Müller, A. (2015). "Löst Brandoms Inferentialismus bedeutungsholistische Kommunikationsprobleme?", Zeitschrift für Semiotik , Band:36, Nr: 3-4 https://www.academia.edu/15554205/L%C3%B6st_Brandoms_Inferentialismus_bedeutungsholistische_Kommunikationsprobleme; Erişim Tarihi 1.2.2019.

Putnam, H. (2004). Ethics without Ontology, Cambridge MA: Harvard University Press.

Schäfer, K. H. (2017). "Medienpädagogik des Pragmatismus", Medien Pädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung, ss.131–149. www.medienpaed.com; Erişim Tarihi: 01.11.2019.

Sözer, M. A. ve Sel, B. (2015). "John Dewey'in Görüşlerinin Ontolojik ve Epistemolojik Temelde İrdelenmesi", Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD) Cilt: 16, Sayı: 3, ss. 313-327.

Türer, C. (2016). "Pragmatist Ahlak nedir?", Temaşa, Sayı: 5, ss. 15-31.

Tüzen, M. A. (2014). "John Stuart Mill'de Demokrasinin Meşruiyeti", Mavi Atlas GŞÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 2, ss. 40-53.

Uluçakar, M. (2014). "Richard Rorty Üzerine Bir Değerlendirme", H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 32, Sayı: 1, ss. 229-247.

Yıldız Turan, E. (2015). "İlkçağ Felsefesinde Faydacılığın Temelleri", Atatürk İletişim Dergisi, Sayı: 8, ss. 249-258.

Web_1: https://plato.stanford.edu/entries/pragmatism/ (Erişim Tarihi: 1.11.2018).

Web_2: http://www.felsefe.gen.tr/felsefe_akimlari/pragmatizm_faydacilik_-nedir_ne_demektir .asp (Erişim Tarihi: 21.12.2018).

Web_3: http://edudocs.fun/19_10076_psihoanaliz-zigmunda-freyda.html (Erişim Tarihi: 1.2.2019).

ALTINCI BÖLÜM - POST-ENDÜSTRİYALİZM
Endüstriyalizmden- Post-Endüstriyalizme Dönüşüm

Elif ŞEVİK İNAL[*]
Neslihan YAYLA[**]

Giriş

İnsanlık tarihinin akışını etkileyen ilk temel değişim, on bin yıl önce yerleşik hayata geçilmesiyle başlayan tarım faaliyetleri olmuştur. Bu yenilik, insanlık tarihinde "Tarım Devrimi" olarak adlandırılmıştır. İkinci temel değişim ise 18. yüzyılda gerçekleşen, buhar gücüyle çalışan makinaların icadıyla anılan " Endüstri Devrimi" dir. Toffler, Üçüncü Dalga isimli kitabında bu değişimleri "Dalga Metaforu" kullanarak anlatmaktadır. Kitaba ismini veren Üçüncü Dalga ise insanlığın halen içinde bulunduğu toplumsal dönüşüm sürecini kapsamaktadır. Birinci dalganın izlerine günümüzde rastlanılmasa bile, ikinci dalganın etkileri halen devam etmektedir. Bu ayrımı tarihsel olarak kesin çizgilerle yapmak mümkün değildir. Toffler'ın dalga metaforunu tercih etmesinin nedeni de tam olarak budur.

Sanayi öncesi toplumda genel olarak doğal kaynakları dönüştürmeye dayalı bir uğraş ve mücadele söz konusudur. Sanayi öncesi toplum için avcı- toplayıcı toplum ve tarım toplumu şeklinde bir ayrım yapılmaktadır. Avcı toplayıcı toplumlarda avcılık, yiyecek toplama gibi işler, tarım toplumunda çiftçilik, balık tutma, maden

[*] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, elifsevik@gmail.com
[**] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, neslihan_yayla@hotmail.com

sorunları beraberinde getirmiştir. Teknolojinin imkânlarından yararlanmak için teknolojiye tam erişim vererek zorunlu çaresizlik öğrenilmiştir. Tüketim odaklı üretim yaparak ve kitle iletişim araçları ile kitlelerinin hangi üretim malzemelerini tüketeceğine karar verilmesiyle, Herbert Marcuse'un deyimiyle "tek boyutlu insanlar" yaratılmıştır. Bilginin üretim faktörü olmasıyla, klasik üretim faktörleri yeni iletişim teknolojileriyle birleşmiş, yeni iletişim teknolojileriyle ise bilgiye dayalı üretim yaygınlaşmıştır. Üretim piyasasının çeşitlenmesi, iş gücü piyasasını da değiştirmiş, mali ve finansal değişimlerin yanında yeni sektörlerin ortaya çıkması bir avantaj sağlarmıştır. Kitleler halinde iletişim kurabilmek, kitle iletişim araçları ile insanlara rahatlıkla ulaşılması, Daniell Bell'in belirttiği gibi ideolojinin sonu tezi ile Marksizm'i sona bir adım daha yaklaştırmış ve tüketim toplumunu yaratmıştır. Tüketim toplumu, ihtiyaç olmadığı halde ihtiyaç algısı yaratarak, sadece tüketmemiz üzerine kurulu bir dünyadır. Bu tüketim alışkanlığı, tüketim toplumunun kültürüdür ve drugstorelarla, alışveriş merkezleri ve iletişim teknolojileriyle kültürelleştirilir. Küreselleştirme araçları, tüketen toplumunun aylak gezintiler yapabildiği, nesnelerle flörtleşme deneyimini yaşadıkları alanlardır. Drugstore'larda gerçekleşen bu tüketim kültürünün sunumunu ise medya yapmaktadır. İletişim teknolojilerin zamansızlığı ve teknolojinin hızıyla doğru orantılı olarak tüketim kültürü yayılmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin gerçekliği ise başka bir tartışma konusu oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları ile topluma verilen tek gerçek; sanallık ve sanallığın gerçekliğine dair baş döndürücü bir yanılsamadır.

Kaynakça

Akarçay, E. ve Altunoğlu, M. (2012) "Sanayi Sonrası Toplum: Daniel Bell", içinde Çağdaş Sosyoloji Kuramları, Eds.: Prof. Dr. Aylin Gördün Baran ve Prof. Dr. Serap Suğur, T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir: Web- Ofset. 2. Baskı.

Aktaş, C. (2007). "Enformasyon Toplumu Bağlamında Türkiye". Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 4, ss. 181 – 193.

Altan, Ö. Z. (2007) Sosyal Politika, T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir: Web- Ofset.

Altay, D. (2005). "Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan", Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. Eds. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan ve Barış Çoban, İstanbul: Su Yayınevi, ss.9-74.

Anık, M. (2016). "Aykırı Bir Düşünür Olarak J. Baudrıllard ve Gösteriş Amaçlı Tüketim". Journal Of International Social Research, Cilt: 9, Sayı: 47, ss. 441-453.

Batuş, G. (2005). "Neil Postman: İnsan Aklının Kendi Yarattığı Teknolojiyle Dostluk Arayışı", Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. Eds. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan ve Barış Çoban, İstanbul: Su Yayınevi, ss. 261-276.

Baudrillard, J. (2017a). Simülakrlar ve Simülasyon, Çev. Oğuz Adanır. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2017b). Tüketim Toplumu, Çev. Nilgün Tutal ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bozkurt, V. (2006). Endüstriyel ve Post Endüstriyel Dönüşüm Bilgi, Ekonomi ve Kültür, Bursa: Ekin Kitabevi.

Bozkurt, V. (2011). Değişen Dünyada Sosyoloji, Temeller Kavramlar Kurumlar, Bursa: Ekin Basım Yayım Dağıtım, 7.Baskı.

Bozkurt, V. (2013). "Toplumsal Dönüşümün Evreleri: Pre-endüstriyel, Endüstriyel ve Post-endüstriyel Toplumlar", Endüstri Sosyolojisi, Eds. Prof. Dr. Veysel Bozkurt, ve Prof. Nadir Supur, T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 2. Baskı, Eskişekir: Web- Ofset, ss. 2-34.

Brewer, A. (2009). Kapital'i Okuma Kılavuzu Türkçe, Çev. Prof. Dr. Uğur Selçuk Akalın, İstanbul : Kalkedon Yayınları.

Castells, M. (2005). Enformasyon Çağı, Ekonomi, Toplum ve Kültür Birinci Cilt: Ağ Toplumu'nun Yükselişi, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chomsky, N. ve Herman, E. S. (2006). Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politiği, Çev: Ender Abadoğlu, İstanbul:Aram Yayıncılık.

Chomsky, N. (2005). Medya Denetimi, Çev: Elif Baki, İstanbul: Everest Yayınları.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Ankara: Erk Yayıncılık.

Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2010) Öteki Kuram, Yazarın Yayın Evi, 3. Baskı.

Erdem, M. N. (2014) "Tüketime Dayalı Bilinç Endüstrisi ve Reklam Bağlamında Bir Dijital Reklam Okuryazarlığı Eğitim Modeli Önerisi" Yayınlamamış Doktora Tezi, Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Erişim Adresi: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp

Frankel, B. (1991). Sanayi Sonrası Ütopyalar, Çeviren: Kamil Durand, İstanbul Ayrıntı Yayınları, Birinci Baskı.

Freyer, H. (2014). Endüstri Çağı, Çevirenler: Bedia Akarsu ve Hüseyin Batuhan, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Gates, B. (1999). Dijital Sinir Sistemiyle Düşünce Hızında Çalışmak, 4. Baskı İstanbul: Doğan Yayıncılık.

Görgün, A. (1992). "Sanayi Sonrası Enformasyon Toplumu Üzerine Tartışmalar", Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1-2, ss. 53-69.

Güneş, S. (2001). Medya ve Kültür Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı, Ankara: Vadi Yayınları, 2. Baskı.

Gülsoy, D. (2005). "Medyanın Altyapısına Muhalif Bir Yolculuk: Noam Chomsky", Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar. Eds. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan ve Barış Çoban, İstanbul: Su Yayınevi, ss. 139-191.

Güzel, M. (2015). "Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları", Felsefe Ve Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 19, ss.65-84.

İrvan, S. (2014). Medya Kültür Siyaset, Ankara: Pharmakon Yayınları.

Kocabay Şener, N. (2016). İletişimin Tekno Sosyolojisi, Kocaeli: Volga Yayıncılık. 1.Baskı.

Kumar, K. (2013). Sanayi Sonrası Toplumdan Post- Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları, Ankara: Dost Kitabevi, 4.Baskı.

Kutal, G. (1982). Endüstri Açısından Çok Uluslu Şirketler İstanbul: Gür- Ay Matbaası.

Mahiroğulları, A. (2005). "Küreselleşmenin kültürel değerler üzerine etkisi", Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, (50), ss. 1275-1288.

Marx, K. (2009). Kapital, Birinci Cilt Çeviren: Alaattin Bilgi, 9. Baskı, Ankara: Sol Yayınları.

McLuhan, M. ve Powers, B. R. (2001). Global köy: 21. yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada meydana gelecek dönüşümler. Çev. Ö. Bahar Düzgören. İstanbul: Scala Yayıncılık.

Postman, N. (1995). Çocukluğun Yok Oluşu, Çev: Kemal İnal, Ankara: İmge Kitabevi.

Postman, N. (2009). Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni, Çev. Mustafa Emre Yılmaz, İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Postman, N. (2010). Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem,Çev: Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2011). Toplumun McDonaldlaştırılması Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen Karekteri Üzerine Bir İnceleme Çeviren: Şen Süer Kaya, 2. Baskı İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sarup, M. (2017). Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm, Çev. A. Baki Güçlü, Ankara: Pharmakon Yayınları.

Şatıroğlu, K. D. (1984). Strüktürel ve Fonksiyonel Bir Evrim Yaklaşımı Çokuluslu Şirketler, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayın Yüksekokulu Basımevi.

Toffler, A. (1974). Şok Gelecek Korkusu, Çeviren: Prof. Selami Sargut, İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Toffler, A. (2008). Üçüncü Dalga Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasiği, İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Web_1. https://www.youtube.com/watch?v=bg27nJb7Rck; Erişim Tarihi:13.02.2019.

YEDİNCİ BÖLÜM - POST-FORDİZM
Post-Fordizm ve İletişim

Ercan AKTAN[*]

Giriş

Gelişen dünya düzeni ve ekonomik alt yapı çerçevesinde 1970'li yılların sonlarından itibaren, kapitalizmin yapısında yeni bir aşamaya geçildiği belirtilebilir. Bu yeni kapitalist aşama, 1930-1970 yılları arasını kapsayan önceki dönemiyle kıyaslandığında, çok farklı ekonomik, siyasal ve toplumsal sonuçlar doğurmuştur. Bu doğrultuda, Fordizm ve Post-Fordizm, bu dönüşümü açıklamaya yönelen kavramlar olarak öne çıkmaktadır (Bıçkı ve Sobacı, 2011: 222).

Birbiri ardına gelen Fordizm ve Post-Fordizm iki önemli akımı ifade etmektedir. Fordizmle birlikte kitlesel üretim kavramı gündem teşkil etmiş ve bu dönemde seri üretim biçimi uygulanmış iken; dünyada yaşanan değişim ve gelişim sonrası talepleri daha verimli ve kaliteli karşılamak için "esnek üretim" kavramı olarak da adlandırılan Post-Fordizm ortaya çıkmıştır. Teknolojinin hızla gelişmesi, bilgi çağının büyümesi, değişen sosyo-ekonomik ve kültürel ihtiyaçlar esnek üretimin uygulanmasındaki önemli aşamalardır. Enformasyon teknolojilerindeki ilerlemeler, bilgisayarların üretimi destekler niteliğe kavuşması, kitlesel üretimdeki genel amaçlı makinelerin bilgisayarlarla özel amaçları yerine getirmede kullanılması gibi sebeplerle talep değişikliklerine çare olarak geliştirilen esnek üretim kavramı günden güne önemini artırmıştır (Ateş ve Çöpoğlu, 2015: 111).

[*] Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ercanaktan@aksaray.edu.tr

Kaynakça

Aktan, E. (2018). "Sosyal Medya ve Ürün Yerleştirme: Instabloggerlar Üzerinden Ürün Yerleştirmeye Bakış", Teoriden Pratiğe, Spordan Medyaya Ürün Yerleştirme Uygulamaları, Ed. Nursel Bolat, Konya: Literatürk Academia, ss. 167-198.

Amin, A. (2000). "Post-Fordism: Models, Fantasies and Phantoms of Transition", Post-Fordism: A Reader, Ed. A. Amin, Oxford: Blackwell Publishers, ss. 1-39.

Ateş, H. ve Çöpoğlu, M. (2015). "Kamu Yönetimi ve Çalışma Hayatında Esneklik", Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, Cilt: X, Sayı: 1, ss. 97-113.

Aydoğan, F. (2009). "Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: 27, Sayı: 2, ss. 203-215.

Aytaç, Ö. (2006). "Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskacında Boş Zaman", Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, ss. 27-53.

Baritci, Z. F. ve Tarhan, A. (2018). "Fordizmden Post-Fordizme Değişen Tüketiciler, Yaşam Tarzları ve Boş Zaman", İletişim Sosyolojisi, Ed. B. Ayhan, Konya: Literatürk Academia, s. 254-276.

Baudrillard, J. (2013). Tüketim Toplumu-Söylenceleri/Yapıları (6 b.), Çev. H. Deliçaylı ve F. Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bıçkı, D. ve Sobacı, M. Z. (2011). "Yerel Yönetimden Yerel Yönetişime: Post-Fordizm Bağlamında Yerel Yönetimleri Anlamak", Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1, ss. 215-233.

Birsen, Ö. ve Öztürk, Ş. Y. (2011). "Tüketim Kültürü Çerçevesinden Sağlık Haberleri", Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 26, ss. 1-21.

Choudhary, S., Nayak, R., Kumari, S. ve Choudhury, H. (2019). "Analysing Acculturation to Sustainable Food Consumption Behaviour in the Social Media Through the Lens of İnformation Diffusion", Technological Forecasting & Social Change, Volume: 145, pp. 1-12.

Çetin, D. (2014). "Fordizm Perspektifinden Hollywood Stüdyo Sistemi", Atatürk İletişim Dergisi, Sayı: 6, ss. 203-214.

Çınar, R. ve Çubukçu, İ. (2009). "Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları -Karşılaştırmalı Bir Uygulama-", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 1, ss. 277-300.

Dağdelen, İ. (2005). "Post-Fordizm", Mevzuat Dergisi (90). http://www.mevzuatdergisi. com/2005/06a/05.htm.

Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (2009). "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması", Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları, Eds. B. Dağtaş ve E. Dağtaş, Ankara: Ütopya, ss. 27-75.

Dedeoğlu, S. (2000). "Toplumsal Cinsiyet Rolleri Açısından Türkiye'de Aile ve Kadın Emeği", Toplum ve Bilim Sayı: 86, ss. 139-170.

Dikmen, A. A. (2000). "Küresel Üretim, Moda Ekonomileri ve Yeni Dünya Hiyerarşisi", Toplum ve Bilim, Sayı: 86, ss. 281-302.

Elden, M. (2009). Reklam Yazarlığı (5 b.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Erdem, M. N. (2018). "Transmedya Anlatılar ve Artırılmış Gerçeklik İle Kurumsal Sosyal Sorumluluğu Yeniden Düşünmek", Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turzime: Transmedya Hikayeciliği, Ed. E. Aktan), Konya: LiteratürkAcademia, (ss. 115-158).

Harvey, D. (1992). The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change, Oxford: Blackwell Publishers .

Hirst, P. ve Zeitlin, J. (1991). "Flexible Specialization versus Post-fordism: Theory, Evidence and Policy Implications", Economy and Society, Volume: 20, Number: 1, pp. 1-56.

Jabeura, N., Nait-Sidi-Moh, A. and Zeadally, S. (2018). "Crowd Social Media Computing: Applying Crowd Computingtechniques to Social Media", Applied Soft Computing, Number: 66, pp. 495-505.

Kalay, A. (2007). "Tüketim Kültürü İçinde Müziğin Görselleştirilmesi: Klipler", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 30, Sayı: 1, ss. 79-96.

Karakaş, M. (2006). "Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 2, ss. 1-16.

Kaya, K. ve Oğuz, Z. (2010). "Üniversite Gençliğinin Alışveriş Tercihlerinde Tüketim Kültürünün Rolü", SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 22, ss. 147-164.

Kocabay Şener, N. (2016). "Eğlencenin Gözetleme Hâli ya da Eğlence Endüstrisinde "Görünen" ve "Gören" Olmak", TRT Akademi, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 50-70.

Köseoğlu, Ö. (2010). "Enformasyon Kaynağının İnanırlığı Açısından Duyurum ve Reklamın Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 38, Sayı: 1, ss. 91-120.

Mangold, W. G. ve Faulds, D. (2009). "Social media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix", Business Horizons, Number: 52, pp. 357-365.

Nar, M. Ş. (2015). "Küreselleşmenin Tüketim Kültürü Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Tüketimi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 37, ss. 941-954.

Piore, M. (2014). "Post-Fordizm", Sosyolojide Temel Fikirler, Ed. M. Slattery, Bursa: Sentez Yayınları, ss. 440-446.

Saklı, A. R. (2013). "Fordizm'den Esnek Üretim Rejimine Dönüşümün Kamu Yönetimi Üzerindeki Etkileri", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 44, ss. 107-131.

Sayın, Ö. (1994). "Moda ve Toplumsal Katmanlar", Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi Sayı: 5, ss. 99-108.

Sönmez, S. (2016). "Bretton Woods, Fordizm ve Hegemonya", Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 34, Sayı: 1, ss. 43-62.

Steinmetz, G. (1994). "Regulation Theory, Post-Marxism, and the New Social Movements", Comparative Studies in Society and History, Volume: 36, Number: 1, pp. 176-212.

Taymaz, E. (1993). "Kriz ve Teknoloji", Toplum ve Bilim, Sayı: 56-61, ss. 5-41.

Ünal, E. (2013). "Fransız Düzenleme Teorisi Fordizmden Post-Fordizme 2008 Krizi", İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Varol, S. F. (2011). "Frankfurt Okulu'ndan Postmodernizme Televizyona Dair Eleştirel Perspektifler", Erciyes İletişim Dergisi "akademia", Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 118-134.

Vural, T. ve Yücel, A. (2006). "Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış", İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Planlama Tasarım Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 2, ss. 97-106.

Yavuz, Ş. (2006). "Reklam ve Popüler Kültür", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 27, Sayı: 1, ss. 149-161.

Yıldırım, E. (2000). "Türkiye'deki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının İşçiler ve Endüstri İlişkileri Üzerindeki Etkileri", Toplum ve Bilim, Sayı: 86, ss. 260-280.

SEKİZİNCİ BÖLÜM - POST-KAPİTALİZM
Kapitalizmde Vahşileşme Dışında Yeni Bir Şey Yok

Ahmet GÜÇLÜ[*]

Giriş

Çalışmamızda bilgi iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü değişim ile literatürde yer alan post-kapitalizm çalışmaları belirli kavramlar üzerinden tartışılarak günümüz iletişim çalışmalarına bir bakış sunulmaya çalışılacaktır. Post-kapitalizmin temelini oluşturan ve iletişim çalışmalarında da önemli yer tutan kavramlar merkeze alınarak post-kapitalizm kavramı tartışılacaktır. Nitekim post-kapitalizm çalışmaları odağında olan emek, teknoloji, bilgi, ekonomik sistem, sınıf vb. kavramlar iletişim çalışmalarında da hem ana akım hem de eleştirel çalışmalarda tartışılmıştır. Bu kavramlar toplumda yaşanan değişimin/dönüşümün etkisi büyüklüğünde akademik çevrelerce ele alınmıştır. Bu değişimi, ortaya çıkan kavramlardan da anlamak mümkündür. Örneğin son yıllarda bilgi ve kapitalizmin farklı kavramlarla ifade edilmesi, esas kavramın önüne ve sonuna farklı kelimeler getirilerek yeni kavramlar türetilmesi, değişimi açıklamayı ya da kavramın içerisindeki bir noktayı öne çıkarmayı amaçladığını göstermektedir. Bu sebeple iletişim merkezli (post)kapitalizm çalışmamızı daha iyi açıklayabilmek için kapitalizm ve iletişim çalışmalarında kapitalizme değinmek faydalı olacaktır.

1. Kapitalizme Kısa Bir Bakış

Kapitalizm her şeyden önce tarihsel bir ekonomik sistemdir. Kapitalizm üzerine çeşitli görüşler olmakla beraber temelde kazanç

[*] Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Bilim Dalı,
e-posta: ahmetguclu34@gmail.com

İletişim çalışmalarında ise teknolojinin, Frankfurt Okulu tarafından iletişim teknolojileri ekseninde kültürün metalaşması ve insanın edilgen hale getirilmesi üzerinden tartışıldığı görülmektedir. Bununla beraber iletişim teknolojilerinin kapitalist şartlarda gelişimi ve yaygınlaşmasıyla egemen ideolojiye sömürü ve tahakküm-le hizmet etmesi de iletişim çalışmalarında önemli bir adımdır (Durdağ, 2017: 284). Kitle iletişim teknolojileri ise hala önemli bir yer tutmaktadır. İnnis, McLuhan ve Ong gibi yazarlar ise teknoloji üzerinden toplumu, dünyayı açıklamaya çalışacak kadar teknolojiyi merkeze koymuşlardır.

Sonuç olarak post-kapitalizmi temel olarak bilgi ve teknolojik gelişmelerin; emek ve mesleki yapılar üzerindeki değişimini, sektörlerdeki bilgi temelli dönüşümün toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini tartışan ve küreselleşmeyi bunun merkezine yerleştiren önermeler topluluğu olarak tanımlamak mümkündür. Post-kapitalizmi kapitalizmin zamana uyum yeteneği olarak da görmek mümkündür. Bununla beraber post-kapitalizme genel olarak günümüzden baktığımızda iyimser, fütüristik bir çaba olarak görmek de mümkündür. Post-kapitalizm önermelerinin çıkışı sebebi teknoloji ve bilgi ekseninde yaşanan büyük değişimlerdir. Evet değişim ve/ya dönüşüm olmuştur fakat kapitalizmin özünde, emek-sermaye ilişkisinde, üretim araçlarının özel mülkiyetinde, nesnel sınıf konumlarında, artı değerde bir değişiklik olmamıştır. Biçim ve içerikteki değişim/dönüşüm kapitalizmin çelişkilerini ortadan kaldırmamıştır. İletişim çalışmalarında da bunun tezahürlerini görmek mümkündür.

Kaynakça

Abercrombie, N. and Longhurst, B. (2007). Dictionary of Media Studies, London: Penguin Books.

Acar, N. (2003). Tam Zamanında Üretim, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.

Akyıldız, F. (2012). ''Kamu Yönetiminde Açık Kaynak Kodlu Yazılımlar'', Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 13, Sayı:1, ss. 17-41.

Alkan, Y. (2014). ''Kapitalist Öncesi ve Sonrası Dönemde Sosyal Yapı-Ekonomik Yapı İlişkisi'', Doktora Tezi, Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Alptekin, M. Y. (2015). "Kapitalizmin Ortaya Çıkışı: Jeo-Kültürel Yaklaşım", KTÜ SBE Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 10, ss. 231-241.

Althusser, L. (2005). Yeniden Üretim Üzerine, Çev: A.Işık Ergüden ve Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.

Aydın, M. (2017). ''Kapitalizmde bilginin işlevi ve e-devlet uygulamaları'',SAV Katkı, ss. 21-33.

Aytun,C. (2007).'' Enformasyon Toplumu Bağlamında Dijital Bölünme Kavramının Önemi'', Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 2, ss. 49-61.

Baily, M. N., Lawrence, R. (2001). "Do We Have a New E-conomy",National Bureau of Economic Research,Cambridge, MA, Working Paper No: 8243.

Barışık, S. ve Yirmibeşcik, O. (2006), "Türkiye'de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çabaları", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 2, Sayı 4, ss. 39-62.

Başaran, F. (2014). İletişim ve Emperyalizm: Türkiye'de Telekomünikasyonun Ekonomi Politiği, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Bayraç, N. (2003). "Yeni Ekonomi'nin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları", Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1, ss. 41-62.

Belek, İlker (1999). ''Postkapitalist'' Paradigmalar, İstanbul: Sorun Yayınları.

Bell, D. (1973). The Coming of Postindustrial Society-A Venture in Social Forecasting, New York: Basic Books Inc.

Castells, M. (2000). ''Materials for an Exploratory Theory of the Network Society'', British Journal of Sociology. Volume: 51, Number: 1, pp. 5-24.

Chen, W. and Wellman, B. (2004). "The Global Digital Divide-Within and Between Countries", It & Society, Volume: 1. Number: 7, Spring/Summer, pp. 39- 45.

Aktan, C. C. ve Vural, İ. Y. (2004)."Yeni Ekonomi", Mercek Dergisi, Yıl 9, Sayı 36, ss. 38-55

Çetin, Görkem (2005). "Kamuya Mal Olan Yatırımlar", TMMOB Elektrik Mühendisliği Odası Yayını, Ankara, Cilt: 425, ss. 21-25.

Çoban, S. (2013). ''Teknolojik Determinizm Bağlamında Bilgi Toplumu Strateji Belgesinin İncelenmesi'', Akademik Bilişim Konferansları 2013, Antalya, ss.1-29.

Dobb, M. (2007). Kapitalizmin Gelişimi Üzerine İncelemeler, Çev: F.Akar, İstanbul: Belge Yayınları.

Dowling, E., Trott, B. and Nunes, R. (2007). ''Immaterial and Affective Labour: Explored'', Ephemera Theory & Politics in Organization, Editorial:Emma Dowling, Rodrigo Nunes and Ben Trott, pp. 1-8.

Dows, D. F. (2008).Kapitlizm ve Kapitalizmin İktisadı/ Eleştirel Bir Tarih, Çev: Cihan Gerçek, İstanbul: Yordam Kitap.

Drucker, P. F. (1993). Kapitalist Ötesi Toplum, Çev: Belkıs Çorakçı, İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Duman, K. ve Özdoyran, G. (2018).''Dijital Emek ve Kullanıcı İçeriğinin Metalaşması: Katılımcı Sözlük Yazarları Üzerine İnceleme'', Erciyes İletişim Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 4, ss. 75-99.

Durdağ, B. (2017). ''Toplumsal Değişim Sürecinde İletişim ve Teknoloji: Erken Dönem İletişim Kuramlarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi'', Gaziantep University Journal of Social Sciences, Volume: 16, Number: 1, ss. 269-287.

Erdendoğdu, F. (2013). ''Kapitalizm Nedir? Nasıl Doğdu? Nereye Gidiyor?'' https://www.academia.edu/5389488/K%C4%B1sa_Kapitalizm_Tarihi (06.01.2019)

Erdoğan, İ. Ve Alemdar, K. (2010), Öteki Kuram, ERK Yayınevi.

Ertuna, Ö. (2010). Yeni Bir Kapitalizme Doğru. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (45), 6-18.

Febvre, L. (1995), Uygarlık, Kapitalizm, Kapitalistler, Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Ankara: İmge.

Foster, J. ve McChesney, R. (2011). ''İnternetin Kapitalizmle Uğursuz Evliliği'', Monthly Review (Kasım), ss. 57-90. https://monthlyreview.org/2011/03/01/the-internets-unholy-marriage-to-capitalism/ Erişim Tarihi: 06.02.2019.

Fuchs, C. (2016). Dijital Emek ve Karl Marx, Çev: T. E. Kalaycı, S. Oğuz, İstanbul:Nota Bene Yayınları.

Fuchs, C. (2014). "Bilişsel Kapitalizm ya da Enformasyonel Kapitalizm? Enformasyonel Kapitalizmde Sınıfın Rolü". Bilişsel Kapitalizm: Eğitim ve Dijital Emek. Ed: Michael A. Peters ve Ergin Bulut, Türkçe Yayına Hazırlayan: Diyar Saraçoğlu, İstanbul: Nota Bene Yayınları. ss. 137-189.

Fuchs, C. and Sevignani, S. (2013).'' What is digital labour? What is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media?'', tripleC: Communication, Capitalism and Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Volume: 11, Number: 2. pp. 237-293.

Fuchs, C. ve Mosco, V. (2015). Marx Geri Döndü Medya Meta ve Sermaye Birikimi, İstanbul: NotaBene Yayınları.

Fuchs, C. (2010). ''Labour in Informational Capitalism'', The Information Society, Volume: 26, pp. 179–196.

Fuchs, C. (2012). ''Google Capitalism'', Triple-C – Cognition Communication, Co-operation", Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society, Volume: 10, pp.42-48.

Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx, Çev: İlker Kalaycı, Diyar Saraçoğlu, İstanbul: NotaBene Yayınları.

George, C. (2014). Bir ''Bilişsel Kapitalizm'' Eleştirisi, Çev: Yağmur Dönmez, Ankara: Notabene yayınları.

Gordon, M. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Çev: Osman Akınhay, Derya Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Göksel, G. ve Adem, D. (2011). "Ağ Toplumunda Örgütlenme:Facebook'ta Çevrimiçi Tekel Eylemi", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran, Cilt: 14, Sayı: 25, ss. 175-203.

Hage, J. and Powers, C.. H. (1992). Post-Industrial Lives, Roles and Relationships in the 21st Century, Sage Pub., USA.

ICFA-SCIC (2004), "Digital Divide and measures taken by Government of Pakistan", http://icfa-scic.web.cern.ch/ICFA-SCIC/docs/WorkDocs/PakistanReport_ArshadAli010603.doc; Erişim Tarihi: 27.01.2019.

Keniston, K. (2003). "Four Digital Divides",The Four Digital Divides, Editors: Kenneth Keniston and Deepak Kumar, Delhi: Sage Publishers, pp. 1-34.

Kızan, Z. (2015). "Eski(meyen) Bir Tartışma: İzleyici Metası'', Journal of Akdeniz Communication, Volume 24, pp. 230-255.

Köse, H. (2008).'' İnternette "Açık" ve Demokratik Yayıncılık: "Sanal Ortam Günlükleri" ve "Wiki"ler'', Marmara İletişim Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 13, ss. 83-94.

Lanvin, B. (2001). "Bridging the Digital Divide: Is It Too Late?", Communications & Strategies, Volume: 41, Issue: 1, pp. 83-89.

Maigret, E. (2012). Medya ve İletişim Sosyolojisi, Çev: Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.

Mason, P. (2015). Kapitalizm Sonrası Geleceğimiz İçin Bir Kılavuz, Çev: Şükrü Alpagut, İstanbul: Yordam Kitap.

McChesney, R. W. (1999). ''Küresel İletişimin Politik Ekonomisi'', Çev: Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Kapitalizm ve Enformasyon Çapı,

Ed:Robert McChesney, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster, Ankara: Epos, ss. 7-39.

Menou, M. J. (2001). "The Global Digital Divide: Beyond hICTeria", Aslib Proceedings, Volume: 53, Issue: 4, ss.112-114.

Mosco, V. (1996). The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal, London: Sage Publications.

Nakamura, L. I. (2000). Economics and the New Economy: The Invisible Hand Meets Creative Destruction; https://www.researchgate.net/publication/5051686_Economics_and_the_New_Economy_The_Invisible_Hand_-Meets_Creative_Destruction; Erişim Tarihi: 15.01.2019.

OECD (2001). Understanding Digital Divide; https://www.oecd.org/sti/1888451.pdf; Erişim Tarihi: 09.03.2019.

Özel, M. (1995). Piyasa Düşmanı Kapitalizm, İstanbul: İz Yayıncılık.

Özmakas, U. (2015). "İnsan Sermayesinin Kaynağı: Maddi Olmayan Emek", Toplum ve Bilim, Cilt:135, ss.8-27.

Öztürk, L. (2002).''Dijital Uçurumun Küresel Boyutları'', Ege Academic Review Cilt:2 Sayı:1, ss.129-139.

Peters, M. A. ve Bulut, E. (2014), Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek, Çev: Barış Yıldırım, Ankara: Notabene Yayınları, ss. 31-51.

Polat, C. (2006). ''Bilimsel Bilgiye Açık Erişim ve Kurumsal Açık Erişim Arşivleri'', Journal of Social Sciences, Cilt: 6, Sayı: 37, ss.53-80.

Schiller, D. (1999). Digital Capitalism: Networking The Global Market System, Cambridge: The MIT Press.

Smythe, D. W. (1977). ''Communications: Blindspot of Western Marxism. Canadian Journal of Political and Social Theory", Volume: 1, No: 3, pp.1-27.

Telekomünikasyon Kurumu (2002),"Sayısal Uçurum (Digital Divide)", https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/slug/sayisal-ucurumun-onlenmesi.pdf; Erşim Tarihi: 10.03.2019.

Thurow, L. C. (1997). The Future of Capitalism: How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World, London:Penguin Books.

Toffler, A. (1981). Üçüncü Dalga, Altın Kitaplar, Çev: Ali Seden, Istanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Tutal, N. (2006). Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılık, İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Wallerstein, I. (2012). Tarihsel Kapitalizm ve Kapitalist Uygarlık, Çev: Necmiye Alpay, İstanbul: Metis Yayınları.

Williams, R. (2003). Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim. Çev: Ahmet Ulvi Türkbağ. Ankara: Dost Yayınevi.

Wriston, W. B. (1994). Ulusal Egemenliğin Sonu, Çev: Mehmet Harmancı, İstanbul: CEP Yayınları.

Yaylagül, L. (2013). "Bilgisayar Ve İnternetin Ekonomi Politiği", Global Media Journal, Volume: 4, pp. 214-236.

Yaylagül, L. (2018a). ''Dallas W. Smythe'nin İletişimin Ekonomi Politiği Alanına Katkısı''. İnif E- Dergi, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 63-74.

Yaylagül, L. (2018b).''Herbert Schiller'in İletişim Kuram ve Araştırmalarına Katkısı'', Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi Cilt: 26, Sayı :2, ss. 11-23.

DOKUZUNCU BÖLÜM - POST-DEMOKRASİ
La Democratie Est Mort. Vive La Democratie![1]

Hasan TURGUT[*]

Giriş

Bugün demokrasi fikri siyasal ideolojilerin söylemlerinde eskiye nazaran daha az yer almaya başlamıştır. Yaşanan savaşlar ve dijitalleşerek daha tehlikeli hale bürünen terör tehditleri, ekonomik krizler, göçler ve bu göçler sonucunda artarak dile getirilen yabancı düşmanlıkları ve nefret söylemleri, giderek derinleşen cinsiyet eşitsizlikleri ve daha pek çok sorun demokrasi tartışmalarının gündeminde durmakta ve çözülmeyi beklemektedir. Bu sorunlara bir de sosyal meselelerin giderek bireysel endişelere dönüşme olgusu eklenince (Bauman, 2018a: 26) ortaya demokrasiye yönelik inanç ve umudun aksine nefretin oluştuğu post-demokrasi tartışmaları çıkmaktadır. Bu süreçte demokrasi kendisinden nefret duyulsa da terk edilmeyen *zombi* bir söyleme dönüşmektedir. Çalışma bu olgudan hareketle post-demokrasi tartışmalarına bütüncül bir perspektiften bakmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede çalışma iki temel varsayımdan hareket etmektedir:

a) Demokrasi, halkın kendi kendini yönetmesi ve halkı kontrol edilmesi paradoksunu içerisinde barındırır.

b) Demokrasi her daim iletişimsel kökenlere sahip olmuştur ve bu temelleri yüzünden medya dolayımı olmadan anlaşılamaz. Medya dolayımı, demokrasiyi sınırları hayal edilebilir topluluk-

---

[1] Demokrasi Öldü, Yaşasın Demokrasi!

[*] Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya ve İletişim Tasarımı Bölümü, hasan.turgut@omu.edu.tr

re bağlı olarak iletişimin cennet vaatlerinin yüklerini sırtından atabilme becerisine bağlı olacaktır.

Kaynakça

Agamben, G. (1993). "We Refugees", https://thehubedu production.s3.amazonaws.com/uploads/1836/1e788430-c11e-4036-8251-5406847cd504/AgambenWeRefugees.pdf, Erişim Tarihi: 11.12.2018.

Appadurai, A. (2017). "Demokrasi Yorgunluğu", Büyük Gerileme, Ed. Heinrich Geiselberger, İstanbul: Metis, ss. 17-29.

Arendt, H. "We Refugees", http://www-leland.stanford.edu/dept/DLCL/files/pdf/hannah_ arendt_we_refugees.pdf, Erişim tarihi: 11.12.2018.

Aristoteles (2018). Politika, 4. Baskı, Çev. Furkan Akderin, İstanbul: Say.

Bauman, Z. (2018a). Modernite Kapitalizm, Sosyalizm, 3. Baskı, Çev. F. Doruk Ergun, Ankara: Say.

Bauman, Z. (2018b). Iskarta Hayatlar: Modernite ve Safraları, Çev. Osman Yener, İstanbul: Can.

Baym, N. and boyd, d. (2012). "Socially Mediated Publicness: An Introduction", Journal of Broadcasting & Electronic Media, 56:3, 320-329.

Bennett, W. L. and Segerberg, A. (2012). "The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics", Information, Communication & Society, Volume: 15, Number: 5, pp. 739-768.

Billig, M. (2002). Banal Milliyetçilik, Çev. Cem Şişkolar, İstanbul: Gelenek.

Brown, W. (2010). Tarihten Çıkan Siyaset, Çev. Emine Ayhan, İstanbul: Metis.

Brown, W. (2011). Yükselen Duvarlar Zayıflayan Egemenlik, Çev. Emine Ayhan, İstanbul: Metis.

Brown, W. (2018). Halkın Çözülüşü, Çev. Barış Engin Aksoy, İstanbul: Metis.

Bull, M. (2017). "Çokluğun Sınırları", Kitleleri Yeniden Düşünmek, Ed. Zeynep Koçak, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi, ss. 3-24.

Butler, J. ve Athanasiou, A. (2017). Müksüzleşme: Siyasaldaki Performatif, Çev. Başak Ertürk, İstanbul: Metis.

Curtis, N. (2015). İdiotizm: Kapitalizm ve Hayatın Özelleşmesi, Çev. Mehmet Ratip, İstanbul: İletişim.

de Landa, M. (2018). Yeni Bir Toplum Felsefesi: Öbekleşme Teorisi ve Toplumsal Karmaşıklık, Çev. Sercan Çalcı, İstanbul: Kolektif.

Demiroviç, A. (2003). "Hegemonya ve Sivil Toplum: Kamusallık Kavramı üzerine Eleştirel-ötesi Düşünceler", Praksis, 10, ss. 73-92.

Esposito, R. (2018). Communitas: Topluluğun Kökeni ve Kaderi, Çev. Onur Kartal, İstanbul: İletişim.

Foucault, M. (2016). Güvenlik, Toprak, Nüfus / Collage De France Dersleri (197-1978), 2. Baskı, Çev. Ferhat Taylan, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.

Froehling, O. (1997). "The Cyberspace War of Ink and Internet in Chiapas, Mexico", The Geographical Review, Volume: 87, Number: 2, pp. 281-307.

Guattari, F. (2014). Kaçış Çizgileri: Başka Bir Olanaklar Dünyası İçin, Çev. Işık Ergüden, İstanbul: Otonom.

Habermas, J. (2004). "Kamusal Alan", Kamusal Alan, Ed. Meral Özbek, Ankara: Hil, ss. 95-102.

Habermas, J. (2013). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü, 11. Baskı, Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İstanbul: İletişim.

Hardt, M. and Negri, A. (2004). Multitude: War and Democracy In the Age of Empire. New York: Penguen Press.

Hardt, M. ve Negri, A. (2008). İmparatorluk, 6. Baskı, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı.

Hardt, M. ve Negri, A. (2011). Ortak Zenginlik, Çev. Eflâ-Barış Yıldırım, İstanbul: Ayrıntı.

Hepp, A. (2015). Medyatikleşen Kültürler, Çev. Çiğdem Bozdağ ve Elif Posos Devrani, İstanbul: Dipnot.

Khandker, H. H. (2011). "Role of the New Media in the Arap Spring", Globalization, Volume: 8, Number: 5, pp. 675-679.

Laclau, E. (2007). Popülist Akıl Üzerine, Çev. Nur Betül Çelik, Ankara: Epos.

Lemke, T. (2016). Politik Aklın Eleştirisi: Foucault'nun Modern Yönetimsellik Çözümlemesi, Çev. Özge Karlık, Ankara: Phoenix.

Liakos, A. (2008). Dünyayı Değiştirmek İsteyenler, Ulusu Nasıl Tasavvur Ettiler?, Çev. Merih Erol, İstanbul: İletişim.

Loader B. D. and Mercea, D. (2011). "Networking Democracy?", Information, Communication & Society, Volume: 14, Number: 6, pp. 757-769.

Marx, K. ve Engels, F. (1999). Alman İdeolojisi (Feuerbach), 3. Baskı, Çev. Sevim Belli, Ankara: Sol Yayınları.

Mattelart, A. (1997). "Ezeli Bir Vaat: İletişim Cennetleri", Defter, 29, ss. 69-73.

Mattelart, A. (2001). İletişimin Dünyasallaşması, Çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim.

Mouffe, C. (2017). Dünyayı Politik Düşünmek, 2. Baskı, Çev. Murat Bozluolcay, İstanbul: İletişim.

Neocleous, M. (2013). Toplumsal Düzenin İnşası: Polis Erkinin Eleştirel Teorisi, Çev. Ahmet Berkmen, İstanbul: h2o.

Pond, P. and Lewis, J. (2019). "Riots and Twitter: Connective Politics, Social Media and Framing Discourse in the Digital Public Sphere", Information, Communication & Society, Volume: 22, Number: 2, pp. 213-231.

Ranciére, J. (2007). Siyasalın Kıyısında, Çev. Aziz Ufuk Kılıç, İstanbul: Metis.

Ranciére, J. (2015). Özgürleşen Seyirci, 3. Baskı, Çev. E. Burak Şaman, İstanbul: Metis.

Ranciére, J. (2017). Demokrasi Nefreti, 3. Baskı, Çev. Utku Özmakas, İstanbul: İletişim.

Sartori, G. (1996). Demokrasi Teorisine Geri Dönüş, Çev. Tunçer Karamustafaoğlu, Mehmet Turhan, Ankara: Yetkin.

Schmitt, C. (2014). Parlamenter Demokrasinin Krizi, 3. Baskı, Çev. A. Emre Zeybekoğlu, Ankara: Dost.

Sennett, R. (2010). Kamusal İnsanın Çöküşü, 3. Baskı, Çev. Serpil Durak & Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı.

Shirkly, C. (2011). "The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere and the Political Change", Foreign Affairs, Volume: 90, Number: 1, pp. 28-41.

Platon (2019). Devlet, 38. Baskı, Çev. Sabahattin Eyüpoğlu, İstanbul: İş Bankası.

Poulantzas, N. (2013). "Devlette Hegemonya İncelemesine Giriş", Poulantzas Kitabı, Ed. James Martin, İstanbul: Dipnot, ss. 109-169.

Touraine, A. (2017). Eşitliklerimiz ve Farklılıklarımızla Birlikte Yaşayabilecek miyiz? 5. Baskı, Çev. Olcay Kunal İstanbul: YKY.

Touraine, A. (2011). Demokrasi Nedir?, 5. Baskı, Çev. Olcay Kunal (çev.), İstanbul: YKY.

ONUNCU BÖLÜM - POST-POLİTİKA
Şimdinin Zamanında Siyasalın Hayaleti

*İlknur GÜMÜŞ**

'Körler Ülkesinde
Tek Gözlüler Kral Olur'
(Saramago, 2017: 36)

Giriş

İnsanlık tarihinde insanların ilk ortaya çıktıkları andan itibaren toplum halinde yaşadıklarını makul bir varsayım olarak ele alınabilmektedir. İnsanların aile, klan, kabile gibi küçük toplumsal örgütlemeler içinde de olsa toplulukta ve toplumsal ilişkiler içinde yaşamışlardır. Toplumdan ayrı var olamamak beraberinde siyasalı, politikayı, devleti, iktidarı ve bütün bu kavramların görünmez bağını oluşturan iletişimi hayatın merkezine koymayı zorunlu hale getirmiştir. Siyasalın, politikanın, iktidarın ne olduğu tarih boyunca hep sorgulanmış, farklı modeller ve teoriler geliştirilmiş, bazıları uygulanıp günümüze kadar baki kalabilmiş, bazıları ise zamana direnmekten vazgeçmiştir. Yönetim şekillerinin değişmesi; zamanın, uygarlaşmanın kültürel ve toplumsal değişmenin, düşünce yapısındaki gelişmenin beraberinde getirdiği bir mecburiyete dönüşmüştür.

Devletlerin siyasi yönetim anlayışları; kendi ekonomik, toplumsal, siyasi, etnik, jeopolitik, hukuki ve demokratik alanlardaki altyapı ve özelliklerine göre belirlenmektedir. Günümüzde neoliberal

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, mithrandir.road@gmail.com,

Kaynakça

Arendt, H. (2009). İnsanlık Durumu, Çev. Bahadır Sina Şener, İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Aristoteles (2006). Politika, Çev. Mete Tunçay, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Balibar, È. (2008). "Dünyanın Sınırları Politik Sınırlar", Biz, Avrupa Halkı: Ulusaşırı Yurttaşlık Üzerine Düşünceler. Çev. K. Tunca, İzmir: Aralık Yayınları.

Boyacı, N. P. (2013). "Platon", Siyaset Felsefesi Tarihi. Ed. Ahu Tunçel, Kurtul Gülenç, Ankara: Doğu Batı Yayınları, ss. 23-47.

Burnett, R. and Marshall, P. D. (2003). Web Theory: An Introduction, USA: Routledge.

Buckler, S. and Dolowitz, D. (2005). Politics on the Internet, USA:Routledge.

Castells, M. (2008). "The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance", The Annals of theAmerican Academy of Political and Social Science, Volume: 616, pp. 78-93.

Castells, M. (2013). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür – Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul BilgiÜniversitesi Yayınları.

Chantal, M. (2010). Siyasal Üzerine, Çev. Mehmet Ratip, İstanbul: İletişim Yayınları.

Çelebi, A. (2005). "Kamusal Alan ve Sivil Toplum: Siyasal Bir Değerlendirme", Haz. Meral Özbek, İstanbul: Hil Yayınları.

Dahlberg, L. (2001). "The Internet and Democractic Discourse: Exploringthe Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere". Information, Communication & Society, Volume: 4, Number: 4, pp. 615-633.

Dahlberg, L. (2007). "The Internet and Discursive Exclusion: From Deliberative to Agonistic Public Sphere Theory", Eds. Lincoln Dahlberg ve Eugenia Siapera. Radical Democracy and the Internet. NewYork: Palgrave Macmillan, pp. 128-147.

Gimmler, A. (2001). "Deliberative Democracy, The Public Sphere and the Internet", Philosophy Social Criticism, Volume: 27, Number: 4, pp. 21-39.

Hardt, M. ve Negri, A. (2007). Dionysos'un Emeği: Devlet Biçiminin Bir Eleştirisi, Çev. Ertuğrul Başer, İstanbul: İletişim Yayınları.

Marchart, O. (2007). Post-Foundational Political Thought: Political Difference in Nancy, Lefort, Badiou and Laclau, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Rahimi, B. (2011). "The Agonistic Social Media: Cyberspace in the Formation of Dissent and Consolidation of State Power in Postelection Iran", The Communication Review, Volume: 14, Number: 3, pp. 158-178.

Ranciere, J. (2006). Siyasalın Kıyısında. Çev. A. U. Kılıç, İstanbul: Metis.

Saramago, J. (2017). Körlük. Ankara: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Schmitt, C. (2006). Siyasal Kavramı. Çev. Ece Göztepe, İstanbul: Metis Yayınları.

Taşkale, A. R. (2015). 'Neoliberal ve Militarist Post-Politika', Siyasalı Bastaıma Sanatı, Ankara: Notabene.

Ward, S. and Gibson, R. (2009). European Political Organizations and the Internet. Eds: Andrew Chadwick ve Philip N. Howard. Routledge Handbook of Internet Politics, USA: Routledge, pp. 25-40.

Woo-Young, C. (2005). "Online civic participation, and political empowerment: online media and public opinion formation in Korea", Media, Culture & Society, Volume: 27, Number: 6, pp. 925-935.

Wood, E. M. (2008). Yurttaşlardan Lordlara: Eskiçağ'dan Ortaçağ'a Batı Siyasi Düşüncesinin Toplumsal Tarihi, Çev. Oya Köymen, İstanbul: Yordam Kitap.

Zizek, S. (2002). "Çok Kültürcülük ya da Çokuluslu Kapitalizm" Kırılgan Temas. Çev. Tuncay Birkan, İstanbul: Metis Yayınları.

Zizek, S. (2005). Gıdıklanan Özne, Çev. Şamil Can, İstanbul: Epos Yayınları.

ON BİRİNCİ BÖLÜM - POST-MARKSİZM
Marksizmi Yeniden Düşünmek

*H. Burcu ÖNDER MEMİŞ**

Giriş

Marksizm, insanı ve insanın eylemlerini açıklarken, ekonomik yapıyı, üretim ilişkilerini, üretimin yapısını, mülkiyet ilişkilerini temel almaktadır. Marksizm'e göre, toplumu etkileyen en önemli unsur ekonomik yapı içerisinde gelişen üretim ve üretim ilişkileridir. Marx bu düşünce ve değerlendirme yönteminden taviz vermez ve değerlendirmelerine başka unsurları, etkileri sokmaz. Marx'ın düşüncesini oluşturan temel yapı taşları tarihsel/toplumsal yapı, maddi koşullar buradan ileri gelmektedir. Emek-değer çözümlemesi, yabancılaşma, işçi sınıfının değişimdeki rolü Marx'ın değerlendirmesinde önemli yer tutmaktadır. Ona göre, emeği sermayedar tarafından sömürülen ve kapitalizmin yol açtığı kötü koşullar altında çalışan ve yaşayan işçi sınıfı, devrim yapabilme gücünü elinde bulundurmaktadır. Kapitalist koşullar, bireyi emeğine ve ürettiklerine yabancılaştırırken, yaşamını anlamlı kılacak yegâne uğraşısından da alıkoymaktadır. Kapitalist şartlarda çalışmak, kişi için yaşamını anlamlı kılmaya, kendini ve ruhunu besleyerek geliştirmeye yönelik bir eylem değildir.

Kapitalizm, ihtiyaçtan fazlasını ürettirmektedir. Kişinin yalnızca tüketici olarak görüldüğü bu düzlemde, bireyin çalışması, tüketebilmek ve yaşamının devamlılığını sağlamak içindir. Tüketmek ve yaşamını sürdürebilmek amacına yönelmiş insan, hem ürettiklerine, hem emeğine yabancılaşmaktadır.

---

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, burcuonder@arel.edu.tr

Böylece kitle iletişimi, bireylerin tüketici konumuna getirildikleri, reklam, pazarlama, halkla ilişkilerin var olduğu ve onların iletişim ortamını biçimlendirdiği bir alana dönüşmektedir. Ayrıca bu iletişim, kapitalist koşullarda, sermayedarların taleplerini ve beklentilerini karşılayacak biçimde düzenlenmektedir. Böylece çıkar sahiplerinin beklentileri karşılanmakta, iletişim, kapitalist düzenin sürdürülmesi adına gerçekleştirilmektedir. Bahsi geçen çalışmalar bu anlamda da okunmaya, anlaşılmaya değer çözümlemeler sunmuştur.

Kaynakça

Akça, G. (2005). "Modernden Postmoderne Kültür ve Kimlik", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, ss. 1-24.

Aksu, O. (2018). "İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler", Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 3, ss. 153-159.

Aksoy, İ. ve Can, C. (2016). "Hegemonya ve Karşı-Hegemonik Sızıntılar: Yenir Bir Kavramsallaştırma Denemesi", PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt : 2, Sayı : 3, ss. 62-76.

Allan, K. (2007). The Social Lens: An Invitation to Social and Sociological Theory, USA: Pine Forge Press.

Althusser, L. (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev: Yusuf Alp, Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim Yayınları.

Althusser, L. (2014). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev :Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.

Arthipo (2016). "Marksizm'den Post-Marksizm'e", https://www.arthipo.com/artblog/sanat-felsefesi/post-marksizm.html, Erişim Tarihi: 21.01.2019.

Avcı, Y. (2010). "Marksist Devlet Teorileri Çerçevesinde Elitler Teorisinin Marksist Yorumu Üzerine Bir İnceleme Marx ve Pareto", Bartın Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 73-84.

Aytekin, Ç. ve Yandım, D. (2017). "Yeni İletişim Ortamlarının Ekonomi Politiği Bağlamında Ağın Zorlayıcılığı Üzerine Bir Araştırma", İstanbul Journal Of Social Sciences, 17, ss. 1-29.

Bağce, E. (2006). Frankfurt Okulu, Ed: Emre Bağce, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (1981). For A Critique Of The Political Economy Of The Sign, St. Louis : Telos Press.

Belge, M. (2000) ."Önsöz", İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev: Yusuf Alp, Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim Yayınları.

Callinicos, A. (2007), Toplum Kuramı, Çev: Yasemin Tezgiden, 3. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Castells, M. (2012). İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Castells, M. (2013). İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler, Çev : Ebru Kılıç, İstanbul : Koç Üniversitesi Yayınları.

Coşkun, M., K. (2007). Demokrasi Teorileri ve Toplumsal Hareketler, Ankara: Dipnot Yayıncılık.

Çakır, M. (2014). "Yeni Medyaya İlişkin Eleştirel Yaklaşımları ve Tespitleri ile Christian Fuchs", Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar içinde, Ed: Mukadder Çakır, İstanbul: Doğu Kitabevi Yayınları, ss. 81-131.

Dağtaş, B. (1999). "İngiliz Kültürel Çalışmaları'nda İdeoloji", Kurgu Dergisi, 16, ss. 335-357.

Demir, A. S. (2009). "Sosyal Bilimlere Eleştirel Bir Bakış: Frankfurt Okulu ve Pozitivizm Eleştirisi", SAÜ Fen Edebiyat Dergisi, I, ss. 59-73.

Dural, B. (2012). "Antonio Gramsci ve Hegemonya", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 39, ss. 309-321.

Erdoğan, İ. (1999). "İlk Çağlardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme", Kültür ve İletişim, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 15-47.

Erdoğan, İ. (1999). "İlk Çağlardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme", Kültür ve İletişim, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 15-47, http://irfanerdogan.com/makalelerson/eskicaglardailetsm.pdf, Erişim Tarihi : 19.02.2019.

Erdoğan, İ. (2001). "Kitle İletişimi Örneğinde Marksist Siyasal Ekonomi Üzerine Bir Tartışma", Praxis, Güz, Sayı: 4, ss. 276-313.

Erdoğan, İ. (2001). "Kitle İletişimi Örneğinde Marksist Siyasal Ekonomi Üzerine Bir Tartışma", https://www.researchgate.net/publication/235914084_-Kitle_iletisim_orneginde_Marksist_siyasal_ekonomi_uzerine_bir_tartisma, Erişim Tarihi: 22.01.2019.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2002), Öteki Kuram, Ankara: Erk Yayınları.

Enzensberger, H., M. (1974). The Consciousness Industry, New York: Seabury.

Evrensel (2016). "Bir Kavram:Meta Fetişizm, Meta Fetişizmi Nedir?", https://www.evrensel.net/haber/298117/bir-kavram-meta-fetisizmi, Erişim Tarihi: 22.01.2019.

Fearn, G, F. N. (1982). "Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada" by Dallas W. Smythe Reviewed Gordon, F. N. Fearn. Canadian Journal of Sociology, Volume: 7, Number: 4, pp. 431-434.

Fiori, G. (1989). Bir Devrimcinin Yaşamı, Çev : Kudret Emiroğlu, Ankara : Verso Yayınları.

Fuchs, C. (2010). "Grounding Critical Communication Studies : An Inquiry Into The Communication Theory Of Karl Marx", Journal Of Communication Inquiry, Volume: 34, Number: 1, pp. 15-41.

Fuchs, C. (2011). Foundations Of Critical Media and Information Studies, New York: Routledge.

Fuchs, C. (2012). "Some Reflections On Manuel Castells' Book Networks of Outrage and Hope. Social Movements In The Internet Age", tripleC cognition communication co-operation / tripleC communication capitalism&critique , Journal For A Global Sustainable Information Society, Volume: 10, Number: 2, pp. 775-797.

Fuchs, C. (2012/2013). "Political Economy And Surveillance Theory", Critical Sociology, Volume: 39, Number: 5, pp. 671-687, https://www.researchgate.net/publication/258130925_Political_Economy_and_Surveillance_Theory, Erişim Tarihi: 25.01.2019.

Fuchs, C. (2014). Dijital Labour and Karl Marx, New York : Routledge.

Fuchs, C. ve Mosco, V. (2014). "Marx Geri Döndü Günümüzde Eleştirel İletişim Çalışmalarında Marksist Kuram ve Araştırmaların Önemi", Medya, Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü içinde, Der : Vincent Mosco, Christian Fuchs, Çev : Funda Başaran, Ankara : NotaBene Yayınları.

Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx, Ankara: Notabene Yayınları.

Forgacs, D. (2012). Gramsci Kitabı - Seçme Yazılar 1916-1935, Çev: İbrahim Yıldız, Ankara: Dipnot Yayınları.

Garnham, N. (1977). "Towards a Political Economy of Culture", New University Quarterly, Volume: 31, Number: 3, pp. 341-357.

Giddens, Anthony, (2012). Sosyoloji, Yayın Hazırlayan: Cemal Güzel, İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Gieselman, D. R. (1970). Book Review: "Mass Communication and American Empire by Herbert I. Schiller", The Journal of Business Communication, Volume: 7, Number: 4, pp. 50-51.

Golding, P. ve Murdock, G. (2002). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik." Medya, Kültür, Siyaset içinde, Çev : Kejanlıoğlu, D. Beybin, Der: Süleyman İrvan, Ankara: Alp Yayınevi, ss. 59-97.

Golding, P. and Murdock, G. (2008). "İdeoloji ve Kitle İletişim Araçları: Belirlenim Sorunu", Medya Popüler Kültür ve İdeoloji içinde, Der: Levent Yaylagül, Nilüfer Korkmaz, Ankara: Dipnot Yayınları.

Golding, P. ve Murdock, G. (2014). Medya Kültür Siyaset, Kültür İletişim ve Ekonomi Politik içinde, Ed: Süleyman İrvan, Çev: B. Kejanlıoğlu, Ankara: Pharmakon Yayınevi, ss. 49-77.

Gouverneur, J. (2007). Kapitalist Ekonominin Temelleri, Çev: Fikret Başkaya, 2. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Gramsci, A. (1967). Aydınlar ve Toplum, İstanbul: Çan Yayınları.

Gramsci, A. (1997). Hapishane Defterleri, İstanbul: Belge Yayınları.

Güçlü, A., vd. (2003), Felsefe Sözlüğü, Ankara : Bilim ve Sanat Yayınları.

Hall, S., et al. (1980). Culture, Media, Language, London: Hutchinson.

Hall, S. (1980). "Cultural Studies and the Centre Some Problematics and Problems" in Hall et al, pp. 15-47.

Hall, S. (1980). "Encoding/Decoding," in Hall et al., pp. 128-138.

Hall, Stuart, (1998). "Kültürel Kimlik ve Diaspora" Kimlik, Çev: İrem Sağlamer, İstanbul: Sarmal Yayınevi, ss. 173-192.

Hall, S. (1998). "Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etniklikler", Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi, Çev: Gülcan Seçkin ve Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, ss. 63-96.

Hall, S. (2008). "Kültürel Çalışmalar ve Terorik Mirası", İletişim Çalışmalarında Kırılmalar Uzlaşmalar, Ed : S. Çelenk, Çev : S. Çelenk, Ankara: De Ki Yayıncılık, ss. 85- 114.

Halifeoğlu, M. (2011), "Stuart Hall : Yapı, İdeoloji ve Kültür", Günümüzde Yeni Siyasal Yaklaşımlar Eleştiriler-Farklılıklar-Çözüm Arayışları içinde, Ed : Hilal Onur İnce, Ankara: Doğu Batı Yayınları, ss. 231-257.

İnal, M., A. (1996). Haberi Okumak, İstanbul: Temuçin Yayınları.

Johnson, R. (1986/87). "What is Cultural Studies Anyway?", Social Text 16, pp. 38-80.

Kellner, D. (1995). Media Culture, Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern, London and New York: Routledge.

Kellner, D. (2016). "Kültürel Marksizm ve Kültürel Çalışmalar", Çev: Fatih Tezcan, Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar, Cilt: 9, Sayı: 2, ss. 132-151.

Kıyan, Z. (2015). "Eski(meyen) Bir Tartışma : 'İzleyici Metası'", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 24, ss. 230-255.

Kundakçı, D. (2015). Pragmatizm Versus Post-Marksizm Rorty ve Laclau-Mouffe Örneğinde İki Farklı Demokratik Siyaset Arayışı, İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Laclau, E. (2006). "Ideology and post-Marxism", Journal of Political Ideologies, Routledge, Taylor&Francis Group, Volume: 11, Number: 2, p. 103-114.

Larrain, J. (1994). Ideology and Cultural Identity, Modernity and the Thirld World Presence. London: Polity Press.

Li, Z. (2003). "A Review on the Study of Media Economics", China-USA Business Review (Journal), Volume: 2, Number: 1, pp. 26-32.

Lunn, E. (2011). Marksizm ve Modernizm Lukacs, Brecht, Benjamin ve Adorno Üzerine Tarihsel Bir İnceleme, Çev: Yavuz Alogan, Ankara: Dipnot Yayınları.

Laclau, E. ve Chantal, M. (2008). Hegemonya ve Sosyalist Strateji, Çev : A. Kardam-D. Şahiner, İstanbul: Birikim Yayınları.

Marx, K. and Engels, F. (1969). German Ideology. N.Y.: International Publishers.

Marx, K. (1973). Capital Vol. I. NY:İnternational Publishers.

Marx, K. (1976). Seçme Yapıtlar, Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı Önsöz, Cilt 1, Sol Yayınları.

Marx, K. ve Engels, F. (1976). Alman İdeolojisi, Ankara: Sol Yayınları.

Marx, K. ve Engels, F. (2007). Komünist Parti Manifestosu, Çev: Erkin Özalp, 5. Baskı, İstanbul: Yazılama Yayınevi.

Marx, K. (2011). 1844 El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe, Çev: Kenan Somer, 4. Bas., Ankara: Sol Yayınları.

McGuigan, J. (1992). Cultural Populism, London and New York: Routledge.

Mclellan, D. (2012). İdeoloji, Çev : Barış Yıldırım, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

McLuhan, M. (1964/2001). Understanding Media : The Extensions Of Man, New York : Routledge.

Miçooğulları, U. S. (2018). "Yeni Ekonomide Dijital Emek", International Journal Of Labour, Life and Social Policy, Cilt : 1, Sayı : 1, ss. 5-17.

Mora, N. (2008). "Medya ve Kültürel Kimlik", Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 1, ss. 1-14.

Mosco, V. (2009). The Political Economy Of Communication, 2nd Edition, London : Sage.

Murdock, G. and Golding, P. (1973). "For A Political Economy Of Mass Communication", The Socialist Register, 10, pp. 205-234.

Murdock, G. (1978). "Blindspot About Western Marxism: A Reply To Dallas Smythe", Canadian Journal of Political and Social Theory, Volume: 2, Number: 2, pp. 109-119.

Murdock, G. and Golding, P. (2002). "Digital Possibilities, Market Realities: The Contradictions Of Communications Convergence", Socialist Register 2002 : A World Of Contradictions, Volume: 38, pp. 111-129.

Oçak, Z. (2018). "İdeoloji Kavramına Marksist ve Post-Marksist Yaklaşımlar: Karl Marks, Antonio Gramsci ve Louis Althusser", Adnan Menderes Üniversitesi Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 56-74.

Serdar, M. (2019). "Post-Marksizmin Postulatları", http://www.teorivepolitika.net/index.php/okunabilir-yazilar/item/74-post-marksizmin-postulatlari; Erişim Tarihi: 17.01.2019.

Schiller, I. H. (1969). Mass Communication and American Empire. New York: Augustus M. Kelley.

Schiller, I. H. (1976). Communication and Cultural Domination. New York: International Arts and Sciences Press.

Schiller, H. (1978). "Transnational Media and Ntional Development", New Perspectives in International Communication, Ed.: Jim Richstad. 2nd edition, Hawai: East West Communication Institute, pp. 33-43.

Schiller, H. (1980). "Communication In The 1980's: A Global Perspective", Equal Opportunity Forum, pp. 18-19.

Schiller, I. H. (1995). "Information and Advanced Capitalism", (in) Theories of the Information Society. Ed.: Frank Webster, London: Routledge, pp. 74-100.

Schiller, I. H. (2001). "Digitised Capitalism: What Has Changed?", (in) *Media, Power, Professionals and Policies*, Ed.: H. Tumber, London: Routledge, pp. 116-126.

Smythe, W. D. (1977). "Communications: Blindspot Of Western Marxism", Canadian Journal of Political and Social Theory, Volume: 1, Number: 3, pp. 1-28.

Smythe, W. D. (1981). Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada, Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.

Şentürk, B. (2016). "Özne, İdeoloji ve Söylem: Post-Marxism ve Laclau Üzerine Eleştirel Bir Deneme", Birey ve Toplum, Cilt: 6, Sayı: 11, ss. 27-41.

Taylan, H. H. ve Arklan, Ü. (2008), "Medya ve Kültür: Kültürün Medya Aracılığıyla Küreselleşmesi", Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: X, Sayı: 1, ss. 85-97.

Türk Dil Kurumu, (2019). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts-&view=bts&kate gori1=veritbn&kelimesec=17398, Erişim Tarihi: 29.01.2019.

Therborn, G. (2011). Marksizmden Post-Marksizme, Ankara : Dipnot Yayınları.

Tyson, L. (2014). "Marksist Eleştiri", Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, Çev. Uğur Turan, Cilt: 3, Sayı: 3, ss. 139-154.

Wood, E. M. (2006). Sınıftan Kaçış Yeni Hakiki Sosyalizm, Çev: Şükrü Alpagut, İstanbul: Yordam Kitap.

Wood, W. A. (2017). Karl Marx, Çev: Dilek Yücel, Barış Aydın, İstanbul: İletişim Yayınları.

Vallace, A. R. ve Wolf, A. (2004). Çağdaş Sosyoloji Kuramları, Çev: Leyla Elburuz, M.Rami Ayas, İzmir: Punto Yayıncılık.

Yaylagül, L. (2018). "Dallas W. Smythe'ın İletişimin Ekonomi Politiği Alanına Katkısı", İNİF E-DERGİ, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 63-74.

Yaylagül, L. (2018). "Herbert Schiller'in İletişim Kuram ve Araştırmalarına Katkısı", eKurgu, Cilt: 26, Sayı: 2, ss. 11-23.

Yeşilyurt, A. (2015). "Dijital Emek Kavramsallaştırması: Marx, Arendt ve Sennett'ten İzlenimler", LabourComm 2015 6. Uluslararası İşçi ve İletişim Konferansı Bildiriler Kitabı, 9-10 Mayıs, Ankara, ss. 117-130.

Zizek, S. (2013). "İdeolojinin Hayaleti", İdeolojiyi Haritalamak içinde, Der: Slavoj Zizek, Çev: Sibel Kibar, Ankara: Dipnot Yayınları.

ON İKİNCİ BÖLÜM - POST-KOLONYALİZM
Kolonyalizmin Efendileri: "Toparlanın Gitmiyoruz!"

*Fatma ŞİŞLİ**

Giriş

Yıllardır devam eden kolonyal ilişkiler ağının yeniden ele alındığı post-kolonyalizmde, Batı'nın Doğu üzerindeki tahakkümlerinin değişimi ve nasıl devam ettirildiği ele alınmaktadır. Hep aynı amaca hizmet eden fakat zamanla biçim değiştiren kolonyalizm, Batılı ülkelerin öteki olarak gördükleri ülkelere karşı oluşturdukları ekonomik, siyasal ve kültürel müdahaleler olarak devam etmektedir. Kolonyal süreçlerin askeri anlamda olmasa dahi devam ettiğini gösteren post-kolonyal çalışmalar yaratılan bu yeni politik, ekonomik ve kültürel düzen ile sömürünün devam ettiğini gözler önüne sermektedir. Bu yeni sömürü düzeninde, ileri olduğunu düşünen Batı'nın, geri kaldığını düşündüğü toplumlara müdahalesini meşrulaştırması, kolonyalist dönemdeki benzer fikir ve uygulamalarını günümüz dünyasında da derinleştirerek devam ettirmesi postkolonyal kuramın eleştiri noktasını oluşturmaktadır.

Çağdaş emperyalizm kolonyal güçleri yeniden yapılandırmıştır fakat bu kişiler aynı fenomenler değildir artık. Post-kolonyal dünyada cereyan etmekte olan birçok mücadele biçimsel kolonileşmeye son veren güçlere ve söylemlere kuşkuyla bakmaktadır (Loomba, 2000: 13). Yaşanan siyasal ve ekonomik dönüşümler ile birlikte bir devrim gerçekleşmiş ve artık azınlıkların, marjinallerin bilincinde olan, dünya çapında genel düşünme biçimini etkileyecek, post-

* Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Anabilim Dalı, fatmasisli@hotmail.com

ve iletişim alanında dengesizlikler baş göstermiştir. Enformasyon ve iletişim ekonomik düzene hakim olanlar tarafından belirlenmekte, tanzim edilmektedir. Ayrıca mevcut yapıyı sürdürmek için her anlamda da önemli bir stratejik araç olarak kullanılmaktadır (Kaderoğlu Bulut, 2011: 48). Çağdaş uluslararası iş bölümü 19. Yüzyıl emperyalizminin, bölünmüş alanının yerinden edilişini ifade etmektedir. Birinci Dünya ülkeleri sermaye yatırımı yapan ülkelerdir ve Üçüncü Dünya'dan olan ülkeler Birinci Dünya ülkelerine yatırım için alan sağlamaktadırlar. Ulaşım, hukuk ve standartlaştırılmış eğitim sistemi geliştirilmiş, yerli sanayi çökertilmiş ve toprak dağılımı yeniden düzenlenerek hammaddeler sömürgeciye aktarılmıştır. Sözde sona eren sömürgecilik ile çokuluslu sermaye büyümüş ve emeğin en yoğun olan aşamaları Üçüncü Dünya ülkelerinde, emeğin ucuz olduğu taşeronlara yaptırılmaya başlanmıştır. Birinci Dünya'nın iyilikseverlik ile Üçüncü Dünya'yı bir "öteki" olarak kendine mal edişi ve yeniden düzenleyişi söz konusudur (Spivak, 2016: 57-59). Post-kolonyal incelemeler hem metropolün hem de koloninin kolonyal süreç tarafından başkalaştırıldığını göstermiştir. Kolonileşmenin son bulması hem metropolü hem de kolonileri yeniden yapılandırmıştır. Kolonyal süreç ekonomik, toplumsal, kültürel ve tarihsel eklemlenmelerden dolayı dünyanın çeşitli bölgelerinde farklı şekillerde biçimlenmiştir (Loomba, 2000: 37). Post-kolonyal teoriye atfedilen iki önemli nitelikten biri; küresel moderniteye dair yeni bir teori sunması aynı zamanda da radikal eleştirinin yeni yüzü olarak gösterilmesidir (Chibber, 2016: 430).

Kaynakça

Akay, A. (2010, Ekim). Önsöz, Toplum Bilim (25), ss. 5-8.

Ansah, P. A. (1991). "Uluslararası İletişimde Haklar ve Değerler Mücadelesi", içinde Enformasyon Devrimi Efsanesi, Ed. Y. Kaplan, Kayseri: Rey Yayınları, ss. 199-231.

Bhabha, H. K. (2016). Kültürel Konumlanış, Çev. T. Uluç, İstanbul: İnsan Yayınları.

Bhambra, G. K. (2015). Moderniteyi Yeniden Düşünmek Post-Kolonyalizm ve Sosyolojik Tahayyül, Çev. Ö. İlyas, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Bulut, Y. (2016). Oryantalizmin Kısa Tarihi, İstanbul: Küre Yayınları.

Camara, N. (2016). "Frantz Fanon'un Perspektifinden Kwame Nkrumah'ın Gana'sında Postkolonyal Devlet ve Liderlik", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Cesaire, A. (1972). Discourse on Colonialism, Tr. J. Pinkham, Newyork and London: Monthly Review Press.

Cesaire, A. (2005). Sömürgecilik Üzerine Söylev, Çev. G. Ayas, İstanbul: Doğu Kütüphanesi.

Chibber, V. (2016). Post-Kolonyal Teori ve Kapitalizmin Hayaleti, Çev. A. Y. Yılmaz, Istanbul: İletişim Yayınları.

Dirlik, A. (2010). Postkolonyal Aura, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Eijaz, A., and Eijaz Ahmad, R. (2011, Kasım). "Electronic Colonialism: Outsourcing as Discontent of Media Globalization", American International Journal of Contemporary Research, Volume: 1, Number: 3, pp. 134-143.

Fanon, F. (1952). Peau Noire, Masques Blanc (Siyah Deri Beyaz Maskeler). France : Editions de Seuil.

Fanon, F. (1961). Les Damnés de la terre (Yeryüzünün Lanetlileri). Paris, France: François Maspero éditeur.

Fanon, F. (2016). Siyah Deri Beyaz Maskeler. (C. Koytak, Dü.) İstanbul: Encore Yayınları.

Güven, U. Z. ve Ergur, A. (2014, Şubat). Dünyada ve Türkiye'de Müzik Sosyolojisinin Yeri ve Gelişimi, İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 29, ss. 1-19.

İplikçi, A. (2017). "Kolonyalizm ve Emperyalizm Üzerine Bir Değerlendirme", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 21, Sayı: 4, ss. 1527-1540.

Kaderoğlu Bulut, Ç. (2011). "Yeni Toplumsal Muhalefet Hareketleri Ekseninde İletişim Hakkı: Halkevleri İletişim Hakkı Atölyesi ve Sendika.org", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Loomba, A. (2000). Kolonyalizm Postkolonyalizm. Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Luraghi, R. (2016). Sömürgecilik Tarihi. Çev. A. Emeç, İstanbul: E Yayınları.

MacBride, S. (1980). Many Voices, One World: Towards a New, More Just, and More Efficient World İnformation and Communication Order. Paris: UNESCO.

McPhail, T. L. (1991). "Yanlış Bir Baslangıç: Kitle İletişim Araçları ve Gelişme Kalkınma (Modernleşme) Konusundaki Araştırma Gelenekleri", içinde Enformasyon Devrimi Efsanesi, Ed. Y. Kaplan, Kayseri: Rey Yayınları, ss. 165-197.

McPhail, T. L. (1991). "Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni", içinde Enformasyon Devrimi Efsanesi, Ed. Y. Kaplan, Kayseri: Rey Yayınları, ss. 141-164.

Memmi, A. (1974). The Colonizer and the Colonized, Britain : Souvenir Press Educational & Academic.

Memmi, A. (2014). Sömürgecinin ve Sömürgeleştirilenin Portresi., Çev. Ş. Suer, İstanbul: Versus Kitap.

Meriç, Ö. (2011, Ocak). "Slumdog Millionaire Batı Doğu İmgesini Yeniden Üretiyor", Erciyes İletişim Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 106-116.

Mowlana, H. (1995). "The Communication Paradox", The Bulletin of the Atomic Scientists, Volume: 51, Number: 4, pp. 40-46.

Mutman, M. (2010, Ekim). "Postkolonyalizm: Ölü Bir Disiplinin Hatıra Defteri", ToplumBilim, (25), ss. 117-128.

Said, E. (1978). Orientalism, United States: Pantheon Books.

Said, E. (2008). Medyada İslam, Çev. A. Babacan, İstanbul: Metis Yayıncılık.

Said, E. (2016). Şarkiyatçılık, Çev. B. Yıldırım, İstanbul: Metis Yayınları.

Shohat, E. (1992). "Notes on the "Post-Colonial". Third World and Post-Colonial Issues, Volume: 31/32, pp. 99-113.

Shome, R. and Hegde, R. S. (2002). "Postcolonial Approaches to Communication: Charting the Terrain, Engaging the Intersections", Communication Theory, Volume: 12, Number: 3, pp. 249-270.

Spivak, G. C. (2016). Madun Konuşabilir mi?, Çev. D. Hattatoğlu, G. Ertuğrul, ve E. Koyuncu, Ankara: Dipnot Yayınları.

Spivak, G. C. (2017). Yapısöküm Postkolonyalizm Madunluk, Çev. S. Torlak, İstanbul: Zoom Kitap.

Sustam, N. G. (2010, Ekim). "Nilüfer Göle ile Postkolonyalizm Üzerine", ToplumBilim, (25), ss. 101-108.

Taylan, A. (2012). "Yeni Medyada Masaüstü Sömürgecilik Kavramı ve Direniş Alternatifleri", Atatürk Üniversitesi İletişim Dergisi, (3), ss. 55-80.

Uğur, A. (1991). "Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar", içinde Enformasyon Devrimi Efsanesi, Ed. Y. Kaplan, Kayseri: Rey Yayınları, ss. 233-256.

Yetişkin, E. (2010, Ekim). "Giriş", Toplum Bilim, (25), ss.9-15.

Yetişkin, E. (2010, Ekim). "Postkolonyal Kavramlar Üzerine Notlar", Toplum Bilim, (25), ss.15-20.

Yetişkin, E. (2016, Eylül). "Sanat-Hafıza Kürasyonu: Sömürünün Güncel B(ağ)ları, Veri Hegemonyası ve Yeni Maduniyet", Teorik Bakış, (8), ss. 4.

Young, R. J. (2016). Postkolonyalizm: Tarihsel Bir Giriş, Çev. B. T. Köprülü, İstanbul: Matbu Kitap.

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM - POST-FEMİNİZM
"Kıvılcımdan Yangınlara..."

Gurur Öyküm GÜVEN[*]
Ayça KALE[**]

"Feminist politikanın amacı; her kim isek özgürce o olabilmemiz, adalete sevgi beslediğimiz yaşamlar sürebilmemiz, barış içinde yaşayabilmemiz için tahakkümü sona erdirmektir. Feminizm herkes içindir."
(Bell Hooks)

Giriş

Doğa ile özdeştirilen ve bereketin yaratıcısı olarak görülen kadının toplumsal hayattaki yeri, üretim biçimlerinin değişmesiyle güç kaybına uğramıştır. Doğa üzerindeki sömürünün artmasıyla toplumsal yapı dönüşmüş ve kadın, yüce varlık konumundan uzaklaştırılarak olumsuz bir figür hâline getirilmeye başlamıştır. Çeşitli anlatılar ve mitler de bu durumu pekiştirerek kadını ikincil, erkeği birincil konuma getirmiştir. Tüm bu değişim içinde kadınların eşit hak arayışına tanıklık edilmesine rağmen, modern anlamda ilk kez Fransız Devrimi ile kadınların tarih sahnesinde yer aldığı görülmektedir. Böylelikle feminist sorgulama, 17. yüzyılda bilinçli bir siyaset olarak başlamış, konuya dair birçok görüş öne sürülmüş ve tartışmalar yapılmıştır. Feminizm üzerine yapılan tartışmalardan pek çok teori doğmuş ve feminizm kendi içinde bölümlere ay-

[*] Bur. Arş., İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, goykumguven@ticaret.edu.tr
[**] Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Reklam ve Stratejik Marka İletişimi Yüksek Lisans Programı, ayca.kale@istanbulticaret.edu.tr

ri önem kazandığı görülmektedir. Bireysel olarak güçlü kadınlar, bu dönemle ilgili çalışmaların ana teması haline gelmektedir. Medya ve iletişim alanında post-feminizm çalışmaları giderek daha çok göze çarpmaktadır. Bu çalışmalarla toplumsal cinsiyet rolleri geliştirilerek eşitsizliğin, kalıpların ve baskıların kadınlar üzerinden yok edilmesi öngörülmektedir.

Kaynakça

Adriaens, F. and Van Bauwel, S. (2014). "Sex and The City: A Postfeminist Point of View? Or How Popular Culture Functions As a Channel For Feminist Discourse", The Journal of Popular Culture, Volume: 47, Number: 1, pp. 174-195.

Anarkismo.net (2006). 3 Dalga ile Feminizm Tarihi, https://www.anarkismo.net/article/4070 (Erişim Tarihi: 25.01.2019).

Arat, N. (2017). Feminizmin ABC'si, İstanbul: Say Yayınları.

Arneil, B. (1999). Politics and Feminism, Oxford: Blackwell Publishers.

Atan, M. (2015). "Radikal Feminizm: 'Kişisel Olan Politiktir' Söyleminde Aile", The Journal of Europe-Middle East Social Science Studies, Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 1-21.

Aydın, G. ve Aslaner, D. A. (2015). "Stereotip Kadın Rollerinin Televizyon Reklamlarında Sunumu", Global Media Journal TR Edition, Cilt: 6, Sayı: 11, ss. 54-74.

Bahrani, Z. (2018). Babil'in Kadınları: Mezopotamya'da Toplumsal Cinsiyet ve Temsil, İstanbul: Kolektif Kitap.

Barbie (2019). The Dream Gap Project, https://barbie.mattel.com/en-us/about/dream-gap.html (Erişim Tarihi: 26.03.2019)

Beauvoir, S. (1993). Kadın "İkinci Cins I" Genç Kızlık Çağı, Çev. Bertan Onaran, İstanbul: Payel Yayınları.

Butler, J. (2014). Cinsiyet Belası, Çev: Başak Ertür, İstanbul: Metis.

Demir, Z. (2014). Modern ve Postmodern Feminizm, İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Demirci, S. (2016). Medium, https://medium.com/radyoytu/riot-grrrl-feminist-punk-m%C3%BCzik-ba2c991c1963 (Erişim Tarihi: 20.01.2019).

Dikici, E. (2016). "Feminizmin Üç Ana Akımı: Liberal, Marxist ve Radikal Feminzim Teorileri", The Journal of Academic Social Science, Cilt: 1, Sayı: 43, ss. 523-532.

Ekinci, C. (2017). "Yabancı Dil Öğreniminde Stereotipler Ve Türkiye'de Fransızca Eğitimine Etkisi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Erbaş, S. (2018). "Varolmanın Dayanılmaz Zorluğu: Kadın Olmak", Lefke Avrupa Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1, ss. 75-88.

Ersoy Çak, Ş. (2010). "Toplumsal Cinsiyet Ve Feminizm Teorileri Bağlamında Türkiye'deki Reklam Filmleri Ve Popüler Müzik Videoları", Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi (Yedi), Sayı: 4, ss. 101-110.

Foster, V. E. B. (1992). "The Construct of a Postmodernist Feminist Theory for Caribbean Social Science Research", Social and Economic Studies, Volume: 41, Number: 2, pp. 1-43.

Hekman, S. J. (2016). Toplumsal Cinsiyet ve Bilgi: Postmodern Bir Feminizmin Öğeleri, Çev: Bekir Balkız ve Ümit Tatlıcan, İstanbul: Say Yayınları.

Hooks, B. (1984). Feminist Theory: From Margin to Center, Boston: South End Press.

Hooks, B. (1984). Feminizm Herkes İçindir: Tutkulu Politika, Çev. Ece Aydın, Berna Kurt, Şirin Özgün ve Aysel Yıldırım, İstanbul: BGST Yayınları.

İmançer, D. (2004). "Sosyal Psikolojik Açıdan Stereotip Kavramının Dil ve Metin Analizinde Kullanımı", Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, ss. 128-142.

Kaos GL (2016). Nedir Bu Queer Dedikleri?, http://www.kaosgl.org/sayfa.php?id=20864 (Erişim Tarihi: 20.01.2019).

Kayhan, F. (1999). Feminizm, İstanbul: BDS Yayınları.

Kaylı, D. Ş. (2011). Kadın Bedeni ve Özgürleşme, İzmir: İlya İzmir Yayınevi.

Koray, M. (2011). "Avrupa Birliği ve Türkiye'de Cinsiyet Eşitliği Politikaları: Sol-Feminist Bir Eleştiri", Çalışma ve Toplum, Cilt: 2, Sayı: 29, ss. 13-54.

Kuşcan, Ö. A. (2010). Antik Çağdan Günümüze "Kadın"ın Öyküsü, İstanbul: Ajans 2023 Yayınları.

Kuzu, Ç. İ. (2015). "Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Cinsiyet Önyargıları İle Oyuncak Seçimi Ve Ebeveynlerin Buna Etkisi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 39, ss. 651-654.

Marketing Türkiye (2019). Reklamlarda Cinsiyet Eşitsizliğine Karşı Farkındalık Harekatı Başladı!, https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/reklamlarda-cinsiyet-esitsizligine-karsi-farkindalik-harekati-basladi/ (Erişim Tarihi: 24.02.2019).

MediaCat (2019). Barbie Toplumsal Cinsiyet Çeşitliliğini Destekliyor, https://mediacat.com/barbie-toplumsal-cinsiyet-cesitliligini-destekliyor/ (Erişim Tarihi: 18.03.2019).

Özan, T. (02.07.2017). Gaia Dergi, https://gaiadergi.com/the-handmaids-tale-kadina-siddet-ekranlarda/ (Erişim Tarihi: 18.01.2019).

Özbay, E. (2013). "Âdem-Havva-Lilith Figürleri İzleğinde Bir Olanaksızlık Miti: Aşk", İdil Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 10, ss. 40-58.

Öztarhan Sahtiyancı, E. (2006). "İyi Kızlar/Kötü Kızlar: Günümüz Amerikan Romanında Cinsel, Etnik ve Sınıf Kimlikleri" Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Phoca, S. and Wright, R. (1999). Introducing Postfeminism, Cambridge: Icon.

Rampton, M. (25.10.2015). Pasific University Oregon, https://www.pacificu.edu / about/ media/four-waves-feminism (Erişim Tarihi: 19.01.2019).

Robinson, A. P. (2008). "A Postfeminist Generation: Young Women, Feminism and Popular Culture", Yayımlanmamış Doktora Tezi, University of Western Sydney, School of Social Sciences.

RVD (2018). Reklam Verenler Derneği Effie Araştırma Kısa Rapor, http://www.rvd.org.tr/downloads/effie_arastirma_k%C4%B1sarapor.pdf (Erişim Tarihi: 30.12.2018).

Saliya, D. A. (2017). Judith Butler ve Postmodern Feminizm, İstanbul: Kibele Yayınları.

Saygılıgil, F. (2016). Toplumsal Cinsiyet Tartışmaları, Ankara: Dipnot Yayınları.

Smith, S. (2016). Ted, https://www.ted.com/talks/stacy_smith_the_data_behind_hollywood _s_sexism (Erişim Tarihi: 10.01.2019).

Taş, G. (2016). "Feminizm Üzerine Genel Bir Değerlendirme: Kavramsal Analizi, Tarihsel Süreçleri ve Dönüşümleri", Akademik Hassasiyetler, Cilt: 3, Sayı: 5, ss. 163-175.

Turhan, U. (2017). "3. Öğrenme Teorisi (Learning Theory)", Reklam Teorileri, Ed: Ali Atıf Bir ve Hasan Kemal Suher, İstanbul: The Kitap.

Türkeli, G. (2017). "Feminizmin Üç Dalgası ve Kamusal Mücadele", Kadın, Kamusal Alan ve Hukuk, Ed: Ülker Yükselbaba, İstanbul: Tekin Yayınevi.

Ünal, A. (2017). "Yahudi Geleneğinde Kadının Yaratılışı ve Lilit Efsanesi", Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi (ÇÜİFD), Cilt: 17, Sayı: 2, ss. 103-115.

Vardar, İ. (16.05.2018). Campaign Türkiye https://www.campaigntr.com /selpak-onyargilari-siliyor/ (Erişim Tarihi: 29.12.2018).

Wright, E. (2002). Lacan ve Postfeminizm, Çev: Ebru Kılıç, İstanbul: Everest Yayınları.

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM - POST-HAKİKAT (POST-TRUTH)
"Yalanlar İstiyorsan Yalanlar Söyleyeyim"

*Nihal KOCABAY-ŞENER**

"Yalan yalnızca gerçeğin yanıltıcı bir yansıması olmakla kalmaz,
bir sonraki gerçekleri de kendi içinden çıkarır"
(Umur Talu)

Giriş

Post-hakikat[1] çağımızın en tartışılan kavramlarından biri. Hakikat sonrasına/ötesine vurgu yapan bu kavramı anlamlandırmak olabildiğince zor. Özellikle hakikatin[2] ne olduğunun tartışmalı ol-

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, nkocabay@ticaret.edu.tr

1 Post-truth kavramı Türkçe'de çoğunlukla "hakikat sonrası" kavramı ile kullanılmaktadır. Bu kavramın yanı sıra 'gerçek-ötesi', 'gerçek-sonrası' ya da 'post-olgusal' gibi kavramlarla da karşılanmıştır. Yazar da "hakikat sonrası" kullanımının daha doğru olduğunu düşünmekle birlikte kitabın bütünlüğünde bulunan 'post' vurgusu nedeniyle bu çalışmasında kavramı post-hakikat olarak ele almayı uygun bulmuştur.

2 Hakikat: 1. Asıl olan durum ve şekil, gerçek, asıl, künh. 2. Var olan, gerçekleşmiş bulunan, fikir, tasavvur veya hayal olmayıp fiili olarak var olan şey, vakıa. 3. Doğru olan şey, doğru. (Ayverdi, 2011a: 1164). Hakikat: Sözlükte "gerçek, sabit ve doğru olmak, gerekmek; bir şeyi gerçekleştirmek" gibi anlamlara gelen □a□□ kökünden türetilmiştir. Araplar'da "hakikati himaye etme" tabiri yaygın olarak kullanılır ve buradaki hakikatten genellikle ırz, namus, vefa, dostluk, bayrak, sancak gibi değerler kastedilirdi (Çağrıcı, t.y.). Tasavvufta hakikat terimi "zâhirin ardındaki örtülü ve gizli mâna, dinî hayatın en yüksek seviyede yaşanarak ilâhî sırlara âşina olunması" gibi anlamlar ifade eder. İlk sûfîler hakikat terimini daha çok "ilâhî gerçeklere ve sırlara âşina olmak, Hakk'ın tecellilerini temaşa etmek" anlamında kullanmışlardır (Demirci, t.y.). Ayrıca hakikat tasavvuftaki dört mertebeden biridir. Hakikatten söz edildiği noktada iki kavramı daha çağrıştırır. Bunlar doğru ve gerçektir. Doğru: 1. Yalan veya yanlış olmayan, gerçeğe uygun, gerçek. 2. Akla, mantığa ve duruma uygun, yerinde, münasip. 3. Hak ölçü-

dır. Klasik anlamda gazetecilik geride kalmış olsa da farklı iş modelleriyle yeni bir gazetecilik doğmaktadır. Bu doğuş da hem sektörde hem de akademide yapılan çalışmalarla takip edilmektedir. Uzun yıllardır süren "gazetecilik öldü mü" sorusuna derinden bir cevabın da geldiğini eklemek gerekiyor. "Hayır, yeni başlıyor".

Kaynakça

"Arama sonuçlarında doğruluk kontrollerini görme". (2019). Google Arama Yardım: https://support.google.com/websearch/answer/7315336?hl=tr, (Erişim Tarihi: 06.08.2019).

"Epstein: Google ve Facebook'un 'yalan haber planı', yalan haberlerin kendisinden daha zararlı", (2017). Sputnik News: https://tr.sputniknews.com/yasam/201704111028029463-epstein-google-facebook-yalan-haber/, (Erişim Tarihi: 03.05.2019).

"Facebook Audience Network Policy",(2019). https://developers.facebook.com/docs/audience-network/policy, (Erişim Tarihi: 01.07.2019).

"Google ve Facebook yalan haberle mücadele edecek", (2016). https://www.dw.com/tr/google-ve-facebook-yalan-haberle-m%C3%BCcadele-edecek/a-36408216, (Erişim Tarihi: 02.05.2019).

"Haber Kaynağımdaki gönderilerin sırasını neler etkiler?", (2019). https://www.facebook.com/help/520348825116417, (Erişim Tarihi: 01.07.2019).

"International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles" (2016), https://www. poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles, (Erişim Tarihi: 03.04.2018).

"Oğuz Haksever yanlışlıkla 'canlı teyit' yaptı", (2019). https://journo.com.tr/oguz-haksever-gaf-canli-teyit, (Erişim Tarihi: 03.06.2019).

"The Slow Media Manifesto" (2010). Slow Media: http://en.slow-media.net/manifesto, (Erişim Tarihi: 01.06.2019).

"What can publishers do about "fake" news?" (2017), Reuters Community: https://www.reuterscommunity.com/topics/establish-your-identity/what-can-publishers-do-about-fake-news/, (Erişim Tarihi: 05.05.2019).

"Word of the Year 2016 is...", (t.y.). Oxford Dictionaries: https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016, (Erişim Tarihi: 13.03.2019).

"Yalan haberler Google ve Facebook'a politika değiştirtiyor". (2016). Journo: https://journo.com.tr/yalan-haberler-google-ve-facebooka-politika-degistirtiyor, (Erişim Tarihi: 02.04.2019).

Ayverdi, İ. (2011a). Misali Büyük Türkçe Sözlük (Cilt 2). İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.

Ayverdi, İ. (2011b). Misali Büyük Türkçe Sözlük (Cilt 1). İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.

Bacon, F. (1998). Hakikat Üzerine. Cogito(16), 44-46.

Baudrillard, J. (2012a). Kusursuz Cinayet (3 bs.), Çev. N. Sevil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2012b). Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliği (2. Bs.), Çev. O.Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2014). Simülakrlar ve Simülasyon, Çev. O. Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Z. (2013). Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları (2. Bs.). Çev: İ. Türkmen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Benveniste, E. (1995). Genel Dilbilim Sorunları. Çev: E. Öztokat. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Chandler, D., & Munday, R. (2018). Medya ve İletişim Sözlüğü. (B. Taşdemir, Trans.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Çağrıcı, M. (t.y.). Hakikat. İslam Ansiklopedisi: https://islamansiklopedisi.org.tr/hakikat#1, (Erişim Tarihi: 17.02.2019).

Davies, J. (2017). "The BBC is using 'slow news' to fight fake news", https://digiday.com/uk/bbcs-slow-news-focus-changing-newsroom-dynamics/, (Erişim Tarihi: 20.12.2017).

De Botton, A. (2015). Haberler – Bir Kullanma Kılavuzu, Çev. Z. Baransel, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Delacampagne, C. (2018). 20. Yüzyıl Felsefe Tarihi (6. Bs.). Çev: D. Çetinkasap. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Demirci, M. (t.y.). Hakikat. İslam Ansiklopedisi: https://islamansiklopedisi.org.tr/hakikat#2-tasavvuf, (Erişim Tarihi: 17.02.2019).

Eagleton, T. (2015). Postmodernizmin Yanılsamaları (3. bs.). Çev: M. Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Eagleton, T. (2017). Edebiyat Kuramı. Çev: T. Birkan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Edelman Trust Barometer Global Report 2019 (2019). Edelman: https://www.edelman.com/trust-barometer, (Erişim Tarihi: 02.02.2019).

Foça, M. A. (2016), Yankı Fanusları Haber Alma Alışkanlıklarımızı Nasıl Değiştiriyor?, Haber Okumaları, Ed: Y. İnceoğlu, S. Çoban, İstanbul: İletişim Yayınları, 369-376.

Foucault, M. (2012). Bilme İstenci Üzerine Dersler. (K. Eksen, Trans.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11. Journal of communication, 30(3), 10-29.

Graves, L., Cherebini, F. (2016). " The Rıse Of Fact-Checkıng Sıtes in Europe" Reuters Institute Digital News Report 2016.

Greenberg, S. (2007). "Slow Journalism", Prospect: http://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/slowjournalism#.UiahWuDtKfR, (Erişim Tarihi: 01.06.2019).

Harari, Y. N. (2018). 21. Yüzyıl İçin 21 Ders (2. Bs.), Çev. S. Siral, İstanbul: Kolektif Kitap.

Higgins, K. (2016). "Post-truth: a guide for the perplexed", Nature: https://www.nature.com/news/post-truth-a-guide-for-the-perplexed-1.21054, (Erişim Tarihi: 02.04.2019).

İnal, M. A. (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnceoğlu, Y., Çoban, S. (2016). "Şimdi Haberler", Haber Okumaları, Ed: Y. İnceoğlu, S. Çoban, İstanbul: İletişim Yayınları, 17-64.

Kakutani, M. (2019). Hakikatin Ölümü. (C. Mizrahi, Trans.) İstanbul: Doğan Kitap.

Keyes, R. (2017). Hakikat Sonrası Çağ, İzmir: Delidolu Yayıncılık.

King, G., Pan, J., & Roberts, M. E. (2017). How the Chinese government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument. American Political Science Review, 111(3), 484-501.

Mair, J. (2017). Post-truth anthropology. Anthropology Today, 33(3), 3-4.

McIntyre, L. (2019). Hakikat-Sonrası. Çev. M. F. Biçici, İstanbul: Tellekt Yayınları.

Megill, A. (2012). Aşırılığın Peygamberleri. Çev: T. Birkan. İstanbul: Say Yayınları.

Narin, B . (2018). Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi. Selçuk üniversitesi iletişim fakültesi akademik dergisi, 11 (2), 232-251. DOI: 10.18094/josc.340471

Newman, N. vd. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017.

Nietzsche, F. (1998). Ahlakdışı Anlamda Doğruluk ve Yalan Üzerine. Cogito(16), 55-66.

Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. Political Behavior, 32(2), 303-330.

Oskay, Ü. (2007). İletişimin ABC'si. İstanbul: Der Yayınları.

Oxford Dictionaries, (t. y.). https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth, (Erişim Tarihi: 13.03.2019).

Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin UK.

Postman, N. (2004). Televizyon Öldüren Eğelence, Çev. O. Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rigel, N. (2000). İleti Tasarımında Haber. İstanbul: Der Yayınları.

Schudson, M. (2009). "Haber Üretiminin Sosyolojisi", Çev: B. Muratoğlu, Matriksi Şimşek Olan Metinler, Ed: N. Rigel, Ş. Çağlar, İstanbul: Anonim Yayıncılık, 21-35.

Shu, K. vd. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. ACM SIGKDD Explorations Newsletter, 19(1), 22-36.

Slattery, M. (2008). Sosyolojide Temel Fikirler (2 ed.). (Ü. Tatlıcan, & G. Demiriz, Eds.) İstanbul: Sentez Yayınları.

Stencel, M. (2019). "Number of fact-checking outlets surges to 188 in more than 60 countries", Reporterslab: https://reporterslab.org/number-of-fact-checking-outlets-surges-to-188-in-more-than-60-countries/, (Erişim Tarihi: 20.06.2019).

Stephens-Davidowitz, S. (2018). Bana Yalan Söylediler, Çev. F. B. Aydar, İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Sunstein, C. R. (2002). The law of group polarization. Journal of political philosophy, 10(2), 175-195.

Sunstein, C. R. (2004). Democracy and filtering. Communications of the ACM, 47(12), 57-59.

Talu, U. (1998). Ne Yalan Söyleyeyim ki ... Cogito(16), 172-178.

Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. Digital journalism, 6(2), 137-153.

Tesich, S. (2019). "Bir yalanlar yönetimi", Çev. A. Aydın, Gazete Duvar: https://www.gazeteduvar.com.tr/dunya-forum/2019/06/23/bir-yalanlar-yonetimi/, (Erişim Tarihi: 24.06.2019).

Timuçin, A. (2008). Düşünce Tarihi. İstanbul: Bulut Yayınları.

Tokgöz, O. (2000). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Kitabevi.

Uluk, M. (2018). Hakikat Sonrası Çağda Yeni Medya ve Yalan Haber, Eskişehir: Dorlion Yayınları.

Urban Dictıonary. (2008). https://www.urbandictionary.com/define.php?term=churnalism, (Erişim Tarihi: 30.12.2017).

Urhan, V. (2007). M. Foucault ve bilgi/iktidar ilişkisinin soykütüğü. Kaygı Uludağ Üniversitesi Felsefe Dergisi, 9, 99-118.

Uzunoğlu, S. (2016). "Post-truth nedir? Bu sirkte yaşamaya mecbur muyuz?" Journo: https://journo.com.tr/post-truth-nedir, (Erişim Tarihi: 05.05.2019).

Uzunoğlu, S. (2019). "Clickbait rejimi: Nasıl işliyor ve neden çare değil?", Platform 24: http://platform24.org/yazarlar/3219/clickbait-rejimi--nasil-isliyor-ve-neden-care-degil#_ftnref1. (Erişim Tarihi: 01.07.2019).

Ünal, M., & Zavalsız, Y. S. (2016). Küreselleşme Karşıtı Bir Hareket: Yavaş Hareketi. Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches, 5(4).

Virilio, P. (1998). Hız ve Politika, Çev. M. Cansever, İstanbul: Metis Yayınları.

Virilio, P. (2003). Enformasyon Bombası, Çev. K. Şahin, İstanbul: Metis Yayınları.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146-1151.

Wardle, C. (t.y.). "Forget Deepfakes: Mısınformatıon Is Showıng Up In Our Most Personal Onlıne Spaces", Niemanlab: https://www.niemanlab.org/2018/12/forget-deepfakes-misinformation-is-showing-up-in-our-most-personal-online-spaces/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=5faee2aeb8-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-5faee2aeb8-396163909, (Erişim Tarihi: 02.06.2019).

ON BEŞİNCİ BÖLÜM - POST-ENFORMASYON
Bilgi Toplumu'ndan Veri Toplumu'na

Başak GEZMEN*

Giriş

İngilizce'de ''sonra-sonrası'' anlamına gelen "post" sözcüğü, kavramsal olarak bazı kesimler tarafından bir tepki veya karşı koyma biçimi şeklinde değerlendirilmekte ancak bu şekilde bir anlam içermemektedir (Odabaşı, 2014: 23). Enformasyon kuramları ve post- modernlik kuramları, sanayi sonrası toplum kavramından hareketle şekillenmektedir. Post- modernizm, enformasyon toplumu kuramlarının, enformasyon toplumunun kanıt olarak ele aldığı şeyleri, post-modern durum konusundaki kavramsallaştırmalarının bileşeni olarak kabul etmektedir (Başaran, 2010: 75). Tarih boyunca uzun bir dönem tarıma dayalı toplumların var olduğu görülmektedir. Tarıma dayalı geleneksel toplum yapısı, endüstri devrimi-sanayi sonrası toplumun hakimiyetiyle, toplumlarda sosyo-kültürel ve ekonomik değişim ve dönüşümler ortaya çıkmaya başlamıştır. Sanayi toplumlarında üretimdeki pay oranı giderek farklılaşmaya başlamıştır. Hizmet üretimindeki değişim, artık sanayi sonrası toplumlarda enformasyon odaklı yeni bir toplum yapısı oluşumu için zemin hazırlamıştır. Toplumda bilgi en merkezi konuma yerleşmiş, enformatik toplum gerçeği bilgi ve bilgiyi işleyen bilgisayarların gücü konuşulmaya başlanmıştır.

Küreselleşme ve rekabet olgusu enformasyon toplumunun baş aktörleri olarak rol almaktadır. Kapitalist sistemin işleyişine destek

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, bgezmen@medipol.edu.tr

Post-modern enformasyon toplumunda temel bileşenleri olarak karşımıza yapay zeka, endüsti 4.0, nesnelerin interneti v.b kavramlar çıkmaktadır. Dijital dönemde artık makinelerin birçok şeyi simüle ettiği, algoritmaların hakimiyetinde çok hızlı bir biçimde gelişimini sürdüren yeni yaşam biçimleri ortaya çıkmaktadır. Baş döndürücü bir şekilde enformasyon ve bilgi yağmurunun ivme kazandığı dönemde bireylerin tutunabilmesi için sürekli olarak eğitime devam etmeleri gerekmektedir. Yani sürekli eğitim yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olmak zorundadır. Çok daha verimli ve hızlı bir şekilde insanoğlunun yaptığı bir çok şeyi gerçekleştiren yapay zeka ile rekabet etmek oldukça zordur. Zeka, eldeki problemlere hızlıca çözüm üretebilmektedir. Yapay zekanın demokratik unsurları tehlikeye düşürebileceği ve insanları hackleyebileceği günümüzde sıkça tartışılan konular arasındadır.

Kaynakça

Alemdar, K. ve Erdoğan İ. (1998). Başlangıcından Günümüze Kuram ve Araştırmaları, Ankara: MY Yayınları.

Başaran, F. (2010). İletişim Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme 'yayılmanın ekonomi politiği', Ankara: Ütopya Yayınları.

Bozkurt, V. (1996). Enformasyon Toplumu ve Türkiye, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Castells, M. (2013). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt1 Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Bilgi Yayınları

Cote, M. ve Pybus, J. (2014). ''Maddi Olmayan Emek 2.0 'ı Öğrenme Facebook ve Sosyal Ağlar'', içinde Bilişsel Kapitalizm! Eğitim ve Dijital Emek, Ed. M. A. Peters ve E. Bulut, Ankara: Nota Bene Yayınları, ss. 241-270.

Fuchs, C. (2015). Dijital Emek ve Karl Marx, Sosyal Medyada Sermaye Birikimi ve Metalaştırma, Çev. S. Oğuz ve T. E. Kalaycı, Ankara: Nota Bene Yayınları.

Fuchs, C. (2017). ''Google Kapitalizmi'', içinde Yeni Medya Kuramcılarından Yeni Medya Kuramları, Ed.Filiz Aydoğan, İstanbul: Der Yayınları, ss. 72-84.

Geray, H. (2003). İletişim Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Güngör, N. (2011). İletişim Kuramlar Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi: İstanbul.

Gürel, M. (2017). Dijital Kehanet, İstanbul: Destek Yayınları.

Güzel, M. (2007). "Küreselleşme, Tüketim Kültürü ve İnternetteki Gençlik Siteleri", içinde Yeni Medya Çalışmaları, Der. Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, ss.177-203.

Harari, Y. N. (2015). Hayvanlardan Tanrılara Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi, Çev. E. Genç, İstanbul: Kolektif Yayınları.

Harari, Y. N. (2017). Home Deus Yarının Kısa Bir Tarihi, Çev. P. N. Taneli, İstanbul: Kolektif Yayınları.

Harari, Y. N., (https://www.habertürk.com/yuval-noah-harrari-yapay-zeka-insanları-hack-leyebilecek-2269768); Erişim Tarihi: 24.06.2019.

Kocabay , Şener, N. (2016) . İletişimin Tekno-Sosyolojisi, İzmitKocaeli: Volga Yayıncılık.

Köseoğlu, Ö. (2006). '*Bilgi İletişim Teknolojilerinin Pazarlamaya Etkisi*', içinde Bilgi İletişim Teknolojileri ve Yansımaları, Ed. Beril Akıncı Vural, Ankara: Nobel Yayınları, ss. 144-185.

Kumar, K. (1995). Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramlar, Çev. M. Küçük, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Lyotard, J. F. (2014). Postmodern Durum, Çev. İsmet Birkan. Ankara: Bilgesu Yayınları.

Marr, B. (2017). Büyük Veri İş Başında, Çev. B. Gündüz, İstanbul: MediaCat Yayınları.

Masuda, Y. (1980). Managing in the Information Society, Blackwell, Cambridge.

Mc Luhan, M. ve Powers B. (2001). Global Köy 21. Yüzyılda Yeryüzü Yaşamında Ve Medyada Meydana Gelecek Dönüşümler, Çev. B. Öcal Düzgören, İstanbul: Scala Yayıncılık.

Mosco V. ve Fuchs, C.(2014). Medya, Meta ve Sermaye Birikimi Marx Geri Döndü, Çev. F. Başaran, Ankara: Nota Bene Yayınları

Mutlu, E. (2017). İletişim Sözlüğü, Ankara: Ütopya Yayınları.

Neuman, W. R. (2018). Dijital Fark Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkileri Kuramı, Çev. G. Metin, İstanbul: The Kitap Yayınları.

Odabaşı, Y. (2014). Post Modern Pazarlama Tüketim ve Tüketici, İstanbul: Mediacat Kitapları.

Özel, S. (2015). Techne'den Teknolojiye Değişen Toplum ve İletişim, İzmit:Volga Yayınları.

Stephens-Davidowitz, S. (2017). Bana Yalan Söylediler İnternet ve Gerçek Yüzümüz, Çev. F. B. Aydar, İstanbul:Koç Üniversitesi Yayınları.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi Ankara.Dost Kitabevi

Toffler, A. (2018). Üçüncü Dalga Bir Fütürist Ekonomi, Analizi Klasiği, İstanbul: Koridor Yayınları.

Törenli, N. (2005). Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı, İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Tutal Cheviron, N. (2014). Küresel İletişim, İstanbul: Ekslibris Yayınları.

Uluç, G. (2008). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı Olanaklar-Sorunlar-Tartışmalar, Anahtar Kitaplar: İstanbul.

Van Dijk, J. (2018). Ağ Toplumu, Alternatif Medya ve Toplumsal Hareketler, Çev. Ö. Sakin, İstanbul: Kafka Yayınları.

Virilio, P. (2003). Enformasyon Bombası, Çev. K. Şahin, İstanbul: Metis Yayınları.

Whitby, B. (2005). Yapay Zeka Yeni Başlayanlar İçin Kılavuz, İstanbul: İletişim Yayınları.

Yılmaz, B. (1998).. 'Bilgi Toplumu':Eleştirel Bir Yaklaşım, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi Cilt 15 Sayı:1 ss.147-158.

ON ALTINCI BÖLÜM - POST-İNTERNET SANATI
Sanat Eserinin Melezleşmesi Üzerine

*Filiz ERDOĞAN TUĞRAN**

Giriş

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle 1970'lerde konuşulmaya başlanan ve postmodernizm akımıyla farklı formlara bürünen sanatın, internet teknolojisiyle karşılaşması sonucu son dönemde adı önemli sanat düşünürleri tarafından post-internet sanatı olarak anılan bir akımla karşılaşılmaktadır. Post-İnternet Sanatı, internetin insanların hayatında yaygınlaşması ve yoğun olarak kullanılmaya başlanmasından sonra sanatın da bu sürece adapte oluşuna vurgu yapan bir isimdir. İnternetten sonra sanatçılar, farklı formlarla oynamaya başlamış, daha önce hayal edilemeyen düşüncelerin sanat formunda farklı mekan ve uzamlarda var olmasının olanaklılığını gözler önüne sermeye başlamışlardır. Teknolojinin vermiş olduğu olanaklar hem sanat eserinin hem de sanatçıların fiziksel mekana olan bağlılığını askıya almıştır. Online galeriler, dijital formlar, yarı dijital yarı somut nesneler gibi daha önce tarihin hiçbir döneminde ismi zikredilmemiş yenilikler sanat dünyasında konuşulmaya başlanmıştır. Online uzamın sınırsızlıkları sanatı da etkilemiş, postmodernizmin eklektik algısıyla sanat, Post-İnternet Sanatı gibi yepyeni bir tabiri görselleştirmiştir. Makale, iletişim çalışmalarının teknolojik ve sanatsal değişimlerle iç içe olduğu süreçte bu ilişkilerin nasıl değiştiğine değinerek 2000'li yıllardan bu yana adı sık anılmaya başlayan Post-İnternet Sanatı'nı inceleyerek ilerleyecektir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, filiz.erdogan@omu.edu.tr

san, gündelik hayatın vazgeçilmez bir şekilde özellikle akıllı telefonlar sayesinde her alanına sızan net teknolojileriyle ve bu teknolojilerin içine sızan sanatçılarla birlikte sanatın ilk kez bu kadar gündelik hayatın içine sızmasına sebep oluyor. Post-İnternet Sanatı artık internet kullanan herkesin sanatın izleyicisi olma konumuna geldiği bir hali işaret ederken, bir yandan da sanatçı kimliğini de oldukça değiştiriyor. Ortaçağ'dan bu yana kimliksel olarak sanatçı/bilimadamı arasında salınan sanat icracıları bugün artık sanatçı/teknoloji kullanıcısı hatta sanatçı/hacker kimliği arasında salınmaya başlamış durumda. İnternetin yaklaşık yirmi yıldır insanların hayatında olduğu ve bu yirmi yıl içinde geçirdiği dönüşüm göz önüne alındığında, internet sanatı sonrası olarak adlandırılan bu son on yıllık süreç içinde şekillenen Post-İnternet Sanatının ne gibi şekillerde insanların karşısına çıkacağı ve hangi türlere evrileceği henüz bilinmiyor ancak teknolojik aygıtların vücutlara ve akıllara entegre olamaya devam ettiği süreç boyunca sanatsal ve dijital değişimin sanatın geleceğini de şekillendirmeye devam edeceğinden hiç şüphe yok gibi görünüyor.

Kaynakça

Akay, A. (2002). Postmodern Görüntü, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Artun, A. (2011). Sanat Manifestoları, İstanbul: İletişim Yayınları.

Artun, A. (2017). Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi, İstanbul: İletişim Yayınları.

Artun, A. (2018). Modernlik Sonrasında Sanat, İstanbul: İletişim Yayınları.

Benjamin, W. (2015). Teknik Olarak Yeniden-Üretilebilirlik Çağında Sanat Yapıtı, Çev. G. Sarı, İstanbul: Zeplin Kitap.

Bürger, P. (2010). Avangard Kuramı, Çev. E. Özbek, İstanbul: İletişim Yayınları.

Danto, A. C. (2014). Sanatın Sonundan Sonra, Çev. Z. Demirsü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Droitcour, The Perils of Post-Internet Art, Art In America Magazine, 29 Ekim 2014.

Gombrich, E. H. (1980). Sanatın Öyküsü, Çev. Bedrettin Cömert, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Greenberg, C. (1960) Forum Lectures, "Voice of America", Washington DC, 1960. Poi in Art & Literature, no. 4, Spring 1965, pp. 193-201.

Habermas, J. (1996). Modernity: An Unfinished Project. Habermas and the Unfinished Project of Modernity: Critical Essays on the Philosophical

Discourse of Modernity (Der. M.P. d'Entreves ve S. Benhabib) içinde. Polity Press, Cambridge.

Harris, J. (2013). Yeni Sanat Tarihi, Çev. Evren Yılmaz, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Hopkins, D. (2018). Modern Sanattan Sonra, Çev:F. Candil Erdoğan, İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Lyotard, J.F. (1997). Postmodern Durum, Çev. Ahmet Çiğdem, Konya: Vadi Yayınları.

Melick, T. (2015). Tarih Boyunca Sanat. Dünya Sanat Tarihinde Üsluplar ve Akımlar, Çev. S. Evren ve D. Şendil, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Murray, C. (2012). 20. Yüzyılda Sanatı Okuyanlar, Çev. Suğra Öncü, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Mutlu, R. (2015). Art, Internet, Post-Internet: Between Theory and Practice Faculty of Social Sciences and Humanities Unıversıty Of Westmınster.

Schelling, F.W.J. (2017). Sanat Felsefesi, Çev. M. Ertene ve S. Arslan, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Taburoğlu, Ö. (2016). Resim, Söz ve Yazı, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Yılmaz, M. (2013). Modernden Postmoderne Sanat, Ankara: Ütopya Yayınları

Webliography

https://www.artspace.com/magazine/interviews_features/trend_report/post_internet_art-52138 (Erişim Tarihi: 21.11.2018)

http://www.guan-dian.org/beijing-art-events/2014/3/1/art-post-internet (Erişim Tarihi: 20.11.2018)

http://jstchillin.org/artie/pdf/The_Image_Object_Post-Internet_us.pdf (Erişim Tarihi: 20.11.2018)

http://rhizome.org/editorial/2013/nov/01/postinternet/ (Erişim tarihi: 20.11.2018)

https://www.academia.edu/26348232/POSTINTERNET_Art_After_the_Internet (Erişim tarihi: 20.11.2018)

http://www.karenarchey.com/artpostinternet (Erişim Tarihi 14.02.2018)

http://9-eyes.com/ (Erişim Tarihi: 20.03.2019)

http://refikanadol.com/works/melting-memories/ (Erişim Tarihi: 05.03.2019)

http://refikanadol.com/works/wdch-dreams/ (Erişim Tarihi: 05.03.2019)

https://exhibitions.britishcouncil.org.tr/DancingWithWitches/?utm_source=Solas&utm_medium=button&_ga=2.111659842.716078383.1552827430-384022397.1552827430 (Erişim Tarihi: 23.12.2018)

http://am-rieu.name/IMG/pdf/greenberg_modernist_painting_1960.pdf (Erişim Tarihi: 08.03.2019)

ON YEDİNCİ BÖLÜM - POST-GERÇEKLİK (POST-REALITY)
Gerçekliğin Yeniden Üretimi ve Sonrası Üzerine: Post – Gerçeklik Evrenine Bir Bakış

*M. Nur ERDEM**

Giriş

Bugünün bilim dünyasının sorunsal haline getirdiği çoğu kavramın izleri Antik Çağlara değin sürülebilir. Bu kavramlardan biri de "gerçeklik"tir. Platon'un *İdealar Dünyası*'ndan Descartes'in *Rüya Hipotezi / Argümanı*'na, Baudrillard'ın *Simulakrlar Evreni*'nden Virilio'nun *Post-Gerçeklik* (sıklıkla kullandığı biçimiyle *post-modern gerçeklik*) tanımlamalarına değin pek çok eserde, pek çok düşünür ve bilim insanı, gerçeğin ne olduğunu, gerçekliğin mümkün olup olamayacağını, gerçekliğe ulaşmanın olabilirliğini ve yollarını sorgulamış, bu sorulara cevap aramışlardır. Somut bir biçimde duyu organlarımızla algıladıklarımızın gerçekliğinden, çok daha ilahî (Tanrı'ya dair) gerçeklik sorgulamalarına değin bu arayış devam edegelmiştir. Bugün de "gerçek" ya da "gerçeklik" dendiğinde, hiç şüphesiz zihindeki kavramsal karşılık duyu organları ile algılanabilen, zihinde tasarlananın dışında yaşadığımız dünyada deneyimleyebildiğimiz, varlığından emin olduğumuz her şey olarak ortaya çıkmaktadır. Oysa ki, toplumu ve insanı ilgilendiren her şeyde olduğu gibi, gerçeğin / gerçekliğin de bir bağlamı vardır. *Gerçek* ve *gerçeklik*; kültürel, ekonomik, politik, teknolojik vb. gelişmeler, olgular ve bunların bireyin zihnindeki yansımaları ile toplumsal tezahürü çerçevesinde incelenmelidir. Bugünün *post-gerçeklik* tartışmaları da -her ne kadar teknolojik yönü ön planda tutulsa dahi- bu bağlamda değerlendirilmelidir.

* Dr.Öğr.Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Tasarımı Bölümü, nur.erdem@omu.edu.tr

uzamda gerçekliğin biçimini, üretilme ve yeniden üretilme yöntemlerini, ve gerçekliği algılayıştaki bireysel ve sosyal değişimleri sorgulamaktadır.

Bu türden bir düşünsel zemine oturan *post-gerçeklik*, genel itibarıyla gelişen teknoloji kapsamında söz konusu olan yeni gerçeklik algılarını ve deneyimlerini ifade etmektedir. Henüz yeterince literatürde yer bulamamıştır belki, ancak -tıpkı 1980'li yılların popüler bilim kurgu filmlerinin 2000'li yıllarla birlikte vuku bulması gibi- ilerleyen yılların popüler sorunsal alanlarından biri olma eğilimindedir. Şunu da eklemek gerekir ki, post-gerçekliğin düşünsel temelleri, bu konu üzerinde çalışan isimlerin hayli karamsar bakışları üzerine kurulmuştur.

Kaynakça

Adanır, Oğuz (2008). Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler, İstanbul: Hayal – Et Kitaplığı.

Ariew, R. et.al. (2015). Historical Dictionary of Descartes and Cartesian Philosophy, London: Rowman & Littlefield.

Armitage, J. (2000). Paul Virilio: From Modernism to Hypermodemism and Beyond, London: Sage Publications.

Aydın, H. (2015). "Ortaçağ Felsefesinde Dil, Düşünce ve Gerçeklik İlişkileri ve Metafizik Alandaki İzdüşümleri", FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi), Sayı: 19, ss. 1-28.

Balaban, O. (1999). Plato and Protagoras Truth and Relativism in Ancient Greek Philosophy, US: Lexington Books.

Baudrillard, J. (1991). Sessiz Yığınların Gölgesinde, Çev. O. Adanır, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2011). Simülakrlar ve Simülasyon, Çev. O. Adanır, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Benjamin, W. (2002). "Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı", içinde Pasajlar, Çev. A. Cemal, İstanbul: YKY Yayınları, ss. 50-86.

Birand, K. (1958). İlk Ç:ağ Felsefesi Tarihi, Ankara: Ajans-Türk Matbaası.

Bravo, H. (2005). "Antik Yunan Felsefesinde Madde-Biçim ve Görünüş-Gerçeklik İkilikleri", Kaygı - Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi, Sayı: 5, ss. 67-75.

Butler, R. (2014). "Less Than Nothıng to Say: An Introductıon to Slavoj Žižek", in Zizek Dictionary, Ed. R. Butler, US: Routledge, pp. XI-XXII.

Carmigniani, J. and Furht, B. (2011). "Augmented Reality: An Overview". Handbook of Augmented Reality. Ed. B. Furht. U.S.: Springer, pp. 3 – 46.

Cassirer, E. (2016). Sembolik Formlar Felsefesi, Çev. M. Köktürk, İstanbul: Hece Yayınları.

Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, 1. Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev. Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cevizci, A. (1999). Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Clarke, D.M. (2008). Descartes, Çev. N. Nirven ve B. Ersöz, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Cléro, J.P. (2011). Lacan Sözlüğü, Çev. Ö. Soysal, İstanbul: Say Yayınları.

Craig, A.B. (2013). Understanding Augmented Reality. U.S.: Elsevier Publications.

Çetin, A. (2011). "Temel Sosyolojik Dikotomiler Kitap İncelemesi", Toplum Bilimleri, Cilt: 5, Sayı: 10, ss. 233-236.

Çotuksöken, B. ve Babür, S. (1993). Ortaçağda Felsefe, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu ve Yorumlar, Çev. A. Ekmekçi ve O. Taşkent, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dolgun, U. (2004). "Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna", Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 1-21.

Erdem, M.N. (2018). "Reklam Uygulamalarında Sanal Gerçeklik", içinde Gelenekselden Dijitale Reklam Mecraları, Ed. Ömer Çakın, ss. 199-240.

Frolov, İ. (1991). Felsefe Sözlüğü, Çev. A. Çalışlar, İstanbul: Cem Yayınevi.

Greenbaum, P. (1992). "The Lawnmower Man, Film and Video, Volume: 9, Number: 3, pp. 58-62.

Güzel, M. (2015). "Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramları", FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi), Sayı: 19, ss. 65-84.

Hançerlioğlu, O. (1993). Felsefe Ansiklopedisi Cilt – 2 (E-I), İstanbul: Remzi Yayınları.

Hanes, M. (1996). "Paul Virilio and the Articulation of Post-Reality", Human Studies, Volume: 19, Issue: 2, pp. 185-197.

Jaspers, K. (1997). Felsefe Nedir?, Çev. İ.Z. Eyüboğlu, İstanbul: Say Yayınları.

Kaya, M. (2013). "Platon'un Ruh Kuramı", Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: XV, Sayı: 1, ss. 171-182.

Kaya Keha, M. (2016). "Modern Felsefenin Öncüleri: Descartes ve Bacon'da Yöntem Sorunu", Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 56, ss. 117-132.

Koç, E. (1994). "Görünüş ve Gerçeklik", Araştırma, Cilt: XV, ss. 235-243.

Maigret, E. (2014). Medya ve İletişim Sosyolojisi, Çev. H. Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.

Mazuryk, T. and Gervautz, M. (1996). Virtual Reality: History, Applications, Technology and Future Technical Report. Vienna: Institute of Computer Graphics, Vienna University of Technology.

Mutlu, E. (2004). İletişim Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Özlem, D. (2013). Felsefe ve Doğa Bilimleri, İstanbul: Notos Kitap.

Pennington, R. (2001), "Signs of Marketing in Virtual Reality," Journal of Interactive Advertising, Volume: 2, Number: 1, pp. 33-43.

Politzer, G. (2013). Felsefenin Temel İlkeleri, Çev. M.İ. Erdost, Ankara: Sol Yayınları.

Ranciére, J. (2008). Görüntülerin Yazgısı, Çev. A.U. Kılıç, İstanbul: Versus Kitap.

Rescher, N. (2010). Reality and Its Appearance, London: Continuum Books.

Rigel, N. (2005). Rüya Körleşmesi, İstanbul: DER Yayınları.

Rigel, N. (2006). Sunuş, içinde Görmenin İktidarı, Yazar: Giovanni Sartori, İstanbul: Karakutu Yayınları.

Russell, B. (1972). Batı Felsefesi Tarihi 2 (Ortaçağ), Çev. M. Sencer, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Sartori, G. (2006). Görmenin İktidarı, Çev. G. Batuş ve B. Ulukan, İstanbul: Karakutu Yayınları.

Sezgin, E. (1992). "Descartes'ın Kuşkusu ve Oyunun Kuralları", içinde Felsefe Tartışmaları (12. Kitap), Yayın Yönetmeni: V. Hacıkadiroğlu, İstanbul: Panorama Yayınları, ss. 37-42.

Warburton, N. (2011). Felsefenin Kısa Tarihi, Çev. G. Ateşoğlu, İstanbul: Alfa Yayıncılık.

http://sozluk.gov.tr/; Erişim Tarihi: 18.07.2019

https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/real; Erişim Tarihi: 18.07.2019

http://www.scenariomagazine.com

http://www.medium.com

ON SEKİZİNCİ BÖLÜM - POST-DİJİTALİZM
Dijitalizmin Etkisinde İletişimde Dönüşüm: Post-Dijital Bir Seyir

*Tuğba DEMİR**

Giriş

Teknolojik gelişmeler ışığında ortaya çıkan dijital süreç, birçok açıdan başkalaşmış bir düzende yaşadığımıza dair önemli göstergelere sahiptir. Teknolojinin sınırlarını üst düzeyde geliştirerek ortaya çıkardığı dijital paralel evrenin alternatifli kanalları, geleneksel tartışma konularının ifade biçimlerinde köklü bir mekânsal değişiklik meydana getirmiştir. Dijital teknolojilerin etkisinin hızla yayılmasıyla dünya, dijitalleşme adı altında farklı bir süreç yaşamaya başlamış ve yeni düzenine geçişini gerçekleştirmiştir. Oysa ki, yenidünya kavramı, ilk defa on beşinci yüzyılın sonlarında Avrupalılar tarafından kullanılmaya başlanmış olup; Amerika kıtasını kast etmekteydi. Avrupalılar için, Amerika'nın bulunduğu yer 'yeni bir dünya' demekti. Önceleri nesnel anlamda yeni keşfedilmiş bir toprak parçasını anlatmak için kullanılan bu yön bildiren ifade, zamanla, teknolojik gelişmeler sonucu oluşan endüstri devriminin dünyayı modernleştirmesi, değiştirmesi, geliştirmesi ve sonuç olarak yenileştirmesi anlamında kullanılagelmiştir. Yaşanan tüm süreçlerin en son durağını, dijital uygulamalardan beslenerek kendisini geliştirme fırsatı yakalayan dijitalizm kavramıyla ifade etmek mümkündür. Marshall Mcluhan'ın "küresel köy" tasvirinin tam

* Öğretim Görevlisi, İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, tugbademirim@gmail.com

lenebilir. Post-dijital dünyada, fiziksel sınırların belirgin bir önemi kalmamıştır ve dünya coğrafyası kendisini zaman ve mekandan bağımsız olarak dijital bir nüshada birleştirmiştir.

Kaynakça

Aghaei, S., et.al. (2012). "Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to Web 4.0. International Journal of Web", Semantic Technology, (IJWesT), Volume:3, Number: 1, (3/1), pp. 1-10.

Artut,S. (2014). Teknoloji İnsan Birlikteliği, İstanbul:Ayrıntı Yayınları.

Akdoğan, I. (2014). Dijital Politik Fantaziler, İstanbul: İletişim Yayınları.

Aksu,H. (2018). Dijitopya, İstanbul: Pusula Yayınları.

Banger, G. (2018). Endüstri 4.0 Ekstra, Ankara: Dorlion Yayınları.

Basalla, G. (2013). Teknolojinin Evrimi, Çev. Cem Soydemir, İstanbul: DoğuBatı Yayınları.

Binatlı, C. (2001). "Yeni Teknolojiler ve Kitabın Geleceği Hakkında Birkaç Söz", içinde İletişim ve Teknoloji, Ed:Zeliha Hepkon, Kırmızıkedi Yayınları:İstanbul, ss.13-20.

Canan, S. ve Acungil, M. (2018). Dijital Gelecekte İnsan Kalmak, İstanbul:Tuti Kitap Yayıncılık.

Castells, M. (2013). Ağ Toplumunun Yükselişi, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Cooper, S. (2002). Techno Culture and Critical Theory, New York: Routledge Press.

Creeber, G. and Martin, R. (2009). Digital Cultures Understanding New Media, NewYork: Open University Press .

Demir, T. (2018). "Reklamda Teknoloji Teması ve Yapı Kredi Örneği", 1. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Tam Metin Kitabı, E-Kitap, 2/1. 1193-1201.

Deuze, M. (2005). "Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principle Components of a Digital Culture", The İnformation Society, Volume: 22, Number: 2, pp.63-75.

Elias, H. (2012). Post-Web The Continuous Geography of Digital Media, Portugal: Formal Press Publishing House.

Ercan, S. (2019), Dijitalizm, İstanbul: Motto Yayınları.

Erden, L. (28.06.2018). https://twitter.com/leventerden/status/1012377774684725-6578; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Fırıncıoğulları, S. (2017). Alvin Toffler Bilişim Toplumu Hız ve Geçiciliğin Çağı, Ankara: Gece Kitaplığı.

Ford, M. (2018). Robotların Yükselişi, Çev. Cem Duran, İstanbul: Kronik Yayınları.

Gere, C. (2008). Digital Culture, Great Britain: Reaktion Press.

Giddens, A. (2010). Modernite ve Bireysel Kimlik, Çev. Ümit Tatlıcan, Say Yayınları: İstanbul.

Gilbert, J. (2012). Antikapitalizm ve Kültür, Çev. Tuğba Sağlam, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Guilbeault, D. (2018). "Digital Marketing In The Disinformation Age", Journal of International Affairs, Special Issue, Volume: 71, Number. 1.5, pp. 33-42.

Greengard, S. (2017). Nesnelerin İnterneti, Çev. Müge Çavdar, İstanbul: Optimist Yayınları.

Güzelcik Ural, E. (2011). "Teknolojinin Etkileri ve Halkla İlişkiler: Eleştirel Bir Yaklaşım", İletişim ve Teknoloji, Ed: Zeliha Hepkon, Kırmızıkedi Yayınları: İstanbul, ss. 50-82.

Harari, Y. N. (2018). 21.Yüzyıl İçin 21 Ders, Çev. Selin Siral, İstanbul: Kolektif Kitap Yayınları.

Heep, A. (2015). Medyatikleşen Kültürler, Çev. Çiğdem Bozdağ ve Elif Posos Devrani, Ankara: Dipnot Yayınları.

Independent, https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/saudi-arabia-robotsophia-citizenship-android-riyadh-citizen-passport-future-a8021601.html 26.10.2017; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Interbrand, https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/download/; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Jenkinks, H. (2014). "Fiske Neden Hala Önemli", Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, İletişim Çalışmalarına Giriş. Ed. John Fiske, Ankara: Pharmakon Yayınları, ss. 13-53.

Ketenci, H. F. ve Bilgili, C. (2006). Görsel İletişim Grafik Tasarımı, İstanbul: Beta Yayınları.

Kurzweil, R. (2018). İnsanlık 2.0, Çev. Mine Şengel, İstanbul: Alfa Yayınları.

Lister, M., et.al. (2009). New Media: A Critical Introduction. USA: Routledge.

Liu,Y. and Shrum, L.J. (2005). "Rethinking Interactivity: What It Means and Why It May Not Always Be Beneficial", Advertising, Promotion And New Media, Eds. Marla R Stafford and Ronald J.Faber, NewYork: M.E. Sharpe Publishers, pp. 103-124.

Tredinnick, L. (2008). Digital Information Culture: The Individual And Society in the Digital Age, Oxford: Chandos Publishing.

Manovich, L. (2001). The Language of New Media, Cambridge:The MIT Press.

Medium, https://medium.com/@iscep/fiber-%C3%B6ld%C3%BC-ya%C5%9-Fas%C4%B1n-lazer-in ternet-a1475514feb; Erişim Tarihi:19.01.2019.

Neuman, R. (2018). Dijital Fark, Çev. Gökçe Metin, İstanbul: The Kitap Yayıncılık.

Ocha,https://www.unocha.org/story/us219-billion-needed-2019-averagelengthhumanitarian -crises-climbs; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

O'Reilly, T. (2009). "Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software", içinde What is Web 2.0, Ed. Tim O'Reilly, USA: O'Reilly Media, pp.17-37.

Oxford Living Dictionaries, https://en.oxforddictionaries.com/definition/digital; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Özdoğan, O. (2018). Endüstri 4.0, İstanbul: Pusula Yayınları.

Palfrey, J. ve Gasser, U. (2017). Doğuştan Dijital, Çev. Nagihan Aydın, İstanbul: İKÜ Yayınevi.

Pasquinelli, M. (2008). Animal Spirits:A Bestiary Of The Commons, Rotterdam: NAi Publishers.

Peters, M. ve Bulut, E. (2014). "Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek", Çev. Barış Yıldırım, Bilişsel Kapitalizm. Ed. Michael Peters ve Ergin Bulut, Ankara: Notabene, ss. 31-50.

Rab, A. (2007). Digital Culture - Digitalised Culture and Culture Created on A Digital Platform Information, Budapest: Coursebook Press.

Ritzer, G. (2016). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, Çev. Funda Payzın, İstanbul:Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2017). Toplumun McDonaldlaştırılması, Çev. Akın Emre Pilgir, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Schwab, K. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimi, Çev. Zülfü Dicleli, İstanbul: Optimist Yayınları.

Stevenson, N. (2008). Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi, Çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy, Ankara:Ütopya Yayınları.

Kocabay Şener, N. (2016). İletişimin Tekno Sosyolojisi, Kocaeli:Volga Yayıncılık.

Taşdelen, V. (2016). "İnsan Açısından Teknoloji", Hece Dergisi- 32. Özel Sayısı, ss. 38-44.

The Guardian, https://www.theguardian.com/science/2018/nov/26/misinformation-word-of-the-year-dictionarycom; Erişim Tarihi:19.01.2019.

The Guardian, https://www.theguardian.com/business/2019/jan/21/world-26-richest-people-own-as-much-as-poorest-50-per-cent-oxfam-report; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

The Times, https://www.thetimes.co.uk/article/technology-makes-us-lonely-says-minister tracey-crouch-60lr578d2; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Timisi, N. (2005). "Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Toplum ve Kimlik Alanlarına Girişi", içinde İnternet, Toplum, Kültür, Eds. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay, İstanbul: Epos Yayınları, ss. 89-105.

Türk Dil Kurumu, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c4cf411efdea9.87976919; Erişim Tarihi: 19.01.2019.

Unhrc, https://www.unhcr.org/globaltrends2017/; Erişim Tarihi:19.01.2019.

We Are Social, https://digitalreport.wearesocial.com/download; Erişim Tarihi: 21.01.2019.

Yağlı, F. (2014). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Bir Dünya Tarasımı: Ütopyan ve Distopyan Düşüncede Gündelik Hayatın Dönüşümü", Dijital Panorama. Ed. Beril Akıncı Vural, Ankara: Ütopya Yayınları, ss. 27-81.

Yaylagül, L. (2014). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Ankara: Dipnot Yayınları.

Yengin, D. (2012). "Sosyal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu: WhatsApp Uygulaması", içinde Sosyal Medya-Akademi, Ed. Tolga Kara ve Ebru Özgen, İstanbul: Beta Yayınları, ss. 345-364.

Yengin, D. (2015). "Teknoloji, Tekniyum ve Nesnelerin İnterneti", Sosyal Medya Araştırmaları, Ed. Deniz Yengin, Ankara: Paloma Yayınları, ss. 185-209.

ON DOKUZUNCU BÖLÜM - POST-HÜMANİZM
Peki ya İnsanın Ötesi?

Deniz YAMAN[*]
Halil İbrahim ZENGİN[**]

Giriş

16. yüzyıl Avrupası'nda filizlenen ve gelişen, yöntem ve felsefesini Eskiçağ metinlerinden alan ve insanı tüm araştırmaların merkezinde konumlandıran hümanizm, insandaki temel niteliklerin geliştirilmesini amaç edinen zihni ve felsefi akımların tümü olarak bilinmektedir. İnsan aklını, etik ve adalet kavramlarını temel alan, batıl inanışları ve metafizik olanı yadsıyan bir dünya görüşü olan hümanizm, felsefede ve pratikte insani değerlere odaklanan bir akım olma özelliği taşımaktadır. İnsanı her şeyin ölçüsü ve en yüce değer olarak kabul eden, hadiseleri ve doğa olaylarını metafiziğe başvurmadan ussal bir zeminde açıklamaya çalışan bu akım, Rönesans ve sonrası dönemlerde büyük bir etki ve yankı uyandırmıştır. Dijital devrimin yaşanması ve teknolojinin büyük bir hızla gelişmeye devam etmesi, insan-makine arasındaki etkileşimin had safhaya yükselmesi ve teknolojinin ''Dijital Çağ'' olarak da nitelendirilen 21. yüzyılda insanların bir uzvu haline gelmesi durumu, hümanizm kavramına ek olarak transhümanizm ve post-hümanizm

[*] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, dnzzyaman@gmail.com.
[**] Öğretim Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun Meslek Yüksekokulu, halil.zengin@omu.edu.tr.

teknolojilerin insan yaşamına olan katkısı, insanın hayatını kolaylaştıran yapısı bu vazgeçilmez oluşun en büyük etkilerindendir. Fakat bu pozitif etkilerle insan hayatına dahil edilen giyilebilir teknolojiler, bir noktada mahremiyet ihlallerinin oluşabileceği bir güvenlik sorununu da meydana getirebilmektedir. Kişilerin özel bilgilerinin kaydedilmesi ve takibi, bu bilgilere üçüncü şahısların ulaşabilmesi durumunda bireyin mahremiyetine bir saldırı hususunu gündeme getirmektedir. Sağlık, eğitim vb. sektörlerde yaygın olarak kullanılmaya başlayan bu teknolojik aygıtların, kişisel verilerin gizliliği ve korunabilirliği noktasında gerekli güvenlik önlemlerini sağlayıp sağlayamayacağı günümüzde hala sıcaklığını koruyan tartışmaların başında gelmektedir.

Teknolojinin gücünden faydalanarak kendi bedeninin sınırlarını aşmayı başaran insanın bir sonraki hedefinin ise ölümsüzlüğü elde etme gayesi olduğunu tahmin etmek hiç de zor olmasa gerek. İnsanın, içerisinde bulunduğu bu ontolojik savaşta galip gelme hırsı, nanoteknoloji, bilgi teknolojileri vb. bilim alanlarındaki muazzam gelişimin en önemli tetikleyicisi olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Kaynakça

Alanka, Ö. (2015) ''Medyalaştırılmış Bedenler ve Varlıkbilimsel Açılımları'', Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 2, ss. 111-120.

Avcı, M. (2012). ''T. More'un Ütopya'sındaki Din Anlayışının Eleştirisi'', Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 38, ss. 379-392.

Aytekin, H. (2013). Türkiye'de Toplumsal Değişme ve Belgesel Sinema. Yayınlanmamış Doktora tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.

Bilgen, H. (2014, 10 Aralık). Biyoteknoloji ve İnsan Hakları: Transhümanizm Hukuk Alanına Nasıl Girdi?. https://www.medikalakademi.com.tr/biyoteknoloji-ve-insan-haklari-transhuemanizm-hukuk-alanina-nasil-girdi/; Erişim Tarihi: 11.12.2018.

Badiou, A. (2010). Yüzyıl, Çev. Işık Ergüden, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Baldwin, T. (2007). ''Humanism Debate'', içinde The Oxford Handbook of Continental Philosophy, Eds. Brian Leiter & Michael Rosen, Chapter 19, New York: Oxford University Press, pp. 671-672.

Baudrillard, J. (2013). Simülakrlar ve Simülasyon, Çev: Oğuz Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bolter, J. D. (2016). Posthumanism. Eds. Klaus Bruhn Jensen and Robert T. Craig, içinde The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy, pp. 1-8.

Bostancı, E. (2015). "Medikal Alanda Kullanılan Giyilebilir Teknolojiler: Uygulamalar, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri", Tıp Teknolojileri Ulusal Kongresi, Muğla, ss. 549-552.

Bostrom, N. (2005). ''A History of Transhumanist Thought'', Journal of Evolution & Technology, Volume: 14, Number: 1, pp. 1-25.

Braidotti, R., ''Critical Posthumanism and Planetary Futures'', in Posthuman Critical Theory, Eds. Debashis Banerji and M. R. Paranjape, Springer, Germany 2016, pp. 13-32.

Çelik, E. E. (2017) ''İnsan ve Sonrası'', Felsefi Düşün Akademik Felsefe Dergisi, Sayı: 9, ss. 1-15.

Çomak, H. (2016). Trans/Posthumanist Themes in Amerıcan Science Fiction Novels. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

Dağ, A. (2018). ''Sinema ve Romanda Transhümanizm: "Blade Runner" Filmi ve "Neuromancer" Roman Örneği'', Rumeli DE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı: 11, ss. 89-98.

Demir, A. (2018). '' Ölümsüzlük ve Yapay Zekâ Bağlamında Trans-hümanizm'', Online Academic Journal of Information Technology, Cilt: 9, Sayı: 30, ss. 95-104.

Eldem, A. ve Eldem, H. (2015). Sanal Gerçeklik Uygulanan Giyilebilir Teknolojiler, ISITES2015 Valencia: Akademik Platform, ss. 1924-1930.

Erdem, A. ve Söğüt, E. (2017). "Günümüzün Vazgeçilmez Sistemleri: Nesnelerin Haberleşmesi ve Kullanılan Teknolojiler", Akademik Bilişim Konferansları. Aksaray: Aksaray Üniversitesi.

Haraway, D. (2006). Siborg Manifestosu. Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Agora Kitaplığı.

Korkmaz, Ö. (2001). ''Dante Alighieri Yaşamı ve Eserleri''. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 2, ss. 46-93.

Kuçlu, E. (2010). Mıchel Foucault'da İnsan Sorunu ve Sosyal Bilimler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Kumar, K. (2006). Modern Zamanlarda Ütopya ve Karşı Ütopya, Çev. Ali Galip, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Özgüner Kılıç, H. (2017, Kasım). "Giyilebilir Teknoloji Ürünleri Pazarı ve Kullanım Alanları", Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 4, ss. 99-112.

Peldek, S. (2016)." Giyilebilir Bilgisayarlar; Kullanılan Teknolojiler, Karşılaşılan Zorluklar", XVIII. Akademik Bilişim Konferansı. Aydın.

Sankai, Y., Suzuki, K. and Hasegawa, Y. (2014). Cybernics Fusion of Human, Machine and Information Systems. Tokyo: Springer.

Saygın, A. (23.10.2016). Petrarca'nın Hümanizmine Giriş. https://www.academia.edu /29366279/Petrarcan%C4%B1n_H%C3%BCmanizmine_Giri%C5%9F_Alk%C4%B1m_Sayg%C4%B1n_academia.edu_23.10.2016 (Erişim Tarihi: 16.06.2019).

Sharon, T. (2014). Human Nature in an Age of Biotechnology. Netherlands: Springer Netherlands.

Sönmez Çakır, F., Aytekin, A. ve Tüminçin, F. (2018). "Nesnelerin İnterneti Ve Giyilebilir Teknolojiler. Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi", Cilt: 4, Sayı: 5, ss. 84-95.

Sönmez, B. İ. (2019). www.dunyahalleri.com, https://www.dunyahalleri.com/yuval-noah-harari-insanlar-makinelerle-birlesmenin-esiginde/; Erişim Tarihi: 15.07.2019.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı (2012). Bilişim Teknolojisi. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.

Ülkebaş, D. (2010). "To Have Done with the Judgment Of God: The New Flesh", in Posthumanity: Merger & Embodiment, Eds. Adam W. Ruch & Ewan Kirkland, UK: Inter-Disciplinary Press, pp. 101-111.

Valera, L. (2014). '' Posthumanısm: Beyond Humanısm?'', Cuad Bioet, Volume:25, Number: 85, pp. 481-491.

Waters, B. (2006). From Human to Posthuman. USA: Ashgate Publishing Limited.

Wells, R. H. (2005). Shakespeare's Humanism, UK: Cambridge University Press.

http://www.cevirigazetesi.org. (2018, Haziran 10). Bu Teknoloji Şirketinin Çalışanlarına Artık Mikroçip İmplantlar Takılıyor. 12 2018 tarihinde http://www.cevirigazetesi.org: http://www.cevirigazetesi.org/bu-teknoloji-sirketinin-calisanlarina-artik-mikrocip-implantlar-takiliyor/ adresinden alındı.

http://www.gazetebilkent.com/. (2016, Aralık 18). Karşınızda sanatçı bir cyborg: Neil Harbisson. 12 2018 tarihinde http://www.gazetebilkent.com/: http://www.gazetebilkent.com /2016/12/18/karsinizda-sanatci-bir-cyborg-neil-harbisson/ adresinden alındı.

YİRMİNCİ BÖLÜM - POST-KİMLİK
Yeni Bir Kimlik Tanımından, Post-Kimliğin Alametifarikasına

M. Elif GÜRSES[*]
Sena ŞAHİN[**]

Giriş

Kimlik kavramı uzunca bir zamandır tanımlanmaya çalışılan, ancak net ve kesin bir çizgisi olmadığı için tek bir tanıma indirgenememiş kavramlardan biridir. Kimlik kavramının bu benzersiz yapısı tüm sosyal bilimler açısından bir kesişme noktası haline gelmesine neden olmuştur. Siyasal bilimlerden sosyoloji, psikoloji, antropoloji, tarih, felsefe, edebiyat ve iletişim bilimlerine kadar tüm sosyal bilimler kendi bakış açılarıyla kimliği ele alarak tanımlamaya çalışmışlardır. Aynı zamanda kimliğin benzersiz ''öz'' yapısına, değişen zaman ve küreselleşme de eklenince kimlik; eskisine göre çok daha karmaşık bir hal almıştır.

İçinde bulunduğumuz post-modern çağ ile birlikte, diğer pek çok şey gibi kimlik de değişime uğramış; tarihi boyunca görülmemiş bir çeşitliliğe ve eklemlenen yapıya evrilmiştir. Kimliğin aldığı bu yeni hal hiç şüphesiz, değişen dünya düzeni ve dijitalleşen iletişimden ayrı düşünülemez. Bu nedenle post-kimlik kavramını ele alırken, onun zaman içerisinde geçirdiği evrimi incelemek ve bu

[*] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, m.elifgurses@gmail.com
[**] Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, s.shin935@gmail.com

olmak, ''görünür'' olmaktan geçer. Artık insan yalnızca gösterdiğidir; görünür olduğu kadar vardır.

Kaynakça

Baudrillard, J. (1998). Simülakrlar ve Simülasyon, Ankara: Doğu Batı.

Bauman, Z. (1996). ''From Pilgrim to Tourist-or a Short History of Identity'', in Questions of Cultural Identity, Stuart Hall, Paul Du Gay, London: Sage Publications, pp. 18-36.

Bauman, Z. (2005). Bireyselleşmiş Toplum, Çev. Yavuz Alogan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Butler, J. (2008). Cinsiyet Belası, Çev. B. Ertür, İstanbul: Metis Yayıncılık.

Castells, M. (2006). Kimliğin Gücü / Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 2, Çev. E. Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Connolly, W. (1995). Kimlik ve Farklılık, Çev. F. Lekesizalın, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Deleuze, G. ve Guattari, F. (1987). A Thousand Plateaus, London: University of Minnesota Press.

Demir, M. (2015). Bergson-Deleuze Karşılaşması: Virtüelin Materyalizmi, Divan Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi, Cilt: 20, Sayı: 39, ss. 57-101.

Han, B. (2017). Şeffaflık Toplumu, Çev. H. Barışcan, İstanbul: Metis Yayınları.

Harvey, D. (1997). Postmodernliğin Durumu, Çev. S. Savran, İstanbul: Metis Yayınları.

Horkheımer, M. (1986). Akıl Tutulması, Çev. O. Koçak, İstanbul: Metis.

Jenkins, R. (2016). Bir Kavramın Anatomisi: Sosyal Kimlik, Çev. G. Bostancı, İstanbul: Everest Yayınları.

Kellner, D. ve Best, S. (1998). Postmodern Teori, Çev. M. Küçük, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kellner, D. (2001). Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası, Çev. G. Seçkin, Doğu-Batı Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 15, ss. 187-219.

Lyotard, J.F. (2013). Postmodern Durum, Çev. İ. Birkan, Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

Morley, D. ve Robins, K. (1997). Kimlik Mekanları, Çev. E. Zeybekoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Petitfils, B. (2015). Parallels and Responses to Curricular Innovation: The Possibilities of Posthumanistic Education, New York: Routledge.

Pettman, D. (2017). Sonsuz Dikkat Dağınıklığı: Gündelik Yaşamda Sosyal Medyaya Odaklanmak, Çev. Y. Çetin, İstanbul: Sel Yayıncılık.

Sarup, M. (2010). Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm, Çev. A. Güçlü, İstanbul: Kırık Gece Yayınları.

Uluç, G. ve Süslü, B. (2017). "Kültürel Karşılaşmalar: Melez Müzikler", The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, Volume: 7, Number:7, pp. 475-487.

Varol, S. (2014). "Medyada Yer Alan Temsillerin Kimlik Edinme Sürecindeki Rolü", International Journal of Social Science, Number: 26, pp. 301-313.

YİRMİ BİRİNCİ BÖLÜM - POST-REKLAMCILIK
Bildiğiniz Bütün Kuralları Unutun! Şimdi Moda Post-Reklamcılık

Cansu MAYADAĞLI*

"İnsanlar reklamları okumaz. İnsanlar ilgilerini çeken şeyleri okur. Ve bu bazen bir reklam olur."
Howard Gossage

Giriş

1980'li yıllarda uydu yayınlarının hayatımıza girmesi ve 2000'li yıllarda internetin insanların yaşamında önemli bir yer kaplamaya başlaması, izleyicilerin medyayı alımlamalarına yönelik tüm tercihlerinde kalıcı değişiklikler yaratmıştır (Tungate, 2008: 253). Bir başka deyişle, yeni teknolojideki bu tarz gelişmeler "*medya parçalanması (media fragmentation)*" durumunu ortaya çıkartmıştır (Rust ve Oliver, 1994: 71). Böylece televizyonun 1960'lı yıllardan beri medya mesajlarını en güçlü şekilde ve tek başına ileten rolü de zayıflamaya başlamıştır (Cappo, 2005: 239).

Yeni medya teknolojilerinin giderek güç kazanması, "*pazarların parçalanması (markets fragmentation)*" sonucunu da beraberinde getirdiğinden, medyada ve pazarda yaşanan bu parçalanmalar, markaların medya üzerinden reklam mesajlarının izleyiciye iletimini zorlaştırmıştır (Rust ve Oliver, 1994: 71). Aynı zamanda izleyici medya karşısında edilgen bir halden etken bir hale evrilmiştir (Dyck, 2017:4 5; Penpece, 2013: 21). Daha ayrıntılı bir şekilde açıklanmak istenirse, yeni medya teknolojilerinin gelişiminin tüketim

* Araştırma Görevlisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, cansu.mayadagli@omu.edu.tr

Kaynakça

Aktaş, H. ve Zengin, M. (2010). "DAGMAR Modeli: Deterjan Reklamları Örneğinde Görsel Bir Çözümleme", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (24), ss. 31-43.

Aktuğlu, I. K. (2006). "Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam etiği", Küresel İletişim Dergisi, 2, ss. 1-20.

Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2002). Modern pazarlama. İstanbul: Değişim Yayınları.

Barry, T. E., and Howard, D. J. (1990). "A Review and Critique of the Hierarchy of Effects in Advertising", International Journal of Advertising, Volume: 9, Number: 2, pp. 121-135.

Batı, U. (2016). "Viral Marka Yönetimi ve Dijitalleşen Markalar", içinde Marka İletişimi Tasarımı ve Uygulamaları, Ed. A.Z. Özgür, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, ss.145-177.

Beck, N., ve Rygl, D. (2015). "Categorization of Multiple Channel Retailing in Multi-, Cross-, and Omni-Channel Retailing for Retailers and Retailing". Journal of Retailing and Consumer Services, 27, pp. 170-178.

Bilbil, E. K., ve Güler, Ş. (2017). "Dijital Ortamda Kurumsal İtibar Yönetimi ve Viral Uygulamalar İlişkisi", Global Media Journal TR Edition, Cilt: 7, Sayı: 14, ss. 379-402.

Bruce, D., ve Harvey, D. (2010). Marka Bilmecesi, Çev. A. Özer, İstanbul: Türkiye İş Bankası.

Cappo, J. (2005). Reklamcılığın Geleceği: Post-Televizyon Çağında Yeni Mecralar, Yeni Müşteriler, Yeni Tüketiciler, Çev. F. Yalım, İstanbul: Mediacat.

Clow, K.E., and Baack, D. (2018). Integrated Advertising, Promotion and Marketing Communications. United Kingdom: Pearson Education.

Çelik, M. (2017). "Claude C. Hopkins: Bilimsel Reklamcılığın Doğuşu", içinde Reklam Ustaları- 1, Eds. Müge Elden ve Uğur Bakır, Ankara: Detay, ss.25-58.

Dağtaş, B. (2003). Reklamı okumak, Ankara: Ütopya.

Deery, J. (2012). "Commercial Participation: Post-advertising", in Consuming Reality: The Commercialization of Factual Entertainment New York: Palgrave Macmillan, pp.13-43.

Delgado-Ballester, E. and Luis Munuera-Alemán, J. (2005). "Does Brand Trust Matter to Brand Equity?", Journal of Product & Brand Management, Volume: 14, Number: 3, pp. 187-196.

Dietrich, G. (2016). Dürüstlük Çağı: Dijital Dünyada İletişim & İtibar Yönetimi, Çev. B. Adıyaman Çalışkan, İstanbul: The Kitap.

Dirsehan, T. (2010). Örneklerle Deneyimsel Pazarlama. İstanbul: İkinci Adam Yayınları.

Dutka, S. (2000). DAGMAR Ölçülür Reklam Sonuçları İçin Reklam Hedeflerini Tanımlamak, Çev. H. Mesci, İstanbul: Reklamcılık Vakfı Yayınları.

Dyck, F. V. (2017). Yeni Nesil Reklamcılık: Dijital Çağ İçin Yeni Kurallar, Çev. V. Eke, İstanbul: The Kitap.

Einstein, M. (2018). Dijital Reklamın Gizli Dünyası: İçerik Pazarlaması ve Doğal Görünen Reklamlar, Çev. D. Tanla, İstanbul: The Kitap.

Elden, M. (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say.

Elimeliah, C. (2018,19 Kasım). Welcome to the 'post advertising age'. Campaign US. https://www.campaignlive.com/article/2019-welcome-post-advertising-age/1521627 adresinden erişilmiştir.

Erdem, M.N. (2017a). "Dijital Çağda Kültür, Yeni Tüketici Kapitalizmi ve Reklam Anlatısı", içinde 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Bildiriler Kitabı, Eds. G. Öztürk ve İ. Eken, Ankara: Nobel, ss. 247-259.

Erdem, M.N. (2017b). "Narrative 3.0: Generating of User Integrated Narrative", in Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age, Ed. R. Yilmaz, PA, USA: IGI-Global, pp. 97-116.

Gardner, B.B. and Levy, S.J. (1955). "The Product and the Brand", Harvard Business Review, Volume: 33, Number: 2, pp. 33-39.

Gladwell, M. (2017). The Tipping Point: Küçük Şeyler Nasıl Büyük Farklar Yaratır, Çev. N. Özata, İstanbul: Mediacat.

Gürbüz, A., Kılıç İ. and Yeğin, T. (2016). "Effects of Remarketing Implementations on Consumers' Behaviour", International Journal of Research in Management, Economics and Commerce, Volume: 6, Number: 7, pp. 36-45.

Grant, J. (2004). Post-İmaj Devri: Pazarlamada İmaj Çağından Akıl Çağına Geçiş, Çev. D. Tayanç, İstanbul: Mediacat.

Handley, A. ve Chapman, C.C. (2017). Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları, Çev. Z. Kökkaya, İstanbul: Mediacat.

Hopkins, C.H. (1996). Reklamcılık Yaşantım & Bilimsel Reklamcılık, Çev. M.K. Gerçeker, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Holt, D.B. (2006). İkon Markalar: Marka Kültürünün İlkeleri, Çev. S. Kaçamak, İstanbul: Mediacat.

Hübner, A., Wollenburg, J. and Holzapfel, A. (2016). "Retail Logistics in the Transition from Multi-Channel to Omni-Channel", International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Volume: 46, Number: 6/7, pp. 562-583.

Jaffe, J. (2010). Flip the Funnel: How to Use Existing Customers to Gain New Ones. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.

Jenkins, H. (2010). "Transmedia Storytelling and Entertainment: An Annotated Syllabus", Continuum: Journal of Media & Cultural Studies , Volume: 24, Number: 6, pp. 943-958.

Juaneda-Ayensa, E., Mosquera, A. and Sierra Murillo, Y. (2016). "Omnichannel Customer Behavior: Key Drivers of Technology Acceptance and Use and Their Effects on Purchase İntention", Frontiers in Psychology, Number: 7, pp. 1-11.

İnam, Ö. (2002). "Reklamlara Yönelik Tepkilerin Ölçülmesinde Kullanılan Modeller", Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 19, ss. 199-208.

Kaser, K. (2013). Advertising & Sales promotion. Mason, USA: South- Western Cengage Learning.

Kazançoğlu, İ., Ventura, K. ve Aktepe, Ç. (2017). "Perakendecilikte Omni-Kanal Uygulamaları: Lojistik Faaliyetlere İlişkin Zorluklar Ve Engeller", International Journal of Economic and Administrative Studies, Sayı: 16, ss. 219-236.

Kelly, J. (2018). The role of a branding agency in the post-advertising age. YoungShand. https://youngshand.com/articles/the-role-of-a-branding-agency-in-the-post-advertising-age adresinden erişilmiştir.

Kelly, L. (2007). Beyond Buzz: The Next Generation of Word-of-Mouth Marketing, United States of America: Amacom Books.

Kirby, J. (2006). "Viral Marketing", in Connected Marketing: The Viral, Buzz and Word of Mouth Revolution, Eds. J Kirby and P. Marsden, Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 87-106.

Konuk, G. (2014). Deneyimsel Pazarlamanın Doğuşu. Ed. G. Yüksek, içinde Deneyimsel Pazarlama, Ankara: Detay, ss.5-28.

Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2010). Pazarlama 3.0, Çev. K. Dündar, İstanbul: Optimist.

Kotler, P., Kartajaya, H ve Setiawan, I. (2018). Pazarlama 4.0: Gelenekselden Dijitale Geçiş, Çev. N. Özata, İstanbul: Optimist.

Kotler, P. and Keller, K.L. (2009). Marketing Management, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Köse, G.D. (2017). "David Ogilvy: 'Satarız ya da Satarız'", M. Elden ve U. Bakır, içinde Reklam Ustaları - 1 , Ankara: Detay, ss.291-321.

Kuş, O. (2016). İçerik Pazarlama: Dijital Dünyada Marka Ve Hikaye Yaratma Stratejileri. İstanbul: Pales.

Lazaris, C. and Vrechopoulos, A. (2014). "From Multi-Channel to "Omnichannel" Retailing: Review of the Literature and Calls for Research", in 2nd International Conference on Contemporary Marketing Issues, pp. 18-20.

Lee, M. and Johnson, C. (2009). Principles of Advertising: A Global Perspective. Madison Ave, New York: Routledge.

Leiss, W., et.al. (2005). Social Communication in Advertising: Consumption in the Mediated Marketplace, New York: Routledge.

Leiss, W., et.al. (2018). Social Communication in Advertising. New York: Routledge.

Levy, S. J. (1959). "Symbols for Sale", Harvard Business Review, Volume: 37, Number: 4, pp. 117-124.

Manser Payne, E., Peltier, J. W. and Barger, V. A. (2017). "Omni-Channel Marketing, Integrated Marketing Communications and Consumer Engage-

ment: A Research Agenda", Journal of Research in Interactive Marketing, Volume: 11, Number: 2, pp. 185-197.

McColl, D. and Legorburu, G. (2019). Hikaye Tasarımı: Yeni Reklamlar Değil, Yeni Dünyalar Yaratın, Çev. M. Benveniste, İstanbul: Mediacat.

McKee, R. and Gerace, T. (2018). Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World. New York: Hachette Book Group.

Miller, C. H. (2004). Digital storytelling: A Creator's Guide to Interactive Entertainment. USA: Focal Press.

Moriarty, S., Mitchell, N. and Wells, W. (2012). Advertising & IMC principles and practice. Harlow, England: Pearson.

Muniz, A. M. and O'Guinn, T. C. (2001). "Brand Community", Journal of Consumer Research, Volume: 27, Number: 4, pp. 412–432.

Nelson-Field, K. (2017). "Bu bir salgın", içinde Viral pazarlama: Paylaşım Bilimi, Ed. K. Nelson-Field, Çev. S. Arslanpay, İstanbul: The Kitap, ss.15-20.

Ogilvy, D. (1955). The image of the brand–a new approach to creative operations. [Reprinted by Courtesy of Ogilvy & Mather]. http://www.brandstrategygroup.de/texte/ogilvy_the-image-of-the-brand_1955.pdf adresinden erişilmiştir.

Pelsmacker, P.D., Geuens, M. and Bergh, J.V. (2013). Marketing Communications. Harlow: Pearson.

Penpece, D. (2013). Dijital içerik pazarlaması, Adana: Karahan.

Peppers, D. and Rogers, M. (2013). Müşteri ilişkileri yönetimi, Çev. P. Şengözer, İstanbul: Optimist.

Perry, W. (2008). Strategic Integrated Marketing Communications: Theory and Practice. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Pickton, D. and Broderick, A. (2005). Integrated Marketing Communications, Essex: Pearson.

Piotrowicz, W. and Cuthbertson, R. (2014). "Introduction to the Special Issue Information Technology in Retail: Toward Omnichannel Retailing", International Journal of Electronic Commerce, Volume: 18, Number: 4, pp. 5-16.

Pulizzi, J. and Barrett, N. (2009). Get Content Get Customers: Turn Prospects into Buyers with Content Marketing, USA: Mc Graw Hill.

Rangaswamy, A. and Van Bruggen, G. H. (2005). "Opportunities and Challenges in Multichannel Marketing: An Introduction to the Special Issue", Journal of Interactive Marketing, Volume: 19, Number: 2, pp. 5-11.

Ritzer, G. and Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'", Journal of Consumer Culture, Volume: 10, Number: 1, pp. 13-36.

Ritzer, G., Dean, P. and Jurgenson, N. (2012). "The Coming of Age of the Prosumer", American Behavioral Scientist, Volume: 56, Number: 4, pp. 379-398.

Rust, R. T. and Oliver, R. W. (1994). "The Death of Advertising", Journal of Advertising, Volume: 23, Number: 4, pp. 71-77.

Rusticus, S. (2007). "Creating Brand Advocates", in Connected Marketing the Viral, Buzz and Word of Mouth Revolution, Eds. J. Kirby, and P. Marsden, Oxford: Butterworth-Heinemann, pp.47-58.

Ryan, D and Jones, C. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, London and Philadelphia: Kogan Page.

Schmitt, B. (1999). "Experiential Marketing", Journal of Marketing Management, Volume: 15, Number: 1-3, pp. 53-67.

Schoenbachler, D. D. and Gordon, G. L. (2002). "Multi-Channel Shopping: Understanding What Drives Channel Choice", Journal of Consumer Marketing, Volume: 19, Number: 1, pp. 42-53.

Schorman, R. (2008). "Claude Hopkins, Earnest Calkins, Bissell Carpet Sweepers and the Birth of Modern Advertising", The Journal of the Gilded Age and Progressive Era, Volume: 7, Number: 2, pp. 181-219.

Scott, D. M. (2007). The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. New Jersey: John Wiley & Sons.

Selnes, F. (1998). "Antecedents and Consequences of Trust and Satisfaction in Buyer-Seller Relationships", European Journal of Marketing, Volume: 32, Number: 3/4, pp. 305–322.

Sharp, B. (2016). Markalar Nasıl Büyür?-1: Pazarlamacıların Bilmediği Şeyler, Çev. M. Telyar, İstanbul: The Kitap.

Silverman, G. (2007). Ağızdan Ağıza Pazarlama: Dünyanın En Güçlü Pazarlama Yöntemi, Çev. E. Orfanlı, İstanbul: Mediacat.

Simpson, J. (2015, 21 Eylül). "How to Tell Your Brand Story in the Post-Advertising Era". Econsultancy. https://econsultancy.com/how-to-tell-your-brand-story-in-the-post-advertising-era/ adresinden erişilmiştir.

Tasner, M. (2010). Marketing in the Moment: The Practical Guide to Using Web 3.0 Marketing to Reach Your Customers First. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Toffler, A. (1984). The third wave. New York: Bantam Books.

Tosun, N.B. (2014). Marka yönetimi. İstanbul: Beta.

Tungate, M. (2008). Reklamcılığın Global Tarihi, Çev. L. Göktem, İstanbul: Mediacat.

Verhoef, P. C., Kannan, P. K. and Inman, J. J. (2015). "From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing: İntroduction to The Special Issue on Multi-Channel Retailing", Journal of Retailing, Volume: 91, Number: 2, pp. 174-181.

What is Content Marketing? (t.y.). Content Marketing Institue. https://content-marketingi nstitute.com/what-is-content-marketing/ adresinden erişilmiştir.

Wijaya, B. S. (2012). "The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising". International Research Journal of Business Studies, Volume: 5, Number: 1, pp. 73-85.

Yılmaz, R. ve Erdem, M.N. (2016). 150 Soruda Geleneksel ve Dijital Reklamcılık. İstanbul: Umuttepe Yayınları.

Zynman, S. (2004). Bildiğimiz Reklamcılığın Sonu, Çev. F.C. Dansuk, İstanbul: Mediacat.

YİRMİ İKİNCİ BÖLÜM - POST-MARKALAMA
Post-Markalama Kartları Yeniden Dağıtıyor

*Yetkin BULUT**

Giriş

19. yüzyılın ortalarında büyük hayvan sürülerinin hayvan sahipleri tarafından başka hayvanlardan ayırt edilmesi için kullanılmaya e başlayan markalama süreci bugün ayırt etme özelliğinin ötesine geçmiş ve artık bireylerin yaşam statüsü haline gelmiştir. Bugün gelinen noktada markalaşma işletmecilik dünyasının en önem verdiği konulardan birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Daha çok üretme ve verimlilik anlayışı artık işletmeleri markalaşma çabalarına zorlamış ve bu doğrultuda işletmeleri strateji geliştirme ile karşı karşıya bırakmıştır.

Tüketiciler bir ürünü tercih ederken kalite, verimlilik gibi ölçütlerin yerine artık söz konusu ürünün marka olup olmaması ile ilgilenir hale gelmiştir. Bu anlamda marka kavramı da dönüşüm geçirmiş ve markanın hedef pazardaki tüketiciler tarafından nasıl algılandığı önem kazanmaya başlamıştır. Bu değişime işletmeler de kayıtsız kalmamış ve marka ile tüketiciler arasında daha kuvvetli bir bağ kurmak için iletişim çalışmalarına önem vermişlerdir. İnternetin ve teknolojinin de tüketicilerin hayatında önem kazanması ile beraber işletmeler hedef tüketicileri ile iletişim kurabilmek için farklı mecralara yatırım yapmak zorunda kalmışlardır.

* Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ybulut@omu.edu.tr

Dijital dünya markaların daha şeffaf haline gelmesine de neden olmuştur. Artık markalar kendileri ile ilgili herhangi bir bilgiyi tüketicilerinden saklamamaktadır. Bu doğrultuda oluşturulan endeksler aracılığı ile de kendi prestijlerini artırmayı amaçlamaktadır.

Markaların sadece kâr amaçlı olmaktan çıkması ve toplum ile ilgili sorunlara daha duyarlı olması, şeffaflığın artması tüketiciler nezdinde de kabul görmüştür. Toplumla iç içe olan ve topluma yatırım yapan markalar tüketiciler tarafından daha fazla talep edilmektedir. Sürdürülebilir marka başlığı altında dünyada markalar sıralamaya tabi tutulmakta ve markalar da bu sıralamadaki yerlerini, topluma olan katkılarını da pazarlama iletişimi çabalarında ön plana çıkarmaktadır.

Dijital mecraların bu kadar gündemde olması geleneksel mecraların önemini azalmış gibi bir algı olsa da başarılı markaların geleneksel ve dijital mecraları entegre ettiğini görmekteyiz. Dolayısı ile bir marka başarılı olmak istiyor ise hem geleneksel mecraları hem de dijitalleşmenin ortaya çıkaracağı mecraları aktif şekilde kullanması gerekmektedir.

Kaynakça

Aaker, D. (2009). Güçlü Markalar Yaratmak, Çev. Erdem Demir, İstanbul: Medicat Yayınları.

Babür Tosun, N. (2014). Marka Yönetimi, İstanbul: Beta Yayınları.

Banger, G. (2018). Endüstri 4.0 ve Akıllı İşletme, Ankara: Dorlion Yayınları.

Canbay, B. vd. (2009). Sıradışı Markalar, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Champniss, G. ve Vila Rodes, F. (2011). Değerli Marka Sosyal Anlamda Değerli Markalar, Sürdürülebilir Bir Geleceğin ve Başarının Anahtarını Nasıl Elinde Tutuyor?, Çev. Levent Göktem, İstanbul: Optimist Yayınları.

Cordata, J. W. (2011). Enformasyon ve Modern Şirket, Çev. Melis İnan, İstanbul: Optimist Yayınları.

Erdil, S. ve Uzun, Y. (2010), Marka Olmak, İstanbul: Beta Yayınları.

Karalar, R. (2006). Tüketici Davranışları, 1. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 1688, s.24.

Karalar, R. ve Kiracı, H. (2007). "Marka Değeri Bileşeni Olarak Marka Bağımlılığı: Kolalı İçecekler Üzerine Bir Araştırma", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:2, ss. 205-226.

Knapp, D. (2002). Marka Aklı, Ç. Azra Tuna Akartuna, İstanbul: Mediacat Yayınları.

Kotler, P. (2017). Pazarlama 4.0, Çev. Nadir Özata, İstanbul: Optimist Yayınevi.

Lindstorm, M. (2016). Small Data Devasa Trendleri Açığa Çıkaran Küçük İpuçları, Çev. Ümit Şensoy, İstanbul: Optimist Yayınları.

Marangoz, M. (2006). "Tüketicilerin Marka Fonksiyonu Algılamaları ile Satın Alma Sonrası Davranışları Arasındaki İlişki", Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:21 Sayı:2, ss. 107 – 128.

Odabaşı, Y. (2006). Perakendecilikte Müşteri İlişkileri ve Yönetimi, 1. Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Yayın No: 1692, 2006.

Öztuğ, F. (2007). Marka Değeri: Kavram ve Yönetimi, Pazarlama Dünyası, Sayı: 61

Rivkin, S. ve Sutherland, F. (2011). Bir Marka Adı Yaratmak, Çev. Deniz Arı ve Uğur Mehter, İstanbul: Brand Age Yayınları.

Tek, Ö. B. (2006). Pazarlamada Değer Yaratmak, İstanbul: Hayat Yayınları.

Uzunoğlu, E. (2007), "Müşteri Odaklı Pazarlama Anlayışına Gore Değer Yaratma: Bir Model Olarak Değer İletim Sistemi", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 11-29.

Vaynerchuck, G. (2010). Markanız İçin İnterneti Nasıl Kullanmalısınız?, Çev. Levent Göktem, İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Yüksel, A. H. (2005). İkna ve Konuşma, 1. Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Yayın No: 1629.

İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA KAVRAMSAL YÖNELİMLER

Editörler:
Dr. Öğr. Üyesi Aslı İCİL TUNCER
Dr. Öğr. Üyesi Pelin ERDAL AYTEKİN

LİTERATÜRK academia

İLİŞKİ YÖNETİMİ TEMELLİ BİR HALKLA İLİŞKİLERİ İNŞA ETMEK

Dr. Öğr. Üyesi Aslı İCİL TUNCER

GİRİŞ

Halkla ilişkiler, kamuların örgütü tanıması için yatırım yaptıkça, sadece kamulardan uzaklaşmaz, "söylem teknolojisi uzmanları" ve "hegomonik söylemin inşacıları" söylemleri ile de başbaşa kalır (Motion ve Leitch, 2007). Kamuların örgütü tanımaları için halkla ilişkiler uygulayıcıları iletişim kurmaya ve imaj inşa etmeye yoğunlaşmıştır ki, uygun mesajlarla, duyurum ya da medya ilişkileri ile kamularla kötü giden ilişkilerin de hızlıca düzeleceğine inanılır. Ne var ki, ilişkilerin yapısını çözümlemeden uygulamalara dayanmak hem uygulamaların etkisini zayıflatabilir hem de halkla ilişkileri sadece mesaj üreten bir işleve indirger. O halde ilişki kurmak iletişim kurmaktan başka bir şeydir. İletişimin durduğu noktayı açıklamak, bu bölümün halkla ilişkileri bir ilişki yönetimi olarak açıklayabilmesi için önemlidir. Bilişsel süreçlerde kamuların örgütle ilgili düşüncelerini, yani ne hissettiğini açıklamak, ilişki kavramının kişilerarası literatürden gelen davranışsal boyutudur, bu boyut onu iletişimden ayıran en temel özelliktir. İletişimse mesajlarla ilgilidir, yarattığı mesajlarla ilişki kurmayı sağlayan araçtır. Burada ilişkiler, iletişimi de içine alacak bir çatı gibidir. Ancak çalışmanın halkla ilişkilerde ilişkileri merkeze alması, iletişim uygulamalarının değerini azımsamak olarak algılanmamalıdır. İletişim uygulamalarına biçilen araçsal değerin altında yatan neden, ilişki yönetimi olarak resmedilen halkla ilişkilerin doğasının, iletişime değil ilişkilere odaklanmasıdır.

da örgütün asimetrik ilişki biçimlerini geliştirmesi ilk aşamada örgütsel çıkarların maksimize edilmesini sağlamış olarak değerlendirilebilir. Böylece, halkla ilişkilere yönelik eleştirilerin de kaynağında bulunan salt bir örgütsel sömürü durumu ortaya çıkabilir. Ancak hem teorisyenlerin hem de uygulayıcıların unutmaması gereken şey Herakleitos'un "değişmeyen tek şey değişimin ta kendisidir" önermesidir. Günümüzde yeni medya teknolojilerinin olgunlaşması ve yerleşmesiyle alternatif enformasyonun ne derece büyük ve kontrol edilemeyen bir hızla yayıldığı gerçeği, kamuların durağan bir yerleşmişlik içinde süreklilik göstereceğini düşüncesinin geçersiz kılacak argümanların en başında olabilir.

Kaynaklar

Aldoory, L., Sha, B., (2009). The Situational Theory of Publics: Practical Applications, Methodological Challenges, and Theoretical Horizons. In, *The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management,* (ed) E.L. Toth, New Jersey.

Allport, G., W., (1937), *Personality: A Psychological Interpretation.* New York: Holt.

Baxter, L. A. (1987). Symbols Of Relationship Identity In Relationship Cultures. *Journal Of Social And Personal Relationships, 4,* 261–280.

Baxter, L. A. (1988). A Dialectical Perspective On Communication Strategies In Relationship Development. In S. Duck (Ed.), *Handbook Of Personal Relationships*. New York: Wiley.

Baxter, L. A. (1993). The Social Side Of Personal Relationships: A Dialectical Perspective. In S. Duck (Ed.), *Social Context And Relationships.* Newbury Park, CA: Sage.

Baxter, L. A. (1994). Thinking Dialogically About Communication In Personal Relationships. In R. Conville (Ed.), Uses Of "Structure" In Communication Studies (Pp. 23–38). Westport, CT: Praeger.

Baxter, L. A., & Montgomery, B. M. (1996). Relating: Dialogues And Dialectics. New York: Guilford.

Bem, J., D., Allen, A., (1974). On Predicting some of The People Some of The Time: The Search For Cross-Situational Consistencies in Behavior, Psychological Review, 81 (6), pp.506-520.

Bertalanffy, L.V. (1926). Fechner Und Das Problem Der Integration Höherer Ordnung. Phd Thesis, University Of Vienna.

Bell, S., Bell, E.C., (1976). Public Relations: Functional Or Functionary? Public Relations Review, 2(2).

Bernays, E., (1923). Crystallizing Public Opinion Boni And Liveright, New York.

Blau, P. M. (1964). Exchange And Power In Social Life. New York: Wiley.

Blumer, H., (1946). The Mass, The Public and Public Opinion, in Bernard Berelson (ed.), Public Opinion and Communication, New York: Free Press.

Bridges, J.A., (2004). Corporate Issues Campaings, Six Theoretical Approaches, Communication Theory, 14(1), 51-77

Broom, G., Casey, S., Ritchey, J. (1997). Toward A Concept And Theory Of Organization-Public Relationships. Journal Of Public Relations, 9(2), 83-98.

Broom, G.M., Dozier, D.M. (1990). Using Research In Public Relations: Applications To Program Management, Prentice Hall.

Botan, C. (1997). Ethics In Strategic Communication Campaigns: The Case For A New Approach To Public Relations, Journal Of Business Communication 34, 188–202.

Canary, D.,J., Zelley, E., D., (2000). Current Research Programs On Relational Maintenance Behaviors, Içinde M.E. Roloff Ve G.D.Paulson, Communication Yearbook 23, 305-340. Tousand Oaks, CA: Sage.

Canary, D.J., Stafford, L. (1992). Relational Maintenance Strategies And Equity In Marriage, Communication Monographs, 59 (3), 239-67.

Canary, D.J., Stafford, L. (1993). Preservation Of Relational Characteristics: Maintenance Strategies, Equity, And Locus Of Control, In Kalbfleisch, P.J. (Ed.), Interpersonal Communication: Evolving Interpersonal Relationships, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ.

Canary, D.J. And Stafford, L. (1994). Maintaining Relationships Through Strategic And Routine Interaction, In Canary, D.J. And Stafford, L. (Eds), Communication And Relational Maintenance, Academic Press, San Diego, CA.

Center, A.H., Jackson, P. (1995), Public Relation Practices: Management Case Studies And Problems, 5th Ed., Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall.

Cutlip, M.S., Center, H.A., Broom, M.G., (1985). Effective Public Relations, New Jersey, Newyork.

Dewey, J., (1938). Logic: The Theory of Inquiry. New York: Henry Holt.

Dewey, J., (1939). Theory of Valuation, Chicago: University of Chicago Press.

Dewey, J. (1927). The Public and Its Problems Athens, Ohio: Swallow Press.

Dewey, J., (1910). How we think, New York, Heath.

Day, G., S. (1970). Buyer attitudes and Brand Choice Behavior, Free Press, New York, NY.

Dindia, K., Canary, J.D. (1993). Definitions And Theoretical Perspectives On Maintaining Relationships. Journal Of Social And Personal Relationships, 10, 163-173.

Drack, M., Apfalter, W., And Pouvreau, D. (2007) On The Making Of A System Theory Of Life: Paul A Weiss And Ludwig Von Bertalanffy's Conceptual Connection, The Quarterly Review Of Biology, 82(4), 349-373.

Dozier, D. M., Grunig, J. E., Grunig, L.A. (1995). Manager's Guide To Excellence In Public Relations And Communications Management. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Dozier, D. M., & Ehling, W. P. (1992). Evaluation Of Public Relations Programs: What The Literature Tells Us About Their Effects. In J. E. Grunig (Ed.), Excellence In Public Relations And Communication Management (Pp. 159-184). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Ehling, W. P., White, J.& Grunig, J. E. (1992). Public Relations And Marketing Practices, Excellence In Public Relations And Communication Management. James E. Grunig (Eds.) 357-394, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates: New Jersey

Ehling, W. P. (1992). Public Relations Education And Professionalism. In J. E. Grunig (Ed.), Excellence In Public Relations And Communication Management (Pp. 439-464). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Ewen, S. Pr! A Social History Of Spin (1996). New York: Basic Books

Ferguson, M. A. (1984). Building Theory In Public Relations: Inter-Organizational Relationships. Paper Presented To The Public Relations Division, At The Annual Conference Of The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Gainesville, FL, August.

Festinger, L. (1964). Conflict, Decision, and Dissonance. Stanford, CA: Stanford University Press.

Goodman, M.B., (2001). "Current Trends In Corporate Communication", Corporate Communication, 6(3), Pp.117-123.

Grunig, J.E., Huang, Y.H., (2000). From Organizational Effectiveness To Relationship Indicators: Antecedents Of Relationships, Public Relations Strategies, And Relationship Outcomes. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), Public Relations As Relationship Management: A Relational Approach To The Study And Practice Of Public Relations (Pp. 23-54). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J. E. (1993). Image And Substance: From Symbolic To Behavioral Relationships. Public Relations Review, 91(2), 121-139.

Grunig, J.E., (Ed.) (1992). Excellence In Public Relations And Communication Management. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, L.A., Grunig, J.E., Dozier, D.M. (2002). Excellent Public Relations And Effective Organizations: A Study Of Communication Management In Three Countries. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Grunig, J.E., Hung, C.J. (2002). The Effect Of Relationships On Reputation And Reputation On Relationships: A Cognitive, Behavioural Study. Paper Presented To The Public Relations Society Of America Educator's Academy, Miami, Florida.

Grunig, J.E, Hunt, T., (1984). Managing Public Relations, NY Hold, Newyork.

Grunig, J.E, Ipes, D. A. (1983). The Anatomy of A Campaign Against Drunk Driving, Public Relations Review, 9(3), 36-53.

Grunig, J.E. (1966). The Role of Information in Economic Decision Making. Journalism Monographs, (3).

Guerrero, L.K., Andersen, P.A., Afifi, W.A. (2007). Close Encounters, Communication In Relationships. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Guth, D.W., Marsh, C. (2001). Public Relations: A Value Driven Approach, Boston: Allyn, Bacon.

Gossen, R., Sharp, K. (1987). How To Manage The Dispute Resolution. Public Relations Journal, 43(12), 35-38.

Cutlip, M.S., Center, H.A., Broom, M.G., (1985). Effective Public Relations, New Jersey, Newyork.

Heath, R. L. (2001). Shifting Foundations: Public Relations As Relationship Building. In R. L. Heath (Ed.), Handbook Of Public Relations (Pp. 1–9). Thousand Oaks, CA: Sage

Habemas, J., (2001). İletişimsel Eylem Kuramı Çev. Mustafa Tüzel, Kabalcı Yayınevi.

Hallahan, K. (2002). Ivy Lee And The Rockfellers' Response To The 1913–1914 Colorado Coal Strike. Journal Of Public Relations Research, 14, 265–315.

Hallahan, K., (2000). Inactive Publics: The Forgotten Publics in Public Relations, Public Relations Review, 26(4), pp.499–515.

Hampden, C., Trompenaars, A. (1993). Kapitalizmin Yedi Kültürü, Çev: Doruker, F., Sabah Yayınevi, İstanbul.

Hill, J.W. (1958). Corporate Public Relations: Arm Of Modern Management. New York: Harper & Brothers.

Heath, R., (2005), Encyclopedia Of Public Relations, Sage Publications, Inc.Teller Road Thousand Oaks, California.

Hon, L.C., Grunig, J.E. (1999). Measuring Relationships In Public Relations. Gainesville, FL: Institute For Public Relations.

Houston, M. ve Rothschild, M. (1978). "Conceptual and Methodological Perspectives on Involvement", In S.Jain (Ed.), Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions, Chicago:American Marketing Association.

Hung, C.-J. (2002). The Interplays Of Relationship Types, Relationship Cultivation, And Relationship Outcomes: How Multinational And Taiwanese Companies Practice Public Relations And Organization-Public Relationship Management In China. Unpublished Doctoral Dissertation, University Of Maryland, College Park.

Ihlen, Ø. (2002). Rhetoric And Resources: Notes For A New Approach To Public Relations And Issues Management. Journal Of Public Affairs, 2(4), 259–269.

Kim, Y. (2009). "Professionalism And Diversification: The Evalution Of Public Relations In South Korea", The Global Public Relations Handbook (Revised Edition). Ed. K. Sriramesh Ve D. Vercic, 140-154, NY: Routledge, New York.

Kent, M.L, Taylor, M. (2002). Toward A Dialogic Theory Of Public Relations, Public Relations Review 28 Pp. 21–37.

Keloğlu-İşler, E. (2007). Halkla İlişkiler Mitler Ve Gerçekler. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Kırkıncı Yıl Kitaplığı No: 4.

Krugman, H.E., (1965). The Impact of Television Advertising: Learning Without Involvement, Public Opinion Quarterly, (29), 349-356.

Ledingham, J.A. Bruning, S.D. (1998). Relationship Management In Public Relations: Dimensions Of An Organization–Public Relationship, Public Relations Review 24 (1).

Ledingham, J.A., Bruning, S.D. (2000). A Longitudinal Study Of Organization-Public Relationship Dimensions: Defining The Role Of Communication In The Practice F Relationship Management. In J. A. Ledingham & S. D. Bruning (Eds.), Public Relations As Relationship Management: A Relational Approach To The Study And Practice Of Public Relations (Pp. 55-70). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Ledingham, J.A., Bruning, S. D. (2001). Community Relations. In R. L. Heath (Ed.),Handbook Of Public Relations (527-534). Thousand Oaks, CA: Sage

Lim, S.; Goh, J.; Sriramesh, K. (2005). "Applicability Of The Generic Principles Of Excellent Public Relations In A Different Cultural Context: The Case Study Of Singapore", Journal Of Public Relations Research, 17(4), 315-340.

Leeper, K.A., (1996). Public Relations Ethics And Communtarianizim: A Preliminary Investigation. Public Relations Review, (22).

L'Etang, J., (2004). Public Relations In Britain: A History Of Professional Practice In The Twentieth Century, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

L'Etang , J. (2005). Critical Public Relations: Some Reflections, Public Relations Review, 31 (4), 521–526.

L'Etang, J., Pieczka, M., (2002). Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Vadi Yayınları.

Lovelock, C.H., Weinberg, C.B. (1984). Marketing for Public and Nonprofit Managers. New York: John Wiley & Sons.

Martin, C., L. (1998). Relationship Marketing: a High-Involvement Poduct Attribute Approach, Journal of Product & Brand Management, 7 (1), 6-26.

Meehl, P.E. (1956). Wanted-A Good Cook Book. The American Psychologist, 11(6), 263-372.

Mccoy, M., Hargie, O., (2003). Implications Of Mass Communication Theory For Asymmetric Public Relations Evaluation, Journal Of Communication Management, 7(4), 304-316.

Millar, D., Dinan, W., (2008). A Century Of Spin How Public Relations Became The Cutting Edge Of Corporate Power, Pluto Press, London.

Miller, K., (1999b). Organizational Communication: Approaches And Processes, Wadsworth Publishing, CA.

Miller, K., (1999a). Issues Management: The Link Between Organization Reality And Public Perception, Public Relations Quarterly, Summer; 44 (2), 5-11

Motion, J., Leitch, S. (2007). A Toolbox For Public Relations: The Oeuvre Of Michel Foucault. Public Relations Review, 33(3), 263-268.

Motion, J., Weaver, C. K. (2005). A Discourse Perspective For Critical Public Relations Research: Life Sciences Network And The Battle For Truth. Journal Of Public Relations Research, 17, 49–67.

Robbins, S. P. (1990). Organization Theory: Structure, Design And Applications, 3rd Edition, Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Roloff, M. E. (1981). Interpersonal Communication: A Social Exchange Approach. Beverly Hills, CA: Sage.

Rhee, Y. (2004). The Employee-Public-Organization Chain In Relationship Management:A Case Study Of A Government Organization, Faculty Of The Graduate School Of The University Of Maryland, College Park In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy.

Roberts, K., Varki, S., Rod Brodie, R. (2003). Measuring The Quality Of Relationships In Consumer Services: An Empirical Study. European Journal Of Marketing 37(1), 169-196.

Russell, K., M., Bishop, C.O., (2009). Understanding Ivy Lee's Declaration Of Principles: U.S. Newspaper And Magazine Coverage Of Publicity And Press Agentry, 1865–1904, Public Relations Review, 35, 91-101.

Searle, Mark S., Is Leisure Theory Needed For Leisure Studies?, Journal Of Leisure Research, 32 (1), 138-139.

Shockley-Zalabak, Pamela (1999). Classics Of Organizational Theory, The Dorsey Press:IL.

Smith, A., Milletlerin Zenginliği (1941). Çev. Haldun Derin. Hasan Ali Yücel Klasikler Serisi, İş Bankası Kültür Yayınları.

Steyn, B. (2007). Contribution Of Public Relations To Organizational Strategy Formulation. In E. L. Toth (Ed.), The Future Of Excellence In Public Rela-

tions And Communication Management. Challenges For The Next Generation (Pp. 137-72). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum

Taylor, M., Kent, M.L., White, W.J. (2001). How Activist Organizations Are Using The Internet To Build Relationships, Public Relations Review 27, 263–284.

Tkalac, A., (2007). The Application of Situational Theory in Croatia, içinde Toth, E., (ed.), The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management, Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, New Jersey, London.

Tekel, S., (2011). Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi, 1-18.

Thibaunt, J., W., Kelley, H., (1959). Social Psychology Of Groups, New York: Willey.

Thomlison, T.D. (2000). An Interpersonal Primer With Implications For Public Relations. In J.A. Ledingham, S.D. Bruning (Eds.), Public Relations As Relationship Management: A Relational Approach To The Study And Practice Of Public Relations (Pp. 177-204). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Tosi, L.H. (2009). Theories Of Organization, Sage Publications.

Vercic, D., Grunig, L., Grunig, J., (1996). Global And Specific Principles Of Public Relations: Evidence From Slovenia. In H. Culbertson, N. Chen, Vd., International Public Relations: A Comparative Analysis (Pp.31-66), Mahwah, NJ: Erlbaaum.

Weick, K. E. (1969). The Social Psychology Of Organizing. Reading, MA: Addison-Wesley.

Weiss, P. A. (1926). Morphodynamik: Ein Einblick In Die Gesetzte Der Organischen Gestaltung An Hand Von Experimentellen Ergebnissen, In Abhandlungen Zur Theoretischen Biologie, (J. Schaxel, Ed.), Gebrüder Borntraeger, Berlin.

Wilcox, D. L., Cameron, G. T., Reber, B. H., *Public Relations : Strategies And Tactics*, Allyn And Bacon, Boston, 2003.

Zoch, L.M., Collins, E.L. (2002). Pr Educators-The Second Generations: Measuring And Achieving Consensus. Paper Presented To The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Miami, FL.

HALKLA İLİŞKİLERİ ORTAM BAĞLAMINDA YENİDEN TANIMLAMAK[1]

Dr. Öğr. Üyesi M. Umut TUNCER

GİRİŞ

Halkla ilişkiler, yönetsel bir enstrüman olarak kurum ile kurumun ortamı arasındaki gerilimi dengelemek amacındadır. Dengenin ortaya çıkması sıklıkla toplumsal faydanın ortaya çıkmasına bağlı olur. Ancak kar elde etme amacında olan ticari örgütlerin halkla ilişkiler fonksiyonu ile toplumsal faydayı hangi durumlarda, nasıl ortaya çıkaracağı önemli bir soru olarak karşımıza çıkar. Bu sorunun cevabı ise kurum ortamında ve ortamın kurum üzerinde yarattığı baskıda gizlidir. Ancak ortam ve ortam baskısının kurumu nasıl etkilediğini açıklamadan önce kurumun ortamı ile ilişkisini, ortam içinde var olma, meşruiyet sağlama aşamalarını tanımlamak gereklidir.

Kurumlar yasal düzenlemelerle hakları korunan birer tüzel kişiliklerdir. Borçlarından dolayı iflas edebilir, mülk alıp satabilir, kredi çekebilir, borçlanabilir ve borç verebilirler, davacı olabilirler veya yargılanabilirler. Bir diğer ifade ile yasalar karşısında gerçek bir kişiden farksızdırlar. Sosyal hayatta da tıpkı yasalar karşısında olduğu gibi bir kişilikleri bulunur. Birbirinden farklı imajları ve bir itibarları vardır. Güçlü, köklü, genç ve enerjik gibi, insana dair çeşitli sıfatlarla nitelendirilirler. Politik duruşları, belirli bir ideolojileri bulunur. Kısaca kurumlar, sos-

---

[1] Bu çalışma "Halkla İlişkileri Ortam Bağlamında Yeniden Tanımlamak; Ortam Baskısının İlişki Biçimine Etkileri" başlıklı doktora tezinin kuramsal artalanından türetilmiştir.

Günümüz toplumlarında bilgiye ulaşma hızı ve bilgiyi talep etme durumu oldukça güçlüdür. Bu nedenle sömürücü ilişkinin ortaya çıkma koşulları daralma içindedir. Ancak günümüzde dahi özellikle tekel olan örgütler için paydaşlarla sömürücü ilişki kurabilecekleri ortam koşulları genellikle kendiliğinden oluşmaktadır. Çünkü paydaşların örgütle ilişki kurmamak gibi bir tercihlerinin olmaması bu ilişkinin inşasını kolaylaştırmaktadır. Burada asıl konu kar amacı taşıyan örgütlerin bütün politikalarını karlarını yükseltmeye odaklandırmasıdır. Sömürücü ilişkinin altındaki dinamik bu düşüncedir. Bu son derece güçlü bir istektir ve örgüt açısından değerlendirildiğinde meşru karşılanabilir. Ancak etik kavramı ile çelişkili uygulamalar ortaya çıktığında sorun başlar. Etik dışı uygulamalar ise genellikle topluma zarar veren çıktıları içerir. Bir tarafın zarar gördüğü diğer tarafın ise bu zarara rağmen fayda sağladığı ve bu ilişkiyi isteyerek yeniden ürettiği ilişki de sömürücü ilişki olarak ortaya çıkar.

Kaynakça

Ackoff, R.L. (1981). *Creating the corporate future*, John Wiley & Sons, New York.

Aldoory, L. & Sha, B. (2009). *The Situational Theory of Publics: Practical Applications, Methodological Challenges, and Theoretical Horizons. In, The Future of Excellence in Public Relations and Communication Management*, der. E.L. Toth, New Jersey,

Aldrich H. (1979). *Organizations and Environments*, Stanford Business Classics.

Alkhafaji, A. F. (2003). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control in a Dynamic Environment*, New York: Haworth.

Arieti, S. (1955). *"Interpretation of schizophrenia"*, Brunner, New York,

Bowen, S., A. (2004). "Organizational Factors Encouranging Ethical Decision Making: An Exploration Into The Case Of An Exemplar", *Journal Of Business Ethics*, 52 s. 311-324.

Bowen, S., A. (2007) *Ethics and Public Relations*, Institute for Public Relations.

Broom, G. M. (2006). "An Open-System Approach to Building Theory in Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 18/2, s. 37-51.

Doğan, G. (2009). *Hegel'i Anlamak Üzerine Bir Deneme*, İstanbul.

Duncan, R.B. (1972). "Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty", *Administrative Science Quarterly* 17/3, s. 313-327.

Durkheim, E. (2006). *Toplumsal İşbölümü,* çev. Ozankaya, Ö., Cem Yayınevi, İstanbul.

Emery, F. ve Trist, E. (1965). "The causal texture of organizational environments", *Human Relations*, 18, s. 21-32.

Ernest, S.K.M. & Brown, J.H. (2001). " Homeostasis and compensation: the role of species and resources in ecosystem stability", *Ecology,* 82, s.2118-2132.

Goffman, E. (1961). *Encounters: Two studies in the sociology of interaction*, Macmillan Publishing Co, USA.

Grunig, E. J. ve Grunig, L. A. (1989) *Toward A Theory Of The Public Relations Behavior Of Organizations: Review Of A Program Of Research*. Public Relations.

Grunig, E., J. (1976). *Organizations And Public Relations: Testing A Communication Theory*, Journalism Monographs.

Grunig, E., J. (1990). "Theory And Practice Of İnteractive Media Relations", *Public Relations Quarterly*, s. 5-32.

Grunig, E., J. ve Grunig, L. (2005). *Halkla İlişkiler ve İletişim Modelleri*, içinde: Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik, Grunig, J., çev. Özsayar, E., Rota Yayıncılık.

Grunig, J. ve Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*, New York: Holt.

Grunig, J. ve Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*, New York: Holt.

Grunig, J.E ve Iper, D. A. (1983). "The Anatomy of A Campaign Against Drunk Driving", *Public Relations Review,* 9/3, s.36-53.

Grunig, J.E. ve Grunig, L.A. (2000). "Public Relations in Strategic Management and Strategic Management of Public Relations: Theory and Research From The IABC Excellence Project", *Journalism Studies*, 1, s.303-321.

Hiriyappa, B. (2008). *Strategic Management, New Age International*, Publishers, New Delhi, INDIA.

Hsu, F., (1971). "Psychosocial homeostasis and Jen: Conceptual tools for advancing psychological anthropology", *American Anthropologist*, 73, s. 23-44.

Hung, C. J. F. (2005). "Exploring type of organization-public relationships and their implication for relationship management in public relations", *Journal of Public Relations Research*, 17/4 s. 393-426.

Keane, J. (1994) *Demokrasi Ve Sivil Toplum*, çev. Necmi Erdoğan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*, McGraw-Hill, New York.

McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*, .New York: McGraw-Hill.

Meyer, A. D., Tsui, A. S., Hinings C. R. (1993). "Configurational approaches to organizational analysis", *Academy of Management Journal*, 36, s. 1175–1195.

Mills, J. & Clark, M. S. (1982). "Exchange and communal relationships", *Review of personality and social psychology*, 3 s. 121-144.

Mintzberg, H. (1979). *The Structuring of Organizations. Englewood Cliffs*, NJ: Prentice-Hall.

Mukerjee, R, Homeostasis, society, and values, Philosophy and Phenomenological Research, 27/1 (1966), s. 74-79.

Odum, E.P. ve Barrett G.W. (2008). *Fundamentals of ecology*. Brooks/cole, USA.

Pieczka, M. (2002). *Diplomasi olarak Halkla İlişkiler,* Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, der. Jacquie L'Etang ve Magda Pieczka, Vadi Yayınları, Ankara.

Roethlisberger, F.J. ve Dickson, W.J. 1(959). *Management and The Worker*, Harward University Press: MA.

Salt, G. W. (1979). "A comment on the use of the term emergent properties", *American Naturalist* 113 , s. 145-148.

Shockley ve Zalabak, P. (1999). *Classics of Organizational Theory*, The Dorsey.

Simon, H. (1957). *Models of Man: Social and Rational; Mathematical Essays on Rational Human Behavior in a Social Setting*, New York: Willey.

Spencer, H. (1862). "System of Synthetic Philosophy" , akt. Smith, H., G., "Herbert Spencer's Theory of Causation, Institute for Humane Studies", *Thejourndo/Libenorion Studies.* 5/2 (1981), s. 102-142.

Steyn B. (1999) *Communication research,* Communika & Public Relations Tactics.

Steyn, B. (2000) *Strategic management roles of the corporate communication function*, Research script in partial fulfilment of the requirements for a lectured masters degree in Communication Management. University of Pretoria, 30 June.

Steyn, B. (2000). *Strategic management roles of the corporate communication function*, Research script in partial fulfilment of the requirements for a lectured masters degree in Communication Management. University of Pretoria, 30 June,.

Steyn, B. (2007) *Contribution of Public Relations to Organizational Strategy Formulation*, der: Elisabeth L. Toth, The Future of Excellence in Public Relations and Communication Mangement, Lawrence Erlbaum Associates, London.

Sungun, Y. (2005). *The effects of organization-public relationships on organizational reputation from the perspective of publics*. (unpublished doctoral dissertation), Faculty of the Graduate School of the University of Maryland, Maryland.

Taylor, F., W. (1947). *The Principles of Scientific Management*, Harper and Brothers Publishers, 3.Baskı, New York.

Terreberry, S. (1968). "The evolution of organizational environments", *Administrative Science Quarterky*, 12, s. 590-613

Thompson, J.D. (1967). *Organizations in action*. New York: Mcgraw-Hill.

von Bertalanffy, L. (1968) *General system theory: Essays on its foundation and development*, New York.

Wheelen, T. L. ve Hunger, D. J. (1987). *Strategic Management*, Addison-Wesley, MA.

White, J., Dozier, D. (1992) *Public Relations And Management Decision Making*, içinde: Grunig, J.E., vd., *Excellence İn Public Relations And Communication Management*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, NJ.

Woodward, J. (1958). *Management and Technology*, Her Majesty's Stationary Office, London.

Yurteri, B. (2010). *Organizasyon Teorisinde Popülasyon Ekolojisi*, GRIN Verlag.

KÜLTÜREL KUMAŞI REKLAMLARLA YENİDEN DOKUMAK: TÜRK GÖÇMENLERE YÖNELİK TELEVİZYON REKLAMLARININ İNCELENMESİ

Doç. Dr. İçten Duygu ÇALLI[*]

Giriş

Başka coğrafyalarda buluşarak etnik bir alt kültür grubu oluşturan bireylerin ortak paydası, insanlık tarihiyle birlikte var olagelen göç olgusudur. Tarih boyunca bir yerden bir başka yere hareket edip kendine yeni yaşamlar kuran insan, sadece maddi birikimlerini değil, manevi birikimlerini de göç ettiği yere taşımıştır. Göç olgusu iç ve dış göç olarak iki ana grupta incelense de, göç hareketleri beş dalga halinde dünya tarihindeki yerini almıştır. Son dalga, işçi göçlerini oluşturmaktadır; Türkiye de son göç dalgasında yurt dışına en çok göçmen gönderen ülkelerden biridir.

1960'lı yılların başında Türkiye'den öncelikle Federal Almanya'ya, daha sonra da Fransa, Belçika ve Hollanda gibi diğer Avrupa ülkelerine çok sayıda misafir işçi gönderilmiştir. Gittikleri ülkelerde konuk işçiler olarak görülen Türk göçmenler, beklenenin aksine göç ettikleri ülkelerde yerleşik bir düzen kurmuşlar ve memleketlerine geri dönmemişlerdir. İlk neslin misafir işçi statüsünden çıkması, Türk göçmenlerin göç ettikleri ülkelerde bir azınlık grubu olarak görülmesine yol açmıştır. Birinci nesilden günümüze kadar geçen zaman içinde de hükü-

[*] Bu çalışma; yazarın "Uluslararası Reklamcılık Açısından Göç ve Kültür İlişkisi: Türk Göçmenlere Yönelik Televizyon Reklamlarının İncelenmesi" başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.

ler etrafında toplanan bireylere ulaşabilmek için reklamda onların ortak paydalarının kullanılmaya başlandığı da görülmüştür.

Reklamcılığın değerlerimizi ve dünya görüşümüzü şekillendirme gücü varsa, reklamcıların farklı grupları nasıl tasvir ettiklerinin farkına varmaları da önem kazanmaktadır. Tersine, eğer reklamcılığın topluma ayna tuttuğuna inanıyorsak reklamcıların tasvir edilenin hatasız ve temsil edebilir nitelikte olmasına dikkat etmeleri ve bu konuda sorumluluklarının bilincinde olmaları gerekmektedir (Moriarty, Mitchell ve Wells, 2009: 117). Bu noktada reklam ajanslarının, yaratıcı stratejilerini belirlerken söz konusu noktaları göz önünde bulundurmalarının bundan sonraki reklam prodüksiyonları için faydalı olacağı öngörülmektedir. Bununla birlikte, gerek bu araştırmanın geliştirilerek daha geniş örneklem gruplarıyla gerçekleştirilmesi gerekse farklı ve profesyonel reklam araştırmalarının yapılması, ajanslara da ışık tutacaktır. Neticede hedef tüketicinin, sahip olduğu kültürel değer ve normlarla şekillenen bir algı örgüsü çerçevesinde tutum geliştirdiği unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

Abadan Unat, N. (2006). Bitmeyen Göç: Konuk İşçilikten Ulus-Ötesi Yurttaşlığa, 2. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Altstiel, T. & Grow, J. (2010). Advertising Creative – Strategy, Copy + Design, 2nd Edition, Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

Atabey, M. (2009). Cola'yı A La Turka Satmak: Türk Rüyası, Amerikan Rüyasına Karşı! Emel Baştürk Akca (Derleyen), *Kimlik, Medya ve Temsil: Kimlik Kurgusu ve Temsilleri Üzerine Medya Analizleri*, Ankara: Nobel Yayınevi.

Bilgin, N. (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi – Teknikler ve Örnek Çalışmalar, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bilgin, N. (1991). Eşya ve İnsan, Ankara: Gündoğan Yayınları.

Burnett, J. & Moriarty, S. (1998). Introduction to Marketing Communications – An Integrated Approach, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Dereli, Türkay ve diğerleri. (2007). Markaların Efendisi: Marka İsmi, Türkay Dereli ve Adil Baykasoğlu (Derleyenler), *Toplam Marka Yönetimi*, İstanbul: Hayat Yayınları.

De Tapia, S. (2008). Fransa ile Türkiye Arasındaki Göç Dolaşımı ya da Türkiye'nin Avrupa'yla Bütünleşmesinin Görünmeyen Yüzü, Didem Danış ve Verda İrtiş (Derleyenler), *Türkiye'den Fransa'ya Göç ve Göçmenlik Halleri*, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Elden, M. (2009). Reklam ve Reklamcılık, İstanbul: Say Yayınları.

Gökçe, D. (2011). Yeni pazarlama yöntemi : ethno-marketing, http://aksam.medyator.com /2100/00/00/yazar/8134/aksam/yazi.html, Erişim Tarihi: 29.04.2011.

Göker, G. ve Meşe, G. (2011). Türk göçmenlerin İtalyanlara bakış açısı: Bir kültürlerarası iletişim araştırması, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 65-82.

Güvenç, B. (2003). İnsan ve Kültür, 10. Baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hofstede, G., Pedersen, P. B. & Hofstede, G. J. (2002). Exploring Culture – Exercises, Stories and Synthetic Cultures, Boston: Intercultural Press.

Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı (2007). Almanya'da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması, Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayınları.

Koeman, J., Jaubin, K. & Stesmans, A. (2010). Standardization or adaptation? Ethnic marketing strategies through the eyes of practitioners and consumers in Flanders, *Communications – European Journal of Communication Research*, 35(2), 165-185.

Korzenny, F. (2008). Multicultural marketing and the reasons why, *Journal of Advertising Research*, 48(2), 173-195.

Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. (2009). Advertising Principles and Practice, 8th Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.

Nuruan, M. ve diğerleri. (2005). Federal Almanya'da Yaşayan Türklerin Aile Yapısı ve Sorunları Araştırması, Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.

Öztürk, S. A. ve Sevim, N. (2010). Gurbetçi ve tüketici olmak: Almanya'daki Türkler üzerinden tüketici kültürleşmesine bir bakış, *Pİ Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 9(32).

Şahin, B. (2010). Almanya'daki Türkler: Misafir İşçilikten Ulusötesi (Transnasyonel) Bağların Oluşumuna Geçiş Süreci, Ankara: Phoenix Yayınları.

Tekeli, İ. (2008). Göç ve Ötesi. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). İletişim Araştırmaları ve Kuramları, 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Uztuğ, F. (2008). Reklamcılıkta Anna Karenina Etkisi, Beslenme Saati Kitapları, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Yalçın Heckmann, L. (2005). Kimlikler Üzerinde Pazarlık, Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (Derleyenler), *Kültür Fragmanları – Türkiye'de Gündelik Hayat*, 2. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları.

---. Türklerin Almanya'ya Uyumu: Bazı Klişeler ve Araştırma Sonuçları. T.C. Berlin Büyükelçiliği, Yayın No: 1, Kasım 2002, http://www.bteu.de/download/ 2002_tc_buyukelciligi_turklerin_almanyaya_uyumu.pdf. Erişim Tarihi: 28.10.2011.

---. http://www.billig-strom.de/stromrechner.html, Erişim Tarihi: 20.02.2012.

---. http://www.coverbrowser.com/covers/spiegel/6, Erişim Tarihi: 15.01.2012.

---. http://www.haberdar.com/haber/almanyada-elektrik-ve-gaz-artik-turkce-1317558, Erişim Tarihi: 20.02.2012.

---. http://www.migrationsroute.nrw.de/themen.php?thema_id=41&erinnerungsort=Köln, Erişim Tarihi: 19.05.2012.

METAFOR KULLANMAK YA DA KULLANMAMAK: SEÇİCİLİK HİPOTEZİ BAĞLAMINDA REKLAM BİLGİ İŞLEME STRATEJİLERİNDE CİNSİYET FARKLILIKLARI[1]

Dr. Öğr. Üyesi Gülcan ŞENER[2]

Giriş

Hızla gelişen ve adeta küçülen dünyada reklamını iletme çabası içinde olan sayısız marka vardır. Reklamcılığın yüksek miktarlarda kaynak gerektiren ve çok büyük paraların döndüğü bir sektör olduğu kuşkusuzdur. Bir marka için etkili bir reklam yaratabilmenin maliyeti oldukça yüksektir ve reklam kirliliğinden sıyrılma anlamında da çok önemlidir. Reklamın amacına ulaşabilmesi için 'tüketicinin zihninde bir yer edinebilmesi' gerekmektedir. Dikkat çekmeyen, hatırlanmayan reklam, tüketiciyi o ürünü satın alması için eyleme geçirmeyeceğinden, etkili/başarılı reklamın önemi markalar ve reklamverenler açısından hayati derecededir. Reklamın etkili/başarılı olması pek çok değişkene bağlıyken, çalışma kapsamında etkisi sorgulanan bölümü reklamın nasıl işlendiği, işlenmesinde cinsiyetler özelinde farklılık olup olmadığıdır. Hangi kadını ya da erkeği hedeflediğine göre reklamın tüketici zihninde bilgi işleme "süreci" farklı olacak, bu da "çıktı" kalitesini belirleyecektir.

---

[1] Bu çalışma Gülcan Şener tarafından Prof. Dr. Ferruh Uztuğ ve Doç. Dr. N. Bilge İspir danışmanlığında tamamlanan doktora tezinden üretilmiştir.

[2] Dr. Öğr. Üyesi, Trabzon Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, gsener@ktu.edu.tr

Eğitim ve yaş değişkenleri belli ölçüde farklılıkların kaynağına ışık tutmaktadır. Yine de, aydınlatılması gereken çok büyük bir alan vardır. Cinsiyet bilgi işlemeyi etkileyen değişkenlerden sadece bir tanesidir.

Metaforlu reklamla ilgili yukarıda yapılan açıklamalara ilave olarak söylenebilecek şey, reklamda metafor kullanmanın ürünün hedef kitlesinden ziyade ürünün vermek istediği mesajla uyum içerisinde olması gerektiğidir. Anlaşılması zor, içinde bulunulan toplumun inanç ve değerleriyle çelişen metafor kullanmak reklam kalabalığı içerisinden sıyrılmayı sağlasa da anlamayı zorlaştırabileceği için üzerinde titizlikle durulması gereken bir konudur. Tüketici metaforla verilen bilmeceyi çözmeye çabalar, bu da bilgi işlemeyi artırır ama bilmeceyi hemen çözemezse reklamı, reklam mesajını ve en önemlisi markayı görmezden gelecektir. Bu gerçek, kadın ve erkek için aynı ölçüde cinsiyete bakılmaksızın böyledir. Bazen reklamdaki metafor anlaşılır olsa da toplumun olumsuz baktığı bir durumu çağrıştırıyorsa (bu çalışmada olduğu gibi) kadın ya da erkek fark etmeksizin reklam ikna etmeyecek ve reklama yönelik tutum da olumsuz olacaktır. Bu çalışmayla "hangi kadın, hangi erkek", "nasıl ikna olur" sorusu reklamda bilgi işleme stratejileri ışığında "hangi reklam türü", "hangi toplum"a doğru evrilmiştir.

Kaynakça

Akbulut, Y. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları: sık kullanılan istatistiksel analizler ve açıklamalı SPSS çözümleri*. İstanbul: İdeal Kültür ve Yayıncılık.

Alnıaçık, Ü. (2009). *Çevreyi koruma iddiası içeren reklamların etkililiği: mesaj belirginliği, ürün türü ve tüketici bilgi işleme tarzının etkilerini inceleyen deneysel bir araştırma.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.

Ang, S. H. (2002). Effects of metaphoric advertising among mainland Chinese consumers. *Journal of Marketing Communications, 8,* 179-188.

Ang, S. H. & Lim, E. A. C. (2006). The influence of metaphors and product type on brand personality perceptions and attitudes. *Journal of Advertising*, *35*, 2, 39-53.

Atkinson, C. & Block, M. (1983). Effectiveness of celebrity endorses. *Journal of Advertising Research, Vol.23,* 57-61.

Brunel, F. F. & Nelson, M. R. (2003). Message order effects and gender differences in advertising persuasion. *Journal of Advertising Research,* September, 330-341.

Carsky, M. L. & Zuckerman, M. E. (1991). In search of gender differences in marketing communication: an historical/contemporary analysis. *Gender and Behavior, 1,* 43-52 (http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=15549), (Erişim tarihi: 23.09.2014).

Chattopadhyay, T. (2010). The information processing of advertisements by urban young men of India. *Global Business Review, 11*(3), 449-462.

Çakır, V. (2006). *Reklam ve marka tutumu.* (Birinci basım).Konya: Tablet Kitabevi.

Çınar, N. (2009). *Reklamda kullanılan görsel metaforların reklamın beğenilirliği üzerindeki etkisi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Darley, W. K. & Smith, R. E. (1995). Gender differences in information processing strategies: an empirical test of the selectivity model in advertising response. *Journal of Advertising*, 24 (1): 41-56.

Dökmen, Z. Y. (2004). *Toplumsal cinsiyet*. (İkinci basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Elpeze Ergeç, N. (2004). *Televizyon reklamlarına yönelik şüphe (ikna bilgi modelinin yorumlanması).* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Feltham, T. S. (1994). Assesing viewer judgement of advertisements and vehicles: scale development and validation. *Advances in Consumer Research, Vol.21,* 531-535.

İlarslan, N. (2008). *Reklamların ve cinsiyet kimliği rolünün tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi.* Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi.

İnam, Ö. (2008).*Televizyon reklamlarında metafor kullanımı.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Jeong, S.-H. (2008). Visual metaphor in advertising: Is the persuasive effect attributable to visual argumentation or metaphorical rhetoric? *Journal of Marketing Communications, 14* (1), (February), 59-73.

Karamehmet, B. (2012). *Reklamda görsel metafor kullanımı: Basın reklamı örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Kempf, D. S., Laczniak, R. N. & Smith, R. E. (2006). The effects of gender on processing advertising and product trial information. *Market Lett,* 17, 5-16.

Kempf, D. S., Palan, K. M. & Laczniak, R. N. (1997). Gender differences in information processing confidence in an advertising context: A preliminary study. *Advances in Consumer Research*, 24, 443-49.

Kırlar Barokas, S. (2011). *Reklam ve retorik.* Derin Yayınları.

McQuarrie, E. F. & Mick, D. G. (1999). Visual rhetoric in advertising: text-interpretive, experimental, and reader-response analyses. *Journal of Consumer Research, 26* (June), 37-54.

Meyers-Levy, J. (1989). Gender differences in information processing: a selectivity interpretation. *Cognitive and Affective Responses to Advertising* içinde. Editorler: Patricia Cafferata and Alice Tybout. Lexington, MA: Lexington, 219-260.

Meyers-Levy, J. & Maheswaran, D. (1991). Exploring differences in males' and females' processing strategy. *Journal of Consumer Research,* 18 (June), 63-70.

Meyers-Levy, J. & Loken, B. (2015). Revisiting gender differences: What we know and what lies ahead. *Journal of Consumer Psychology,* 25 (1), 129–149.

Meyers-Levy, J. & Sternthal, B. (1991). Gender differences in the use of message cues and judgments. *Journal of Marketing Research*, 27(1), 84–96.

Mick, D. G. (1992). Levels of subjective comprehension in advertising processing and their relations to ad perceptions, attitudes and memory. *The Journal of Consumer Research ,* 18 (4), 411-424.

Mowen, J. C. & Minor, M. S.(2001). *Consumer behavior: a framework.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Neuman, W. L. (2006). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches.* 6th edition. Pearson Education, Inc.

Philips, B. J. (1997). Thinking into it: consumer interpretation of complex advertising images. *The Journal of Advertising, 26* (2) (Summer), 77-87.

Philips, B. J. & McQuarrie, E. F. (2004). Beyond visual metaphor: a new typology of visual rhetoric in advertising. *Marketing Theory*, *4* (1/2): 113-136.

Putrevu, S. (2004). Communicating with the sexes: male and female responses to print advertisements. *Journal of Advertising,* 33 (3) (Fall 2004), 51-62.

Sheehan, K. B. (2014). *Controversies in contemporary advertising*. London: SAGE Publications.

Toncar, M. & Munch, J. (2001). Consumer responses to tropes in print advertising. *Journal of Advertising, 30,* (1), (Spring), 55-64.

Uztuğ, F. (2003). *Markan kadar konuş: marka iletişimi stratejileri.* (3. Basım). İstanbul: MediaCat Kitapları.

Vance, K. & Virtue, S. (2011). Metaphoric advertisement comprehension: The role of the cerebral hemispheres. *Journal of Consumer Behaviour*, *10*, 41–50.

Yağcı, M. İ. & İlarslan, N. (2010). Reklamların ve cinsiyet kimliği rolünün tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11 (1), 138-155.

Yazıcıoğlı, Y. & Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri.* 2. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık.

TEORİK PERSPEKTİFTEN SİNEMADA GERÇEKÇİLİK

Dr. Öğr. Üyesi Pelin ERDAL AYTEKİN[1]

Hep, gerçekler deyip durdum. Ama gerçeklerin arkeolojik kazılar istediğini de sık sık unuttum. Kim söyledi bunu? Nerede okumuştum?
Adalet Ağaoğlu, "Hayır"/ Dar Zamanlar

GİRİŞ

Gerçek, felsefi bir tanım olarak, insan bilincinden bağımsız olarak dış dünyada var olan anlamına sahiptir. Gerçekçilik ise tam da bu yakın anlamıyla birçok sanat ve sinema akımı içerisinde yer bulmuş çoğu zaman toplumsal olanla birlikte yer alırken kimi zamansa teknik bir ifade biçimi olarak tanımlanmıştır. Bununla birlikte gerçekçilik temelde, kavranabilecek sayısız ilişkiyi kapsamı nedeniyle, kategorize edilmesi konuyu sınırlayacağı gibi, sadece teknik ve biçimsel yönüyle de değerlendirilemez.

Gerçekçilik söz konusu olduğunda gerçeğin birebir kopyalanması durumu hem eseri hem de değerlendirmeyi zayıf kılmaktadır. Birçok sanat eseri ve akımı gerçekçilik olarak bunu sunmuşlarsa da bugün konunun ele alınması noktasında dış dünya da hali hazırda var olan somut, nesnel gerçekten çok, özü oluşturan, gerçeğin derinlikli görünümü hedeflenmektedir. Tüm bu nedenlerle biçim ve içerik açısından karmaşık bir doğaya sahip olan gerçekçilik, "görünen gerçekliğin altındaki 'gerçek'in ortaya çıkarılmasını hedeflemektedir.

[1] Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü.

yılmaz, gerçeğin kendi özü sabit kalmakla birlikte bu özle ilgili yapılacak birleştirmeler ya da ayrıştırmalar onu sanatsal bir forma dönüştürecektir. Bu nedenle gerçekçilik kaba gerçekliğin gücüne inandığı kadar onun insan elinden çıkacak bir derinlikli bir anlam dünyası olduğuna karşı da inanç besler. Bu yaklaşım Jean Mitry'yi biraz daha açık bir kuram oluşturmaya itmiş ve sentezci bir yaklaşıma sebep olmuştur denilebilir.

Sonuç olarak görülmektedir ki sanatın kendine has varoluşsal anlamı içinde gerçekle kurduğu bağ nerdeyse insanlık tarihi kadar eskidir. Gerçeğe yaklaşmak sanatsal üretimin hemen hemen ilk motivasyon kaynaklarından biri olmuştur. Sinemanın ortaya çıkış süreci de benzer bir noktadan hareket alır. Sinema gerçeğin kendisine daha fazla yaklaşmak isteğiyle fotoğrafın ardından yeni bir teknik gelişme olarak gündeme geldiğinde izleyici kitlesini de aynı duygudan yakalamıştır. Zaman içerisinde sinemanın sanatsal bir arayış içine girmesi ve kendi dilini kazanması onu yeni biçimsel formlara ulaşmaya itmişse de, sinemada gerçekçilik hiçbir zaman önemini kaybetmemiştir. Sinema tarihi içerisinde birbirini izleyen çeşitli sinema akımlarına, sinema teorisinde de önemli gelişmeler eşlik etmiştir. Bu yönüyle sinemada gerçekçilik her dönem ve hemen her ülke sinemasında kendini hissettiren bir arayış olarak önemini korumuş ve korumaya da devam edecek görünmektedir.

KAYNAKÇA

Abisel, Nilgün (2010). *Sessiz Sinema*. Ankara: De Ki.

Adanır, Oğuz (2008). *Simülasyon Kuramı Üzerine Notlar ve Söyleşiler*. İstanbul: Hayal Et Kitap.

Andrew, J. Dudley (2011). *Sinema Kuramları*. İstanbul: İzdüşüm.

Armes, Roy (2011). *Sinema ve Gerçeklik: Tarihsel Bir İnceleme*. İstanbul: Doruk.

Baudrillard, Jean (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. 6. bs. Ankara: Doğu Batı.

Bazin, Andre (1972). *What is Cinema?*. California: University of California.

Bazin, Andre (2000). *Sinema Nedir?*. İstanbul: İzdüşüm.

Belge, Murat (1989). *Marksist Estetik*. İstanbul: BFS.

Biryıldız, Esra; Çetin Erus, Zeynep (2007). *Üçüncü Sinema ve Üçüncü Dünya Sineması*. İstanbul: Es.

Bloch, Ernst; Lucaks, George; Brecht, Bertolt (2006). *Estetik ve Politika.* Çev. Ünsal Oskay, İstanbul: Alkım.

Bordwell, David; Thompson, Kristin (2009). *Film Sanatı*. Ankara: De Ki.

Carloni, J. C.; Filloux, Jean-C. (2000). *Eleştiri Kuramları*. Çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Multilingual Yabancı Dil.

Çalışlar, Aziz (1986). *Gerçekçilik Estetiği*. İstanbul: De, 1986.

Daldal, Aslı (2003-2004). "Gerçekçi Geleneğin İzinde Kracauer, "Basit Anlatı" ve Nuri Bilge Ceylan Sineması", *Doğu-Batı Dergisi*. Sayı 25, Kasım-Aralık-Ocak 2003-2004.

Daldal, Aslı (2005). *1960 Darbesi ve Türk Sinemasında Toplumsal Gerçekçilik*. İstanbul: Homer.

Gökberk, Macit (1996). *Felsefe Tarihi.* 8. bs. İstanbul: Remzi.

Gürsel, Nedim (1981). "Yazın Akımlarının Oluşumunda Toplumsal / İdeolojik Yapının Yeri",

Türk Dili, Aylık Dil ve Yazın Dergisi, Yazın Akımları Özel Sayısı, Cilt XLII Sayı 349-353.

Hançerlioğlu, Orhan (1999). *Felsefe Ansiklopedisi: Kavramlar ve Akımlar*. Cilt 2, 11. bs. İstanbul: Remzi.

France Farago (2006). *Sanat*. Ankara: Doğu Batı.Fischer, Ernst (1995). *Sanatın Gerekliliği*. 8. bs. İstanbul: Payel.

Kracauer, Siegfried (1997). *Theory of Film*. United States of America: Princeton University.

Lukacs, Georg (1987). *Avrupa Gerçekçiliği*. 2. bs. İstanbul: Payel.

Lukacs, Georg (2000). *Çağdaş Gerçekçiliğin Anlamı*. Çev. Cevat Çapan. 5. bs. İstanbul: Payel.

Micha, René (1983). "Lukacs'ın Estetiğinde Sinema", *Felsefe Yazıları*, Yazko Felsefe Yazıları Dizisi 6, İstanbul: Yazarlar ve Çevirmenler Yayın Üretim Kooperatifi.

Mitry, Jean (1989). *Sinema Estetiği ve Psikolojisi*. Çev. Oğuz Adanır. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Monaco, James (2001). *Bir Film Nasıl Okunur?*. 11. bs. İstanbul: Oğlak.

Moran, Berna (2008). *Edebiyat Kuramları ve Eleştiri*. 18. bs. İstanbul: İletişim.

Oskay, Ünsal (1984). "Kahraman ve Tragedya açısından Lukacs, Brecht ve Benjamin", *Yazko Edebiyat*, Mart-Nisan, Sayı 41-42.

Ökten Kaan, H. (Ed.) (2007). *Aristotales*. İstanbul: Say.

Pezzella, Mario (2006). *Sinemada Estetik.* Ankara: Dost.

Plehanov, Georgi; Freville, Jean (1974). *Sosyalist Gözle Sanat ve Toplum*. 3. bs. İstanbul: May.

Suçkov, Boris (2009). *Gerçekçiliğin Tarihi*. İstanbul: Doruk.

Taylan, Cem (1983). "Georg Lukacs'ın Gerçekçiliği", *Yazko Felsefe Yazıları.* Sayı 6, İstanbul: Ağaoğlu. s. 55-73.

Tunalı, İsmail (1996). *Estetik*. 4. bs. İstanbul: Remzi.

Vincenti, Giorgio (2009). *Sinemanın Yüzyılı*. İstanbul: Evrensel.

Williams, Raymond (2011). *Anahtar Sözcükler*. 4. bs., İstanbul: İletişim.

BİR KÜLTÜR ÜRETİCİSİ VE TAŞIYICISI OLARAK ZANAATLARIN DURUMUNA VE EĞİTİM İLE OLAN İLİŞKİSİNE GENEL BİR BAKIŞ[1]

Dr. Öğr. Üyesi Behiç Alp AYTEKİN[2]

"Becerilerin tarihi pek ender yazılmakla beraber,
nasıl yapılacağını bilme, kesinlikle bir şeyi bilme'nin
yanında bir yer hak ediyor."
Ryle ve Theolen'den akt.
(Burke, 2012, s. 6)

GİRİŞ

Günümüzde Endüstri 4.0, bilgi toplumu ve uzay çağı gibi hem teknik hem entelektüel üst düzey üretime dayalı kavramsal eşiklere ulaştığımız görülmektedir. İleri teknolojilere dayalı bu gelişmeler nedeniyle yeni ve büyük bir bilgi ve deneyim birikimi meydana gelirken, bu bilgi ve deneyimin en iyi aktarılabildiği kanallardan biri olan çıraklık sisteminin yok olmaya yüz tuttuğu görülmektedir. Bu durumun temel nedeni olarak zanaat üretimine dayalı geleneksel atölye kurumları ile akademi arası etkileşimin gün geçtikçe azaldığı gözlemlenmektedir. Zanaatlar farklı birçok kanal ve üretim özelliği üzerinden hem kültür üreticisi hem de kültürel kodların taşıyıcısı olarak gö-

---

1 Bu bölüm, 2015 yılında Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Çalışmaları Doktora Programı'nda Prof. Dr. Kerem Rızvanoğlu'nun danışmanlığında tamamladığım doktora tez çalışmamın kuramsal çerçevesinin seçili bir bölümünden meydana getirilmiştir (Aytekin, 2015). Çalışmanın araştırma yöntemi ve ortaya koyduğu yeni eğitim modeli yaklaşımı ise 2018 yılında *International Journal of Technology and Design Education* adlı dergide yayınlanmıştır (Aytekin ve Rızvanoğlu, 2018).

2 Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Aydın, Türkiye

mellendirilmiş ve teknolojiyi kolaylaştırıcı olarak yanına alan, katılımcı bir ilişki bütünlüğü ile var olan yeni bir sistem yapısı bu bağlamda tartışılmaktadır. Bu yeniden yapılanmanın önerdiği olanaklar ile yok olmaya yüz tutmuş zanaatların da yeniden bir katma değer sahibi olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Amin, A. T. M. N. (1987). The Role of the Informal Sector in Economic Development: Some Evidence from Dhaka, Bangladesh. *International labour review / International Labour Office*, *126*, 611-622.

Aytekin, B. A. (2015). *Yerel Zanaatların Sürdürülebilirliği İçin Akademi-Atölye Arası Örtük Bilgi Aktarım Süreçlerinin Katılımcı Tasarım Yöntemi ve Teknoloji Desteği ile Yeniden Düzenlenmesi*. Galatasaray Üniversitesi.

Aytekin, B. A. ve Rızvanoğlu, K. (2018). Creating learning bridges through participatory design and technology to achieve sustainability in local crafts: a participatory model to enable the transfer of tacit knowledge and experience between the traditional craftsmanship and academic education. *International Journal of Technology and Design Education*. https://doi.org/10.1007/s10798-018-9454-3

Bakır, K. (2014). *Demokratik Eğitim: John Dewey'in Eğitim Felsefesi Üzerine*. İstanbul: Pegem Akademi.

Bas, D. (1988). Cost-Effectiveness of Training in Developing Countries. *International labour review / International Labour Office*, *127*, 355-369.

Burke, P. (2012). *Bilginin Toplumsal Tarihi II: ENcyclopedie'den Wikipedia'ya*. (M. Tunçay, çev.). Ankara: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Dewey, J. (1907). *The School and Society*. Chicago: University of Chicago Press.

Dewey, J. (1961). *Philosophy of Education (Problems of Men)*. New Jersey: Littlefield, Adams & Co.

Dewey, J. (1996). *Demokrasi ve Eğitim: Eğitim Felsefesine Giriş*. (T. Yılmaz, çev.). İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Dewey, J. (1997). *How We Think*. New York: Dover Publications.

Dewey, J. (2013). *Deneyim ve Eğitim*. (S. Akıllı, çev.). Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Dormer, P. (1997). *The Culture of Craft: Status and Future*. (P. Dormer, Ed.). Manchester: Manchester University Press.

Goody, E. N. (1989). Learning, Apprenticeship and the Division of Labour. Içinde M. Coy (Ed.), *Apprenticeship: From Theory to Method and Back Again*. New York: Albany: State University of New York.

Greenhalgh, P. (1997). *"The history of craft"*. (P. Dormer, Ed.) (The Cultur). Manchester: Manchester University Press.

Güvenç, B. (1997). *Kültürün ABC'si*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Kaku, M. (2014). Bugünden Geleceğe Bakış. *Turkcell Teknoloji Zirvesi 2014*. İstanbul. Geliş tarihi gönderen http://www.turkcell.com.tr/tr/hakkimizda/video-galeri/teknoloji-zirvesi-2014/bugunden-gelecege-bakis

Kaya, Ç. ve Yançatarol, B. Y. (2011). Design in Informal Economies: Craft Neighborhoods in İstanbul. *Massachusetts Institute of Technology Design Issues*, *27*(2 Spring), 59-71.

Kılınç, S. (2004). *Geleneksel El Sanatları Türkiye Profili Ön Araştırma Raporu*. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü.

Lave, J. ve Wenger, E. (1991). *Situated Learning. Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Peters, A. ve Dormer, P. (1997). *"The Status of Craft"* (The Cultur). Manchester: Manchester University Press.

Reubens, R. (2010). Bamboo canopy: Creating new reference-points for the craft of the Kotwalia community in India through sustainability. *Craft Research*, *1*, 11-38.

Sennett, R. (2013). *Zanaatkar*. (M. Pakdemir, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Simmel, G. ve Wolff, Ç. ve E. K. (1964). *The Stranger: The Sociology of Georg Simmel*. New York: Free Press.

Şişman, O., Ünlü, C. E. ve Kaygan, H. (2009). Fate of Turkish Traditional Crafts: A Case of Economic, Legal and Political Marginalisation. *Making Futures*, *1*, 96-104.

Smith, A. (1961). *The Wealth of Nations 1. Cilt 1776*. London: Methuen.

Sungur, N. (1997). *Yaratıcı Düşünce*. İstanbul: Evrim Yayınları.

Ünlühisarcıklı, Ö. (2001). Training on the job in İstanbul: A study of skills acquisition in carpentry and car-repair workshops. *International review of education. Internationale Zeitschrift fur Erziehungswissenschaft. Revue internationale de pedagogie*, *47*(5), 443-458.

Vural, B. (2005). *Öğrenci Merkezli Eğitim ve Çoklu Zeka*. İstanbul: Hayat Yayınları.

TÜRK ATASÖZLERİNDE SÖZLÜ İLETİŞİM BİÇİMLERİNİN SUNUMU

Dr. Öğr. Üyesi Yelda Özlem KÖLGELİER[*,**]

GİRİŞ

Hayat; insanlığı, var olduğu andan itibaren sayısız iletişim etkinliği ile her anında kuşatmaktadır. Topluluk içinde yaşayan ve kendi dışındaki canlılarla ilişki içinde bulunan tüm varlıkların ötesinde insanoğlu ise doğası gereği; toplumların varoluşunun zorunlu koşulunu ve yaşamının vazgeçilmez unsurunu oluşturan iletişimden en etkin yararlanması gereken canlı türünü oluşturmaktadır. Zihinde canlanan duygu, düşünce ve anlamların sembollere dönüştürülmesi, paylaşılması, anlamlandırılması ve yorumlanması süreci olarak tanımlayabileceğimiz iletişimin yegâne amaçları; bir yandan çevreyi etkilemek/değiştirmek; diğer yandan da değişen/dönüşen çevre özelliklerine uyum sağlamak olduğundan, bireyin toplumsallaşarak edilgenlikten etkenliğe geçişinin en büyük göstergelerinden biri iletişimdir. Zira doğdukları andan itibaren insanlar, ait oldukları toplum ve kültürün belirlediği anlam dizgeleri, davranış kuralları ve değer örgüleriyle çepeçevre sarıldıkları bir ortamda varlıklarını sürdürmektedir. Toplumsallaşma süreciyle de kendilerini; toplumun öğrettiklerine uyum sağlama ve bütünleşme mücadelesi içinde bulmaktadır. Sözü edilen değerlere uyum sü-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Adnan Menderes Üniversitesi İletişim Fakültesi-Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü-yelda.kolgelier@adu.edu.tr

[**] Yazarlığını üstlendiğim bu bölüm, "Türk Atasözlerinde Sözlü İletişim Unsurlarının Sunumu" başlıklı doktora tezimden derlenmiştir.

KAYNAKÇA

Adler, H. (2005). *NLP El Kitabı*, Çev: Banu Irmak, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Aksan, D. (2002). *Anadilimizin Söz Denizinde*, 1. Basım, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Aksoy, Ö.A.(1970); *Atasözleri ve Deyimler Elkitabı*, Ankara: TDK Yayınları,

Alizade, S. (1992). *Oğuzname (Emsal-İ Mehmedalî) XVI. Yüzyılda Yazılmış Türk Atasözleri Kitabı)*, Haz: Ali Haydar Bayat, İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayınları.

Ayaz, E. S. (2015). *Türk Atasözlerinde Çelişki*, http://abs.kafkas.edu.tr/upload/479/turk_atasozlerinde_celiski.pdf, Erişim Tarihi: 01.05.2015.

Aziz A.(2010). *İletişime Giriş*, 3. Basım, İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Bilginer, O. (2011). Türk Atasözlerinde Dil Farkındalığı ve İşlevsel Dil Kullanımı, *Millî Folklor*, 23(91). 91-100.

Barzun, J.& Graff H.F. (2001). *Modern Araştırmacı*, Çev: Fatoş Dilber, Ankara: Tubitak Yayınları.

Başgöz, İ. (2006). "Atasözleri Hakkında, Atasözleri ya da Atasözlerinin Toplumsal Anlamı", Çev: Nurdan Tuhfe Toçoğlu, *Milli Folklor*, Yıl: 18, Sayı: 70.

Batur, S. (2006). *Açıklama ve Öyküleriyle Türk Atasözleri*, 1.Basım, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Bekiroğlu, O. (2014). Türkçe Atasözlerinde İletişim Olgusunun İzleri ve Sosyo-Kültürel Çıkarımları, *Milli Folklor*, Yıl: 26, Sayı: 103.

Berger, A. A. (1993). *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*, Ed: Nazmi Ulutak, Aslı Tunç, Çev: Murat Barkan, Nazlı Bayram, Deniz Güler, Uğur Demiray, Aslı Tunç, Nazmi Ulutak, A. Haluk Yüksel, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları No: 91.

Bilen, M.(2004). Sağlıklı İnsan İlişkileri, 6. Basım, Ankara: Anı Yayıncılık.

Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar,* 2.Basım, Ankara:.Siyasal Kitabevi.

Brzozowska, D. & Władysław C. (2015). *Culture's Software: Communication Styles*, Cambridge Scholars Publishing Lady Stephenson Library, Newcastle upon Tyne, NE6 2PA, UK.

Çamdereli, M. (2008). *İletişime Giriş*, 1. Basım, İstanbul: Dem Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.

Çiftçi, Acar Y.ve Aydın H. (2014). Türkiye'de Çok Kültürlü Eğitimin Gerekliliği Üzerine Bir Çalışma, *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, Sayı:33.

Çolak, İ.(2007). *Türk Atasözlerinden Seçmeler*, İstanbul: Beyan Yayınları: 450.

Dereli, A. (1986). *Türkçe Atasözleri Sözlüğü*, İstanbul: Salan Yayınları.

Dicleli, A.B. ve Akkaya, S. (2000). *Konuşa Konuşa İletişimin Sırları*, Ankara: Mess Yayınları.

Dökmen, Ü. (2011). *Küçük Şeyler* 1, 23. Basım, , İstanbul: Remzi Kitabevi.

Erdoğan, İ. (2001). *İletişimi Anlamak*, 4. Basım, Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2002). *Öteki Kuram Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi,* Ankara: Erk Yayınları.

Ergan Güngör, N. (1994). *Türk Atasözleri ve Deyimlerine Yansıyan Aile Modeli Üzerine Sosyolojik Görüşler*, I. Ulusal Sosyoloji Kongresi: Dünyada ve Türkiye'de Güncel Sosyolojik Gelişmeler. Ankara: Sosyoloji Derneği Yayınları.

Erkuş, A. ve Günlü, E. (2009). İletişim Tarzının ve Sözsüz İletişim Düzeyinin Çalışanların İş Performansına Etkisi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, C: 20, S: 1.

Fırat, M. (2005). *İletişimdeki Kusurlarımız*, , İstanbul:.DN-Aden Yayıncılık.

Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi: Teori-Metod-Uygulama*, 3. Basım, Konya: Sel-Ün Yayınları.

Güngör, N.(2013). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*, 2. Basım, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gürüz, D.ve Temel Eğinli, A. (2014). *İletişim Becerileri Anlamak-Anlatmak-Anlaşmak*, 1. Basım, Ankara:. Nobel Yayınları.

Güzel, A.ve Karadağ Ö. (2013). Kelime Sıklığı Açısından Türk Atasözleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 9, Sayı 1.

Işık, M. (2005). *Sizinle İletişebilir miyiz*?, 2. Basım, , Konya: Eğitim Kitabevi.

Jakobson, R. (1972). Scientific American, Vol. 227, No. 3 (September 1972), 72-81.

Kalaycı, S.D. (2007). 18. Yüzyıl Şairlerinden Sünbülzade Vehbi (Lutfiye),Bosnalı Sabit, Enderunlu Vasıf ve Nedim'in Divan ve Mesnevilerinde Atasözleri ve Deyimler, *Trakya Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Tezi*.

Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, 15. Basım, , Ankara: Nobel Yayınları.

Kartarı, A. (2006). *Farklılıklarla Yaşamak, Kültürlerarası İletişim*, Ankara: Ürün Yayınları.

Kartarı, A. (2013). *Kültürlerarası İletişim*. Editör Asker Kartarı, 1. Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2820.

Kaypakoğlu, S. (2009*). Kişilerarası İletişim Sürecinde Güç ve Psikolojik Şiddet, Kitle İletişimi ve Toplumsalın Üretimi*, Der: Nesrin Tan Akbulut, Can Bilgili, İstanbul: Reklamcılar Derneği Yayınları.

Köknel, Ö. (2013). *İnsanı Anlamak*, İstanbul: Postiga Yayınevi.

Kurland, N. B. & Pelled, L.H. (2000). Passing the Word: Toward a Model of Gossip and Power in The Workplace, *Academy Of Management Review*, Vol:25, No:2.

Kurt, İ. (2000). *Türk Atasözlerine Psikolojik Bir Yaklaşım*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları/1270 Gençlik ve Halk Kitapları Dizisi/ 56.

Lauhakangas, O. (2014). Categorization of Proverbs, http://www.academia.edu/11987259/Categorization_of_Proverbs, Erişim Tarihi: 01.05.2015

Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*, 3. Basım, Ankara.

Öz Özcan, A. (2009). *Kadınlarla İlgili Özbek Atasözleri*, Ankara: Grafiker Yayınları.

Özdemir, A.. (2006). *Türk Atasözlerinden Seçmeler*, İstanbul: Bordo Siyah Klasik Yayınlar.

Özer, K. (2004). *İletişimsizlik Becerisi*, 4. Basım, , İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Özkan, Z. (2009). *İletişimde Kalp Köprüsü*, İstanbul: Hayat Yayınları.

Özyiğit, G. (2009). *İletişimin Üç Boyutu*, İstanbul: Ladybirds Productions.

Pala, İ. (2012). *İki Dirhem Bir Çekirdek*, 52. Basım, İstanbul: Kapı Yayınları: 28.

Pembecioğlu, N. (2011). *İletişiyorum: İletişim Teknikleri*, İstanbul: Kutup Yıldızı Yayınları.

Poe, M.T. (2014). *İletişim Tarihi Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum*, Çev: Umut Yener Kaya, İstanbul: Islık Yayınları.

Samovar, L.A; Richard E. P,; Mcdonell, E.R.. (1997). *Intercultural Communication: A Reader* (Eighth Ed.). Belmont, Ca: Wadsworth Publishing Company.

Saleh, Y.S. (2014). *A Contrastıve Analysıs Of Englısh And Hausa Proverbs In Selected Texts*, Department of Arts And Socıal Scıence Educatıon,Faculty of Educatıon, Ahmadubello Unıversıty, Zarıa, Febuary..

Sayar, K. (2005). *Olmak Cesareti*, 2. Basım, İstanbul: Karakalem Yayınları.

Saraç, C. (2006). *Kumuk ve Türk Atasözleri ve Deyimlerinde Sözlü İletişim*.

Soydaş, N. (2018). *#İletişim Bence Dumandan Hashtag'e İletişim*, İstanbul: İnkılap Yayınları.

Su, A. (1971). *Açıklamalı Atasözleri*, İstanbul: Hür Yayınları No: 62.

Tabak, R. S. (1999). *Sağlık İletişimi*, 1. Basım, İstanbul: Literatür Yayınları.

Tayfun, R. (2007). *Etkili İletişim ve Beden Dili*, Ankara: Nobel Yayınları.

Tülek, A. (2007). *Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü*, 6. Basım, Ankara: Akçağ Yayınları/457

Ulusoy, A. (2010). "Atasözü" Neydi, Ne Oldu?, What Was, and What Now is, A "Proverb"?, *Millî Folklor*, Yıl: 22, Sayı 88.

Urban, H. (2007). *Olumlu Sözcükler Etkili Sonuçlar Yaşamı Değerli Kılmanın ve Coşkuyla Kucaklamanın Basit Yolları*, Çev: Bülent Akat, 1. Basım.

Uzunçarşılı, Soydaş A.(2010). *Kültürlerarası İletişim Farklı Kültürel Ortamlarda Çalışma ve İletişim*, 1.Basım, İstanbul: Parşömen Yayınları.

Vardar, B. (1982). *Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri*, Ankara: TDK Yayınları.

Yanar, O. B. (2011). *Fıkralaşan Atasözlerimiz*, 1. Basım, Ankara: Berikan Ofset Matbaa.

Yıldırım, A. (2010). *Yeni Atasözleri ve Deyimler Sözlüğü-Açıklamalı ve Örnekli*, 1. Basım, İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.

Yıldırım, A.(2009). *Etkili İletişim Eğitimi*, İstanbul: Yıldırımdil Yayıncılık.

Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yönte*mleri, 8. Basım, , Ankara: Seçkin Yayınları.

Yuh-Fang, C. (2009). How To Say No: An Analysis of Cross-Cultural Difference and Pragmatic Transfer, *Language Sciences*, 31 (4).

Yücel, E. (2011). *İletişim Eyleminin Anatomisi*, Konya: Çizgi Kitabevi.

Yüksel, A.H; Sandıkçıoğlu, B.; Onay, A, Yılmaz, R. A (2014). *İkna Edici İletişim*, Editör: Mine Oyman, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset.

Zeyneş, İ. ve Gümüş M. (1995). *Türkçe Açıklamalı Kazak Atasözleri*, Ankara: Engin Kitabevi.

Zıllıoğlu, M. (2003). *İletişim Nedir?*, 2. Basım, İstanbul: Cem Yayınevi.

_____Atasözlerimiz Eğitim ve Öğretimde Kaynak Kitaplar 1 (1981). Meydan Gazetesi Armağan Kitabı, [y.y.].

Televizyonun Eğlendirme İşlevine Eleştirel Bir Bakış:

ACUN MEDYA

Editör:
İrfan HIDIROĞLU

LİTERATÜRK
academia

SİEGFRİED KRACAUER'İN KİTLE SÜSÜ KAVRAMI BAĞLAMINDA TELEVİZYONUN EĞLENDİRME İŞLEVİNE YÖNELİK ELEŞTİREL BİR OKUMA

İrfan HIDIROĞLU[*]

GİRİŞ

Siegfried Kracauer'in "The Mass Ornament" (Kitle Süsü) kavramsallaştırması kapitalist eğlence anlayışını çözümlemeye ve onun ideolojik işleyişini ortaya koymaya yönelik bir tanımlamadır. Günümüz televizyon eğlencesi egemen ekonomi-politik düşüncenin bir ürünü/pratiği olarak belirmektedir. Bu çalışma günümüzün genel eğlence anlayışını özelde ise televizyon-eğlence pratiğini kitle süsü kavramıyla birlikte okumaya yöneliktir. Kracauer'in eleştirileri daha çok sinemaya yönelik olmakla birlikte günümüz televizyon-eğlence anlayışını ortaya koymada son derece kullanışlıdır. Çalışmada 1921-1933 yılları arasında Frankfurter Zeitung adlı günlük gazetede yayınlanmış olan makalelerinden hareketle Kracauer'in bir kültür filozofu ya da sinema tarihçisi olarak toplumsal, sosyal, ekonomik ve politik olgulara karşı yaklaşımının ne olduğu irdelenmeye çalışılmıştır.

KRACAUER VE FRANKFURT OKULU

I. Dünya Savaşı sonrası devrimin doğuda (Rusya-SSCB) gerçekleşmesi, batı toplumlarında ise devrim hareketlerinin başarısız olması batılı Marxist entelektüelleri etkilemiştir. Böylesi bir

[*] Dr.Öğr.Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo TV Sinema Bölümü, (hidiroglu@atauni.edu.tr)

KAYNAKÇA

ÇELİK, NUR B. (2005). *İdeolojinin soykütüğü marx ve ideoloji*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

HAROOTUNİAN, H. (2006). *Tarihin huzursuzluğu modernlik, kültürel pratik ve gündelik hayat sorunu*. Mehmet Evren Dinçer (çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

HIDIROGLU, İ. (2011). Frankfurt Okulu'nun sinema üzerine düşüncelerinin Türkiye'de alımlanması. *Zamanın tozu Frankfurt Okulu'nun Türkiye'de alımlanması*. D. Beybin Kejanlıoğlu (ed.). Ankara: De Ki Yayınları, 449-479.

HORHEİMER M. & Adorno T. W. (1996). *Aydınlanmanın diyalektiği felsefi fragmanlar II*. Oğuz Özügül (çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

JAY, M. (2001). *Adorno*. Ünsal Oskay (çev.). İstanbul: Der Yayınları.

KRACAUER, S. (1995). *The mass ornament weimar essays*. London: Harvard University Press.

KRACAUER, S. (2011). *Caligari'den hitler'e alman sinemasının psikolojik tarihi*. Ertan Yılmaz (çev.). Ankara: De Ki Yayınları. London: Harvard University Press.

KRACAUER, S. (2015). *Film teorisi*. Özge Çelik (çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.

LEVİ, THOMAS Y. (1995). Introduction, The mass ornament weimar essays. London: Harvard University Press. pp. 1-30.

MARX K. & ENGELS F. (1999). *Alman ideolojisi*. Sevim Belli (çev.), Ankara: Sol Yayınları. s.46.

ÖZBEK, M. (2000). Walter Benjamin'i okumak-I. SBF Dergisi, 155(2), 69-96.

RYAN, M. & KELLNER, D. (1997). *Politik kamera*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

YILMAZ, A. (2013). *Yeni izleyici*. İstanbul: Aktif Yayınevi.

ACUN MEDYA'NIN SAHİPLİK YAPISI, DOĞASI ve BÜYÜMESİ

Taşkın ERDOĞAN[*]
Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU[**]

GİRİŞ

Tüm dünyada hâkim olan ideolojik ekonomik politik düşünsel liberal politikaların küreselleşme kavramı ile birlikte ülkemizde de 1980 sonrasında etkili olduğu görülmektedir. Tarihsel süreç olarak yaklaşık dört yüz yıllık bir serüvenin ürünü olan küreselleşme olgusu gerek ekonomik gerek politik gerekse teknolojik gelişmelerin ekseninde yeni yüzyılın itici ve etkin bir düşünsel ifadesi haline gelmiştir. Her ne kadar yeni bir kavram olarak düşünülse de aslında geçmişteki büyük imparatorluklar bile küresel bir güç olarak siyaset bilimciler tarafından tanımlanmaktadır. Bu noktadan hareketle küreselleşme kavaramı ortaya çıktığından günümüze kadar birçok disiplinin açıklayıcı kavramlarından bir olarak çok çeşitli bir tanımlamanın dahilinde olduğu görülmektedir. Bu tanımlamalara genel bir çerçeveden bakacak olursak; küreselleşme olgusu tek bir boyut ile alınabilecek salt sosyolojik ya da ekonomik bağlama indirgenebilecek bir kavram değildir.

Terimsel olarak yaşadığımız çağdaki gelişmeleri ifade etse de olgusal olarak küreselleştiren özne veya özneler gönderme

[*] Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,(taskin.erdogan@atauni.edu.tr)
[**] Arş. Gör. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, (skotanli@gumushane.edu.tr)

KAYNAKÇA

ADAKLI, G. (2006). *Türkiye'de medya endüstrisi neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri.* Ankara: Ütopya Yayınevi

ATASOY, F.(2005). *Küreselleşme: ve milliyetçilik*. İstanbul: Ötüken Neşriyat

BAŞARAN F. ve YÜKSEL, H.(2013). "Uluslararası iletişimin eleştirel ekonomi-politiği" , Uluslararası iletişimin ekonomipolitiği iletişim politikalarında küreselleşme içinde. (Ed. Meltem Bostancı). İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi. 13-67.

ERKIZAN, H, N. (2011). "Küreselleşme ve kültür" Dünya Neyi Tartışıyor? I Küreselleşme, Doğu Batı Dergisi. Sayı: 18.61-77.

LAUGHEY, D. (2010). *Medya çalışmaları teoriler ve yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları

MUTLU, E.(2016). *Globelleşme, popüler kültür medya,* Ankara: Ütopya Yayınevi

ÖZDEMİR, D. (2011). "Küreselleşme, ekonomik büyüme ve çokuluslu şirketler" Dünya Neyi Tartışıyor? I Küreselleşme, Doğu Batı Dergisi. Sayı: 18. 205-217.

TRAWNY, P.(2017) *Teknik sermaye medya.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları

ULUÇ, G. (2011) "Medya yapılarının küreselleşmesi" Dünya Neyi Tartışıyor? I Küreselleşme, Doğu Batı Dergisi. Sayı: 18. 285-300

YAYLAGÜL, L.(2012). *Kitle iletişim kuramları egemen ve eleştirel yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları

YILMAZ, A.(2013). *Yeni izleyici.* İstanbul: Aktif Yayınevi

YILMAZ, A.(2019). *Dijital ortamlarda mahremiyet*. Erzurum: Zafer Medya

YÜCESAN-ÖZDEMİR, G.(2009). "Küresel iletişim çağı: Egemen yaklaşım versus ekonomipolitik yaklaşım" Sermayenin medyası medyanın sermayesi içinde (Der: Selda Bulut). Ankara: Ütopya Yayınevi. 15-46.

ERDUT, Zeki (2004). Liberal Ekonomi Politikaları ve Sosyal Politika. http:// www.calismatoplum.org/sayi2/makale1.pdf .(Erişim Tarihi19.04.2019).

DAĞTAŞ, Erdal (2015). Türkiye'de "izleyicinin metalaşması": Televizyon dizilerinin sosyal reyting ölçümlerinin eleştirel ekonomi politik çözümlemesi. globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/.../Erdal%20DAGTAS%20%26%20 Mehmet%20 (Erişim Tarihi18.04.2019).

SEVER, Neşe.(1998). Kitle İletişim araştırmalarında iki yaklaşım: Liberal ve eleştirel kuramlar farklılıklar ve yakınlaşmalar. https://earsiv.anadolu.edu.tr/xmlui/handle/11421/1392 (Erişim Tarihi19.04.2019).

YAVUZ, Ş. (2011). Kitle ile arattırmalarında anadamar/çoğulcu ve eleştirel/radikal kuram arasında yöndeşme tartışmaları. http:// www.ktu.edu.tr/iletisim-arastirmalari-z92kitleiletisimarastirmalarindaanadamarcogulcuveelestirelradikalkuramarasindayondesmetartismalari (Erişim Tarihi19.04.2019).

http://www.gercekgundem.com/acun-ilicalidan-dershane-aciklamasi-7746h.htm (Erişim tarihi: 14.08.2017).

http://www.medyatava.com/haber/acun-ilicali-bu-kez-de-medya-patronu-olarak-mansetlerde_98875 (Erişim tarihi: 14.08.2017).

https://www.haberler.com/acun-ilicali-tv8-e-kendi-ekibimi-kuracagim-5333081-haberi/ (Erişim tarihi: 14.08.2017).

http://www.milliyet.com.tr/-medya-patronu-acun-tazminat/magazin/detay/1792156/default.htm(Erişim tarihi: 14.08.2017).

http://www.kanalben.com/haber/85984/medya-patronu-acun.html, (Erişim tarihi: 14.08.2017).http://www.patronlardunyasi.com/haber/Dunden-bugune-Acun-Ilicali-nasil-medya-patronu-oldu/151004 (Erişim tarihi: 14.08.2017).

https://www.capital.com.tr/haberler/tum-haberler/yilin-is-insanlari-odullerini-aldi-161200 (Erişim tarihi: 17.08.2017).

http://www.finansgundem.com/haber/acun-ilicali-citayi-yukseltti/407097 (Erişim tarihi: 17.08.2017).

http://www.hurriyet.com.tr/acun-ilicali-yunanistanda-yeni-kanal-aciyor-40044037.
http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/yasam/429019/Acun_sadece_programi_degil__kanali_aliyor.htm(Erişim tarihi: 15.08.2017).

http://www.yeniakit.com.tr/haber/sadece-programi-degil-kanali-komple-satin-aliyor-108465.html(Erişim tarihi: 15.08.2017).

http://hayat.sozcu.com.tr/acun-ilicali-ve-cipras-bulusmasinin-sirri-ortaya-cikti-83371/ (Erişim tarihi: 15.08.2017).

https://www.mynet.com/acun-ilicali-yunanistan-planini-acikladi-98315-mymagazin (Erişim tarihi: 15.08.2017).

http://www.trakyaninsesi.com/haber/8112/yunanistanda-acun-medya-televizyon-produksiyon-anonim-sirketi-kurdu.html (Erişim Tarihi: 28.08.2017).

http://www.turkishgreeknews.org/?q=tr/acun-ilicali-yunanistan-da-sirket-kurdu/12497.html (Erişim Tarihi: 28.08.2017).

https://www.mynet.com/acun-ilicali-yunanistanda-medya-sirketi-kurdu-81408-mymagazin (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

https://haberjet.com/acun-ilicalidan-yunanistanda-buyuk-basari-4597/ (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

https://www.haberler.com/acun-ilicali-tv8-de-sadece-eglenceli-programlar-5304626-haberi/ (Erişim Tarihi: 30.08.2017). http://kimkurdu.com/acun-medyayi-kim-kurdu/ Erişim Tarihi: 15.08.2017

file:///C:/Users/Acer/Downloads/EUgfZxX0pQlePWPnmWtXuu5-2017-08-30-08-31.pdf (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://erzurumportali.com/shf2046erzurum_ilica_dogumlu_medya_patronu_acun_hakkinda_bilinmeyenler

http://www.medyabey.com/acun-ilicali-ilk-sunuculugunu-hangi-programda-yapti/ (Erişim Tarihi: 19.08.2017).

http://www.milliyet.com.tr/o-ses-turkiye-beyaz--magazin-2718447/ (Erişim Tarihi: 26.09.2018).

https://onedio.com/haber/turk-televizyon-tarihinin-einstein-i-acun-ilicali-nin-hayatimiza-kattigi-14-tv-programi-750312, (Erişim Tarihi: 24.08.2017).

https://www.tv8.com.tr/survivor Erişim Tarihi: (24.08.2017).

http://www.gazetevatan.com/acun-ilicali-yeni-kanal-mi-aciyor--989738-gundem/ (Erişim Tarihi: 27.09.2018).

http://www.ensonhaber.com/acun-ilicali-dizi-isine-giriyor-2014-01-29.html (Erişim Tarihi: 27.09.2018).

https://www.gzt.com/hayat/19-eylul-carsamba-aksami-reyting-sonuclari-belli-oldu-3434392 (Erişim Tarihi: 27.09.2018).

http://www.gib.gov.tr/yardim-ve-kaynaklar/istatistikler adresinden elde edilmiştir. (Erişim Tarihi: 16.08.2017).

http://www.fortuneturkey.com/iste-turkiyenin-vergi-rekortmenleri-47037 (Erişim Tarihi: 27.09.2018).

http://www.borsagundem.com/haber/ iste-acunun-borsacisi/1138665 (Erişim Tarihi: 18.08.2017).

http://www.hurriyet.com.tr/acunun-transturk-anlasmasi-feshedildi-40057826 (Erişim Tarihi: 21.08.2017).

http://www.sporx.com/nba-maclari-tv8de-nba-SXHBQ571790SXQ(Erişim Tarihi: 21.08.2017).

http://aa.com.tr/tr/ekonomi/borsa-istanbul-yonetim-kurulu-baskani-karadag-survivor-icin-ilicali-ile-gorusecegiz/807776

http://www.sozcu.com.tr/2016/gundem/acunun-yeni-kanali-tv85-frekans-bilgileri-ilk-yayin-ne-zaman-1433156/ (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.sozcu.com.tr/2016/gundem/acunun-yeni-kanali-tv85-frekans-bilgileri-ilk-yayin-ne-zaman-1433156/ (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.superhaber.tv/acun-ilicalidan-medya-dunyasini-sarsacak-aciklamalar-1-milyon-basvuru-23937-haber (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://spor.haber7.com/fenerbahce/haber/2680088-acun-ilicali-fbahce-icin-proje-acikladi Erişim Tarihi: 27.09.2018

https://www.haberler.com/acun-ilicali-nin-basari-sirlari-8577592-haberi/ (Erişim Tarihi: 01.08.2017).

http://www.gzt.com/eglence/acun-ilicalinin-basari-sirri-9-madde-2545696 (Erişim Tarihi: 01.08.2017).

http://www.eticaretgunlugu.com/acun-ilicalinin-basarisinin-sirlari/ (Erişim Tarihi: 01.08.2017).

http://www.ito.org.tr/wps/portal/bilgi-bankasi adresinden edinilmiştir. (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.haberturk.com/medya/haber/899287-gorulmemis-bir-patron-cesidi-olacagim (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.ntv.com.tr/yasam/acunun-aylik-geliri-15-5-milyon-lira-olacak,Aqp34H-7ukabr_Nh40tI6g?_ref=infinite (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.milliyet.com.tr/acun-un-kizi-patron-oluyor-magazin-1354417/ (Erişim Tarihi: 30.08.2017).

http://www.haber10.com/televizyon/tv8_de_meksika_ruzgari_iste_acun_un_yeni_ortagi-717443?utm_source memurlarnet&utm_medium=manset&utm_content=daily&utm_campaign=Memurlar_iFrame (Erişim Tarihi: 31.08.2017).

https://www.instagram.com/p/BlKdtaWAKGr/?taken-by=acunilicali (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/acun-ilicali-dunyaya-aciliyor-40556130,https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/acun-ilicali-dunyaya-aciliyor, (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://haber.sol.org.tr/medya/acun-ilicali-yunanistanda-medya-sirketi-kurdu-155121, https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/acun-ilicali-yunanistandaki-kanali-icin-kadrosunu-kurdu/ (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://www.metrosfer.com/acun-ilicali-yunanistani-da-fethedecek/ (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://www.milliyet.com.tr/Exathlon-nedir--Acun-Ilicali-nin-acikladigi-Exathlon-parkuru-nedir--molatik-8126/ (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/acun-ilicali-amerikada-da-yarisma-yapacak-exathlon,5S9BxS1lxkujV-kJOJHcGQ/AJ4tAD6UGUG-pXo-VcYezg (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/acun-ilicali-hep-kontrolsuz-buyudum-40790025 (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

https://tr.sputniknews.com/ekonomi/201804261033188703-acun-ilicali-borc-yapilandirma-kredi/ (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

https://www.cnnturk.com/ekonomi/piyasa-hisse/yeterli-alici-bulamayan-fenerbahce-4-martta-2-satisi-yapacak (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

https://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/acun-ilicali-ucus-keyfi-icin-9-milyon-euroyu-gozden-cikardi/ (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

http://www.borsagundem.com/haber/acundan-56-milyon-tllik-dugun-hediyesi/1217014 (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

http://www.24saatfutbol.com/acun-ilicalidan-dev-yatirim/ (Erişim Tarihi: 01.10.2018

http://www.patronlardunyasi.com/haber/Acun-Ilicali-pes-pese-10-sirket-kurdu-Kimle-ortaklik-yapti/197030 (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

http://emlak.haber7.com/emlak-gundemi/haber/1053741-acun-ilicali-paraya-para-demiyor (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

https://wmaraci.com/nedir/coo (Erişim Tarihi: 30.09.2018).

http://www.gazetevatan.com/oya-dogan-1204850-yazar-yazisi-acun-un-amerika-seferi/ (Erişim Tarihi: 01.10.2018).

MELODRAM ANLATISINDA SIRADAN İNSANIN SINIF ATLAMA SORUNU: O SES TÜRKİYE ÖRNEĞİ*

*Sibel AK***

GİRİŞ

Melodram, farkına varılmasa da yaşamın hemen hemen her alanında karşılaşılabilen bir olgudur. Sosyal ilişkiler, kurumsal ilişkiler, haberleşme ve hatta özel hayat gibi hayatın her alanına sızdığı için denilebilir ki melodram hayatın tam da içinde olandır. Bu durum Peter Brooks'un deyimiyle, "hayata adeta bir melodramatik imgelem bağlamında" bakılması gerektiği sonucunu da doğurmaktadır (Brooks, 1976).

Melodram[1] ilk olarak Antik Yunan Dönemi'nde bir tiyatro türü olarak ortaya çıkmıştır. Melodram kavramı, 18. yüzyılın sonlarına doğru Avrupa'da popülerleşen bazı tiyatro oyunlarını tanımlamak için kullanılmaya başlanmış olsa da, bilindiği kadarıyla bu terimini ilk kullanan, Aydınlanma Çağı'nın önde gelen düşünürlerinden Jean-Jacques Rousseau'dur. Yunan mitolo-

---

* Bu çalışma" Popüler yarışma programlarındaki melodramik imgelem: O Ses Türkiye örneği" adlı yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır.

** Öğr.Gör. Sibel AK, Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, TV ve Sinema Bölümü, (smert @ktu.edu.tr)

1 Melodram kelimesi etimolojik olarak incelediğinde; Yunanca kelimeler olan melos (şarkı) ve dram (hareket) kelimelerinden türetilmiş bir sözcük olduğunu görülmektedir. "Müzikli dram" ya da "müzikli oyun" anlamlarına da gelen melodram sözcüğü, dram ve müzik kelimelerinin de türevini oluşturmaktadır (Ataman, 2010, E.T.: 6 Haziran 2014). Brooks'a göre ise melodram kelimesi, orijinal olarak, "müzik eşliğindeki bir hareket" anlamına gelmektedir (Brooks, 1976: 9).

ni yarışmada seyircileri ve jüri üyelerini etkileyebilecekleri düşüncesiyle anlamaktadırlar.

Yarışmada kazanan kişi, melodram türünün özelliklerine sahip karakter olarak erdemli kabul edilen kişidir. Erdemli kişi, ne olursa olsun iyi olarak kalan, sabreden ve sonunda hak ettiği mutlu sona kavuşan kişidir. Yarışmada özellikle mütevazı, suskun ve pasif olan yarışmacı, yarışmanın sonunda birinci olmaktadır. Bunun asıl okuması ise, sistemin her zaman edilgin karakterleri içine alarak, çok nadir de olsa içlerinden belki birini ödüllendirmesidir. Bunun aksi durumunda ise kapitalist sistem, kendisine karşı çıkan bireyleri dışlayarak cezalandırmaktadır.

Görüldüğü gibi "O Ses Türkiye", bir ses yarışması olarak kabul edilse de, aslında seyircilere melodram türünde bir hikâye anlatmaktadır. Seyirciler, sinemada bir film izler gibi, televizyonda bu yarışma programını izlemektedir. Her ne kadar farkında olmasa da seyirciler, kendilerine dayatılan bu iletilerle birlikte, mevcut egemen ideolojilerin tekrar üretilmesine katkıda bulunmaktadır

KAYNAKÇA

AGOCUK, P. (2012*). Türk sineması'nda melodram: 1960- 1975 dönemi üzerine bir inceleme* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Lefkoşa: Yakın Doğu Üniversitesi.

AKBULUT, H. (2012), Yeşilçam'dan Yeni Türk Sinemasına Melodramatik İmgelem. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

ATAMAN, F. (2010).Tiyatro: Tiyatroda melodram türünün gelişimi ve özellikleri. ErişimTarihi:06.06.2014 https://www.facebook.com/note.php?note_id=424271218399&id=142996463851 e.t. 01.05.14www.facebook.com/Tiyatr0

BURTON, G. (2008).*Görünenden fazlası: Medya analizlerine giriş.* (Çev.: Nefin Dinç). İstanbul: AlanYayıncılık. (1990).

ÇALIŞLAR, A. (2009), *Tiyatronun ABC'si.* İstanbul: Say Yayınlar: ABC Dizisi.

ÇEPNİ, Ö. (2014).*Kamusal alan, televizyon ve yeteneklerin temsili: yetenek sizsiniz Türkiye programı eleştirisi*(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ELSAESSER, T. (1972). " Tales of sound and fury. observations on the family drama" [ses ve şiddet masalları: aile melodramı üzerine gözlemler], monogrom, 178,165-189.

HIDIROĞLU, İ. (2011). Frankfurt Okulu'nun sinema üzerine düşüncelerinin Türkiye'de alımlanması. *Zamanın tozu Frankfurt Okulu'nun Türkiye'de alımlanması*. D. Beybin Kejanlıoğlu (ed.). Ankara: De Ki Yayınları, 449-479.

KARAKOÇ, E. (2014). "*Medya aracılığıyla popüler kültürün aktarılmasında toplumsal değişkenlerin rolü*", [Elektronik Sürüm]. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2(3), 2014.

ÖZGÜR, A. Z. (2006). "Tür filmi olarak melodramların ve tv programlarının reklam filmi yaratıcı ve yapım sürecine etkisi üzerine bir değerlendirme".Selçuk İletişim, Cilt 4, Ocak 2006.

ÖZHAN,N.G.(2011). *Zeki demirkubuz, sinemasında melodramatik imgelem* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara:Ankara Üniversitesi.

SALBACAK, H. (2004). "*Küresel kültür" ve türkiye televizyonlarında bilgi yarışmaları: "en zayıf halka" ve "kim 500 milyar ister*"(YayımlanmamışYüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TDK. (2006).Melodram. Erişim Tarihi: 18.09.2014. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.541b4147-aa1dd3.66453096

TDK. (2006).Temaşa. Erişim Tarihi: 25.11. 2014.

2014.http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5474f518885a25.12320036

TODOROV, T. (2012) , *Fantastik: edebi bir türe yapısal bir yaklaşım.* (Çev.: Nedret Öztokat). İstanbul: Metis Yayınları. (1975).

TUNÇ, A. (1996)., "Soğuk savaşa gözyaşı panzehiri: 1950- 1960 dönemi amerikan toplum yapısında aile melodramının yeri". 25. Kare, 14, 41-47.

ÜNAL, H. A. (2007) ";Poetika: şiir sanatı üzerine", mimesis Tiyatro/Çeviri-Araştırma Dergisi, Sayı: 12, s. 317-339.

Psikoloji İstanbul, Pygmalion'un Ardından. (2014) http://www.psikolojistanbul.com/portfolio/pygmalionun-ardindan/(20.12.2014).

KAPİTALİST REKABETÇİ BİREY BAĞLAMINDA "SURVIVOR ALL STAR"*

Ayben KIRMIZIER

GİRİŞ

Günümüz dünyasının ekonomik işleyiş ve toplumsal yaşam biçimini belirleyen kapitalizm, sosyal ilişkiler, kurumsal ilişkiler, haberleşme ve hatta özel hayat gibi, hayatın her alanına sızan ve insanları etkisi altına alan bir sistem haline gelmiştir. Kapitalizm on altıncı yüzyıldan itibaren kendini gösteren, on dokuzuncu yüzyılda zirveye ulaşan ve bugünün dünyasında merkezde konumlanarak, insanları yönlendiren sosyoekonomik ve ideolojik bir sistemdir. Bu sistem, kitle iletişim araçlarını kullanarak, görünürlük kazanmakta ve insanları daha çabuk etkisi altına almaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, kapitalist sistemin özelliklerinin, televizyondaki yarışma programlarında oldukça etkili bir şekilde kullanılıyor olduğunu göstermektir. Kapitalist sistemin özellikleriyle kurgulanan yarışma programları, seyircilere büyülü bir dünya sunmaktadır. Seyirciler ise, izledikleri bu yarışma programlarıyla birlikte, hayatı bu programların devamı gibi algılamaktadırlar.

Çalışmada geleneksel toplum ve modern toplum yapıları ortaya konularak, bireyin bu toplumlardaki konumları değerlen-

---

* Bu çalışma "Kapitalist rekabetçi birey temsili: Survivor All Star" adlı yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır.

KAYNAKÇA

AKYILDIZ, H. (2008). Tartışılan boyutlarıyla "Homo economicus". İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2(13). S.30-31

AYDIN, D.G. (2008). *Kapitalizmin istikrarsız doğası: K.Marx ve J.A. Schumpeter.* Yayımlanmamış Doktora Tezi

BÜKER, S. ve Onaran, O. (1985). *Sinema kuramları.* Ankara: Dost Kitabevi Yayınları

CEVİZCİ, A. (2010). *Felsefe sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

ŞAHİN CEYLAN, Ş. (2007). *Geleneksel toplumdan modern topluma alternatif uyuşmazlık çözümü*. Yayımlanmamış Doktora Tezi

DOĞAN, İ. (2008). *Sosyoloji kavramlar ve sorunlar.* Ankara: Pegem Akademi

FEBVRE, L. (1995). *Uygarlık, kapitalizm ve kapitalistler*. (çev. : Mehmet Ali Kılıçbay). Ankara: İmge Kitabevi

HIDIROĞLU, İ. (2011). Frankfurt Okulu'nun sinema üzerine düşüncelerinin Türkiye'de alımlanması. *Zamanın tozu Frankfurt Okulu'nun Türkiye'de alımlanması*. D. Beybin Kejanlıoğlu (ed.). Ankara: De Ki Yayınları, 449-479.

SENNET, R. (2002). *Kamusal insanın çöküşü*. (çev: Serpil Durak- Abdullah Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

SUĞUR, S, SUĞUR, N. *Geleneksel toplumdan modern topluma geçiş.* Akedemia

KAFTAN, E. (2012). *Küresel kapitalizmin sonucu: çok kültürlü yurttaşlık mı, kültürel kimliklerle bölünmüş yurttaş mı?* . Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

KÖKSAL AKSU, E. A. (2010). *Kapitalizm ahlakı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

MERT, S. (2014). *Popüler yarışma programlarında melodramatik imgelem: o ses Türkiye örneği.* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi

MEMDUHOĞLU, H. (2007). Post-fordist üretim örgütlenmeleri ve iş görenler üzerindeki etkileri. 7(4) S.1-2

ÖZTEL, F.S. (2015). *İdeolojik* modernleşme ve sekülerizm tehdidi. Kaf dergisi. (2)

ÜSKÜL – ENGİN, Ö. Z. (2005), Yüzyılımızın postmodern bireyi ve Baudrillard'ın birey anlayışı, İVHFM C. LXIII, S. 1-2, s. 139-167,

TEZCAN, M. (1984). *Sosyal ve kültürel değişme.* Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi

YÜKSEL, M.(2004*).Modernite postmodernite ve hukuk.* Ankara: Siyasal Kitabevi

"İŞTE BENİM STİLİM": TÜKETİME ÖZENDİRİCİ İŞLEVİ İLE TARZ SAHİBİ OLABİLMENİN ÖNEMLİ BİR ARACI OLARAK GÖRÜLEN MODA *

Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU[**]

GİRİŞ

Geçmişten bugüne giyinme ihtiyacı insanoğlunun en önemli gereksinimi olmuş, değişen şartlar ve gelişen koşullar çerçevesinde giysiler kişinin kendisini ifade etme biçiminin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Uzun süre sadece zengin, soylu ve seçkin zümrelerin sahip olduğu ayrıcalıklı bir kavram olan moda, modernleşme, kitleselleşme ve özellikle giyim endüstrisi alanındaki gelişmelerle birlikte, geniş toplumsal kesimi kapsayan bir kavram haline gelmiştir. Bu kavramın, günümüzde sanat, dekorasyon, eşya, giyim kuşam, trend gibi birçok alanı kapsamasıyla birlikte daha çok giyim kuşam üzerinden ele alındığı ve bu anlamda medyada geniş yer bulduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda medya metinlerinin özellikle '*moda*'yı kullanarak farklı söylemler geliştirdiği, ürünlerin en önemli alıcısı olarak konumlandırdığı kadınları ise bu söylemleri kullanarak etkilediği ve yönlendirdiği ifade edilebilir.

---

* Bu çalışma" Medya ve tüketim bağlamında ideal kadının moda üzerinden temsili: Bana Her Şey Yakışır ve Bugün Ne Giysem? Programları örneğinde" adlı yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır.

** Arş. Gör. Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo TV ve Sinema Bölümü, (skotanli@gumushane.edu.tr)

ri sorgusuz sualsiz uygulayarak itaat ettiği sürece farklı programlarda aynı dille oluşturulan moda söylemleriyle tüketime özendirilmeye devam edecektir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

ALEMDAR, K.- ERDOĞAN, İ.(2011). *Kültür ve İletişim.* Ankara: Erk Yayınları

AKDOĞAN, H. (2004). *Medyada Kadın*. İstanbul: Ceylan Yayınları

AYDIN, M. (2009). *Moderniteye Dışarıdan Bakmak.* İstanbul: Açılım Kitap

BAUDRİLLARD, J.(2008). *Tüketim Toplumu.* (Çev.: Hazal Deliçaylı-Ferda Kesgin) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

BATMAZ, V. (2006). *Medya Popüler Kültürü Gizler.* İstanbul: Karakutu Yayınları

BİNARK, M. - Gencel Bek, M. (2010). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı / Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar.* İstanbul: Kalkedon Yayınları

BOCOCK, R. (2009). *Tüketim.* (Çev.: İrem Kutluk) Ankara: Dost Kitabevi

BOZKURt, V. (2000). *Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği. Bursa: Alesta Basım*

COWARD, R. (1993). *Kadınlık Arzuları-Günümüzde Kadın Cinselliği.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları

CRANE, D. (2003). *ModaveGündemleri- Giyimde sınıf, cinsiyet ve kimlik.* (Çev.: ÖzgeÇelik)

ÇELENK, S.(2005). *Televizyon, Temsil, Kültür - 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri.* Ankara: Ütopya Yayınevi.

ÇINAR KÖYSÜREN, A. (2013). *Kültürelve Dini Algıda Toplumsal Cinsiyet.* Ankara: SentezYayıncılık

ÇİVİTCİ, Ş. (2004). *Moda Pazarlama.* Ankara: Asil Yayıncılıkİstanbul: Ayrıntı Yayınları

DAVİS, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik.* (Çev.: Özden Arıkan) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

DUMAN, Z.(2014). Tüketim Toplumu/Eleştirel Bir Bakış. Ankara: Kadim Yayınları

FEATHERSTONE, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (Çev.: Mehmet Küçük) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

FELLNER, U.(1996). *Klas Kadın.* (Çev. Gülderen Pamir) İstanbul: Kelebek/Kadın

GEÇER, E. (2013). *Medya ve Popüler Kültür*. İstanbul: Okur Kitaplığı Yayınları

GÜNEŞ, S. (2001). *Medya ve Kültür-Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı.* Ankara: Vadi Yayınları

IŞIK, E. (1998). *Beden ve Toplum Kuramı.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık

ODABAŞI, Y. (2006). *Tüketim Kültürü-Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma.* İstanbul: Sistem Yayınları

ORÇAN, M. (2014) *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü.* Ankara: Harf Eğitim Yayıncılığı

Oxford Ansiklopedik Sözlük (1990). İstanbul: Yılmaz Yayınları

ÖZBEK, M. (2003). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski.* İstanbul: İletişim Yayınları

ROBİNS, K. (1999). *İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası.* (Çev.:Nurçay Türkoğlu) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

RİTZER, G. (2000). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek: Tüketim araçlarının devrimcileştirilmesi.* (Çev.: Şen Süer Kaya) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

RYAN, M.,KELLNER, D.(2010). *Politik Kamera-Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası.* (Çev. Elif Özsayar) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

SIMMEL, G. (2006). *Modern Kültürde Çatışma.* (Çev.: Tanıl Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen) İstanbul: İletişim Yayınları

STOREY, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları-Kuramlar ve Metotlar.* (Çev.: Koray Karaşahin) İstanbul: Babil Yayınları

ŞERİATÎ, A. (2011). *Kadın- Fatıma Fatmadır.* (Çev. Esra Özlük) Ankara: Fecr Yayınları

TARHAN, N. (2005). *Kadın Psikolojisi.* İstanbul: Nesil Yayınları

VEBLEN, T. (2014). *Aylak Sınıfının Teorisi.* (Çev.: Enver Günsel) Ankara: Tutku Yayınevi

YANIKLAR, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi.* İstanbul: Birey Yayınları

Makaleler

ARIK, M.B. (2009). "İnsan ve Toplumu Bir Arada Düşünmedikçe Popüler Kültürü Tartışamayız", Enderhan Karakoç (ed.) *Medya ve Popüler Kültür-eleştirel bir yaklaşım.* (s.1-30) İstanbul: Literatürk Yayınları

BARBAROSOĞLU, F.(2013). Şov ve Mahrem. İstanbul: Profil Yayıncılık

BEKİROĞLU, O., KUTLU, T.Ö. (2009). "Popüler Kültür ve Popülerleştirilen Genç Kız İmgesi" Enderhan Karakoç (Ed.) *Medya ve Popüler Kültür-Eleştirel Bir Yaklaşım.* (s.215-258) İstanbul: Literatürk Yayınları

BLUMER, H. (1969). *'Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection' The Sociological Quarterly.* 10(3), 275–291, June - 21 Mayıs 2014 tarihinde Wiley Onlıne Library veri tabanından erişilmiştir.

DAĞTAŞ, B. – DAĞTAŞ, E. (2009). "Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması" s.27-75, Banu Dağtaş-Erdal Dağtaş (Der) *Medya, Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları.* Ankara: Ütopya Yay.

DEMİRER, T. (2007). "Medya(=Kapitalizm) ve Manipülasyon (=Yalan)" Temel Demirer - Sibel Özbudun - Gökçer Özgür, *İmparatorun Soytarısı Egemen Medya*.s.27-99, Ankara: Ütopya Yayınevi.

ERTÜRK , N.(2011)."Moda Kavramı, Moda Kuramları Ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları" *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi.* ART-E MAYIS 2011-07 ağ adresi: http://edergi.sdu.edu.tr/index.php/gsfsd /article/viewFile/2768/2452

HİMAM ER, F.D., (2009). "Modanın Yaratım Nesnesi Olarak 'Tasarı Bedenler'" *Yedi. –Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi.* Sayı: 2, 17-24.Sproles, G. B. (1981). Analyzing fashion life cycles: principles and perspectives. The Journal of Marketing, 45(4), 116–124. 20 Mayıs 2014 tarihinde JSTOR veri tabanından erişildi

İMANÇER. D.(2007*). "Çağdaş Kimliğin Yapılanma Süreci ve Televizyon"* , Doğu-Batı Düşünce Dergisi/ Kimlikler. Sayı: 23, s.237-254, Ankara: Doğu Batı Yayınları

İNCEOĞLU,Y. KAR, A. (2010). "Yeni Güzellik İkonları: İnsan Bedeninin Özgürlüğü mü, Mahkûmiyeti mi?" Yasemin İnceoğlu-Altan Kar *Kadın ve Bedeni*.s.65-90, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

KARAKOÇ, E. (2009). "Küresel Köyün Küresel Propagandası: Medya-Kültür İlişkisi", Enderhan Karakoç(Ed.) *Medya ve Popüler Kültür-eleştirel bir yaklaşım.*(s.87-104) İstanbul: Literatürk Yayınları

KÜÇÜKERDOĞAN, R.(2014). " 'Gerçek Güzellik' ya da 'Gerçek Yalanlar' Reklamlar Aracılığıyla Tüketilen 'Güzellik' ve Göstergeler" , Ahmet, Güneş (Der.) *İletişim Araştırmalarında Göstergebilim-Yazınsaldan Görsele Anlam Arayışı* (s.49-70) İstanbul: LiteratürkAcademia

ULUÇ, G. SOYDAN, M., ANKARALIGİL,N. (2008). "Medyada Kadının Temsiline İlişkin Feminist Bir Okuma Çlışması: Tempo Dergisi", [Elektronik Versiyon]. *Civilacademy Sosyal Bilimler Dergisi.* Cilt: 6, Sayı: 3, s.41-52 Erişim Tarihi: 06.1.2014 http://www.academia.edu/3478234/Medyada_Kad%C4%B1n%C4%B1n_Temsiline_%C4%B0li%C5%9Fkin_Feminist_Bir_Okuma_%C3%87al%C4%B1%C5%9Fmas%C4%B1_TEMPO_Dergisi

YAĞLI, S.(2006). "Gündelik Hayatımızda Akıl Tutulması: Medya Uygulamalarında Tüketim İdeolojisinin İzlerini Sürmek", (s.5-42) Selda İçin Akçalı (Ed.) *Gündelik Hayat ve Medya –Tüketim Kültürü Perspektifinden Okumalar*. Ankara: Ebabil Yayıncılık

YAYLAGÜL, L.(2008). "Frankfurt Okulu'nda "Kültür Endüstrileri" ve "Kitle Kültürü" Yaklaşımı", (s.139-153), Levent Yaylagül, - Nilüfer Korkmaz (Der.) *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji.* Ankara: Dipnot Yayınları

Tezler:

PEKTAŞ, H. (2006). *Moda ve Postmodernizm,* (Yayımlanmış Doktora Tezi) Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İnternet Adresleri

http://www.tdk.gov.trErişim tarihi: 27.05.2014

http://fashion-history.lovetoknow. com/fashion-history-eras/theories-fashion. Erişim tarihi: 27.05.2014

http://oregonstate.edu/instruct/aihm577/intro2b.htm. Erişim tarihi: 27.05.2014

http://www.ensonhaber.com/tv8-yarismanin-ismini-iste-benim-stilim-olarak-degistirdi-2015-02-11.html Erişim tarihi: 15.08.2014

http://www.milliyet.com.tr/iste-benim-stilim-finalinde-kim-gundem-2189979/ Erişim tarihi: 15.08.2014

http://www.stilonerileri.com/stil/nasil-giyerim/kiyafet-kombini-nasil-yapilir/ Erişim tarihi: 20.08.2014

http://teknonline.com/stilist-meslegi-nedir-bilgileri-maaslari.htmlErişim tarihi: 20.08.2016

http://www.turkcebilgi.com/stilistErişim tarihi: 19.08.2016

http://cemmodelistlik.com/blog/Erişim tarihi: 20.08.2016

http://www.acunn.com/iste-benim-stilim Erişim Tarihi. 12.08.2016

https://www.tse.org.tr/upload/tr/dosya/icerikyonetimi/7348/19112015175833-2.pd Erişim Tarihi. 30.11..2016

http://istebenimstilim.com/30.12.2016

ERKEK EGEMEN SÖYLEM VE KADININ TEMSİLİ: İŞTE BENİM STİLİM ALL STAR ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME

Elif YILDIRIM[*]

GİRİŞ

Eril bakış açısıyla oluşturulan medya içeriklerinin toplumsal yaşamın her alanında etkili olduğu görülmektedir. Ekonomik, siyasi ve kültürel alanları kapsayan bu etki toplumda benzer eğilim, tercih ve davranış yapısına sahip geniş bir kitle oluşturmaktadır. Medyada üretilen ve popüler kültür diye adlandırılan bu kültür geçici, yapay ve çabuk tüketilen bir yapıya sahiptir. Popüler kültür toplumsal yaşama yönelik üretim ve tüketim pratiklerini içeren geniş bir kavramsallaşmaya gönderme yapmaktadır.

Tarihsel süreçte Sanayi Devrim'inden günümüze, medyanın popüler kültür temsillerinde kullanılan kadın ve kadın bedeninin teşhirinin, tüketime yönelik davranışları etkilediği görülmektedir. Bu etki tüketicilerin şartlandırılması biçiminde olmaktadır. En ince ayrıntısına kadar planlanmış bu ticari meta, medyada özellikle eğlence programlarında yoğun bir etkiye ve içeriğe sahiptir.

Bu çalışmada *"İşte Benim Stilim All Star"* örneğinden hareketle eril söylem içerisinden kadının temsil edilme biçimlerine bakılmıştır. Genel olarak programdaki yarışmacılar üzerinden, tüketicilere sunulan bir tüketim imajı oluşturulmaya çalışıldığı

[*] Öğr. Gör. Atatürk Üniversitesi, Erzurum Meslek Yüksek Okulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, (elif@atauni.edu.tr)

KAYNAKÇA

ALLEN,R.(1995),*Projecting Illusion-Film Spectatorship and the Impression of Reality*, USA, Cambridge University Press,

AKTAŞ,G. (2013), Edebiyat Fakültesi Dergisi Cilt:30 Sayı:1 Haziran:2013

AKBULUT,T.N.(2004),Türk Televizyonunda Kadın Söylemi. Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma, Cilt:2, 157-162.

BAUDRİLLARD,J. (2008), *Tüketim Toplumu.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BEAUVOIR,S.(1949), *Kadın "İkinci Cins I" Genç Kızlık Çağı,* (Çev. 1993 B. Onaran),İstanbul: Payel Yayınları

BİNARK,M and BEK,G.M. (2007), *Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar* İstanbul: Kalkedon.

CONNELL,R. W and WOOD.J. (2005), Globalization And Business Masculinities. Men And Masculinities 7 (4): 347-64

CORRİGAN,J.D.(1997), Baudrillard'ın 23-25 May 2016- Istanbul, Turkey Proceedings of Socıoınt 2016 3rd International Conference on Education, Social Sciences and Humanities

CARRİGAN,T, Connel, and LEE,J.B. (2002),*Toward a New Sociology of Masculinity*, Adams, R. ve Savran, D. (eds) The Masculinity Studies Readeriçinde, Oxford: Blackwell.

CORRİGAN,P.(1997), *The Sociology of Consumption An Introduction. Sage* Publications.

ÇAYIRCIOĞLU,D.(2014), Sinemada Kamusal/Özel Alan Ayrımı Örneği:Demir Leydi,Fe Dergi: Feminist Eleştiri Cilt 6, Sayı 1Erişim bilgileri, makale sunumu ve ayrıntılar için:http://cins.ankara.edu.tr/ Çevrimiçi yayına başlama tarihi: 1 Haziran 2014

ÇELENK, S.(2010), Kadınların medyada temsili ve etik sorunlar, Ulusal Televizyon Kanallarında Görsel İşitsel Obje Olarak Kadın, Ankara Üniversitesi Ulusal Yayınlar

ÇINAR,A. (2011), *Toplumsal Bedenin İnşasında Kadının Çağrılması ve Çağrısı: Namus Olgusu Üzerinden Bir Çözümleme*, (Edi.), Canatan, K. Beden Sosyolojisi, İstanbul: Açılım Kitabevi.

DAĞTAŞ,E. (2006), *Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması,* Eğitim-Bilim-Toplum Dergisi. Cilt 4, Sayı 14 (bahar) : 4-31.

DAPLERUP,D.(1986),*Women, Quotas and Politics (Routledge Research in Comparative Politics*)

DAVİDOFF, L.(2002), *Feminist Tarih Yazımında Sınıf ve Cinsiyet, İletişim Yayınları, İstanbul dan aktaran Özbay,F.(1995), Kadınların Eviçi ve Evdışı Uğraşılarında Değime*", Derleyen,Şirin Tekeli, Kadın Bakış Açısından Kadınlar, İletişim Yayınları, İstanbul,

DERMAN,D (2001), Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler(2), Bağlam Yayınları, Ankara

DONOVAN,J.(2005), *Feminist teori.* (A. Bora, M. A. Gevrek ve F. Sayılan, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

ECEVİT,Y.(2011),Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları.Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları.

ECEVİT,Y. (1997),"*Küreselleşme, Yapısal Uyum ve Kadın Emeğinin Kullanımında Değişmeler," Küresel Pazarlar Açısından Kadın Emeği ve İstihdamındaki Değişimler: Türkiye Örneği*, Der. Ferhunde Özbay,İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı,İstanbul,

ENTWİSTLE,J.(2012),*Cinsiyet / Toplumsal Cinsiyet, Temel Sosyolojik Dikotomiler*. Jenks, C. (Ed.), Şahin, İ. (Çev.), Ankara: Birleşik Yayınevi.

EROL,D.D.(2004), *Tekelleşen Türk Medyasında Yazılı Basın Ekleriyle Sunulan Yaşam Tarzları.* Yüksek Lisans Tezi. EskiÇehir: Anadolu Üniversitesi

EGRİK,E.B.(2011),*Türk Sinemasında Pygmalion Etkisi, Türk ve Dünya Sineması Üzerine Sentezler,* Editör: Serpil Kırel, Parşömen Yayıncılık,İstanbul

FİSKE,J.(1996), *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan, Ankara:Bilim ve Sanat/ Ark.

GABLER,N. (1998), *Life: the Movie - How Entertainment* Conquered Reality, Publisher: Vintage; 1st edition (February 29, 2000)

GÜNAL,A.(1997), Irigaray'ın beden simgeseli üzerinden feminizmde özselcilik tartışması. Toplum ve Bilim, 75, 145-161.

GÜNDEŞLİOĞLU, B. ve KUMCUYILDIZ,Y.(2011) Cinsiyete Dayalı İş Bölümünün Sosyal ve Ekonomik Maliyetler Üzerine Etkisi, Anadolu International Conference in Economics II, 15-17 Haziran 2011, Eskişehir.

HANKE,R.(1992), "*Redesigning Men: Hegemonic Masculinity in Transition*", S. Craig (ed.) Men, Masculinty and The Media, London: Sage

HIDIROĞLU, İ. (2011). Frankfurt Okulu'nun sinema üzerine düşüncelerinin Türkiye'de alımlanması. *Zamanın tozu Frankfurt Okulu'nun Türkiye'de alımlanması*. D. Beybin Kejanlıoğlu (ed.). Ankara: De Ki Yayınları, 449-479.

HIDIROĞLU,İ.(2012), Bir Melodram Türü Örneği Olarak "Buruk Acı" Filminin İncelenmesi, *Düşünen Siyaset*, SAYI: 28,31 Temmuz 2012

IRİGARAY,L.(1985),*This Sex Which is Not One,* Trans. by.Catherine Porter, Carolyn Burke, Ithaca, NewYork, Cornell University Press,

KARAKOÇ,E.(2014), Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü,Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi elektronik Dergisi,Cilt:2 Sayı:3 Mart 2014

KAYMAZ,Ö.T.(2012), Türk Sinemasında Yeni Dönem Erkek Yönetmenler Serdar Akar; Erkek Bakışı" http://www.sinekolaj.com/makaleler/69/turk_sınemasında_yenı_donem_erkek_yonetmenler_serdar_akar_erkek-_bakısı_.html

KELLNER,D.(1991*),Reklam ve Tüketim Kültürü, Enformasyon Devrimi Efsanesi*, (Der:Yusuf Kaplan), Rey Yay. İstanbul.

KELLNER,D. (1995),*Media Culture - Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern. Routledge. First published 1995by Routledge2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon, OX 14 4RN*
KELLY,R.M. and .DUERST-LAHTİ.G.((1995). "*The Study of Gender Power and Its Link to Governance and Leadership*", Kely, Rita M. Ve Duerst-Lahti Georgia (eds.) Gender Power, Leadership and Governance içinde, The University of Michigan: Michigan.

KIRCA,S (2001),Feminist kültürel çalışmalarda kuram ve yöntem tartışmaları: Dünyadan Türkiye'ye açılan pencere. Toplum ve Bilim, 14, 25-31.

KİMMEL,M. (1993), Invisible Masculinity. Society, Vol: 30, No: 6.

KUNT,E.(2013),Erkek Eyler, Kadın Görünür: Sinemanın Eril Nazarı,Mart 2013 http://www.kulturmafyasi.com/erkek-eyler-kadin-gorunur-sinemanin-eril-nazari/

LASCH,C.(2006),*Narsisizm Kültürü,* (Çev:S.Öztürk-Ü.H.Yolsal),Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

MACIONIS,J. J. ve PLUMMER,K.(2002), *Sociology: A Global Introduction, Second Edition, Prentice Hall,* London.

MARSHALL,G. (Derl.)(1999), *Sosyoloji Sözlüğü*. (O. Akınhay ve D.Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

MORGEN,L.H.(2015),*Eski Toplum*, Inkılap Kitapevi

MULVEY,L.(1989),Görsel Haz ve Anlatı Sineması' Üzerine, King Vidor'un Duel In The Sun'ının (1946) Esiniyle Sonradan Düşünülenler. S. Büker, G.Topçu (Ed.) 2008, Sinema Tarih / Kuram / Eleştiri, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları

MULVEY,L.(1974), *Görsel Haz Ve Anlatı Sineması*, Çeviren: Nilgün Abisel

NİCHOLSON,L.(1994),Interpreting gender, Signs, vol.20, no.1, ss.79-105

OAKLEY,A.(1972), *Sex, Gender and Society Ashgate* Publishing Limited,Wey Cort East,Union Road,Farnham,Sorrey,GU9 7PT,England

OKTAY,A.(1993),*Türkiye'de Popüler Kültür*, Yapı Kredi Yay. İstanbul.

ÖZTÜRK,S.R.(2000), *Sinemada Kadın Olmak.* İstanbul: Alan Yayıncılık.

PARMAN,T.(2007), *Ötekiden Korku Olarak İki Cinslilik Korkusu-Psikanaliz Buluşmaları* / 2 Kadınlık, İstanbul: Bağlam Yayınları.

PAYNE,M.(1997); *Modern Social Work Theory*, Second Edition, Lyceum Books, Chicago.

POSTMAN,N.(1994),*Televizyon Öldüren Eğlence*. O. Akınhay. (Çev.). İstanbul:Ayrıntı.

RYAN,M. and KELLNER,D.(1997).*Camera Politic:The Politics and Ideology of Comtemporary Hollywood Film*,Ayrıntı Yay.Basım Dağıtım San.ve Tic.A.Ş.Cağaloğlu İstanbul

SCOTT,J.W.(2007), *Toplumsal Cinsiyet: Faydalı bir Tarihsel Analiz Kategorisi,* (Feminist Kitaplık: 152, İstanbul, Agora kitaplığı

SİMMEL,G.(1957), *Fashion. The American Journaal of Sociology*

SOYŞEKERCİ,S.(2006), Cinsiyet Ayrımcılığı Olarak Üstün Erillik Olgusunun. Aile İşletmelerindeki Etkisi: Kuramsal Bir Bakış, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Güz/2006, Cilt:3, Yıl:2, Sayı:2, 3:1-26

SWİNGEWOOD, A.(1998),*Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*, (Çev, Osman Akınhay). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

ŞAHİN,Ç.(2012), Erkek Egemen Cinsiyetçi Söylemin Türkiye'deki Kadın Haklarına Yansımaları, 2012/2 | Hukuk Gündemi

TANİLLİ,S.(2006), *Uygarlık Tarihi,* Alkım Yayınları, 23.Baskı, İstanbul

TEMEL,H.& Korkmaz, T.(2009), *Reklamlarda Kadının Temsil Biçimleri*, (Edi.), Türkoğlu,N.- ALAYOĞLU,S.T. Medya ve Kültür, İstanbul: Urban Yayınevi.

WEEDON,C.(1997), *Feminist Practice And Poststructuralist Theory*. Oxford: Blackwell Publishing.

WOLLSTONECRAFT,M.(1792*). A Vindication of the Rights of Woman*

VAN ZOONEN,L.(2012), *Medyaya Feminist Yaklaşımlar*,İrvan, S.(Der) Medya, Kültür ve Siyaset İçinde, Alp Yayınevi,Ankara,sf.487

YILMAZ, A. (2013). *Yeni izleyici*. İstanbul: Aktif Yayınevi.

https://tr.wikipedia.org/wiki/ütopik_sosyalizm

ALTAŞ,C.(2013),http://birgunbiryerde.blogspot.com/2013/09/kendini-gerceklestiren-kehanet.html

2001 Yılı Aile Raporu (2002). (Ed.Çaylıoğlu, İ.) Aile İçi İlişkiler Komisyonu. 3. Ailede Rol ve Sorumluluklar. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, Yayın No:120. Ankara. Beyda Ofset. (ISBN 975–19–3235–1).

KAMUSAL ALANDA YETENEKLERİN TEMSİLİ: "YETENEK SİZSİNİZ TÜRKİYE"*

*Özge ÇEPNİ AKTAŞ***

GİRİŞ

Kamusal alan olarak adlandırılan ve bireyin kendisini temsil etme noktasında belirlenen bu alan, toplum hayatındaki maddi, manevi ve düşün alanındaki ortaya çıkışlar ve gelişmelerle kendisini göstermiştir. Bu bağlamda kamusal alan bir toplumun bireylerince yapılan, edilen ve ortaya konulan olarak şekillenen ve toplum bireyleri tarafından sahip olunan, düşünülen, inanılan ve yaşanılan duygu, düşünce ve değerlerin ortaya konulduğu geniş kapsamlı bir alanı ifade etmektedir. Toplum bireyleri tarafından ortaya konulan sanat eserlerinde ifade alanı olarak karşımıza çıkan kamusal alanı, topluma özgü olanın yansıtıldığı yer olarak değerlendirmek mümkündür.

Toplumların yapıp ettikleri ve toplumda meydana gelen değişimler kamusal alanın belirlenmesinde doğal ve zorunlu bir etki göstermektedir. Dolayısıyla kamusal alanın hem doğal, hem kendiliğinden hem de zorunlu olarak beliren bir yapı olduğunu söylemek mümkündür.

---

* Bu çalışma "Kamusal alan, televizyon ve yeteneklerin temsili: Yetenek Sizsiniz Türkiye programı eleştirisi" adlı yüksek lisans tez çalışmasından alınmıştır.

** Öğr.Gör. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Erbaa Meslek Yüksek Okulu, Görsel, İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü (özge.cepni@gop.edu.tr)

değerlerini empoze etmesinin meşru yolu olmaktadır. Özne bireyin yok oluşu bu şekilde meşru kılınmaya çalışılmaktadır. Birey artık sistem tarafından bir özne birey olarak değil, bir nesne olarak konumlandırılmakta, duyguları/düşünceleri ve davranışları bakımından sisteme hizmet ettirilebilir kılınmaktadır.

Türkiye'de yaşanan toplumsal değişimin sonucu olarak ortaya çıkan programlardan olan "Yetenek Sizsiniz Türkiye" yarışması, aslında popüler kültürün bir sömürü aracıdır. Sıradan insanın hayalleri, beklentileri bir tüketim malzemesine dönüştürülmekte ve eğlence adı altında sunumu yapılmaktadır. Televizyonda sunulan sıradan insanlar, yine onlardan olan sıradan insanlara, yarışma adı altında tüketim nesnesi olarak sunulmaktadır. Bu yarışma, insanların kendinden olanı izleme anlayışını sergilemekte ve yarışmacılar, içinden çıktıkları sosyal grubu eğlendirmek için seçilmektedir. Ayrıca isim olarak da dikkat çekici olan "Yetenek Sizsiniz Türkiye" programının, yeteneksiz birçok yarışmacıyı da ekran karşısına taşıması bakımından oldukça manidar olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Kapital sistemin popüler olanı oluşturma ve biçimlendirme isteği devam ettiği müddetçe, bu programlara olan ilgi her zaman tazeliğini koruyacağa benzemektedir.

Kaynakça

ARENDT, H. (2012*). İnsanlık durumu*. İstanbul: İletişim Yayınları.

BAUDRİLLARD, J. (2004). *Tüketim toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BAUDRİLLARD, J. (2012*). Kötülüğün şeffaflığı*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

BAUDRİLLARD, J. (2013). *Simülarklar ve simülasyon*. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

BOURDİEU, P. (1997). *Televizyon üzerine*. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

ÇAHA, Ö. (1988). "İdeolojik kamusalın sivil kamusala dönüşümü". Doğu Batı Düşünce Dergisi, 2(5), 73-94.

DACHEUX, E. (2012). "Kamusal alan: demokrasinin anahtar bir kavramı". Eric Dacheux (Der.*). Kamusal alan* (ss. 13-27). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

DEBORD, G. (2012*). Gösteri toplumu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

DELLALOĞLU, B. (1965). *Frankfurt okulu'nda sanat ve toplum*. İstanbul: Say Yayınları.

HABERMAS, J. (2004). *"Kamusal alan"*. Meral Özbek (Ed.), Kamusal alan (ss. 95-102). İstanbul: Hil Yayın.

HABERMAS, J. (2013). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.

HORKHEİMER, M., and ADORNO, T. (1996). *Aydınlanmanın diyalektiği.* İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

KARADAĞ, A. (2006). *"Postmodernite ve kamusal alan: mutlak hakikat arayışının sonu"*. Ahmet Karadağ (Ed.), Kamusal Alan ve Türkiye(ss. 42-74). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KEJANLIOĞLU, B. (2004). "Medya çalışmalarında kamusal alan kavramı". Meral Özbek (Ed.), *Kamusal alan*(ss. 689-713). İstanbul: Hil Yayın.

KEJANLIOĞLU, B. (2005). *Frankfurt okulu'nun eleştirel bir uğrağı: iletişim ve medya*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

KELLNER D. (2005). "*Kültür endüstrisi*". Erol Mutlu (Der.), Kitle iletişim kuramları (233-239). Ankara: Ütopya Yayınevi.

KONYAR, H. (2008). "*Popüler kültürde hegomonik anlamların üretilmesinde gençlik altkültürlerinin önemi*", [Elektronik Versiyon]. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.

MUTLU, E. (1991). *Televizyonu anlamak*. Ankara: Gündoğdu Yayınları.

ODABAŞI, Y. (1999). *Tüketim kültürü yetinen toplumun tüketen topluma dönüşümü.* İstanbul: Sistem Yayıncılık.

ÜNİVAR, K. (2006), "Osmanlı'da bir kamusal mekân: kahvehaneler". Ahmet Karadağ (Ed.), *Kamusal alan ve türkiye* (ss. 237-255). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

YÜKSELBABA, Ü. (2012). *Habermas ve kamusal alan: burjuva kamusallık ilkesinden, iletişimsel kamusallığa geçiş*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

YENİ İZLEYİCİ BAĞLAMINDA ACUN MEDYADA GÖZ6 PROGRAMI ÖRNEĞİ

Adem YILMAZ[*]
Semra KOTAN[**]

GİRİŞ

Klasik anlamda iletişim araştırmaları temelde üç noktaya vurgu yapmaktadır. Bunlar; radyo, televizyon, gazete ve internet gibi çeşitli kitle iletişim araçlarını kapsayan kaynak, bu kaynaklar tarafından oluşturulan medya içerikleri (mesaj) ve izleyicidir. İzleyici, kitle iletişim araştırmaları çerçevesinde yapılan çalışmaların en önemli unsurlarından birisidir. İletişim sürecinde egemen olanın hedef merkezli yaklaşım oluşundan hareketle izleyici olgusu, başlarda "anaakım iletişim çalışmaları" başlığı altında ele alınmıştır. Kitle iletişim araçlarının kullanıcısı olan tek tip bireylerden oluşan izleyiciler bu noktada medya içeriğini olduğu gibi alımlayan ve her türlü manipülasyona açık, pasifize edilmiş bireylerdir. Ancak daha sonraları iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle bu yaklaşım yavaş yavaş anlamını yitirmeye başlamıştır. Televizyonun ürettiği içeriklerin bireylerin kendi ihtiyaçları doğrultusunda kullanılabileceği tezinden yola çıkılarak medyanın klasik işlevi yerini eğlenmek, bilgilenmek, gündelik hayatın streslerinden uzaklaşmak isteyen

[*] Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, (adem@atauni.edu.tr)
[**] Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, (semra.kotan@atauni.edu.tr)

cıların getirdikleri yorumlarla eleştirel okumanın yanı sıra egemen okumanın da tercih edildiği görülmektedir. Katılımcıların toplumsal cinsiyet algıları bakımından programın kadın ve erkek yarışmacıları ile ilgili üç farklı okumayı da yaptıkları gözlenmiştir. Erillik-güç-iktidar-kadınlık-zayıflık söylemleri üzerine kurulan yorumlar katılımcılar açısından farklılık göstermektedir. Kadın katılımcılar yorumlarda daha çok muhalif yorum sergilerken, erkek katılımcılar hâkim ve müzakereci kod-açımlama yapmışlardır. O halde toplumsal cinsiyet algısı katılımcılar açısından değerlendirildiğinde kadın ve erkek olarak cinsiyet farklılıklarını ortaya koymaktadır. Analizde katılımcılara kendilerini özdeşleştirdikleri yarışmacı ve özelliği açısından sorulan soruya verilen cevaplarda yine öznel ifadeler taşımaktadır. Katılımcılar açısından kimi yarışmacıların fiziksel anlamdaki yetkinliği özdeşleşme nedeni iken kimine duyulan coğrafi yakınlık ya da tanıdık kültürden gelen mizaç ve dil gibi unsurlar özdeşleşmenin başka nedenleridir. Son olarak 8 katılımcı (3 erkek, 5 bayan) ile gerçekleştirilen bu çalışmada genel anlamda kod açımlayıcılar açısından değerlendirildiğinde analizin tamamında okuyucuların üç tür okumayı da (hâkim, müzakereci ve karşıt) yapmış oldukları görülmektedir.

KAYNAKÇA

AKINERDEM, F. (2012). "Yerli dizi anlatıları ve izleyici katılımı: uçurum dizisini ekşisözlük ve twittir' la birlikte izlemek". Folklor/ Edebiyat Dergisi, 72, 77- 90.

AYDIN Ş. O. (2007). "Alımlama araştırmaları ve kültürel çalışmalar geleneğinin katkısı". İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6, 120-121

ALLOR, M., 2001, "*İzleyicinin konumunu yeniden belirleme*", s. 119-138. (çev.) S. İrvan, *A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık*, Ankara, A.Ü.İ.F. Yayınları.

BİNARK, M. Ve Bayraktutan, s. (2007). "*Teknogünlüklerdeki çok(lu) sessiz yaşamlar: yeni medyanın sessiz enstürmanları- yeni orta sınıf gençlik*". (Ed.) mutlu Binark. Yeni Medya Çalışmaları, 147- 176. Ankara: Dipnot

BİNARK, M ve LÖKER, K. (2011). "*Sivil toplum örgütler için bilişim rehberi*". Ankara: STGM Yayınları.

CURRAN, J. (2005), "K*itle iletişimi araştırmasında yeni revizyonizm: bir yeniden değerlendirme çabası*", s. 377-412, içinde *Medya, İktidar, İdeoloji*, (der. ve çev.) M. Küçük, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınevi.

DERRİDA, J. (2002). E*chographies of television. malden, mass*.: Polity Press.

DİLMEN, N. E. (2007). "Yeni medya kavramı çerçevesinde internet günlükleri-bloglar ve gazeteciliğe yansımaları". Marmara İletişim Dergisi, 12.

GÜNGÖR, N. (2013). "*İletişim kuramlar ve yaklaşımlar*". Siyasal Kitapevi, Ankara.

HALL, S. , (1997), '*Codage/décodage', sociologie de la communication,* Paul Béaud (ed), ed. Réseaux.

İSPİR, B. 2013. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi. *Dijital İletişim ve Yeni Medya*, 2- 26. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, No:2956

ENSEN, K. (2005). S*osyal kaynak olarak haberler: danimarka televizyon haberleri hakkında nitel ampirik bir çalışma.* Ş. Yavuz (Edt.) içinde, Medya ve izleyici bitmeyen tartışma (Ş. Yavuz, Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.

KÜÇÜKSARAÇ, B. (2014). "*Prosumer kadınlar ve kendin yap (DIY) Bloglarında Üretim ve Tüketim Pratikleri",* (Ed. İdil Sayımer), Yeni Medya Araştırmaları, Olgun- Çelik Ofset Matbaa, Konya.

MAVİŞ, M. (2013). "Sosyal medya ve yeni nesil reyting ölçümleri", Erişim: 06 Ağustos 2014, http:///yeninesilreyting.com/

MAIGRET, E. (2011). "*Medya ve iletişim sosyolojisi*", İletişim Yayınları

MUTLU, E (2012)." *İletişim sözlüğü*". Ankara: Sofos.

ŞEKER T. (2009). 5N1K haber programının alımlama analizi. Selçuk İletişim Dergisi. 5(4), 105- 117.

TOFFLER, A. (2008). "*Üçüncü dalga".* Selim Yeniçeri (çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık

TURAN, A.E. (2014). "Yeni *medya ortamları ile dönüşen izleyicinin elektronik sözlük ve talk show ara kesitinde izlenmesi*", (Ed. İdil Sayımer), Yeni Medya Araştırmaları, Olgun- Çelik Ofset Matbaa, Konya.

ULUSOY, N. (2012). Sözlüklerdeki Sinema sevgisi: new york'ta beş minare ve çoğunluğun internet sözcüklerine yansıması. (Ed.) Tolga kara ve Ebru Özgen. *Sosyal Medya- Akademi*, 198- 212. İstanbul: Beta.

YILMAZ, A. (2009). "*Türkiye'de 1990 sonrası dönemde özel televizyon yayıncılığı bağlamında izleyici-televizyon ilişkisi",* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim Dalı, Doktora Tezi

(http://www.gazetevatan.com/acun-ilicali-ilk-kez-bu-kadar-acik-konustu-749192-magazin)

YAŞAR ERDEMİR'E ARMAĞAN:

SANAT TARİHİ YAZILARI

Yayın/Bilim Kurulu
Prof. Dr. Ahmet ÇAYCI
Prof. Dr. Bozkurt ERSOY
Prof. Dr. Erol ALTINSAPAN
Prof. Dr. Halit ÇAL
Prof. Dr. İnci KUYULU ERSOY
Prof. Dr. Kerim TÜRKMEN
Prof. Dr. Mehmet TUNÇEL
Prof. Dr. Mustafa DENKTAŞ
Prof. Dr. Ömür BAKIRER
Prof. Dr. Yıldıray ÖZBEK
Doç. Dr. Mustafa ÇETİNASLAN

Editörler
Prof. Dr. Osman KUNDURACI
Öğr. Gör. Ahmet YAVUZYILMAZ

LİTERATÜRK
academia

ORDU'NUN GELENEKSEL AHŞAP CAMİLERİNDEN BİR GRUP: KUBBELİ ÇANTI CAMİLER

Ahmet Ali BAYHAN[*]

Özet

Mimaride kullanımı insanlık tarihi kadar eski olan ahşabın, çok önemli ve vazgeçilmez bir malzeme olduğu bilinmektedir. Anadolu'da Karadeniz Bölgesi ve özellikle Ordu'nun içerisinde bulunduğu Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ahşap, mimaride ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Bölgenin kırsal kesimlerinde hala rastlayabileceğimiz serenderler ve konutlar bunların en güzel örneklerini vermektedir. Bu bağlamda geleneksel ahşap camiler, üzerinde durulması gereken kültür varlığı niteliğindeki yapılar olarak dikkati çekmektedir. Geleneksel ahşap camiler içerisinde, tamamen yörenin şartları ve ihtiyaçları ile ortaya çıkan ahşap çantı camiler de yöredeki ahşap mimarinin önemli örneklerinden sayılırlar. Bu çalışmada, çok farklı yönleriyle ehemmiyet kazanmış bir yöre olan Ordu'da, kendine has karakteristik özellikleriyle geleneksel ahşap çantı camilerin farklı bir türü olan kubbeli çantı camiler ele alınmaktadır. Amacımız, sayıları her gün biraz daha azalan, yok olma durumundaki bu yapıları belgelendirmek ve bilinen örneklere yenilerini kazandırmaktır. Bu kapsamıyla daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olan bu yapılar öncelikle mimari özellikleri açısından tanıtılmış ve akabinde yakın çevre örneklerinden hareketle Orta ve Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki yerleri değerlendirilmek suretiyle Anadolu Türk mimarisindeki önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Karadeniz Bölgesi, Ordu, ahşap çantı camiler, Türk mimarisi, Kubbe mimarisi

Giriş

Sanat Tarihi camiasında, Batı Karadeniz bölgesindeki bazı ahşap yığma camileri inceleyerek "Candı Camiler" adıyla, ilk kez Ekrem Hakkı Ayverdi tarafından gündeme getirilen[1] Çantı Camilerin de içinde bulunduğu, bütünüyle ahşap malzemeyle inşa edilmiş ve özellikle Anadolu'nun kuzey ke-

[*] Prof. Dr., Ordu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, Cumhuriyet Mahallesi Altınordu / ORDU, e-mail: bayhanahmetali@hotmail.com

[1] E. H. Ayverdi, *Osmanlı Mimarisinin İlk Devri*, I, İstanbul 1989, s. 121.

Kaynakça

ASLANAPA, O., *Türk Sanatı*, İstanbul 1984.

AYVERDİ, E. H., *Osmanlı Mimarisinin İlk Devri I,* İstanbul 1989.

BAYHAN, A. A., "Ordu / Perşembe'den İki Ahşap Çantı Cami Örneği", *TÜBA-KED (Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi)*, 12/2014, Ankara 2015, s.99-107.

BAYHAN, A. A., "Ordu Yöresinde 2017'de Belirlenen Ahşap Çantı Cami Örnekleri" *XXI. Uluslararası Ortaçağ Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (25-28 Ekim 2017, Antalya)*'nda sunulan bildiri metni (baskıda).

BAYHAN, A. A., "Ordu/İkizce'den Bir Ahşap Cami: Laleli (Eski) Camii", *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 14, Erzurum 2005, s. 1–22.

BAYHAN, A. A., "Ordu'da Geleneksel Cami Mimarisinin Modern Yorumları: Altınordu ve Ünye Örnekleri" *Çağımızda Cami Mimarisinde Arayışlar Uluslararası Sempozyumu (18-20 Kasım 2016, Giresun)*, Giresun 2017, s. 321-331.

BAYHAN, A. A., "Ordu'da Yeni Tespit Edilen Ahşap Camiler", *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 16, Erzurum 2006, s.33–48.

BAYHAN, A. A., "Ordu'da Yeni Tespit Edilen Çantı Cami Örnekleri", *Uluslararası XIX. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (21-24 Ekim 2015, Manisa)*'na sunulan bildiri metni (baskıda).

BAYHAN, A. A., "Ordu'nun İkizce ve Çaybaşı İlçelerindeki Ahşap Camiler" *X. Ortaçağ - Türk Dönemi Kazı Sonuçları Ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (3–6 Mayıs 2006, Ankara) Bildirileri "Prof.Dr. H. Örcün Barışta'ya Armağan"*, Ankara 2009, s. 59 – 90.

BAYHAN, A. A., "Ordu'dan Bazı Tarihi Ahşap (Çantı) Camiler", *The Journal Of International Social Research / Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, VOLUME: 2, ISSUE: 7, SPRING 2009, s. 55-84.

BAYHAN, A. A., *Mısır'da Osmanlı Devri Mimarisi,* (Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Van 1997.

ÇAM, N., *İslam'da Sanat Sanatta İslam*, Ankara 1997.

DEMİR, N., *Orta ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Tarihi Alt Yapısı (Tarih – Etnik Yapı – Dil – Kültür)*, Ankara 2005.

HASOL, D., "Ahşap" Maddesi, *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, Cilt: 1, İstanbul 1997, s. 34.

MÜLAYİM, Selçuk, "Kubbe" Maddesi, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C. 26, Ankara 2002, s. 301.

NEFES, E.; *Samsun Yöresindeki Son Dönem Ahşap Camiler*, Samsun 2009.

SEYFİ, S., "Ordu/Akkuş'ta Çantı Tekniğinde Yapılmış Cami Örnekleri" *Ekev Akademi Dergisi*, Yıl: 21, S. 71, 2017, s. 332-333.

ŞAHİN, M., "Giresun İlindeki Bağdadi Kubbeli Camiler" *TÜBA-KED*, S. 11, Ankara 2013, s. 83-84.

MANİSA'DA BEYLİKLER DEVRİNE AİT İKİ HAMAM

Ahmet ŞEN[*]

Özet

Saruhanoğulları Beyliğine Başkentlik eden Manisa bu Beyliğin en güzel yapılarını da içinde barındırmaktadır. Manisa, Saruhanoğulları Beyliğinin yıkılmasıyla Osmanlılara geçmiş ve bu dönemde de kentte imar ve iskân faaliyetleri giderek artmıştır. Hamam mimarisi açısından bakıldığında Manisa'da bulunan beylikler devri hamamları, Türk hamamları içinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Halkın hamam kültürünü bu cağda hala yaşatıyor olması, hamamların kalıcılığını artıracak sosyal bir olgudur. Çalışmamızda, Manisa'da bulunan Beylikler devrine ait hamamlar ele alınacak; söz konusu hamamlar, mimari ve plan özellikleri, süsleme, ısıtma tertibatı gibi yönleriyle tanıtılacak ve bu bağlamda elde edilecek bilgiler ışığında Manisa Hamamlarının Türk Hamam mimarisi içindeki yeri belirlenmeye çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Manisa, Hamam, Saruhanoğulları Beyliği

Manisa'nın Kısa Tarihi

Batı Anadolu'da Spil Dağı ile Gediz Nehri arasında 13.810 km²'lik bir alana sahip olan Manisa, günümüzde zirai, ticari ve sanayi bakımından gelişmiş bir kenttir. Kent Hitit, Frig, Lidya, Makedonya, Roma, Bizans, Beylikler ve Osmanlı uygarlıklarına ait izlere sahiptir[1].

İnanışa göre, Manisa'nın Yunanistan'daki Teselya Bölgesi'nden M.Ö. 15. yüzyılın ortalarında göç eden Magnetler tarafından mitolojik Tantalis şehriyle aynı yörede kurulduğu tahmin edilmektedir[2]. Manisa'nın adı kentin kurucu-

[*] Arş. Gör. Kafkas Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Kars. ahmet4235@gmail.com

1 O. Akşit, *Manisa Tarihi,* İstanbul 1983,s.28.

2 O. Akşit, *a.g.e.,* s.37.

Kaynakça

ACUN, H., *Manisa'da Türk Devri Yapıları,* Ankara 1999.

AKŞİT, O., *Manisa Tarihi,* İstanbul 1983.

ANONİM, "Manisa " *Temel Britannica,* C. 12, İstanbul 1993.

AREL, A., "Menteşe Beyliği Devrinde Peçin Şehri'', *Anadolu Sanatı Araştırmaları, I,* Ankara 1968, s. 7-20.

ARU, K.A., *Türk Hamamları Etüdü,* İstanbul 1949.

AYDIN, M., "Manisa", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi,* C.2, İstanbul 1997.

BEAN, G., *Eski Çağda Ege Bölgesi,* İstanbul 1995

ÇAKMAK, C., *Tire Hamamları,* Ankara 2002.

EYİCE, S., "İznik'te Büyük Hamam ve Osmanlı Devri Hamamları Hakkında Bir Deneme", *Tarih Dergisi,* Cilt: XI, Sayı: 15, İstanbul 1960, s. 99-122.

EMECEN, F., *XVI. Asırda Manisa Kazası,* Ankara 1989

GÖKÇEN, İ., *Manisa Tarihinde Vakıflar ve Hayırlar,* C.I., İstanbul, 1946.

KÖKLÜ, N., *Manisa İşgalden Kurtuluşa,* Ankara 1976.

KÖKLÜ, N., ''Saruhanlılar Devrinde Manisa (3)'', *Manisa*, S.6 (Aralık, 1983), s.5–29.

Manisa Şer'iye Sicilleri**,** Defter No: 124

ÖNGE, Y., "Konya Beyşehir'de Eşrefoğlu Süleyman Bey Hamamı'', *Vakıflar Dergisi,* S.VIII, Ankara 1968, 139-148.

ÖNGE, Y., *Anadolu'da XII-XIII. Yüzyıl Türk Hamamları,* Ankara 1995.

SOFUOĞLU, H., *İslam Hukukunun Uygulanması Bakımından Şer'iye Sicilleri (1625-1650),* **(**Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İzmir 2010.

ÜLGEN, A.S., "Hamam", *İslam Ansiklopedisi,* C. 5–1, İstanbul 1964.

ULUÇAY, M.Ç., *Saruhanoğulları ve Eserlerine Dair Vesikalar,* İstanbul 1940.

YAVİ, E., *Manisa,* Manisa 1995

KONYA'DA AHŞAP DİREKLİ BİR KÖY (TATKÖY) CAMİİ

Ahmet YAVUZYILMAZ[*]

Özet

Anadolu'nun kadim şehri Konya ve çevresinde Neolitik Dönemden günümüze kesintisiz bir iskânı görmek mümkündür. Dokuz bin yıllık bu süreçte, Türk hâkimiyeti ile başlayan 12. Yüzyıl ve sonrası, ayrı bir önem taşımaktadır. Anadolu Selçuklu, Karamanoğlu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerini kapsayan bu evrede Konya'da, farklı türde çok sayıda tarihi eser inşa edilmiştir. Fakat başta insan faktörü olmak üzere, pek çok belirleyiciye bağlı olarak maalesef bu kültür varlıklarının büyük bir kısmı günümüze intikal edememiştir. Buna rağmen Konya'nın kadim bir başkent olması ve jeopolitik açıdan önemli bir pozisyona sahip olması, günümüze hatırı sayılır bir tarihi eserin gelmesine olanak tanımıştır. Konya'nın mevcut eser varlığı, bu zengin kültürel mirasa yönelik çok sayıda tez çalışması, proje ve müstakil yayınların yapılmasına neden olmuştur. Bununla birlikte, Konya ve çevresine yönelik son dönemde yapılan araştırmalar neticesinde, hiçbir yayında yer almayan nitelikli kültür varlıklarının olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda Konya İli Selçuklu İlçesi Tatköy mahallesinde yeralan Tatköy Cami plan, mimari ve süsleme özellikleri açısından tanıtılarak başta Konya ve çevresi olmak üzere farklı bölgelerdeki örneklerle mimari ve süsleme açısından karşılaştırılması yapılarak ilim alemine tanıtılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Konya, Tatköy, Ahşap Direkli Cami, ahşap, mihrap, minber, vaaz kürsüsü

GİRİŞ

Zengin bir tarihi geçmişe sahip olan Sille ve çevresinin tarihi hakkında sistematik bir arkeolojik araştırma yapılmamış olup yapılan araştırmalar ise belli merkezlerde yoğunlaşmıştır[1]. Sörvey şeklindeki bu çalışmalar da Sille ve civardaki köyler ele alınarak incelenmiştir.

[*] Öğr. Görevlisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Meram/KONYA, ayavuzyilmaz@erbakan.edu.tr.

[1] Hasan Özönder, *Sille (Tarih- Kültür- Sanat),* Konya 1998, s.38.

KAYNAKÇA

ALTUN, Ara, *Ortaçağ Türk Mimarisinin Anahatları İçin Bir Özet*, İstanbul 1988.

AKOK, M., "Kastamonu'nun Kasaba Köyünde Candarlıoğlu Mahmud Bey Camii", *Belleten*, C.X, S. 38, Ankara, 1946, s.293-302.

BAŞAR, Mehmet Emin-ŞİMŞİR, Zekeriya, "Ahırlı'daki Türk Devri Yapıları", *Bozkır'ın Dünü ve Bugünü Sempozyumu (12 Kasım 2006)*, Konya 2007, s.355-369.

CLAVİJO, Ruy Gonzalez de, *Timur Devrinde Kadis'ten Semerkand'a Seyahat*, (Çev. Ömer Rıza Doğrul), İstanbul 2016.

ÇAL, H., *Niğde Şehrindeki Ahşap Tavanlı Camiler ve Mescidler*, Ankara 2000.

ÇALIŞLAR, D., " Osmanağa Camisi", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, C.VI, İstanbul 1994, s.159.

DEMİRALP, Yekta, *Akşehir ve Köylerindeki Türk Anıtları*, Ankara, 1996.

DENİKE, B., "Türkistan'da Ahşap Oymalı Birkaç Abide", (Çeviri: A.Osman Uysal), *Vakıflar Dergisi*, S. XX, Ankara 1986, s.29-38.

DENİZ, B., "Aksaray'da (Niğde) Ahşap Sütunlu İki Köy Camii", *E.Ü. Arkeoloji-Sanat Tarihi Dergisi*, İzmir, 1998, s.19-56.

DENKTAŞ, M., "Kayseri-Develi Şıhlı Kasabası Yusufağa Cami", *Prof. Dr. Zafer Bayburtluoğlu'na Armağan, Sanat Yazıları)* Kayseri 2001, s. 201-205.

DURAN, Remzi, "Konya-Sarayönü'nde Üç Ahşap Camii", *Vakıflar Dergisi*, Sayı:20, Ankara, 1988, s.47-63.

ERDEMİR, Y., "Karaman'ın Nakışlı Ahşap Camilerinden Bir Örnek: Hoca Mahmut Camii", *Karaman Türk Dili ve Yunus Emre,* Konya 1983, s. 44- 51.

ERDEMİR, Y., "Konya-Beyşehir Bayındır Köyü Camii", *Vakıflar Dergisi,* Sayı: XIX, Ankara 1985, s. 193- 206.

ERDEMİR, Y., "Tokat Yöresindeki Ahşap Camilerin Kültürümüzdeki Yeri", *Türk Tarihinde ve Kültüründe Tokat Sempozyumu*, Ankara 1987, s.295-312.

ERDEMİR, Y., "Nakışlı Ahşap Camilerimizden Bir Örnek: Erbaa-Fidiköy Ömer Paşa Camii", *İlim Sanat,* Sayı: 12, Mart- Nisan 1987, s. 29–33.

ERDEMİR, Y., Beyşehir Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi", *Tarihten Bugüne ve Geleceğe Uzanan Konya Beyşehir (Derebucak- Hüyük) 2000 Rehberi*, Cilt: 1, Konya, 2000, s. 108- 119.

ERDEMİR, Yaşar, "Nakışlı Ahşap Camilerimizin Klasik Dönemdeki Zengin Bir Temsilcisi: Doğanhisar Ulu Camii", *VI. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı Sonuçları ve Sanat Tarihi Sempozyumu (08-10 Nisan 2002 Kayseri)*, Kayseri 2002, s.381-396.

ERDEMİR, Yaşar, *Beyşehir Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi*, Beyşehir 1999.

ERDEMİR, Yaşar, "Bozkır Yöresi'ndeki Ahşap Camilerin Zengin Süslemeli Örneği: Hisarlık Camii ve Yöreye Etkileri", *Bozkır'ın Dünü ve Bugünü Sempozyumu (12 Kasım 2006),* Konya 2007, s.333-354.

ERDEMİR, Yaşar, "Some Wooden Mosques Carrying The Esrefoglu Tradition In Beysehir Region And Bayavsar Sample", *XI. Uluslararası Türk Kültürü, Sanatı ve Kültürel Mirası Koruma Sempozyumu/Sanat Etkinlikleri Türkiye Belarus İlişkileri 22-27 Ekim 2017 Baranovichi/Belarus*, Konya 2017, s.151-156.

ERMİŞLER, O., "Konya Selçuklu Tatköy Manastırı Mozaik Kurtarma Kazısı", *V. Müze Kurtarma Kazıları Semineri*, Ankara 1992, s. 35-64.

KARAMAĞRALI, H., "Sahipata Caminin Restitüsyonu Hakkında Bir Deneme", *Rölöve Restorasyon Dergisi*, S.3, Ankara 1982, s.49-76.

KARPUZ, Haşim, "Konya ve Çevresinde Yazlık Mekânlı Camiler", *IX. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri*, Erzurum 2005, s. 287-305.

KUNDURACI, Osman, "Konya Altınekin İlçesi Ali Paşa Camii", *S.Ü. Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı:11, Konya 1997, s. 143-159.

KURAN, Abdullah, "Anadolu'da Ahşap Sütunlu Selçuklu Mimarisi", *Malazgirt Armağanı,* Ankara 1972, s.179-186.

OTTO DORN, K., "Die Ulu Dschami in Sivrihisar", *Anadolu (Anatolia)*, IX, Ankara 1967, s.161-168.

ÖNGE, Yılmaz, "Anadolu'da XIII-XIV. Yüzyılın Ahşap Camilerinden Bir Örnek: Beyşehir Köşk Köyü Mescidi", *Vakıflar Dergisi*, Sayı:9, Ankara 1971, s. 291-296.

ÖNGE, Y., "Konya Meram Mesiresindeki Mimari Bir Manzume", *Vakıflar Dergisi,* Sayı:10, Ankara 1973, s.367-383.

ÖZÖNDER, HASAN, Sille, Konya 1998.

SARIKÖSE, Barış, Sille, Konya 2009.

TUNCER, O. C., "Selçuklularda Ahşap Örtü", *Ulusal Kültür,* Sayı:6, Ankara, 1979, s.152-162.

TUNCER, O. C., *Mimarlık Tarihi II*, Ankara 1980.

ŞİMŞİR, Zekeriya, "Ilgın Yukarı Çiğil Kasabasında İki Ahşap Cami", *Uluslararası Türk Sanatı ve Arkeolojisi Sempozyumu Yeni İpek Yolu Konya Kitabı X*, Konya 2007, s. 607-620.

ŞİMŞİR, Zekeriya, "Sille'nin Osmanlı Dönemi Camileri", *I. Ulusal Sille Sempozyumu (26-27 Eylül 2013),* Konya 2014, s.303-320.

ADINA SİKKE BASTIRAN ANADOLU SELÇUKLU SULTANLARININ SİKKELERİNDEN ÖRNEKLER

Ali AKYILDIZ[*]

Giriş

Türk ve İslam dünyasında büyük bir dönüm noktası olan 1071 Malazgirt Meydan muharebesi yalnızca Türk-İslâm âleminde değil, Hıristiyanlar için de aynı anlamı taşımaktadır. Bizans mücadeleleri ile yıpranmış, Türk-İslâm alemi 10. asırda bu olayla tarihin seyrini değiştirmiştir. 1071 tarihi Anadolu'nun fethi için başlangıç tarihi sayılmakla birlikte, Türkistan, Horasan Afganistan, İran Irak, Suriye, Azerbaycan'da yaşayan Türkler, 1017'den itibaren devamlı olarak Anadolu'ya keşif akınları yapıyorlardı. Ancak bu akınlardan sonra tekrar geri dönüyorlardı. Türklerin Anadolu'ya kesin yerleşmeleri ve şehirleşmeleri Malazgirt ile başlamıştır. Bizans imparatorunun bu savaşta esir edilmesi, İslâm âleminde büyük sevinç ve yankı uyandırmıştır. Türklerin ne kadar önemli olduğunu bütün dünya öğrenmiştir. Süleyman şah (1075-1086), Selçuklu Devleti'ni kurarak, Anadolu'da Sivas'ta Danişmentlileri, Erzincan'da Mengücekoğullarını, Erzurum'da Saltukluları, Diyarbakır'daki Artukoğullarını da zamanla bu birliğin içine almıştır. Süleyman şah'tan itibaren on sekiz sultan saltanat sürmüş, 1318'de tarih sahnesinden silinmişlerdir.

İlk başkent İznik, İkinci ve son başkent Konya olmuştur. I.Kılıç Arslan (1092-1107) döneminden başlayarak Anadolu'nun fethi ile uğraşılmış, I. Mesud (1116-1155) döneminden itibaren de imar faaliyetleri başlamıştır. Kon-

---

[*] Uzman Sanat Tarihçisi, Konya Müze Müdürlüğü. Dr. Yaşar ERDEMİR hocamın eğitim hayatımızda bizlere verdiği değerli katkılarından dolayı teşekkür ederim. Kendileri bugünkü gelmiş olduğumuz mesleki kariyerimizde önemli bir mihenk taşıdır.

Kaynakça

ARTUK, İ.-ARTUK,C., *İstanbul Arkeoloji Müzeleri Teşhirdeki İslâmî Sikkeler Kataloğu*, C.II, İstanbul 1974.

BEDİRHAN, Y., "Türkiye Selçukluları'nda Para Ve Devletin Para Politikası", *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, Yıl:7, Sayı: XIX, Eylül, 2014, s.307-327.

BUTAK, B., *XI., XII. ve XIII Yüzyıllarda Resimli Türk Paraları*, İstanbul 1947.

CAHEN, C, *Osmanlılardan Önce Anadolu*, İstanbul 2000.

ÇAYCI, A., *Anadolu Selçuklu Sanatı'nda Gezegen ve Burç Tasvirleri*, Ankara 2002.

DAMALI, A., 150 Devlet 1500 Sultan İslam Sikkeleri, İstanbul 2001.

ERKİLETLİOĞLU,H.,GÜLER.O., *Selçuklu Sultanları ve Sikkeleri*, Kayseri 1996.

OLCAY N., *Anadolu'da Çağlar Boyu Sikke*, İstanbul 1983

ORUÇ, Z., "Türkiye Selçuklu Devleti'nin Yıkılışından Sonra Anadolu'da Moğol Hâkimiyeti (1308-1335)", *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, Yıl:8, Sayı: XXIV, 8-23.

ÖGEL, S., *Anadolu Selçukluları'nın Taş Tezyinatı*, Ankara1966.

ÖNEY G., *Anadolu Selçuklu Mimari Süslemesi ve El Sanatları*, Ankara1988.

ÖNEY, G., "Anadolu Selçuklu Mimarisinde Arslan Figürü", *Anadolu*, sayı: XIII, Ankara, 1978 s.44-46.

PARLAR G., *Anadolu Selçuklu Sikkelerinde Yazı Dışı Figüratif Öğeler*, Ankara 2001.

PERE, N., *Osmanlılarda Madenî Paralar*, İstanbul 1968.

TEKİN, O., "Sikke", *TDVİA.*, C.22, İstanbul 2000. s.182 .

TURAN, H., "Şîr ü Hûrşîd Tasvirinin Kökeni ve İçeriğine Dair Düşünceler", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.10. sayı: LI, Ağustos 2017, s.445-475.

EZİNE'DE OSMANLI DÖNEMİ YAPI KİTABELERİ

Ali Osman UYSAL[*]

Özet

Çanakkale'nin Ezine ilçesi ve çevresi 13. yüzyılın sonlarından itibaren kalıcı biçimde Türkler tarafından iskan edilen yörelerden birisidir. Biga yarımadasının güneybatısında Ege denizine yaslanan bir coğrafyaya yayılan ilçenin merkezinde ve köylerinde aşağı yukarı 14. yüzyıldan itibaren Osmanlı dönemine tarihlenen anıtsal yapılarla karşılaşılmaktadır. Bunların bir bölümünün üzerinde inşa ya da onarım kitâbeleriyle karşılaşılır. Bu nitelikteki yapıların başında Ezine şehrindeki Ulu Câmi ve Zeytinli Câmi gelir. Ayrıca şehir merkezinde Ahi Yunus Türbesi, Hacı Mehmed Çeşmesi, Şerife Hanım Çeşmesi ve belediye karşısındaki kamu binası üzerinde de kitâbelerle karşılaşılır. Ezine ilçesine bağlı köylerin bazılarında tespit edilen kitâbelerin daha ziyade câmi ve çeşme türü yapılara ait oldukları tespit edilmiştir. Hem merkez, hem de köylerdeki kitâbelerin kronolojik bakımdan 18-19. yüzyıllarda yoğunlaştıkları görülmektedir. Az sayıda örnek ise daha erken tarihlere veya 20. yüzyıl başlarına aittir. Kitâbelerden 14. yüzyıldan 17. yüzyıla kadar tarihlenenler Arapça iken; sonraki dönemlerin kitâbelerinde –yer yer Arapça satırlara ve ibarelere rastlanmakla birlikte- Osmanlı Türkçesinin egemenliği dikkati çeker. Yazı stili bakımından nesih, celî sülüs ve celî ta'lik hatlar öne çıkar.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Ezine, yapı kitâbeleri, celî sülüs, celî ta'lik

1. Giriş:

Çanakkale iline bağlı bir ilçe olan Ezine; coğrafî bakımdan Biga yarımadasının güneybatı kesiminde yer alır. İlçenin yayıldığı coğrafî alanın geçmişi antik Troas bölgesinin geçmişinin bir parçasıdır. Buna karşılık ilçenin merkezi olan Ezine şehrinin geçmişi Ortaçağdan önceye inmeyebilir. Bu bölgeye 13. yüzyılın sonlarından itibaren yerleşen Danişmendli Türklerinden önce Ezine kentinin olduğu yerde bir yerleşimin varlığına dair ikna

[*] Prof.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, Çanakkale. Bu makale kıymetli hocam ve ağabeyim Yaşar Erdemir'e adanmıştır. Kendisine sağlıklı ve mutlu yıllar diliyorum.

Kaynakça

AKARCA, Aşkıdil, "Çanakkale'de Kara Menderes Çevresindeki Eski Köy Yerleşmeleri", *İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Tarih Dergisi*, Sayı:30, İstanbul 1976, s.119-134.

ANONİM, *166 Numaralı Muhasebe-i Vilayet-i Anadolu Defteri (937/1530)*, Dizin ve Tıpkı Basım, T.C. Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.1995.

AYVERDİ, Ekrem Hakkı, *İstanbul Mimarî Çağının Menşei: Osmanlı Mimarisinin İlk Devri*, C.I, ikinci baskı, İstanbul 1989.

ÇAYLAK Türker, Ayşe, "Osmanlı Çeşme Mimarisinde Çanakkale Çeşmelerinin Yeri ve Önemi", *Ortaçağda Anadolu (Prof.Dr. Aynur Durukan'a Armağan)*, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, Ankara 2002, s.167-184.

ÇAYLAK, Ayşe, *Çanakkale Çeşmeleri*, Gazi Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 1997.

DÜNDAR, R., "59 No.lu Tahrir Defterine Göre Biga Sancağında Yerleşim ve Nüfus", *JASSS*, 6/2, 2013, s.1131-1167.

EREN, Hasan, *Yer Adlarımızın Dili*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara 2010.

EREN, Ramazan, *Çanakkale ve Yöresi Türk Devri Eserleri*, Çanakkale 1990.

GÜNAL Öden, Zerrin, "Karasioğulları Beyliği", *Türkler*, C.6, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara 2002, s.781-786.

MEHMED ZİYA, "Şimdiye Kadar Tedkîk Olunmamış Bir Şehzâde Mezarı", *Şehbal*, 1 Ağustos 1328 (1912), s.194.

UYSAL, Ali Osman, "Akköy: Tarih ve Seramik", *XI. Ortaçağ-Türk Dönemi Kazı Sonuçları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (İzmir, 17-19 Ekim 2007), Bildiriler*, İzmir, 2009, s.401-412.

UYSAL, Ali Osman, "Akköy: Un centre de céramique peu connu de l'époque des Beylicats", *14th International Congress of Turkish Art* (Paris, Collège de France, 19-21 September 2011), Paris 2013, pp.831-840.

UYSAL, Ali Osman, "Çanakale İli Lapseki, Biga, Çan, Bayramiç, Ayvacık, Ezine İlçelerindeki Türk Dönemi Yüzey Araştırması (2010)", *29.Araştırma Sonuçları Toplantısı* (23-28 Mayıs 2011), C.1, Ankara 2013, s.27-50.

UYSAL, Ali Osman, "Çanakkale İli Lapseki, Biga, Çan, Bayramiç, Ayvacık ve Ezine İlçelerinde Türk Dönemi 2011 Yılı Yüzey Araştırması", *30. Araştırma Sonuçları Toplantısı* (28 Mayıs – 01 Haziran 2012, Çorum), C.1, Çorum 2013, s.31-42.

UYSAL, Ali Osman, "Çanakkale İli Lapseki, Biga, Çan, Bayramiç, Ayvacık ve Ezine İlçelerinde Türk Dönemi Yüzey Araştırması (2016)", *35. Araştırma Sonuçları Toplantısı* (22-26 Mayıs 2017, Bursa), C.1, Bursa 2018, s.61-84.

UYSAL, Ali Osman, "Çanakkale'de Geç Osmanlı Döneminden Bir Grup Çeşme ve Kitâbeleri", *Uluslararası XVIII. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu* (22-25 Ekim 2014, Adnan Menderes Üniversitesi), Bildiriler, Efeler Belediyesi Yayını, Aydın 2017, s.537-551.

UYSAL, Ali Osman, "Ezine-Akköy'de Tarihî Anıtlar ve Seramikçilik", *Ezine Değerleri Sempozyumu (Ezine, 29-30 Ağustos 2008)*, Çanakkale, 2008, p. 1-26.

UYSAL, Zekiye, "Ezine'nin Alemşah Köyünde Tarihî Bir Konak", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 29/2, Ankara 2012, s.181-202.

UYSAL, Zekiye, "Ezine Abdurrahman (Ulu) Câmii", *Ezine Değerleri Sempozyumu* (29-30 Ağustos 2008), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yayını, Çanakkale 2008, s.27-49.

ERATNA BEYLİĞİ MİMARİSİNDE FİGÜRLÜ SÜSLEME

Alper ALTIN[*]

Özet

1327-1381 arasında Alaeddin Eratna tarafından kurulan Eratna Beyliği Orta Anadolu bölgesinde hüküm sürmüştür. İlhanlıların Anadolu valiliğini bir süre yürüten Alaeddin Bey, daha sonra bağımsızlığını ilan etmiştir. Eratna Beyliği elli dört yılda Sivas, Kayseri, Amasya, Tokat, Çorum, Develi, Ankara, Zile, Canik, Ürgüp, Niğde, Aksaray ve Erzincan gibi egemenliği altındaki şehirlerde pek çok eser bırakmıştır. Eratna Beyliği'nden bugüne kırk yedi mimari eser özgün bir şekilde gelebilmiştir. Bu eserlerden sadece beş yapıda figürlü süsleme ile karşılaşılmaktadır. Figürlü süslemelerin yeri ve plastik süsleme özellikleri tek tek anlatılıp genel bir değerlendirmeye tabi tutulacaktır. Değerlendirmede figürlerin sembolik, mitolojik, astrolojik ve kozmolojik anlamlarına değinilmeye çalışılacaktır. Aynı zamanda Eratna yapılarında yer alan figürler değerlendirerek Türk-İslam sanatı içerisindeki yeri tartışılacak ve Selçuklu figürlü süsleme örnekleri belirtilecektir.

Anahtar Kelimeler: Eratna Beyliği, Mimari, Süsleme, Figür, Türk-İslam, Cami, Selçuklu

Giriş

1243 senesinde Kösedağ Savaşı ile kısmen sonlanan Selçuklu devleti, İlhanlıların tahakkümü altında bir süre daha 1308 yılına kadar devam etmiştir. İlhanlılar, başkentleri Tebriz'den atadığı valilerle Anadolu'yu 14. yüzyılın ortalarına kadar yönetmeye çalışmışlardır. Ancak merkezi gücün zayıflığından faydalanan Anadolu'nun çeşitli bölgelerindeki boy liderleri fırsat buldukça beyliklerini kurarak bağımsızlıklarını ilan etmişlerdir. Orta Anadolu bölgesinde 1327-1381 tarihleri arasında egemen olan Eratna Beyliği, Alaeddin Eratna tarafından kurulmuştur. Moğolların ordusunun büyük bir kısmını Türkler teşkil etmektedir. Ayrıca Moğolların hocalığını ve memur-

[*] Dr. Öğr. Üyesi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, alperaltin@nevsehir.edu.tr

Kaynakça

AĞALDAĞ, Sebahattin, "Moğol Devleti", *Türkler Ansiklopedisi*, C. 8, Ankara 2002, s. 265-277.

AKMAYDALI, Hüdavendigar, "Niğde Sungur Bey", *Vakıflar Dergisi*, 19, Ankara, 1985, 147-178.

ALSAN, Şenay, *Türk Mimari Süsleme Sanatlarında Mitolojik Kaynaklı Hayvan Figürleri (Orta Asya'dan Selçuklu'ya)*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul 2005.

ALTUNÖZ Yonuk, Aysun, "Mimarinin Efendi ve Köleleri: Gargoyle Heykeller", *Yedi: Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi*, S. 8, İzmir 2012, s. 27-37.

AND, Metin, *Osmanlı Tasvir Sanatları: 1 Minyatür*, İstanbul 2004.

ARSLAN, Muhammet, *Anadolu'da Selçuklu Çağı Cami ve Mescit Mimarisi (Plan-Mimari-Süsleme)*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Erzurum 2017.

ASLANAPA, Oktay, *Anadolu'da İlk Türk Mimarisi Başlangıç ve Gelişmesi*, Ankara 2007.

BAYBURTLUOĞLU, Zafer, "Anadolu Selçuklu Devri Büyük Programlı Yapılarda Ön Yüz Düzeni", *Vakıflar Dergisi*, S. 11, Ankara 1978, s. 67-106.

BOZKURT, Ferit, *Türklerin Dini*, İstanbul 1995.

BULUT, Lale, "Anadolu Selçuklu Sanatında Maske Şeklinde İnsan Başı, Tasvirleri ve İkonografik Kaynağı Üzerinde Düşünceler", *Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Dergisi*, S. 10, İzmir 2000, s. 21-41.

BURCKHARDT, Titus, *Doğu'da ve Batı'da Kutsal Sanat*, (Çev. Tahir Uluç), İstanbul 2017.

CİRTİL, Saim, *Eratna Beyliği Mimarisi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Konya 2001.

ÇAYCI, Ahmet, *İslam Mimarisinde Anlam ve Sembol*, Konya 2017.

ÇAYIRDAĞ, Mehmet, "Kayseri'de XIV ve XV. Yüzyıllarda İki Emir Ailesi Emir Zahireddin Mahmud ve Emir Şeyh Çelebi", *Vakıflar Dergisi*, S. 27, Ankara 1998, s. 133-160.

ÇAYIRDAĞ, Mehmet, "Kayseri'de Selçuklu ve Beylikler Dönemine Ait Bazı Kitabe ve Mezartaşları", *Tarih Dergisi*, S. 34, İstanbul 1984, s. 495-532,

ÇELİK, Adem, "Sungurbey Camii (Niğde) Doğu ve Kuzey Taçkapılarındaki Figürlerin İkonografik Değerlendirmesi", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, S. 13, Erzurum 2008, s. 1-16.

ÇORUHLU, Yaşar, *Erken Devir Türk Sanatı*, İstanbul, 2007.

ÇORUHLU, Yaşar, *Türk Mitolojisinin Ana Hatları*, İstanbul, 2013.

DEMİRCAN, Zeynep, "Sungur Ağa Camii ve Türbesi", *TDVİA*, C. 37, İstanbul 2009, s. 528-530.

DİLAVER, Sadi, "Bünyan Ulu Camii-Erbaa/Akçaköy (Fidi) Silahdar Ömer Paşa Camii", *Sanat Tarihi Yıllığı*, 2, İstanbul 1968, s. 184-199.

DİYARBEKİRLİ, Nejat, *Hun Sanatı*, İstanbul 1972.

ERAVŞAR, Osman, *Ürgüp ve Çevresindeki Türk-İslam Yapıları*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya 1993.

ESİN, Emel, *İslâmiyetten Önceki Türk Kültür Târihi ve İslâma Giriş*, İstanbul 1978.

FERİDÜDDİN Attar, *Mantıku't Tayr*, (Çev. Yaşar Keçeci), İstanbul 1998.

GÖDE, Kemal, "Eretnaoğulları", *TDVİA*, C. 11, İstanbul 1995, s. 295-296.

GÖDE, Kemal, *Eratnalılar (1327-1381)*, Ankara 2000.

GÜNDOĞDU, Hamza, "Tokat'tan Birkaç Figürlü Kabartma Hakkında", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, S. 13, Erzurum 2004, s. 65-93.

HACIGÖKMEN, Mehmet Ali, "Selçuklularda Av Merasimleri ve Emir-i Şikarlar", *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, S. 43, Konya 2018, s. 325-339.

İBN BATTUTA, *İbn Battuta Seyahatnamesi*, (Çev. A. Sait Aykut), C. I, İstanbul 2010.

İNAN, Abdülkadir, *Tarihte ve Bugün Şamanizm*, Ankara 1986.

İPŞİROĞLU, Mazhar Ş., *İslamda Resim Yasağı ve Sonuçları*, İstanbul 2009.

İPŞİROĞLU, Nazan-İPŞİROĞLU, Mazhar Ş., *Oluşum Süreci İçinde Sanatın Tarihi*, İstanbul 2012.

MARAŞLI, Savaş, "Kültürel Karşılaşmalar Ortaçağ Anadolu'sunda Süvari Tasvirleri", *Sanat Tarihi Yazıları Prof. Dr. Kerim Türkmen'e Armağan*, Konya 2017, s. 571-592.

MARAŞLI, Savaş, *Ortaçağ Anadolu'sunda Süvari Konulu Tasvirler (11-14. Yüzyıllar),* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Kayseri 2014.

MÜLAYİM, Selçuk, "İlhanlı Dönemi Anadolu Plastiğinde Asya Çağrışımları Sivas Gök Medrese Taçkapısındaki Bir Gösterge Üzerine İrdeleme", *Selçuklu Medeniyeti Araştırmaları Dergisi*, S. 1, Konya 2016, 275-297.

MÜLAYİM, Selçuk, "Selçuklu Sanatında İnsan Figürünün İkonografik Kaynağı", *Antalya 3. Selçuklu Semineri Bildirileri, 10-11 Şubat 1989,* İstanbul 1989, s. 91-101.

OCAK, Ahmet Yaşar, "Bektaşilik", *TDVİA*, C.5, İstanbul 1992, s. 373-379.

OCAK, Ahmet Yaşar, *Alevi ve Bektaşi İnançlarının İslam Öncesi Temelleri*, İstanbul 2002.

ORAL, Mehmet Zeki, "Anadolu'da Sanat Değeri Olan Ahşap Minberler, Kitabeleri ve Tarihçeleri", *Vakıflar Dergisi*, 5, Ankara, 1962, 23-78.

OTTO-DORN, Katharina, "Darstellungen des Turco-Chinesischen Tierzyklus in der Islamischen Kunst", *Beiträge zur Kunstgeschichte Asiens, in Memoriam Ernst Diez*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, No.1, İstanbul 1963, s. 131-165.

OTTO-DORN, Katharina, "Figural Stone Reliefs on Seljuk Sacred Architecture in Anatolia", *Kunst des Orients*, 12 ½, Wiesbaden, 1980, 103-149.

ÖGEL, Semra, "Türk Heykelciliğinde İnsan Figürü", *Türk Kültürü*, 4, İstanbul, 1963, s. 15-20.

ÖGEL, Semra, *Anadolu Selçukluları'nın Taş Tezyinatı*, Ankara 1987.

ÖGEL, Semra, *Anadolu'nun Selçuklu Çehresi*, İstanbul 1994.

ÖNEY, Gönül, "Anadolu Selçuk Mimarisinde Avcı Kuşlar, Tek ve Çift Başlı Kartal", *Malazgirt Armağanı*, Ankara 1993, s. 139-172.

ÖNEY, Gönül, "Anadolu Selçuklu Mimarisinde Arslan Figürü", *Anadolu (Anatolia)*, S. 13, s. 1-41.

ÖNEY, Gönül, "Niğde Hüdavent Hatun Türbesi Figürlü Kabartmaları", *Belleten*, C. 31, 122, Ankara 1967, s. 143-167.

ÖNEY, Gönül, "Anadolu Selçuklu Sanatında Ejder Figürleri", *Belleten*, C. 31, 122, Ankara 1967, s. 171-192.

ÖZKARCI, Mehmet, *Niğde'de Türk Mimarisi*, Ankara 2001.

PEKER, Ali Uzay, "Ortaçağ Anadolu Mimarisinde Anlam" *Arkeoloji ve Sanat*, 85, İstanbul, 1998, 29-38.

SEVİM, Ali-YÜCEL, Yaşar, *Türkiye Tarihi Fetih, Selçuklu ve Beylikler Dönemi*, Ankara,1989.

TAŞÇI, Aydın, "Selçuklu Mimari Süslemesindeki Alçı ve Taş Kabartma İnsan Figürlerinin Köken ve Gelişimi" *Vakıflar Dergisi*, S. 27, Ankara 1998, 47-64.

TUNCER, Orhan Cezmi, *Anadolu Kümbetleri Beylikler ve Osmanlı Dönemi*, C. 3, Ankara 1991.

TURAN, Osman, *Oniki Hayvanlı Türk Takvimi*, İstanbul 1941.

UYKUR, Ramazan, *Ürgüp Damsa Köyü Taşkınpaşa Külliyesi*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 2003.

UZUNÇARŞILI, İbrahim Hakkı "Sivas ve Kayseri Dolaylarında Eratna Devleti", *Belleten*, C. 32, 126, Ankara 1969, s. 161-189.

UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı, *Anadolu Beylikleri ve Akkoyunlu, Karakoyunlu Devletleri*, Ankara 1969.

ÜLKÜ, Candan, *Ejderhanın Motif Olarak Gelişimi ve Osmanlı Sanatından Kullanımı (1453-1600)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul 1995.

ÜNAL, Rahmi Hüseyin, *Osmanlı Öncesi Anadolu-Türk Mimarisinde Taçkapılar*, İzmir 1982.

WOLPER, Ethel Sara, "Understandingthe Public Face of Piety: Philanthrophy and Architecture in Late Seljuk Anatolia", *Mesogeios*, 25-26, Paris 2005, s. 311-336.

YURDAKUL, Erol, "Tokat Vilayetinin Gümüştop (Dazya) Köyündeki XIV'ncü Yüzyıla Ait Eski Eserler", *Vakıflar Dergisi*, S. 8, Ankara 1969, s. 243-247.

KONYA SÂHİB ATA (İNCE MİNARELİ) MEDRESESİNİN İNŞA TARİHİ VE ASLÎ DURUMU HAKKINDA BAZI TESPİTLER

Alptekin YAVAŞ[*]

Vakfiyesinde "*mescit, medrese ve minareden oluşan imaret*"[1] olarak anılan Vezir Sâhib Ata Fahreddîn Ali'nin Alâeddin Tepesi'nin eteklerinde inşa ettirdiği medrese, mektep, mescit ve minareden müteşekkil külliyesi XIII. yüzyıl Selçuklu mimarisinin en olgun örneklerindendir. Osmanlı dönemi tahrir defterlerinde[2] "*medrese-i dârü'l-hadîs maa mescid ve minâre ve mektephâne-i Sâhib*" şeklinde anılan külliyenin medresesi aslî durumuna yakın bir halde günümüze ulaşmış mescitse aslî durumuna göre yenilenmiştir. Osmanlı kayıtlarında geçen "*mektephane*" ise külliyenin ilk inşaatına ait olmayıp, külliyeye Osmanlı döneminde eklendiği anlaşılmaktadır. Külliyenin yeri vakfiyede "*…Sultan Kapısı yolunda Odun pazarı yakınında ve hendek hizasında*" şeklinde belirtilir[3] (Şekil 4).

Günümüzde "İnce Minareli Medrese" olarak bilinen binanın, ne kadar zamandır bu isimle anıldığı bilinmemekle birlikte H.1293/1876 tarihli tamir kaydında henüz "*Sâhib Ata Dârü'l-Hadisi*" olarak anıldığını görülür[4]. Buna karşılık, Hamilton'ın 1849'lı yıllarda[5] binadan "*İnce Minareli Medrese*" şek-

[*] Doç. Dr., Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Terzioğlu Kampüsü 17020 Çanakkale, alptekinyavas@hotmail.com

* Doç. Dr., Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Terzioğlu Kampüsü 17020 Çanakkale, alptekinyavas@hotmail.com

1 S. Bayram-A. H. Karabacak, "Sahib Ata Fahrü'd-din Ali'nin Konya İmaret ve Sivas Gök Medrese Vakfiyeleri", *Vakıflar Dergisi*, S.XVII, Ankara 1981, s. 31-61 (38).

2 Z. Atçeken, *Konya'da Selçuklu Yapılarının Osmanlı Devrinde Bakımı ve Kullanılması,* Ankara 1998, s.252-253.

3 Bayram-Karabacak, *a.g.m.,* s.38.

4 M. Ferit Uğur - M. Mesut Koman, *Sâhib Ata İle Oğullarının Hayatı ve Eserler*i, İstanbul 1934, s.69-70.

5 W. J. Hamilton, *Reseraches in Asie Mineure, Pontus And Armenia With Some Account On Their Antiquities And Geology*, C.1-2, London 1842, s.205.

Kaynakça

AKOK, M., "Konya'da Restore Edilme Yoluyla Kurtarılması Düşünülen Üç Selçuklu Eseri. Sırçalı, Karatay ve İnce Minareli Medreselerin Restorasyon Projeleri", *Türk Arkeoloji Dergisi,* C.XXIV, S.1, Ankara 1977, s.41–69.

AMBRASEYSS, N.N. - Finkel, C.F., *The Seismicity of Turkey and Adjacent Areas, A Historical Review, 1500-1800,* İstanbul 1995.

ARABACI, C., *Osmanlı Dönemi Konya Medreseleri,* Konya 1998.

ARSEVEN, C.E., *Türk Sanatı,* İstanbul 1973.

ASLANAPA, O., *Türk Sanatı*, İstanbul, 1973.

ATÇEKEN, Z., *Konya'da Selçuklu Yapılarının Osmanlı Devrinde Bakımı ve Kullanılması,* Ankara 1998.

BAKIRER, Ö., *Selçuklu Öncesi ve Selçuklu Dönemi Anadolu Mimarisinde Tuğla Kullanımı***,** Ankara 1981.

BAYBURTLUOĞLU, Z., "Anadolu Selçuklu Devri Büyük Programlı Yapılarında Önyüz Düzeni", *Vakıflar Dergisi,* S.XI, Ankara 1977, s.67-106.

BAYRAM, S.- KARABACAK, A.H., "Sahib Ata Fahrü'd-din Ali'nin Konya İmaret ve Sivas Gök Medrese Vakfiyeleri", *Vakıflar Dergisi***,** S.XVII, Ankara 1981, s. 31-61.

ERGENÇ, Ö., *Osmanlı Klasik Dönemi Kent Tarihçiliğine Katkı, 16.Yüzyılda Ankara ve Konya*, Ankara 1995.

HAMİLTON, W.J., *Reseraches in Asie Mineure, Pontus And Armenia With Some Account On Their Antiquities And Geology***,** C.1-2, London 1842.

HEBRARD, E., "Les Monuments Seldjoucides de Konia", *Le Monde Illustre,* 14 Mart 1914, Paris, s.178-179.

HUART, C., (Çev: N.Uzel), *Mevlevîler Beldesi Konya,* İstanbul 1978.

KATOĞLU, M., "13.Yüzyıl Konyasında Bir Cami Grubunun Plân Tipi ve Son Cemaat Yeri", *Türk Etnografya Dergisi*, S. IX, (1966), Ankara 1967, s.81-100.

KENDİ, İ.A., *Konya Mezar Folkloru***,** Konya 1959.

KONYALI, İ.H., *Abideleri ve Kitâbeleri İle Konya Tarihi*, Konya 1964.

KONYALI, İ.H.,"Konya'da Çalınan Eserler", *Yeni Konya,* s.6575.

KUBAN, D., *Selçuklu Çağında*, *Anadolu Sanatı***,** İstanbul 2002.

KUNİHOLM, P., "Dendrochronologically Dated Otoman Monuments", (in U.Baram and L.Carroll, eds.,) *A Historical Archaeology of the Otoman Empire: Breaking New Ground*, New York 2000, s. 93–136

KURAN, A., *Anadolu Medreseleri*, , C. I, Ankara 1969.

KÜÇÜKDAĞ, Y., *Lale Devrinde Konya,* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Konya 1989.

LÖYTVED, J., *Konia: Inschriften der Seldchukischen Bauten***,** Berlin 1907.

MEİECKE, M., *Fayence-Decorationen Seldschukischer Sakralbauten in Kleinasien,* C.2, Tübingen 1976.

OĞUZOĞLU, Y., *17.yy. Konya Şehir Müesseseleri ve Sosyo-Ekonomik Yapısı Üzerine Bir Araştırma,* Ankara Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara 1980.

ORAL, Z., "Konya'nın Tarihi Eserleri ve Bugünkü Durumları", *Konya,* C.X, S.84, Konya 1945, s. 32–40.

ÖGEL, S., *Anadolu Selçuklularının Taş Tezyinatı,* Ankara 1966.

SARRE, F., *Denkmaeler Persischer Baukunst IV: Die Seldschukischen Baudenkmaeler von Konya***,** Berlin 1910.

SOYMAN, F. - TONGUR, İ., *Konya Eski*, *Eserler Kılavuzu,* Konya 1944.

SÖNMEZ, Z., *Başlangıcından 16. Yüzyıla Kadar Anadolu Türk-İslam Mimarisinde Sanatçılar,* Ankara 1995.

SÖZEN, M., *Anadolu Medreseleri*, *Selçuklular ve Beylikler Devri*, C.I-II, İstanbul 1970.

ŞİMŞİR, Z., "Konya'daki Selçuklu Çini Dekorasyonunda Kûfî ve Ma'kılî Yazı", *I.Uluslararası Selçuklu Kültür ve Medeniyeti Kongresi,* Bildiriler (11-13 Ekim 2000), C.II, Konya 2001, s.311-331.

TANYELİ,U., *Anadolu Türk Kentinde Fiziksel Yapının Evrim Süreci (11–15 yy.),* İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul 1987.

TUNCER, O.C., *Anadolu Selçuklu*, *Mimarisi ve Moğollar,* Ankara 1986.

TURAN O., "Celâleddin Karatay, Vakıfları ve Vakfiyeleri, Selçuk Devri Vakfiyeleri III, *Belleten,* C. XII, S. 45, Ocak 1948, s.17–173.

UĞUR, M.F. - KOMAN, M.M., *Sâhib Ata İle Oğullarının Hayatı ve Eserle*ri, İstanbul 1934.

UZLUK, F.N., "Konya Abideleri Nasıl Yıkıldı", *Yeni Konya*, 5 Kasım 1951, s.2.

V.G.M.Abd. ve Yap.İşl. Dai.Bşk. Dosya No:42-01-01/59.

İZMİR YAPILARINDA FİGÜRLÜ KONSOLLAR

Aygül UÇAR[*]

Özet

Osmanlı'nın Batı ile ilişkilerinde önemli bir kenti olan İzmir, 17. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren ticaret anlamında ön plana çıkarak dinleri, dilleri, tarih ve kültürel geçmişleri farklı olan insanların yaşamayı tercih ettikleri kozmopolit bir kente dönüşmüştür. Bu kozmopolit yapıda etnik grupları oluşturan bireylerin birbirlerine yakın olma isteği, grupların kent içerisinde belirli bölgelerde toplanmasına sebep olmuştur. Bu bölgelenmede, geçmişte Frenk Mahallesi olarak adlandırılan Alsancak'ta, çeşitli Avrupa ülkelerinden gelen Levantenlerin yaşadığı bilinmektedir. Levantenlerin, aynı cephe kurgusuyla sokak boyunca yan yana dizilen sıra ev görünümündeki cumbalı konutlarında Neoklasik, Art Nouveau gibi Batılı üslup özellikli süslemeler ön plana çıkmaktadır. Yapılar için karakteristik bir mimari öğe olan cumbaların taşınmasında çoğunlukla barok karakterli bitkisel motifli konsollar kullanılmasına rağmen, birkaç örnekte kartal, güvercin ve ejder figürleri olduğu dikkati çeker. Kanatlarını açmış uçar vaziyetteki kartal ile güvercinler doğadaki hallerine yakın; badem gözleri, açık ağızları, sivri dişleri ile ejderler ise oldukça fantastik tasvir edilirken, stilize akant yaprakları figürlere ustaca kaynaştırılmıştır. Birçok farklı kültürde sevilerek kullanılan bu figürlerin Orta Asya Türk, Yunan, Roma mitolojisi ve Bizans ikonografisinde ayrı ayrı anlamları bulunmaktadır. Antik Dönem'e olan ilginin artmasıyla 19. yüzyıl Avrupası'nda, tekrar kendine yer bulan ve nazarlık, tılsım, koruyucu unsur olarak, yapıları nazardan korumak amacıyla kullanılmış olabileceği düşünülen figürlerin İzmir'deki bazı örneklerinin tanıtıldığı bu çalışma, inancın yapılara yansıtılması bakımından oldukça önemlidir.

Anahtar kelimeler: *İzmir, Neoklasik, Art Nouveau, konsol, figür, nazarlık.*

İzmir, Osmanlı'nın Batı ile ilişkilerinde önemli bir kentidir. Kent 17. yüzyılın ilk çeyreğinde ticaret alanında gelişmeye, ekonomik yönden güçlenmeye başlamış ve fiziksel olarak genişlemiştir. 18. yüzyılın ortalarından itibaren Batı'yla olan ticaretin artması, limanın gerisindeki geniş hinterland

[*] Dr. Öğr. Üyesi. Ege Üniversitesi, Türk Dünyası Araştırmaları Enstitüsü, Türk Sanatı ABD, İzmir.

Kaynakça

ACUN, Hakkı, "Ejder Motifli Kapı Tokmakları ve Değişik Örnekler", *Sanat Tarihinde İkonografik Araştırmalar Güner İnal'a Armağan*, Ankara 1993, s.1-19.

ALTINÖZ YONUK, Aysun, "Mimarinin Efendi ve Köleleri: Gargoyle Heykeller", *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 2012, s.27-37.

AKTEMUR, A. Murat, *Batı Etkisinin Türk Mimarisine Yansıyış Süreci ve İstanbul - Karaköy'deki Avrupa Tarzı Sivil Mimari*, Eser Ofset: Erzurum 2009.

ASLANOĞLU, İnci, "Sanat ve Mimarlıkta Art Nouveau Akım", Yeni Boyut Plastik Sanatlar Dergisi, S.1/3, Ankara 1982, s.20-23.

ATAY, Çınar, *Tarih İçinde İzmir*, Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı Yayınları: İzmir 1978.

ATAY, Çınar, *Osmanlı'dan Cumhuriyete İzmir Planları*, Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı Yayınları, İzmir 1998.

BALLİCE, Gülnur, "İzmir Kent Kimliğinin Oluşum Sürecinin Konut Yapıları Üzerinden İncelenmesi", *Ege Mimarlık*, S. 54 /4, İzmir 2004, s.42-46.

BATUR, Afife-YÜCEL, Atilla-FERSAN, Nur, "İstanbul'da Ondokuzuncu Yüzyıl Sıra Evleri "Koruma ve Yeniden Kullanım İçin Bir Monografik Araştırma", *O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Dergisi*, S.5/2, Ankara 1979, s.185-205.

BATUR, Afife, "Batılılaşma Dönemi Osmanlı Mimarlığı", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, C.IV, İstanbul 1985, s.103-138.

BEYRU, Rauf, *19. Yüzyılda İzmir Kenti*, Literatür Yayıncılık: İstanbul 2011.

BİLİCİ, Kenan, "Cizre Ulu Camisi Kapı Tokmaklarının İkonografik ve Kronolojik Değeri Üzerine Bir Etüt", *Sanat Tarihinde İkonografik Araştırmalar Güner İnal'a Armağan*, Ankara 1993, s.73-86.

BİLSEL, Cânâ, *Modern Bir Akdeniz Metropolüne Doğru, İzmir 1830-1930 Unutulmuş Bir Kent Mi? Bir Osmanlı Limanından Hatıralar*, (Der. Marie - Carmen Smyrnelis), İletişim Yayıncılık: İstanbul 2006, s. 143-160.

BİROL AKKURT, Hümeyra, *19. Yüzyıl Batılılaşma Kesitinde, Bornova ve Buca Levanten Köşkleri Mekansal Kimliğinin İrdelenmesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İzmir 2004.

CÖMERT, Bedrettin, *Mitoloji ve İkonografi*, De Ki Basım Yayın Limited Şti.: Ankara, 2010.

ÇIKIŞ, Şeniz, "'Modern Konut' Olarak XIX. Yüzyıl İzmir Konutu: Biçimsel ve Kavramsal Ortaklıklar", *METU JFA*, S.26/2, Ankara 2009, s.211-233.

ÇORUHLU, Yaşar, T*ürk Mitolojisinin Ana Hatları*, Kabalcı Yayınevi: İstanbul 2006.

ERHAT, Azra, *Mitoloji Sözlüğü*, Remzi Kitabevi: İstanbul 2007.

ERPİ, Feyyaz, *Buca'da Konut Mimarisi (1838-1934)*, Ankara 1987.

ESİN, Emel, "Evren, Selçuklu San'atı Evren Tasvirinin Türk İkonografisinde Menşe'leri", *Selçuklu Araştırmaları Dergisi I*, Ankara 1969, s.163-182.

ESİN, Emel, *Türk Kozmolojisine Giriş*, İstanbul 2001.

EYİCE, Semavi, "XVIII. Yüzyılda Türk Sanatı ve Türk Mimarisinde Avrupa Neoklasik Üslubu", *Sanat Tarihi Yıllığı*, C. 9-10, İstanbul 1981, s.163-189.

FRANGAKİS-SYRETT, Elena, "Uluslararası Önem Taşıyan Bir Akdeniz Limanının Gelişimi: Smyrna (1700-1914)", *İzmir 1830-1930 Unutulmuş Bir Kent Mi? Bir Osmanlı Limanından Hatıralar*, (Der. Marie - Carmen Smyrnelis), İletişim Yayıncılık: İstanbul 2006, s. 27-60.

GARMANER, Semra, "Rönesans", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, C.3, İstanbul 1997, s. 1584-1589.

GOFFMAN, Daniel, *İzmir ve Levanten Dünya 1550-1650*, (Çev. Anadol, Ayşen-Kalaycıoğlu, Neyyir), Tarih Vakfı Yurt Yayınları: İstanbul 1995.

HAKMAN, Meral, *Kapadokya'da Zeus Kültü*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara 2012.

İNCİL, https://incil.info/arama/ejderha (29.06.2018).

KUYULU ERSOY, İnci, "Bornova Levanten Köşklerine Mimari Açıdan Bir Bakış", *Bornova Köşkleri Gezginler ve Anılar*, Tepekule Kitaplığı Yayınları: İzmir 2003, s.35-49.

KUYULU ERSOY, İnci, "Karşıyaka Levanten Konutlarından Örnekler", *Karşıyaka Kültür ve Çevre Sempozyumu Bildiriler*, Karşıyaka Belediyesi Kültür Yayınları: İzmir 2006, s. 106-115.

ÖGEL, Bahaeddin, "Türklerde Kartal ve Kartal Arması", T*ürk Kültürü*, Ankara 1972, s.1128-1146.

ÖNEY, Gönül, "Anadolu Selçuk Sanatında Ejder Figürleri", *Belleten*, XXXIII/130, Ankara 1969, s.135-149.

PEVSNER, Nikolaus, *Avrupa Mimarisinin Anahatları*, (Çev. Selçuk Batur), Teknik Üniversite Matbaası: İstanbul 1970.

RONA, Zeynep, "Art Nouveau", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, C.1, İstanbul 1997, s.141-142.

SAYIN ALSAN, Şenay, *Türk Mimari Süsleme Sanatında İkonografik Figürler*, Gece Kitaplığı: Ankara 2017.

ŞENOCAK, M. Bülent, A*nadolu'da Roma Lejyonları ve Askeri Birlikleri*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Konya 2014.

TAŞĞIN, Ahmet-SOLMAZ, Bünyamin, "Hacı Bektaş ve Hacı Toğrul Karşılaşması: Güvercin ve Doğan Donuna Bürünme", *Turkish Studies*, 7/1, 2012, s.105-129.

UÇAR, Aygül, "Karşıyaka Konutlarında Süsleme", *Karşıyaka 2. Kültür ve Çevre Sempozyumu 6-7-8 Kasım 2013 Bildiriler*, Karşıyaka Belediyesi Kültür Yayınları: İzmir 2014, s.399-416.

YARGANA, Olaf, *XIX. Yüzyılın İlk Yarısında Fransız Gezginlerin Anlatımlarında İzmir*, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları: İzmir 2000.

YİĞİTPAŞA, Nadire Tuba, *XIX. Yüzyıl Beyoğlu Yapılarında Heykel ve Figürlü Kabartmalar*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Erzurum 2010.

YAHYALI'DA TÜRK DEVRİ MİMARLIK ANITLARI

Ayşe BUDAK[*]

Özet

Kayseri'nin büyük ilçelerinden olan Yahyalı, tarihi Kapadokya ve Kilikya Bölgeleri arasında kalan bir coğrafyada kurulmuştur. Milattan Önce 2000-1200 yıllarında Hititlere kadar dayanan eksi bir yerleşim merkezidir. Tarih boyunca farklı medeniyetlerin yerleşimine sahip ilçenin, Türk dönemi fetihleri ise Malazgirt Savaşı öncesi akınlar sırasında ve Malazgirt savaşından hemen sonra olmuştur. Fethi ve Türkleşmesi onbirinci yüzyıla kadar uzanan bu coğrafyada inşa edilmiş tarihi eserlerin fazla olması beklenmektedir. Buna karşılık Yahyalı ilçesinde bulunan ve tespit edilen eser sayısı dokuz olup bunlardan dördü günümüze ulaşabilmiştir.

Bu çalışmada Türk dönemi yerleşmesine bu dört mimarlık eseri tanıtılıp sanat ve mimarlık tarihi açısından değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Mimari, Yahyalı, Türk Sanatı, Cami

Giriş

İlkçağ'dan itibaren yerleşim almış olan Yahyalı bölgesi, çeşitli uygarlıkların toprakları arasında yer almıştır. Bunlar Hititler, Firigler, Persler, Roma İmparatorluğu ve Doğu Roma İmparatorluğu'dur[1]. Bölgenin ilkçağ ve ortaçağ boyunca çeşitli uygarlıklara sahne olduğunu gösteren tapınak sütunları, su tekneleri, sunaklar, lahitler zamanla yok olmuştur[2]. Bölgenin Türk dönemi fethi ise Büyük Selçukluların Malazgirt savaşı öncesi akınları ile birlikte ve Malazgirt Savaşı sonrasında Anadolu'ya gelen Türkmenlerce yapılır[3]. Anadolu Selçuklu toprakları içinde kalan bölge, bu devletin dağılmasının

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Nevşehir, aysebudak@nevsehir.edu.tr

1 Firuzan Kınal, *Eski Anadolu Tarihi,* Ankara 1962, s.162.

2 Sami Köşker, *Türk Kültürü Açısından Yahyalı,* Kayseri 1997, s.20.

3 Osman Turan, *Selçuklular Zamanında Türkiye Tarihi,* İstanbul 1984, s.17.

Kaynakça

AYDIN, Remzi, *Osmanlı İmparatorluğu'nda Onarım Faaliyetleri: Kayseri Örneği,* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Kayseri 2013.

AYDIN, Remzi "Arşiv Belgelerine Göre Yahyalı Ulu Camisi, Medresesi ve Yahya Gazi Türbesi", *I. Ulusal Yahyalı Sempozyumu Bildiri Kitabı*, C. I, Kayseri 2014, s.97-111.

BAKIRER, Ömür, *Anadolu Mihrapları,* Ankara 1976.

BELDİCEANU, I.S. "Deux villes de I Anatolie Pne Ottomane, Develi et Qarahisar d'aprer des Documents Ineditr", *Revue des Etudes Islamigues,* C.39, S.2, Ankara 1971, s.337-386.

GÜNGÖR, H.-ÜNVER H., *Ziyaret Fenomeni Üzerine Bir Din Bilimi Araştırması, Kayseri Örneği,* Kayseri 2001.

KINAL, Firuzan, *Eski Anadolu Tarihi,* Ankara 1962.

KÖŞKER, Sami, *Türk Kültürü Açısından Yahyalı,* Kayseri 1997.

KURU, Alev Ç. *Fetihten Osmanlı Dönemine Kadar Kayseri'de Türk Devri Mimarisi,* Ankara 1998.

ÖNKAL, Hakkı, *Anadolu Selçuklu Türbeleri,* Ankara 1996.

ÖZBEK, Yıldıray, "Havadan Köyü Şeyh Hacı İbrahim Tekkesi", *Milletlerarası Türk Sanatları Kongresi,* C.III, Ankara 1995, s. 37-46.

ÖZBEK, Yıldıray-ARSLAN, Celil, *Kayseri Taşınmaz Kültür Varlıkları Envanteri*, C. III, Kayseri 2008.

TUNCER, Orhan Cezmi, *Anadolu Kümbetleri, Beylikler ve Osmanlı Dönemi,* C. III, Ankara 1992.

TURAN, Osman, *Selçuklular Zamanında Türkiye Tarihi,* İstanbul 1984.

UZUNÇARŞILI, İ. Hakkı, "Eratna", *TDV İslam Ansiklopedisi,* C.IV, İstanbul 1993, s.309.

BOA. **AE. SMHD. I.** Dosya No:61, Gölek No:3921-3922

BOA. **C. EV**., Dosya No:40, Gömlek No:1959

BOA. **C. EV**., Dosya No:498, Gömlek No: 25190.

BOA. **C. EV**., Dosya No:520, Gömlek No: 26291.

BOA. **C. EV**., Dosya No:399, Gömlek No: 20228.

XVII-XIX. YÜZYIL ANADOLU'DA KÜTÜPHANE MİMARİSİ: UŞAK KARAALİ KÜTÜPHANESİ

Bahtiyar EROĞLU[*]

Özet

Bilgi edinme, belge saklama ve bunları gerekli zamanda en verimli şekilde kullanabilme ihtiyacını karşılamak üzere inşa edilmiş bulunan kütüphaneler, Türk kültür tarihi açısından önemli olup mimarileri incelenmeye değerdir. Türklerin Anadolu 'ya girmesiyle yaygınlaşan eğitim seferberliğini medrese, tekke, zaviye ve hanekahlarda gelişirken bir yandan da bunu desteklemek amacıyla kütüphaneleri yapmışlardır. Anadolu 'da Selçuklular sonrası Beylikler döneminde ve Osmanlılarda kütüphanelere özel bir önem verilmiş ve her külliyenin içerisinde bir kütüphane tesis ettirilerek, elde edilmesi ve üretilmesi pahalı olan kitaplardan herkesin tarafından faydalanılabilmesi amaçlanmıştır.

Doktora çalışma konusu olarak ele alınan Anadolu'da XVII. ve XVIII. Yüzyılda yapılan otuz bir adet kütüphanelerin tespiti, belgelenmesi gerçekleştirilmiştir. Bu konuda yazılı kaynaklar taranarak bölgeler içinde bulunan kütüphaneler hakkında yapılan çalışmalar tespit edildikten sonra alan çalışması yapılmıştır. Bu aşamada bölgelerde yer alan kütüphaneler ayrıntılı olarak incelenerek fotoğrafları çekilmiş, çizimler için gerekli ölçümler yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda otuz bir adet kütüphane binası incelenmiş, rölöveleri için ölçüler alınarak, planlar, kesitler ve görünüşler 1/50 uygulama projesi ölçeğinde çizilmiştir. Bu çalışma yapılırken kütüphaneler yerlerinde incelenmiş, içten ve dıştan detaylı olarak fotoğraflar ve diaları çekilmiş, ayrıntılı bir arşiv oluşturulması amaçlanmıştır. Katalogdaki kütüphaneler içerisinde bulunan Uşak Karaali Kütüphanesi örneklem olarak seçilerek bu çalışmada aynı döneme ait bulunan kütüphanelerle benzer ve farklı yönleriyle ortaya konmuştur.

Anahtar Kelime: Uşak, Kütüphane, Karaali Kütüphanesi

Giriş

İnsanoğlu için bilimsel çalısına, bilgi edinme, belge saklama ve bunları zamanında en verimli şekilde kullanabilme ihtiyacını karşılamak üzere inşa

[*] Dr. Öğr. Üyesi. Konya Teknik Üniversitesi Mimarlık Ve Tasarım Fakültesi Mimarlık Bölümü Mimarlık Tarihi Anabilim Dalı, Konya

Kaynakça

ANAMERİÇ, H., "İstanbul Köprülü Yazma Eser Kütüphanesi", *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, C.XX, S. 2, Ankara 2006, s. 195-202.

GEORGE, E. Bean, "AegenTurkey", *Great Britain*, 1979, s. 50.

CUNBUR, M., "Kayseri'de Raşit Efendi Kütüphanesi ve Vakfiyesi", *Vakıflar Dergisi*, S. VIII, Ankara 1949, s.185-195.

DUMAN, H., *Beyazıt Devlet Kütüphanesi 100 Yaşımda*, İstanbul 1984.

EMSEN, Ş., "Osmanlı İmparatorluğu Devrinde Türkiye Kütüphanelerinin Tarihçesi", *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, C. IX, S.1-2, Ankara 1960, s. 14-35.

EROĞLU, B. 1990, *Bazı Örnekleri ile Anadolu'da Tarihi Türk Kütüphane Mimarlığı*, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 1990.

EROĞLU, B., *XVII-XIX. Yüzyıllarda İç, Batı ve Güneybatı Anadolu'da Kütüphane Mimarisi,* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Basılmamış Doktora Tezi), Konya 1998.

ERÜNSAL, İ., "Osmanlılarda Kitap ve Kütüphane Geleneği", *Lale Dergisi*, S.3, İstanbul 1985, s. 15-21.

ERÜNSAL, İsmail E., *Osmanlı Vakıf Kütüphaneleri*, İstanbul 1982.

GÜNDÜZ M., "İslam'da Kitap Sevgisi ve İlk Kütüphaneler", *Vakıflar Dergisi*, S. 11, Ankara 1976, s. 165-166.

KÜÇÜKKALFA, A., "İstanbul Vakıf Kütüphaneleri", *3.Vakıf Haftası Armağanı*, İstanbul 1985, s.51-69.

Mehmed NEŞRİ, *Kitâb-ı Cihannüma, Neşri Tarihi*, (Haz. Faik Reşit Unat-Mehmet A. Köymen), C. I., Ankara 1949.

CEZAR, M.-SERTOĞLU, Midhat, *Mufassal Osmanlı Tarihi*, C. 3, İstanbul 1959, s. 1586.

ÔZTÜRKMEN, N. M., *İstanbul ve Ankara Kütüphaneleri*, Ankara 1957.

SEREZLİ, E. 1949, "İstanbul Kütüphaneleri", *T.T.O.K. Belleteni*, S. 94-95, İstanbul 1949, s. 14.

ÜNSAL, B., "Türk Vakıf İstanbul Kütüphanelerinin Mimari Yöntemi", *Vakıflar Dergisi,* C.18, Ankara 1984, s. 95-124.

YERLİKAYA, E., *Geleneksel Uşak Kent Dokusunun İncelenerek Örnek Konutların Analizi Bağlamında Korunmalarına Yönelik Bir Araştırma,* Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul 2013.

https://parselsorgu.tkgm.gov.tr/ uygulaması

BARTIN'DA RUM ORTODOKS KİLİSESİ

Cahit KARAKÖK[*]
Durmuş GÜR[**]

Özet

Kuzeybatı Karadeniz'de Aziz(ler) ve Azize(ler) adına inşa edilmiş birçok kilise bulunmaktadır. Bunlardan bazıları Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen Rum Ortodoks kiliseleridir. Çalışmamızın konusunu oluşturan Bartın Aziz Nikolaos Kilisesi, Kırtepe Mahallesi, Asma Caddesi, Santral Sokak'ta yer almaktadır.

Arşiv kaynaklarından 1837/1843 yılları arasında Bartın kazasında 1225 Rum Ortodoks'un yaşadığı bilinmektedir[1]. Bartın Rum halkı da ibadetlerini gerçekleştirebilmek adına kendi aralarında topladıkları paralarla 1868 yılında burada ilk kiliseyi inşa ettirdikleri bilinmektedir. İnşa edildikten yaklaşık 32 yıl sonra tahrip olan kilise, Rumlar tarafından yıkılarak yerine 1901 yılında taş, tuğla ve harç malzemelerden inşa ettirilmiştir. Kilise zamanla özgünlüğünü kaybetmiştir.

İnşa edildikten sonra 1924 yılında gerçekleşen Nüfus Mübadelesi'ne kadar Ortodoks Halk tarafından ibadet yeri olarak kullanılan kilisede bu döneme kadar dini işlevlerin yanında düğün gibi sosyal organizasyonlar gerçekleştirilmiştir. 1924 yılında gerçekleşen Nüfus Mübadelesi ile Anadolu'daki diğer azınlık yapılarının kaderi gibi Aziz Nikolaos Kilisesi kaderine terk edilmiş ve amaçları dışında kullanılmaya başlanmıştır. Kilise ilk olarak yöre halkının elektrik ihtiyacını karşılamak amacıyla 1936-1937 tarihleri arasında elektrik santraline dönüştürülmüş ve uzun yıllar kullanılmıştır. Daha sonradan ise çeşitli onarımlar geçirerek Bartın Sanat Evi adıyla kültürel ve sosyal faaliyetlerin yapıldığı modern bir yapı halini almıştır.

Çalışma kapsamında kilisenin ilk inşa evresi, plan tipi, geçirdiği değişimler incelenmiş, malzeme-teknik ve süsleme özellikleri değerlendirilmiş, araştırmalar doğrultusun-

[*] Cahit Karakök, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Erken Hıristiyan ve Bizans Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi.

[**] Durmuş GÜR, Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, Bizans Sanatı Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi.

[1] *BOA, NFS.d. 817-818* ve Ramazan Arslan, "Tanzimat Dönemi'nde Bartın Kazasının Demografik Yapısı", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.7-S.13, Bartın 2016, s.394.

KAYNAKÇA

AHUNBAY, Zeynep, *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon,* İstanbul 1999.

ARSLAN, Ramazan, "Tanzimat Dönemi'nde Bartın Kazasının Demografik Yapısı", *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.7-S.13, Bartın 2016, s.379-401.

AŞÇIOĞLU, Erkan, *Bartın,* Bartın 1984.

AŞÇIOĞLU, Erkan, "Bartın Kronolojisi", *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Belge ve Fotoğraflarla Bartın* (Edit.: Mustafa Hizmetli), Bartın 2014.

Augistinos, Gerasimos, *Küçük Asya Rumları* (Çev. Devrim Evci), Ankara 1997.

BAĞDATLI, Fatma Çam, Antik Dönemde Bartın/Parthenia", *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Belge ve Fotoğraflarla Bartın Şehri* (Edit. Mustafa Hizmetli), Bartın 2014, s.29-48.

BALLI, Ergün, "Modernleşme çağında Karadeniz'de bir liman kenti: Bartın", *OÜSBAD*, Temmuz, 2015a, s. 510-541.

BALLI, Ergün, *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Bir Liman Kenti Bartın,* İstanbul, 2015b.

BALTA, Evangelia ve MİLLAS, Herkül, "1923 Mübadelesi'nin Tarihsel Sorunları Üzerine Düşünceler: Bir Destan ve Sözlü Tarih", *Tarih ve Toplum Dergisi,* 149, 1996, s. 261-271.

BARUFFİ, A R. ve Boucher, J., *Venice Bells and Bell Towers: A Striking Source of Knowledge*. http://Bells.VeniceProjectCenter.org, 2012.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, İ. AZN. 313-B-20/17.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, İ.AZN. 00075.00008.001.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, İ.AZN. 00075.00008.002.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, İ.AZN. 00075.00008.003.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *İ.AZN. 00075.00008.004.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *BEO.002397.179744.001.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *BEO.002397.179744.002.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *BEO.002397.179744.003.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *DH.H. 00065.00074.002.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *DH.H. 00065.00074.003.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *DH.H. 00065.00074.004.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, *DH.H. 00065.00074.005.*

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri,.DH.TMIK.M. 00208.00014.001.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri,.DH.TMIK.M. 00208.00014.002.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri,.DH.TMIK.M. 00208.00014.005.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, İ.HR. (İrade Hariciye), 232/13702.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, NFS.d. 817-818.

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri, 75-1325/Za-08-06.ZA.1325.

BÖLÜKBAŞI Ertürk, Esra-TÜRKER, Nuray, "Chiese Nella Regione Occidentale del Mar Nero e Valutazione del Loro Potenziale Turístico / Churches in the Western Black Sea Region and Evaluation of Their Tourism Potential", Ricerche e Progetti Per il Territorio, la Città e l'architettura, Numero 11, 2017, s. 346-357.

BRYER, Anthony-Winfield, David, *The Byzantine Monuments and Topography of the Pontos (Dumbarton Oaks Studies 20),* Washington D C.: Dumbarton Oaks Papers, 1985.

CUİNET, Vital, *La Turquie d'Asie. Géographie Administrative. Statistique Descriptive et Raisonnée de Chaque Province de l'Asie Mineure. Cilt VII (Bursa ve Kastamonu),* İstanbul, İsis, 2001.

ÇAĞAPTAY, Suna, "The Church Of The Panagia Pantobasilissa in Trigleia (Ca. 1336) Revisited: Content, Context and Community", *İstanbul Araştırmaları Yıllığı*, Sayı: 1, 2011, s.52.

ÇELİKDÖNMEZ, Ömür, *Devrek Tarihi,* Devrek, Devrek Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, 2000.

ÇETİN, Emrah, "Kastamonu Vilayet Salnamelerinde Bartın (1869-1903)", *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Belge ve Fotoğraflarla Bartın Şehri (Edit. Mustafa Hizmetli),* Bartın 2014, s.48-62.

De TOURNEFORT, Joseph, *Tournefort Seyahatnamesi* (Edit.: Stefanos Yerasimos), İstanbul 2005.

ELMACI, Ergül, *Bir Liman Kenti Bartın (1830-1923).* T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Tarihi Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2007.

ERÖZÇELİK, Seyhan, *Yağmur Taşı,* İstanbul 2004.

GROSSMANN, Peter, "Octagon-Domed Church", *The Coptic Encyclopedia*, Volume 6, Macmillan, 1991, s. 1823a-1824a.

GÜR, Durmuş-GÜR, Fatma, "Hagios Phokas", *MCBÜ Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* (Eylül) Cilt:14, Sayı: 3, Manisa 2016, 1-38.

GÜR, Durmuş-SOYKAN, Nazlı, "Safranbolu, Hagios Stephanos Manastırı (Kilise, Metropolithane, Inas Mektebi, Iskalion Mektebi)", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 8, Sayı 36, 2015, s.552-584.

GÜR, Durmuş-YILMAZ, Sinan, "Batı Karadeniz'de Saygı Gören Bazı Azizler "Karadeniz Ereğlisi, Filyos, Safranbolu, Amasra, Bartın, Sinop"", *XX. Uluslararası Ortaçağ Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu 2-5 Kasım 2016.* C. I. Sakarya 2016, s. 228-245.

KARACA, Zafer, *İstanbul'da Tanzimat Öncesi Rum Ortodoks Kiliseleri,* İstanbul 2008.

KARAKÖK, Tunay, "Belge ve Fotoğraflarla Bartın", *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Belge ve Fotoğraflarla Bartın* (Edit.: Mustafa Hizmetli), Ankara No. 1, 2014, s. 83-143.

MACCAS, Leon, *L'hellénisme De L'Asie-Mineure Son Histoire, Sa Puissance Son Sort,* Paris, Rue Des Beaux-Arts, 1919.

MANGO, Cyril, "A Fake Inscription of The Empress Eudocia and Pulcheria's Relic of Saint Stephen", *Nea Rhome,* Vol. 1, 2004, s. 23-34.

MANGO, Cyril, *Bizans Mimarisi* (Çeviren: Mine Kadiroğlu), İstanbul Yayınları, 2006.

NOWACK, Ernest, "Journeys in Northern Anatolia", *Geographical Review,* Vol. 21, No. 1 (January), 1931, s. 70-92.

OUSTERHOUT, Robert. "Orginality Architecture: The Case of Nea Moni", Journal of the Society of Architectural Historians, Volume: 51, No. 1, 1992, s. 48-60.

ÖZYURT-ÖZCAN, Hatice, "Osmaneli'ndeki Bir Rum Kilisesi'nin Düşündürdükleri", Sanat Tarihi Dergisi Sayı/Number XVI/2 Ekim/October, İzmir 2007, 27-47.

PEKAK, Mustafa Sacit, "Kappadokia Bölgesi Osmanlı Dönemi Kiliseleri: Örnekler, Sorunlar, Öneriler", *METU JFA Dergisi*, Cilt: 26, Sayı: 2, 2009, s. 249-277.

Salname-i Vilayet-i Kastamonu, H. 1289, M. 1872.

Salname-i Vilayet-i Kastamonu, H. 1291, M. 1874.

SAMANCIOĞLU, Kemal, *Bartın Belediyesi ve Tarihçesi,* Bartın, Belediye Neşriyatı, 1954.

SARIKOYUNCU, Ali, "Zonguldak ve Havalisinde Milli Mücadeleye Zarar verici Faaliyetler", *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, Mart Sayı 23, Cilt: 8, 1992, s. 331-356.

SEZEN, Tahir, *Osmanlı Yer Adları (Alfabetik Sırayla),* Ankara, Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayın Nu: 21, 2006.

SMEDLEY, Edward ve Rose, Hugh James ve Rose, Henry John (Edit.), "Black Sea", *Encyclopaedia Metropolitan a or, Universal Dictionary of Knowledge, on an Original Plan: Comprising The Twofold Advantage of a Philosophical and an Alphabetical Arrangement, With Appropriate Engravings* (Edit.: Edward Smedley, Hugh James Rose, Henry John Rose),Volume XV, London, Printed By William Clowes and Sons, Stamford Street, 1845, s. 608-614.

SOYKAN, Nazlı-GÜR, Durmuş, "Safranbolu Yazıköy Kilise (Mimari Süsleme Liturjik Elemanlar)", Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi - Safranbolu Özel Sayı: I, Karabük 2015, s. 103-129.

ŞEN, Can, "Bir Deneysel Şiir İmkânı Olarak Seyhan Erözçelik'in Şiirlerinde Bartın Ağzı", *Bartın Üniversitesi Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları E-Dergisi*, Yaz, Cilt 3, Sayı 1, 2016, s. 33-45.

UZUNÇARŞILI, İ. Hakkı, *Osmanlı Tarihi,* Cilt: II, Ankara, Türk Tarih Kurumu, 1983.

KARAMANOĞLU BEYLİĞİ YAPILARINDA BEZEME KURGUSU

Ebru BİLGET FATAHA[*]

Anadolu 14. yüzyıl başlarında, kurulmakta olan küçük ve gerileme sürecindeki büyük devletlerden oluşan bir siyasal iktidarlar bütünüydü. 12. yüzyıldan itibaren Anadolu'da egemen olan Anadolu Selçukluları, 1243 yılında Kösedağ Savaşı ile Moğollara yenilmişti. 1300'lerde ise Moğol gücü zayıflamış, Anadolu'da beylikler kurulmaya başlamıştı. Neredeyse üç dört şehir merkezinde ortaya çıkan bu beyliklerden Orta Anadolu'da dönemin en önemli beyliği olan Karamanoğulları, Eğirdir ve Isparta'da Hamidoğulları, Manisa'da Saruhanoğulları, Birgi, Selçuk'da Aydınoğulları, Milas, Balat ve Peçin'de Menteşeoğulları, Kütahya ve çevresinde Germiyanoğulları ile Söğüt ve İznik çevresine yerleşen Osmanoğulları dönemin diğer beylikleriydi[1].

Karamanoğulları Beyliği 1250-1479 yılları arasında varlık göstererek 13-15. yüzyıllar arasında Anadolu'da izlenen bütün siyasi ve sosyal gelişmelerin içerisinde yer alır. Bu süreçte Selçuklu gücüne son veren Moğollar, doğudan gelen Timurlular, kuzeyde Eyyubi Devletini sona erdiren Memlukluların içinde oldukları hareketli bir siyasi ve sosyal yapı vardır ve Karamanoğulları'da diğer beyliklerle birlikte bu yapının bir parçasını oluşturur[2].

---

[*] Dr. Öğretim Üyesi, Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Sivas, ebilget@gmail.com

[1] İ. Hakkı Uzunçarşılı, *Anadolu Beylikleri,* Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1998, s.1-39, 58,62,70, 84,104; Şihabeddin Tekindağ, "Karamanlılar", *İslam Ansiklopedisi V*, Mili Eğitim Basımevi, 1997, s.316; Yaşar Yücel, *Anadolu Beylikleri Hakkında Araştırmalar, I-II,* Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1991. s.1-8.

[2] Ş. Tekindağ, *a.g.m.,* s.316.

Kaynakça

AŞIKPAŞAZADE, *Osmanoğullarının Tarihi*, (Hazırlayanlar: Kemal Yavuz- M.A. Yekta Saraç), K Kitaplığı, İstanbul 2003.

BAKIRER, Ömür, *Onüç ve Ondördüncü Yüzyıllarda Anadolu Mihrapları*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1976.

BİLGET, Fataha, Ebru, *Karamanoğulları Beyliği Yapılarında Mimari Süsleme*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara 2010.

BİLİCİ, Kenan, "Karamanoğlu Alaeddin Bey Türbesi'nde Dekorasyon Programı (Bitkisel Motifler Üzerine Bir Deneme)", *Vakıflar Dergisi*, S. 19, Ankara 1985, s. 271-277.

DURUKAN, Aynur, "Karaman'daki Hatuniye (Melek Hatun), Medresesi", *Kültür ve Sanat*, 1/4, 1989, s. 51- 53, 92-93.

DÜLGERLER, Osman, Nuri, *Karamanoğulları Dönemi Mimarisi*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2006

EDİRNELİ Oruç Beğ, *Oruç Beğ Tarihi*, (Haz. Nihal Atsız), Tercüman 1001 Temel Eser, İstanbul 1972.

İbni Bibi, *El Evamirü'l-Ala'iye Fi'l-Umuri'l-Ala'iye (Selçuk name)*, (Haz. Mürsel Öztürk), Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1996.

KONYALI, İ. Hakkı, *Âbideleri ve Kitâbeleri ile Karaman Tarihi, Ermenek Mut Âbideleri,* Baha Matbaası, İstanbul 1967.

KONYALI, İ. Hakkı, "Aksaray Ulu Camii", *Vakıflar Dergisi*, S. 10, Ankara 1973, s.273-288.

KONYALI, İ. Hakkı, *Abideleri ve Kitabeleri ile Niğde Aksaray Tarihi,* I-III, Fatih Yayınevi Matbaası. İstanbul 1974.

ÖZBEK, Yıldıray, *Osmanlı Beyliği Mimarisinde Taş Süsleme (1300- 1453),* Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 2002.

ŞAMAN Doğan, Nermin, "Bursa Murad Hüdavendigar Camii ve Niğde Ak Medrese'nin Düşündürdükleri", *Prof. Dr. Zafer Bayburtluoğlu'na Armağanı Sanat Yazıları*, (Ed. M. Denktaş-Y. Özbek), Kayseri 2001, s. 211- 220.

ŞAMAN Doğan, Nermin, "Kültürel Etkileşim Üzerine: Karamanoğulları- Memluklu Sanatı", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* 23/I, Ankara 2006, s.131- 149.

ŞAMAN Doğan, Nermin, BİLGET Fataha, Ebru, "Karamanoğulları Medreselerine Tarihsel Bir Yaklaşım: Ermenek Tol, Karaman Hatuniye/Melek Hatun ve Niğde Ak Medreseleri", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları,* S. 14, 2011, 95-118.

ŞİKARİ, *Karamanoğulları Tarihi*, Halkevi Tarih ve Müze Yayınları, Konya 1946.

ŞİKARİ, *Karamannâme, (Zamanın Kahramanı Karamanîler'in Tarihi),* (Haz. Metin Sözen, Necdet Sakaoğlu), Karaman Valiliği, Karaman Belediyesi Yayınları, İstanbul 2005.

TEKİNDAĞ, Şihabeddin, "Son Osmanlı- Karaman Münasebetleri Hakkında Araştırmalar", *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Dergisi*, XVII-XVIII, İstanbul, 1963.

TEKİNDAĞ, Şihabeddin, "Karamanlılar", *İslam Ansiklopedisi V*, Milli Eğitim Basımevi, 1997, s. 316- 330.

TEMİZSOY, İ.-UYSAL, V. *Karaman.* Karaman Müzesi Eski Eserleri Koruma ve Yaşatma Kültür Turizm Derneği Yayınları, Konya 1987.

TÜTÜNCÜ Mehmet, Kazımkarabekir (Gaferyat) Ulu Cami'sinin Yapım Tarihi Hakkında, , *XVI. Ortaçağ- Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri 18-20 Ekim 2012, (Ed. M. Acara Eser, E. Bilget Fataha, G. Koyun)*, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, Sivas 2014, s. 791-800.

UZUNÇARŞILI, İ. Hakkı, *Anadolu Beylikleri*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1988, s.19.

ILGIN SADIK KÖYÜ ESKİ CAMİ

Erdal Zeki TOMAR[*]

Özet

İnsanoğlu var olduğu günden beri kullanılan ahşap malzeme bazen sivil yapılarda, bazen de dini yapılarda karşımıza çıkmaktadır. Kimyasal ve fiziksel özelliğinden dolayı bu malzeme yapılarda bazen doğada bulunduğu gibi bazen de işlenerek strüktür öğesi olarak kullanılmıştır. Oldukça eski bir geçmişe sahip ahşap malzeme Orta Asya'da (Hive, Kurut, Oburdan)[1], Aşağı ve Yukarı Mezopotamya (Mısır) ile Anadolu'nun her kesiminde geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Orta Asya'da Türklerle beraber gelişme gösteren ahşap direkli cami yapma geleneği Anadolu'nun fethinden sonra da bu topraklarda da sevilerek inşa edilen bir cami grubunu oluşturmaktadır.

Anadolu Selçuklu Devletine başkentlik yapmış Konya'da 1258 yılında inşa edilen Sahip Ata Camii (1258)[2] ahşap direkli camilerin ilk örneği olduğu bilinmektedir. Sahip Ata Cami ile başlayana ahşap direkli camiler Anadolu'nun farklı coğrafi bölgelerinde Osmanlının son dönemlerine kadar inşa edildiği mevcut örneklerden anlaşılmaktadır. Bu bağlamda XX. Yüzyıl sonlarında inşa edilen Sadık Köyü Eski Camii planı, mimari ve süsleme özellikleri açısından incelenerek, Konya ve Çevresindeki ahşap direkli camileri içindeki önemi ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Ilgın Tarihi, Coğrafyası ve İklim Özellikleri:

Ilgın Konya'nın 87 km kuzey-batısında, Konya-İstanbul karayolu ile Anadolu-Bağdat demiryolu üzerinde yer alan büyük bir ilçemizdir. Yüzölçümü 1394 km² denizden yüksekliği 1030m'dir. Doğusunda Kadınhanı, ba-

[*] Sanat ve Mimarlık Tarihçisi, Meram/KONYA, erdalzekitomar@hotmail.com

[1] B. Denike, "Batı Türkistan'da Ahşap Oymalı Birkaç Abide",(Çev.A.Uysal), *Vakıflar Dergisi*, Sayı:XX. Ankara,1986, s.29-30

[2] H. Karamağaralı, "Sahip Ata Cami'inin Restitüsyonu Hakkında Bir Deneme", *Röleve ve Resterasyon Dergisi*, 3, Ankara, 1982, s. 49-76.

Kaynakça

AKOK, M., "Kastamonu'nun Kasaba Köyünde Candarlıoğlu Mahmut Bey Camii", **Belleten,** C.10, Sayı:38, Ankara, 1946, s.293-302.

AKYURT, Y., "Beyşehir Kitabeleri ve Eşrefoğulları Camii ve Türbesi", **Türk Tarih Arkeologya Etnografya Dergisi,** Sayı: IV, İstanbul, 1940, s. 91-129.,

ARIK, R, .**Batılılaşma Dönemi Türk Mimarisi Örneklerinden Anadolu'da Üç Ahşap Cami,** Ankara, 1973.

ASLANAPA, O., **Anadolu'da İlk Türk Mimarisi Başlangıcı ve Gelişmesi,** Ankara,1991, s.63.

ASLANAPA, O., **Turkısh Art and Archıtecture,** London, 1971.

BAŞAR, M. E., ŞİMŞİR, Z., **Bozkır'ın Dünü ve Bugünü Sempozyumu,** (Konya, 12 Kasım 1996), Konya, 2007, s.355-369.

BORAN, Ali, **Ilgın Kültür Envanteri**, Konya, 2013.

BORAN, Ali; Tüfekçioğlu, Abdülhamit, Ögke, Ahmet, **Geçmişten Günümüze Bütün Yönleriyle Ilgın,** Ilgın, 2001.

ÇAL, H., **Niğde Şehrindeki Ahşap Tavanlı Camiler ve Mescidler,** Ankara, 2000.

DANİKE,B., "Batı Türkistan'da Ahşap Oymalı Birkaç Abide",(Çev.A.Uysal), **Vakıflar Dergisi**, Sayı:XX. Ankara,1986, s.29-30

DEMİRALP, Y., **Akşehir ve Köylerindeki Türk Anıtları,** Ankara, 1996, s.54-56.

DENİZ, B., "Aksaray'da (Niğde) Ahşap Sütunlu İki Köy Camii" **E.Ü. Arkeoloji-Sanat Tarihi Dergisi,** Sayı:4, İzmir, 1998, s.19-56.

DURAN, R., "Konya Sarayönü'nde Üç Ahşap Camii", **Vakıflar Dergisi,** Sayı:20, Ankara, 1988, s.47-62.

ERDEMİR, Y., "Konya-Beyşehir Bayındır Köyü Camii", **Vakıflar Dergisi**, Sayı: XIX, Ankara, 1985, s. 193–206.

ERDEMİR, Y., " Tokat Yöresindeki Ahşap Camilerin Kültürümüzdeki Yeri", **Türk Tarihinde ve Kültüründe Tokat Sempozyumu,** Ankara, 1987, s.300-302.

ERDEMİR, Y., "Bozkır Yöresindeki Ahşap Camilerin Zengin süslemeli Bir Örneği: Hisarlık Camii ve Yöreye Etkileri", **Bozkır'ın Dünü ve Bugünü Sempozyumu,** (Konya, 12 Kasım 1996), Konya, 2007, s.355-369.

ERDEMİR, Y., "Nakışlı Ahşap Camilerimizden Bir Örnek: Tokat Erbaa Ömer Paşa Camii", **İlim ve Sanat,** Sayı:12, İstanbul, 1987, s.33.

ERDEMİR, Y., **Beyşehir Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi**, Beyşehir, 1999.,

KARAMAĞARALI, H., "Sahip Ata Camii'nin Restitüsyon Hakkında Bir Deneme", **Röleve ve Destorasyon Dergisi,** Sayı: 3, Ankara, 1982, s. 49–76;

KARPUZ, H., "Konya Kadınhanı'ndaki Vakıf Camiler", **Vakıf Medeniyeti Sempozyumu Kitabı,** (Ankara, 12-13 Mayıs 2003), Ankara, 2003, s.201-221;

KARPUZ, H., yazar, "Konya ve Çevresinde Yazlık Mekanlı Camiler", **IX. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu,** (Erzurum, 21-23 Nisan 2005), Erzurum, 2006, s.287-305.

KARPUZ, Haşim, **Türk Kültür Varlıkları Envanteri Konya**, Cilt: I,II, III, Ankara, 2009.

KIZILTAN, A., **Anadolu Beyliklerinde Cami ve Mescitler,** İstanbul, 1958.

KUNDURACI, O., "Konya Altınekin İlçesi Ali Paşa Camii", **S:Ü. Fen Edebiyat Fak. Edebiyat Dergisi,** Sayı:11, Konya,1997, s.143-159.

KURAN, A., "Anadolu'da Ahşap Sütunlu Selçuklu Mimarisi" **Malazgirt Armağanı,** Ankara, 1972, s. 179-186.,

OTTO DORN, K., "Die Ulu Dschami in Sivrihisar", **Anadolu (Anatolia) IX,** Ankara, 1967, s. 161-168., A. Kuran, **a.g.m.**, s.183.

ÖNEY, G., "Anadolu'da Selçuklu ve Beylikler Devri Ahşap Teknikleri**", Sanat Tarihi Araştırmaları III**, İstanbul, 1970, s. 135-149.

ÖNGE, Y., "Anadolu'da XIII-XIV. Yüzyılın Ahşap Camilerinden Bir Örnek: Beyşehir Köşk Köyü Mescidi", **Vakıflar Dergisi**, Sayı: IX, Ankara, 1971, s. 291–296

ÖNGE, Y., "Konya Meram Mesiresindeki Mimari Bir Manzume", **Vakıflar Dergisi,** Sayı:10, Ankara, 1973, s.367-383.

ÖZÖNDER, H., **Sille-Tarih Kültür Sanat,** Konya, 1998.

ŞİMŞİR, Zekeriya, "Ilgın Yukarı Çiğil Kasabasında İki Ahşap Cami", **Uluslararası Türk Sanatı ve Arkeolojisi Sempozyumu Yeni İpek Yolu Konya Kitabı X**, Konya 2007, s. 607-620.

ŞİMŞİR, Zekeriya, "Sille'nin Osmanlı Dönemi Camileri", *I. Ulusal Sille Sempozyumu (26-27 Eylül 2013),* Konya 2014, s.303-320.

TUNCER, O. C., "Selçuklularda Ahşap Örtü", **Ulusal Kültür,** Sayı:6, Ankara, 1979, s.152-162.

BİR OSMANLI KENTİ: AMASYA

Fazilet KOÇYİĞİT[*]

Özet

Küçük bir vadiye kurulan Amasya kenti, yüzölçümünün küçüklüğüne tezat olarak birçok medeniyetin beşiği ve her katmanında farklı bir kültürü barındıran bir şehir olması ile dikkate değerdir. Osmanlı devleti zamanında şehzade sancağı olan bu tarihi kent, önemli devlet adamlarının yanı sıra dönemin önemli sanatçılarına da ev sahipliği yapmıştır. Bu nedenledir ki özellikle Osmanlılar döneminde kentte mimari ve kültürel gelişim hız kazanmıştır. Osmanlı Devleti'nin ileri gelenleri ve hayırseverleri tarafından yaptırılan eserlerden günümüze ulaşabilen ve tespit edilebilen; otuz adet cami, beş adet külliye, yirmi iki adet hamam, yirmi bir adet türbe, üç adet bedesten, iki adet han ve bir sıbyan mektebi bulunmaktadır. Bunlara ek olarak çok sayıda konak, çeşme, köprü vb. mimari eserler de inşa edilmiştir. Ne yazık ki sel, deprem vb. doğal afetlerin yanı sıra insan eliyle yapılan tahribatlar nedeniyle de birçok eser günümüze ulaşamamıştır. Yerel malzeme olarak ahşap ve kerpicin kullanılması da bu tahribatı hızlandırmıştır. Amasya tarihinde önemli bir yere sahip olan Celali isyanları nedeniyle de birçok konak ve saray, çıkarılan kasti yangınlarla yok edilmiştir. Bütün bu olumsuzluklara rağmen bir şehzade şehri olan Amasya'da Osmanlılar Dönemi'ne ait yapıların bir kısmı, Osmanlı Devleti'nin sanat, estetik ve etnografik değerlerini de yansıtan kültürel eserler olarak varlıklarını devam ettirmekte ve Amasya kentine sosyal / kültürel katkılarını sürdürmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, Osmanlı Şehri, Osmanlı Mimarisi, Amasya, Tarihi Kent.

GİRİŞ: OSMANLI DÖNEMİ AMASYA TARİHİNE KISA BİR BAKIŞ

Kökleri Kalkolitik Çağ'a kadar uzanan Amasya kentinin tarihi, kuşkusuz ki daha eskilere dayanmaktadır. Şehir, bu uzun tarihi geçmişi içerisinde birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Tarihin katmanlaştığı bu topraklarda Osmanlı Devleti de tarihini, toplumsal kültürünü ve mimarlık mirasını bırakarak kentin çehresinde değişimler yaratmıştır.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, fazilet.kocyigit@amasya.edu.tr

Kaynakça

Amasya Valiliği, *Amasya Kültür Envanteri*, Amasya, 2007.

BURGAZ, Gülay, "Kapı Ağası Medresesi", *Türk Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* https://islamansiklopedisi.org.tr/kapi-agasi-medresesi (27.11.2018).

DOĞANBAŞ, Muzaffer, "Hamdullah Çelebi Türbesi", *Cem Dergisi,* S. 77, 1998, s.18-19.

DOĞANBAŞ, Muzaffer, *Amasya II. Bâyezid Külliyesi*, Amasya 2009.

DÖNMEZ, Emine Naza, "Yörgüç Paşa Camii", *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* C. XLIII. İstanbul 2013, s.567- 568.

EYİCE, Semavi, "Beyazıt II. Camii ve Külliyesi", *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C. VI. İstanbul 1997, s.40-42.

GABRİEL, Albert, *Monuments Turcs D'Anatolie*, C. I-II. Paris 1931-1934.

Abdi-Zâde Hüseyin HÜSAMEDDİN, *Amasya Tarihi,* C. I-II, Hikmet Matbaa-i İslamiyesi, Dersaadet, 2008.

KARAKAYA, Enis, "Mehmed Paşa Camii", *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* C. XXVIII. İstanbul 2003, s.511-512.

MENÇ, Hüseyin, *Tarih İçinde Amasya,* Ankara 2000.

TANMAN, Baha, *"Ayas Ağa Külliyesi", Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C. IV. İstanbul 1991, s.201-202.

TANMAN, Baha, *"Darülhadis Camii", Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C.VIII. İstanbul 1993, s.534.

URAK, Gediz, *Amasya'nın Türk Devri Şehir Dokusu ve Yapılarının Analiz ve Değerlendirilmesi,* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara 1994.

YÜKSEL, Aydın, *"Hatuniye Camii", Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, C. XVI. İstanbul 1997, s.500-501.

ELAZIĞ MÜZESİ'NDE BULUNAN İSLÂMÎ DÖNEM CAM BİLEZİKLER*

*Gül GEYİK KARPUZ***

Özet

Cam bilezikler MÖ 2. binden itibaren görülen kadın süs eşyalarıdır. İslami dönemde de devam eden, kendine özgü formları ile dikkat çeken bileziklerden Elazığ Müzesi'nde 19 adet bulunmaktadır. Müzede bulunan bilezikler, eksiz teknikte üretilmiş, 8-11 cm aralığında değişen boyutları, opak olmasa bile opak olarak algılanan çeşitli renklerin bir arada kullanımı, özellikle üçgen kesitli örneklerin çokluğu ve bezeme olarak yedirme ve aplike tekniğinin uygulanmasıyla karakteristik İslami cam bileziklerdir. İslam cam bilezik süslemelerinde Bizans bileziklerinde görülen ve sembolik anlamı olan motif ve figürlere yer verilmemiştir. Elazığ Müzesi bilezikleri, boyut, renk, kesit ve tipolojik olarak İslam coğrafyasında bulunan özellikle Memluk ve Osmanlı dönemine verilen bileziklerle yakın benzerlikler göstermektedir.

İslami dönem cam bileziklerden oluşan Elazığ Müzesi örneklerinin, katalog şeklinde tanıtılması ve özellikleri bakımından değerlendirilmesi ve kazı ve diğer müzelerde bulunan benzerleriyle karşılaştırılması amaçlanan bu çalışmanın, müze depo ve vitrininde yer alan eserlerin, bilim dünyasına kazandırılmasıyla birlikte, İslami Dönem cam bilezikler konusunda yapılacak çalışmalar için de faydalı olacağı düşünülmüştür.

Giriş

İslamiyet, Hz. Muhammet'in peygamber olması ile Arap Yarımadası'nda 7. yüzyılda başlayan yeni bir din ve siyasi güçtür. İslam fetihleri ile Mısır, Filistin, Suriye, İran ve Güneydoğu Anadolu egemenlik altına alınarak cam sanatının gelişmiş olduğu bölgeler hakimiyet altına alınmıştır. Böylece yeni başlayan İslami dönem camcılığı İslam öncesi zengin cam sanatının üzerin-

---

* Bu çalışma Gül Geyik Karpuz, *Adıyaman, Elazığ, Hatay, Mardin, Şanlıurfa Müzelerinde Bulunan İslami Dönem Cam Eserler*, Atatürk Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Erzurum, 2014 künyeli doktora çalışmasının bir bölümü olan 'Bilezikler'den alınarak değerlendirilmiştir.

** Dr. Öğr. Üyesi. Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü. gul.geyik@atauni.edu.tr

Kaynakça

Abd-ALLAH, Nabil Ali-Ramadan, "The Authentication and Characterization of Glass Objects Excavated from Tell Es-Sukhnah, Jordan", *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, Vol. 15, No 1, 2015, 39-50.

Al-BASHAİREH, Khaled, "Production Technology of Glass Bracelet from the West Cemetery of Umm El-Jimal", *Mediterranean Archaeology and Archaeometry*, Vol. 16, No 3, 2016, s. 17-34.

BAYKAN, Ceren-BAYKAN, Daniş, *Eskiçağ'da Cam*, İstanbul 2012.

BOULOGNE, Stèphanie – Guilbert, Claire Hardy, "Glass Bangles of al-Shihr, Hadramawt (Fourteenth-Nineteenth centuries), a Corpus of New Data for the Understanding of Glass Bangle Manufacture in Yemen", *Proceedings of the Seminar for Arabian Studies*, Vol. 40, Papers from the Forty-Third Meeting of the Seminar for Arabian Studies Held at the British Museum, London-23-25 July 2009, 2010, s. 135-148.

BOULOGNE, Stephanie – Henderson, Julian, "Indian Glass in The Middle East? Medieval and" Ottoman Glass Bangles from Central Jordan", *JGS*, Vol.51, 2009, s. 53-75.

BOULOGNE, Stèphanie, "Les Bracelets de Verre Colore Polychromes, Des Sites De Damas, Masyaf, Tell Abu Sarbut Et Hırbat Faris au Bilad Al-Sam Mamelouk et Ottoman: Essai de Synthese", *Bulletin d'ètudes Orientales*, 2008/1, Tome LVII, 2008, s. 127-154.

CANAV Özgümüş, Üzlifat, "Late Roman/Early Byzantine Glass Finds from the Marmaray Rescue Excavation at Sirkeci, İstanbul", *Late Roman/Early Byzantine Glass in the Eastern Mediterranean*, TÜBİTAK, İzmir 2009, s. 17-24.

CANAV Özgümüş, Üzlifat, *Çağlar Boyu Cam Tasarımı*, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul 2013.

CARBONI, Stefano, "Glass Bracelets from the Mamluk Period in The Metropolitan Museum of Art", *JGS*, Vol. 36, 1994, 126-129.

CARBONI, Stefano, *Glass from Islamic Lands*, London 2001.

ÇÖMEZOĞLU, Özgü, *Akdeniz Çevresi Ortaçağ Camcılığı Işığında Demre Aziz Nikolaos Kilisesi Cam Buluntuları*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul 2007.

ÇORUHLU, Yaşar -J. OKTAY, Özlem, "2006-2009 Kars-Ani Kazılarında Ortaya Çıkarılan Cam Bilezikler Üzerine", *XIV. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri (20-22 Ekim 2010)*, Konya 2011, s.155-171.

de Vincenz, Anna, "Ottoman Pottery and Glass Bracelets from Yafo (Jaffa), Jerusalem Boulevard and Its Vicinity", *Atiqot*, 88, 2017, 115-129.

EKER, Fevziye, "Kahramanmaraş Müzesi'nden Bir Grup Cam Bilezik", *Uluslararası Antropoloji Sanat Tarihi Arkeoloji Sempozyumu 8-9 Ekim 2018 Bildiri Özetleri Kitabı*, Çorum 2018, s. 56-57.

FINDIK, Ebru F., "2012 Yılı Efes, Ayasuluk Tepesi ve St. Jean Anıtı Kazıları Depo Çalışmalarından İlk Gözlemler, Yeni Bir Keşif: Ayasuluk'ta Cam Atölyesi", *Seleucia ve Calycadnum*, Olba Kazısı Yayınları, 2013, s. 31-48.

GEYIK Karpuz, Gül – ÇIBUK, Kemal, "Kocaeli Arkeoloji ve Etnografya Müzesinde Bulunan Cam Bilezikler", *Uluslararası Gazi Süleyman Paşa ve Kocaeli Sempozyumu III*, Cilt I, İzmit 2017, s. 283-296.

GEYIK Karpuz, Gül, "Cam Bilezik Araştırmaları Üzerine Bir Deneme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi Prof. Dr. Hamza Gündogdu Armağanı*, 6 (25), Ordu 2013, s. 249-255.

GEYIK Karpuz, Gül, "Mardin Müzesi'nde Bulunan Bezemesiz Cam Bilezikler Üzerine Bir Değerlendirme", *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, S.59, Erzurum 2017, s. 145-156.

GÜLTEKIN, Eser, "Aksaray-Melik Mahmud Gazi Hangahı (Darphane) Kazısı-2002", *Sanat Tarihi Dergisi (Aydoğan Demir'e Armağan)*, S. XIII/1, İzmir 2004, s. 43-60.

GÜRLER, Binnur, *Tire Müzesi Cam Eserleri*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2000.

HAN, Verena, "The Origin and Style of Medieval Glass Found in The Central Balkans", *JGS*, 1975, XVII, 114-126.

HAZINEDAR Coşkun, Tümay, "Kuşadası, Kadıkalesi/Anaia Bizans Cam Bilezikleri: Anaia Üretimi Bileziklerin Yapımına İlişkin Gözlemler", *TÜBA-KED (Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi)*, 16, Ankara, 2017, 145-162.

KÖROĞLU, Gülgün, "Selected Medieval Glass Artifacts from yumuktepe Mound", *Studi di Antichita*, Vol: 11, 1998, s. 283-294.

KÖROĞLU, Gülgün, "Yumuktepe Höyüğü'nden Bizans Dönemi Cam Bilezikleri", *Ortaçağ'da Anadolu Prof. Dr. Aynur Durukan'a Armağan*, Ankara 2002, s. 355-372.

LAUWERS, Veerle – Degryse, Patrick – Waelkens, Marc, "Middle Byzantine (10th-13th Century A.D.)", Glass Bracelets at Sagalassos (SW Turkey)", *Glass in Byzantium-Production, Usage, Analyses*, Mainz 2010, s. 145-152.

LİGHTFOOT, Christopher S., "Glass Finds at Amorium", *DOP*, Vol: 59, 2005, s. 173-181 içinde "Bracelets, Beads and Rings", 179-181.

LİGHTFOOT, Christopher S., "Glass Finds at Amorium", *DOP*, Vol: 59, 2005, s. 173-181.

MEYER Carol, *Glass from Quseir Al-Qadim and the Indian Ocean Trade, Studies in Ancient Oriental Civilization*, No.53, Chicago, 1992.

MEYER, Carol, "Glass From the North Theter, Byzantine Church and Soundings at Jerahs, Jordan 1982-1983", *Bulletin of the American Schools of Oriental Research Supplementary Studies*, No. 25, 1988, s. 175-222.

ORAL Çakmakçı, Zeynep, "Kuşadası-Kadıkalesi Kazılarından Süs Amaçlı Cam Objeler: Boncuklar ve Bilezikler", *II. ODTÜ Arkeometri Çalıştayı/6-8 Ekim 2011 (Türkiye Arkeolojisinde Cam: Arkeolojik ve Arkeometrik Çalışmalar) Bildiriler Kitabı*, Ankara 2012, s.114-135.

ORAL Çakmakçı, Zeynep, "Ödemiş Müzesi Koleksiyonundaki Bizans Dönemi Boyali Cam Bilezikleri", *TÜBA-KED (Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergis)*, S. 16, Ankara 2017, s. 125-143.

ORAL Çakmakçı, Zeynep, "On İkinci ve On Üçüncü Yüzyıllarda Bizans Cam Bileziklerinde Bezeme ve Biçim Değişimleri", *I. Uluslararası Sevgi Gönül Bizans Araştırmaları Sempozyumu*, Bildiriler, İstanbul 2010, s. 545-553.

ÖZGÜMÜŞ, Üzlifat, "Byzantine Glass Finds in the Roman Theater at İznik (Nicaea)", *Sonderdruck aus Byzantinische Zeitschrift*, Band 101, Heft 2, New York 2008, s. 727-735.

ÖZTÜRK, Nurettin, *Erzurum Müzesi Cam Eserleri*, Erzurum 2013.

PARANI, Maria G., "Representations of Glass Objects as a Source on Byzantine Glass: How Useful Are They?", *DOP*, Vol: 59, 2005, s. 147-171.

RAHMANI, Levi Yizhaq, "Jason's Tomb", *IEJ*, Vol: 17, No.2, 1967, s.61-100.

SHINDO, Yoko, "The Classification and Chronology of the Islamic Glass Bracelets from al-Tūr, Sinai", *Cultural Change in the Arab World, Senri Ethnological Studies*, No.55, National Museum of Ethnology, Edited by Tetsuo Nishio, Osaka 2001, s. 73-100.

SPAER, Maud, "The Islamic Glass Bracelets of Palestine: Preliminary Findings", *JGS*, Vol.34, 1992, s. 44-62.

SPAER, Maud, "The Pre-Islamic Glass Bracelets of Palestine", *JGS*, Vol.30, 1988, s. 51-61.

STEİNER, Margreet L., "An Analysis of the Islamic Glass Bracelets found at Tell Abu Sarbut" in Margreet L. Steiner-Eveline J. van der Steen (Eds), *Sacred and Sweet; Studies in the Material Culture of Tell Deir `Alla and Tell Abu Sarbut, Margreet L. Steiner*, Peeters 2008, s. 231-240.

TAŞTEMÜR, Emre-AYTAÇ, İsmail, (Ağustos 2017), Harput İç Kale Kazısı Cam Fırınlarına Ait İlk Gözlemler, *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.41, Isparta 2017, s. 69-89.

UYSAL, Zekiye, "Kubad Abad Sarayı Kazılarında (1981-2004) Bulunan Cam Bilezikler", *Türk Dünyası Araştırmaları, Prof. Dr. Oktay Aslanapa Özel Sayısı*, İstanbul 2009, s. 493-504.

VON SALDERN, Axel, *Ancient and Byzantine Glass from Sardis,* Harvard University Press, London 1980.

WHITCOMB, Donald S., "Quseir Islamic Glass From Al-Qadim, Egypt", *JGS*, Vol.25, 1983, s. 101-108.

WHITEHOUSE, David B. – Pilosi, Lisa – Wypyski, Robert H., "Byzantine Silver Stain", *JGS*, Vol.42, 2000, s. 85-96.

YAVUZYILMAZ, Ahmet, "Gevale Kalesi Cam Bilezik Buluntuları (2013- 2015)", *XX. Uluslararası Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri I 02-05 Kasım 2016*, Sakarya 2017, s. 49-61.

YAVUZYILMAZ, Ahmet, "Konya Alaeddin Tepesi Kazılarında Bulunan Cam Bilezikler", *XXII. Uluslararası Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri I (24-26 Ekim 2018)*, Istanbul 2018, s. 37.

ZANON, Michela, "Tyana/Kemerhisar (Niğde): Glass bracelets of the Byzantine and Islamic Period", *Anatolia Antiqua*, XXI, 2013, s. 181-197.

JGS, Journal of Glass Studies, Corning Museum of Glass, Corning-New York.

DOP, Dumbarton Oaks Papers, Trustees for Harvard University.

KONYA KOYUNOĞLU MÜZESİ'NDE BULUNAN BİZANS MADENİ HAÇLAR

Hasan Hüseyin ÖZDENİZ[*]
Elif Tosun YILDIRIM[**]

Özet

Yüzyıllar boyunca haç farklı din ve kültürlerde birbirlerinden çok farklı şeyleri sembolize etmek amacıyla kullanılmıştır. İsa'nın çarmıha gerilmesinden sonra kutsal bir simge haline dönüşen haç, Hıristiyan tarafından liturji başta olmak üzere çeşitli şekillerde kullanılmış ve dini açıdan kutsal bir anlam yüklenerek günümüze kadar gelmiştir. Haçlar kullanım şekilleri, form ve şekilleri doğrultusunda çeşitli gruplara ayrılmaktadır.

Çalışma kapsamında Konya Özel Koyunoğlu Müzesi'ndeki 32 haç incelenmiştir. İncelemeler sonucunda on iki haçın sahte olduğu öğrenilmiştir. Makale kapsamında değerlendirilen 19 parçanın ikisi tören haçı, üçü takdis haçı, yedisi pendant haç, yedisi ise haç rölikerdir. Haçların biri gümüş kaplama, diğer 18 parça ise bronzdur. Çalışma kapsamında tespit edilen haçlar malzeme-teknik, süsleme ve kompozisyon özellikleri açısından incelenerek analoji çalışmaları sonucunda üslup ve tarihlendirme özellikleri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Koyunoğlu Müzesi, Bizans, Haç, Röliker, Bronz.

A.R. İzzet Koyunoğlu Müzesi Hakkında

Konya Topraklık Mahallesi, Kerimler Caddesi No: 25'te bulunan Koyunoğlu Müzesi, kentin köklü ailelerinden biri olan A.R.İzzet Koyunoğlu tarafından kurulmuştur. Koyunoğlu 1913 yılından itibaren tarihi bir Konya evinde eser toplamaya başlamıştır[1]. Konya ve çevresinden derlenen arkeo-

[*] Yüksek Lisan öğrencisi, Sanat Tarihçi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, hasanhuseyinozdeniz@gmail.com
[**] Yüksek Lisan öğrencisi, Sanat Tarihçi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, elif_10dnzl@hotmail.com
[1] http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44010/konya-buyuksehir-belediyesi-ar-izzet-koyunoglu-muzesi.html

Kaynakça

ACARA, Meryem, *Türkiye Müzelerindeki Bizans Maden Eserleri*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 1990.

ACARA, Meryem, Bizans *Maden Sanatında Dini Törenler Sırasında Kullanılan (Liturjik) Eserler*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara 1997.

ACARA, Meryem, "Bizans Ortodoks Kilisesinde Liturji Ve Liturjik Eserler", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C. 15, Sayı: 1, Ankara 1998, s. 183 – 201.

ACARA ESER, Meryem, "Liturjide Ve Gündelik Kullanımda Maden Sanatı", *Kalanlar 12. Ve 13. Yüzyıllarda Türkiye'de Bizans*, İstanbul 2007, s. 37-41.

ACARA ESER, Meryem, "Hıristiyanlıkta Haç Kültü Ve Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi Koleksiyonunda Bulunan Bir Grup Haç", *Bizans Ve Çevre Kültürler, Prof. Dr. S. Yıldız Ötüken'e Armağan*, İstanbul 2010, s. 27 – 47.

ALBAYRAK, Kadir, "Dinsel Bir Sembol Olarak Haç'ın Tarihi", *Dini Araştırmalar*, C. 7, Sayı 7, Ankara 2014, s.105-129.

ARIK, Rüçhan, "Kubad-Abad 2010 Çalışmaları", *33. Kazı Sonuçları Toplantısı*, C. 2, Malatya 2011, s.205-2018.

ARSLAN, Nurettin-ARSLAN, Beate Böhlendorf–TÜRK, Haiko–KOÇYİĞİT, Oğuz –MÜLLER, Klaus, "Assos Kazısı 2009 Yılı Kazı Restorasyon Ve Onarım Çalışmaları", *32. Kazı Sonuçları Toplantısı*, C. 3, İstanbul 2010, s.235 – 250.

AYDIN, Ayşe, "Reliquienkreuze İm Museum Von Ankara (Anadolu Medeniyetler Müzesi Ankara)", *Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Dergisi*, C. 12, Sayı: 12, İzmir 2003, s.28 - 40.

BAKIRTZI, Demetra Papaniloka, "Enkolpia, Icons, Amulets", *Everday Life İn Byzantıum*, Atina 2002.

BAKIRTZI, Demetra Papaniloka, "Reliquary - Croses", *Everday Life İn Byzantıum*, Atina 2002.

BARIŞ, Şener, *Bolu Müzesi Bizans Dönemi Eserleri*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji Anabilimdalı Ortaçağ Arkeolojisi Bölümü (Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi), Konya 2011.

BUYRUK, Hasan, "Giresun Müzesinde Bulunan Rölikerler", *Uluslar Arası Araştırmalar Dergisi*, C. 7, Sayı: 29, 2014, s. 136 – 144.

BUYRUK, Hasan, "Silifke Müzesindeki Haç Rölikler", *Uluslar Arası Sosyal Araştırma Dergisi*, C.7, Sayı: 33, 2014, s. 504 – 521.

CARR, Annemarie Wely, "Popüler İmagery", *The Blory Of Byzantıum*, New York 1997.

ÇAKMAKÇI, Zeynep, "Şükrü Tül Eski Eser Koleksiyonu'ndaki Bizans Dönemi Madeni Eserleri", *Türkiye Bilim Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, Ankara 2007, s. 45 – 61.

ÇETİN, Cengiz, "Isparta Müzesinden Bir Grup Bronz Eser", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 20, Denizli 2015, s. 11 - 31.

DELL'ERA, Francesca, "Small Finds from Zeytinli Bahçe - Birecik (Urfa)", *Byzantine Small Finds in Archaeological Contexts*, İstanbul 2012, s. 393 - 406.

DEMİRSAR ARLI, V. Belgin, "İznik Çini Fırınları Kazısı 2010 Yılı Çalışmaları", *33. Kazı Sonuçları Toplantısı*, C.3, Malatya 2011, s.391 - 408.

GÜR, Durmuş, *Zonguldak İli, Filyos Beldesi, Tıos Akropolü Kilise A Yapısı*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 2015.

KOÇYİĞİT, Oğuz, "Erimtan Arkeoloji Ve Sanat Müzesi Bizans Dönemi Maden Haçları", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C. 35, Sayı: 2, Aralık 2018, s.110 – 121.

NESBİTT, J. W., "Les Croix-Reliquaires Pectorales Byzantines En Bronze (Review)", *The Catholic Historical Review*, Vol. 93 No. 3, 2007.

ÖZTAŞKIN, Gökçen–ÖZDEMİR, Hicran, "Denizli Arkeoloji Müzesi'nde Yer Alan Bizans Dönemi Maden Haçlarından Bir Grup", *XIII Ortaçağ Ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri*, Denizli 2009, s. 489 - 499.

PİTARAKİS, Birigitte, *Les Croix-Reliquaires Pectorales Byzantines En Bronze*, Paris 2006.

RİCH, Hunger, " The Cross İn Every Day", *The Oxford dictionary of Byzantıum*, Oxfort 1991.

TAŞ, Tuğba-ÖZCAN, Fikret, "M.S. 4-7 Yüzyıllar Arasında Haç Motiflerinin Gelişimi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 21, Isparta 2015, s.247-275.

YAŞAR, Hasan**,** "Koyunoğlu Müzesi ve Kütüphanesi", *Konya Ansiklopedisi*, C.6, Konya 2015.

http://www.ancientresource.com/lots/ancient_jewelry/jewelry_byzantine.html 11.02.2019-13:18

https://www.bidsquare.com/online-auctions/artemis-gallery/7th-c-byzantine-bronze-reliquary-cross---st-george-1272079 20.02.2019-08:17

http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR-44010/konya-buyuksehir-belediyesi-ar-izzet-koyunoglu-muzesi.html 10.02.2019-21:00

https://issuu.com/ancient_art/docs/cat44_proof10_30 22.02.2019-17:00

EDİRNE YEMİŞ KAPANI KAZISI'NDAN BİR GRUP OSMANLI SERAMİĞİ

Hasan UÇAR[*]

Özet

Edirne, 1361 yılında Osmanlılar tarafından fethedilmesinden sonra devletin başkenti yapılmıştır. Kentteki Osmanlı kimliği hızla gelişen imar faaliyetleriyle kısa zamanda pekişmiştir. Başkentin İstanbul olmasından sonra da önemini koruyan kentte imar faaliyetleri hız kesmeden sürdürülmüştür. Kent merkezinde Osmanlı'nın en anıtsal yapısı olan Selimiye Camii'nin inşasından sonra, caminin hemen yakınındaki alanda Yemiş Kapanı'nın inşasına başlanmış ve 1590-91 yılında yapımı tamamlanmıştır. 20. yüzyıla kadar işlevini sürdüren yapının yıkılmasından sonra, bulunduğu alan farklı işlevlerle kullanılmıştır. 2013-2016 yılları arasında kazı çalışmaları yapılmış, çalışmalarda mimari buluntularla birlikte bol miktarda seramik ortaya çıkarılmıştır. Bu seramiklerden kırmızı hamurlu sırlı ve sırsız örnekler bu çalışmanın içeriğini oluşturmaktadır. Buluntular, malzeme, form ve bezeme özellikleri dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Çok sayıda örneğin yer almasından hareketle seramiklerin özgün kullanım yerinin tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Seramik, Sırlı, Sırsız, Edirne, Kazı

Giriş

Yapı, Edirne kent merkezinde Mimar Sinan Caddesi ve Selimiye Arastası ile çevrili ada üzerinde yer almaktadır. 1573 tarihli belgeden anlaşıldığına göre yapının inşası Mimar Sinan tarafından istenmiştir. Kapanın yerinde bulunan evlerin kamulaştırılması II. Selim tarafından uygun görülmüş, uzun süren kamulaştırma sürecinden sonra 1588 tarihinde Mimar Davud Ağa ile Mimar Hüseyin Ağa tarafından yapının inşa süreci başlatılmıştır. Bu süreç

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Bornova-İzmir, hasan.ucar@ege.edu.tr. Yazı içerisindeki seramikler 02-05 Kasım 2016 tarihlerinde Sakarya'da düzenlenen XX. Uluslararası Ortaçağ Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Kaynakça

ACAR, M. Şinasi, *Osmanlı'da Günlük Yaşam Nesneleri,* Yem Yayınları, İstanbul 2015.

ARMSTRONG, Pamela, GÜNSENİN, Nergis, "Glazed Pottery Production at Ganos" *Anatolia Antiqua/Eski Anadolu*, 1995, s. 179-201.

ASLANAPA, Oktay, YETKİN, Şerare, ALTUN, Ara, *İznik Çini Fırınları Kazısı II.Dönem 1981-1988,* Tarihi Araştırmalar ve Dökümantasyon Merkezleri Kurma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, İstanbul 1989.

ATASOY, Nurhan, RABY, Julian, *İznik Seramikleri,* Türk Ekonomi Bankası Yayınları, Singapore 1994.

ATİK, Şeniz, "Marmaray İstasyon Projesi Kapsamında Üsküdar Meydanı Kazısı-I BS/56-65 plan kareleri" *Gün Işığında İstanbul'un 8000 Yılı, Marmaray, Metro, Sultan Ahmet Kazıları*, Vehbi Koç Vakfı Yayınları, İstanbul 2007, s.56-95.

AYDIN, Nilüfer, "Osmanlı Dönemi", *Saklı Limandan Hikayeler Yenikapı'nın Batıkları*, İstanbul Arkeoloji Müzeleri- Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2013, s.144-153.

AYKAÇ, Razan, *Konya-Karatay Müzesindeki Anadolu Selçuklu Dönemi Seramik Kandiller,* Palet Yayınları, Konya 2017.

BAKIRTZIS, C. "Didymoteichon: Un Centre De Ceramique Post-Byzantine", *Balkan Studies 21*, 1980, s.147-153.

BARIŞTA, Hatice, "Eyüpsultan'dan Ebru Desenli Seramik ve Çiniler", *Tarihi Kültürü ve Sanatıyla Eyüpsultan Sempozyumu III*, Eyüp Belediyesi Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, İstanbul 2000, s.156-163.

BAŞ, Gülsen, *Bitlis Kalesi Kazısı Sırlı Seramikleri (2004-2012),* Pegem Akademi Yayınları, Ankara 2012.

BAŞARAN, Sait, "Enez (Ainos) 2002 Kazı Çalışmaları", *23. Kazı Sonuçları Toplantısı,* Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 2002, s.373-380.

BAYRAKTAROĞLU, Suzan, "Gelenek ve İnançla Oluşan Koleksiyon", *14th International Congress of Turkish Art*, The Ministry of Culture and Tourism, Republic of Turkey, Turkey 2013, s. 153-162.

BİNAY, Hasan, *Yenikapı Metro ve Teiaş Arkeolojik Kazılarından Açığa Çıkarılan İznik Seramiklerinin Değerlendirilmesi,* (İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2014.

BOZKURT, Nebi, ERTUĞRUL, Selda, "İbrik", *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi 21*, Türk Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul 2000, s. 372-376.

BOZKURT, Nebi, "Şamdan", *Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 38*, Türk Diyanet Vakfı Yayınları, Ankara 2010, s.328-330.

CANTAY, Gönül, "Edirne Yeni Saray Kazısı Keramik Buluntuları", *V. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı ve Araştırmaları Sempozyumu, Bildiriler*, Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü Yayınları, Ankara 2001, s.145-160.

ÇAKMAKÇI ORAL, Zeynep, "Anaia Camcılığı/Anaian Glass", *Bizanslı Ustalar-Latin Patronlar/ Byzantine Craftsmen-Latin Patrons,* Ege Yayınları, İstanbul 2013, s. 135-152.

ÇALIŞLAR YENİŞEHİRLİOĞLU, Filiz, "İstanbul Arkeolojisi ve Çini / Seramik Üretim Merkezleri", *İstanbul Araştırmaları Yıllığı I,* İstanbul Araştırmaları Enstitüsü Yayınları, İstanbul 2012.

ÇEKEN, Muharrem, "Hasankeyf Kazısı Seramik Fırınları Atölyeleri ve Seramikleri", *Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul 2007. s.245-259

DEMİRSAR ARLI,V.Belgin, KAYA, Şennur, EROL, Özlem "İznik Çini Fırınları Kazısı'nda Ele Geçen Aydınlatma Gereçleri", *XI. AIECM3 Uluslararası Orta Çağ ve Modern Akdeniz Seramik Kongresi Bildirileri, 19-24 Ekim 2015 Antalya*, Vehbi Koç Ankara Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları, İstanbul 2018, s. 431-436.

DEMİRSAR ARLI, V. Belgin, "Geçmişten Günümüze İznik Çini Fırınları Kazısı ve Buluntuları Üzerinden Bir Değerlendirme", *XI. AIECM3 Uluslararası Orta Çağ ve Modern Akdeniz Seramik Kongresi Bildirileri, 19-24 Ekim 2015 Antalya*, Vehbi Koç Ankara Araştırmaları ve Uygulama Merkezi Yayınları, İstanbul 2018, s.189-195.

DİNGEÇ, Emine, "Osmanlı Toplumunda Kadınların Üretime Katkıları", *History Studies*, 2010, s.9-30.

DOĞER, Lale, "İzmir Agorası Kazılarından Geç Osmanlı Dönemi ve Avrupa Seramik Buluntuları", *Thirteenth International Congress of Turkish Art*, Hungarian National Museum, Ankara 2009, s. 217-229.

DOĞER, Lale, "İzmir Agorası Kazılarından 17. - 19. Yüzyıl Seramik Buluntuları Üzerine Bazı Gözlemler", *Sanat Tarihi Dergisi, 13/1*, İzmir 2009, s.23-51.

DOĞER, Lale, *Daskyleion II Hisartepe/ Daskyleion Kazısı Bizans Seramikleri, Tomris Bakır'a Armağan, Ege Yayınları*, İstanbul 2014.

ERSOY, Akın, *Büyük İskender Sonrasında Antik Smyrna (İzmir),* İzmir Büyük Şehir Belediyesi Yayınları, İzmir 2015.

ERSOY, Bozkurt. "Edirne Yemiş Kapanı ve Restitüsyon Önerisi", *Sanat Tarihi Dergisi*, İzmir 2018, s.119-133.

FRANÇOİS, Véronique "Céramiques Ottomanes de Tradition Byzantine d'Iznik", *Anatolia Antiqua, Tome 4*, 1996, s.231-245.

GÖK GÜRHAN, Sevinç, "Smyrna (İzmir) Agorası Kazılarında Bulunan Osmanlı, Uzakdoğu ve Avrupa Seramikleri Üzerinden Osmanlı Ticaret Hayatı", *Uluslararası Katılımlı XV. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2012, s. 429-438.

GÖK, Sevinç, "İzmir'in Ticari Yaşamında Osmanlı ve Avrupa Seramiklerinin Yeri", *Smyrna/İzmir Kazı ve Araştırmaları I, Çalıştay Bildirileri,* Ege Yayınları, İstanbul 2015, s. 61-78.

GÖK, Sevinç, *Smyrna (İzmir) Agorası'nda Osmanlı İzleri Kütahya Seramikleri (2007-2014 Kazı Dönemi),* İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir 2015.

GÖK, Sevinç, "Osmanlı ve Avrupa Seramikleri Üzerinden Bir Okuma: Smyrna (İzmir) Agorası'ndaki Osmanlı Yerleşiminden Mutfak Kapları ile Günlük Yaşam Objeleri", *Smyrna/İzmir Kazı ve Araştırmaları II*, Ege Yayınları, İstanbul 2017, s.117-150.

GÖKTAŞ KAYA, Lütfiye, ATA, Ebubekir Sıddık, "Şeyh Şabân-ı Velî Vakıf Müzesi Vakıf Şamdanları", *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, 87, 2018, s. 153-182.

GÜRLER, Binur, ÇELİK ERSOY, Gülten, "Smyrna Agora Roma Hamamı 2014 Yılı Ortaçağ ve Sonrası Cam Buluntuları", *Smyrna/İzmir Kazı ve Araştırmaları II*, Ege Yayınları, İstanbul 2017, s.167-185.

HAYES, John W., *Excavations at Saraçhane in Istanbul Vol.2*, Princeton University Press, Washington 1992.

İNANAN, Filiz, "Zeuksippus Tipi Seramikler/Zeuksippus Type Ceramics", *Bizanslı Ustalar-Latin Patronlar/ Byzantine Craftsmen-Latin Patrons*, Ege Yayınları, İstanbul 2013, s.59-76.

KARAMAĞARALI, Nakış, "Ahlat Sırlı Seramikleri", *Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı,* Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, İstanbul 2007, s.135-153.

KENAR, Ayşe, "Marmaray Projesi Kapsamında Yenikapı Kazılarında Ortaya Çıkarılan Osmanlı Keramikleri (15-17. Yüzyıl)", *Medeniyet Sanat*, İstanbul 2015, s.115-154.

KÖROĞLU, Gülgün, İNANAN, Filiz, "Sinop Balatlar Kilise Kazılarında Ortaya Çıkarılan Seramikler", *XI. AIECM3 Uluslararası Orta Çağ ve Modern Akdeniz Seramik Kongresi Bildirileri, 19-24 Ekim 2015 Antalya*, Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları, İstanbul 2018, s. 319-327.

LIAROS, Nikos, "Late Ottoman Tableware From Dıdymoteıcho And Some Notes On Pots' Form, Functıon And Identity" *XI. AIECM3 Uluslararası OrtaÇçağ ve Modern Akdeniz Dünyası Seramik Kongresi Bildirileri*, Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları, Ankara 2018, s. 203-216.

ÖZER, Mustafa, *Edirne Sarayı (Saray-ı Cedid-i Amire) Kısa Bir Değerlendirme*, Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2014.

ÖZER, Mustafa, DÜNDAR, Mesut, GÜNER, Yavuz, UÇAR, Hasan, "Edirne Yeni Saray Kazısı (Saray-ı Cedîd-i Âmire) 2011 Yılı Çalışmaları", *Sanat Tarihi Dergisi*, 24/1, İzmir 2015, s.73-106.

ÖZKUL FINDIK, Nurşen, *İznik Roma Tiyatrosu Kazı Buluntuları 1980-1995 Arasındaki Osmanlı Seramikleri,* Kültür Bakanlığı, Ankara 2001.

ÖZKUL FINDIK, Nurşen, "Tekfur Sarayı Çini Fırınları Kazısında Ele Geçen Şamdan ve Kandiller", *IX. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu, Bildiriler*, Erzurum 2006, s.379-380.

PEARCE, Jacqueline,VİNCE, Alan. (1988). *A Dated Type Series of London Medieval Pottery Part 4:Surrey Whiteware,* London and Middlesex Archaelogical Society, Over Wallop, Hampshire 1988.

POLAT, Turgay, "Milet İşi Seramiklerde Form Tipolojisi Üzerine Bir Deneme", *Sanat Tarihi Dergisi*, 25/2, İzmir 2016, s. 213-247.

POLAT, Turgay, *Marmaray Projesi Kazılarında Ortaya Çıkarılan Osmanlı Seramikleri (Üsküdar, Sirkeci, Yenikapı Marmaray İstasyonları Ve Haliç Metro Ayakları),* Ege Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İzmir 2018.

POLAT, Turgay, "Marmaray Projesi Kazıları (Yenikapı, Üsküdar, Sirkeci) Osmanlı Dönemi Sırsız Seramikleri" *Sanat Tarihi Dergisi*, 29/1, İzmir 2019 (baskıda).

TOKSOY, Arzu, "Yenikapı'da İnanç", *Gün Işığında İstanbul'un 8000 Yılı, Marmaray, Metro, Sultan Ahmet Kazıları*, Vehbi Koç Vakfı Yayınları, İstanbul 2007, s.230-235:

TÜRKMENOĞLU, İbrahim, "Edirne Selimiye Külliyesi Yemiş Kapanı Kazısı", *23. Müze Çalışmaları ve Kurtarma Kazıları Sempozyumu, 04-07 Mayıs 2014, Mardin*, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara 2015, s.333-344.

TÜRKTÜZÜN, Metin, DUĞAN, Seher, TOGAY, Mahmut, UYGUN, Bayram, ÇERİ, Mehmet, "Germiyanoğlu Dönemi İmaret Külliyesi Kurtarma Kazısı" *Kütahya Müzesi 2016 Yıllığı*, Bilgin Kültür Sanat Yayıncılık, Ankara 2017, s. 117-161

UÇAR, Hasan, *Edirne Yeni Saray Kazısı Seramikleri,* (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi), İzmir 2014.

UÇAR, Hasan, UÇAR, Aygül, "Tire Kutu Han Kazısı Beylikler ve Osmanlı Seramikleri", *Sanat Tarihi Dergisi*, 27/1,İzmir 2018, s.1-33.

UYSAL, Ali Osman, "Demirköy Fatih Dökümhanesi Kazısı Seramik Buluntuları", *Çanak, Byzas 7*, Ege Yayınları, İstanbul 2007, s.545-558.

UYSAL, Zekiye, *Kubad-Abad Sarayında Selçuklu Cam Sanatı,* Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara 2013.

ÜNLÜ, Osman, "Klâsik Türk Şiirinde Mum Makası: Mıkrâz", *Journal of Turkish Language and Literature 3/1*, 2017, s.321-329.

VROOM, Joanita, "Pottery Finds From a 'ces-pit' in Durres", *Çanak Byzas 7*, Ege Yayınları, İstanbul 2007, 319-334.

YARCI, Güler, "Osmanlı'da Mum ve Beykoz İspermeçet Mumu Fabrikası", *Mum Kitabı*, Kitabevi Yayınları, İstanbul 2015, s.5-99.

YENER, Azize, *Antalya-Kaleiçi Sırlı Seramikleri,* Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul 2016

YENİŞEHİRLİOĞLU, Filiz, "Tekfur Sarayı Çiniciliği ve Eyüp Çömlekçiliği", *Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 2007, s.349-361

YILMAZ, Gülgün, *Edirne Müzesi Osmanlı Seramikleri, Zindanaltı Buluntuları,* Edirne Müzesi Yayınları, Edirne 2012.

BEYŞEHİR (EŞREFOĞLU BEYLİĞİ) KALESİ 2017 YILI KURTARMA KAZISI

Hasan UĞUZ[*]

Özet

Anadolu Selçuklu devleti döneminde uç beyliği olarak kurulduğu düşünülen Eşrefoğlu Beyliği; Anadolu'nun Moğol hakimiyetine girmeye başlamışıyla birlikte kendi bağımsızlığını ilan etmiştir. Adına hutbe okutup sikke bastırmıştır. Tarihçilerce "korku devri" olarak adlandırılan bu dönemde; bağımsızlık alameti sayılan sikke darbına Moğol idarecisi sessiz kalmamıştır. Şehri talan edip, yağmalayıp, idarecilerini ölümle cezalandırarak, Eşrefoğlu beyliğine son vermiştir. Bağımsızlık ilanı düşüncesinde olan diğer beyliklere göz dağı vermek istenmiş; Eşrefoğlu'nun girişimi en ağır şekilde cezalandırılmıştır.

2017 yılında Beyşehir Eşrefoğlu Beyliği Kalesi sur duvarlarını araştırma ve varsa açığa çıkarma yönündeki çalışmalara başlanmış sondaj çalışmaları, kurtarma kazısı sonrasında bir kısım sur duvarları açığa çıkartılmıştır[1].

Anahtar Kelimeler: Beyşehir, Eşrefoğlu, İçerişehir, Kale kapısı, Sur

GİRİŞ

Beyşehir ilçesi, Konya'nın batısında Konya'ya modern yol ile 88km uzaklıktadır. Akdeniz bölgesinde ve Göller yöresinde yer alır. Pisidia antik bölgesi sınırları içerisindedir.(fig. 1)

Eşrefoğlu Camisi UNESCO tarafından; (II), (IV) Kriteri ile, Kültürel kategoride, 2012 yılında Dünya Miras Aday Listesine alınmıştır.

[*] Arkeolog, Konya Müzesi.

[1] Değerli Hocam Yaşar ERDEMİR; Müzeci meslek grubuna olan anlayışlı ve yapıcı eleştiri yaklaşımı, eğitim ve öğretimin okul sıralarından ibaret olmadığını, okul eğitimi yanı sıra alanda da her daim yol gösterici eğitim anlayışı ile gönlümüze dokunabilen Hocamıza teşekkür ederiz. Meslek hayatı boyunca birçok eğitimcinin yetişmesine katkı sağlamış olan Hocaların hocasına saygılarımla.

KAYNAKÇA

AHMED EFLAKİ., *Ariflerin Menkıbeleri*, Hürriyet yayınları, İstanbul 1973.

AKYURT Yusuf., "Beyşehir Kitabeleri ve Eşrefoğlu Cami ve Türbesi", *Türk ,Tarih, Arkeologya ve Etnoğrafya Dergisi*, sayı IV, İstanbul 1940, s. 91-129.

ARIK Remzi Oğuz., *Ankara Konya Eskişehir Yazılıkaya Gezileri*, Ankara 1956.

ÇAYCI, Ahmet., *Eşrefoğlu Beyliği Dönemi Mimari Eserleri*, Ankara 2008.

ERDEMİR, Yaşar., *Eşrefoğlu Süleyman Bey Camii ve Külliyesi*, Beyşehir 1999.

KATİP ÇELEBİ., *Cihannüma,* İstanbul H.1145.

KONYALI İbrahim Hakkı., *Abideleri ve Kitabeleriyle Beyşehir Tarihi*, Erzurum 1991.

SÜSLÜ Memduh Yavuz, *Eşref Oğulları Tarihi Beyşehir Kılavuzu*, Konya 1934

TEKİN Ö.- BİLGİNER R., *Beyşehir ve Eşrefoğulları,* Eskişehir 1945.

TEXİER, Charles., *Küçük Asya Coğrafyası, Tarihi ve Arkeolojisi* (Çev. Kazım Yaşar Kopraman-Musa Yıldız) Ankara 2002.

HARPUT İÇ KALE KAZILARINDA 2015-2016 YILLARINDA BULUNAN TÜTÜN LÜLELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ*

İsmail AYTAÇ[**]

Özet

Bu makalenin konusunu, Elazığ İli Merkez Harput Mahallesinde bulunan Harput İç Kale'de, 2015-2016 yılları arasında yapılan kazılarda çıkarılan tütün lüleleri oluşturmaktadır. Söz konusu yıllarda kale içinde toplam 3 bölgede (I., II. ve V. Bölge) kazı çalışmaları yapılmıştır. Bu bölgelerde ele geçirilen lülelerin tipolojisi ve kronolojisi üzerine değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Kazısı yapılan alanlarda tüm, tüme yakın ve parçalar halinde 504 adet lüle ele geçirilmiştir. Harput İç Kale kazılarında çanaklarına göre 7, kaidelerine göre 2 olmak üzere toplamda 9 farklı lüle tipi tespit edilmiştir. Bunlar; silindir çanaklı, torba çanaklı, lale çanaklı, karinalı çanaklı, yuvarlak çanaklı, basık yuvarlak çanaklı, krater çanaklı, disk kaideli ve çiçekli kaideli lüle tipleridir. Makalenin son bölümünde lüle tiplerinden örnekler katalog halinde anlatılmıştır. Bu lüleler kırmızı, beyaz, gri, kahverengi, devetüyü ve siyah renk hamurludurlar. 17. ve 18. yüzyıla tarihlenen küçük çanaklı, beyaz ve gri renk hamurlu lüleler çoğunluktadır. 19. ve 20. yüzyıla tarihlenen biçim olarak daha büyük yapılmış kırmızı renk hamurlu lüleler de azımsanmayacak sayıdadır. Sayıca en az ele geçenler ise siyah hamurlu olan örneklerdir. Lüleler üzerinde kalıp baskı, kazıma ve rulet baskı tekniği ile yapılmış bitkisel ve geometrik bezemeler bulunmaktadır. Ayrıca usta veya atölye isminin bulunduğu damga ile silindir şeklinde basılmış Osmanlıca ve Arapça yazılar da mevcuttur. 17. yüzyılın başından 20. yüzyılın ortalarına kadar Osmanlı coğrafyasında kullanılan lüle örnekleri ile Harput İç Kale'de yapılan kazılar sonucunda ele geçen lüle örneklerinin benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu da kale içinde bu dönemlerde yaşanmışlığı göstermesi açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Harput, kale, lüle, tütün, çanak

---

* Bu makale Harput İç Kale kazılarında çıkarılan lüle buluntularından üretilmiş olup herhangi bir yerde yayınlanmamıştır.

** Prof. Dr., Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Bölümü Öğretim Üyesi, Harput İç Kale kazı başkanı. iaytac23@firat.edu.tr

KAYNAKÇA

AKSIN, A. (1993). *19. Yüzyılda Harput,* Elazığ: Ceren Yayınları.

ALTINIŞIK, C. (2017). *H.1080-1082/M. 1669-1672 Tarihli Şer'iyye Sicili (Metin Değerlendirmesi),* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

ARSEVEN, C. (1983). "Lüle", *Sanat Ansiklopedisi*, *3*, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi, s.1245

AYHAN, G. (2009). Smyrna Antik Kenti Kazıları 2007-2008 Yılı Lüle Buluntuları, *Sanat Tarihi Dergisi*, (XVIII/2), ss. 1-22.

AYHAN, G. (2010a). Hasankeyf Kazısı Lüle Buluntularının Değerlendirilmesi", *Sanat Tarihi Dergisi*, (XIX/1), ss. 1-22.

AYHAN, G. (2010b) Başur Höyük Kazısı Lüle Buluntuları, *XIII. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri,* 14-16 Ekim 2009, ss. 49-57, 1. Baskı, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sanat Tarihi Bölümü Yayınları.

AYHAN, G. (2011). 19. Yüzyıla Tarihlendirilen Bir Grup Osmanlı Lülesi" *Kültürel Bellek ve Estetik Yansımalar*, ss. 227-241, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

AYHAN, G. (2014). Lüle Terminolojisinin Sorunları Üzerine Görüşler, *XVI. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri 18-22 Ekim, 1,* ss. 53-64, Sivas, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları.

AYHAN, G. (2015). Lülelerde Görülen Kuş Figürleri Üzerine Bir Araştırma, *Sanat Tarihi Dergisi,* (XXIV/1), ss. 1-21.

AYTAÇ, İ. (2017a). Harput İç Kalesi Kazısı 2014 Yılı Arkeolojik Buluntuları, *Turkish Studies*, *12*(1), ss. 191-210.

AYTAÇ, İ. (2017b). Harput İç Kalesi Kazıları 2015 Yılı Çalışmaları, *38. Kazı Sonuçları Toplantısı, 3*, ss. 563-579. Ankara: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

AYTAÇ, İ. (2017c). Harput İç Kale Kazılarında 2014-2015 Sezonunda Bulunan Bizans Dönemi Sikkeleri, NWSA Social Sciences, 12(3), ss. 140-153.

AYTAÇ, İ. (2018a). Harput İç Kalesi Kazıları 2016 Yılı Çalışmaları, *39. Kazı Sonuçları Toplantısı*, *1*, s.317-328. Ankara: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

AYTAÇ, İ. (2018b). Harput İç Kale Kazılarında Bulunan Artuklu Dönemi Sikkeleri, *Fırat Üniversitesi Harput Araştırma Dergileri*, *5*(1), ss. 29-55.

BAĞCI, S., ÇAĞMAN, F., RENDA, G., TANINDI, Z. (2006). *Osmanlı Resim Sanatı*, İstanbul: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

BAKLA, E. (1993). *Tophane Lüleciliği*, İstanbul: Dışbank Yayınları.

BAKLA E. (1985). Unutulmuş Bir Halk Sanatı, *Antika,*(5), ss. 4-8.

BARAM, U. (2004) Filistin Geçmişinden Dolaşık Objeler, *Osmanlı Arkeolojisi*, ss.142–163. (B. Altınok, Çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi.

BARIŞTA, H. Ö. (2001). Ankara Yıkık Hamam (Eyne Bey Hamamı) 1999 Yılı Kazısı, *XXII. Kazı Sonuçları Toplantısı, 2*, ss. 397-411. Ankara: *Kültür* Bakanlığı Milli Kütüphane Basımevi.

BARDİZAKTSKİ,V., NATANYAN, B., SIRVANTSDYANTS, K. V. (2010). *Palu-Harput 1878. Çarsancak, Çemizgezek, Çapakçur, Erzincan, Hizan ve Civar Bölgeler, II*, (A. Yarman, Yay. Haz.), İstanbul: Derlem Yayınları.

BAYRAKTAR, N. (1992). Tütün Lüleleri Tophane İşi Eserler, *Türkiyemiz,* (62), ss. 16-25.

BEKĆ, L. (1999-2000). Uvod U Problematiku Glinenih Lula Na Području Hrvatske (Introduction into the Question of Clay Pipes on the Territory of Croatia). *VAMZ*, *3*(XXXII-XXXIII), ss. 249-279.

BİKİĆ, V. (2012). Tobacco pipes from the Belgrade Fortress: context and chronology, *Journal of the Academie Internationale De La Pipe*, *5*, ss. 1-8.

BORAN, A., KULAZ, M. (2000). Eski Van Hüsrev Paşa Külliyesi Kazısı'ndan Çıkan Seramik Buluntular, *IV. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri, 24–27 Nisan 2000*, ss.31-40.Van: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.

CENGİZ, A. (2011), *Edirne Yeni Saray Kazılarında Ele Geçen Lüleler*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

COSTEA I. (2013). Pipe De Lut Cu Inscripţii Şi Mărci Din Colecţia I.C.E.M., *Peuce*, (11), ss. 256 - 290.

CORİNA, R. IORGUŞ, L. R., MİHAİ I. (2013). Pipe ceramice descoperite la Mangalia, *Peuce*, (11), ss. 241 - 255.

DANIK, E. (1999). Orta Çağ'da Harput Yüzey Araştırması 1997 Yılı Çalışmaları, *XVI. Araştırma Sonuçları Toplantısı, I*, ss.161-168. Ankara: Anıtlar ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

DANIK, E. (2000). Orta Çağ'da Harput Yüzey Araştırması 1998 Yılı Çalışmaları, *XVII. Araştırma Sonuçları Toplantısı, I*, ss.67-80. Ankara: Anıtlar ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

DANIK, E. (2001). Orta Çağ'da Harput Yüzey Araştırması 1998 Yılı Çalışmaları, *XVIII. Araştırma Sonuçları Toplantısı, I*, ss.17-30. Ankara: Anıtlar ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

DANIK, E. (2001). *Ortaçağ'da Harput*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları,

DANIK, S. (2013). *H.1036-1037/M. 1627 Tarihli Şer'iyye Sicili (Transkripisyon ve Değerlendirme)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Elazığ, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

DAŞ, E. (2010). Alaşehir Kurşunlu Han Kazı ve Temizlik Çalışmaları, *XIII. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri,* 14-16 Ekim 2009, ss. 197-212. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sanat Tarihi Bölümü Yayınları.

EVREN, B. (1988). Unutulan Bir Halk Sanatı: Lülecilik, *Sandoz Bülteni*, *31*(3), ss. 12-17.

ERDEM, A. Ü. (2013) Arkeolojik ve Etnografik Veriler Işığında Doğu Anadolu Tandırları, *TÜBAAR*, (16), ss. 111-132.

FINDIK, E. F. (2016). Ay Işığında Tütün Seremonisi – Osmanlı Kırsalında Tütün Kullanımının Kanıtları: Aziz Nikolaos Kilisesi Kazıları Lüle ve Nargile Buluntuları, *Cedrus*, *IV*, ss. 373-392.

HALAÇOĞLU, A (1986). *381 Numaralı Harput "Ma'müratü'l- Aziz" Şer'iyye Sicili H. 1283-84/M. 1266-68*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü.

HAYES, J.W. (1992). *Excavations at Saraçhane in İstanbul: the Pottery*, *2,* Princeton Universty Press.

HAYLİ, S. (2005). Tarihi Coğrafya Açısından Harput Şehrinin Fonksiyonları ve Etki Sahası, *Dünüyle Bugünüyle Harput Sempozyumu*, *1*, s. 287-305. Elazığ: Türkiye Diyanet Vakfı Elazığ Şubesi Yayınları.

GOODMAN, J. (1993). *Tobacco in History: The Cultures of Dependence*, New York: Taylor & Francis e-Library.

HOVANNİSİAN, R. G. (2017). *Tarihi Kentler ve Ermeniler Harput*, (Z. Kılıç, Çev.), İstanbul: Aras Yayıncılık.

HUMPHREY, J. W. 1990). The Turkish Clay Smoking Pipes of Mytilene, *Society of Clay Pipe Research Newsletter (*26), ss. 2-9.

İNANAN, F. ŞAHİN, D. (2017). Arkeopark - Osmanlı Lüleleri Osmanlı'da Tütün Keyfi, *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*,*18*(32), ss. 33-54.

İSİMSİZ, (2007). " lüle", *Büyük Larousse* (15. cilt), İstanbul: Milliyet Yayınları, s.7595

KOCABAŞ, H. (1963). Tophane Lüleciliği, *Türk Etnografya Dergisi*, (5), ss. 12-13.

LUČIĆ, B. (2012). Clay pipes from Sirmium, *Journal of the Académie Internationale de la Pipe, 5*, ss. 9-15.

MUTLU, A. (2010). Seramikten Tophane Lüleciliğine, *İsmek El Sanatları Dergisi*, (10), ss. 138-140.

NAİMA M. E. (1968). *Naima Tarihi, 3*, (Z. Danışman, Çev.), İstanbul: Zuhuri Danışman Yayınevi.

NAZIR, B. (2011), *Dersaadet'te Ticaret*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

ÖNEY, G. (1982). 1978-79 ve 81 Yılı Samsat Kazılarında Bulunan İslam Devri Buluntularıyla İlgili İlk Haber, *Arkeoloji ve Sanat Tarihi Dergisi*, *1*, ss. 71-80.

ÖZER, M. (2014). Edirne Yeni Saray (Saray-ı Cedîd- İ Âmire) Kazısı 2013 Yılı Çalışmaları, *36. Kazı Sonuçları Toplantısı, 3,* ss. 495-524. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı DÖSİMM Basımevi.

PEÇEVİ, İ. E. (1992), *Peçevi Tarihi, 1, (S. Baykal, Yay. Haz.), Mersin:* Kültür Bakanlığı Yayınları

PEKAK, S. (1999). Niğde Andaval'daki Konstantin Helena Kilisesi 1997 Çalışmaları, *XX. Kazı Sonuçları Toplantısı,2,ss.504-524.Ankara: Kültür* Bakanlığı Milli Kütüphane Basımevi.

REFİK, A. (1931). *Eski İstanbul Yaşayışı*, İstanbul: Kanaat Kütüphanesi.

ROBİNSON, C. W. R. (1985). Tobacco Pipes of Corinth and of the Athenian Agora, *Hesperia*, *54*, ss. 149-203.

SUNGUROĞLU, İ. (1958). *Harput Yollarında, 1,* İstanbul: Elazığ Kültür ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

SEVİN, V., SEVİN, N. A., KALSEN, H. (2011), *Harput Kale Mahallesinde Osmanlı Yaşamı*, İstanbul: Ege Yayınları.

SİMPSON, St. J. (1990a). Ottoman Clay Pipes from Jerusalem and the Levant: A Critical Review of the Published Evidence"*Society for Clay Pipes Research Newsletter* (28), ss. 6-16.

SİMPSON, St. J. (1990b). A Brief Introduction to Ottoman Clay Pipes, *Society of Clay Pipe Research Newsletter* (27), ss. 6-10.

SİMPSON, St. J. (1993). Turkish Clay Pipes: Review, *SCPR*, (39), ss. 17-23.

SİMPSON, St. J. (2008). Late Ottoman Pipes from Jerusalem, *Excavation by K. M. Kenyon in Jerusalem 1961-1967, 5,* ss. 433-446.

SİMPSON, St. J. (2005). The Archaeology of the Clay Pipe in the Near East*, Al-Rafidan, Journal of Western Asiatic Studies,* (XXX), ss. 67-75.

TAŞÇI, H. (1996). Topkapı Sarayı'ndaki Tophane Lüleciliği, *Antik ve Dekor*, (34), ss. 148-150.

TAŞTEMUR, E., AYTAÇ, İ. (2017). Harput İç Kale Kazısı Cam Fırınlarına Ait İlk Gözlemler, *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (41), ss. 69-89.

TULAY, A. S. (2001). *Genel Nümizmatik Sözlüğü*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

UZUNÇARŞILI, İ. H. (1988). *Osmanlı Tarihi*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

ÜNAL, M. A. (1989). *XVI. Yüzyılda Harput Sancağı (1518-1566)*, Ankara :Türk Tarih Kurumu Yayınları.

VİNCENZ, A. D. (2009). A Note On Two Inscrıbed Clay Tobacco Pıpes From Jerusalem And Ramla, *Al-Rāfıdān,* (XXX), s. 76-77.

VİNCENZ, A. D. (2011). Ottoman Clay Tobacco Pipes from Ramla, '*Atiqot,* (67), ss. 43-53.

YILMAZ, A. (2010). *Bitlis Kale Kazılarında Ortaya Çıkarılan (2004-2008) Tütün Lüleleri,* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale, On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YENER, A. (2005). Tütün Lüleleri ve Alanya-Kaleiçi'nde Bulunan Örnekleri, *Arkeoloji ve Sanat*, (119), ss. 94-113.

YARDIMCI, İ. (1999). *Seramik Pipo,* (Sanatta Yeterlilik Tezi),*Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seramik Ana Sanat Dalı.*

YAPICI, S. (2009). *Osmanlı Salnamelerinde Harput (1869-1908)*, Elazığ: ELESKAV Yayınları.

WARD, C., BARAM, U. (2006). Global Markets, Local Practice: Ottoman-period Pipes and Smokin Paraphernalia from te Red Sea Shipwreck at Sadana Island, Egypt, *International Journal of Historical Archaeology 10*(2), ss. 135-158.

İNGİLİZ KONSOLOS J. BRANT'IN RAPORLARINA YANSIYAN TARİHİ ESERLER (Doğu Anadolu Bölgesi 1836-1852)

Korkmaz ŞEN[*]
Fatih GENCER[**]

Özet

James Brant, İngiliz hükümeti tarafından 1836 yılında Erzurum'a konsolos olarak atanmıştır. Bu vazifesini 1852 yılına kadar sürdürmüş, bu süre zarfında Doğu Anadolu'nun birçok şehrini gezmiş, Özellikle Erzurum, Doğubayazıt, Kars, Ardahan, Van, Muş, Eğin, Bitlis ve Van arasında kalan bölgeleri gezmiş, gördüklerini ayrıntılı bir şekilde raporlarına yansıtmıştır. Bu makalede Brant'ın raporlarında değindiği daha çok Sanat Tarihi'nin konusu olan bilgiler değerlendirilmiştir. Brant, şehirlerin ilk yerleşim bölgeleri olan kaleleri detaylı bir şekilde tasvir etmiş, o dönem şehirlerinin mimari dokusuyla ilgili fikir edinebileceğimiz ayrıntılara dikkat çekmiştir. Onun gözlemleri kazı çalışmalarına ışık tutabilecek veriler sunduğu için dikkate değerdir. Bu raporlardan 19. yüzyılın ilk yarısında bir kısım kalelerin kullanılmadığı bir kısmının ise savaşlar tahrip olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte raporlar; yerel üretim maddeleri, günlük kullanılan eşyalar, süs eşyaları, lüleler ve ticareti yapılan malzemeler hakkında bilgiler içermektedir. Bu bilgilerin kale kazılarında ortaya çıkan veya çıkabilecek malzemelerin tarihlendirilmesi ile üretim yerleri hakkında ipuçları vermesi de raporları ayrıca raporları önemli kılmaktadır.

James Brant:

1836 yılında Erzurum Eyaletine İngiltere hükümeti tarafından konsolos olarak atanmış olup bu görevini 1852 yılı sonuna kadar devam ettirmişti. İngiltere'nin bölgedeki çıkarlarını korumaya gayret etmiş, Rus faaliyetlerini

[*] Dr.Öğr. Üyesi. Bitlis Eren Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji Bölümü, Türk-İslam Arkeolojisi Ana Bilim Dalı.
[**] Dr. Öğr. Üyesi. Bitlis Eren Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü

KAYNAKÇA

Fatih Gencer, İngiliz Konsolos James Brant'ın Gözüyle Doğuda Değişim Yılları (1836-1852), Gece Kitaplığı, Ankara 2018.

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO 78/289, Brant, Report Of A Journey Through A Part Of ArmeniaAndAsiaMinor, 11 May 1836

FO, 195/227, BranttoCanning, 9 November 1844.

FO, 78/314, BranttoPalmerston 10 October 1837

FO, 78/366, Brant, Report of a Tourthrough a part of Koordistan 1 June 1839.

FO, 78/366, Brant, Report of a Tourthrough a part of Koordistan 1 June 1839.

FO, 78/366, Brant, Report of a Tourthrough a part of Koordistan 1 June 1839.

FO, 78/366, Brant, Report of a Tourthrough a part of Koordistan 1 June 1839.

FO, 78/401, Report on Batoom, Guarricino, 4 August 1840.

FO, 78/401, Report on Batoom, Guarricino, 4 August 1840.

FO, 78/401, Report on Batoom, Guarricino, 4 August 1840.

FO, 78/401, Report on Batoom, Guarricino, 4 August 1840.

FO, 78/533, BranttoBidwell, 21 August 1843.

FO, 78/653, HolmestoBrant, Report of a Journeyto Kars, 12 September 1846.

FO, 78/653, HolmestoBrant, Report of a Journeyto Kars, 12 September 1846.

FO, 78/653, HolmestoBrant, Report of a Journeyto Kars, 12 September 1846.

FO, 78/653, HolmestoBrant, Report of a Journeyto Kars, 12 September 1846.

FO, 78/703, Notes on theTopography, TradeandManufactures, Agriculture, Climateand Natural History of thePashalik of Erzeroom, 30 April 1847.

FO,195/175, Notesmade on a JourneyfromBatoom, Adjareh, Shavshet, Ardahan, Ghioleh, Benek and Oltito Erzeroom.

ERZURUM VİLAYETİ'NDE 1904 YILINDA YAPILAN KÂGİR KÖPRÜLER VE BU KÖPRÜLERDEN OLUŞAN ÖZEL SARAY ALBÜMÜ*

*Mehmet YAVUZ***

Özet

BOA kaynakları, Sultan II. Abdülhamid döneminde, Erzurum Vilayeti'nde, 1904 yılında resmi açılışları yapılan, yüz otuz dört adet kâgir/taş köprünün varlığından bahseder. Bu köprüler Erzurum Vilayetinin ki o dönemde bugünkü Erzincan, Bayburt ve Ağrı illeri bu vilayete bağlı idi, bu illerin muhtelif yerlerinde inşa edilmişlerdi.

BOA'nde muhafaza edilen özel saray albümünde yer alan fotoğraflar ve saha çalışmalarımız sırasında elde ettiğimiz bilgilere göre, bu köprüler düzgün kesmetaş malzemeden yapılmışlardır. Kemer açıklıkları farklı büyüklüklerde olan bu köprüler, tek ve çift gözlüdürler. Bu köprülerin çoğu, döneminin bir özelliği olarak, yuvarlak kemerli yapılmışlardır. Ancak aralarında basık kemerli olanları da mevcuttur.

Bu bildiride, yukarıda sözü edilen taş köprüler, BOA'indeki albüm ve diğer arşiv belgelerinden elde edilen bilgiler yanında, bu köprülerin teknik ve sanatsal özellikleri konusunda bir değerlendirme yapılmaktadır.

Bu bildiride ayrıca Erzurum Vilayeti'nde 1904 yılı ve bir önceki yılda yapılmış taş köprülerin fotoğraflarından oluşan ve Sultan II. Abdülhamid'in doğum günü ve cülus yıldönümünde saraya sunulmuş olan özel "saray albümü" de bir sanat eseri olarak tanıtılıp değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Erzurum, taş köprüler, saray albümü.

Abstract

Prime Ministry Ottoman Archives (BOA) documents show that during Abdulhamid II's reign at the year of 1904 in Erzurum Province 150 stone bridges were built. Said bridges were built in different places of Erzurum Province where in that period Erzincan, Bayburt and Ağrı cities were also under administrative area of Erzurum. Field re-

---

* Bu konu 2017 yılında 21. Uluslararası Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuş ancak bildiriler kitabında yayımlanmamıştır.

** Prof. Dr. Öğr. Üyesi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, e.posta: mehmetyavuz@ktu.edu.tr

KARS'TA BİLİNMEYEN BİR ORTAÇAĞ KÜMBETİ

Muhammet ARSLAN[*]

Özet

Kuzey Doğu Anadolu'nun stratejik bir durağında yer alan Kars, Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri arasında bir geçiş bölgesidir. Aynı zamanda Asya'dan Anadolu'ya, Kafkaslar'dan Anadolu'ya, Orta Doğu'dan Anadolu'ya ve nihayetinde Anadolu'dan Batıya gidişin en önemli durağı konumunda olan Kars şehri oldukça çeşitli/zengin bir mimari kültüre sahiptir. Bu bağlamda yörede farklı dönemlerin ihtiyaçlarına göre çok çeşitli yapı türleri inşa edilmiştir. Bu eserler, çeşitli inanç topluluklarının yaşadığı; aynı zamanda çeşitli milli oluşumlar ile hem genel hem de taşra özelliği gösteren tarihi mimarisi ile Anadolu topraklarında yaşayan ve halen daha da yaşatılmakta olan mimari geleneğin izlerini taşır.

Bu yazıda Kars'taki derin tarihi geçmişin izlerini taşıyan ve bugüne kadar herhangi bir bilimsel ve popüler çalışmaya konu olmamış olan Merkez Çağlayan Köyü'ndeki kümbet tanıtılarak; bunun Türk-İslâm sanatı ve mimarisi içindeki yeri tespit edilmeye çalışılacaktır.

Kars'ın Kısa Tarihçesi

Eski Taş Çağı olarak da adlandırılan Paleolitik çağlardan itibaren tarih serüvenini[1] takip ettiğimiz Kars'ın ilk çağlarda Hititler, Urartular[2] ve Sasaniler tarafından yerleşim yeri olarak kullanıldığını bilmekteyiz[3].

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, muhammetarslan25@gmail.com.

Bu çalışma, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 03 Eylül 2018 tarih / 709553 sayılı izni ve Kafkas Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'nün finans desteği (2018-SB-20) ile başlamış olduğumuz "Ortaçağ'dan Günümüze Kars ve İlçelerindeki Türk Dönemi" adlı yüzey araştırmasının 2018 yılı çalışmalarından üretilmiştir. Proje ekibinde bulunan Kafkas Üniversitesi'nden Sanat Tarihçisi Öğr. Gör. Bekir KARACABEY ve Sanat Tarihçisi Arş. Gör. Ahmet ŞEN ile Bakanlık temsilcisi Kültür Varlıklarını Koruma Van Bölge Kurulu raportörlerinden Arkeolog Ümit YARICI'ya teşekkür ederim.

Kaynakça

AKYÜZ, Jülide, "16. ve 19. Yüzyıllar Arasında Kars Tarihi", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 77-93.

ALAYBEYLİ, Naci, "Rus İşgali Döneminde (1878-1918) Kars", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 95-99.

ARSLAN, Muhammet- Altın, Alper, "Sarıkamış Micingirt Köyü Türbesi", *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 16, Kars 2015, s. 143-162.

ARSLAN, Muhammet, *Anadolu'da Selçuklu Çağı Cami ve Mescit Mimarisi (Plan-Mimari-Süsleme)*, C. I, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2017.

BELLİ, Oktay, "Kars Bölgesi'nde Bulunan Tarihöncesi Çağ'a Ait Kayaüstü Resimleri ve Urartular", *Uluslararası Kaşgar'dan Endülüs'e Türk-İslam Şehirleri Sempozyumları Gazi Kars Şehrengizi Bildiriler Kitabı*, Ankara 2011, s. 79-102.

BELLİ, Oktay, "Kars Bölgesinde Tarihöncesi Döneme Ait Kayaüstü Resimleri", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 165-193.

BEYGU, Abdurrahim Şerif, *Abideleri ve Kitabeleri ile Erzurum Tarihi Anıtları ve Kitabeleri*, İstanbul 1936.

BUNDARÎ, *Irak ve Horasan Selçukluları Tarihi*, Ankara 1999.

DOĞAN, Sema, "Kümbet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XXVI, Ankara 2002, s. 547-550.

ERDEM, İlhan, "Doğu Anadolu Türk Devletleri", *Türkler*, C. VI, Ankara 2002, s. 639-716.

GÜNDOĞDU, Hamza- Bayhan, Ahmet Ali- Arslan, Muhammet, *Sanat Tarihi Açısından Erzurum*, Erzurum 2010.

GÜNDOĞDU, Hamza, "Ani Ören Yerindeki Kültür Varlıkları", *Kars Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 229-273.

GÜNDOĞDU, Hamza, "Geçmişten Günümüze Erzurum ve Çevresindeki Tarihi Kalıntılar", *Şehr-i Mübârek Erzurum*, Ankara 1989, s. 135-240.

GÜNDOĞDU, Hamza, "Kars'ın Anıtsal Yapıları", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 195-227.

GÜNDOĞDU, Hamza, "Kültürlerin Buluştuğu Bir Ortaçağ Şehri: Ani", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, S. 17, Erzurum 2006, s. 51-84.

GÜNDOĞDU, Hamza-vd., *Sarıkamış ve Çevresindeki Tarihi Kalıntılar*, Erzurum 1999.

GÜNDÜZ, Tufan, "Kars", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XXIV, İstanbul 2001, s. 515-518.

İŞLER, Bülent, "Ani'de Ortaçağ Dönemi Yapılarının Duvar Malzemesine Göre Değerlendirilmesi", *VI. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı Sonuçları ve Sanat Tarihi Sempozyumu (08-10 Nisan 2002) Bildiriler*, (Editörler: M. Denktaş-Y. Özbek- A. Sağıroğlu Arslan), Kayseri 2002, s. 443-454.

KARAKAYA, Enis, "Menûçihr Camii", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XXIX, Ankara 2004, s. 156.

KARAKAYA, Enis, "Zwei Seldschukische Moscheen in Ani", *Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Belleteni*, S. 358, İstanbul 1991, s. 38-41.

KARAMAĞARALI, Beyhan, "Ani Ulu Camii (Menuçehr Camii)", *Dokuzuncu Milletlerarası Türk Sanatları Kongresi Bildirileri*, C. II, Ankara 1995, s. 323-340.

KIRZIOĞLU, M. Fahrettin, "Selçukluların Ani'yi Fethi ve Buradaki Selçuklu Eserleri", *Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, C. II, Ankara 1970, s. 111-139.

KIRZIOĞLU, M. Fahrettin, "Türkiye'de En Eski Selçuklu Camisi: Kars-Anı'da Manuçahr Camisi ve Minaresi (1073)", *Türk Dünyası Tarih Dergisi*, S. 4, Ankara 1987, s. 14-16.

KIRZIOĞLU, M. Fahrettin, *Kars Tarihi I*, İstanbul 1953.

KONUKÇU, Enver, "Selçukluların Doğu Anadoludaki Yerleşim Politikası", *I-II. Millî Selçuklu Kültür ve Medeniyeti Semineri Bildirileri*, Konya 1993, s. 141-151.

KONYALI, İbrahim Hakkı, *Abideleri ve Kitabeleri ile Erzurum Tarihi*, İstanbul 1960.

KÖPRÜLÜ, Mehmed Fuad, "Anadolu Selçukluları Tarihi'nin Yerli Kaynakları", *Belleten*, S. VII/27, Ankara 1943, s. 379-521.

KÜÇÜK, Cevdet, "Erzurum", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XI, İstanbul 1995, s. 321-329.

KÜRKÇÜOĞLU, Erol, "Ermeni, Bizans ve Türk Hakimiyetinde Ani", *Ermeni Araştırmaları Dergisi*, S. 4, Aralık 2001-Ocak-Şubat 2002, sayfa no yok.

MÜNECCİMBAŞI, *Câmiu'd-düvel, Selçuklular Tarihi II-Anadolu Selçukluları ve Beylikler*, Yayınlayan: Ali Öngül, İzmir 2001.

MÜVERRİH Vardan, "Türk Fütuhatı Tarihi (889-1269)", Çeviren: H. D. Andreasyan, *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Tarih Semineri Dergisi*, İstanbul 1937, C. I/1, s. 199-205.

ORMAN, İsmail, "Türbe", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XXXXI, İstanbul 2012, s. 464-466.

ÖNGÜL, Ali, "Saltuklular", *Türkler*, C. VI, Ankara 2002, s. 792-809.

ÖZAYDIN, Abdülkerim, "Saltuklular", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. XXXVI, İstanbul 2009, s. 54-56.

ÖZKAN, Haldun, "Saltuklu Mimarisi", *Şehr-i Kadim Aziziye Edebiyat-Tarih-Kültür-Sanat Dergisi*, S. 3, Erzurum 2015, s. 52-67.

ÖZKAN, Haldun, "Saltuklu Mimarisi", *Türkler*, C. VIII, Ankara 2002, s. 116-134.

ÖZKAN, Haldun, *Bizans Mimarisi Ders Notları*, Erzurum 2009.

ÖZKAN, Haldun, *Saltuklu Mimarisi*, Erzurum 2016.

SADREDDİN el-Hüseynî, *Ahbâru'd-Devleti's-Selçukiyyi*, Çeviren: Necati Lügal, Ankara 1999.

SAGONA, Antonio, "Ortaçağ'dan Önce Kars", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 11-29.

SÜMER, Faruk, "Ahlatşahlar", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, C. II, İstanbul 1989, s. 24-28.

SÜMER, Faruk, *Selçuklular Devrinde Doğu Anadolu'da Türk Beylikleri*, Ankara 1990.

ŞAHİN, Mustafa Kemal, "Anadolu Selçuklu Sanatında Öncül Bir Örnek: Ani Menuçehr Camisi Üzerine Bazı Düşünceler", *II. Uluslararası Kafkasya Tarih Sempozyumu*, 15-17 Ekim 2008, Kars 2009, s. 323-338.

ŞAHİN, Mustafa Kemal, *Anadolu'da Selçuklu Döneminde Dikine Planlı Camiler (Anadolu Selçuklu Devleti'nin Yıkılışına Kadar)*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, C. I, İzmir 2004.

TURAN, Osman, *Selçuklu Tarihi ve Türk İslam Medeniyeti*, İstanbul 1969.

TURAN, Osman, *Selçuklular Tarihi ve Türk İslâm Medeniyeti*, İstanbul 1980.

URAL, Selçuk, "Atatürk Döneminde Kars'ın Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Durumu", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 125-161.

URAL, Selçuk, "Yakınçağ'da Kars", *Kars-Beyaz Uykusuz Uzakta*, Hazırlayan: Filiz Özdem, İstanbul 2006, s. 107-116.

ÜNAL, Rahmi Hüseyin, "Erzurum İli Dahilindeki İslami Devir Anıtları Üzerine Bir İnceleme", *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Araştırma Dergisi*, S.VI, Erzurum 1974, s. 49-142.

YAŞA, Recep, "Ahlatşahlar", *Türkler*, C. VI, Ankara 2002, s. 832-844.

YILDIRIM, Avşar, *Selçuklu Devrinde Ani Şehri (1064-1200)*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya 2010.

YİNANÇ, Mükrimin Halil, "Arslan-Şah", *İslâm Ansiklopedisi*, Milli Eğitim Basımevi, C. I, İstanbul 1978, s. 610-615.

YİNANÇ, Mükrimin Halil, "Erzurum", *İslâm Ansiklopedisi*, Milli Eğitim Basımevi, C. IV, İstanbul 1945, s. 340-357.

YİNANÇ, Mükrimin Halil, *Türkiye Tarihi Selçuklular Devri (I Anadolu'nun Fethi)*, İstanbul 1944.

KEMAH/HAKBİLİR (Pekeriç/Pekeriç-i Büzürk) KÖYÜ KÜLTÜR VARLIKLARI*

*Muhammet Lütfü KINDIĞILI***

Özet

Erzincan'a bağlı bir ilçe olan Kemah, Türk hâkimiyetinden önce bile sınır boyunda stratejik bir öneme sahip olmuştur. İlçe, Müslüman Araplar, Bizans, İran ve Türkler arasındaki mücadelelerde her zaman bir uç bölge olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu özelliğiyle Kemah, tarihin hemen her döneminde sancak şehir sıfatıyla ön plana çıkmıştır.

Sultan Alp Arslan'ın Malazgirt Zaferi sonrası Anadolu'yu Türklere yeni bir yurtluk olarak tahsis etmesiyle Kemah, Mengücekliler tarafından fethedilmiştir. Sanat tarihimiz açısından ilçenin önemi de bu noktada başlamaktadır. Ancak bölgede X. yüzyıldan itibaren kilise mimarisinin de görüldüğü göz ardı edilmemelidir. Gerek âdeta dillere destan olmuş kalesi gerekse mezar anıtları sebebiyle ilçe mimarisiyle her zaman dikkat çekmiştir. Ne var ki ilçe, diğer kültür varlıklarının incelenmesi konusunda bir hayli ihmal edilmiştir. Bu anlamda ilçenin Bozoğlak Bucağı'na bağlı Hakbilir Köyü (son düzenlemelerle mahalle statüsü kazanmıştır) kültür varlıkları bu çalışmanın konusunu meydana getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Erzincan, Kemah, Hakbilir, Cami, Kilise, Şapel, Ayazma

Giriş

Eski adı Pekeriç/Pekeriç-i Büzürk[1] olan Hakbilir Köyü, Kemah'a bağlı bir köy olup köye Kemah-Refahiye karayolunun 12.2. km'sindeki sapaktan batı yönde 9.7 km devam ettikten sonra varılmaktadır. Köy yeni ismini köy-

---

* Bu çalışma, "*Ortaçağdan Günümüze Kemah Ve Köylerindeki Kültür Varlıkları"* başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

** Dr. Öğretim Görevlisi, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Temel Eğitim Bölümü Erzurum/Türkiye, muhammet.kindigili@gmail.com

1 İ. Miroğlu, *Kemah Sancağı ve Erzincan Kazası (1520-1566)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları Basımevi, Ankara 1990, 68; Y. Kurt, *Kemah Kitabı-Bir Derkenar*, Kemah Hizmet Birliği Yayını, Ankara 1997, s. 123.

Kaynakça

CEYLAN, A., *Doğu Anadolu Araştırmaları-Erzurum-Erzincan-Kars-Iğdır*, Erzurum 2008.

GÜNDOĞDU, H.-BAYHAN, A. A.-AKTEMUR A. M. vd., *Kültür Varlıkları ile Kemah*, Kariyer Matbaacılık, Ankara.

HALDON, John, *Bizans Tarih Atlası,* (Çev. Ali Özdamar), İstanbul 2007.

HUSSEY, J.M., *The Orthodox Church in the Byzantine Empire*, Oxford 1986.

KEVORKİAN, Raymond H.-PABOUDJİAN, Paul B., *1915 Öncesinde Osmanlı İmparatorluğu'nda Ermeniler*, İstanbul 2013.

KINDIĞILI, Muhammet Lütfü Ortaçağdan Günümüze Kemah ve Köylerindeki Kültür Varlıkları, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayımlanmamış) Doktora Tezi, Erzurum 2015.

KURT, Y., *Kemah Kitabı-Bir Derkenar*, Kemah Hizmet Birliği Yayını, Ankara 1997.

MİROĞLU, İ., *Kemah Sancağı ve Erzincan Kazası (1520-1566)*, Türk Tarih Kurumu Yayınları Basımevi, Ankara 1990.

ÖZKAN, Haldun - YURTTAŞ, Hüseyin, *Ortaçağ'dan Günümüze Gümüşhane*, Gümüşhane Valiliği Yayınları 14, İstanbul 2012.

YALVAÇ MEYDANOĞLU CAMİİ

Murat KARADEMİR[*]

Giriş: Isparta İli, Yalvaç İlçesinde bulunan cami[1], ilçenin en eski mahallelerinden birisi olan Kaş Cami mahallesinde, Hacıkadın sokakta, 16 pafta, 106 ada ve 1 No'lu parselde yer almaktadır. İlçedeki tescilli anıt eserler arasında yer alan yapı, bugüne kadar ayrıntılı olarak ele alınıp incelenmemiştir. Günümüzde 2 adet kitabesi bulunan caminin banisi Kasımoğlu Mehmed olarak geçmektedir. Bölge halkı tarafından farklı isimlerle tanınan yapı, günümüze gelene kadar pek çok onarım geçirmiştir.

Bu çalışmada Yalvaç Meydanoğlu Camisinin başta plan olmak üzere mimari, malzeme-teknik ve süsleme özellikleri açısından ele alınarak Türk Mimarisi içindeki yeri ve önemi vurgulanmıştır. Üzerindeki kitabesine göre H. 1185 /M. 1771-1772 tarihinde yaptırıldığı anlaşılan caminin özellikle geçirdiği onarımlar aydınlatılması gereken konular olarak görülmektedir. İlk kez tarafımızdan detaylı olarak ele alınan eser ile ilgili yapılmış olan fakat eser hakkında çok kısa bilgiler veren ve bazı yayınlarda ilçe merkezindeki benzer isimli camilerle karıştırılan az sayıdaki yayın, çalışma içinde ilgili yerlerde bahsedilmiştir.

---

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, Sanat Tarihi Bölümü, mkarademir@selcuk.edu.tr

[1] Yalvaç ve çevresi tarihi için bkz. Böcüzade Süleyman Sami, *Kurulusundan Bugüne Kadar Isparta Tarihi*, (çev. Suat Seren), İstanbul 1983; Mehmet Özsait-Nesrin Özsait, "Yalvaç ve Çevresi Araştırmaları", *I. Uluslararası Pisidia Antiocheia Sempozyumu Bildirileri (2- 4 Temmuz 1997)*, İzmit 1998, s. 2; Durmuş Karaman, *Dünden Bugüne Yalvaç Tarihi,* Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri 1991; Zeki,Arıkan, *XV. ve XVI. Yüzyıllarda Hamit Sancağı,* İzmir 1988; Metin, Tuncel, " Isparta", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Cilt: 19, İstanbul 1999, s. 194-201; Selçuk- Hakan Demirgil, " Isparta'nın Kısa Tarihi", *Geçmişten Günümüze Isparta,* Ankara 2009, s. 63-74; Nermin Şaman, Doğan, *Isparta'da Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mimarisi,* Isparta 2008, s. 21-33; Abdullah Şevki, Duymaz, " Isparta ve Çevresinde Yer Alan Türk Dönemi Mimari Eserler", *Geçmişten Günümüze Isparta,* Ankara 2009, s. 203-204.

Kaynakça

AKKAN, Ş., *Isparta Yalvaç Kaş Mahallesi Geleneksel Konut Dokusu Koruma ve Geliştirme Önerisi,* Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 2006.

ANONİM, *Isparta İl Yıllığı,* Ankara 1996.

ANONİM, " Kaş Cami Kavaklı Camii", *Isparta Kültür Envanteri 2*, Isparta 2010.

ARIKAN, Z., *XV. ve XVI. yüzyıllarda Hamit Sancağı,* İzmir 1988.

BÖCÜZADE S. S., *Kuruluşundan Bugüne Kadar Isparta Tarihi*, (Çev. Seren S.), İstanbul 1983.

DEMİRGİL, S-DEMİRGİL, H., "Isparta'nın Kısa Tarihi", *Geçmişten Günümüze Isparta*, Ankara 2009, s. 63-74

DOĞAN, N. Ş., Isparta'da Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mimarisi, Isparta 2008.

DUYMAZ, A. Ş., " Isparta ve Çevresinde Yer Alan Türk Dönemi Mimari Eserler", Geçmişten Günümüze Isparta, Ankara 2009, s. 203-204

EKİNCİ H.A. vd., Kültür Envanteri Burdur İlçeleri, Ankara 2007, s. 202

KARAMAN, D. (1991), *Dünden Bugüne Yalvaç Tarihi,* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kayseri 1991.

KÖSTÜKLÜ, N., *Yalvaç Tarihi Üzerine Araştırmalar (Tanzimat'tan Cumhuriyet'e),* Ankara 2010, s. 34.

OĞUZ, M., *İlim Şehri Isparta*, Isparta 2013.

ÖZSAİT M.-ÖZSAİT, N., "Yalvaç ve Çevresi Araştırmaları", *I. Uluslararası Pisidia Antiocheia Sempozyumu Bildirileri (2-4 Temmuz 1997),* İzmit 1998, s. 2

TUNCEL, M., " Isparta", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: XIX, İstanbul 1999, s. 194-201.

MALATYA TÜRK OCAĞI BİNASI

Muzaffer YILMAZ[*]

Özet

II. Meşrutiyet Dönemi'nin sosyal ve siyasi hareketlerden olan Türkçülüğün bir tezahürü olan Türk Ocakları, Anadolu genelinde hızlı bir kuruluş, örgütlenme ve gelişim göstererek, 1920'lerin sonlarında 250'yi aşan şube sayısına ulaşmıştır. Bu hızlı yapılanma ve yayılmanın ardından kurum, 1930'lu yıllarla beraber misyonunu tamamladığı düşünülerek lağvedilmiştir. Bu lağvedilişe rağmen Türk Ocakları, mevcut yapı envanteri ile 1930 sonrasında teşekkül eden halkevlerinin ve parti binalarının kentlerdeki örgütlenmesine katkı sağlamıştır. Türk Ocakları kuruluş ve gelişim sürecinde, bazı kentlerde, bir kısmı sivil mimarlık ürünü olan, mevcut binaları kullanmış, bazı kentlerde ise kendi adına müstakil şube binaları inşa ettirmiştir. Şube binası olarak tasarlanarak yapılan ocak binalarının neredeyse tamamı I. Milli (Ulusal) Mimarlık Dönemi eseri olmalarının yanında, bu yapılar, Türk mimarisinde Tanzimat Dönemi ve sonrasında gelişen "kamusal sürecin" kentlerdeki mimari uzantıları olmaları bakımından da önem taşımaktadırlar. Bu yapılardan biri olan Malatya Türk Ocağı Binası, Doğu Anadolu'da şube binası olarak inşa edilmiş olmasının yanında, Malatya'nın kent belleğinde de oldukça mühim bir yer işgal etmektedir. Makalede; Tarihi süreçte farklı amaçlarla da kullanılan ve günümüzde Malatya Atatürk Evi Müzesi olarak hizmet veren Türk Ocağı Binası, sanat tarihi merkezli olarak ayrıntılı bir şekilde ele alınarak incelenmiş ve hem dönemin şube binaları hem de diğer kamu yapılarıyla karşılaştırılarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Malatya, Kamu Yapıları, Türk Ocağı

1. GİRİŞ

Tanzimat, Tük tarihi, siyaseti ve sanatı için gerçek bir dönüm noktasıdır. Binaenaleyh, Tanzimat Fermanı ile başlayan dönemin[1] akabinde gelişen süreç, Osmanlı İmparatorluğu açısından büyük değişim ve dönüşümlerin ya-

[*] *Dr. Öğr. Üyesi Muzaffer Yılmaz.* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi. emuzafferyilmaz@gmail.com.

[1] Bkz. Ahmet C. Eren, *Tanzimat Fermanı ve Dönemi*, İstanbul 2007.

Kaynakça

ARIKAN, Zeki, "Halkevlerinin Kuruluşu ve Tarihsel İşlevi", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, 6(23), Ankara 1999, s. 261-280.

ASLANOĞLU, İnci, *Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı 1923-1938*, Ankara 2001.

BOZDAĞ, Oğuzhan, *Türk Ocakları İdeolojisi ve Mimarisi (1912-1931).* Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara 2013.

BOZDOĞAN, Sibel, *Modernizm ve Ulusun İnşası Erken Cumhuriyet Türkiyesi'nde Mimari Kültür*, İstanbul 2002.

CEPHANECİGİL, V., Gül, *Geç Osmanlı ve Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Mimarlık Tarihi İlgisi ve Türk Eksenli Milliyetçilik (1873-1930*), YTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü (Doktora Tezi), İstanbul 2009.

DURGUN, Yelda, *Geleneksel Malatya Evleri Üzerine Bir İnceleme,* Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi), Ankara 2006.

EREN, C., Ahmet, *Tanzimat Fermanı ve Dönemi*, İstanbul 2007.

GEORGEON, Farançois, *Osmanlı-Türk Modernleşmesi (1900-1930)*, (Çev. Ali Berktay), İstanbul 2013.

GÜNTAN, Çağrı, *II. Abdülhamid Döneminde İmparatorluk İmajının Kamu Yapıları Aracılığı İle Osmanlı Kentine Yansıtılması*, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Doktora Tezi), İstanbul 2007.

HASOL, Doğan, *20. Yüzyıl Türk Mimarlığı*, İstanbul 2017.

KANSU, Aykut, *1908 Devrimi*, İstanbul 2002.

KANSU, Aykut, *İttihadcıların Rejim ve İktidar Mücadelesi 1908-1913,* İstanbul 2016.

KARAGÖZ, Mehmet, "Cumhuriyet'in Modernleşme Sürecinde "Malatya" (1930-1938) "Bir Seyyahın Notları Vesilesiyle", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), Elazığ 2008, s. 291-324.

Malatya Valiliği, *Zaman Akarken Siyah Beyaz Malatya*, İstanbul 2013**.**

MARDİN, Şerif, *Makaleler I*, İstanbul 1998.

SARINAY, Yusuf, *Türk Milliyetçiliğinin Tarihi Gelişimi ve Türk Ocakları*, İstanbul 1994.

SARINAY, Yusuf , "Türk Ocağı", *TDV İslam Ansiklopedisi*, 41, Ankara 2012, s. 545-546.

SÖZEN, Metin, *Cumhuriyet Dönemi Türk Mimarlığı*, Ankara 1984.

TUNAYA, Z., Tarık, *Siyasal Partiler 1*, İstanbul 1988.

ÜNSAL, Behçet, "Mimarlığımız 1923-1950", *Mimarlık*, S. 2, 1973, s.34-45.

ÜSTEL, Füsun, *İmparatorluktan Ulus Devlete Türk Milliyetçiliği: Türk Ocakları 1912-1931*, İstanbul 2004.

YAZICI, Nurcan, *Osmanlılarda Mimarlık Kurumunun Evrimi ve Tanzimat Dönemi Mimarlık Ortamı*, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Doktora Tezi), İstanbul 2007.

YAPICI, Süleyman, *Osmanlı Vilayet Salnamesinde Malatya (1869-1908)*, İstanbul 2014.

YAVUZ, Yıldırım, *Mimar Kemalettin ve I. Ulusal Mimarlık Dönemi*, Ankara 1981.

YILMAZ, Muzaffer, "Malatya Askerlik Şubesi Binası", *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 20, Konya 2018, s. 397-420.

Cumhurbaşkanlığı Devler Arşivleri

Sivas Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu Arşivi

NİĞDE MÜZESİ'NDEKİ CUMHURİYET DÖNEMİ MÜHÜRLERİ

Necla DURSUN[*]

Özet

Tarih öncesi dönemlerden günümüze kadar kullanılagelen mühürler dönemi için tarihi belge niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda mühürler, üzerinde yer alan yazı türü, kullanım amacı, sahibi, dönemi gibi bilgileri içeren önemli tarihi eserlerdir.

Günümüzde mühürler konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde bunların tarih öncesi dönemler, antik çağ mühürleri ve Bizans dönemi mühürleri gibi pek çok çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Türk İslam dönemi mühürleri ile ilgili çalışmalar daha çok Osmanlı dönemi mühürleri üzerine yoğunlaşmaktadır.

Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte Osmanlı dönemi mühürlerinin benzer örneklerinin kullanımına devam edilmiş, 1928'deki harf inkılâbına kadar mühürlerde Arapça harfler kullanılmıştır. Türkiye müzelerinde ve özel koleksiyonlarda yer alan mühürlerin büyük bir çoğunluğunun Osmanlı dönemi mühürleri olduğu görülmektedir. 1923'ten sonra basılan mühürler pek çok araştırmacı tarafından Osmanlı mühürleri olarak yayımlamıştır.

Araştırma konumuz Niğde Müzesinde[1] yer alan 1923'ten sonra kazınan Osmanlıca yazılı Cumhuriyet dönemi mühürlerinin tanıtımı, okunuşu, fonksiyonu, genel özellikleri kapsamında değerlendirilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Mühür, İslami Dönem Mühürleri, Niğde Müzesi Mühürleri, Osmanlı Mühürleri, Cumhuriyet Mühürleri

---

[*] Dr.Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi El Sanatları Tasarımı ve Üretimi KAMPÜS/KONYA, necladursun19@gmail.com.

[1] Bu çalışmada desteğinden dolayı Niğde Müzesi Müdürlüğü'ne, çalışanlarına ve bilhassa Sanat Tarihçi Hatun TIĞ'a teşekkürlerimi sunarım.

KAYNAKÇA

GÖK, Necdet-KUTLU, Mehmet, "Hilâl ve Ay-Yıldız Motifi Sembol ve İdeolojik Kullanım", *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Yıl: 8, Sayı: 31, Ankara 2005, s.267-287.

KARAHAN, Leyla, "Anadolu'da Türk Yazı Dilinin Gelişimi", *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 3, Bişkek 2002, s.147-154.

KAYIRAN, Mehmet-METİNTAŞ, M. Yahya, "Latin Kökenli Yeni Türk Alfabesine Geçiş Süreci ve Millet Mektepleri", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 24, Kütahya 2009, s.191-206.

KUŞOĞLU, M. Zeki, *Dünkü Sanatımız Kültürümüz*, Ötüken Neşriyat, İstanbul 1994.

KUT, Günay- BAYRAKTAR, Nimet, *Yazma Eserlerde Vakıf Mühürleri*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 1984.

ÖLÇER, Cüneyt, "Osmanlı Mühürcülüğü", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, Cilt:2, İstanbul 1997, s.1317-1318.

TONGUL, Neriman, "Türk Harf İnkılâbı", *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, Sayı: 33-34, Ankara 2004, s.103-130.

TUNÇ, Semra-YENİTERZİ, Emine, "Osmanlı Mühür Sanatı ve Klasik Türk Şiirinde Mühür", *Turkish Studies*, Sayı: 8/1, Ankara 2013, s.2633-2650.

http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR-14423/resmi-muhur-yonetmeligi.html, Erişim Tarihi: 27.02.2019.

GELENEKSEL AFYONKARAHİSAR EVLERİNDE CİHANNÜMA UYGULAMALARI

Nurcan BAHARGÜLÜ[*]

Özet

Türk sivil mimarisinde çatı kat seviyesinde yer alan Cihannüma odaları çevreyi daha iyi seyretmek amacıyla yapılmışlardır. Farsça bir kelime olan Cihannüma "Dünyayı gören" anlamına gelmektedir. Anlamından da anlaşılacağı üzere yapıların en tepesindeki bu odalar çevreye hâkim olma maksadıyla yapılmışlardır.

Bu araştırmada incelenecek olan Afyonkarahisar evlerindeki cihannüma uygulamaları Türk Sanatında Uygur Köşklerine kadar giden bir geleneğin devamıdır. Bu bakımdan Anadolu Selçuklu Dönemine ait Konya'daki II. Kılıçaslan Köşkü Anadolu'daki İlk örnek olarak görülebilir. Bir başka örnek ise Edirne Sarayındaki Cihannüma Kasrı sayılabilir.

Anadolu'daki ev mimarisinde arsaların kısıtlılık durumuna göre üst katlarda yapılan ve cephelere hareketlilik kazandıran çıkmalar yer kazanmak amacıyla yapılmışlardır. Cihannüma uygulamaları da çatı katlarındaki konumuyla bir çeşit yer kazanma amacıyla yapılmışlardır. Daha çok yerden yükseltilmiş fevkani yapılarda karşımıza çıkan çıkma ve cihannüma uygulamalarında yer kazanmanın yanında sokağa ve manzaraya yönelme işlevi de üstlenmektedirler. Bu nedenle cihannümalar sıcak yaz günlerinde serinlemek için oturulan mekânlardır.

Afyonkarahisar evlerinde tespit ettiğimiz on iki örnek üzerinden yorumlanacak olan cihannüma ve benzer durumdaki çatı katı odası uygulamaları üç başlık altında gruplandırılıp değerlendirilecektir. Türk ev mimarisine farklı bir bakış açısıyla katkı sağlayacak bu çalışmada yörenin benzer evler ile karşılaştırması yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, Cihannüma, Çatı odası, Köşk Oda.

1. Giriş

Afyonkarahisar İç Ege bölgesinde kalan ve Konya ile komşu bir ildir. Doğu-batı ve kuzey-güney ekseninde yolların kavşak noktasında bulunmaktadır. Afyonkarahisar bu nedenle kısmen ege iklimi kısmen de Orta

[*] Arş. Gör. S.Ü. Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Kampüs/KONYA, bahargulu05@hotmail.com

Kaynakça

ANONİM, "Cihannüma", *Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi*, C.1, İstanbul 1987, s.347.

AREL, Ayda, *Osmanlı Konut Geleneğinde Tarihsel Sorunlar*, İzmir 1982.

AREL, Ayda, "Cihannüma Kasrı ve Erken Osmanlı Sarayında Kule Yapıları Hakkında", *Prof. Doğan Kuban'a Armağan*, İstanbul 1996.

ARSEVEN, Esat Celal, "Cihannüma", *Sanat Ansiklopedisi*, C.1, İstanbul 1983,337.

AYGÖR, Erkan, "Konya Evlerinde Cihannüma", *İSTEM*, Sayı:26, Konya 2016, s.135-172.

BAŞER, Mehmet Emin, "Konya ve Çevresindeki Tarihi Eserlerde Görülen Saçak ve Silmeler", *Yeni İpek Yolu Dergisi Konya III, Özel Sayı,* Konya 2000,s.67,84.

BİNAN, Muhittin, *Türk Saçak ve Kornişleri*, İstanbul 1952.

ÇETİN, Yusuf, *Osmanlı Konut Mimarisinde Cihannümalar (Seyir Köşkü)*, Sanat Tarihi Dergisi, XVII/2, 2008, 43-58.

ELDEM, Hakkı Sedat, *Köşkler ve Kasırlar II*, İstanbul 1974.

EVREN, Mesut, *Türk Evinde Çıkma*, İstanbul 1959.

HASOL, Doğan, "Cihannüma", *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*, İstanbul 1998,113.

İLTAR, Gazanfer, "Beyşehir ve Çevresindeki Geleneksel Konutlarda Çıkma", *I. Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Sempozyumu, (11-13 Mayıs 2006)*, Konya 2007, s.217-230.

KARPUZ, Haşim, *Türk İslam Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri*, Ankara 1993.

KARPUZ, Haşim, "Trabzon Evlerinin Mimari Özellikleri", *Türk Halk Mimarisi Sempozyumu Bildirileri*, Ankara 1991,s.122.

KUNDURACI, Osman, "Eski Konya Evlerinde Çıkma Uygulamaları", *Uluslararası Türk Sanatı, Tarihi, Folkloru Kongresi/ Sanat Etkinlikleri, (Prof. Dr. Yusuf Küçükdağ armağanı), Komrat/Moldova, (13-16 Nisan 2016),* Konya 2016, s.63-70.

ÖZÜDOĞRU, Şerife vd., *Eskişehir Odunpazarı ve Sivrihisar Evlerinin Cephe Özellikleri*, Eskişehir, 2005.

ŞENEL, Volkan, *Gümüşhane Evleri*, Trabzon 2002.

ÜSTÜN, Berna, "Eskişehir Odunpazarı Evlerinde Çıkma (Cumba) Düzenleri", *Eskiyeni*, Kasım 2011, s.24-29.

AKSEKİ VE İBRADI'NIN ESKİ EVLERİNDE AHŞAP PARMAKLIKLAR

Osman KUNDURACI[*]

ÖZET

Türk mimarisinin her alanında olduğu gibi ilk örneklerini Anadolu Selçuklu sanatına kadar indirdiğimiz ve bazı camilerde sıkça tercih edilen ahşap parmaklıkların sivil yapılarda da günümüze kadar sevilerek uygulandığını görmekteyiz.

Özellikle geç dönem evlerinde kullanılan bu parmaklıklar Antalya ve Muğla gibi sıcak iklim koşullarına sahip bölge evlerinde daha yoğun olarak uygulanmıştır. İnce çıtaların birleştirilmesiyle yapılmış bu parmaklık örnekleri Anadolu'daki geleneksel Türk evlerinde ve ahşap direkli camilerde sıkça uygulanmaktadır.

Antalya çevresinde kafes olarak isimlendirilmiş olan parmaklıkların tasarımlarında farklı kompozisyonlardaki örnekler ile karşılaşılmaktadır. Amacı sadece evleri dışarıdan gelecek her türlü tehlikeye karşı korumak olan bu elemanlar bazen oda içerisine giren ışığın farklı yansımalarıyla bulundukları mekânlara estetik görünümler ve mahremiyet duygusu da kazandırmıştır.

Akseki ve İbradı çevresinde tespit ettiğimiz ahşap parmaklıklar tasarım ve süsleme kompozisyonları bakımından önemli olup oldukça basit kompozisyonlara sahip örneklerden daha düzenli geometrik şemalardan oluşan parmaklıklara doğru sıralanarak anlatılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Akseki, İbradı, Ahşap, Kafes, Pencere.

GİRİŞ

Bu çalışmada Antalya'nın Akseki ile İbradı ilçeleri ve çevresindeki geleneksel Türk evlerinde görülen pencere parmaklıklarından örnekler ele alınmıştır.

Antalya, Anadolu'nun güneyinde bir sahil kenti olarak bilinse de kuzey ilçeleri Toros dağlarının içerisinde yer alarak dağlık coğrafyası ve zengin

[*] Prof. Dr. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, okunduraci@selcuk.edu.tr Kampüs/KONYA

KAYNAKÇA

AKKAYA**,** Necla, *Antalya-Akseki İlvat Köylerindeki Geleneksel Türk Evlerinde Mimari ve Süsleme,* S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2005.

BATUR, Muzaffer, *"Beyşehir'de Eşrefoğlu'na Ait Ağaç Oyma Pencere Kapakları Hakkında", Arkitekt,* S. 7-10, İstanbul 1949, s.199-201.

CANEVİ, Hasibe, *Akseki Evleri,* S.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji-Sanat Tarihi Bölümü (Lisans Tezi). Konya 1989.

ERDEMİR, Yaşar, *Konya ve Yöresindeki Nakışlı Ahşap Camiler*, S.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji-Sanat Tarihi Bölümü, (Doktora Tezi), Konya 1985.

HEPER, Perihan, *Antalya Evleri*, Konya, 1990, S.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi, Arkeoloji-Sanat Tarihi Bölümü, (Lisans Tezi).

KARPUZ, Haşim, "Eski Antalya Evlerinde Süsleme", *Antalya IV. Selçuklu Semineri(13-14 Mart 1992)***,** Antalya 1993**, s**.50-61.

KUBAN, Doğan, *Türk Hayatlı Evi*, İstanbul 1995.

KUNDURACI, Osman, *Batı Toroslarda Bulunan Geleneksel Konutlar*, S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Konya 1995.

KUNDURACI, Osman, "Konya Evlerinden Süsleme Örnekleri", *İpek Yolu Dergisi Konya Özel Sayısı–3*, S. 154, Konya 2001, s.8–13.

KUNDURACI, Osman, *"Batı Toroslar'da Bulunan Geç Dönem Türk Evlerinde Ahşap Süsleme", Türkler Ansiklopedisi,* C. XVIII, Ankara 2002, s.265–272.

KUNDURACI, Osman, "Muğla Yatağan Evlerindeki Dırbızan Örnekleri", *VII. Uluslararası Türk Sanatı, Tarihi ve Folkloru Kongresi/Sanat Etkinlikler(11-15 Nisan 2017),* Bakü-Azerbaycan, s.17-22.

KÜÇÜKERMAN, Önder, *Kendi Mekânı Arayışı İçinde Türk Evi*, İstanbul 1988.

KÜÇÜKERMAN, Önder-GÜNER, Şemsi, *Anadolu Mirasında Türk Evleri*, İstanbul 1995.

SÜSLÜ, Özden, "Ormana-Ardıçpınar Köyü Mimari Bezemesine Genel Bir Bakış", *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi,* S. 5, İstanbul 1993, s.75–80.

ÖGEL, Semra, "Anadolu'da Ağaç Oymacılığında Mail Kesim", *Sanat Tarihi Yıllığı-I,* İstanbul 1965, s.110 v.d.

ÖGEL, Bahaeddin, "Selçuklu Devri Ağaç İşçiliği Hakkında Notlar", *Yıllık Araştırmalar Dergisi*, S. 5, Ankara 1957, s.216 v.d.

ÖNEY, Gönül, "Anadolu'da Selçuklu ve Beylikler Devri Ahşap Teknikleri*", Sanat Tarihi Yıllığı: III,* İstanbul 1970, s.135-149.

ÖNGE, Yılmaz, *"Türk Mimarisinde Çivili Tezyinat", Arkeoloji-Sanat Tarihi Dergisi***,** S. 4, İzmir 1988, s.82–84.

TOKER, Yıldız, "Türk Evlerinde Dış Ahşap Süsleme", *Türkiyemiz*, S. 24, İstanbul 1978, s.54-61.

YÖNEY, Nihal ULUENGİN, *Osmanlı-Türk Sivil Mimarisinde Pencere Açıklılarının Gelişimi,* İstanbul 1998.

URFALIOĞLU, Nur, "Ahşap Kafesler", *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi,* S. 10, İstanbul 1991, s.57-61.

YÜCEL, Erdem, *"Türk Sanatında Ağaç İşçiliği", Türk Dünyası Araştırmaları*, S. 82, İstanbul 1993, s.169-194.

BİRİNCİ ULUSAL MİMARLIK DÖNEMİ EĞİTİM YAPILARI*

Özge PARLAK[**]
Esra YALDIZ[***]

Özet

Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş döneminde, Batı'nın üstünlüğünün kabul edilmesi ile birlikte Avrupa'ya duyulan ilgi artmış; Avrupa'nın kültür ve yaşam tarzı benimsenmeye başlanmıştır. Avrupa'nın etkisindeki ilk düzenlemeler askeri alanda gerçekleştirilmiştir. Bu askeri reformları eğitim, ekonomi gibi alanlar takip etmiş ve bu gelişmeler mimari anlamda da yeni yapı ihtiyacının doğmasına sebep olmuştur. Çok uluslu bir millet için, ortak tarih, kültür ve dil mirası olması düşüncesi ile 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanıyla birlikte yeni bir dönem başlamıştır. II. Meşrutiyet'in ilanıyla başlayan ve 1930'larda sona eren, hem siyasi, hem sosyo-kültürel hem de mimariyi ilgilendiren bu süreç, Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönem çağdaşlaşma yolundaki her türlü faaliyetin başlangıcını ifade etmektedir. 1930'lara kadar özellikle imar faaliyetlerinin yoğunlaştığı bu süreçte, başta eğitim ile ilgili binalar olmak üzere kamuya ait binaların, yeni devlet politikası paralelinde inşa edilmeye başlandığı görülmektedir. Bu süreçte eğitime verilen önem daha da artmıştır. Bu dönemde inşa edilen kamusal binalar ve özellikle eğitim yapıları; Osmanlı Neo klasik üslubunun çizgilerinin, o günün ihtiyaçları ile birlikte yeniden yorumlandığı Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi ya da Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı olarak adlandırılan mimari üslubu yansıtmaktadırlar. Bu üslup, Osmanlı mimarisinden alınan mimari ögeleri Batı'nın tasarım ilkeleri ve inşaat teknikleri ile birlikte kullanan yeni bir mimari olarak nitelendirilmektedir.

Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi üslubu içerisinde, eğitim düzenindeki değişiklik paralelinde özellikle eğitim yapılarına ihtiyaç duyulması sebebi ile yeni yapılan eğitim yapılarında da bir eğitim yapısı mimarlığı ön plana çıkmaktadır. Çalışma kapsamında Bi-

---

* Bu çalışma Özge Parlak Tarafından NEÜ FBE Mimarlık Anabilim Dalında Doç. Dr. Esra Yaldız danışmanlığında 2018 yılında tamamlanmış olan *"Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi Yapı Tipolojileri ve Konya'daki Eğitim Yapılarının Analizi"* başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından yararlanılarak üretilmiştir.

** Yüksek Mimar Özge Parlak, oozgeercann@gmail.com

*** Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü, mimaresrayaldiz@gmail.com

Kaynakça

AKYÜZ, Y., *Türk Eğitim Tarihi,* Ankara 1982.

ALPAGUT, L., *Erken Cumhuriyet Döneminde Ankara'daki Eğitim Yapıları,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara 2005.

ANONİM, *Restorasyon Raporu,* Merzifon Belediyesi, Merzifon 2006.

ASLANOĞLU, İ., *Erken Cumhuriyet Dönemi Mimarlığı,* İstanbul 2010.

BOZDOĞAN, S., Modernizm ve Ulusun İnşası, İstanbul 2015.

DAĞ, A., *Akşehir Eski Ermeni Mektebi Gazi Mustafa Kemal İlkokulunun Mimari Yönden İncelenmesi,* Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Ödev Çalışması, Konya 2015.

ERDOĞAN, H. A., "Konya'da Cumhuriyet Dönemi Türk Mimarlığı ve Kamu Binaları", *TMMOB Mimarlar Odası Cumhuriyet' in Mimarlık Mirası Sempozyumu*, Ankara 2009, s.313

EROĞLU, B., "Konya'da Cumhuriyetin İlk Yıllarındaki Eğitim Yapılarından Birkaç Örnek", *Konya Ticaret Odası Dergisi İpek Yolu*, S. IV, Konya 2001, s. 213-215.

FIRAT, N. İ., 2005, "Konya'daki Eski Sanayi Mektebi", *Vakıflar Dergisi*, S. 29, Ankara 2005, s. 352-358

HESAPÇIOĞLU, M., "Türkiye'de Cumhuriyet Döneminde Eğitim Politikası Ve Felsefesi", M.Ü. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, S. 29, İstanbul 2009 122-129

IŞIK, G., Kayseri'de Erken Cumhuriyet Dönemi Eğitim Yapıları, Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Kayseri 2010.

KUL, F. N., Erken Cumhuriyet Dönemi İlkokul Binaları, *Mimarlık*, S. 360, Ankara 2011, s. 66-71.

SIKIÇAKAR, A., *Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi Giriş Cepheleri Analizi*, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü *(*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 1991.

PARLAK, Ö., *Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi Yapı Tipolojileri Ve Konya'daki Eğitim Yapılarının Analizi*, N.E.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2018

SÖZEN, M., *Cumhuriyet Dönemi Türk Mimarlığı,* Ankara 1984.

SÜRGEVİL, S. Vd., *Değişim Sürecinde Türkiye – II*, VI, İzmir 2013.

YAVUZ, Y., "Mimar Kemalettin Bey", *O.D.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Dergisi, S.* 7-1, Ankara 1981, s. 59-72.

YAVUZ, Y., "İmparatorluktan Cumhuriyete Mimar Kemalettin", *Mimar Kemalettin Anma Programı Dizisi,* Ankara 2009, s.11-247

YAYLIOĞLU, E., 2010, Konya ili Akşehir ilçesi Gazi Mustafa Kemal İlköğretim Okulu'nun Akşehir Eğitim Tarihi Açısından Öneminin Ve Okulun Tarihi Gelişiminin İncelenmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2010.

Web İletisi 1: https://mttd.files.wordpress.com/2013/01/cumhuriyet-dc3b6nemi-ve-sonrasc4b1-2013.ppt [Ziyaret Tarihi: 06.01.2018]

Web İletisi 2: https://www.academia.edu/4070668/%C3%96zlem_ACER_I.Ulusal_Mimarl%C4%-B1k_Ak%C4%B1m%C4%B1 [Ziyaret Tarihi: 06.01.2018]

Web İletisi 3: http://www.drinainsaat.com/Restorasyon/Bursa-Ataturk-Ilkogretim-Okulu (Son Erişim: 07.12.2017)

Web İletisi 4: http://mimarkemaloo.meb.k12.tr/tema/icerikler/okulumuzun-tarihcesi_182378.html (Son Erişim: 11.08.2016)

Web İletisi 5: https://twitter.com/AnkaraApartman (Son Erişim: 14.07.2016)

Web İletisi 6: http://secreturkey.com/sivasta-gorulecek-yerler.html (Son Erişim: 26.07.2016)

Web İletisi 7: http://www.ozdeveli.net/2013/12/develi-anadolu-lisesi.html (Son Erişim: 26.07.2016)

Web İletisi 8: http://www.dorminturkey.com/Universities/gazi-universitesi-16 (Son Erişim: 26.07.2016)

Web İletisi 9: http://www.mustafaturgut.com.tr/bayram-sabahi-ve-keskek-merzifon/ (Son Erişim: 26.07.2016)

Web İletisi 10: http://www.panoramio.com/user/1346054/tags/T%C3%BCrkiye?photo_page=197 (Son Erişim: 14.07.2016)

Web İletisi 11: http://www.sozcu.com.tr/2015/gundem/kulliye-ataturk-okulu-cikti-703813/ (Son Erişim: 29.01.2018)

Web İletisi 12: http://www.isteataturk.com/haber/6360/istanbul-pera-palace-hotel-ataturk-muze-odasi (Son Erişim: 26.07.2016)

Web İletisi 13: http://www.panoramio.com/photo/24288103 (Son Erişim: 26.07.2016)

AĞIN EVLERİ ÜZERİNDEKİ KİTABELER*

*Remzi AYDIN***

Özet

Bu çalışmada, Elazığ'ın Ağın ilçesindeki evler üzerinde yer alan kitabeler ele alınmıştır. Bu kapsamda yapılan araştırma sonucunda 56 ev kitabesi tespit edilmiştir. Tespit edilen kitabeler, yapı üzerindeki konum, malzeme, teknik, süsleme, yazı karakteri ve metin içeriği gibi özellikleri bakımından değerlendirilmiştir. En erken tarihlisi 1620, en geç tarihlisi ise 1955 yılına ait olan kitabelerin içeriğine bakıldığında, büyük çoğunluğunun nazarın kötü etkisini ortadan kaldırıcı dini ibareler olduğu anlaşılmaktadır. Bu ibarelerin başında Kur'an-ı Kerîm'de çeşitli surelerde geçen "Mâşallah" ibaresi gelmektedir. Bunun dışında çeşitli dilek ve temennileri belirten dua, düz yazı veya şiir şeklindeki yazılarla da karşılaşılmıştır. Kitabelerin çoğunluğunda tarih ibaresi bulunmaktadır. Az sayıda örnekte ise bani isimleri yer almaktadır. Çoğu zaman istifsiz bir şekilde işlenen yazılar, bazı örneklerde ibrik, madalyon, tuğra gibi farklı formlarda hazırlanarak estetik bir görünüme kavuşturulmuştur. Ele alınan örneklerin çoğunluğunu Arap harfli Türkçe kitabeler oluşturmakla beraber, alfabe değişimini takiben inşa edilmiş evlerde de kitabe geleneğinin benzer bir şekilde sürdürüldüğü görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Elazığ, Ağın, Ev, Kitabe, Nazar.

Abstract

In this study, the inscriptions on the houses in the town of Ağın of Elazığ are discussed. With the surface survey carried out in the area, a total of 56 house inscriptions have been located. These inscriptions have been analyzed in terms of their various features; like their location on the houses, material, technique, decoration, script variety and content. When we look at the contents of the inscriptions, the earliest of which belongs to 1620 and the latest to 1955, it is understood that most of them are religious phrases that

---

* Bu çalışma, 11-14 Mayıs 2017 tarihleri arasında I. Uluslararası Türklerin Dünyası Sosyal Bilimler Sempozyumu'nda "Ağın Evleri Üzerindeki Kitabeler" adıyla sunulmuş sözlü bildirinin yeni tespit edilen verilerle genişletilmiş şeklidir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Kayseri, e-posta: raydin@erciyes.edu.tr

Kaynakça

ACIPAYAMLI, O., "Anadolu'da Nazarla İlgili Bazı Âdet ve İnanmalar", *Ankara Üniversitesi Dil ve tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi,* Cilt: 20, Sayı:1-2, Ankara 1962, s. 1-40.

AKKAYA, H., "Süleyman", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 38, İstanbul 2010, s. 60-62.

AKTUĞ, E., *Büyük Menderes Havzası Osmanlı Dönemi Geleneksel Konut Mimarisinde Ahşap Süsleme*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Van 2016.

AYDOĞMUŞ, G., *Ak Topraklar Üzerinde Bir İlçe Ağın,* Ankara 1992.

AYGÖR, E., *19. Yüzyıl sonu ve 20. Yüzyıl Başlarında Konya Evlerinin Mimari Gelişimi ve Değişimi,* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Konya 2015.

BEYDEMİR, İ. N., *Yöresiyle Ağın,* Kubbealtı Yayıncılık, Ankara 1999.

ÇELEBİ, İ., "Nazar", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 32, İstanbul 2006, s. 444-446.

DEMİRCİ, D., *Isparta Evleri,* 1. Baskı, Isparta Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları, Isparta 2011.

DEVELLİOĞLU, F., *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat,* 19. Baskı, Aydın Kitabevi Yayınları, Ankara 2002.

ERBAŞ, A. M., "İzmir'in Bazı Tarihi Yapılarındaki Nazar Kitâbeleri" *Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı:25, Malatya 2018, s. 76-89.

EŞKİ, S., *Sakarya İli Sapanca İlçesi Geleneksel Konut Mimarisi,* Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya 2011.

GÜR, D., SOYKAN, A. N., "Anadolu Kültüründe Nazar Ve Nazarlıklar Safranbolu Örneği", *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi,* Cilt: 2, No:3, Karabük 2013, s. 115-158.

GÜRKAN, S. L., "Nazar", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Cilt: 32, İstanbul 2006, s. 443-444.

HARMAN, Ö. F., "Süleyman", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Cilt: 38, İstanbul 2010, s. 56-60.

İLTAR, G., *Giresun İli Kentsel Konut Mimarisi,* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara 2011.

İMAMOĞLU, V., *Gesi Evleri,* 1. Baskı, Ankara 2010.

İMAMOĞLU, V., Mustafa Korumaz, "Inscription Plates on Houses in Gesi", *Thirteenth International Congress of Turkish Art (3-7 September 2007),* (Ed. Géza Dávid), Budapaşte 2009, s. 333-343.

İSKENDER, C., *Ağın-Arapkir Çevresinin (Elazığ Kuzeybatısı) Jeomorfolojisi,* Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Elazığ 1994.

KALAFAT, Y., *Doğu Anadolu'da Eski Türk İnançlarının İzleri,* 4. Baskı, Babil Yayıncılık, Ankara 2005.

KALAFAT, Y., *Kuzey Azerbaycan-Doğu Anadolu ve Kuzey Irak'da Eski Türk Dinî İzleri Dinî Folklorik Tabakalaşma,* Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1998.

KARPUZ, H., "Trabzon Evlerinin Mimari Özellikleri", *Türk Halk Mimarîsi Sempozyumu Bildirileri (5-7 Mart 1990 Konya),* Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara 1991, s. 115-135.

KARPUZ, H., *Türk İslâm Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri,* 1. Baskı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 1984.

KESKİN, Y. M., "Türk Toplumunda Nazar Olgusu Ve Buna Karşı Geliştirilen Korunma Kurtulma Pratikleri Elazığ Örneği", *Dinî Araştırmalar,* Cilt: 11, Sayı:32, Ankara 2008, s. 191-214.

KOMİSYON, *Ağın'a Yolculuk,* Elazığ 2005.

KOŞAY, H. Z., "Etnoğrafya Müzesindeki Nazarlık, Muska ve Hamailler", *Türk Etnografya Dergisi,* Sayı:1, Ankara 1956, s. 86-90.

ÖZAFŞAR, M. E., vd., (Ed.), *Hadislerle İslâm,* Cilt:1, 1. Baskı, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara 2014.

ÖZÖNDER, H., "Konya Evlerinde Hattî Süsleme", *Türk Halk Mimarîsi Sempozyumu Bildirileri (5-7 Mart 1990 Konya),* Kültür Bakanlığı Halk Kültürünü Araştırma Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara 1991, s. 145-166.

Salname-i Vilayet-i Mamüratü'l-aziz, 1310.

SAYAN, Y., Öztürk, Ş., *Bitlis Evleri,* 1. Baskı, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 2001.

SAYAN, Y., *Uşak Evleri,* 1. Baskı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 1997.

ŞEMSEDDİN SAMİ, *Kâmûsu'l A'lâm,* Cilt: 1, İstanbul 1309.

UÇAR, A., "İnanç Ve Estetiğin Bütünleşmesi İzmir Yapılarında "Maşallah" Yazılı Nazarlıklar", *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi,* 17/2, İzmir 2017, s. 223-238.

YAKAR, H. İ., *Gaziantep Kitabeleri Bir Şehrin Hüviyeti,* 1. Baskı, Sonsöz Gazetesi Matbaacılık, Ankara 2014.

YAŞAROĞLU, K., "Mâşallah", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Cilt: 28, Ankara 2003, s. 104-105.

YİĞİT, İ., "Osman", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,* Cilt: 33, İstanbul 2007, s. 438-443.

ERDOĞAN, A. R., Elazığ/Ağın, 1952 doğumlu. Söyleşi: 05.08.2016.

ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİ ANKARASINDA YENİLİKÇİ MİMARİ VE MODERN BİR TASARIM; CEBECİ ORTAOKULU

Selma ÜNAL ÇAKMAK[*]

Özet

Cebeci Ortaokulu Ankara'daki Erken Cumhuriyet dönemi eğitim yapılarından biridir. Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle birlikte her alanda olduğu gibi mimari ve eğitimde de değişim başlamıştır. Erken Cumhuriyet yıllarında mimarlık ve teknoloji uygulamalarında batının modern anlayışı örnek alınmış özellikle eğitim alanında başkent Ankara olmak üzere Anadolu'nun diğer kentlerinde imar planları hazırlanmıştır. Bu dönemde Osmanlı mimarisine ait unsurlar ile Türkiye'ye davet edilen yabancı mimarların modern uygulamaları harmanlanarak hem kamu hem de okul mimarisinde ulusal bir kimlik anlayışı oturtulmaya çalışılmıştır. Bu makalede Erken Cumhuriyet dönemi modern eğitim yapılarından biri olan Ankara Cebeci Ortaokulu'nu ele almakla beraber okul arşivinden elde edilen bilgiler ışığında Bruno Taut'un mimarlık anlayışı bu yapı üzerinden yansıtılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Ankara, Cebeci, Erken Cumhuriyet Dönemi, Bruno Taut, Okul

GİRİŞ

Yeni kurulmuş bir devlet olan Türkiye Cumhuriyeti başkentinin Ankara olması bu şehirde yeni idari binaların inşa edilmesi ihtiyacını doğurmuştur. İhtiyaç olmasına rağmen yeterli sayıda yerli mimar olmaması nedeniyle mimaride uzman açığı yabancılar ile kapatılmaya çalışılmıştır. Almanya, Avusturya, Fransa ve İsviçre'den gelen toplam 40 mimar ve şehir plancısı 1924 ile 1942 yılları arasında Türkiye'de birçok projeye imza atmışlardır[1].

[*] Sanat Tarihçi, Erimtan Arkeoloji ve Sanat Müzesi, unal-selmaa@hotmail.com, s.unal@erimtanmuseum.org, Ankara

[1] Oya Atalay Franck, "Erken Cumhuriyet Döneminde Almanca Konuşan Mimarlar", *Bir Başkentin Oluşumu, Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların Ankara'daki İzleri,* Goethe Enstitüsü Yayınları, Ankara, 2011, s.48.

KAYNAKÇA

ALPAGUT Leyla, *Erken Cumhuriyet Döneminde Ankara'daki Eğitim Yapıları,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim (Basılmamış Dalı Doktora Tezi), Ankara 2005.

ALPAGUT Leyla, "Modernleşme Projesinin Temsilinde Önemli Bir Yapı; İsviçreli Mimar Ernst Arnold Egli ve Ankara Siyasal Bilgiler Okulu", *Alternatif Politika Dergisi,* C. 2, S. 2, Ekim 2010, s.126-150.

ALPAGUT Leyla, "Üretken Bir Mimar ve Ankara'da Modern Bir Bina: Bruno Taut ve Atatürk Lisesi", *Sanat Tarihi Dergisi*, S.27, Nisan 2018 s. 135-165.

ASLANOĞLU İnci, Dışavurumcu ve Usçu Devirlerinde Bruno Taut (1880-1938)", *ODTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi*, C.2 S.1, 1976, s.35-48.

ASLANOĞLU İnci, *Erken Cumhuriyet Dönem Mimarlığı 1923-1938,* Bilge kültür Sanat Yayınları, İstanbul 2010.

BOZDOĞAN Sibel, *Modernizm ve Ulusun İnşası; Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde Mimari Kültür*, 3. Baskı Metis Yayınları, İstanbul 2012.

CENGİZKAN Ali, "Türkiye İçin Modern ve Planlı Bir Başkent Kurmak, Ankara 1920-1950", Bir Başkentin Oluşumu, Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların Ankara'daki İzleri, *Goethe Enstitüsü Yayınları, Ankara 2011, s.24-41.*

DEMİR Ataman, *Arşivdeki Belgeler Işığında Güzel Sanatlar Akademisi'nde Yabancı Hocalar,* Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2008.

FRANCK Atalay Oya, "Erken Cumhuriyet Döneminde Almanca Konuşan Mimarlar", *Bir Başkentin Oluşumu, Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların Ankara'daki İzleri,* Goethe Enstitüsü Yayınları, Ankara, 2011, s.42-53.

SÖYLEMEZOĞLU, H. Kemali; "Mimarlığımız 1923-1950", *Mimarlık Dergisi*, S. 2, 1973,s. 24-31

WAGNER Achim-ALPAGUT Leyla (Ed), *Bir Başkentin Oluşumu; Avusturyalı, Alman ve İsviçreli Mimarların Ankara'daki İzleri,* Goethe Enstitüsü Yayınları, Ankara 2011.

http://www.envanter.gov.tr/anit/index/detay/37278 (Erişim 15.12.2018)

..... Boyut Mimarlık Arşivi

..... Cebeci İlköğretim Okulu Arşivi

İSTANBUL SURLARI ÜZERİNDE BULUNAN TÜRK DEVRİ KİTABELER

Selman CAN[*]
Fatih SARIMEŞE[**]

Özet

Tarihsel serüveni her yeni araştırma sonucu güncellenen şehirlerden biri olan İstanbul'u[1] ele geçiren devletler bu şehri başkent yapmış ve kültürlerini temsil eden eserlerle kenti donatmıştır. Jeopolitik ve coğrafi konumundan dolayı bu aziz şehir tarih boyunca çok fazla kuşatılmıştır. Kuşatmalardan kendini korumak isteyen devletler surlar inşa ederek şehri savunmaya çalışmıştır. İstanbul surları denilince makalemizin konusunu oluşturan kara surları, Haliç Surları ve Marmara Surları'ndan ayrı olarak Topkapı Sarayı'nın etrafını çeviren Sur-u Sultani Surları, günümüze çok az bir kısmı gelen Galata Surları ve Anastasius Surları da akla gelmektedir. Makalemizin konusunu oluşturan surlar günümüz Fatih ilçesinin sınırlarını belirleyen, Bizans'ın ve Osmanlı'nın son başkenti olan tarihi yarımadayı koruyan surlardır. Fetihten sonra yapılan onarımlarda eklenen kitabeler ile Cumhuriyet devrinde eklenen mermer panolar İstanbul kent surlarına eklenen Türk devri kitabeleri oluşturmaktadır. Makalemizin konusunu teşkil eden bu kitabeler belirli bir güzergah üzerinden sırasıyla verilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul, Bizans Surları, Kara Surları, Marmara Surları, Haliç Surları, Kitabe

GİRİŞ

Kent surları olarak da isimlendirebileceğimiz İstanbul surları, şehrin Osmanlı'nın eline geçmesinden hemen sonra onarılmaya başlanmıştır. Her

[*] Dr. Öğr. Üys., Marmara Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, e-posta: selmcan@gmail.com

[**] Sanat Tarihçi (M.A), İ.B.B Kültürel Miras Koruma Müdürlüğü, e-posta: fatih.sarimese@ibb.gov.tr

[1] Şehrin tarihi son yıllarda yapılan Yenikapı Metro-Marmaray kazılarında elde edilen bilgilerle büyük oranda değişmiş ve prehistorik çağa ait buluntular bu dönemin bilgilerinin zenginleşmesini sağlamıştır. Zeynep Kızıltan, "Marmaray Projesi ve İstanbul'un Gün Işığına Çıkan 8.000 Yılı", *Gün Işığında İstanbul'un 8.000 Yılı, Marmaray, Metro, Sultanahmet Kazıları*, Vehbi Koç Yayınları, İstanbul 2007, s. 18.

KAYNAKÇA

ALPARSLAN, Ali, "Kitabe", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C. 26, 2002, s. 76-81.

ATLI, H. Halit, *Solakzade Tarihi*, İ.B.B. Kültür A.Ş. Yayınları, İstanbul 2016.

BERK, Süleyman, "İstanbul'un Sur Kapı Kitabeleri" *VIII. Eyüpsultan Sempozyumu 09-11 Mayıs 2003*, Eyüp Belediyesi, İstanbul 2003, s. 300-303.

CEZAR, Mustafa "Osmanlı Devrinde İstanbul Yapılarında Tahribat Yapan Yangınlar ve Tabii Âfetler", *Türk San'atı Tarihi Araştırma ve İncelemeleri I*, 1963, s. 325-393.

KIZILTAN, Zeynep, "Marmaray Projesi ve İstanbul'un Gün Işığına Çıkan 8.000 Yılı", *Gün Işığında İstanbul'un 8.000 Yılı, Marmaray, Metro, Sultanahmet Kazıları*, Vehbi Koç Vakfı Yayınları, İstanbul 2007, s. 18-21.

ORTAYLI, İlber, vd., *Payitaht-ı Zemin Eminönü Bir Dünya Başkenti I*, Eminönü Belediyesi, İstanbul 2008.

SAKİN, Orhan, *Tarihsel Kaynaklarıyla İstanbul Depremleri*, Kitabevi Yayınları, İstanbul 2002, s. 45.

TUNAY, M. İhsan, "İstanbul'un Bizans Devri Kara Surlarında Osmanlı Onarımları", *T.A.Ç Vakfı Dergisi*, C. 2, S. 7, İstanbul 1987, s. 25-29.

Tursun Bey, *Târîh-i Ebü'l – Feth*, (Haz. Mertol Tulum), İstanbul Fetih Cemiyeti Yayınları, İstanbul 1977.

TÜRKER, Semiramis, *İstanbul Surlarına Türklerin İlaveleri ve Sur-u Sultani*, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü (Yayımlanmamış Mezuniyet Tezi), İstanbul 1970.

WİENER, Wolfgang Müller, *İstanbul'un Tarihsel Topografyası*, (çev. Ülker Sayın), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 2001.

ZİYA, Mehmed, *İstanbul ve Boğaziçi Bizans ve Osmanlı Medeniyetlerinin Âsâr-ı Bâkiyesi*, İ.B.B. Kültür A.Ş. Yayınları, İstanbul 2016.

BEKAS VE ŞUĞUR KALELERİ

Sultan Murat TOPÇU[*]

Özet

Bekas ve Şuğur kaleleri; Suriye'nin kuzeybatısında, Türkiye sınırına 20 km. mesafede bulunan Cisr eş Şuğur Kasabası'nın 10 km. güneyinde bulunmaktadır. Bu iki kale; Lazkiye ve Halep'i birbirine bağlayan tarihi ticaret ve askeri yol güzergâhı üzerinde yer alan iki önemli yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ikisi de büyük oranda tahrip olmasına rağmen, özellikle Bekas Kalesi'nin bazı bölümleri günümüze ulaşmayı başarmıştır. Bu kaleleri önemli kılan unsurlardan biri de yapılara ait yazıtlardır. Bekas ve Şuğur kaleleri, bilim dünyasına ilk defa Max Van Berchem tarafından tanıtılmıştır. Bununla birlikte kaleler hakkında bilgiler veren ve kalelerin haçlılar tarafından inşa edildiklerini ileri süren Van Berchem, Bekas Kalesi üzerinde bulunan kitabelerden hiç söz etmemektedir. Bu çalışmada Bekas- Şuğur çifte kalesi yeniden ele alınarak, kalede bulunan kitabelerden hareketle tarihi arka plan irdelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Suriye, Cisr eş-Şuğur, Bekas Kalesi, Şuğur Kalesi, Kitabe

Abstract

The fortresses of Bekas and Shughur are located 10 km south of the city of Jisr al-Shughur located at a distance of 20 kilometres from the Turkish border in the northwest of Syria. These two fortresses were two significant buildings on the trade and military route connecting Lazkiye and Halep. Although both are largely destroyed, some parts of the Bekas Fortress have survived to the present day. One of the elements that make these fortresses important is the inscriptions of the buildings. These fortresses were first introduced to the world of science by Max Van Berchem. However, Max Van Berchem, informing about the fortresses and asserting that they were built by the crusaders, did not refer to inscriptions on Bekas Fortress. In this study, the fortresses of Bekas and Shughur are handled again and its historical background is discussed with reference to its inscriptions.

Keywords: Syria, Jisr al-Shughur, Fortress of Bekas, Fortress of Shughur, Inscription

[*] Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü/ Kayseri.
stopcu@erciyes.edu.tr

Kaynakça

Baypars Tarihi (Al-Melik-Al-Zahir (Baypars) Hakkındaki Tarihin İkinci Cildi) (Çev. Şerefüddin Yaltkaya, Ankara, 2000.

BERCHEM, Max Van, *Voyage En Syrie*, Caire, 1914.

BURNS, Ross, *The Monuments of Syria: A Guide*, London, 2009.

İBNÜ'L-ESİR, *İslam Tarihi (El-Kâmil Fit-Tarih Tercümesi)* (Çev. Ahmet Ağırakça-Abdülkerim Özaydın), C. XII, İstanbul, 1987.

KENNEDY, Hugh, *Crusader Castles,* Cambridge University Press, Cambridge, 1994.

MICHAUDEL, Benjamin, "The Development of Islamic Military Architecture During The Ayyubid and Mamluk Reconquests of Frankish Syria", *Muslim Military Architecture in Greater Syria: From the Coming of Islam to the Ottoman Period* **(**Ed. Hugh Kennedy, Boston, 2006, s.106-121.

ÖZAYDIN, Abdülkerim, "El-Melikü'z-zahir Gazi", *TDV İslam Ansiklopedisi,* C.29, Ankara, 2004, s.83-84.

ŞEŞEN, Ramazan, *Salâhaddin Eyyûbi ve Devlet*, İstanbul, 1987.

ŞEŞEN, Ramazan, *Salâhaddin Eyyubi ve Devri*, İstanbul, 2000.

TABBAA, Yasser "Defending Ayyubid Aleppo: The Fortifications of Al-Zahir Ghazi (1186-1216), *Muslim Military Architecture in Greater Syria: From the Coming of Islam to the Ottoman Period* (Ed. Hugh Kennedy), Boston, 2006, s.176-183.

XIII. YY. KONYA MAHALLE MESCİTLERİNDE KUBBEYE GEÇİŞ ELEMANI OLARAK TROMP KULLANIMI*

Şefika Nur TURAN[**]
Esra YALDIZ[***]

Özet

Kare ya da dörtgen şeklindeki plan şemasından, daire tabanlı kubbe örtüsüne geçiş yüzyıllardır önemli mimari sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmakta ve kubbeye geçiş elemanları adını verdiğimiz elemanlar vasıtası ile çözülmektedir. Anadolu Selçuklularının 13. yy. da inşa ettikleri, tek kubbeli, kare planlı mahalle mescitleri de geçiş elemanlarının kullanıldığı bir yapı türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Değişen kare veya kareye yakın planlı, üzeri kubbe ile örtülü ana mekâna sahip olan Anadolu Mescitlerinde kubbe ile alt yapı arasında pandantif, tromp, üçgenli kuşak, kubbe kasnağı farklı kubbeye geçiş elemanları yer almaktadır. Bu kubbeye geçiş elemanlarından yapının köşesine bindirmeli olarak örülen tonoz parçası olarak da tanımlanan tromp olarak tanımlanmakta; tekli üçlü olarak gruplanmaktadır. Çalışma kapsamında, XIII. yy Konya Mahalle Mescitlerinde tekli ve üçlü tromp sistemi kullanılan Abdülaziz Mescidi, Erdemşah (Kale-i Cerp) Mescidi, Şekerfuruş Mescidi, Taş (Hacı Ferruh, Akçe Gizlenmez) Mescit, Başarabey (Ferhuniye) Mescidi, Cemel Ali Dede (Turut) Mescidi, Hoca Hasan Mescidi, İç Karaaslan Mescidi, Tercüman Mescidi ve Zenburi Mescidi ve bu mescitlerde kubbeye geçiş elemanı olarak kullanılan tromp ögesi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: XIII. YY Mahalle Mescitleri, Tromp, Konya

---

* Bu Çalışma Şefika Nur Turan tarafından Doç. Dr. Esra Yaldız danışmanlığında NEÜ FBE de 2018 yılında tamamlanan *"Türk Mimarisinde Kullanılan Kubbeye Geçiş Elemanları; 13.yy. Anadolu Selçuklu Dönemi Konya Mahalle Mescitleri Örneği"* başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından faydalanılarak yapılmıştır.

** Yüksek Mimar

*** Doç. Dr. Necmettin Erbakan Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü, mimaresrayaldiz@gmail.com

Kaynakça

AKTAŞ, A. Yasa, "Anadolu Selçuklu ve Beylikler Dönemi Konya Yapılarında Malzeme Kullanımı ve Yapım Teknikleri", *Vakıflar Dergisi*, S. 45, Ankara 2016, s.149.

AKTUĞ, İ. Kolay, *Batı Anadolu 14. Yüzyıl Beylikler Mimarisinde Yapım Teknikleri,* Ankara 1999.

ASLANAPA, O., *Türk Sanatı,* Remzi Kitapevi, İstanbul 2017.

AYVERDİ, E.H., *Osmanlı Mimarisinin İlk Devri,* Baha Matbaası, İstanbul 1966.

BAKIRER, Ö., "Hacı Ferruh Mescidi", *Vakıflar Dergisi,* S. 8, Ankara 1969, s. 177-178.

BAŞ, T., *Anadolu Selçuklu Dönemi Konya Mahalle Mescitlerinin Restorasyon Sorunları,* Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2008.

BATUR, A., *Osmanlı Camilerinde Eğrisel Örtüler ve Geçiş Öğeleri,* İstanbul Teknik Üniversitesi (Basılmamış Doçentlik Tezi), İstanbul 1980.

ÇEŞMELİ, İ., *Orta Asya Camilerinde Tipoloji (7-13. Yüzyıllar),* Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul 2005.

HASOL, D., *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü,* Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul 1998.

KARPUZ, H., *Anadolu Selçuklu Mimarisi,* S.Ü. Basımevi, Konya 2001.

KONYALI, İ. H., *Konya Tarihi,* Yeni Kitap Basımevi, Konya 1964.

OKÇUOĞLU, T., *Anadolu Selçuklu Mescitlerinde Kubbeye Geçiş Alanının Değerlendirilmesi,* İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 1995.

ÖNDER, M., *Mevlâna Şehri Konya, Konya Turizm Derneği,* Konya 1971.

ROSİNTAL, J., *Pendentifs Trompes Et Stalactites*, Paris 1928.

SÖNMEZER, Ş., *17.Yüzyıl İstanbul Mescitleri,* İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 1996.

ŞAMAN, N., *Anadolu Selçuklu Dönemi Yapılarında Örtü Sistemi,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 1985.

TURAN, Ş., *Türk Mimarisinde Kullanılan Kubbeye Geçiş Elemanları; 13.Yy. Anadolu Selçuklu Dönemi Konya Mahalle Mescitleri Örneği,* Necmettin Erbakan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya 2018.

TURAN, Ş.- YALDIZ, E., "XIII. Yüzyıl Konya Mahalle Mescitlerinde Kullanılan Kubbeye Geçiş Elemanları", *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, S. 13 (26), 2018, s.163-187.

TUNCER, O.C., *Anadolu Kümbetleri Selçuklu Dönemi,* Güven Matbaası, Ankara 1986.

YAVUZYILMAZ, Ahmet, "Zenburi Mescidi", *Konya Ansiklopedisi*, C.9, Konya 2015, s.180-181.

Web iletisi 1:

https://tr.pinterest.com/pin/289497082275495184/

Web iletisi 2:

https://www.archives.saltresearch.org/R/YP5MYNN9KYMSFRHDXJCITUUVFUJ28VVX3Q5PPUG663TQV2ANNI-03973

Web iletisi 3:

https://www.tripadvisor.com.tr/Tourism-g8146493-Tim_Samarqand_Province-Vacations.html

Web iletisi 4:

https://www.pinterest.de/pin/626633735622806215/

Web iletisi 5:

https://www.pinterest.de/pin/626633735622806221/

MARDİN MÜZESİ'NDE OSMANLI DÖNEMİ TILSIM KOLYELERİ (SARKAÇLARI)

Şerife TALİ[*]

Özet

Eski çağlardan beri insanlar özellikle de kadınlar el, yüz, boyun, kulak, baş gibi bölgelerinde hem süslenmek hem de inançları doğrultusunda çeşitli semboller içeren tılsımlı takılar takmışlardır. Geçmişi eskiye dayanan takı sanatı, ilk zamanlarda dinsel ve büyü yapma amaçlı kullanılmış fakat zamanla takı toplum içerisinde bir nüfuz göstergesi haline gelmiştir. İnançlı insanların üzerinde taşıyarak korunmak veya farklı amaçlar için bir nevi muska şeklinde değerlendirdiği tılsımlı takılar beklentiler için sembolik birer araç vazifesi görmüşlerdir. Muska ve hamaylı gibi takıların barındırdığı tüm gizeme karşın boyuna asılarak taşınan sarkaçlarda dilekler gizli olsa da yazılan veya çizilenler tamamen açıktadır. Bu çalışmada, Mardin Müzesinde yer alan Geç Osmanlı dönemine ait sekiz adet tılsım kolye sarkacı incelenmiştir. Gümüş malzemeden imal edilen ve tek parça plakadan ibaret sarkaçlar genellikle çift yüzlü olarak ele alınmıştır. Bu eserler kazıma, kabartma, savad (niello), granüle gibi farklı tekniklerle işlenmiş zarif örneklerdir. Kolyelerin tılsım mühür, yüzük veya gömlekler gibi üzere takılarak ya da giyilerek fayda beklenildiği, sanatsal değeri ile birlikte aslında daha çok din merkezli bir güç yüklenildiği anlaşılmaktadır. Dönemlere göre geniş bir içerikle yoğrulan form, malzeme, süsleme olarak çeşitlilik gösteren bununla birlikte taşıyanın sanat zevkini, kültürünü, inançlarını, ekonomik zenginliğini, estetik kaygılarının ve güzellik anlayışını da günümüze kadar taşıyan zengin bilgelik kaynaklarıdır. Sarkaçlar özellikle döneminin maden sanatı, üslubu ve bezemesi hakkında Sanat Tarihi için de önemli birer belgelerdir.

[*] *Doç. Dr. Ordu Üniversitesi Sanat Tarihi Bölümü Türk İslam Sanatları ABD.*, talisanat@hotmail.com
Bu çalışmada, katkılarından dolayı Mardin Müze Müdürü'ne ve Süleyman Bayar'a çok teşekkür ederim.

Kaynakça

ACAR, M. Şinasi, *Osmanlı'da Günlük Yaşam Nesneleri*, İstanbul 2015.

AKYAY, Meriçboyu, Yıldız "Anadolu Eski Çağında Takıların Dili", *P Sanat Kültür Antika Dergisi*, S.17, İstanbul 2000, s.16-25.

AND, Metin, *Minyatürlerle Osmanlı İslam Mitologyası*, İstanbul 2018.

ATIL, Esin, "İslam Mücevherleri", *P Sanat Kültür Antika Dergisi*, S.17, İstanbul 2000, s.72-85.

BERK, Süleyman, "Osmanlı Tılsım Mühürleri", *P Sanat, Kültür, Antika Dergisi*, S.29, İstanbul 2003, s.22-31.

BOHAK Gideon, "Eskiçağ Tılsım Taşları ve Muskalarında Sanat ve Güç", *P Sanat, Kültür, Antika Dergisi*, S.29, İstanbul 2003, s.8-15.

ÇİFTÇİ, Halit Ahmet, *Dinlerde Vefkler*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri ABD. Dinler Tarihi Bilim Dalı (Yayınlanmamı Yüksek Lisans Tezi), Isparta 2011.

EGEMEN ENGİN, Fatma, *Mühür ve Mühürcülük Sanatımız (Üzerine Derlemeler)*, İstanbul, 1994.

EKİNCİOĞLU, Osman, "Gümüş" Maddesi, *TDV. İslam Ansiklopedisi*, C.14, İstanbul, s.270-271.

ERGİNSOY, Ülker, *İslam Maden Sanatının Gelişimi*, İstanbul 1978.

İLOĞLU, Mustafa, *Gizli İlimler Hazinesi 1-8. Kitap*, İstanbul 1976.

İREPOĞLU, Gül, "Bir İmparatorluğun Görkemi Osmanlı Mücevheri", *P Sanat Kültür Antika Dergisi*, S.17, İstanbul, 2000a, s.101-111.

İREPOĞLU, Gül, "Rönesans'tan Günümüze Batı'da Takı Kültürü", *P Sanat Kültür Antika Dergisi*, S.17, İstanbul 2000b, s.54-71.

KÖROĞLU, Gülgün, "Bizans Kuyumculuğu", *P Sanat Kültür Antika Dergisi*, S.17, İstanbul 2000, s.26-41.

KÖROĞLU, Gülgün, "Haluk Perk Koleksiyonu'ndan Örneklerle Bizans Uygarlığında Muskalar", *P Sanat, Kültür, Antika Dergisi*, S.29, İstanbul 2003, s.16-21.

KUŞOĞLU, M. Zeki, *Tılsımdan Takıya*, İstanbul 1998.

MASARACI, Yasemin, "İnanç Dünyamızın Gizemli Objeleri (2), Tılsımlı Mühürler-Şifa Tasları", *Collection*, S.17, İstanbul 2004, s.48-51.

ÖZBAĞI, Tevhide, *Ankara İl Merkezinde Yaşayan Kadınlarda Bulunan Geleneksel Gümüş Takılar Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü El Sanatları Bölümü, Ankara 1989.

ÖZBİLGEN, Erol, "Osmanlı Kültüründe Mühür ve Mühürcülük Sanatı", *Antika*, S.31, İstanbul, 1987, s.6-28.

PERK, Haluk, "Simgelerin Dili ve Tılsımlar", *Art Decor*, S.118, İstanbul, 2003, s.132-135.

PERK, Haluk, *Osmanlı Tılsım Mühürleri Haluk Perk Koleksiyonu*, İstanbul, 2010.

SERDAR, Murat, "Semavi Dinlerde Dört Büyük Melek (Cebrail, Mikail, İsrafil, Azrail)", *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, C. 13/2, Elazığ 2008, s.227–245.

TALİ, Şerife, "Giresun Müzesi'nde Bulunan Osmanlı Dönemine Ait Bir Grup Tılsım Mühür", *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9/1 Winter Ankara-Turkey, 2014, p. 537-554.

ÜSTER, Müjde, *Antik Dönem Anadolu Takılarında Görsel Kültürün Kodları*, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim ve Tasarım Ana Sanat Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2011.

FİGÜRLÜ MİHRABIYLA DİKKAT ÇEKEN BİR ANADOLU SELÇUKLU ESERİ: AKSİNNE MESCİDİ

Şükrü DURSUN[*]

Özet

Konya'nın Meram ilçesinde yer alan Aksinne Mescidi, batıda ahşap sundurmalı son cemaat yeri şeklinde tasarlanmış önü açık medhal bölümü ve kubbeyle örtülü kare planlı kübik gövdeden meydana gelmektedir. Kitabesi bulunmadığı için inşa tarihi tam olarak bilinmeyen eser, mimari özellikleri ve süslemeleriyle tipik 13. yy Anadolu Selçuklu mescitlerinin özelliklerini taşımaktadır. Mevcut görünümünü 2005 yıllında başlatılan ve 2006 yılında sonlandırılan büyük ölçekli onarımla almış olup, öncesinde çeşitli dönemlerde yapılan değişiklik ve eklemelerle özgünlüğü kaybetmiş durumdaydı. Onarımda eklemeler kaldırılmış, duvarlarındaki çimento harçlar raspa edilmiş ve tahrip olan malzemelerinde yenilemeler yapılmıştır. Bu uygulamalar neticesinde duvarlarının alt bölümlerinde moloz ve kaba yonu taş, devamında ve kubbesinde tuğla kullanıldığı anlaşılmış, kerpiç duvarla tamamen kapalı hale getirilen medhal bölümünün ön kısmı açılarak, kırma çatılı örtüsü kaldırılmış ve ahşap sundurmayla kapatılmıştır. İç kısmında da benzer uygulamalara gidilmiştir. Bu bölümde sıvaların raspalanmasıyla yapının özgününe ait bazı kalıntılar açığa çıkarılmıştır. Bunlar arasında kubbeye geçiş ögelerinin aralarında açığa çıkarılan, köşeleri çini mozaiklerle meydana getirilen geometrik süslemeli olan sivri kemerli sağır nişler büyük önem taşımaktadır. Bir diğer önem taşıyan bölüm ise mihraptır. Onarım öncesinde yapıda, perde motifiyle şekillendirilmiş yarım daire nişli muhdes mihrap bulunmaktaydı. Bu mihrabın kaldırılmasıyla birlikte alt bölümde özgün mihraba ait alçı in-situ kalıntılara ulaşılmıştır. Aynı zamanda mihrabın batı tarafındaki duvarda seki kalıntısına rastlanmış olup, sekinin ön yüzünün mihraba ait alçı parçalarla kaplandığı görülmüştür. Onarımlarda bu alçı parçalardan hareketle kalıplar çıkarılmış ve kalıplara dökülen alçı levhalarla mihrap kavsarasız olarak yenilenmiştir. Bu işlemlerde özgün parçaların kullanılıp kullanılmadığı mevcut mihraptan anlaşılmamaktadır. Yalnız, özgün mihrabın parçalarının bir bölümünün Konya Sahip Ata Vakıf Müze-

[*] Dr., Selçuk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, Konya
sukrudursun@gmail.com

Kaynakça

ACIOĞLU, Y., "Kubad Abad Sarayı Alçı Buluntuları", *Sanat Tarihi Dergisi*, C. XXIII, S.2, İzmir 2014, s.1-11.

ARIK, R., *Selçuklu Sarayları ve Köşkleri,* Ankara 2017.

ARSLAN, M., *Anadolu'da Selçuklu Çağı Cami ve Mescit Mimarisi (Plan-Mimari-Süsleme),* Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum 2017.

BAKIRER, Ö., *Onüç ve Ondördüncü Yüzyıllarda Anadolu Mihrabları,* Ankara 1976.

BAKIRER, Ö., "Anadolu Mimarisinde Pencere Camı Kullanımına Kısa Bir Bakış", *I. Uluslararası Anadolu Cam Sanatı Sempozyumu, 26-27 Nisan 1988,* İstanbul 1990, s.70-80.

BAKIRER, Ö., "Tuğla, Ahşap ve Cam", *Selçuklu Çağında Anadolu Sanatı,* İstanbul 2002, s.291-308.

BAŞ, A.- DURSUN, Ş., "Keykubadiye Sarayı 2014 Yılı Sondaj Çalışması*", XX. Uluslararası Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (02-05 Kasım 2016),* Sakarya 2017, s.87-105.

BAŞ, T., *Anadolu Selçuklu Dönemi Konya Mahalle Mescitlerinin Restorasyon Sorunları,* Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya 2008.

BİÇER, S. A., *Konya Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulunun 21.11. 2005 gün ve 604 sayılı karar eki Aksinne Mescidi Rölöve Raporu*.

BİLİCİ, K., "Alanya-Selçuklu Sarayı Kazılarında Bulunan Alçı Bezeme Parçaları Üzerine Bazı Gözlemler", *Adalya*, S. 13, İstanbul 2010, s.405-416.

BİLİCİ, Z. K., *Anadolu Selçuklu Çağı Mirası, Mimari,* C.2, Ankara 2016.

BOZER, R.-ÇEKEN, M., *Anadolu Selçuklu Çağı Mirası, Müze Eserleri,* C.2, Ankara 2016.

ÇAYCI, A., *Anadolu Selçuklu Sanatı'nda Gezegen ve Burç Tasvirleri,* Ankara 2002.

ÇAYCI, A., "Asya'dan Anadolu'ya Uzanan Serüven: Çark-ı Felek ve Ejder Birlikteliğinin Nadir Bir Konya Örneği", *Sanatta Anadolu-Asya İlişkileri Prof.Dr. Beyhan Karamağaralı'ya Armağan,* Ankara 2006, s. 129-136.

ÇAYCI, A., *Selçuklularda Egemenlik Sembolleri,* İstanbul 2008.

ÇORUHLU, Y., *Türk Mitolojisinin Anahatları,* İstanbul 2002.

ÇORUHLU, Y., "Türk Sanatında Ejder Öldürme Sahnelerinin Sembolizmi", *Av ve Avcılık Kitabı,* (Ed. E. G. Naskali-H. O. Altun), İstanbul 2008, s. 103-130.

ÇORUHLU, Y., *Türk Sanatında Hayvan Sembolizmi*, Konya 2014.

DEMİRİZ, Y., *İslam Sanatında Geometrik Süsleme, Bir Envanter Denemesi*, İstanbul 2004.

DİLAVER, S., "Anadolu'daki Tek Kubbeli Selçuklu Mescitlerinin Mimarlık Tarihi Yönünden Önemi", *Sanat Tarihi Yıllığı*, S. IV, İstanbul 1971, s.17-25.

DURAN, R., *Selçuklu Devri Konya Yapı Kitâbeleri,* Ankara 2001, s.34.

DURSUN, N., "Tarihi Çorum Evlerinin Alçı Süslemeleri", *Karadeniz Araştırmaları*, C. XIV, S. 55, Ankara 2017, s.1-16.

DURSUN, Ş., *Anadolu Selçuklu Kervansaraylarında Süsleme*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2016.

ERDEMİR, Y., *Karatay Çini Eserleri Müzesi,* Konya 2009.

ESİN, E., "Evren, Selçuklu San'atı Evren Tasvîrinin Türk İkonografisinde Menşe'leri", *Selçuklu Araştırmaları Dergisi*, Ankara 1970, s. 161-182.

ESKİCİ, B., "Anadolu Selçuklu ve Beylikler Dönemlerinde Alçı Mihrablar", *Sanat Tarihi Dergisi*, S. XV/1, İzmir 2006, s.57-75.

GIBSON, M., "A Symbolic Khassakiyya:Representations of the Palace Guard in Murals and Stucco Sculpture", I*slamic Art, Architecture and Material Culture*, (Ed. M. S. Graves), Oxford 2012, s.81-91.

HILLENBRAND, R., *İslam Sanatı ve Mimarlığı*, (Çev. Ç. Kafescioğlu), İstanbul 2005.

KARAÇAĞ, A., *Beylikler Devri Mimarisinde Alçı Süslemeler*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya 2002.

KARAÇAĞ, A., "Alçı Sanatı", *Anadolu Selçukluları ve Beylikler Dönemi Uygarlığı*, (Ed. A. U. Peker-K. Bilici), C.2. Ankara 2006, s.493-505.

KARADUMAN, H., "Delice Selçuklu Köşkü Kurtarma Kazısı", *V. Müze Kurtarma Kazıları Semineri*, Ankara 1995, s.189-220.

KARPUZ, H., "Anadolu Selçuklu Yapılarında Çift Başlı Kartal", *Anadolu Selçuklu Şehirleri ve Uygarlığı Sempozyumu* (7-8 Ekim 2008, Bildiriler), Konya 2009, s.25-31.

KARPUZ, H., *Türk Kültür Varlıkları Envanteri Konya 42*, C. I, Ankara 2009.

KATOĞLU, M., "13. Yüzyıl Konyasında Bir Cami Grubunun Plân Tipi ve Son Cemaat Yeri", *Türk Etnografya Dergisi*, S. IX, Ankara 1967, s.81-100.

Konya Büyükşehir Belediyesi KUDEB, *Konya İl Merkezi Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıkları Envanteri*, (Haz. E. Aygör vd), Konya 2010.

KONYALI, İ. H., *Âbideleri ve Kitabeleri ile Konya Tarihi*, Konya 1964.

MEINECKE, M., *Fayencedekorationen Seldschukischer Sakralbauten in Kleinasien*, Teil I: Text und Tafeln, Tübingen 1976.

MİMİROĞLU, İ. M., "Sahip Ata Camii Mihrabındaki Lüster Çiniler", *Konya Kitabı X*, Konya 2007, s. 463-471.

OTTO-DORN, K., "Figural Stone Reliefs On Seljuk Sacred Architecture In Anatolia", *Kunst des Orients*, Vol. 12, H. 1/2, Wiesbaden 1978/79, s.103-149.

ÖNDER, M., *Mevlana Şehri Konya*, Konya 1962.

ÖNEY, G., "Anadolu Selçuk Sanatında Ejder Figürleri", *Belleten*, C. XXXIII, S. 130, Ankara 1969, s.171-192.

ÖNEY, G., "Anadolu Selçuk Mimarisinde Arslan Figürü", *Anadolu (Anatolia)*, S.13, Ankara 1971, s.1-41.

ÖNEY, G., "Anadolu Selçuk Mimarisinde Avcı Kuşlar, Tek ve Çift Başlı Kartal", *Malazgirt Armağanı*, Ankara 1993, s.139-172.

ÖNGE, Y., "Konya'da Yeni Bulunan Alçı Süslemeler", *IX. Vakıf Haftası Kitabı*, Ankara 1992, s.187-195.

ÖZAKIN, R., "Konya'da Tek Kubbeli Selçuklu Mescidleri Tarihsel Gelişimi, Mimari Özellikleri", *VII. Millî Selçuklu Kültür Ve Medeniyeti Semineri (II. Ortaçağ Ve Türk Dönemi Kazı-Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri)*, Konya 1998, s.269-287.

SARRE, F., *Konya Köşkü*, (Çev. Ş. Uzluk), Ankara 1989.

SCHNEIDER, G., *Geometrische Bauornamente der Seldschuken in Kleinasien*, Wiesbaden 1980.

ULUÇAM, A., "Bağdad - Irak Müzesi'nde Bulunan Figürlü Bir Selçuklu Mihrabı Üzerine", *I-II. Milli Selçuklu Kültür ve Medeniyeti Semineri Bildirileri*, Konya 1993, s.57-68.

ŞİMŞİR, Z., "Sarayönü Pir Hüseyin Bey Camii Mihrabı", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.37, Konya 2017, s. 175-187.

TOP, M., "Ortaçağ Türk Mimarisinde Mihrab", *Türkler*, C. 6, Ankara 2002, s. 128-146.

TURAN, Ş. N., *Türk Mimarisinde Kullanılan Kubbeye Geçiş Elemanları; 13.yy. Anadolu Selçuklu Dönemi Konya Mahalle Mescitleri Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya 2018.

UYSAL, Z., *Kubad-abad Sarayında Selçuklu Cam Sanatı*, Ankara 2013.

UZ, M. A., "Hurde Malumat – 2", *Akademik Sayfalar*, C. 17, S. 27, Konya 2017, s. 417-418.

VGM ARŞİVİ 420201071-MB001 numaralı Tapu Senedi.

YETKİN, Ş., "Anadolu Selçuklularının Mimari Süslemelerinde Büyük Selçuklulardan Gelen Bazı Etkiler", *Sanat Tarihi Yıllığı 1966-1968*, İstanbul 1968, s.36-48.

YETKİN, Ş., "Konya'da Yeni Bulunmuş Figürlü Stuko Süslemeler ve Anadolu Türk Mimarisindeki Devamı", *Sanat Tarihi Yıllığı*, S. IX-X (1979-1980), İstanbul 1981, s.353-362.

AFYON SULTANDAĞI (İSHAKLI) SAHİPATA KERVANSARAYI KÖŞK MESCİDİ

Yavuz ARAT[*]
Dicle AYDIN[*]
Mehmet UYSAL[*]
Kerim ÇINAR[*]

Kervansaraylar ya da hanlar, Anadolu Türk Ortaçağı'nın önemli yapılarındandır. Ticari yaşamın gelişmesini ve canlılığını yansıtan çok sayıda kervansaray, yolcular ve kervanların güvenle seyahat etmeleri, barınmaları için yapılmış konaklama tesisleridir. Kervansarayların ilk örnekleri, Orta Asya'da Karahanlı, Gazneli ve Büyük Selçuklular döneminde yapılmıştır. Ticaret ve güvenlik amaçlarıyla yapılan kervansaraylar, surları andıran duvarları, taç kapıları ve çeşitli hizmetleri karşılayan mekânlarıyla mimari ve tasarım bakımından orijinal yapılardır. Doğu ile batı arasında çok eski bir ulaşım güzergahını oluşturan ipek yolu, bu yapıların ortaya çıkmasına neden olmuş, bununla beraber siyasi, kültürel ve sanat etkileşimini de sağlamıştır. Sığınak, zaviye, hapishane, kale olarak da kullanılan kervansarayların asıl fonksiyonu kervan yolları üzerinde geceleri emniyeti sağlayacak menzil barınağı olmalarıdır[1].

[*] yavuzarat@erbakan.edu.tr, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Müh-Mim. Fak. Mimarlık Bölümü, Doç. Dr.
[*] dicleaydin@erbakan.edu.tr, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Müh-Mim. Fak. Mimarlık Bölümü, Prof. Dr.
[*] mehmetuysal@erbakan.edu.tr, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Müh-Mim. Fak. Mimarlık Bölümü, Prof. Dr.
[*] kerim.cinar@karatay.edu.tr, KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Prof.Dr.

[1] D. Kuban, *Selçuklu Çağında Anadolu Sanatı*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul 2002, s.231.

Kaynakça

AKALIN, Şebnem, "Anadolu Selçuklu Kervansaraylarındaki Köşk–Mescitler", *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, 1987, s.3-7.

AKOK, Mahmut, "İshaklı Kervan Sarayı", *Türk Arkeoloji Dergisi*, Sayı: XXI-I, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara 1974, s. 5-21.

ASLANAPA, Oktay, *Türk Sanatı*, Remzi Kitabevi, 2. Basım (İlk Basım 1984), İstanbul, s.170-187.

BAŞ, Ali, 1989, Beylikler Dönemi Hanları, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü (Basılmamış Doktora Tezi), Konya 1989.

BEKTAŞ, Cengiz, *Selçuklu Kervansarayları*, (The Semposium Of Practicing Tourism Buildings in Last Decade at Turkey (Papers), 6-7 April, Istanbul, 1989), s.79-87.

BAKIR, İbrahim, "Konya-Antalya Arasındaki Selçuklu Hanlarının Korunması ve Yeniden Kullanılma Olanakları" Antalya 5. Selçuklu Semineri Bildiriler ve Seçkiler, Antalya 1989, s.87-101.

ÇANTAY (GÜREŞSEVER), G., "Türkiye'de Osmanlı Devri Kervansaray Yapılarının Tipolojisi", *IX. Türk Tarih Kongresi*, C. 3., Ankara 1989, s.1381-1390.

DENKNALBANT, Ayşe, *Anadolu Selçuklu Kervansaray Mescitleri,* İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2004.

ERDMANN, Kurt., *Das Anatolische Kervansaray Des 13. Jahrhunderts*, Verlag Grbr. Mann., Berlin 1961.

ERDMANN, Kurt, ERDMANN, Hanne, *Das Anatolische Kervansaray Des 13 Jahrhunderts, Baubeschreibung-Die Ornamente II-III,* Berlin 1976.

KARPUZ, Haşim, "Sahip Ata'nın Yaptırdığı İshaklı Han", *Antalya 3. Selçuklu Semineri Bildirileri*, İstanbul 1989, s.82-90.

KARPUZ, Haşim, *Anadolu Selçuklu Mimarisi Yardımcı Ders Kitabı*, Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı, Konya 2001, s.72-92.

KARPUZ, Haşim, "Konya Kızılören Hanı", *Anadolu Selçuklu Dönemi Kervansarayları*, (Ed. Hakkı Acun), TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 2007, s.89-103.

KONYALI, İ.Hakkı, "*Abideleri ve Kitabeleri İle Niğde Aksaray Tarihi*", Cilt:I, Fatih Yayınevi Matbaası, İstanbul 1974.

KUBAN, Doğan, "*Selçuklu Çağında Anadolu Sanatı",* Yapı Kredi Yayınları

İstanbul 2002, s. 227-250.

MÜLLER, Karl, "Yakındoğu Kervansarayları", (Çev. Ali Osman Öztürk, Şahabeddin Uzluk), *İpekyolu, Konya Ticaret Odası Dergisi IV,* Konya 2001, s.123-166.

ÖGEL, Semra, *Anadolu Selçuklu Sanatı Üzerine Görüşler*, İstanbul 1986, s.93-102.

ÖNGE, Mustafa, "Zazadin Han (Sadeddin Köpek Kervansarayı)", *Anadolu Selçuklu Dönemi Kervansarayları,* (Ed. Hakkı Acun), TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara 2007, s.195-209.

ÖNGE, Yılmaz, "Anadolu Türk Mimarisinde Köşk Mescit Geleneği", *Önasya Dergisi*, Yıl: 5, C. 5, Sayı: 52, Ankara 1969, s. 7-9.

SARRE, Frederich, *Küçük Asya Seyahati 1895 Yazı,* (Çev. Dârâ Çolakoğlu), İstanbul 1998.

TURAN, Osman, "Selçuk Kervansarayları", *Belleten*, Cilt:10 Sayı:39, Türk Tarih Kurumu Yayınevi, Ankara 1946, s.471-496.

URL-1 https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/konya/gezilecekyer/kiziloren-han

URL-2 https://www.semerkanddanbosnaya.com/portfolio/zazadin-han/

URL-3 https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/afyonkarahisar/gezilecekyer/ishakli-han

UYSAL, Mehmet-AYDIN, Dicle-ÇINAR, Kerim-ARAT, Yavuz, "Afyon Sultandağı Sahip Ata Kervansarayı", *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, Konya 2006/2, s. 77-112.

YAVUZ, Ayşıl Tükel, "Anadolu'da Eşodaklı Selçuklu Hanları", *Middle East Tecnical University Faculty of Architectural Journal, METU*, Ankara 1976, s. 187-201.

YAVUZ, Ayşıl Tükel, "Anadolu Selçuklu Kervansaraylarında Mekan-İşlev İlişkisi İçinde Savunma ve Barınma", *IX. Vakıf Haftası Kitabı*, İstanbul 1992, s.253-284.

YAVUZYILMAZ, Ahmet, "Afyon'dan Konya'ya Seyyahların Gözüyle Sahip Ata Yapıları", *Uluslararası Orta Anadolu ve Akdeniz Beylikleri Tarihi, Kültürü ve Medeniyeti Sempozyumu–IV, 1-3 Aralık 2017*, Konya 2018, s.369-418.

EZİNE VE KÖYLERİNDEKİ GELENEKSEL KONUTLAR ÜZERİNE GÖZLEMLER

Zekiye UYSAL[*]

Özet

Çanakkale'ye bağlı Ezine şehri, Biga yarımadası üzerindeki en eski Türk yerleşimlerinden birisidir. Bu bölgeye 13. Yüzyılın sonlarından itibaren Danişmendli Türklerinin gelmeye başladıkları kabul edilir. Karasi beyliği zamanında iskan edilmeye başlandığı anlaşılan Ezine ve çevresi Orhan Gazi devrinde Osmanlı topraklarına katılmıştır. Osmanlı idari sisteminde Biga sancağına bağlı bir kaza merkezi hâline gelen Ezine'de dinî ve sosyal nitelikli anıt eserlerin yanında geleneksel ev örnekleri de bulunmaktadır. Bunlar plan bakımından Türk evi plan tiplerinden farklı bir düzenleme ortaya koymazlar. Ancak zaman içinde malzeme tercihlerinde ve cephe tasarımlarında arayışlar da görülür. Bunları Osmanlı ülkesindeki Batılılaşma süreciyle ilgili görmek olasıdır. Ezine ilçesinin çok sayıdaki köyünden bir kısmı, onun kadar eski bir geçmişe sahiptir. Bunların çoğunda çok sade mimariye sahip geleneksel kır yerleşmesine uygun evler görülür. Fakat kimi köylerde, kentlerdeki konaklara öykünen mimariye sahip yapılarla karşılaşılır. Alemşah köyündeki konak bunlardan birisidir. İki katlı yapıda iç sofalı plan tipi uygulanmıştır. Çıkmalı cepheye sahip eserin üst katında sofa ve baş oda, iç düzeni ve bezemeleriyle şehirlerdeki geleneksel evleri takip eder. Öte yandan Geyikli beldesindeki Mehmet Kasım Tezcan konağı, eklektik üsluptaki cephe düzeni ve dekorasyonuyla ilgi çekici bir örnektir.

Anahtar Kelimeler: Ezine, Geleneksel ev, Alemşah Konağı, Kasım Tezcan Konağı

1. Giriş

Eski adı "Ezine Pazarı" olan Ezine yöredeki en erken Türk yerleşmeleri arasındadır. Önce Karasi beyliğinin idaresi altındaki Ezine, 14. Yüzyıl ortalarına doğru Orhan Gazi devrinde Osmanlı topraklarına katılmıştır. Osman-

[*] Doç.Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü, Terzioğlu Yerleşkesi, Çanakkale.

Kaynakça

ACIOĞLU, Y., "Çanakkale'deki Osmanlı Kaleleri", *Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı*, Sayı:19, Çanakkale 2015, s.93-122.

ANONİM, *Anadolu'da Kırsal Yaşam ve Mimarlık*, ÇEKÜL Vakfı yayını, İstanbul 2015.

BOZER,R., *Kula Evleri*, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara.1988.

CHOİSEUL-GOUFFİER, *Comte de, Voyage Pittoresque de la Grèce, T.II*, Nouvelle edition, Bruxelles 1825.

CHOİSEUL-GOUFFİER, C.,*Voyage Pittoresque de la Grece, (1776),* Paris.1822.

DÜNDAR, R., "59 No.lu Tahrir Defterine Göre Biga Sancağında Yerleşim ve Nüfus", *JASS*, Vol.6, issue:2, 2013, p.1131-1167.

ELDEM, S.H., *Türk Evi Plan Tipleri*, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayını, İstanbul 1968.

GELL, W., *The Topography of Troy*, London 1804.

GÜNAY,R., *Geleneksel Safranbolu Evleri ve Oluşumu*, Kültür Bakanlığı Yayını, Ankara 1981.

İLTAR,G., "Beyşehir ve Çevresindeki Geleneksel Konutlarda Çıkma", *I. Uluslararası Beyşehir ve Yöresi Sempozyumu (11-13 Mayıs 2006, Beyşehir),* Selçuk Üniversitesi Yayını, Beyşehir 2006, s.217-230.

KARPUZ,H., *Türk İslam Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri*, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara.1984.

KUBAN,D., *Türk "Hayat"lı Evi*, Ziraat Bankası Yayını. İstanbul.1995.

KÜÇÜKERMAN,Ö., *Anadolu'daki Geleneksel Türk Evinde Mekân Organizasyonu Açısından Odalar*, Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını, İstanbul.1978.

OLCAY UÇKAN,B.Y.–UÇKAN,E., *Eskişehir Odunpazarı Evleri*, Kültür Bakanlığı Yayını, Eskişehir. 2002.

ORAL,F., *Gelibolu'da Geleneksel Konut Mimarisi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale 2006.

RHEIDT, Klaus, "Kent mi, Köy mü ?: Orta ve Geç Bizans Anadolusunda Konut ve Yerleşim", (Çev.Z. Rona), *Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut ve Yerleşme*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını, İstanbul 1996, s.221-233.

SÖZEN, M., *Türklerde Ev Kültürü*, Doğan Kitapçılık, İstanbul 2001

UYSAL, Z., "Yeşilyurt Köyü Camii", *Sanat Tarihi Dergisi*, Sayı: XIV/1, İzmir 2005, s.309-329.

UYSAL, Z., "Ezine'nin Alemşah Köyünde Tarihî Bir Konak", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, C.29, sayı:2, Ankara 2012, s.181-202.

UYSAL,A.O., "Çanakkale İli Lapseki, Biga, Çan, Bayramiç, Ayvacık, Ezine İlçelerinde Türk Dönemi Yüzey Araştırması (2010)", *29. Araştırma Sonuçları Toplantısı (23-28 Mayıs 2011, Malatya)*, C.1, Ankara 2012, s.27-49.

UYSAL,Z., "Ezine Abdurrahman (Ulu) Camii", *Ezine Değerleri Sempozyumu (ÇOMÜ, 29-30 Ağustos 2008)*, Çanakkale 2008, s.27-49.

UYSAL.A.O., "Çanakkale İli Lapseki, Biga, Çan, Bayramiç, Ayvacık ve Ezine İlçeleri Türk Dönemi 2011 Yılı Yüzey Araştırması", *30. Araştırma Sonuçları Toplantısı (28 Mayıs- 1 Haziran 2012, Hitit Üniversitesi, Çorum)*, C.1, Çorum 2013, s.31-42.

YY166 Numaralı Muhâsebe-i Vilâyet-i Anadolu Defteri (837/1530), Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.1995.

SAHTE HABER

NEdir? **NEDEN** üretilir? **NEREDE** ve
NE ZAMAN dolaşıma sokulur? **NASIL** yayılır?
KİM yapar?

Doç. Dr. Mete KAZAZ
Dr. Selman Selim AKYÜZ

LİTERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

Acar, D. Ş. (2006), Siyasal Kültür-İdeoloji-Medya Bağlamında, Ulusal Gazetelerin 2002 Genel Seçimleri Öncesi Gündem Oluşturan Siyasi Nitelikli Haberleri Üzerine Betimleyici Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Kütahya.

Allcott, H. ve Gentzkow, M. (2017), *Social Media and Fake News in the 2016 Election,* Journal of Economic Perspectives, 31 (2): 211-36.

Alioğlu, N. (2013), Genel İletişim, Sosyal Medya ve Sanat Pazarı, Çizgi Kitabevi, Konya.

Arsan, E. ve Çoban, S. (2014), *Medya ve İktidar – hegemonya, statüko, direniş-,* İstanbul: Doğa Basın Yayın.

Atabek, N. (1998), *Medya Gündeminin Oluşumu*, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi, Sayı: 15, Sayfa: 20-32, Eskişehir.

Atabek, N. ve Uztuğ, F. (1998), Haberde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Derg, 15 Eskişehir.

Aydın, F. B. (2013), *Haber Söyleminde Siyasal Etki ve İdeoloji: 2002 ve 2011 Genel Seçimlerinin Karşılaştırmalı Analizi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Konya.

Avluoğlu, P. (2017), Geleneksel Medya ve Yeni Medya, dijitalmedyauzmanliği.com. http://dijitalmedyauzmanligi.com/yeni-medya/geleneksel-medya-ve-yeni/, (Erişim Tarihi:10.06.2018).

Aytaş, M. (2016), "*Ağ Toplumu ve Dijital Medyada Ontoloji, Zaman/Mekân Kavramlarını Yeniden Okumak*", Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 37, Aralık,s. 399-409, Doi Number: http://Dx.Doi.Org/10.16992/Asos.11701

Banko, M. ve Babaoğlan, A. R. (2013), *Gezi Parkı Sürecinde Dijital Vatandaşın Etkisi*, Gezi Parkı Kitabı, http://www.geziparkikitabi.com

Bora, T. & Erdoğan, N. (2005), *"Zenginlik: 'Zengin' Bir Araştırma Gündemi, 'Yoksul' Bir Literatür"*, Toplum ve Bilim Dergisi, sayı:104, s:3-12, İstanbul.

Boztepe, V. (2015), *Bir Sosyal Dışlanma Biçimi Olarak Yoksulluğun Türkiye'deki Televizyon Haberlerine Yansımaları,* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo TV ve Sinema Anabilim Dalı, Radyo TV Bilim Dalı, İstanbul.

Bronner, G. (2018), Kim Daha Motive? İnternet neden komplo teorilerinden geçilmez hâle geldi? Çeviri: İlker Kocael, https://twitter.com/ckonusmalar

Çoban, M. (2009), *Egemen Söylemin Yeniden Üretilmesinde Haber Çerçeveleme: Kanal D ve STV Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Radyo Televizyon Bilim Dalı, Konya.

Değirmenci, N. (2010), *Medya ve Demokrasi: Türkiye'de Siyasal İktidar-Toplum İlişkisinde Medyanın Rolü,* Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir.

Devran, Y. (2010), *Haber Söylem İdeoloji,* İstanbul: Başlık Yayıncılık.

Dilmen, N. E. (2007), *Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde Internet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları,* Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 12, Ocak 2007, İstanbul.

Dursun, Ç. (2001), *Televizyon Haberlerinde İdeoloji,* Ankara: İmge Kitabevi.

Dursun, O. (2009), Basında İdeolojinin Oluşumu ve Haber Üretim Sürecine Etkisi (Örnek Olay: Danıştay'ın Türban Kararı ve Danıştay Saldırısı), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Ankara.

Duruoğlu, T. (2003),*"Haber Yapmada İdeoloji Etkeni: 11 Eylül Terör Olayı Örneği Üzerine Bir İnceleme",* Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Ankara.

Eagleton, T. (2011), *İdeoloji*, Muttalip Özcan (Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005), *"Popüler Kültür ve İletişim"*, Ankara: Erk Yayınları.

Elpeze Eergeç, N. (2005), *Amerika'nın Irak'a Müdahalesine İlişkin Televizyon Haberlerinin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi,* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 5 (1), Sayfa: 51-74.

Fiske, J. (2014), *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Süleyman İrvan (Çev.), Ankara: Pharmakon Yayınevi.

Gezgin, S. (2000), Elektronik Medya Paneli Açış Konuşması, 14 Nisan 2000, http://www. istanbul.edu.tr/iletim/66/haber/haf.htm, (Erişim Tarihi:10.02.2017).

Greenwald, G. (2014), How Covert Agents Infiltrate the Internet to Manipulate, Deceive and Destroy Reputation, https://theintercept.com (Erişim Tarihi:13.03.2017).

Gökçe, O. (1995), "İçerik Çözümlemesi", Selçuk Üniversitesi Basımevi, Konya.

Göker, G.ve Keskin, S. (2015), *Haber Medyası ve Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili,* İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 41.

Gürcan H. İ. ve Birsen H. (2000), Haberin İnternette Yeni Bir Görünümü: Portallarda Haber, 6. İnternet Konferansı, İstanbul.

Gürcan, H.İ. (1999), Sanal Gazetecilik, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

İşliyen, M. (2010), *Yerel Basında İdeolojik Söylem (1919-1920 Konya Basını Örneği)*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Konya.

Kanca, Y. Ö. (2009), *Türkiye'deki Gazetelerde Dış Kaynaklı Haberlerin Çevirisinde İdeolojik Yaklaşımlar,* İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çeviribilim Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Kaplan, K. & Ertürk, N. (2012), *"Dijital Çağ ve Bireyin İdeolojik Aygıtları",* The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC, cilt:2, sayı:4, s:6-12.

Karaduman, S. (2009), Televizyon Haberlerinde Egemen İdeoloji ve Farklı Kimliklerin Temsili, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Kaya, A.Y. (2002), Dünya'da ve Türkiye'de Basının Gelişimi ile Türk Basınında Sporun Haber Öğeleri Açısından İncelenmesi, Selçuk İletişim Dergisi, 2 (3), 161-167.

Kazancı, M. (2002), Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 55–87

Kınık, A.M. (2013), Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı, Çizgi Kitabevi, İstanbul.

Kuşay, Z. (2010), Sosyal Medyanın Gücü ve Uygulama Örnekleri, Alfa Yayınları, İstanbul.

Kovacı, P. (2016), *Femen ve LGBTİ Gruplarının Televizyon Haberlerinde Temsili,* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Sinema ve Televizyon Ana Bilim Dalı, Radyo Sinema ve Televizyon Bilim Dalı, Konya.

Odyakmaz Acar, N. (2013), *Özgürlük Alanı Olarak Sunulan Sosyal Medya ve Taksim Gezi Parkı Eylemleri,* Akdeniz İletişim Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 20, Aralık 2013.

Oktay, A. (1996), *"80'lerde Türkiye'de Kültürel Değişim",* Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt:13, İstanbul: İletişim Yayınları, s:822-825.

Olgun, C. K. (2009), *Ana Haber Bültenlerinde İdeoloji ve Söylem: NTV ve Show TV Karşılaştırması,* Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Ankara.

Özçağlayan, M. ve Apak, D. (2017), *Soğuk Savaş Yıllarında Algı Yönetimi, Haber ve Propaganda İlişkisi,* Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 28, Sayfa: 107-130.

Özer, Ö. (2012), *"Haberin İdeolojik Duruşu: Eğitim-Sen Eyleminin Türk Basınında Temsili",* Özer Ömer (ed.), Haberi Eleştirmek, (s.121-161) içinde. Konya: Literatürk Yayınları.

Özer, Ö. (2011), Haber Söylem İdeoloji, Literatürk Yayınları, Konya.

Özer, Ö. (2009), Eleştirel Haber Çözümlemeleri, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, Eskişehir.

Riley, C.M. ve ark. (2004), The Case of Online Newspapers and the Web, http://medyakronik. com/akademi/makaleler/makaleler22.htm, (Erişim Tarihi:13.03.2017).

Roeder, O. (2018), Why We're Sharing 3 Million Russian Troll Tweets.
https://fivethirtyeight.com/features/why-were-sharing-3-million-russian-troll-tweets/

Scheufele, D. A. (1999), Framing as a Theory of Media Effects, Journal of Communication, http://www.asc.upenn.edu/usr/ogandy/C45405%20 resources/Scheufele%20 framing20as%20effects.pdf, 15.09.2013.

Schlapp, H. (1997), Gazeteciliğe Giriş, Işık Aygün (çev), Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara.

Silverman, C. ve Tsubaki, R. (2017), *Bir Doğrulama Süreci ve Kontrol Listesi Oluşturmak,* Doğrulama El Kitabı, Editör: Craig Silverman, Türkçe Yayın Editörü: Mehmet Atakan Foça, İstanbul.

Şeker, M. (2004), *Özel Televizyonlarda Haberin Seçimi ve Yapılandırılması (NTV, ATV ve Show TV Örneği),* Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Terkan, B. (2005), Gündem Belirleme. Medya ve Siyasal Gündem Üzerine Bir Çalışma, Tablet Yayınevi, Konya.

Tokgöz, O. (1994), Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Topbaş, H. ve Işık, U. (2014), *Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Parkı Eylemleri ve Soysal Medya,* Birey ve Toplum Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 7.

Ural, O.A. (2009), *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Bağlamında Medya ve Siyaset İlişkisi,* İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Uzunoğlu, S. (2016), *Post-truth nedir? Bu sirkte yaşamaya mecbur muyuz?*, https://journo.com.tr/post-truth-nedir (Erişim Tarihi: 05.05.2018 - 16.30)

Yılmaz, T. (2016), *Kolektif Temsillerin Televizyon Haberlerinde Yeniden İnşası,* Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Erzurum.

Yaylagül, L. (2010), Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Ankara: Dipnot Yayınları.

Yaylagül, L. (2009), *"Popüler Kültür ve İkonları: İbrahim Tatlıses Örneği",* Karakoç Enderhan (ed.), Medya ve Popüler Kültür: Eleştirel Bir Yaklaşım, (s.189-214) içinde. Konya: Literatürk Yayınları.

Yurdigül, A. (2014), *Olumsuz Olayların Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Sunumu: "Soma Faciası" Üzerine Bir İnceleme Çalışması*, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Sayı 4, Cilt 2.

Yüksel E. ve Gürcan H.İ. (2005), Haber Toplama ve Yazma, Tablet Kitabevi, Konya.

Yüksel, Y. (2008), Polisin Parlayan İmajı ve Medya, ttp://www.isref.org/index.php?pid=43&page=view&id=798,

Raporlar

Türkiye İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri-2017

http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/

İnternet

https://www.theguardian.com/world/2015/apr/02/putin-kremlin-inside-russian-troll-house (Erişim Tarihi: 05.04.2018)

https://www.atlashaber.com/2017/07/14/peki-nedir-bu-fake-news/

https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce/media (Erişim Tarihi: 21.03.2018)

http://www.bbc.com/turkce/haberler-42479796 (Erişim Tarihi: 11.07.2018)

https://teyit.org/arastirmaya-gore-yanlis-haber-gerceklerden-daha-hizli-yayiliyor/ (Erişim Tarihi: 03.03.2018)

http://www.sciencemag.org/news/2018/03/fake-news-spreads-faster-true-news-twitter-thanks-people-not-bots Erişim Tarihi: (13.03.2018)

https://www.reuters.com/article/us-usa-russia-energy/russians-used-social-media-to-stir-divisions-on-u-s-energy-policy-lawmakers-idUSKCN1GD6E3?feedType=RSS&feedName=topNews&utm_source=twitter&utm_medium=Social Erişim Tarihi: 17.05.2018)

https://medium.com/teyit/facebook-turkiyede-yalan-haberle-mucadeleyi-gundemine-almali-32c6f1e356fc (Erişim Tarihi: 10.04.2018)

https://www.dw.com/tr/ab-yalan-haberle-mücadeleyi-sertleştiriyor/a-37307444 (Erişim Tarihi: 28.06.2018)

https://tr.sputniknews.com/karikatur/201804261033198282-macron-abd-fransa-demokrasi-fake-haber-mucadele/ (Erişim Tarihi: 14.03.2018)

https://www.haberturk.com/tv/gundem/video/mit-sosyal-medyayi-takip-etmiyoruz/92435 (Erişim Tarihi: 16.03.2018)

https://www.aksam.com.tr/siyaset/3lu-hain-cetesinden-c2-acizlik-oyunu/haber-543213 (Erişim Tarihi: 21.08.2018)

JAPONCA
DEYİMLER SÖZLÜĞÜ

Okan Haluk AKBAY

LİTERATÜRK
academia

CAMBAZIN ARZUSU

KAPİTALİZMİN KARANLIK YÜZÜNÜN ANLATISI

Oktay EMLİK

LİTERATÜRK
academia

TEMASTA KALINANLAR...

1) Hatipler, Mustafa (2017), "Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 34, e-dergi
2) Kara, Tolga (2014), "KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KAVRAMI ÇERÇEVESİNDE MEDYA ÜRÜNLERİ: ELEŞTİREL YAKLAŞIM", The Turkish Online Journal of Design Art and Communication Dergisi (Tojdac), e-dergi
3) Yanıklar, Cengiz (2010), "Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma, C.U Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 34, sayı: 1, Sivas
4) Koç, Cansu (2015), "NEOLİBERALİZMDE DEVLET VE KAMUSAL ALAN ÜZERİNE BİR BAKIŞ", Türkiye Barolar Birliği Dergisi, sayı: 117, e-dergi
5) Osmanlı ve Kaya, Umut ve Sevde (2014), "PÜRİTANİZM'DEN HEDONİZM'E DEĞİŞEN BOŞ ZAMAN KAVRAMI", Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar Dergisi, e-dergi
6) Çoşgun, Melek (2012), "POPÜLER KÜLTÜR VE TÜKETİM TOPLUMU", Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, sayı: 1, Batman
7) Taylan ve Arklan, Hasan Hüseyin ve Ümit (2008), "MEDYA VE KÜLTÜR: KÜLTÜRÜN MEDYA ARACILIĞIYLA KÜRESELLEŞMESİ", Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 10, sayı: 1
8) Boz, Hayati Avcı (1999), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, cilt: 32, sayı: 1, Ankara
9) Tutan, Ufuk (2010), "KAPİTALİST ÜRETİM SÜRECİNDE ÜRETİM iLE TÜKETİM DENGESİZLİĞİNE TARİHSEL VE TEORİK YAKLAŞIMLAR", Ege Akademik Bakış Dergisi, cilt: 10, sayı: 3, İzmir
10) Özdemir, Şennur (2008), "KARŞILAŞTIRMALI BİR PERSPEKTİFTEN KAPİTALİZM VE KÜLTÜR", İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, cilt: 3, sayı: 17, İstanbul
11) Aydoğan, Filiz (2009), "TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN GÖLGESİNDE KENTLER", Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi, cilt: 17, sayı: 2, İstanbul
12) Ertuna, Özer (2010), "Yeni Bir Kapitalizme Doğru", Muhasebe ve Finansman Dergisi, sayı: 45, Bursa

13) Şen, Bülent (2008), "Küreselleşme: Anlamlar ve Söylemler", Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi, sayı: 18, Isparta

14) Ersoy, Ersan (2008), "TARİHSEL KAPİTALİZMDEN GÜNCEL KAPİTALİZME KÜRESELLEŞME", Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Araştırmaları Dizini, cilt: 7, sayı: 1, Elazığ

15) Özüçetin, Yaşar (2017), "KÜRESELLEŞME VE KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA KÜLTÜRLER", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt: 10, sayı: 51, Samsun

16) Tanrıöver ve Kırlı, Oylum ve Serkan (2015), "GLOBAL KÖY VE KÜLTÜREL EMPERYALİZM: KÜRESELLEŞME BAĞLAMINDA ENFORMASYON TOPLUMUNA BAKIŞ", E-journal of intermedia (İstanbul Ticaret Üniversitesi), cilt: 2, sayı: 2, İstanbul

17) Olgun, Hülya Biçer (2017), "JURGEN HABERMAS, HANNAH ARENDT VE RICHARD SENNETT'İN KAMUSAL ALAN YAKLAŞIMLARI", Sosyoojik Düşün Dergisi, cilt: 2 sayı: 1, DergiPark

18) Aydın, M. Kemal (2006), "Düşüncenin Tarihselliği ve Emperyalizm Üzerine", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 13, e-dergi

19) Birol, Özlem Hiç (2013), "KLASİKLER, MARX, KEYNES VE SONRASI: LAISSEZ FAIRE LİBERALİZMİNDEN GÜNÜMÜZ PİYASA EKONOMİSİNE", Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 15, sayı: 1, Edirne

20) Robinson, William I. (2002), "Küresel Kapitalizm ve Ulusötesi Kapitalist Hegemonya: Kuramsal Notlar ve Görgül Deliller", Praksis Dört Aylık Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 8, Ankara çeviri: Erdem Türközü

21) Aytaç, Ömer (2004), "KAPİTALİZM VE HEGEMONYA İLİŞKİLERİ BAĞLAMINDA BOŞ ZAMAN", C.U Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 28, sayı: 2, Sivas

22) Gençoğlu, Aylin Yonca (2013), "TİCARİ KAPİTALİZMDEN SANAYİ KAPİTALİZMİNE: MERKANTALİZM, LİBERALİZM VE MARKSİZM", Toplum Bilimleri Dergisi, cilt: 7, sayı: 14, Elazığ

23) Şan ve Hira, "Mustafa Kemal ve İsmail (2004), "Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 8, e-dergi

24) Sucu, İpek (2011), "Gözetim Toplumunun Karşı Ütopya Yüzü: İktidar Güçleri ve Ötekiler", Atatürk İletişim Dergisi, sayı: 2, Erzurum

25) Kula, Nesrin (2012), "Tv Dizileriyle Yeniden Üretilen Tüketim Kültürü", Tarih, Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, cilt: 1, sayı: 4, Karabük

26) Şentürk, Ünal (2008), "MODERN KONTROL: TÜKETİM", C.U Sosyal Bilimler Dergisi, cilt. 32, sayı: 2, Sivas

27) Aydın, M. Kemal (2012), "Kapitalizm Neden Vazgeçilmezdir?", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 34, e-dergi

28) Duman, Zeki (2016), "TÜKETİMCİ KAPİTALİZMİN VE TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN ELEŞTİRİSİ", Sosyoloji Dergisi, sayı: 33, DergiPark

29) Parlak, Zeki (1999), "Yeniden Yapılanma ve Post-Fordist Paradigmalar", Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı: 1, e-dergi

30) Babacan ve Onat, Muazzez ve Ferah (2002), "POSTMODERN PAZARLAMA PERSPEKTİFİ" Ege Akademik Bakış Dergisi, cilt: 2, sayı: 1, İzmir

31) Dağ, Halil (2013), "Kapitalizmin Devlet Sistemi ve Değişimi", Kent Akademisi Dergisi, cilt: 6, sayı: 3, e-dergi

32) Daldal, Şule (2009), "Kapitalizmin Bütünsel Bir Analizi: John Maynard Keynes", Toplum ve Demokrasi Dergisi, cilt: 3, sayı: 6-7, Mersin

33) Yılmaz, Mehmet Barış (2013), "KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE HABERDE MANİPÜLASYON ÖRNEK OLAY: ABD-IRAK SAVAŞI", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, cilt: 2, sayı: 1, Gümüşhane

34) Senemoğlu, Olkan (2017), "Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz", İnsan ve İnsan Dergisi, sayı: 12, e-dergi

35) Bilgili, Can (2005), "Medya(nın) Ekonomisi ve Medya Ürününe Etki Biçimleri", Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, sayı: 3, İstanbul

36) Özmakas, Utku (2015), "İnsan sermayesinin kaynağı: Maddi olmayan emek", Toplum ve Bilim Dergisi, sayı: 135, İstanbul

37) Demirel ve Yeğen, Songül ve Ceren (2015), "Tüketim, Postmodernizim ve Kapitalizm Örgüsü", İlef Dergisi, cilt: 2, sayı: 1, Ankara

38) Avar, Banu (2016), Zemberek, 10. Basım, Remzi Kitapevi, İstanbul

39) Klein, Naomi (2000), No Logo, 2. Basım, Bilgi Yayınevi, İstanbul

40) Çoban, Savaş, "Gramsci, Hegemonya ve Kapitalizm", www.academia.edu.tr

41) Özgen, İpek, "Tüketim Kültürü ve Medyada Güzellik Söylemi: Bir Alımlama Çalışması", globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr

42) Şahin, Çağatay Edgücan, "Tüketim Toplumu: Mükemmele Evrilen Politika", www.researchgate.net

43) Bayhan, Vehbi, "HEDONİST VE PÜRİTAN ETİK SARMALINDA POSTMODERN GENÇLİK", www.ayk.gov.tr

44) Saklı, Ali Rıza, "KAPİTALİST GELİŞİM SÜRECİNDE FORDİZM VE POSTFORDİZM", www.ses.org.tr

45) Özgür ve Özel, Gökçer ve Hüseyin, "KAPİTALİZM, KÜRESELLEŞME VE YERELLEŞME: SERMAYENİN GERÇEK BOYUNDURUĞU", www.ses.org.tr

46) Çoban, Barış, "YENİ EMPERYALİZM ÇAĞINDA YENİ MEDYA: KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYA ELEŞTİRİSİ", www.academia.edu.tr
47) Erdoğan, İrfan, "GERBNER''İN EKME TEZİ VE ANLATTIĞI ÖYKÜLER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME", www.irfanerdoğan.com
48) Açıkgöz, Muharrem, "Kültür Endüstrisi", www.academia.edu.tr
49) http://www.focusdergisi.com.tr/bilim_insanlari/1000_yilin_dahileri/00214, Erişim: 2019
50) http://ayrintidergi.com.tr/post-endustriyel-toplumdan-ag-toplumuna-gecis-ve-otesi-enformasyon-toplumu-teorisinin-siyasi-baglami-ve-mevcut-krizi, Erişim: 2019
51) http://www.serenti.org/kara-persembe-1929-dunya-ekonomik-bunalimi-nasil-basladi, Erişim: 2018
52) http://www.serenti.org/fransiz-devriminin-demokratik-degerleri-2/?-fbclid=IwAR0GJzsA23B5O8F_Vs1lJFl1gQVlwuoRJWk9IGdBLjKpNn-Pd0clw5LxhD1M, Erişim: 2019
53) https://www.ozgurlukdunyasi.org/arsiv/367-sayi-251/1457-kapitalizm-ve-savas, Erişim: 2018
54) https://ozgurlukdunyasi.org/arsiv/24-sayi-197/200-keynes-ve-keynescilik-nedir, Erişim: 2019
55) http://ankaenstitusu.com/kulturel-emperyalizm-mi-globallesme-mi, Erişim: 2019
56) http://www.filozof.net/Turkce/tarih/827-kultur-emperyalizmi-nedir-tanimi-aciklamasi-dunyada-turkiyede-kultur-emperyalizmi-tarihi-kultur-emperyalizminde-egitim-kolej-yabanci-okullar-kultur-emperyalizmi-satilik-aydinlar-kultur-emperyalizmi-yontem-metodlari-doguda-osmanlida-kultur-emperyalizmi.html, Erişim: 2018
57) https://www.evrensel.net/haber/363037/kuresellesme-ve-neoliberal-tablo, Erişim: 2018
58) http://www.dunyaninyerlileri.com/oznellik-ve-kriz-kapitalist-krizin-mekanizmalari, Erişim: 2018
59) https://m.bianet.org/biamag/siyaset/17244-kapitalizm-emperyalizmdir, Erişim: 2018
60) https://paratic.com/kapitalizm-nedir-tarihi-ilkeleri-ve-kapitalist-sistem, Erişim: 2017
61) https://www.youtube.com/watch?v=eEjs3dGCke0, Erişim: 2018
62) https://www.youtube.com/watch?v=-Bx6DYGimy4&t=1685s, Erişim: 2019
63) https://www.youtube.com/watch?v=5K2UXKCL3ac, Erişim: 2019

64) https://www.youtube.com/watch?v=qyMNah3TUTg&t=1520s, Erişim: 2019
65) https://www.youtube.com/watch?v=2m8rQykLWoM, Erişim: 2019
66) https://www.youtube.com/watch?v=GYwyBC5XfFQ&t=10784s, Erişim 2019
67) https://www.youtube.com/watch?v=vNEF8Vw0tSM, Erişim: 2019
68) https://twitter.com/sevil_atasoy/status/443534988148215808, Erişim: 2019

BELGESEL SİNEMADA SİNEMATOGRAFİ VE GERÇEKLİK

KURAMSAL BİR İNCELEME: SUHA ARIN BELGESELLERİ

Şenol ÇÖM

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Adalı, Bilgin (1986). Belgesel Sinema, Belgesel Sinemanın Doğuşu, İngiliz Belge Okulu, Türk Belgesel Sineması (1.Baskı). İstanbul: Hil Yayınevi.

Adanır, Oğuz (2003). Sinemada Anlam ve Anlatım (2.Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları.

Aitken, Ian (2001). European Film Theory and Cinema, A Critical Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Aitken, Ian (2016) The British Official Film in South-East Asia, Malaya/Malaysia, Singapore and Hong Kong. London: Macmillan Publishers Ltd.

Akçura, Gökhan (1995). Aile Boyu Sinema (1.Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Alkan, M. Ethem, (Mart, -1973) Eyüboğlu'nun Sinemacı Yönü, Yeni Ufuklar Dergisi. 234. Sayı. 175-177.

Altunay, Alper (2004). Mekanik Sanattan Elektronik Sanata Geçiş ve Video Sanatı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Yayınları, No:54.

Ankaralıgil, Nazım (2015). Çözümleme ve Örneklerler Sinemada Görüntü Düzenleme (1.Baskı). Konya: Literatürk Academia.

Arın, Reha (2008) Belgesel ve Müzik (Editör: Uğur Kutay). Belgesel Sinema. İstanbul: BSM Yayınları. 254-261

Arın, Suha (1996) Gençlere Çoktan Seçmeli Bir Test (Hazırlayan: Süleymâ Murat Dinçer). Türk Sinemasında Kısa Film, Kurmaca Belgesel ve Canlandırma Sineması Üzerine Bir Soruşturma. Dünya Kitle İletişimi Araştırma Vakfı Kiv Yayıncılık. 40-55

Aristototeles, (2012). Poetika, (Çeviri: Emir Aktan). Ankara: Alter Yayıncılık.

Armes, Roy (Kış, 2003) Flaherty ve Sinema Düşüncesi, (Çeviren: Zeynep Özen). Belgesel Sinema, İstanbul: Sayı: 2, 66-70.

Armes, Roy (2011) Sinema ve Gerçekçilik, Tarihsel Bir İnceleme (Çeviren: Zeynep Özen Barkot). İstanbul: Doruk Yayımcılık.

Arnheim, Rudolf (2010). Sanat Olarak Sinema, (Türkçeleştiren: Rabia Ünal Tamdoğan). İstanbul: Hil Yayın.

Aufderheide, Patricia (2007). Documentary Film, A Very Short Introduction, New York: Oxford University Press.

Aytekin, Hakan (2008) Suha Arın Sinemasında İnsan, Mekân, Zaman (Editör: Uğur Kutay). Belgesel Sinema. İstanbul: BSM Yayınları. 235-253

Aytekin, Hakan (2013) Türkiye'de Toplumsal Değişme ve ve Belgesel Sinema, Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Aytekin, Hakan (2017). Türkiye'de Toplumsal Değişme ve Belgesel Sinema (1.Baskı). İstanbul: BSB Yayınları.

Aytekin, Hakan (2018). Belgesel Sinemacı Bir Parhesiastes Olabilir mi? "Hakikati Söylemek" Üzerinden Türkiye'de Belgesel Sinema Tarihine Bir Bakış. Sinefilezofi, Cilt 3 (Sayı 5) 47.

Balkaya, Füsun (1993). Türkiye'de Belgesel Film Çalışmaları. Ankara: Basım&Grafik Matbaacılık.

Barrett, Terry (2014). Sanatı Eleştirmek (2.Baskı). (Çeviren: Gökçe Metin). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Barsam Richard Meran (1973). Nonfiction Film, A Critical History, Foreword by Richard Dyeer MacCann, London, George Allen&Unwin Ltd.

Bakır, Burak (2008). Sinema ve Psikanaliz (1.Baskı). İstanbul: Hayalet Kitap.

Bazin, Andre (2000). Sinema Nedir (1.Baskı). (Çeviren: İbrahim Şener). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

Beattie, Keith (2004) Documentary Screens, Non-Fiction Film and Television (First Published) New York: Palgrave Macmillan.

Betton, Gerrard (1990). Sinema Tarihi (Çeviren: Şirin Tekeli) İstanbul, İletişim Yayınları.

Bonitzer, Pascal (1995). Bakış ve Ses (Çeviren: İzzet Yaşar). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bonitzer, Pascal (2006). Kör Alan ve Dekadrajlar (Çeviren: İzzet Yasar). İstanbul: Metis Yayınları.

Bordwell, David ve Thompson, Kristin (2012). Film Sanatı, Film Art: Introduction 9th. Edition (Çevirenler: Ertan Yılmaz, Emrah Suat Onat). Ankara: De Ki Basım Yayım.

Brown, Blain (2008). Sinematografi, Kuram ve Uygulama (Çeviren: Selçuk Taylaner). İstanbul: Hil Yayın.

Büker, Seçil (2010). Sinemada Anlat Yaratma (1.Baskı). İstanbul: Hayalbaz Kitap.

Can, Aytekin (2005) Kısa Film (Birinci Basım) Konya: Tablet Kitabevi.

Can, Aytekin, Esen, Halim (2008) Kısa Filmde Ritm, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı:19. 153-165.

Cassirer, Ernst (1997) İnsan Üstüne Bir Deneme (Çeviren: Necla Arat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Canıklıgil, İlker (2007) Dijital Video ile Sinema (1.Baskı). İstanbul: Pusula Yayıncılık.

Cereci, Sedat (1997) Belgesel Sinema (Editör: A. Ali Uyar). İstanbul: Şule Yayınları.

Chandler, Gael (2011). Film Kurgusu (Çeviren: Bahar Şimşek). İstanbul: Malatya Kayısı Araştırma ve Geliştirme ve Tanıtma Vakfı.

Chatmann, Seymour (2008). Öykü ve Söylem, Filmde ve Kurmacada Anlatı Yapısı. (Çeviren: Özgür Yaren). Ankara: De Ki Basım Yayım.

Çakıcı, Gülçin (2007). Suha Arın Belgesellerinde İnsan-Mekân İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çalapala, Rakım (2009) Türkiye'de Filmcilik. Kebikeç Dergisi, Sinema'nın Doğuşu II. 28.sayı. İstanbul. 103-112.

Çölgeçen, Avcı, Berrin (2006). Yaşamı ve Belgeselleriyle Suha Arın (Birinci Baskı) Konya: Tablet Yayınları.

Çölgeçen, Avcı Berrin (2008) Belgesel, Sansür ve Suha Arın. (Editör: Uğur Kutay) Belgesel Sinema. İstanbul: BSB Yayınları. 213-226.

Demir, Yalçın (1994). Filmde Zaman ve Mekân (1.Baskı) Eskişehir: Turkuaz Yayınları.

Dilmen, Güngör (Mart-1973). Sabahattin Eyüboğlu ve Anadolu. Yeni Ufuklar Dergisi, 234. Sayı. 134-135

Dixson Wheeler W, Foster Gwendolyn A. (2008) A Short History of Film, New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Erdoğan, Şenol (2011). Sinema Manifestoları, Sinemadan Videoya Görüntünün Yazılı Tarihi (3.Baskı) İstanbul: Altıkırkbeş Yayın.

Erhat, Azra (Mart-1973). Sabahattin Eyüboğlu. Yeni Ufuklar Dergisi. 234. Sayı. 22-26.

Ersümer, O. Ayşen (2013). Klasik Anlatı Sineması (1.Baskı). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Esen, Kuyucak Şükran (2002). Sinemamızda Bir "Auteur" Ömer Kavur (1.Baskı). İstanbul: Alfa Kitabevi.

Esslin Martin (1996). Dram Sanatının Alanı (Çeviren: Özdemir Nutku). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Evren, Burçak (2006) İlk Türk Filmleri, İstanbul: Es Yayınları.

Evren, Burçak (2014). Bir Filmin Serüveni*:* Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı. İstanbul: Malatya Uluslararası Film Festivali Yayınları.

Evren, Burçak ve Marian, Tutui (2015) Sinemada Tarih Yazımı. Söyleşi (Derleyen: Barış Saydam). İstanbul: Uluslararası Boğaziçi Sinema Derneği.

Foucault, Michel (2012) Doğruyu Söylemek, (3.Baskı) (Çeviren: Kerem Eksen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Freund, Gisele (2008). Fotoğraf ve Toplum (2.Baskı). (Çeviren: Şule Demirkol). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Foss, Bob (2009). Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji (Çeviren: Mustafa K. Gerçeker). İstanbul: Hayalbaz Kitap.

Gianvito, John (2009). Şiirsel Sinema- Andrey Tarkovski (I. Baskı). (Çeviren: Ebru Kılıç) İstanbul: Agora Kitaplığı.

Gökçe, Gürol (1997) Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği (1.Baskı). İstanbul: Der Yayınları.

Gönen, Metin (2004). Paradoksal Sanat Sinema (1.Baskı). İstanbul: Es Yayınları.

Güchan, Gülseren (1999). Görüntü Sineması, Görüntü ve İdeoloji, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları; No:34.

Gündeş, Simten (1998). Belgesel Filmin Yapısal Gelişimi (1.Baskı). İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Gündeş, Simten (2003). Film Olgusu Kuram ve Uygulayım Yaklaşımları. İstanbul: İnkılâp Yayınevi.

Güngör, A. Şefik (Kış, 2003) Gerçeğin Ağırlığı. (Editör: Uğur Kutay) Belgesel Sinema. BSM Yayınları. İstanbul: Sayı 2. 94-95.

Güngör, A. Şefik (1994) Sinemada Görüntü Yönetmeni (1.Baskı). Ankara: Kitle Yayıncılık

Güngör, A. Şefik (2014). Sinema Dili, Beyaz Perdeyi Yaratanlar (Editör: Selahattin Yıldız). İstanbul: Su Yayınları. 119-169.

Hicks, Jeremy (2007). Dziga Vertov, Defining Documentary Film. London-Newyork: I.B. Tauris.

Hunt, R. Edgar, Marland, John, Marland ve Rawle, Steven (2012). Film Dili. (Çeviren: Senem Aytaç). İstanbul: Literatür Yayınları.

Indıck, William (2007). Senaryo Yazarları İçin Psikoloji (Çeviri: Yeliz Taşkan-Ertan Yılmaz) İstanbul: +1 Kitap.

Jacobs, Lewis (1994) Zaman ve Mekânın Anlatımı. (Hazırlayan: Yalçın Demir). Sinemada Zaman ve Mekân. Eskişehir: Turkuaz Yayıncılık, 35-46.

Kabadayı, Lale (2013). Film Eleştirisi, Kuramsal Çerçeve ve Sinemamızdan Örnek Çözümlemeler (1.Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kaplanoğlu, Semih (2010) Yusuf'un Rüyası (Söyleşi: Uygar Şirin). İstanbul: Timaş Yayınları.

Kasım, Metin (2013). Reklam Fotoğrafçılığı (2.Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi

Kılıç, Levend (2003). Görüntü Estetiği (4.Baskı). Ankara: İnkılâp Yayınları. Kılıç, Levend (2008). Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi (1.Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.

Koca, Serhat (2018). Yeni Türk Sinemasında Biçem, Anlatının ve Stilistik Yapının Düzenlenmesi (1.Baskı). Konya: Literatürk Academia.

Korz, Michael (2011). Senaryoda Diyalog (Türkçesi Gonca Gülbey). İstanbul: Altıkırkbeş Yayıncılık.

Kracauer, Siegfried (2015). Film Teorisi (1.Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.

Kutay, Uğur (2009). Gerçeği Öldüren Kamera, Belgesel. İstanbul: Es Yayınları.

Kutay, Uğur (2016). Gerçeklik Krizi ve Belgesel Sinema. İstanbul: Es Yayınları.

Küçükcan, Ufuk., Kesim, Mehmet., Cemiloğlu Meltem, A. ve Altunay, Alper (2013). Film ve Videonun Kullanımlar Tarihi. (Editör: Feyyaz Bodur). Hareketli Görüntünün Tarihi. Eskişehir, 50-77.

Lippman, Walter (1998). Public Opinion (With a New Introduction by Michael Curtis). Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey.

Manvell, Roger (1968) Flaherty/Konuşma (Çeviren: Taner Arıburnu) Türk Dili Aylık Dil ve Edebiyat Dergisi, Sinema Özel Sayısı, TDK yayınları, Ankara, 404-408

McLane, Besty A. (2012). A New History of Documentary Film (Second Edition) New York-London; Continuum International Publishing Group.

Metz, Chiristian (2012). Sinemada Anlam Üstüne Denemeler (1.Baskı) (Çeviren: Oğuz Adanır). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Millerson, Gerald (2007) Sinema ve Televizyon İçin Aydınlatma Tekniği (Çeviren: Selçuk Taylaner). İstanbul: Es Yayınları.

Monacco, James (2002). Bir Film Nasıl Okunur (Çeviren: Ertan Yılmaz). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Monacco, James (2008). Sinema Dili, Tarih ve Kuramı (10. Baskı). İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Morva, Ahsen D. (2009). Belgesel ile Kurmaca Kaynaştırılabilir mi? Kırılma, Sanatta Yeterlik Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

Murch, Walter (2007). Göz Kırparken Film Kurgusuna Bir Bakış Açısı (Çeviren: İlker Caniklıgil) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Musser, Charles (1996). Documentary, (Edit By: Geoffrey Nowell-Smith). The Oxford History of World Cinema (First Published). New York: Oxford University Press. 86-95

Mükerrem, Zaur (2012). Sinematografi Üzerine Düşünceler, Kuram ve Uygulamalar (1. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Mükerrem, Zaur (Nisan, 2016) İyi Bir Belgesel Film Nasıl Olmalıdır (Röportaj: Havva Şekercioğlu). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kurumsal Dergisi, Sayı 3, 104-119.

Nichols, Bill (2017). Belgesel Sinemaya Giriş (Çeviren: Duygu Eruçman). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Nutku, Özdemir (2001). Dram Sanatı (4.Baskı). Kabalcı Yayınevi: İstanbul.

Odabaşı, Battal (2013) Fransız Siyasal Sineması (1.Baskı). İstanbul: Es Yayınları.

Odabaşı, İ. Arda (2017) Milli Sinema, Osmanlı'da Sinema Hayatı ve Yerli Üretime Geçiş, (1.Baskı). İstanbul: Dergâh Yayınları.

Oktan, Ahmet (2005) Türkiye'de Belgesel Sinema ve Suha Arın, Sanatın Ve Bilimin Kesiştiği Noktada Bir Belgesel Sinemacı. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Onaran A. Şerif (2012). Sinemaya Giriş (2.Baskı). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Özden, Zafer (2004). Film Eleştirisi (2.Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Özgen, Hasan (2008) Belgesel Sinema ve Taşı Atan İlk Adamı (Editör: Uğur Kutay). Belgesel Sinema. İstanbul: BSM Yayınları. 227-233.

Özön, Nijat (1964). Sinema El Kitabı (1.Baskı) İstanbul: Elif Yayınları.

Özön, Nijat (1995). Karagözden Sinemaya Türk Sineması ve Sorunları (1.Baskı). İstanbul: Kitle Yayınları.

Özön, Nijat (1984) 100 Soruda Sinema Sanatı, (2.Baskı) İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Özön, Nijat (2008). Sinema Sanatına Giriş (1.Baskı). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Özön, Nijat (2010). Türk Sineması Tarihi 1896-1960 (3.Baskı). İstanbul: Doruk Yayıncılık.

Özuyar, Ali (2017). Sessiz Dönem Türk Sinema Tarihi (1895-1922). (1.Baskı) İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

Parkan, Mutlu (1983). Brecht Estetiği ve Sinema (1. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.

Parkan, Mutlu (1994). Sinema Estetiği ve Godard (1.Baskı) İzmir: İleri Kitabevi.

Pembecioğlu, Nilüfer (2005). Belgesel Üstüne Yazılar (1.Baskı). Ankara: Babil Yayıncılık.

Platon (2002). Devlet (Çeviri: Neval Akbıyık-Serdar Taşcı) İstanbul: Metropol Yayınları.

Ritchie, Ashley Bunnell (2005) "The Many Leni Riefenstahls: Inventing a Cinematic Legend," Historical Perspectives: Santa Clara University Undergraduate Journal of History, Series II: Vol. 10, Article 7.

Rotha, Paul (2000). Belgesel Sinema (1.Baskı). (Çeviren: İbrahim Şener). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

Rotha, Paul, Griffith, Richard (2001). Sinema Yazıları (1.Baskı). (Çeviren: Ayzer Ovatman). İstanbul: İzdüşüm Yayınları.

Saunders, Dave (2014). Belgesel (1.Baskı). (Çeviren: Ali Nejat Kanıyaş). İstanbul: Kolektif Kitap.

Schroeppel, Tom (2013). Kemiksiz Kamera Dersleri (Çeviren: Mustafa Ünlü). İstanbul: Gala Sinema.

Scognamillo, Giovanni (Şubat-Mart, 1967) Robert J. Flaherty, Yeni Sinema Dergisi, İstanbul: Sayı 5, 53-56.

Spehr, Poul C. vd. (2009). 1890-1895 Movies and Kinetoscope (Edited By: Andre Gaudreaulty) American Cinema 1890-1909. Newbrunswick, Newjersey and London: Rutger University Press, 22-45.

Sijll, V. Jennifer (2013). Sinematik Hikâye Anlatımı, Her Sinemacının Bilmesi Gereken En Etkili 100 Geleneksel Yöntem (Çeviren: Gökhan Rızaoğlu). İstanbul: Malatya Kayısı Araştırma Geliştirme ve Tanıtma Vakfı.

Sokolov, G. Aleksey (2007). Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu (Türkçesi: Semir Aslanyürek). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Stam, Robert (2014). Sinema Teorisine Giriş (1.Baskı). (Çevirenler: Selda Salman, Çiğdem Asatekin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Susar, A. Filiz (2004). Türkiye'de Belgesel Sinemacılar (1.Baskı). İstanbul: Es Yayınları.

Tağ, Şermin (2003). Belgesel Sinema ve Türleri, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Tomaselli, Keyan G. (2007) Yitirilen ve Tekrar Kazanılan Akılsağlığı-Bir Güney Afrikalı Belgesel Film Yapımcısının Sıkıntıları. (Editör: Michael Tobias) Belgesel Film Yapım Sanatı, Gerçeği Arayış. İstanbul: Kolaj Kitaplığı, 203-220.

Topçu, D. Aslıhan (2004). Sinema ve Zaman: Geleneksel (Klasik) Anlatı ve Çağdaş Anlatı Filmlerinde Zamanın Kullanımı ve Anlatısal Yapı İle İlişkileri (Editörler: Fatma Dalay Küçükkurt, Ahmet Gürata). Sinemada Anlatı ve Türler. Ankara: Vadi Yayınları, 49-93.

Ulutak, Nazmi (2003) Robert J. Flaherty ve Kuzeyli Nanook. Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, No:776.

Ünal, Yörükhan (2008). Dram Sanatı ve Sinema / Anlatım Olanakları ve Sınırlılıkları (1.Baskı). İstanbul: Hayalet Kitap,

Vardar, Bülent (2014). Aydınlatma (Editör: Selahattin Yıldız). Sinema Dili. İstanbul: Su Yayınevi. 217-282.

Wheeler, Paul (2010) Uygulamalı Sinematografi (Çeviren: Selçuk Taylaner). İstanbul: Es Yayınları.

Wollen, Peter (2004). Sinemada Göstergeler ve Anlam (Çeviren: Zafer Aracagök, Bülent Doğan). İstanbul: Metis Yayınları

Yaren, Özgür (2013). Sinemada Anlatı Kuramı (Editör: Zeynep Özarslan). Sinema Kuramları 2 / Beyaz Perdeyi Aydınlatan Kuramlar. İstanbul: Su Yayınevi.

Yaykın, Murat (2010). Sanat, Teknoloji, Bilim ve Fotoğraf (1. Baskı). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Yıldırım, Erhan (2018). İdeolojik Boyutu ile Politik Sinema (1. Baskı). Konya: Atlas Akademi.

Yıldız, Selahattin (2014) Sinematografik Anlatım (1.Baskı). İstanbul: Su Yayınevi.

Yüce, Tuncay (2001). Belgesel Sinemada Gerçekçilik Anlayışı ve Türkiye'deki Örnekleri, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Yüksel, S. Ergun (Kış,2003) Belgesel Filmin Gerçekliği Üzerine, (Editör: Uğur Kutay) İstanbul: Belgesel Sinema. BSM Yayınları. Sayı 2. 118-122.

İnternet Kaynakları:

Cnnturk, Stalin'in Türkiye'den toprak talebi belgelendi, https://www.cnnturk.com/2007/dunya/12/01/stalinin.turkiyeden.toprak.talebi.belgelendi/408405.0/index.html Adresinden: Erişim Tarihi: 11.3.2018

Kaya Dilek, http://www.tsa.org.tr/tr/yazi/yazidetay/396/dilek-kaya---turk-sinemasinin-baslangic-mitini-olusturan-kirik-bir-hikaye- Erişim Tarihi: 23.09.2018

Milliyet, Suha Arın: Filmin Gösterimi Gecikti, http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Suha%20Arin/ Milliyet, Renk Sayfa 4. 25 Mayıs 1984 23.11.2018

Ntv, 100 yıl sonra Leni Riefenstahl, http://arsiv.ntv.com.tr/news/170461.asp Erişim Tarihi: 20.05.2018

Ortaylı İlber, İlber Hoca'dan soyağacı açıklaması... Neden 1854'ten geri gitmiyor http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ilber-hocadan-soyagaci-aciklamasi-neden-1854ten-geri-gitmiyor-40798384 Erişim Tarihi: 14.11.2018

Oskay, Unsal (2004) Sahte Bilincin Panzehiri: Belgesel (Röportaj: Melis Çelebi) http://www.milliyet.com.tr/2004/02/19/sanat/san11.html Erişim Tarihi: 15.7.2018

Selçuk, Ali, Tahtacıların Doğum ile ilgili inanç ve uygulamalarına fenomonolojik bir yaklaşım. http://dergipark.gov.tr/download/article-file/156820 Erişim Tarihi:11.02.2019

Şen, Pelin (2012) Platonun Mimesis Kavramı Üzerine Bir İnceleme https://www.academia.edu/2548970/Platonun_Mimesis_Kavrami_Uzerine_Bir_Inceleme Erişim Tarihi:11.02.2017

Görüşmeler

Adil Yalçın'la 01.08.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Akif Ergüleç'le 31.07.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Derviş Zaim'le 28.01.2019 Tarihinde Telefon Aracılığıyla Yapılan Görüşme.

Hakan Aytekin'le 20.03.2018 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Hasan Özgen'le 05.05.2018 Tarihinde Telefon Aracılığıyla Yapılan Görüşme.

Huriye Kuruoğlu'nun 19.10.1990'da Suha Arın'la Yaptığı Yüzyüze Görüşme.

Kemal Sevimli'yle 19.09.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Nesli Çölgeçen'le 19.09.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Reha Arın'la 31.07.2018 Tarihinde yapılan yüz yüze görüşme.

Turhan Yavuz'la 01.08.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

Yalçın Yelence'yle 28.10.2017 Tarihinde Yapılan Yüz Yüze Görüşme.

KİTLE İLETİŞİM KURAMLARI ÇERÇEVESİNDE

MEDYA VE HABER

Erhan ARSLAN

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Acosta, L. (1979). Mass Media and Imperialist Ideology, A. Mattelart ve S.Siegelaub (ed.). *Communication and Class Struggle*, New York: International General.

Akçalı, S. (1998). *Türkiye'de Araştırmacı Gazetecilik ve Sorunları*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aktulum, K. (2000). *Metinlerarası İlişkiler*, 2. Baskı, Ankara: Öteki Yayınevi.

Alemdar, K. ve Erdoğan, İ. (1990). *İletişim ve Toplum*, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Althusser, L. (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, A. Tümertekin (Çev.), İstanbul: İthaki Yayınları.

Arslan, A. (2004). Medyanın Toplumsal Gücü, 24.11.2004 tarihinde http://İlef. ankara.edu.tr. /id/yazi.php?yad=2356 adresinden edinilmiştir.

Aslan, K. (2002). *Haberin Yol Haritası*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

Atayman, V. (1984). Yapısalcılıkta, Yöntem-Kuram-Bilgi Nesnesi İlişkisine Bir Yaklaşım, A. Birkiye (Der.), *Yapısalcılığın Eleştirisine Doğru*, İstanbul: Varlık Yayınları.

Bennett W. L.ve Lawrence, R.G. (1995). News Icons and the Mainstreaming of Social Change. *Journal of Communication*, Cilt: 45, Sayı: 3.

Birkiye A. (1984). *Yapısalcılığın Eleştirisine Doğru*, İstanbul: Varlık Yayınları.

Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası, Medya Analizlerine Giriş*, N. Dinç (Çev.), İstanbul: Alan Yayıncılık.

Bülbül, R. (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Cangöz, İ. (1999). *Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Coward R. Ve Ellis, J. (1985). *Dil ve Maddecilik, Semiyolojideki Gelişmeler ve Özne Teorisi*, E. Terim (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Curran, J. M. Gurevitch ve Woollacott, J. (1991) İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar, Meral Özbek (Çev.), *A:Ü. Yıllık*, Ankara.

Curran, J. (1997). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme, S. İrvan (Der. ve Çev.), *Medya Kültür Siyaset*, Ankara: Ark Yayınları.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*, Ankara: İmge Kitabevi.

Delia, J. G. (1989). Communication Research: A History, C. Berger, S. H. Chaffee (Ed.), *Handbook of Communication Science*, 2. Basım, California: Sage Pub.

Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*, Ankara: İmge Kitabevi.

Duverger, M. (1998). *Siyaset Sosyolojisi*, Ş. Tekeli (Çev.), İstanbul: Varlık Yayınları.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2000). *Öteki Kuram*, Ankara: Erk Yayınevi.

Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberlerin Magazinleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Fejes F. (1994). Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri, M. Küçük (Der. ve Çev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ankara: Ark Yayınevi.

Fink, E. J. ve Gantz, W. (1996). A Content Analysis of Three Mass Communication Resarch Traditions: Social Science, İnterpretive Studies and Critical Analysis. *Journalism And Mass Communication Quarterly*, Vol. 73, No.1.

Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, S. İrvan (Çev.), Ankara: Ark Yayınları.

Garnham, N. (1986). The Media And The Public Sphere, P. Golding vd. (Ed.), *Communicating Politics,* Leicester: Leicester University Press.

Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik "Etik"i*, İstanbul: İnkılap Kitapevi.

Golding P. ve Murdock G. (1997). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik, S. İrvan (Der.), D. B. Kejanlıoğlu (Çev.), *Medya, Kültür ve Siyaset*, Ankara: Ark Yayınevi.

Grossberg, L. (1991). Strategies of Marxist Cultural Interpretation, R. K. Avery ve D. Eason (Ed.), *Critical Perspectives on Media and Society*, Newyork: The Gulford Press.

Gurevitch, M. ve Blumler, J. (1997). Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler, S. İrvan (Der. ve Çev.), *Medya Kültür Siyaset*, Ankara: Ark Yayınevi.

Hall, S. (1994). Kültür Medya ve İdeolojik Etki. M. Küçük (Der. ve Çev.), *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ankara: Ark Yayınevi.

İnal, A. (1993) Haber Üretim Sürecine Farklı İki Yaklaşım, *Ankara Üniversitesi Yıllığı*.

İnal, A. (1994) Haber Metinlerine Eleştirel Bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar, *A.Ü. Yıllık / 1994*, Ankara: A.Ü. İLEF.

İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin Yayınları.

Ivanoviç, P. N. (1974). *Ekonomi Politiğin Temel İlkeleri*, O. Suda (Çev.), 2. Baskı, İstanbul: Suda Yayınları.

Jameson, F. (2002). *Dil Hapishanesi*, M. H. Doğan (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Jay, M. (2001). *Adorno*, Ü. Oskay (Çev.), İstanbul: Der Yayınları.

Karabay, N. (2000). *Kuramsal Bir Yaklaşımla Gazetecilik ve Haber*, İzmir: Meta Basımevi.

Kaya, A. R. (1999). Medya, Toplum, Siyaset, K. Alemdar (Der.) *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, İstanbul: Afa Yayıncılık ve TÜSES Vakfı.

Larrain, J. (1995). *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*, N. N. Domaniç (Çev.), İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Manoff, R. K. ve Schudson, M. (1986). Reading The News, R. K. Manoff ve M. Schudson (Ed.), *Reading The News*, New York: Pantheon Books.

Mattelart, A., Mattelart, M. (1998). *Theories of Communication*, S. Grvenheck ve J. A. Cohen (Çev.), London: Sage Publications.

Mattelart, A., Mattelart, M. (1998). İletişim Kuramları Tarihi, M. Zıllıoğlu (Çev), İstanbul: İletişim Yayınları.

McChesney, R. W. (2000). The Political Economy of Communication And The Future Of The Field, Media, *Culture&Society*, vol.22, London: Sage Publications.

McLellan, D. (1999). *İdeoloji*, E. Özkaya (Çev.), Ankara: Doruk Yayıncılık.

McLuhan, M. ve Bruce R. P. (2001). Global Köy, B. Ö. Düzgören (Çev.), İstanbul: Scala Yayıncılık.

McQuail, D. ve Windahl, S. (1994). *İletişim Modelleri*, U. Demiray ve B. Dağtaş (Çev.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

Mutlu, E. (1996). İletişim Çalışmaları Alanına Aykırı Bir Bakış: Bir Üst İletişim Olarak İletişim Çalışmaları, *Yeni Türkiye*, Sayı:12.

Mutlu, E. (1998). *İletişim Sözlüğü*, 3. Baskı, Ankara: Ark Yayınları.

Mutman, M. (1999). Oryantalizmin Gölgesi Altında: Batı'ya Karşı İslam, F. Keyman, M. Mutman, M. Yeğenoğlu (Der.), *Oryantalizm, Hegemonya ve Kültürel Fark*, 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Noelle-Neumann, E. (1997). Suskunluk Sarmalı Kuramı'nın Medyayı Anlamaya Katkısı, S. İrvan (Der.), *Medya, Kültür, Siyaset*, Ankara: Ark Yayınevi.

Özbek, S. (2000). *İdeoloji Kuramları*, İstanbul: Bulut Yayınları.

Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Rifat, M. (1998). *XX. Yüzyılda Dilbilim ve Gösterge Bilim Kuramları*, 3. baskı İstanbul: YKY Yayınları.

Sarup, M. (1997). *Post Yapısalcılık ve Postmodernizm*, A. B. Güçlü (Çev.), Ankara: Ark Yayınları.

Severin, W. J. ve Tankard, J. W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları*, A. A. Bir ve N. S. Sever (Çev.), Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.

Slater, P. (1998). *Frankfurt Okulu*, A. Özden (Çev), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Sözen, E. (1999). *Söylem*, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Storey, J. (1996). Cultural Studies: An Introduction, J. Storey (Ed.), *What is Cultural Studies?*, New York: Hodder Headline Group.

Suner, A. (2000). *İletişimde İki Gelenek: Medya ve Kültür Çalışmaları*, Yayımlanmamış ders notları.

Tekinalp Ş. ve Uzun, R. (2004). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, İstanbul: Derin Yayınları.

Tılıç, D. (1998). *Utanıyorum Ama Gazeteciyim*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Ankara: Dost Kitabevi.

Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik*¸ 4. Basım, Ankara: İmge Kitabevi.

Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*, İzmir: Nam Basım.

Zeytinli, M. (1996). Uluslararası Haber Dolaşımının Sorunları. *Yeni Türkiye Dergisi*, Sayı: 12, Medya Özel Sayısı-2, Ankara.

İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak

ÇEKİCİLİK

Havva Nur TARAKCI

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Abe, Jo Ann (2004). Shame, Guilt, and Personality Judgment. *Journal of Research Personality*, 38 (2), 85-104.

AdAge. (2015). *21st Century Ad Campaigns.* http://adage.com/lp/top15, Erişim Tarihi: 03/08/2018.

Ad Council (2016). *The Story of Ad Council*. http://www.adcouncil.org/About-Us/The-Story-of-the-Ad-Council, Erişim Tarihi: 01/03/2018.

Agostinelli, Gina and Grube, Joel W. (2002). Alcohol Counter-Advertising and the Media: A Review of Recent Research. *Alcohol Research & Health*, 26 (1), 15-21.

Aksüt, Kamuran (2010). *Modernist İktisat Anlayışı ve Eleştirisi: Deirdre N. McCloskey ve Retorik Yaklaşımı,* Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Al-Jarrah, Najah Ibrahim, (2012). *Arab and American Cultural Values: A Comparison of Television and Magazine Advertising*, The Degree of Doctor of Business, Alliant International University, USA.

Albers-Miller, Nancy D. and Gelb, Betsy D. (1996). Business Advertising Appeals as a Mirror of Cultural Dimensions: A Study of Eleven Countries. *Journal of Advertising,* 25 (4), Winter, 57-70.

Albers-Miller, Nancy D. and Stafford, Marla Royne (1999). An International Analysis of Emotional and Rational Appeals in Services vs. Goods Advertising. *Journal of Consumer Marketing,* 16 (1), 42-57.

Allan, David (2006). Effects of Popular Music in Advertising on Attention and Memory. *Journal of Advertising Research,* 46 (4), December, 434-444.

Altan, H. Zeynep (2006). Kişilerarası İletişimde Bir Sosyal Baskı Düzeneği: Korku Kültürü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 25, 5-16.

Anık, Cengiz. (2000). *Siyasal İkna.* Ankara: Vadi Yayınları.

Ardıç Çobaner, Aslıhan (2013). Sağlık İletişiminde Korku Öğesinin Kullanımı: Sigara Paketlerinde Kullanılan Sigara Karşıtı Görsellerin Göstergebilimsel Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37, Güz, 211-235.

Aristoteles (2014). *Retorik* (12. Baskı), (Çev: Mehmet H. Doğan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Armstrong, J. Scott (2010). *Persuasive Advertising: Evidence-based Principles*. USA New York: Palgrave Macmillan.

Arthur, Damien, and Quester, Pascale (2004). Who's Afraid of That Ad? Applying Segmentation to the Protection Motivation Model. *Psychology & Marketing*, September, 21 (9), 671-696.

Aşkın, Ahmet Cevdet (2017). Korku Kültürü Çerçevesinde Medyada Korku Söylemi: Bir Örnek Olarak 31 Ekim 2016 Cumhuriyet Gazetesi Operasyonu. *Galatasaray Üniversitesi, İle-ti-ş-im Dergisi*, 27, 109-134.

Ataizi, Murat (2013). Sanal İletişim. (Editörler: Erhan Eroğlu ve A. Haluk Yüksel). *Etkili İletişim Teknikleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 38-59.

Ateş, Sezgin (2016a). *Siyasal Reklamlarda Duygusal Çekicilik Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Siyasal Partiler Tarafından Üretilen Reklam Filmlerinin Analizi,* Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Ateş, Sezgin (2016b). Siyasal Reklamlarda Duygusal Çekicilik Kullanımı: 7 Haziran 2015 Genel Seçimlerinde Siyasal Partiler Tarafından Üretilen Reklam Filmlerinin Analizi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3 (12), Temmuz, 85-103.

Aykan, Bahar ve Güvenç-Salgırlı, Sanem (2015). Responsibilizing Individuals, Regulating Health: Debating Public Spots, Risk, and Neoliberal Governmentality in Contemporary Turkey. *New Perspectives on Turkey*, 53, November, 71-92.

Aytekin, Pınar ve Yakın, Volkan (2015). Duygusal ve Rasyonel Sosyal Reklam Mesajlarının Etkililiği Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 507-526.

Aytekin, Hakan (2016). Görsel-İşitsel Medyada Sağlık - Güvenlik Halleri: Tartışılması Gereken Bir Alan Olarak Kamu Spotu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9 (3), 249-275.

Aziz, Aysel (2003). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.

Bagozzi, Richard P. and Moore, David J. (1994). Public Service Advertisements: Emotions and Empathy Guide Prosocial Behavior. *Journal of Marketing*, 58 (1), January, 56-70.

Bakır, Uğur (2006). *Televizyon Reklamlarında İkna Unsuru Olarak Mizah.* Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bakır, Uğur (2012). *Reklam Mesajlarının Etkililiğinde Kaynağın Fiziksel Çekiciliğinin Rolü*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Bakır, Uğur (2013). Reklamda Cinsellik ve Tüketici: Bireysel Ahlaki İdeolojinin Reklamda Cinselliğin Kullanımına Yönelik Tutumlara Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, 3 (1), 14-30.

Balcı, Şükrü (2006). *Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı.* Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Balcı, Süleyman, Gülveren, Hakan ve Balcı, Melek (2015). Madde Bağımlılığı Konulu Kamu Spotlarının Lise Öğrencilerince Değerlendirilmesi. *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10 (6), 287-306.

Banerjee, Smita C. and Greene, Kathryn (2012). Framing and Dosage Effects: Use of Protection Motivation Theory to Examine Efficacy of Anti-Cocaine

Visual Messages. *International Journal of Health Promotion & Education*, 50 (2), 68-80.

Baş Uçar, Rahime (2013). *Radyo ve TV Kanallarında Ücretsiz Yayınlanan Kamu Spotları*. http://www.myfikirler.org/radyo-ve-tv-kanallarinda-ucretsiz-yayinlanan-kamu-spotlari.html, Erişim Tarihi: 22/05/2017.

Batı, Uğur (2013). *Reklamın Dili: Dilbilim – Strateji – Mesaj – Retorik – Göstergebilim* (3. Baskı). İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Bator, Renee J. and Cialdini, Robert B. (2000). The Application of Persuasion Theory to the Development of Effective Proenvironmental Public Service Announcements. Journal of Social Issues, 56 (3), 527–541.

Bayraktaroğlu, Gül ve İlter, Burcu (2007). Sosyal Pazarlama: Engeller ve Öneriler. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7 (1), 117-132.

Beck, Christina S., Aubuchon, Stellina M., McKenna, Timothy P., Ruhl, Stephanie and Simmons, Nathaniel (2014). Blurring Personal Health and Public Priorities: An Analysis of Celebrity Health Narratives in the Public Sphere. *Health Communication*, 29, 244-256.

Becker-Olsen, Karen and Briones, Rowena L. (2009). Towards a Drug Free America: Guilt Processing and Drug Prevention. *Journal of Research for Consumers*, 16, 1-6.

Bektaş, Arsev (1996). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Belch, George Edward and Belch, Michael A. (2003). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective.* (6. Edition). New York: McGraw-Hill Companies.

Bennett, Roger (1998). Shame, Guilt & Responses to Non-Profit & Public Sector Ads. *International Journal of Advertising: The Review of Marketing Communications*, 17 (4), 483-499.

Bergson, Henri (2015). *Gülme: Komiğin Anlamı Üstüne Deneme* (4. Basım), (Çev: Yaşar Avunç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bıcal, Adil ve Yılmaz, R. Ayhan (2017). Ayrıntılandırma Olasılığı Modeli Çerçevesinde Kamu Spotlarının İncelenmesi: Portakal ve Fındık Tüketimine Yönelik Örnekler. *İNİF E-Dergi*, Kasım, 2 (2), 38-54.

Bıçakçı, İlker (2006). *İletişim ve Halkla İlişkiler* (6. Baskı). İstanbul: Mediacat Yayınları.

Bilgiç, Birgül (2016). Türkiye'de Kamu Spotu Oluşum Süreci ve Yayın Politikaları. *İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2 (2), 25-61.

Bilgin, Nuri (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Bilis, Ali Emre (2014). Kamu Hizmeti Yayıncılığının Yeni Eğilimi: Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme. *I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitapçığı II.* 12-15 Mayıs. Kocaeli, 347-364.

Bleakley, Amy, Jordan, Amy B., Hennessy, Michael, Glanz, Karen, Strasser, Andrew and Vaala, Sarah (2015). Do Emotional Appeals in Public Service

Advertisements Influence Adolescents' Intention to Reduce Consumption of Sugar-Sweetened Beverages?. *Journal of Health Communication*, 20 (8), 938-948.

Borzekowski, Dina L.G. and Poussaint, Alvin F. (1999). Public Service Announcement Perceptions: A Quantitative Examination of Anti-violence Messages. *American Journal of Preventive Medicine*, 17 (3), 181-188.

Boss, Scott R. , Galletta, Dennis F., Lowry, Paul Benjamin, Moody, Gregory D. and Polak, Peter (2015). What Do Systems Users Have to Fear? Using Fear Appeals to Engender Threats and Fear That Motivate Protective Security Behaviors. *MIS Quarterly*, 39 (4), 837-864.

Boster, Franklin. J. and Mongeau, Paul (1984). Fear-Arousing Persuasive Messages. *Annals of the International Communication Association*, 8 (1), 330-375.

Bozkurt, Aysu (2012). *Hüzün Uyandırıcı Duygusal Çekicilikli Reklamların Tüketici Üzerindeki Etkisi.* Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Brader, Ted (2005). Striking a Responsive Chord: How Political Ads Motivate and Persuade Voters by Appealing to Emotions. *American Journal of Political Science*, 49 (2), April, 388-405.

Brennan, Linda and Binney, Wayne (2010). Fear, Guilt, and Shame Appeals in Social Marketing. *Journal of Business Research*, 63 (2), 140-146.

Brunel, Frédéric F. and Nelson, Michelle R. (2000). Explaining Gendered Responses to "Help-Self" and "Help-Others" Charity Ad Appeals: The Mediating Role of World-Views. *Journal of Advertising,* Autumn, 29 (3), 15-28.

Buijzen, Moniek and Valkenburg, Patti M. (2002). Appeals in Television Advertising: A Content Analysis of Commercials Aimed at Children and Teenagers. *Communications*, 27, 349-364.

Bummara, Valene and Choi, Jinbong (2015).Exploring the Effectiveness of Distracted Driving PSA (Public Service Announcement). *Advances in Journalism and Communication*, 3, 71-78.

Burger, Jerry M. (1986). Increasing Compliance by Improving the Deal: The That's-Not-All Technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (2), 277–283.

Burke, Michael (2014). Rhetoric and Poetics: The Classical Heritage of Stylistics. (Edited by: Michael Burke). *The Routledge Handbook of Stylistics.* New York: Routledge Handbooks, 11-30. https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315795331.ch1

Büyüköztürk, Şener (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (11. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Cameron, Kenzie A. (2008). A Practitioner's Guide to Persuasion: An Overview of 15 Selected Persuasion Theories, Models and Frameworks. *Patient Education and Counseling*, 74, 309-317.

Can, Abdullah (2014). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi* (3. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Carrera, Pilar, Munoz, Dolores and Caballero, Amparo (2010). Mixed Emotional Appeals in Emotional and Danger Control Processes. *Health Communication*, 25 (8), 726-736.

Catanescu, Codruta and Tom, Gail (2001). Types of Humor in Television and Magazine Advertising. *Review of Business*, 22 (1/2), Spring/Summer, 92-95.

Chadwick, Amy E. (2015). Toward a Theory of Persuasive Hope: Effects of Cognitive Appraisals, Hope Appeals, and Hope in the Context of Climate Change. *Health Communication*, 30 (6), 598-611.

Chandy, Rajesh K., Tellis, Gerard J., Macinnis, Deborah J. and Thaivanich, Pattana (2001). What to Say When: Advertising Appeals in Evolving Markets. *Journal of Marketing Research*, November, 38 (4), 399-414.

Cho, Hyunyi and Boster, Franklin J. (2008). Effects of Gain Versus Loss Frame Antidrug Ads on Adolescents. *Journal of Communication*, 58, 428-446.

Cialdini, Robert B. Vincent, Joyce E., Lewis, Stephen K., Catalan, José, Wheeler, Diane and Darby, Betty Lee (1975). Reciprocal Concessions Procedure for Inducing Compliance: The Door-in-the-Face Technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31 (2), 206-215.

Cialdini, Robert B. (2001). *İnsanları Etkileme Yolları.* (Çev: Ali Dönmez). Ankara: İmge Kitabevi.

Cialdini, Robert B. (2006). *İknanın Psikolojisi* (6. Basım). (Çev: Fevzi Yalım). İstanbul: MediaCat Yayınları.

Clow, Kenneth E. ve Baack, Donald (2004). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications* (Second Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Coşkun, Sena (2016). Türk Görsel-İşitsel Medya Hizmetlerinde Kamu Spotları ve Zorunlu Yayınlara Dair Bir Değerlendirme. *I. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. 13-15 Ekim. Elazığ, 830-842. http://asos-congress.com/2016/asos2016_ bildiri_ kitabi_final.pdf

Cram, Peter, Fendrick, A. Mark, Inadomi, John, Cowen, Mark E., Carpenter, Daniel and Vijan, Sandeep (2003). The Impact of a Celebrity Promotional Campaign on the Use of Colon Cancer Screening: The Katie Couric Effect. *Archives of Internal Medicine, 163, July*, 1601- 1605.

Crawford, Heather J., and Gregory, Gary D. (2015). Humorous Advertising That Travels: A Review and Call for Research. *Journal of Business Research*, 68 (3), March, 569-577.

Cüceloğlu, Doğan (2006). *Yeniden İnsan İnsana* (35. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Cüceloğlu, Doğan (2005). *İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları* (14. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çakar, Cenk (2017). *İdeolojik Bir Alan Olarak Kamu Spotu ve İktidar*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çakar, Serpil (2009). *Reklamlarda Korku Çekiciliğinin Kullanılması*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çekiç Akyol, Ayça ve Akyol, Murat (2007). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Öğretmen El Kitabı.* Ankara: RTÜK.

Çelik, Murat (2009). *1923-1950 Yılları Arası Cumhuriyet Dönemi Türk Reklamcılığı "Gazete Reklamlarında Kullanılan Mesaj Stratejileri".* Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Çevik Ergin, Tuba (2014). *Kamu Spotlarında Tartışmalı Reklam Yaklaşımının Kullanılması: T.C. Sağlık Bakanlığının "Sigara Pişmanlıktır" Kampanyasının İzleyiciler Üzerindeki Etkisi.* Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çınarlı, İnci (2008). *Sağlık İletişimi ve Medya.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Çoknaz, Dilşad, Özbakır Umut, Meftune ve Velioğlu, Meltem Nurtanış (2013). Sosyal Pazarlamada Sigara Karşıtı Reklamlar ve Etkileri. *Social Business@Anadolu International Conference*, Eskişehir, 30-31 Mayıs, 137-143.

Dal, Anıl ve Şener, Gülcan (2006). Cinsel Öğelerin Reklamda Kullanımı. *Küresel İletişim Dergisi*, 1, Bahar, 1-18.

Davies, Mark (1993). Developing Combinations of Message Appeals for Campaign Management. *European Journal of Marketing*, 27(1), 45-63.

de Hoog, Natascha, Stoebe, Wolfgang and de Wit, John B. F. (2005). The Impact of Fear Appeals on Processing and Acceptance of Action Recommendations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(1), 24-33.

de Hoog, Natascha, Stroebe, Wolfgang and de Wit, John B. F. (2008). The Processing of Fear Arousing Communications: How Biased Processing Leads to Persuasion. *Social Influence*, 3 (2), 84-113.

Dean, Marleah (2015). Celebrity Health Announcements and Online Health Information Seeking: An Analysis of Angelina Jolie's Preventative Health Decision. *Health Communication*, 31 (6), 752-761.

Demirtaş, Hanife Andaç (2004). Temel İkna Teknikleri: Tutum Oluşturma ve Tutum Değiştirme Süreçlerindeki Etkilerinin Altında Yatan Nedenler Üzerine Bir Derleme. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19, 73-90.

Demirtaş Madran, Hanife Andaç (2012). *Tutum - Tutum Değişimi ve İkna.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Deneçli, Sevda ve Deneçli, Ceyda (2014). Propagandada İknanın Yeri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:11, Sayı: 28, 35-48.

Dessart, George (2008). *Public Service Announcements*. http://www.museum.tv/eotv/publicservic.htm, Erişim Tarihi: 01/03/2018

Develi, Evrim İldem (2008). *Sosyal Pazarlama Açısından Kamu Sektörü Reklamlarında Hedef Kitle Tutumu*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dillard, James Price (1991). The Current Status of Research on Sequential-Request Compliance Techniques. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17 (3), June, 283-288.

Dillard, James Price (1994). Rethinking The Study of Fear Appeals: An Emotional Perspective. *Communication Theory*, 4, 295–323.

Dillard, James Price and Peck, Eugenıa (2000). Affect ve Persuasion: Emotional Responses to Public Service Announcements. *Communication Research*, 27, 461-495.

Dillard, James Price, Weber, Kirsten M. and Vail, Renata G. (2007). The Relationship Between the Perceived and Actual E□ectiveness of Persuasive Messages: A Meta-Analysis with Implications for Formative Campaign Research. *Journal of Communication*, 57 (4), 613-631.

Dolinski, Dariusz (2012). The Nature of the First Small Request As a Decisive Factor in the Effectiveness of The Foot-in-the-Door Technique. *Applied Psychology: An International Review*, 61 (3), 437-453.

Donovan, Rob and Henley, Nadine (2010). Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective. New York: Cambridge University Press.

Durmaz, Gülbin (2011). *İnce Eleme Sık Dokuma Modeli: Özel ve Genel İlgi Dergilerinde Yer Alan Reklamların İçerik Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Eagly, Alice H. and Chaiken, Shelly (1993). The Psychology of Attitudes. Fortworth, TX: Harcourt, Brace & Janovich. (The Book Revieded By Christopher Leone, *Psychology & Marketing*, 1995, 12 (5), Agust, 459-466.

Edell, Julie A. and Burke, Marian Chapman (1987). The Power of Feelings in Understanding Advertising Effects. *Journal of Consumer Research*, 14 (3), December, 421-433.

Edelman, Steven and Moritz, Denise (2016). Public Service Announcements: A Unique Gift-in Kind Promotional Opportunity for Not-For-Profits. *The CPA Journal*, April, 23- 27.

Eisend, Martin (2009). A Meta-Analysis of Humor in Advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37 (2), 191-203.

Eisend, Martin (2011). How Humor in Advertising Works: A Meta-Analytic Test of Alternative Models. *Marketing Letters*, 22 (2), June, 115-132.

El-Kharadly, Nihal (2017). *Fear Appeal Message Repetition in Public Service Announcements: A Cross-Cultural Comparison.* Master Thesis, The American University in Cairo School of Global Affairs and Public Policy.

El-Khoury, Jessica R. and Shafer, Autumn (2016). Narrative Exemplars and the Celebrity Spokesperson in Lebanese Anti-Domestic Violence Public Service Announcements. *Journal of Health Communication*, 21: 935-943.

Elden, Müge, Ulukök, Özkan ve Yeygel, Sinem (2007). *Şimdi Reklamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Elden, Müge (2009). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.

Elden, Müge ve Bakır, Uğur (2010). *Reklam Çekicilikleri -Cinsellik, Mizah, Korku*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Elden, Müge, Yeygel Çakır, Sinem ve Bakır, Uğur (2014). Bir İkna Edici Teknoloji Olarak Sigara Karşıtı Web Siteleri: Kar Amacı Güden Ve Gütmeyen Kurumların Web Sitelerine Yönelik Kullanıcı Tutumları. *Global Media Journal: TR Edition*, 5 (9), Fall, 75-96.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz. (1990). *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Erdoğan, İrfan (2005). *İletişimi Anlamak* (2. Baskı). Ankara: Erk Yayınevi.

Eroğlu, Erhan (2013). Etkili İletişim ve Doğru Anlatma. (Editör: Erhan Eroğlu ve A. Haluk Yüksel). *Etkili İletişim Teknikleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 21-36.

Escalas, Jennifer Edson and Stern, Barbara B. (2003). Sympathy and Empathy: Emotional Responses to Advertising Dramas. *Journal of Consumer Research*, 29 (4), March, 566-578.

Eseler, Canan (2013). En Beğenilen Kamu Spotları. *Marketing Türkiye Dergisi*, 15 Eylül 2013, 42-44.

Feeley, Thomas Hugh, Anker, Ashley E. and Aloe, Ariel M. (2012). The Door-in-the-Face Persuasive Message Strategy: A Meta-Analysis of the First 35 Years. *Communication Monographs*, 79 (3), 316-343.

Fırlar, F. Belma ve Çelik, Murat (2010). Gazete Reklâmlarında Mizah: Türk Mizah Reklâmlarına İlişkin Tarihsel Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (12), 164-177.

Fill, Chris (2005). *Marketing Communications: Engagements, Strategies and Practice* (Fourth Edition). Harlow England: Pearson Education Limited.

Floyd, Donna L., Prentice-Dunn, Steven and Rogers, Ronald W. (2000). A Meta-Analysis of Research on Protection Motivation Theory. *Journal of Applied Social Psychology*, 30 (2), 407-429.

Fox, Shaul and Amichai-Hamburger, Yair (2001). The Power of Emotional Appeals in Promoting Organizational Change Programs. *Academy of Management Executive*, 15 (4), 84-94.

Freeman, Krisandra S. and Spyridakis, Jan H. (2004). An Examination of Factors That Affect the Credibility of Online Health Information. *Technical Communication*, 51 (2), May, 239-263.

Furedi, Frank (2014). *Korku Kültürü: Risk Almanın Riskleri* (2. Basım). (Çev: Barış Yıldırım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gass, Robert H. and Seiter, John S. (2003). Persuasion, Social Influence and Compliance Gaining (Second Edition). USA-Boston: Pearson Education, Inc.

Gençoğlu, Pelin, Bağlıtaş, H.Hilal ve Kuşkaya, Sevda (2017). Sosyal Pazarlama Aracı Olarak Kamu Spotlarının Birey Davranışları Üzerindeki Etkileri: Parametrik Olmayan İstatistiksel Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (48), Şubat, 622-629.

Goodwill, Bill (2018a) *Effectiveness in Public Service AD Campaigns*. http://www.psaresearch. com/caf1024.html, Erişim Tarihi: 02/03/2018.

Goodwill, Bill (2018b). *Public Service Advertising—Background and Future.* http://www.psaresearch.com/bib9830.html, Erişim Tarihi: 02/03/2018.

Goldman, Morton, Seever, Mark and Seever, Margaret (1982). Social Labeling and the Foot-in-the-Door Effect. *The Journal of Social Psychology*, 117, 19-23.

Goldman, Lisa K., and Glantz, Stanton A. (1998). Evaluation of Antismoking Advertising Campaigns. *Journal of the American Medical Association*, 279 (10), March, 772-777.

Gökçe, Orhan (2001). *İçerik Çözümlemesi: Teori-Metod-Uygulama* (Genişletilmiş 3. Baskı). Konya: Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları.

Gökçe, Orhan (2005*). İletişim Bilimine Giriş: İnsanlararası İlişkilerin Sosyolojik Bir Analizi (6. Basım)*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Green, Edward C. and Witte, Kim (2006). Can Fear Arousal in Public Health Campaigns Contribute to the Decline of HIV Prevalence?. *Journal of Health Communication*, 11, 245–259.

Gueguen, Nicolas, Pascual, Alexandre and Dagot, Lionel (2002). Low-Ball and Compliance to a Request an Application in a Field Setting. *Psychological Reports*, 91, 81-84.

Gueguen, Nicolas, Joule, Robert-Vincent, Courbet, Didier, Halimi-Falkowicz, Severine and Marchand, Marie (2013). Repeatıng "Yes" in a First Request and Compliance with a Later Request: The Four Walls Technique. *Social Behavior and Personality*, 41 (2), 199-202.

Güllüpunar, Hasan (2013a). Seçmen Tercihlerinde Kapı Aralama, Kapı Kapatma ve Korku Çekiciliği Tekniklerinin Tespitine Dönük Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science*, 6 (3), March, 1179-1200.

Güllüpunar, Hasan (2013b). Siyasal Kampanya Mesaj Stratejileri ve Seçmen Algısı: Gümüşhane Araştırması. Turkish Studies, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8 (8), Summer, 1935-1952.

Güngör, Nazife (2013). *İletişim Kuramlar-Yaklaşımlar* (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gürdin, Bahar (2016). *Sigara Karşıtı Televizyon Reklamlarında Kullanılan Korku Çekiciliği Faktörü Etkinliğinin Beyin Görüntüleme Tekniği İle Ölçümü*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Gürgen, Haluk (1997). *Örgütlerde İletişim Kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.

Gürüz, Demet ve Temel Eğinli, Ayşen (2016). *İletişim Becerileri: Anlamak, Anlatmak ve Anlaşmak* (5. Basım). Ankara: Nobel Yayınları.

Güz, Hanife (1998). *Reklamlarda İkna Stratejileri*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Hale, Jerold L., and Dillard, James Price (1995). Fear Appeals in Health Promotion Campaigns: Too much, too little, or just right? (Edited by: Edward Maibach and Roxanne Louiselle Parrott). *Designing Health Messages: Approaches from Communication Theory and Public Health Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications,Inc, 65-80.

Han, Dahee, Duhachek, Adam and Agrawal, Nidhi (2014). Emotions Shape Decisions through Construal Level: The Case of Guilt and Shame. *Journal of Consumer Research*, 41 (4), December, 1047-1064.

Harrington, Nancy Grant, Lane, Derek R., Donohew, Lewis, Zimmerman, Rick S., Norling, Gretchen R., An, Jeong-Hyun, Cheah, Wai Hsien, McClure, Leola, Buckingham, Tim, Garofalo, Elizabeth and Bevins, Carla C. (2003). Persuasive Strategies For Effective Anti-Drug Messages. *Communication Monographs*, 70 (1), March, 16-38.

Hastings, Gerard, Stead, Martine and Webb, John (2004). Fear Appeals in Social Marketing: Strategic and Ethical Reasons for Concern. *Psychology & Marketing*, 21 (11), 961-986.

Henley, Walter H., Gollnow, Heather, Ranganathan, Sampathkumar and Cherian, Mary (2012). What to Convey in Antidrinking and Driving PSAs for College Students?, *Society For Marketing Advances Proceedings*, 285-286.

Hetsroni, Amir (2000). The Relationship between Values and Appeals in Israeli Advertising: A Smallest Space Analysis. Journal of Advertising. 29 (3), Fall, 55-68.

Hill, Emily (2015). *Message Appeal Effectiveness in Distracted Driving Public Service Announcements*. Master Thesis, Middle Tennessee State University, USA.

Hogan, Kevin (2009). *Başkalarını Sizin Gibi Düşünmeye Nasıl İkna Edersiniz? İkna Etmenin Psikolojisi* (Çev: Timuçin Seyit Güneş ve Emel Karanimoğlu). İstanbul: Pegasus Yayınları.

Hogg, Michael A. and Vaughan, Graham M. (2014). *Sosyal Psikoloji* (7. Edisyon). (Çev: İbrahim Yıldız ve Aydın Gelmez). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Hornik, Jacob, Ofir, Chezy and Rachamim, Matti (2016). Quantitative Evaluation of Persuasive Appeals Using Comparative Meta-Analysis. *The Communication Review*, 19 (3), 192-222.

Hornikx, Jos and O'Keefe, Daniel J. (2009). Adapting Consumer Advertising Appeals to Cultural Values: A Meta-Analytic Review of Effects on Persuasiveness and Ad Liking. *Annals of the International Communication Association - Communication Yearbook*, 33 (1), 39–71.

Hovland, Carl I. and Weiss, Walter (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15 (4), January, 635-650.

Hovland, Carl Iver, Janis, Irving Lester ve Kelley, Harold H. (1953). Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. New Haven CT: Yale University Press. - Google books

Hsu, Tsuen-Ho and Chang, Kuei-Feng. (2007). The Taxonomy, Model and Message Strategies of Social Behavior. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 37 (3), 279-294.

Ipsos ASI UK (2014). *Simply, Better: Does the face still fit? Can Celebrity Still Sell in 21st Century Advertising?* https://www.ipsos.com/sites/default/files/publication/7380-03/asi-does-the-face-still-fit-can-celebrities-still-sell-in-21st-century-advertising-nov2014.pdf, Erişim tarihi: 02/06/2018.

Izard, Carroll E. (2007). Basic Emotions, Natural Kinds, Emotion Schemas and a New Paradigm. *Perspectives on Psychological Science*, (2) 3, 260-280.

İnan, Ece (2009). *Halkla İlişkilerde Medya Yönetimi* (2. Basım), İstanbul: Referans Yayınları.

İnceoğlu, Metin (2011). *Tutum Algı İletişim* (6. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Johnston, Allen C. and Warkentin, Merrill (2010). Fear Appeals and Information Security Behaviors: An Empirical Study. *MIS Quarterly*, September, 34 (3), 549-566.

Johnston, Allen C., Warkentin, Merrill and Siponen, Mikko (2015). An Enhanced Fear Appeal Rhetorical Framework: Leveraging Threats to the Human Asset Through Sanctioning Rhetoric. *MIS Quarterly*, 39 (1), 113-134.

Jones, Jessica (2012). *Do the Right Thing: The Role of Public Service Advertisements on the Behaviors Of Contemporary College Students.* Major Program, University of Central Florida Orlando, Florida.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem ve Cemalcılar, Zeynep (2016). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş* (18. Basım). İstanbul: Evrim Yayınevi.

Kalender, Ahmet (2001). 1991 Milletvekili Genel Seçimlerinde Anavatan Partisi'nin Mesaj Stratejileri. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1 (4), 57-76.

Kalender, Ahmet (2005). *Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri.* Konya: Çizgi Kitabevi.

Kandemir, Ayca (2014). *Kamu Spotu.* https://www.slideshare.net/AycaKandemir/kamu-spotu-40868525, Erişim tarihi: 18/05/2017.

Karadoğan, Ece (2004). Seçmenin Siyasal Tutumlarının Oluşmasında Siyasetçinin İkna Becerilerinin Etkisi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 243-248.

Kareklas, Ioannis, Muehling, Darrel D. and Weber, T. J. (2015). Reexamining Health Messages in the Digital Age: A Fresh Look at Source Credibility E□ects. *Journal of Advertsing*, 44 (2), 88-104.

Kelly, J.Patrick and Solomon, Paul J. (1975). Humor in Television Advertising. *Journal of Advertising*, 4 (3), 31-35.

Kemp, Elyria, Chapa, Sindy and Kopp, Steven W. (2013a). Regulating Emotions in Advertising: Examining the Effects of Sadness and Anxiety on Hedonic Product Advertisements. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 34(1), 135-150.

Kemp, Elyria, Kennett-Hensel, Pamela A. and Kees, Jeremy (2013b). Pulling on the Heartstrings: Examining the Effects of Emotions and Gender in Persuasive Appeals. *Journal of Advertising*, 42 (1), 69-79.

Kırık, Ali Murat (2012). İngiltere'de Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve Toplumsal Farkındalık Çerçevesinde BBC'nin Tarihsel Analizi. *International Congress on Culture and Society Special*, 3 (5), 60-71.

Kırtay, Ozan (2012). *Reklam İletilerinde Mizah Kullanımı: Öğeler, Teknikler ve Uygulama Örnekleri.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kim, Minji, Shi, Rui and Cappella, Joseph N. (2016). Effect of Character–Audience Similarity on the Perceived Effectiveness of Antismoking PSAs via Engagement. *Health Communication*, 1-12.

Klimes-Dougan, Bonnie and Lee, Chih-Yuan Steven (2010). Suicide Prevention Public Service Announcements Perception of Young Adults. *Crisis*, 31(5), 247-254.

Kotler, Philip (2000). *Pazarlama Yönetimi* (Millennium Baskı). (Çev: Nejat Muallimoğlu). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Kotler, Philip and Armstrong, Gary (2004). *Principles of Marketing* (Tenth Edition – International Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kurudayıoğlu Mehmet ve Yılmaz, Eren (2014). Nasıl İkna Ediliyoruz? İkna Edici Metin ve Yapısı. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 10 (1): 75-102.

Küçükerdoğan, Rengin (2011). *Reklam Nasıl Çözümlenir?*. Reklam İletişiminde Göstergeler ve Stratejiler (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Kükrer Aydın, Özlem (2016). Çevresel İletişim Kapsamında Çevre Temalı Kamu Spotlarına Yönelik Bir Araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2 (3), 973-991.

Lakhani, Dave (2005). *Persuasion: The Art of Getting What You Want*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.

LaMay, Craig L. (2001). Public Service Announcements, Broadcasters, and the Public Interest: Regulatory Background and the Digital Future. *Institute For Policy Research*, Northwestern University, ipr.northwestern.edu, 1-15.

Lang, Bill and Goodwill, Bill (2018). *A Word About Public Service Announcements.* http://www.psaresearch.com/bib9600.html, Erişim Tarihi: 02/03/2018.

Lee, Seow Ting and Cheng, I-Huei (2010). Assessing the TARES as an Ethical Model for Antismoking Ads. *Journal of Health Communication*, 15, 55-75.

Lee, Hyung-Seok and Park, Jin Seong (2012). Cultural Orientation and the Persuasive Effects of Fear Appeals: The Case of Anti-Smoking Public Service Announcements. *Journal of Medical Marketing*, 12 (2), 73-80.

Lerner, Jennifer S. and Keltner, Dacher (2000). Beyond Valence: Toward a Model of Emotion-Specific Influences on Judgment and Choice. *Cognition & Emotion*, 14 (4), 473-493.

Lewis, Ioni, Watson, Barry and White, Katherine M. (2013). Extending the Explanatory Utility of the EPPM Beyond Fear-Based Persuasion. *Health Communication*, 28, 84-98.

Lin, Carolyn A. (2001). Cultural Values Reflected in Chinese and American Television Advertising. *Journal of Advertising*, 30 (4), 83-94.

Livberber Göçmen, Tuba ve Ayvaz, Süheyla (2017). Kamu Spotlarının Göstergebilimsel Yöntemle Çözümlenmesi: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, Nisan 2017 Sağlık İletişimi Sempozyumu Özel Sayısı*, 25 (2), 112-128.

Lu, Hang (2015). The Effects of Emotional Appeals and Gain Versus Loss Framing in Communicating Sea Star Wasting Disease. *Science Communication*, 1-27.

Lynch, Owen H. (2002). Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research. *Communication Theory*, 12 (4), 423-445.

Lynn, Jerry R. (1974). Effects of Persuasive Appeals in Public Service Advertising. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 51 (4), 622-630.

MacInnis, Deborah J., de Mello, Gustavo and Patrick, Vanessa M. (2004). Consumer Hopefulness: Construct, Relevance to Internet Marketing, Antecedents and Consequences. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 1 (2), 174-195.

Madden, Thomas J. and Weinberger, Marc G. (1984). Humor in Advertising: A Practitioner View. *Journal of Advertising Research*, 24 (4), August/September, 23-29.

Maddux, James E. and Rogers, Ronald W. (1983). Protection Motivation and Self-Efficacy: A Revised Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 469-479.

Maloney, Erin K., Lapinski, Maria K. and Witte, Kim (2011). Fear Appeals and Persuasion: A Review and Update of the Extended Parallel Process Model. *Social and Personality Psychology Compass*, *5*(4), 206-219.

Manav, Faruk (2011). Kaygı kavramı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 5 (9), 201-211.

Manyiwa, Simon and Brennan, Ross (2012). Fear Appeals in Anti-Smoking Advertising: How Important is Self-Efficacy?. *Journal of Marketing Management*, 28 (11-12), October, 1419-1437.

Martiniuk, Alexandra L.C., Secco, Mary, Yake, Laura and Speecley, Kathy N. (2010). Evaluation the Effect of Television Public Service Announcement About Epilepsy. *Advance Accsess Publication*, 25 (6), 1050-1060.

Mayer, James Mark and Yoon, Hye Jin (2015). Exploring Complexities of Need for Humor's Effect in Efficacy of Humorous Threat Persuasion Advertising. *Association for Consumer Researh Conference* - Summary Brief, 274-275, New Orleans.

McCracken, Grant (1989). Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research*, 16, 310-321.

McGraw, A. Peter, Schiro, Julie L. and Fernbach, Philip M. (2015). Not a Problem: A Downside of Humorous Appeal. *Journal of Marketing Behavior*, 1, 187-208.

McGuire, William J. (1984). Public Communication as a Strategy for Inducing Health-Promoting Behavior Change. *Preventive Medicine*, May, 13 (3), 299-319.

McQuail, Denis ve Windahl, Sven (2005). *İletişim Modelleri –Kitle İletişim Çalışmalarında*- (2. Baskı), (Çev: Konca Yumlu). Ankara: İmge Kitabevi.

Meyer, John C. (2000). Humor as a Double-Edged Sword: Four Functions of Humor in Communication. Communication Theory, 10 (3), August, 310-331.

Millar, Murray G. (2002). The Effectiveness of the Door-in-the-Face Compliance Strategy on Friends and Strangers. *The Journal of Social Psychology*, 142 (3), 295-304.

Mongeau, Paul A. (2013). Fear Appeals. (Edited by: James Price Dillard ve Lijiang Shen). *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice* (Second Edition). USA: SAGE Publications, Inc., 144-169.

Moon, Young Sook and Chan, Kara (2005). Advertising Appeals and Cultural Values in Television Commercials: A Comparison of Hong Kong and Korea. *International Marketing Review*, 22 (1), 48-68.

Moriarty, Sandra E. (1991). *Creative Advertising: Theory and Practice* (Second edition). New Jersey: Prentice Hall.

Morreall, John (1997). *Gülmeyi Ciddiye Almak* (Çev: Kubilay Aysevener, Şenay Soyer). İstanbul: İris Yayıncılık.

Mukherjee, Ashesh and Dubé, Laurette (2012). Mixing Emotions: The Use of Humor in Fear Advertising. *Journal of Consumer Behaviour*, 11, 147-161.

Muthusamy, Nithya, Levine, Timothy R. and Weber, Rene (2009). Scaring the Already Scared: Some Problems with HIV/AIDS Fear Appeals in Namibia. *Journal of Communication*, 59, 317-344.

Myrick, Jessica Gall and Oliver, Mary Beth (2015). Laughing and Crying: Mixed Emotions, Compassion, and the Effectiveness of a YouTube PSA About Skin Cancer. *Health Communication*, 30: 820-829.

Nabi, Robin L. (1999). A Cognitive-Functional Model for the Effects of Discrete Negative Emotions on Information Processing, Attitude Change, and Recall. *Communication Theory*, 9 (3), August, 292-320.

Nabi, Robin L. (2002). Discrete Emotions and Persuasion. (Edited by: James Price Dillard ve Michael Pfau). *The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*. USA: Sage Publications,Inc., 289-308.

Nabi, Robin L. (2015a). Emotional Flow in Persuasive Health Messages. *Health Communication,* 30 (2), 114-124.

Nabi, Robin L. (2015b). Laughing in the Face of Fear (of Disease Detection): Using Humor to Promote Cancer Self-Examination Behavior. *Health Communication*, 1-11.

Nesin, Aziz (1998). *Korkudan Korkmak* (7. Basım). İstanbul: Adam Yayınları.

Neuman, W. Lawrence (2009). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar* (Cilt 2),(3. Basım), (çev: Sedef Özge). İstanbul: Yayın Odası Yayınları.

Nurlu, Özge ve Kuru, Oğuzhan (2014). Eğitim Fakültesinde Görev Yapan Öğretim Elemanlarının Korku Çekiciliği Kullanma Düzeylerinin Belirlenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies (JASSS)*, 30 (Winter I), 515-527.

Nwankwo, Barnabas E., Aboh, James U., Obi, Tobias C., Agu, Solomon A. and Sydney-Agbor, Ngozi (2013). Influence of Advertising Appeals and Personality on Telecoms Consumption Preferences in Nigeria. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, September, 3 (9), 229 - 237.

O'Keefe, Daniel J. (2002). *Persuasion: Theory and Research* (Second Edition). USA: Sage Publications, Inc.

O'Shaughnessy, John and O'Shaughnessy, Nicholas Jackson (2004). *Persuasion in Advertising*. London: Routledge Taylor &Francis Group.

Odabaşı, Yavuz ve Barış, Gülfidan (2004). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Odabaşı, Yavuz ve Oyman, Mine (2005). *Pazarlama İletişimi Yönetimi* (6. Baskı). İstanbul: MediaCat Kitapları.

Okay, Ayla (2016). *Sağlık İletişimi* (3. Basım) İstanbul: Derin Yayınları.

Oktay, Mahmut (1996). *İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.

Olson, Michael A. and Kendrick, Richard V. (2008). Origins of Attitudes. (Edited by: William D. Crano ve Radmila Prislin). *Attitudes and Attitude Change.* USA New York: Psychology Press, Taylor & Francis Group, 111-130.

Oyedele, Adesegun, Minor, Michael S. and Ghanem, Salma (2009). Signals of Global Advertising Appeals in Emerging Markets. *International Marketing Review*, 26 (4/5), 521-541.

Öncel Taşkıran, Nurdan (2011). Reklamın Mizahi Çerçevede Ünlü Kişi Aracılığıyla Sunumu: Ürün Nesne İlişkisinde İmaj Aktarımı. *Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Medyada Mizah Olgusu Ulusal İletişim Kongresi*, 1-16, Erzurum.

Özbakır Umut, Meftune ve Velioğlu, Meltem Nurtanış (2016). Sosyal Pazarlamada Hedef Kitlenin Derinlemesine Analizi ile Geri Dönüşüm Davranışını Haritalamak. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi,* 2 (1), Nisan, 1-20.

Özer, A. Kadir (1997). *Kaygı: Sınanma Duygusuyla Başedebilme* (2. Basım). İstanbul: Varlık Yayınları.

Özkan, Abdullah (2004). *Siyasal İletişim*. İstanbul: Nesil Yayınları.

Özodaşık, Mustafa (2005). *Yalnızlık* (2. Basım). Konya: Tablet Kitabevi.

Öztürk, Mesude Canan. (2009). Sosyal Boyutlu Reklamlar. (Der: Şahinde Yavuz). *Reklamın Toplumsal Yansımaları ve Yeni Reklam Biçimleri.* Ankara: Ütopya Yayınevi, 217- 236.

Paek, Hye-Jin, Kim, Kyongseok and Hove, Thomas (2010). Content Analysis of Antismoking Videos on Youtube: Message Sensation Value, Message Appeals, and Their Relationships with Viewer Responses. *Health Education Research*, 25 (6), 1085-1099.

Paek, Hye-Jin, Hove, Thomas, Kim, Mikyoung and Jeong, Hyun Ju (2011). Mechanisms of Child Abuse Public Service Announcement Effectiveness: Roles of Emotional Response and Perceived Effectiveness. *Health Communication*, 26, 534-545.

Pechmann C. and Ratneshwar, S. (1994). The Effects of Antismoking and Cigarette Advertising on Young Adolescents' Perceptions of Peers Who Smoke. *Journal of Consumer Research*, 21 (2), 236–251.

Pembecioğlu, Nilüfer (2012*). Etik-İletişim-Çocuk*. İstanbul: Kutupyıldızı Yayınları.

Perloff, Richard M. (2010). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (4th Edition). New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Perlov, George, Foleno, Tony and Hess, Mike (2008). Rules of the Road for Public Service Advertising. *Empirical Generalizations in Advertising Conference Paper*, November 21, 1-27 https://www.adcouncil.org/content/download/1412/12427/file/, Erişim Tarihi: 01/03/2018.

Perse, Elizabeth M., Nathanson, Amy I. and McLeod, Douglas M. (1996). Effects of Spokesperson Sex, Public Service Announcement Appeal, and Involvement on Evaluations of Safe-Sex PSAs. *Health Communication*, 8 (2), 171–189.

Peters, Gjalt-Jorn Ygram, Ruiter, Robert A. C. and Kok, Gerjo (2013). Threatening communication: a critical re-analysis and a revised meta analytic test of fear appeal theory. *Health Psychology Review*, 7(sup1), S8–S31.

Phua, Joe and Tinkham, Spencer (2015). Authenticity in Obesity Public Service Announcements: Influence of Spokesperson Type, Viewer Weight, and Source Credibility on Diet, Exercise, Information Seeking, and Electronic Word-of-Mouth Intentions. *Journal of Health Communication*, 0, 1-9.

Pollay, Richard W. (1983). Measuring the Cultural Values Manifest in Advertising. *Current Issues and Research in Advertising*, 6 (1), 71-92.

Pringle, Hamish (2008*). Şöhret Satar* (Çev: Evren Yıldırım). İstanbul: MediaCat Kitapları.

Quick, Brian L. and Bates, Benjamin R. (2010). The Use of Gain- or Loss-Frame Messages and Efficacy Appeals to Dissuade Excessive Alcohol Consumption Among College Students: A Test of Psychological Reactance Theory. *Journal of Health Communication*, 15, 603-628.

Reichert, Tom, Heckler Susan E. and Jackson, Sally (2001). The Effects of Sexual Social Marketing Appeals on Cognitive Processing and Persuasion. *Journal of Advertising*, 30 (1), Spring, 13-27.

Reichert, Tom (2003). What is Sex in Advertising? Perspectives from Consumer Behavior and Social Science Research. (Edited by: Reichert, Tom ve Lambiase, Jacqueline). *Sex in Advertising: Perspectives on the Erotic Appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 11-38.

Reichert, Tom and Carpenter, Courtney (2004). An Update on Sex in Magazine Advertising: 1983 to 2003. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 823-837.

Reichert, Tom, LaTour, Michael S. and Kim, Joo Young (2007). Assessing the Influence of Gender and Sexual Self-Schema on Affective Responses to Sexual Content in Advertising. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 29 (2), 63-77.

Reinhart, Amber Marie, Marshall, Heather M., Feeley, Thomas Hugh and Tutzauer, Frank (2007). The Persuasive Effects of Message Framing in Organ Donation: The Mediating Role of Psychological Reactance. Communication Monographs, 74 (2), 229-255.

Reiss, Steven (2004). The Sixteen Strivings for God. *Zygon*, 39 (2), June, 303-320.

Rhodes, Nancy (2015). Fear-Appeal Messages: Message Processing and Affective Attitudes. *Communication Research*, 1-24.

Rhodes, Nancy, Ralston, Rachel and Bigsby, Elisabeth (2016). Teens' Reactance to Anti-Smoking Public Service Announcements: How Norms Set the Stage. *Journal of Health Communication*, 21, 575-582.

Rocha, Roberto (2017). *15 Ways To Influence & Persuade Anyone*. http://www.askmen.com/money/successful_100/104_success.html, Erişim Tarihi: 26/04/2017.

Rodafinos, Angelos, Vucevic, Arso and Sideridis, Georgios D. (2005). The Effectiveness of Compliance Techniques: Foot in the Door versus Door in the Face. *The Journal of Social Psychology*, 145 (2), 237–239.

Rogers, Ronald W. (1975). A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change. *The Journal of Psychology*, 91 (1), 93-114.

Rogers, Ronald W. (1983). Cognitive and Psychological Processes in Fear Appeals and Attitude Change: A Revised Theory of Protection Motivation. (Edited by: John T. Cacioppo and R. E. Petty), Basic Social Psychophysiological Research: A Sourcebook, New York, NY: Guilford,153-176.

Rose, Gregory M., Merchant, Altaf and Bakir, Aysen (2012). Fantasy in Food Advertising Targeted at Children. *Journal of Advertising*, 41 (3), 75-90.

Rucker, Derek D., Petty, Richard E. and Briñol, Pablo (2008). What's in the Frame Anyway?: A Meta-Cognitive Analysis of the Impact of One Versus Two Sided Message Framing on Attitude Certainty. *Journal of Consumer Psychology*, 18 (2), 137-149.

Ruiter, Robert A. C., Abraham, Charles and Kok, Gerjo (2001). Scary Warnings and Raitonal Precautions: A Review of the Psychology of Fear Appeals. *Psychology and Health*, 16 (6), 613-630.

Sakallı, Nuray (2016). *Sosyal Etkiler: Kim Kimi Nasıl Etkiler?* (5. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Sandıkçıoğlu, Bilge (2014). İkna Edici İletişimde Kaynak. (Editör: Mine Oyman). *İkna Edici İletişim* (3. Baskı). Eskişehir: AÖF Yayınları, 64-87.

Santa, Annesa Flentje and Cochran, Bryan N. (2008). Does the Impact of Anti-Drinking and Driving Public Service Announcements Differ Based on Message Type and Viewer Characteristics? Journal of Drug Education, 38 (2), 109-129.

Scaraboto, Daiane, Rossi, Carlos Alberto Vargas and Costa, Diego (2012). How Consumers Persuade Each Other: Rhetorical Strategies of Interpersonal Influence in Online Communities. *BAR – Brezillian Administration Review*, Rio de Janeiro, 9 (3), July-September, 246-267.

Seki, Özlem (2017). *İkna Edici İletişim Açısından Korku Çekiciliği Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Tarafından Yayınlanan Kamu Spotları Örneği.* Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Shen, Feng (2012). Informational/Transformational Appeals in Political Advertising: An Analysis of the Advertising Strategies of 2010 U.S. Gubernatorial Campaigns. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 24 (1), 43-64.

Shen, Lijiang (2010a). Mitigating Psychological Reactance: The Role of Message-Induced Empathy in Persuasion. *Human Communication Research*, 36, 397-422.

Shen, Lijiang (2010b). On a Scale of State Empathy during Message Processing. *Western Journal of Communication*, 74, 504-524.

Shen, Lijiang (2011). The Effectiveness of Empathy – Versus Fear-Arousing Antismoking PSAs. *Health Communication*, 26 (5), 404-415.

Shen, Lijiang and Bigsby, Elisabeth (2013). The Effects of Message Features: Content, Structure, and Style. (Edited by: James Price Dillard ve Lijiang Shen). *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice* (Second Edition). USA: SAGE Publications, Inc., 18-31.

Shen, Lijiang (2015). Targeting Smokers With Empathy Appeal Antismoking Public Service Announcements: A Field Experiment. *Journal of Health Communication*, 20: 573-580.

Singh, Krishna Pal and Singh, Anurag (2017). Public Service Advertising In India: An Evaluation Through Literature. *International Journal of Marketing & Financial Management*, 5 (3), March, 53-64.

Slater, Michael D. (1999). Drinking and Driving PSAs: A Content Analysis of Behavioral Influence Strategies. *Journal of Alcohol and Drug Education*, 44 (3), 68-81.

Soley, Lawrence C. and Reid, Leonard N. (1988). Taking it off: Are Models in Magazine Ads Wearing Less?, *Journalism Quarterly*, 65 (4), 960-966.

Solomon, Michael R., Bamossy, Gary, Askegaard, Soren and Hogg, M. K. (2006). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (Third edition). New York: Prenctice Hall.

Stephenson, Michael T. (2003). Examining Adolescents' Responses to Anti-marijuana PSAs. *Human Communication Research*, 29 (3), July, 343-369.

Stevens, Elise M. (2018). What's so Appealing? An Examination of Emotional Appeals and Viewer Engagement in Safe-Sex PSAs and Condom Advertisements. *Health Marketing Quarterly*, 1-14.

Stiff, James B. and Mongeau, Paul A. (2003). *Persuasive Communication* (Second Edition). New York: The Guilford Press.

Stühmeier, Torben and Wenzel, Tobias (2012). Regulating Advertising in the Presence of Public Service Broadcasting. *Review of Network Economics*, 11 (2), 1-21.

Suher, H. Kemal ve İspir, N. Bilge (2008). Türk Dergi Reklamlarında Cinsellik: Önyargı ya da Gerçeğin Yansıması. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5,2, 80-94.

Sutherland, Max ve Sylvester, Alice K. (2004). *Reklam ve Tüketici Zihni* (Çev: İnci Berna Kalınyazgan). İstanbul: MediaCat Kitapları.

Şahin, Emine (2014). *Cinsel Çekicilik İçeren Televizyon Reklamları ve Markaya Yönelik Tutum Oluşmasında Kültürel Farklılıkların Rolü*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şeker, Mustafa ve Tiryaki, Salih (2013). Sigara ile İlgili Kamu Spotlarında Moral Panik Etkisi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 33, 223-242.

Şener, Gülcan (2007). *Reklamda Cinsel Çekiciliklerin İletişim Etkisi ile Ahlaki Değerlendirmesine Yönelik Tutum Araştırması.* Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Şener, Gülcan ve Uztuğ, Ferruh (2012). Reklamda Cinsel Çekiciliklerin İletişim Etkisi ile Ahlaki Değerlendirmesine Yönelik Tutum Araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (3), 153-168.

Şimşek, Sedat ve Uğur, İmran (2003). Star Stratejisi ve Uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 349-358.

Tabak, Ruhi Selçuk (2003). *Sağlık İletişimi* (2. Basım). İstanbul: Literatürk Yayınları.

Tannenbaum, Melanie B., Zimmerman, Rick S., Hepler, Justin, Saul, Lindsey, Jacobs, Samantha, Wilson, Kristina and Albarracín, Dolores (2015). Appealing to Fear: A Meta-Analysis of Fear Appeal Effectiveness and Theories. *Psychological Bulletin*, 141 (6). 1178-1204.

Taute, Harry A., McQuitty, Shaun and Pookie Sautter, Elise (2011). Emotional Information Management and Responses to Emotional Appeals. *Journal of Advertising*, 40 (3), Fall, 31-43.

Taylor, Shelley E., Peplau, Letitia Anne ve Sears, David O. (2012). *Sosyal Psikoloji* (Çev: Ali Dönmez), (3. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Taylor, Ronald E. (2015). The Role of Message Strategy in Improving Hand Hygiene Compliance Rates. *American Journal of Infection Control*, 43, 1166-1170.

Toncar, Mark, Reid, Jane S. and Anderson, Cynthia E. (2007). Effective Spokespersons in a Public Service Announcement: National Celebrities, Local Celebrities and Victims. *Journal of Communication Management*, 11 (3), 258-275.

Topçu, Sedat (2000). *Medyadan Psikolojiye Çeşitlemeler*. Ankara: Seba Yayınları.

Tracy, Jessica L. and Robins, Richard W. (2004). Putting the Self into Self-Conscious Emotions: A Theoretical Model. *Psychological Inquiry*, 15 (2), 103-125.

Tuna, Yavuz (2012). İletişim Kavramı ve İletişim Süreci. (Editör: İzlem Vural). *İletişim.* Ankara: Pegem Akademi.

Tuncer, A. Selim (2013). *Kamu Spotları Değerler Sisteminin Neresinde?*. http://selimtuncer.blogspot.com.tr/2013/10/kamu-spotlar-degerler-sisteminin.html?m=1, Erişim Tarihi: 22/05/2017.

Tuncer, A. Selim (2016). *İyilik, iknada önemli bir çekicilik unsurudur.* http://selimtuncer.blogspot.com.tr/2016/10/iyilik-iknada-onemli-bir-cekicilik.html, Erişim Tarihi: 22/05/2017.

Tutar, Hasan (2014). *Sosyal Psikoloji: Kavramlar ve Kuramlar* (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2015)

www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=2403 Erişim Tarihi: 03/08/2018

Türk Dil Kurumu, http://www.tdk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 19/11/2016; 03/08/2017.

Türkkan, Reha Oğuz (2004). *İkna ve Uzlaşma Sanatı*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

TÜSEV - Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (2013). *Kamu Spotu ve STK'LAR, Vaka Analizi* http://www.tusev.org.tr/usrfiles/images/KamuSpotuVakaAnaliziTR.06.11.13.pdf, Erişim Tarihi: 10/05/2017

Tüzemen, Mehmet Kürşat (2017). *Madde Bağımlılığıyla İlgili Kamu Spotları: Bonzai Üzerine Demarketıng (Pazarlamama) Uygulaması.* Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.

Uğur, İmran (2008). *Televizyon Reklamlarında Mizahın Kullanımı.* İstanbul: Literatürk Yayınları.

Underhill, Jill Cornelius (2012). *Examining the Effects of Hope and Fear Appeals on Cognitive Processing*. The Degree of Doctor of Philosophy, University of Maryland, College Park.

Usta, Çiğdem (2009). *Mizah Dilinin Gizemi* (2. Baskı). Ankara: Akçağ Basım Yayım.

Uztuğ, Ferruh (2003). *Markan Kadar Konuş: Marka İletişimi Stratejileri*. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Walther, Joseph B., DeAndrea, David, Kim, Jinsuk and Anthony, James C. (2010). The Influence of Online Comments on Perceptions of Antimarijuana Public Service Announcements on YouTube. *Human Communicaton Research*, 36 (4), 469-492.

Wang, Zheng, Solloway, Tyler, Tchernev, John M. and Barker, Bethany (2012). Dynamic Motivational Processing of Antimarijuana Messages: Coactivation Begets Attention. *Human Communication Research,* 38, 485-509.

Weber, Keith, Dillow, Megan R. and Rocca, Kelly A. (2011). Developing and Testing the Anti-Drinking and Driving PSA. *Communication Quarterly*, 59 (3), 415-427.

Weinberger, Marc G. and Gulas, Charles S. (1992). The Impact of Humor in Advertising. A Review. *Journal of Advertising*, 21 (4), 35-59.

Wells, William, Moriarty, Sandra and Burnett, John (2006). *Adventising Principles & Practice* (7 th Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Weresh, Melissa H. (2012). Morality, Trust, and Illusion: Ethos as Relationship. *Legal Communication & Rhetoric: JALWD*, 9, 229-272.

Whittle, Williams (2013). *2013 Survey Trends In Publıc Servıce Announcements* http://www.williamswhittle.com/wordpress/wp-content/uploads/2013/05/2013-Williams-Whittle-PSA-Survey-Results-FINAL.pdf, Erişim Tarihi: 28/09/2018.

Williams, Kaylene C. (2012). Fear Appeal Theory. *Research in Business and Economics Journal*, Vol. 5: 1-21.

Wilson, Barbara J. (2007). Designing Media Messages About Health and Nutrition: What Strategies Are Most Effective?. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 39 (2S), March/April, S13-S19.

Wirtz, John G., Sparks, Johnny V. and Zimbres, Thais M. (2017). The Effect of Exposure to Sexual Appeals in Advertisements on Memory, Attitude, and Purchase Intention: A Meta-Analytic Review. *International Journal of Advertising*, 1-31.

Witte, Kim (1992). Putting the Fear Back into Fear Appeals: The Extended Parallel Process Model. *Communications Monographs*, 59 (4), 329-349.

Witte, Kim (1993). Message and Conceptual Confounds in Fear Appeals: The Role of Threat. Fear, and Efficacy. *Southern Communication Journal*, 58 (2). 147-155.

Witte, Kim (1994). Fear Control and Danger Control: An Empirical Test of the Extended Parallel Process Model. *Communication Monographs*, 61 (2), 113-134.

Witte, Kim (1997). Preventing Teen Pregnancy Through Persuasive Communications: Realities, Myths, and the Hardfact Truths. *Journal of Community Health*, 22, 137-154.

Witte, Kim and Allen, Mike, (2000). A Meta-Analysis of Fear Appeals: Implications for Effective Public Health Campaigns. *Health Education and Behavior*, 27 (5), 591- 615.

Wong, Norman C.H., Harwell, Lindsey A. and Harrison, Kylie J. (2013). The Unintended Target: Assessing Nonsmokers' Reactions to Gain- and Loss-Framed Antismoking Public Service Announcements. *Journal of Health Communication*, 18, 1402-1421.

Yaman, Fikret ve Göçkan İhsan (2015). Kamu Spotu Reklamlarının Sigara Kullanıcıları Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İlinde Bir Uygulama. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi KAÜ İİBF Dergisi*, 6 (11), 53-66.

Yardımcı, İsmail (2010). Mizah Kavramı ve Sanattaki Yeri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 1-41.

Yetkin Özbük, Meltem ve Öz, Yağmur (2017). Türkiye'de Yayınlanmış Olan Kamu Spotlarının İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi. *Business and Economics Research Journal*, 8 (3), 575-589. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=559431

Yıldırım Becerikli, Sema (2012). Sağlık İletişimi Çalışmalarında Alımlama Analizinin Kullanımı: Odak Grup Çalışması Yoluyla Kamu Kampanyaları ve Reklam Metinlerine İlişkin Çapraz Bir Okuma Pratiği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, II, 43, 163-177.

Yıldız, Öykü Ezgi ve Deneçli, Ceyda (2010). Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının İkna Sürecinde Sosyal İçerikli Reklamların Kullanımı: Bir Çözümleme Örneği. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, Ekim 2010 - Mart 2011, 96-110.

Yıldız, Öykü Ezgi ve Deneçli, Ceyda (2013). Reklamda Animasyon Karakter Kullanımının Çocukların Beslenme Alışkanlıkları Üzerindeki Etkileri. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Bahar 2013, 36, 241-253.

Yılmaz, R. Ayhan (1999). Duygusal Çekicilikli Reklamların İletişim Etkileri. , Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Yılmaz, R. Ayhan (2007). The Differences Between Commercials of Turkish and American Brands. *Communication in the Millenium 5*, May 16-18, USA: Indiana University-Bloomington.

Yoon, Hye Jin and Mayer, James Mark (2014). Do Humour and Threat Work Well Together?. *International Journal of Advertising*, 33(4), 725-740.

Yoon, Hye Jin (2015). Emotional and Cognitive Responses to Nonhumorous and Humorous Threat Persuasion Public Service Advertisements. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 36 (1), 52-69.

Yüksel, Ahmet Haluk (2003a). İkna Kavramı ve İkna Edici İletişim. (Editör: Uğur Demiray). *Meslek Yüksekokulları İçin Genel İletişim.* Ankara: Pegem A Yayınları, 67-86.

Yüksel, Ahmet Haluk (2003b). İletişim Kavram ve Tanımı. (Editör: Uğur Demiray). *Meslek Yüksekokulları İçin Genel İletişim*. Ankara: Pegem A Yayınları, 1-34.

Yüksel, Ahmet Haluk (2005). İkna ve Konuşma. (Editör: Ali Atıf Bir). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Yüksel, Ahmet Haluk (2013). Etkileme, Etkili İletişim ve İkna Edici Konuşma. (Editörler: Erhan Eroğlu ve A. Haluk Yüksel). *Etkili İletişim Teknikleri.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 142-173.

Yüksel, Ahmet Haluk (2014). İknanın Psikolojik, Toplumsal ve Mantıksal Boyutları. (Editör: Mine Oyman*). İkna Edici İletişim* (3. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları, 20-41.

Zalluhoğlu, Ali Erhan, Karslı, Cihat, Candemir, Aykan ve Günay, G. Nazan (2015). Sosyal Pazarlama Çerçevesinde Kamu Spotlarının İncelenmesi: Keşifsel Bir Analiz. *20. Ulusal Pazarlama Kongresi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 467-478.

Zhang, Jueman (Mandy), Chen, Gina Masullo, Chock, T. Makana, Wang, Yi, Nie, Liqiang and Schweisberger, Valarie (2016). A Psychophysiological Study of Processing HIV/AIDS Public Service Announcements: The Effects of Novelty Appeals, Sexual Appeals, Narrative Versus Statistical Evidence, and Viewer's Sex. *Health Communication*, 31 (7), 853-862.

Zıllıoğlu, Merih (2003). *İletişim Nedir*? (2. Basım). İstanbul: Cem Yayınevi.

Zillmann, D. (2006). Exemplification Effects in the Promotion of Safety and Health. *Journal of Communication*, 56, S221- S237.

İNTERNET KAYNAKLARI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu - RTÜK, https://www.rtuk.gov.tr

TRT Kamu Spotları Arşivi, (http://www.trt.net.tr

TRT1 Kamu Spotu Kanalı https://www.trt.tv/kamu-spotu/bolumler/80213

Kamu Spotları Yönergesi, https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari/5029/3985/kamu-spotlari-yonergesi.html, Erişim Tarihi: 14/08/2018.

Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun Kapsamında Tavsiye Kararı Verilen Kamu Spotları https://www.rtuk.gov.tr/kamu-spotlari/5029/3015/radyo-ve-televizyonlarin-kurulus-ve-yayin-hizmetleri-hakkinda-kanun-kapsaminda-tavsiye-karari-verilen-kamu-spotlari.html , Erişim Tarihi: 14/08/2018.

RTÜK Zorunlu Yayın Yükümlülüğü Doğuran Mevzuat ve bu kapsamda yayınlanan zorunlu kamu spotları https://www.rtuk.gov.tr/zorunlu-yayinlar-3718 , Erişim Tarihi: 14/08/2018.

TRT, 2018 http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx, Erişim Tarihi, 11/09/2018.

DORinsight – Kamu Spotu Araştırması Basın Bülteni 15 Mart 2013,
http://cdn.dorinsight.com/dorinsight/basinda/2013/DORinsight_Basin_NISAN_Kamu_Spotu_Arastirmasi.pdf , Erişim Tarihi: 20/05/2017.
http://www.ekmekisrafetme.com/ , Erişim Tarihi: 03/10/2017.
http://www.infojug.com/advertising-articles/types-of-advertising-appeals.html , Erişim Tarihi: 11/12/2017.
http://www.kigem.com/herkesin-bir-kopekbaligina-ihtiyaci-var.html, Erişim Tarihi: 12/09/2017.
'Hadi Baba' isimli kamu spotu yayından kaldırılıyor. http://www.memurlar.net/haber/628451/, Erişim Tarihi: 28/11/2016.
https://studylib.net/doc/8668583/chapter-8--behaviour-influences-on-attitudes, Erişim Tarihi: 08/07/2018
WeAreSocial, 2018, https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018, Erişim Tarihi, 08/09/2018
https://www.youtube.com/watch?v=JNjunlWUJJI , Erişim Tarihi: 11/12/2017.
http://www.youtube.com/watch?v=B1DNoole3Wo, Erişim Tarihi: 11/12/2017.

DUYGUSAL ZEKÂ VE TÜKETİM

Arzu KAZAZ

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Aksoy, Atilla (2005). Yeni Reklamcılık. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Alpert, Richard ve Haber Ralph Norman (1960). Anxiety in Academic Achievement Situations, Journal of Abnormal Psychology. 61. pp. 207-215.

Arnold, Mark J. ve Reynolds, Kristy E. (2003). Hedonic shopping motivations. Journal of retailing, 79(2), 77-95.

Babin Barry J. ve Attaway Jill S. (2000). Atmospheric Affect as a Tool for Creating Value and Gaining Share of Customer. Journal of Business Research, 49(2), 91-99.

Babu, M. Ganesh, Vani, G., & Panchanatham, N. (2010). Consumer Buying Behaviour.

Bagozzi, Richard P.; Mahesh, Gopinath, ve Prashanth U. Nyer (1999). "The Role of Emotions in Marketing." Journal Of The Academy Of Marketing Science 27.2 184-206.

Bali, Rıfat N. (2002). Tarz-ı Hayat' tan Lıfe Style'a. İletişim Yayınları İstanbul.

Batra, Rajeev & Ahtola, Olli T. (1991). Measuring The Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. Marketing Letters, 2(2), 159-170.

Batı, Uğur; Erdem, Orhan (2016). Ben Bilmem Beynim Bilir. İstanbul: Media Cat Yayınları.

Batı, Uğur (2015). Tüketici Davranışları "Tüketim Kültürü, Psikolojisi ve Sosyolojisi Üzerine Şeytanın Notları". İstanbul: Alfa Yayınları.

Batı, Uğur (2010). Reklamın Dili, İstanbul: Alfa Yayınları.

Baudrillard, Jean. (2017). Tüketim Toplumu Ayrıntı Yayınları İstanbul. (Çev: Nilgün Tutal, Ferda Keskin).

Bar-On, Reuven (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social İntelligence (ESI) . Psicothema, 18 (Suplemento), 13-25.

Bettman, James. R.; Luce, Mary Frances ve Payne, John W. (1998). Constructive Consumer Choice Processes. Journal of consumer research, 25(3), 187-217.

Black, Donald W. (2007). A Review of Compulsive Buying Disorder. World Psychiatry, 6(1), 14.

Bocock, Robert (1997). Tüketim. (Çeviren: İrem Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Brayman, Alan ve Cramer, Duncan (2001). QuantitativeData Analysis with SPSS Release for Windows, London: Rautledge.

Burke, Marian Chapman ve Edell, Julia .A. (1989). The İmpact of Feelings on Ad-Based Effect and Cognition. Journal of Marketing Research 26 (69-83).

Büyüköztürk, Şener (2002). Sosyal Bilimler İçin Ver Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Canan, Sinan (2015). Değişen Beynim İstanbul: Tuti Kitap.

Chaudhuri, Arjun (2006). Emotıon and Reason in Consumer Behavior United Kingdom Elsevier

Caruso, David. R.; Mayer, John. D. ve Salovey, Peter (2002). Relation of an Ability Measure of Emotional İntelligence to Personality. Journal of personality assessment, 79(2), 306-320.

Crawford, J., Kippax, S., Onyx, J., Gault, U., & Benton, P. (1992). Emotion and Gender: Constructing meaning from memory. Sage Publications, Inc. s:20

Çağbayır, Yaşar (2007). Ötüken Türkçe Sözlük: Orhun Yazıtlarından Günümüze Türkiye Türkçesinin Söz Varlığı İstanbul: Ötüken Yayınları

Çeçen, A. Rezan (2002). Duygular İnsan Yaşamında Neden Vazgeçilmez ve Önemlidir. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(9). 164-170.

Çelik, Sabahattin (2009). Hazsal ve Faydacı Tüketim. İstanbul: Derin Yayınları

Dağtaş, Banu (2008). Reklam Kültür ve Toplum. Ankara: Ütopya Yayınları

Dağtaş, Banu ve Dağtaş, Erdal (2009). Medya Tüketim Kültürü ve Yaşam Tarzları. Ankara: Ütopya Yayınları.

Dawson, Scott; Bloch, Peter H. ve Ridgway, Nancy (1990). Shopping Motives, Emotional States, and. Journal of retailing, 66, 4. 408

Dodge, K. A., Pettit, G. S., McClaskey, C. L., Brown, M. M., & Gottman, J. M. (1986). Social Competence in Children. Monographs of the society for research in child development, i-85.

Doğan, Selen ve Şahin, Faruk (2007). Duygusal Zekâ: Tarihsel Gelişim ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış. Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences, 16(1).

Douglas, Michael ve Isherwood, Baron (1999). Tüketimin Antropolojisi. (Çeviren: Erden Atilla Aytekin) Ankara: Dost Kitabevi

Dollard, John ve Miller, Neal E. (1950). Personality and Psychotherapy; an Analysis in Terms of Learning, Thinking, and Culture. New York, NY, ABD: McGraw-Hill.

Dökmen, Üstün (2009). Sanatta ve Günlük Yaşamda Empati. İstanbul: Remzi Kitabevi

Drozdova, Natali (2014). Measuring Emotions in Marketing and Consumer Behavior: Is Face Reader an Applicable Tool. Master's Thesis.

Easterbrook, James A. (1959). The Effects of Emotion on Cue Utilization and the Organization of Behavior, Psychological Review, 66. pp. 183-200.

Erciş, Aysel; Ünal, Sevtap ve Can, Polat (2007). Yaşam Tarzlarının Satın Alma Karar Sürecindeki Rolü. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(2), 28 1-311.

Erdoğan, İrfan (2003). Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum, Ankara: Erk.

Ekman, Paul (2003) Yalan Söylediğimi Nasıl Anladın (Çeviren: Erdem İlgi Akter) İstanbul: Okyanus Yayınları

Epstein, Seynour ve Feist Gregory J. (1988). Relation Between Self-and Other-Acceptance and Its Moderation by Identification, Journal of Personality and Social Pychology, 54. pp. 309-315.

Joseph, Ciarrochi; Joseph P. Forgas and John D. Mayer (2006). edited by 'Emotıonal İntelligence İn Everyday Life' Second Edition Psychology Press.

Gedizler, Gaye (2010). İnsan Kaynakları Yönetiminde 'Duygusal Zekâ' Ölçüm ve Modelleri, Journal of Yaşar University, 5(18), 2970-2984.

Elden, Müge (2015) Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.

Elden, Müge; Ulukök, Nilay; Yeygel, Sinem (2011). Şimdi Reklamlar. İstanbul: İletişim Yayınları.

Eastman, Jacqueline K.; Goldsmıth, Ronald E.; ve Flynn, Leisa Reinecke (1999). Status Consumption in Consumer Behavior: Scale development and validation. Journal of marketing theory and practice, 7.3: 41-52.

Flemming Hans; Sverre R.C.; Steen L. (2006). Measuring Emotıons In a Marketing Context. Innovative Marketing, Volume 2, Issue 2.

Fleur J.M. Laros; Benedict Jan ve Steenkamp E.M. (2005). Emotions in consumer behavior: a hierarchical approach. Journal of business Research, 58(10), 1437-1445.

Fiore Ann Marie (2007). An integrative framework capturing experiential and utilitarian shopping experience. International Journal of Retail & Distribution Management, 35(6), 421-442.

Fromm, Erich (2003). Sahip Olmak Ya Da Olmak (Çeviren: Aydın Arıtan) İstanbul: Arıtan Yayınevi

Frijda, Nico H. (1988). The Laws of Emotion. American psychologist, 43(5), 349.

Haanpaa, Leena (2005). Shopping for fun or for needs? A study of shopping values, styles and motives of Finnish consumers in 2001-2003. In Conference of European Sociological Association (Vol. 7, pp. 9-12).

Hamilton, Lawrence (1995). Data Analysis for Social Scientists, Wadsworth Publishing Company, California.

Hansen, Flemming ve Christensen, Sverre R. (2007). Emotions, Advertising and Consumer Choice . First Edition. Copenhagen Business School Press. Sayfa 118-119.

Heath, Roberth (2013). Bilinç Altımdaki Reklamlar, Reklamlar Bizi Nasıl Etkiler. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Huang, Ming Hui (2001). The Theory of Emotions in Marketing. Journal of Business and Psychology, 16(2), 239-247.

Holbrook, Morris B. ve Rajeev Batra (1987). "Assessing The Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising." Journal of consumer research (1987): 404-420.

Holbrook, Morris B. ve Hirschman, Elizabeth C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. Journal of consumer research, 9(2), 132-140.

Gardner, Howard ve Hatch, Thomas (1989). Educational İmplications of the Theory of Multiple İntelligences. Educational researcher, 18(8), 4-10.

Gardner, Howard (2010). Çoklu Zekâ Kuramı: Yaratıcılık- Gelecek İçin Beş Akıl. 1. Uluslararası Yaşayan Kuramcılar Konferansı. (Çeviren: Hasibe Kale) Burdur: Vitamin Yayınevi

Goleman, David; Boyatzıs, Richard ve Mckee Annıe (2002). Yeni Liderler, (Çev: Filiz Nayır-Osman Deniztekin), Varlık Yayınları, İstanbul.

Goleman, David (2016). 'Duygusal Zekâ, EQ Neden IQ dan Daha Önemlidir' Çev. Banu Seçkin Yüksel 2016 Varlık Yayınları İstanbul.

Gilboa, Shaked; Rafaeli, Anat (2003). "Store Environment, Emotions And Approach Behaviour: Applying Environmental Aesthetics To Retailing." The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research (13.2) 195-211.

Güven, Ebru Ö. (2009). Hedonik Tüketim: Kavramsal Bir İnceleme. ABMYO Dergisi, 3, s.65-72.

Isen, A.M. ve Daubman, K.A. (1984). The Influence of Affect on Categorization, Journal of Personality and Social Psychology, 47. pp. 1206-1217.

Isen, Alice M., Kimberly .A. Daubman ve Joyce M. Gorgoglione, J.M. (1987). The Influence of Positive Affect on Cognitive Organization: Implications for Education, in Aptitude, Learning, and Instruction: Affective and Cognitive Factors, R. Snow and M. Farr (eds.), Erlbaum, Hillsdale, New Jersey.

İşmen, A. Esra (2001). Duygusal Zekâ ve Problem Çözme.

James, William. (1884). II.—What is an emotion?. Oxford University Press Mind, (34), 188-205.

Joseph, Ciarrochi; Joseph, P. Forgas and John, D. Mayer (2006). Mayer edited by 'Emotıonal İntelligence İn Everyday Life, 2001,2

Kabadayı, Ebru Tümer & Alan, Alev Koçak (2013). Duygu Tipolojilerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi, İşletme Araştırmaları Dergisi (Turk Journal of Business Research), 93.

Kocabaş, Füsun; Elden, Müge; Yurdakul, Nilay (2002). Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle 3. Baskı İletişim Yayınları İstanbul

Koç, Erdoğan (2011). Tüketici davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Konrad, Stefan ve Hendl, Cladudia (2001). Duygularla Güçlenmek (Çeviren: Meral Taştan) İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Kotler, Phılıp; Ned. Roberto ve Nancy, Lee (2002). Social Marketing. Thousand Oaks, California: Sage

Küçükerdoğan, Rengin (2011). Reklam Nasıl Çözümlenir. İstanbul: Beta Yayınları.

Kidwell, Blair L. (2004). Emotional Intelligence in Consumer Behavior: Ability. Confidence and Calibration as Predictors of Performance.

Kidwell, Blair; Hardesty, David, M. ve Childers, Terry L. (2007). Consumer Emotional İntelligence: Conceptualization, Measurement, and the Prediction of Consumer Decision Making. Journal of Consumer Research, 35(1), 154-166.

Lashgari, Malek (2015). Decision making under uncertainty the impacts of emotional intelligence and behavioral patterns. Academy of Accounting and Financial Studies Journal, 19(2), 159.

Leventhal, Howard ve Scherer, Klaus (1987). The Relationship of Emotion to Cognition: A functional Approach to a Semantic Controversy. Cognition and Emotion, 1(1), 3-28.

Lindstrom, Martin (2009). Buy.ology . (Çeviren: Ümit Şensoy) İstanbul: Optimist Yayınları.

Lin, Fang-Yi (2003). An analysis of hospitality consumer lifestyles in the United States (Phd Thesis Texas Tech University).

Mayer, John ve Salovey, Peter (1997). Emotıonal Development And Emotıonal İntelligence Educatıonal Implıcatıons Edited By Peter Salovey and David J. Sluyter. Basic Books A Division of Harper Collins Publishers New York.

Mayer, John .D., Roberts, Richard .D., ve Barsade, Sigal G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. Annu. Rev. Psychol., 59, 507-536.

Mayer, John. D., Caruso, David. R., ve Salovey, Peter. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. Intelligence, 27(4), 267-298.

Mayer, John. D.; Salovey, P., ve Caruso, David R. (2002). Mayer-Salovey-Caruso. Emotional İntelligence Test (MSCEIT) Users Manual. Toronto, Canada: MHS

Mayer, John D. ve Geher, Glenn (1996). Emotional intelligence and the identification of emotion. Intelligence, 22(2), 89-113.

Mayer, John D. (1986). How Mood Influences Cognition, in Advances in Cognitive Science, Volume I, N. E. Sharkey (ed.), Ellis Horwood, Chichester, pp.290-314.

Millan, Elena S., ve Howard, Elizabeth (2007). Shopping for pleasure? Shopping experiences of Hungarian consumers. International Journal of Retail & Distribution Management, 35(6), 474-487.

Montmarquet, A.,James (1999). 'Hedonism' The Cambridge Dictionary of Philosophy, 2. Edition, Ed: Robert Audi, New York & Cambridge University Press

Mucuk, İsmet (2012). Pazarlama İlkeleri İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Nyer, Prashanth U. (1997). A Study of the Relationships Between Cognitive Appraisals and Consumption Emotions. Journal of the Academy of Marketing Science, 25(4), 296-304.

Noel, Hayden (2009). Consumer Behavior. Ava Academia Publishing. Switzerland.

Odabaşı, Yavuz; Barış, Gülfidan (2007). Tüketici Davranışı. İstanbul: Media Cat Kitapları.

Odabaşı, Yavuz (2004). Postmodern Pazarlama. İstanbul: MediaCat Yayınları

Özdemirci, Ata K. (2014). 'Şirket ve Popüler Kültür' 2. Baskı . İstanbul: Beta Yayınları

Ridgway, Nancy M.; Kukar-Kinney, Monika, ve Monroe, Kent B. (2008). An Expanded Conceptualization and a New Measure of Compulsive Buying. Journal of Consumer Research, 35(4), 622-639.

Safran, Jeremy. D., ve Greenberg, Leslie. S. (Eds.). (1991). Emotion, Psychotherapy, and Change. Guilford press.

Salovey, Peter ve Mayer, John (1990). Emotional intelligence. Imagination, cognition and personality, 9(3), 185-211.

Schutte, Nicola S., et al. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. Personality and individual differences, 25(2), 167-177.

Schwarz, Norbert (1990). Feelings as İnformation: Informational and Motivational Functions of Affective states, (527-61).

Sherman, Elaine; Mathur Anil ve Smith Ruth B. (1997). Store Environment and Consumer Purchase Behavior: Mediating Role of Consumer Emotions. Psychology & Marketing, 14(4), 361-378.

Simon, Herbert. A. (1982). Affect and Cognition: Comments In Affect and Cognition: The Seventheenth Annual Carnegie Symposium on Cognition, u: Clark, Margaret Sydnor/Fiske, Susan T.(ur.).

Soscia, Isabella (2007). Gratitude, Delight, Or Guilt: The Role Of Consumers' Emotions İn Predicting Postconsumption Behaviors. Psychology & Marketing, 24(10), 871-894.

Şaşıoğlu, Miray; Gülol, Çağla ve Tosun, Ahmet (2013). Aleksitimi Kavramı. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar. 5 (4).

Schutte, Nicola S., et al. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. Personality and individual differences, 25(2), 167-177.

Tatar, Arkun; Tok, Serdar ve Saltukoğlu, Gaye (2011). Gözden Geçirilmiş Schutte Duygusal Zekâ Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi. Klinik Psikofarmakoloji Bülteni-Bulletin of Clinical Psychopharmacology, 21(4), 325-338.

Tarhan, Nevzat (2006). Duyguların Psikolojisi. İstanbul: Timaş Yayınları.

Tolüngüç Ahmet (2000). Pazarlama Reklam İletişim. Ankara: A.Ü İLEF Reklam Ataölyesi.

Torlak, Ömer (2000). Tüketim. Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü. İstanbul: İnkılab Yayınları.

Thorndike, Robert; Stein, Saul (1937). An Evaluation of the Attempts to Measure Social İntelligence. Pyschological Bulletin, 34 (5), 275-285.

Tuğrul, Ceylan (1999). Duygusal Zeka. Klinik Psikiyatri, 1, 12-20.

www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 14/11/2018)

www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 4/12/2018)

www.etymonline.com (Erişim Tarihi: 17/12/2018)

https://saglik.sozlugu.org/intrapsychic/ (Erişim Tarihi: 31/01/2019)

http://www.thebrandage.com/bir-insan-olarak-musteri, (Erişim Tarihi: 05/03/2019)

http://www.felsefe.gen.tr/felsefe_akimlari/pragmatizm_faydacilik_nedir_ne_demektir.asp, (Erişim tarihi: 02/05/2019)

http://www.felsefe.gen.tr/psikoloji/gudu-ve-gudulenme-nedir.asp (Erişim Tarihi 13/05/2018)

https://www.psychologytoday.com/intl/blog/inside-the-consumer-mind/201302/how-emotions-influence-what-we-buy, (Erişim Tarihi: 12/05/2019)

Trout, Jack; Rivkin, Steve ve Slater, Robert (1999). The power of simplicity. Audio-Tech Business Book Summaries.

Kurt, F. Leidecker (2010). The Dictionary of Philosophy Editör: Dogobert d. Runes. Philosophical Library New York.

Okumuş, Abdullah (2013). Tüketici Davranışı, Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım İstanbul: Türkmen Kitabevi.

O'Sullivan, Maurenn ve Ekman, Paul (2004). Facial expression recognition and emotional intelligence.

Uzkurt, Cevahir (2007). "Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Eğilimleri Üzerinde Kişisel Değerlerin Etkisi". Anadolu University Journal Of Social Science Vol:7 No:2 (241-260).

Saad, Gad (2012). Tüketim İçgüdüsü (Çeviren: Nadir Özata) Media Cat Yayınları, İstanbul.

Solomon, Michael; Bamossy, Gary; Askeegard, Soren; Hogg, Margaret (2006). Consumer Behavior A European Perspective. Prentice Hall. England

Veblen, Torsteın (2005). Aylak Sınıfın Teorisi (Çeviren: Zeynep Gültekin, Cumhur Atay) İstanbul, Babil Yayınları.

Wagner, Sigmund A. (2002). Understanding Green Consumer Behavior. Rutledge New York.

Westbrook, Robert ve Oliver Richard (1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. Journal of Consumer Research, 84-91.

Williamson, Judith (2000). Reklamların Dili "Reklamlarda Anlam ve İdeoloji". (Çeviren: Ahmet Fethi) Ankara: Ütopya Yayınları.

Yörükoğlu, Atalay (2004). "Zekâ Nedir?". Çocuk Ruh Sağlığı. İstanbul: Özgür Yayınları. s. 105-106.

Zaltman, Gerard (2003). Tüketici Nasıl Düşünür. İstanbul: Media Cat Kitapları.

Zorlu, Abdulkadir (2006). Tüketim Sosyolojisi. Ankara Glocal Yayınları s.12

Gelenekselden Dijitale

Medya Toplumu ve Reklam

M. Nur ERDEM

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Abbott, H.P. (2008). The Cambridge Introduction to Narrative. New York, NY: Cambridge University Press.

Adaval, R. ve Wyer, S.R. (1998). "The Role of Narratives in Consumer Information Processing", Journal of Consumer Psychology, Sayı: 7, Cilt: 3, ss. 207-245.

Adorno, T. W. (2007). Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi. Çev. N. Ülner vd. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aktaş, H. (2007). "Rossiter Percy Modeli Ve Reklamlarda Kullanımı Rossiter Percy Modelinin Deterjan Reklamları Örneğinde Görsel Çözümleme Denemesi", Journal of New World Sciences Academy, Cilt: 6, Sayı: 1, ss. 79–98.

Aktaş, H. ve Zengin, M. (2010). "DAGMAR Modeli: Deterjan Reklamları Örneğinde Görsel Bir Çözümleme", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 / 2010, ss. 31 – 43.

Aktuğlu, I.K. vd. (2007). Temel Kavramlarla Reklam Ajansı-Reklamveren İlişkileri. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Akturan, U. (2010). "Hedonik Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi", Öneri Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 33, ss. 109–116.

Almeida, F. (2017). "Concept and Dimensions of Web 4.0", International journal of Computers and Technology", Cilt: 16, Sayı: 7, ss. 7040-7046.

Althusser, L. (2006). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları. Çev. A. Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.

Applegren, E. (2004). "Convergence and Divergence in Media: Different Perspectives". 8th ICCC International Conference on Electronic Publishing, ss. 237-248.

Atabek, Ü. (2001). İletişim ve Teknoloji. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Aydın, O. (2007). "Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:6, Sayı:11, ss. 119-131.

Aydın, S. (2010). "Hedonik Alışverişin Cinsiyet, Gelir ve Yerleşim Büyüklüğüne Göre Farklılaşması Üzerine Bir Araştırma", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 15, Sayı: 3, ss. 435–452.

Aydoğan, F. (2000). Medya ve Serbest Zaman. İstanbul: Om Yayınları.

Baldini, M. (2000). İletişim Tarihi. Çev. G. Batuş. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Baran, A. (1992). "Sanayi Sonrası Enformasyon Toplumu Üzerine Tartışmalar", Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1-2, ss. 53–69.

Baştan, S. (2004). "Dijital Ekonominin İletişim Endüstrileri Üzerine Etkileri, Değişen Tüketici Tercihleri ve Yeni Bir İzleyici Kültürünün Doğuşu", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, ss. 29–46.

Baudrillard, J. (2002). Tüketim Toplumu. Çev. H. Deliçaylı ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z. (2006). Küreselleşme. Çev. A. Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Benjamin, W. (2002). Pasajlar. Çev. A. Cemal. İstanbul: YKY.

Bergiel, E.B. (2012). "Revisiting Hofstede's Dimensions: Examining the Cultural Convergence of the United States and Japan", American Journal of Management, Cilt: 12, Sayı: 1, ss. 69-79.

Berkman, B. (2004). "Teknoloji Söylemi ve Yeni Medyanın Ekonomi Politiği", Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 3, ss. 44 – 54.

Blythe, J. (2001). Pazarlama İlkeleri. Çev. Y. Odabaşı. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Bocock, R. (1993). Consumption. Routledge. London / NewYork.

Bond, J. ve Kirshenbaum, R. (2004). Radar Altı İletişim. Çev. A. Akyıldız. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Bozkurt, V. (2000). Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği. Bursa: Alesta.

Bruns, A. (2016). "User-Generated Content", içinde The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy, (Eds.) B. Jensen, vd., London: John Wiley & Sons Inc. ss. 2107–2112.

Bulut, Y. (2011). "İdeolojinin Tarihçesi", Sosyoloji Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 23, ss. 183-206.

Burton, G. (1995). Görünenden Fazlası. Çev. N. Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık.

Chomsky, N. (1993). Medya Denetimi / Immediast Bildirgesi. Çev. Ş. Süer. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.

Herman, E.S. ve Chomsky, N. (2006). Rızanın İmalatı/ Kitle Medyasının Ekonomi Politiği. Çev. E. Abadoğlu. İstanbul: BGST.

Cobley, P., (2001). Narrative. New York, NY: Routledge.

Cooper, S. (2002). Techno Culture and Critical Theory. New York, NY: Routledge.

Craig, A.B. (2013). Understanding Augmented Reality. U.S.: Elsevier Publications.

Çamdereli, M. (2006). Reklam Arası. Konya: Tablet Basım Yayın.

Çetin, M. ve Özgiden, H. (2013). "Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 172-189.

Dağtaş, B. (2003). Reklamı Okumak. Ankara: Ütopya Yayınları.

Dağtaş, B. ve Dağtaş, E. (Der.) (2009). Medya, Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları. Ankara: Ütopya Yayınları.

Delgadillo, Y. ve Escalas, C.E. (2004). "Narrative Word-of-Mouth Communication: Exploring Memory and Attitude Effects of Consumer Storytelling", Advances in Consumer Research, Sayı: 31, ss. 186-192.

Delwiche, A. ve Henderson, J.J. (2013). "Introduction: What is Participatory Culture?", içinde The Participatory Cultures Handbook, (Eds.) Delwiche, A. ve Henderson, J.J., US: Routledge.

Demirli, C. ve Kütük, Ö.F. (2010). "Anlamsal Web (Web 3.0) Ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış", İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, Yıl: 9, Sayı: 18, ss. 95-105.

Dickey, I.J. ve Lewis, W.F. (2010). "The Evolution (Revolution) of Social Media and Social Networking as a Necessary Topic in the Marketing Curriculum: A Case for Integrating Social Media into Marketing Classes", Management and Marketing Faculty Publications, Sayı: 32, ss. 139-143.

Dolgun, U. (2004). "Gözetim Toplumunun Yükselişi: Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna", Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 3, ss. 55-74.

Dyer, G. (2010). İletişim Olarak Reklamcılık. Çev. N. Öncel Taşkıran. İstanbul: Beta Yayınları.

Eastin, M. (2011). Handbook of Research on Digital Media and Advertising: User Generated Content Consumption. US: IGI Global.

Elden, M. (2005). "Glokal Reklam Kampanyalarında Yaratıcılığın Önemi", Bilig Dergisi, Sayı: 32, ss. 65-82.

Erdem, M.N. (2017). "Dijital Çağda Kültür, Yeni Tüketici Kapitalizmi ve Reklam Anlatısı", 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, 247-259.

Erdem, M.N. (2018a). "Reklam Uygulamalarında Sanal Gerçeklik", içinde Gelenekselden Dijitale Reklam Mecraları, Ed. Ö. Çakın, Konya: LiteraTürk Yayınları, ss. 199-240.

Erdem, M.N. (2018b). "Markalar Oyunda! Dijitalde Bir Ürün / Marka Yerleştirme Alanı Olarak Game-Vertising", içinde Teoriden-Pratiğe, Spordan-Medyaya: Ürün Yerleştirme Uygulamaları. Ed. N. Bolat, ss. 215-266.

Erdoğan, İ. (2002). İletişimi Anlamak. Ankara: ERK Yayınları.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. (2007). "Karl Marx İnsan, Toplum ve İletişim", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı: 25, ss. 199-228.

Eren, A. (2005). "Özgürlükler Mekanı Olarak Kamusal Alan", Atatürk Üniversitesi Erzincan Hukuk Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 3 – 4, ss. 95 – 124.

Eşgi, N. (2013). "Dijital Yerli Çocukların ve Dijital Göçmen Ebeveynlerinin İnternet Bağımlılığına İlişkin Algılarının Karşılaştırılması", Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 3, ss. 181-194.

Farrar, R.T. (1988). Mass Communication: An Introduction to the Field. St. Paul: West Publishing Company.

Featherstone, M. (1996). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. Çev. M. Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Feigenbaum, H.B. (2002). "Globaloney: Economic Versus Cultural Convergence Under Conditions of Globalization", The Journal of Arts Management, Law, and Society, Cilt: 31, Sayı: 4, ss. 255-264.

Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev. S. İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Fuchs, C. (2011). "Web 2.0, Prosumption, and Surveillance". Surveillance & Society, Cilt: 8, Sayı: 3, ss. 288-309.

Fuchs, C. (2014). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. Çev. D. Saraçoğlu ve İ. Kalaycı. Ankara: NotaBene Yayınları.

Gere, C. (2008). Digital Culture. London: Reaktion Books.

Giddens, A. (2005). Sosyoloji: Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş. Çev. Ü. Y. Battal. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Giddens, A. (2008). Sosyoloji. Çev. İ. Şahin. İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Görgülü, G. ve Görgülü, N.Ş. (2010). Pazarlama 3.0 – Yeni Çağın Pazarlama Yaklaşımı. İstanbul: Pazarlama 3.0 Yayınları.

Gulbenkian Komisyonu (2005). Sosyal Bilimleri Açın. Çev. Ş. Tekeli. İstanbul: Metis Yayınları.

Guimarães, F., vd. (2016). "Augmented Reality and Storytelling in Cities: An Application to Lisbon Street Art". World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Humanities and Social Sciences, Cilt: 10, Sayı: 11, ss. 3654 – 3657.

Gündüz, U. (2005). "Kültür, Bilinç ve Eğlence Endüstrisi Kavramları Işığında Çizgi Romana Farklı Yaklaşımlar", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 21, ss. 127-133.

Güngör, M. vd. (2009). Yakınsama: Telekomünikasyon ve Medya Sektörleri Açısından Düzenlemelere Etkileri. Ankara. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı Yayını.

Habermas, J. (2006). "Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research", Communication Theory, Sayı: 16, ss. 411–426.

Haug, W.F. (1997). Meta Estetiğinin Eleştirisi. Çev. A. Gül. İstanbul: Spartaküs Yayınları.

House of Lords (2013). Media Convergence. 2nd Report of Session 2012 – 13. London.

İnceoğlu, Y. (2006). "Medyayı Doğru Okumak". Ed. N. Türkoğlu. Medya Okuryazarlığı. İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, ss. 4–8.

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture. ABD. New York University Press.

Jenkins, H. vd. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. US: The MIT Press.

Kabadayı, E.T. ve Alan, A.K. (2014). "Deneyimsel Pazarlama: Pazarlamadaki Artan Önemi", İşletme Araştırmaları Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, ss. 203-217.

Kakırman Yıldız, A. (2012). "Dijital Yerliler Gerçekten Yerli mi Yoksa Dijital Melez mi?", International Journal of Social Science, Cilt: 5, Sayı: 7, ss. 819-833.

Kaliszewski, S. (2013). Through a Narratalogical Lens: An Analysis of the Storytelling Elements in Award-Winning Advertisements. England: The University of Warwick.

Kambil, A. (2008). "What is Your Web 5.0 Strategy?", Journal of Business Strategy, Cilt: 29, Sayı: 6, ss. 56-58.

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta Yayınları.

Karabulut, B. (2015). "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 21, ss. 11-23.

Karahasan, F. (2012). Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları. İstanbul: Doğan Kitap.

Kejanlıoğlu, B. (2005). Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Bir Uğrağı İletişim ve Medya. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Khanzode, C.A. ve Sarode, R.D. (2016). "Evolution of the World Wide Web: From Web 1.0 to 6.0", International Journal of Digital Library Services, Cilt: 6, Sayı: 2, ss. 1-11.

Kır, G. (2008). İnternet ve Genç Kimliği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kocaeli.

Kotler, P. vd. (2010). Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. US: Wiley Publications.

Küçük, M. (2005). Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Küçükcan, T. (Ed.) (2001). Toplumun, Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algısı Araştırması. Ankara: Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA) Yayını.

Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları. Çev. A. Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lazar, J. (2001). İletişim Bilimi. Çev. C. Anık. Ankara: Vadi Yayınları.

Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü. Çev. O. Akınhay ve D. Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Marx, K. (2011). Kapital – 1. Cilt. Çev. A. Bilgi. İstanbul: Eriş Yayınları.

Mattelard, A. (2005). İletişimin Dünyasallaşması. Çev. H. Yücel. İstanbul: İletişim Yayınları.

McLuhan, M. ve Fiore, Q. (1996). Yaradanımız Medya. Çev. Ü. Oskay. İstanbul: Merkez Yayıncılık.

McQuail, D. ve Windahl, S. (2005). Kitle İletişim Çalışmalarında İletişim Modelleri. Çev. K. Yumlu. Ankara: İmge Kitabevi.

Micheli, M. vd. (2018). "Digital Footprints: An Emerging Dimension of Digital Inequality", Journal of Information, Communication & Ethics in Society, Cilt: 16, Sayı: 3, ss. 242-251.

Moresi, E. (2003). Haber Etiği. Çev. F. Genç. Ankara: Dost Kitabevi.

Mucuk, İ. (2001). Pazarlama İlkeleri. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Mutlu, E. (2004). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mutlu, E. (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınları.

Nath, K. ve Iswary, R. (2015). "What Comes after Web 3.0? Web 4.0 and the Future", Proceedings in International Conference on Computing and Communication Systems, ss. 337-341.

Nikitin, P. (2006). Ekonomi Politik. Çev. H. Konur. Ankara: Eriş Yayınları.

Odabaşı, Y. (1999). Tüketim Kültürü. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2002). Pazarlama İletişimi Yönetimi. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Odyakmaz, N. (2005). Medya Ekolojisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Oktay, M. (1996). İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş. İstanbul: DER Yayınları.

Oskay, Ü. (2000). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. İstanbul: DER Yayınları.

Öztürk, G.R. (2013). Dijital Reklamcılık ve Gençlik. İstanbul: Beta Yayınları.

Polat, D.K. (2010). Viral Reklamlar ve Offansif Kullanımları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Polkinghorne, D.E. (1995). Narrative Configuration in Qualitative Analysis. International Journal of Qualitative Studies in Education, Cilt: 8, Sayı: 1, ss. 5-23.

Poly, C. (2018). Reengineer Transmedia Storytelling With Augmented Reality. http://www.marketingsquad.net/ar/augmented-reality-transmediastorytelling/; Erişim Tarihi: 08.04.2018.

Prabhu, D. (2016). "Application of Web 2.0 and Web 3.0: An Overview", International Journal of Research in Library Science, Cilt: 2, Sayı: 1, ss. 54-62.

Pratten, R. (2011). Getting Started in Transmedia Storytelling. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Prensky, M. (2001). "Digital Natives Digital Immigrants", MCB University Press, Cilt: 9, Sayı: 5, ss. 1 – 6.

Prensky, M. (2009), "H. Sapiens Digital: From Digital Immigrants and Digital Natives to Digital Wisdom", Cilt: 5, Sayı: 3, https://nsuworks.nova.edu/cgi/viewcontent.cgi?art icle=1020&context=innovate; Erişim Tarihi: 02.09.2018.

Rab, A. (2007). Digital culture - Digitalised Culture and Culture Created on A Digital Platform Information Coursebook, Budapest: Gondolat, http://www.ittk.hu/netis/doc/ISCB_ eng/11_Rab_final.pdf, Erişim Tarihi: 23. 01. 2016.

Robins, K. (1996). İmaj (Görmenin Kültür ve Politikası. Çev. N. Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sayımer, İ. (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Schiller, H. (2005). Zihin Yönlendirenler. Çev. C. Cerit. İstanbul: Pınar Yayınları.

Schulz, W. (2004). "Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept", European Journal of Communication, Cilt: 19, Sayı: 1, ss. 87-101.

Schwab, K. ve Davis, N. (2018). Dördüncü Sanayi Devrimini Şekillendirmek. Çev. N. Özata. İstanbul: Optimist Kitap.

Siapera, E. ve Veglis, A. (Eds.) (2012). The Handbook of Global Online Journalism. US: Wiley-Blackwell.

Skirbekk, G. ve Gilje, N. (2001). A History of Western Thought. New York: Routledge.

Slattery, M. (2008). Sosyolojide Temel Fikirler. Çev. Ü. Tatlıcan ve G. Demiriz. İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Söylemez, A. (1998). Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği. Ankara: Haberal Eğitim Vakfı Yayınları.

Stevenson, N. (2008). Medya Kültürleri. Çev. B. E. Aksoy. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Stumpel, M. (2011). "Mapping the Politics of Web 2.0: Facebook Resistance", içinde Digital (Alter)Natives with a Cause? Book 2 – To Think, Eds. N. Shah ve F. Jansen, Centre for Internet and Society, ss. 24-31.

Szurmak, J. ve Thuna, M. (2013). "Tell Me a Story: The Use of Narrative as a Tool for Instruction", Imagine, Innovate, Inspire: The Proceedings of the ACRL 2013 Conference. Indianapolis, IN: ACRL.

Şahin, M.C. (2009). "Yeni Bin Yılın Öğrencilerinin Özellikleri. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi", Cilt: 9, Sayı: 2, ss.155-172.

Taşkın, Y. (2014). "Siyaset Nedir?", içinde Siyaset: Kavramlar, Kurumlar, Süreçler. Ed. Y. Taşkın. İstanbul: İletişim Yayınları, ss. 19-45.

Taylor, F. W. (2005). Bilimsel Yönetimin İlkeleri. Çev. B. Akın. İstanbul: Adres Yayınları.

Tekdal, M. vd. (2018). "Developments of Web Technologies and Their Reflections to Education: A Comparative Study", Journal of Educational and Instructional Studies in the World, Cilt: 8, Sayı: 1, ss. 17-27.

Tezel, S. (2011). Türkiye'de Viral Reklam. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Ankara. Dost Yayınları.

Toffler, A. (2012). Üçüncü Dalga. Çev. S. Yeniçeri. İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Tomlinson, J. (1999). Globalization and Culture. Cambridge, Oxford: Polity Press.

Tunalı, İ. (1998). Estetik. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tüfekçioğlu, H. (1997). İletişim Sosyolojisine Başlangıç. İstanbul: DER Yayınları.

Uzelac, A. (2010). "Digital Culture As A Converging Paradigm For Technology And Culture: Challenges For The Culture Sector", Digithum, Sayı: 12, ss. 25 -31.

Van Dijk, J. (2016). Ağ Toplumu. Çev. Ö. Sakin. İstanbul: Kafka Yayınları.

Van Dyck, F. (2017). Yeni Nesil Reklamcılık. Çev. V. Eke. İstanbul: The Kitap.

Varol, A. (2010). "Bilgi Toplumunda Kamusal Alan", Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 4, ss. 121-129.

Webster, F. (2002). Theories of the Information Society. London: Routledge.

Williams, R. (2012). Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Sözvarlığı. Çev. S. Kılıç. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yavuz, Ş. (2005). Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma. Ankara: Vadi Yayınları.

Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yeygel Çakır, S. (Ed.) (2010). Teknolojinin Pazarlama İletişimine Etkileri. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Yılmaz, R. ve Erdem, N. (2017). "Sosyal Medya Çağında Türkiye'de Reklam Ve Reklam Anlatıları", içinde Sosyal Medya İletişimi. Ed. E. Taşdemir ve E. Aslan, Ankara: Gece Kitaplığı, ss. 91 – 114.

Yüksel, E. (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü. Konya: Çizgi Kitabevi.

Zıllıoğlu, M. (2003). İletişim Nedir? İstanbul: Cem Yayınevi.

Webliography

http://eski.bianet.org/diger/pdf/01/medya_toplum.pdf; Erişim Tarihi: 22.12.2013

http://www.zurinstitute.com/digital_divide.html; Erişim Tarihi: 28 / 12 / 2013

http://wearesocial.net/; Erişim Tarihi: 18 / 03 / 2014

https://newsroom.fb.com/news/2018/09/inside-feed-suicide-prevention-and-ai/; Erişim Tarihi: 12.09.2018

http://www.statista.com; Erişim Tarihi: 10.08.2019

http://www.forbes.com; Erişim Tarihi: 10.08.2019

http://www.value.today; Erişim Tarihi: 10.08.2019

http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/facebook-webcamden-sizi-mi-izliyor-40488173

https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/facebook-plans-to-watch-users-through-webcams-spy-patent-application-social-media-a7779711.html;

https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-4577024/Facebook-wants-SPY-webcam.html

https://www.youtube.com/watch?v=uIHPPtPBgHk

https://wearesocial.com/global-digital-report-2019

https://www.brandingturkiye.com/dunyanin-en-degerli-500-markasi-2019-tam-liste/; Erişim Tarihi: 20.03.2019

www.tdk.gov.tr; Erişim Tarihi: 28.12.2013

https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019;ErişimTarihi:20.08.2019

İSLÂM'DA SAHABENİN KONUMU VE TARİH İLMİ

Muhammed ŞEFİ'

Arapçadan Türkçeye Çeviren:
Doç. Dr. Mehmet Nadir ÖZDEMİR

LİTERATÜRK
academia

SOSYAL TELEVİZYON

AKTÖRLER, İÇERİK, ETKİLEŞİM

Burçe AKCAN

LITERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

Abercrombie, Nicholas ve Longhurst, Brian (1998) Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination. London: Sage

Akyürek, Feridun ve Orhon, E. Nezih (2009) Dizi Senaryosu Yazmak. İstanbul: Mediacat

Alptekinoğlu, Ayşın Örem (2004). Zihin Boşaltma Aracı Olarak Televizyon ve Televizyon Reklamcılığı. Ankara: Kül Sanat Yayıncılık

Amichai-Hamburger, Yair; Wainapel, Galit; ve Fox, Shaul (2002). "On the Internet No One Knows I'm an Introvert": Extroversion, Neuroticism, and Internet Interaction. Cyber Psychology & Behavior, 5(2), 125-128

Amiel, Tel ve Sargent, Stephanie Lee (2004). Individual Differences in Internet Usage Motives. Computers in Human Behavior, 20(6), 711-726

Auverset, Lauren A. ve Billings, Andrew C. (2016) Relationship Between Social TV and Enjoyment: A Content Analysis of The Walking Dead's Story Sync Experience. Social Media + Society. 2016, 1-12.

Avcı, Artun (2011). Prime-Time Vakti!. (Editörler: Aslı Kotaman, Ahu Samav Uğursoy ve Artun Avcı). "dizim başladı! kapat, sonra anlatırım": Televizyonda Hikaye Anlatıcılığı. İstanbul: H2O Kitap, 15-37

Barnett, Lisa A. ve Allen, Michael Patrick (2000) Social Class, Cultural Repertoires, and Popular Culture: The Case of Film. Sociological Forum 15(1). 145-163

Baym, Nancy K. (1993) Interpreting Soap Operas and Creating Community: Inside a Computer-Mediated Fan Culture. Journal of Folklore Research, 30 (2), 143-176

Berger, Arthur Asa (2012) Kültür Eleştirisi: Kültürel Kavramlara Giriş (Çeviren: Özgür Emir) İstanbul: Pinhan

Beuckels, Emma; Cauberge, Veroline ve Hudders, Liselot (2017). How Media Multitasking Reduces Advertising Irritation: The Moderating Role of the Facebook Wall. Computers in Human Behavior. 73 (2017) 413-419

Biocca, Frank A. (2012) Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. Communication Yearbook 11 (Editör: James A. Anderson) 51-80. Londra: Routledge

Bjur, Jakob (2009). Transforming Audiences: Patterns of Individualization in Television Viewing, Doktora Tezi, Department of Journalism, Media and Communication, University of Gothenburg, İsveç, Göteborg.

Brosius, Hans-Bernd; Wober, Mallory; ve Weiman, Gabriel (1992) The Loyalty of Television Viewing: How Consistent is TV Viewing Behavior. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 36(3). 321-335

Burton, Graeme (2008) Görünenden Fazlası (Çeviren: Nefin Dinç). İstanbul: Alan

Cangöz, İncilay (2013) Çizgisel ve Sosyo-Psikolojik Yaklaşımlar. İletişim Kuramları (Editör: Erkan Yüksel) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. 34-59

Cereci, Sedat (2016). Televizyon Sosyolojisi. Ankara: Phoenix

Ceron, Andrea ve Splendore, Sergio (2016) From Contents to Comments: Social TV and Perceived Pluralism in Political Talk Shows. New Media & Society, 1-17

Cesar, Pablo ve Geerts, David (2011) Past, Present, and Future of Social TV: A Categorization. 3rd IEEE International Workshop on Social TV- the Next Wave

Chandler, Daniel ve Munday, Rod (2018) Medya ve İletişim Sözlüğü (Çeviren: Babacan Taşdemir). İstanbul: İletişim

Cohen, Jonathan (2002) Television Viewing Preferences: Programs, Schedules, and the Structure of Viewing CHoices Made by Israeli Adults. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 46(2) 204-221

Csobanka, Zsuzsa Emese (2016) The Z Generation. Acta Technologica Dubnicae. 6(2).63-76

Çelenk, Sevilay (2005) Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri. Ankara: Ütopya

Daems, Kristien; Moons, Ingrid; ve de Pelsmacker, Patrick (2017) Co-creating Advertising Litteracy Awareness Campaigns for Minors. Young Consumers. 18(1) 54-69

Davenport, Thomas H. ve Beck, John C. (2010) Dikkat Ekonomisi: İş Dünyasının Yeni Değerini Anlamak (Çeviren: Sarper Diktaş). İstanbul: Optimist

Derrick, Jaye L.; Gabriel, Shira; ve Hugenberg, Kurt (2008) Social Surrogacy: How Favored Television Programs Provide the Experience of Belonging. Journal of Experimental Social Psychology. 45(2009) 352-362

Ducheneaut, Nicolas; Moore, Robert J.; Oehlberg, Lora; Thornton, James D.; ve Nickell, Eric (2008). Social TV: Designing for Distributed, Sociable Television Viewing. International Journal of Human-Computer Interaction. 2 (24), 136-154

Dyer, Gillian (2010) İletişim Olarak Reklamcılık (Çeviren: Nurdan Öncel Taşkıran). İstanbul: Beta

Enli, Gunn Sara (2012) From Parasocial Interaction to Social TV: Analysing the Host-Audience Relationship in Multi-Platform Productions. Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook, 10(1), 123-137

Fiske, John (1987) Television Culture. London: Routledge

Fiske, John (2014) Postmodernizm ve Televizyon (Derleyen: Süleyman İrvan) (Çeviren: Nilgün Gürkan) Medya Kültür ve Siyaset 29-48. Ankara: Pharmakon

Ford, Sam; De Kosnik, Abigail; ve Harrington, C. Lee (2011) Introduction: The Crisis of Daytime Drama and What It Means for the Future of Television (Editörler: Sam Ford, Abigail De Kosnik, C. Lee Harrington) The Survival of Soap Opera: Transformations for a New Media Era. Amerika Birleşik Devletleri: University Press of Mississippi

Fossen, Beth L. ve Schweidel, David A. (2017) Social TV: How Social Media Activity Interacts With TV Advertising. GfK Marketing Intelligence Review 9(2) 30-35

Fuchs, Christian (2014) Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş (Çeviren: Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalaycı). Ankara: NotaBene

Garikapati, Venu M.; Pendyala, Ram M.; Morris, Eric A.; Mokhtarian, Patricia L.; ve McDonald, Noreen (2016) Activity Petterns, Time Use, and Travel of Millennials: A Generation in Transition?. Transport Reviews. 36(3), 558-584

Gençtürk Hızal, Gilman Senem (2016) Reklamın Grotesk Halleri (Editör: Şebnem Pala Güzel) Grotesk. Ankara: BilgeSu. 159-181

Gerbner, George; Gross, Larry; Morgan, Michael; ve Signorielli, Nancy (1986) Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. Perspectives on Media Effects (Editörler: Jennings Bryant ve Dolf Zillmann. 17-40. New Jersey: Erlbaum.

Giglietto, Fabio ve Selva, Donatella (2014) Second Screen and Participation: A Content Analysis on a Full Season Dataset of Tweets. Journal of Comunication. 64, 260-277

Giglietto, Fabio; Boccia-Artieri, Giovanni; Gemini, Laura ve Orefice, Mario (2016). Understanding Engagement and Willingness to Speak Up in Social Television: A Full-Season, Cross-Genre Analysis of TV Audience Participation on Twitter. International Journal of Communication. 10 (21), 2460-2480.

Giles, David C. (2002) Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research, Media Pyschology, 4 (3), 279-305

Göksu, Vahap (2016) Kamusal Alan ve Siyasal Katılma Mecrası Olarak Sosyal Medya. Konya: Çizgi

Guo, Miao ve Chan-Olmsted, Sylvia M. (2015) Predictors of Social Television Viewing: How Perceived Program, Media, and Audience Characteristics Affect Social Engagement With Television Programming. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 59(2), 240-258

Harboe, Gunnar; Metcalf, Crysta J.; Bentley, Frank; Tullio, Joe; Massey, Noel; ve Romano, Guy (2008) Ambient Social TV: Drawing People into a Shared Experience. Proceeding of the Twenty-Sixth Annual SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems 1-10 New York: ACM Press.

Harrington, Stephen (2016) Televizyonu Tweetlemek: Canlı TV, İzleyiciler ve Sosyal Medya (Derleyenler: Katrin Weller, Axel Bruns, Jean Burgess, Merja Mahrt ve Cornelius Puschmann) (Çeviren: Emre Erbatur). Twitter ve Toplum. İstanbul: Kafka

Hartley, John (2006) "Read thy Self": Text, Audience, and Method in Cultural Studies. Questions of Method in Cultural Studies (Editör: Mimi White ve James Schwoch). 71-103 Oxford: Blackwell

Helsper, Ellen ve Eynon, Rebecca (2009) Digital Natives: Where is the Evidence? British Educational Research Journal. 1-18

Hermida, Alfred (2017). Herkese Söyle: Sosyal Medya'da Neden Paylaşımda Bulunuruz. (Çeviren: Ahmet A. Sabancı). İstanbul: Epsilon

Horton ve Wohl (1956) Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. Psychiatry. 19(3)

Jensen, Klaus Bruhn ve Rosengren, Karl Erik (1990) Five Traditions in Search of the Audience. Europen Journal of Communication. 5. 207-238

Kaplan, Andreas M. ve Haenlein, Michael (2010) Users of the World, Unite! The challenges and Opportunities of Social Media. Business Horizons. 59-68

Kaya, Hüseyin Berat (2013) Marka Farkındalığı Yaratmada Ürün Yerleştirme Stratejileri: Türk Sinemasında Ürün Yerleştirme Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Adana

Kaya, Raşit (2009) İktidar Yumağı: Medya, Sermaye, Devlet. Ankara: İmge

Kolnhofer-Derecskei, Anita; Reicher, Regina Zs.; ve Szeghegyi, Agnes (2017) The X and Y Generations' Characteristics Comparison. Acra Polytechnica Hungarica 14(8) 107-125

Kosterich, Allie ve Napoli, Philip M. (2016) Reconfiguring the Audience Commodity: The Institutionalization of Social TV Analytics as Market Information Regime. Television & New Media. 17(3), 254-271

Kubey, Robert ve Csikszentmihalyi, Mihaly (1990) Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers

Lachlan, Kenneth A.; Spence, Patric R.; Lin, Xialing; Najarian, Kristy; ve del Greco, Maria (2016) Social Media and Crisis Management: CERC, Search Strategies, and Twitter Content. Computers in Human Behavior. 54(1) 647-652

Laughey, Dan (2010) Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar (Çeviren: Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon

Lawry, Charles Aaron (2013) The Role of Parasocial Interaction and Social Media Participation in the Two-Step Flow of Communication. Doktora Tezi. The University of Arizona: Department of Family and Consumer Sciences

Lewis, Justin (2010) İzlerkitle. Kitle İletişim Kuramları (Derleyen ve Çeviren: Erol Mutlu) 344-358. Ankara: Ütopya

Livingstone, Sonia (2008) Audiences and Interpretations. E-Compós, 10. 1-22

Maigret, Eric (2011) Medya ve İletişim Sosyolojisi (Çeviren: Halime Yücel) İstanbul: İletişim

Marx, Karl ve Engels, Friedrich (1965) The German Ideology. Londra: Lawrence & Wishart

Maslow, Abraham H. (1954) Motivation and Personality. New York: Harper

McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin (2012) Medya Mesajı, Medya Masajıdır (Hazırlayan: Jerome Agel. Çeviren: İlke Haydaroğlu). İstanbul: MediaCat.

McQuail, Denis (1979) The Influence and Effects of Mass Media. Mass Communication and Society (Derleyen: James Curran, Michael Gurevitch, ve Janet Woolacott). Kaliforniya: Sage Publications

McQuail, Denis ve Windahl, Sven (2010) İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında- (Çeviren: Konca Yumlu). Ankara: İmge

Meral, Pınar Seden (2011). Sosyal Medya Ortamlarında Dijital Hikaye Anlatıcılığı. (Editörler: Aslı Kotaman, Ahu Samav Uğursoy ve Artun Avcı). "dizim başladı! kapat, sonra anlatırım": Televizyonda Hikaye Anlatıcılığı. İstanbul: H2O Kitap, 207: 230

Milgram, Stanley (1967) The Small-World Problem. Psychology Today. 1(1) 61-67

Moe, Hallvard; Poell, Thomas; ve van Dijck, Jose (2016) Rearticulating Audience Engagement: Social Media and Television. Television & New Media 17(2) 99-107

Mutlu, Erol (2008) Televizyonu Anlamak. Ankara: Ayraç

Mutlu, Erol (2012) İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos

Nielsen Global (2015) Screen Wars: The Battle For Eye Space in a TV-Everywhere World (http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/reports-downloads/2015-reports/nielsen-global-digital-landscape-report-march-2015.pdf) Erişim Tarihi: 25 Aralık 2017

Otan, Ozan (2014) Televizyonda Gerçeklik Algısı. İstanbul: Agora Kitaplığı

Özçetin, Burak (2018) Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller. İstanbul: İletişim

Özgen, Pelin (2007) Marka Yerleştirmenin Bir Reklam Olarak Etkileri: Video Oyunlarındaki Marka Yerleştirme Uygulamaları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 25(2), 169-188

Özsoy, Aydan (2016) Yerli Televizyon Dizilerinde Farklılaşan Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerine Bir Tartışma. Toplumsal Cinsiyet & Medya Temsilleri (Derleyen: Şahinde Yavuz) 226-246. İstanbul: Heyamola

Parashar, Sapna (2015) Television Connectedness: A Comparative Study of Television Programs. Pezzottaite Journals. 4(3) 1737-1746

Patel, Deep (2017) 8 Ways Generation Z will Differ from Millenials in the Workplace. Forbes. https://www.forbes.com/sites/deeppatel/2017/09/21/8-ways-generation-z-will-differ-from-millennials-in-the-workplace/ (Erişim Tarihi: 20 Ocak 2018)

Perse, Elizabeth M. ve Rubin, Rebecca (1989) Attribution in Social and Parasocial Relationships. Communication Research. 16(1), 59-77

Pettman, Dominic (2017) Sonsuz Dikkat Dağınıklığı: Gündelik Yaşamda Sosyal Medyaya Odaklanmak (Çeviren: Yunus Çetin). İstanbul: Sel

Postman, Neil (2004) Televizyon: Öldüren Eğlence (Çeviren: Osman Akınhay). İstanbul: Ayrıntı

Proulx, Mike ve Shepatin, Stacey (2012). Social TV. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons

Quintas-Proufe, Natalia ve Gonzáles-Neira, Ana (2015). A New Challenge for Advertising on Mobile Devices: Social TV. Icono 14, 13(1), 52-75. doi: 10.7195/ri14.v13i1.755

Raney, Arthur A. ve Ji, Qihao (2017) Ertertaining Each Other? Modeling the Socially Shared Television Viewing Experience. Human Communication Research, 1-12

Reeves, Byron ve Nass, Clifford (2006) The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places. Stanford, California: CSLI Publications

Ritzer, George ve Jurgenson, Nathan (2010) Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'. Journal of Consumer Culture. 10(1) 13-36

Ross, Craig; Orr, Emily S.;Sisic, Mia; Arseneault, Jaime M.; Simmering, Mary G. ve Orr, Robert (2009). Personality and Motivations Associated with Facebook Use. Computers in Human Behavior, 25(2), 578-586.

Russell, Cristel A.; Norman, Andrew T. ve Heckler, Susan E. (2004) People and "Their" Television Shows: An Overview of Television Connectedness. (Editör: L. J. Shrum). The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion. Amerika Birleşik Devletleri: Lawrence Erlbaum Associates; 275-290

Russell, Cristel Antonia ve Puto, Christopher P. (1999) Rethinking Television Audience Measures: An Exploration into the Construct of Audience Connectedness. Marketing Letters. 10(4) 393-407

Rutherford, Paul (1996) Yeni İkonalar: Televizyonda Reklam Sanatı (Çeviren: Mustafa K. Gerçeker). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Schirra, Steven; Sun, Huan ve Bentley, Frank (2014) Together Alone: Motivations for Live-Tweeting a Television Series. CHI'14 Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 26 Nisan-1 Mayıs 2014. Toronto, Ontario, Canada: ACM Press, 2441-2450

Seidman, Gwendolyn (2013) Self-presentation and Belonging on Facebook: How Personality Influences Social Media Use and Motivations. Personality and Individual Differences, 54(3), 402-407

Serim, Ömer (2007). Türk Televizyon Tarihi: 1952-2006. İstanbul: Epsilon

Shefner Rogers, Corinne L.; Rogers, Everett M., ve Singhal, Arvind (1998) Parasocial Interaction with the Television Soap Operas "Simplemente Maria" and "Oshin". Keio Communication Review. 20(1). 3-18

Sheldrake, Philip (2011) The Business of Influence (Çeviren: Ümit Şensoy). İstanbul: Türk Hava Yolları Yayınları

Shively, Kevin (2014) Social TV: How Top Networks Are Leveraging Their Social Data. Simply Measured. https://simplymeasured.com/blog/social-tv-how-top-networks-are-leveraging-their-social-data/ #sm.0000e8x5sy17e4d5wtb4firj9r676 (Erişim Tarihi: 9 Aralık 2017)

Shuen, Amy (2008) Web 2.0: Business Thinking and Strategies Behind Successful Web 2.0 Implementations. Canada: O'Reilly Media

Siuda, Piotr ve Troszynski, Marek (2017) Natives and Tourists of Prosumer Capitalism: On the Varied Pro-Prosumer Activities of Producers Exemplified in the Polish Pop CUlture Industry. International Journal of Cultural Studies. 20 (5) 545-563

Smythe, Dallas Walker (1977). Blindspot of Western Marxism. Canadian Journal of Political and Social Theory, 1(3), 1-27

Sorensen, Inge Ejbye (2016) The Revival of Live TV: Liveness in a Multiplatform Context. Media, Culture & Society. 38 (3) 381-399

Sönmez, Mustafa (2010) Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı. İstanbul: Yordam

Stefcu, Nicolae (2017) Web 2.0, Social Media, Social Networks. (Elektronik Kitap)https://books.google.com.tr/books?id=HUpQDgAAQBAJ&printsec =frontcover&hl=tr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f =false Erişim Tarihi: 23 Nisan 2018

Stevenson, Nick (2008) Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi (Çevirenler: Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy). Ankara: Ütopya

Tuomi, Pauliina (2015). Inviting The Audience: Interactive, Participatory and Social Television in Finland. Doktora Tezi. Faculty of Humanities, Department of History, Culture and Arts Studies, University of Turku, Finlandiya, Turku.

Türkoğlu, Nurçay (2010) Toplumsal Dönüşümler ve Medyada İzleyici Katılımı (TÜBİTAK Raporu. Proje No: 110K004 (2515-COST-SOBAG)). Ankara: TÜBİTAK

van Dijk, Jan (2016) Ağ Toplumu. İstanbul: Kafka

van Es, Karin (2016) Social TV and the Participation Dilemma in NBC's The Voice. Television & New Media, 17(2), 108-123

Wang, Jing (2015) TV, Digital, and Social: A Debate. Media Industries Journal. 1(3) 60-66

Wayne, Mike (2009) Marksizm ve Medya Araştırmaları: Kilit Kavramlar ve Çağdaş Eğilimler. İstanbul: Yordam Kitap

Wittebols, James H. (2004) The Soap Opera Paradigm: Television Programming and Corporate Priorities. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers

Xu, Deya ve Guo, Lei (2017) Use and Gratifications of Singing Competition Reality Shows: Linking Narcissism and Gratifications Sought with the Multimedia Viewing of Chinese Audiences. Mass Communication and Society, 21(2), 198-224

Yağcı Aksel, Sevgi C. (2011). Yerli Dizi Serüveninde 37. Sezon. (Editör: Sevgi Can Yağcı Aksel). Beyaz Camın Yerlileri: Dokunaklı Öyküler-Dokunulmaz Gerçeklikler. Kocaeli: Umuttepe Kitabevi, 13-52

Yörük, Evrim (2010) Televizyon Anlatısı, Tür ve Temsil Açısından Asmalı Konak (Editör: Tezcan Durna) Medyadan Söylemler. İstanbul: Libra

Zajechowski, Matt (2016) How Are Multitasking Millennials Impacting Today's Workplace?. Talent Culture.https://talentculture.com/how-are-multitasking-millennials-impacting-todays-workplace/ (Erişim Tarihi: 23 Mart 2018)

Zubayr, Camille (1999) The Loyal Viewer? Patterns of Repeat Viewing in Germany. Journal of Broadcasting & Electronic Media. 43(3)

KÜRESELLEŞME VE HALKLA İLİŞKİLER

Kuramlar Eşliğinde

Doç. Dr. Fuat USTAKARA

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Adda, Jacques (2010). *Ekonominin Küreselleşmesi*, (Çev. Sevgi İneci), İstanbul: İletişim Yayınları.

Aristoteles (2004). *Retorik*, (Çev. Mehmet H. Doğan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Asna, Alaeddin (2006). *Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler (Public Relations)*, İstanbul: Pozitif Yayınları.

Althusser, Louis (2009). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev. Alp Tümertekin), İstanbul: İthaki Yayınları.

Atabek, Ümit (2001a). *İletişim Ve Teknoloji*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Atabek, Ümit (2001b). "Yeni İletişim Teknolojileri", http://www.bianet.org/diger/egitim1312.htm, Erişim Tarihi: 19.04.2007

Ayverdi, İlhan (2006). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük*, Cilt: 2 (H-N), İstanbul: Kubbealtı Lugatı.

Balta Peltekoğlu, Filiz (2005). *Halkla İlişkiler Nedir*, İstanbul: Beta

Batmaz, Nihat ve Özcan, Abdulvahap (2007). "Küreselleşmenin Ekonomik Büyüme ve Yoksulluk Üzerindeki Etkileri: Finansal Krizler", *IV. Uluslararası STK Kongresi Bildiriler Kitabı "Küresel Yoksulluk"*, 19-21 Ekim 2007, Çanakkale-Biga, 37-51.

Baudrillard, Jean (2011). *Simülaklar ve Simülasyon*, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, Jean (2013). *Sessiz Yığınların Gölgesinde*, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2010). *Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları*, (Çev. Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayar, Fırat (2008). "Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye", *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, XXXII, 25-34.

Becan, Cihan (2015). "Toplumsal Dönüşümün Yaşanmasında Tüketim Gerçeği: Reklamların Anti Ütopik İşlevi ve İktidar İlişkisi", *Küreselleşme Ekseninde İktidar ve İletişim*, (Ed. Fuat Ustakara), Konya: Literatürk Academia, 81-126.

Bentham, Jeremy (2008). "Panoptikon ya da Gözetim-Evi", *Panoptikon: Gözün İktidarı*, (Der. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan), İstanbul: Su Yayınları, 9-75.

Bernays, Edward L. (1935). "Molding Public Opinion", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 82-87 Doi: 10.1177/000271623517900111

Bernays, Edward L. (2012). *Public Relations*, New York: Snowball Publishing.

Biber, Ayhan (2004). *Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve*, Ankara: Vadi Yayınları.

Boratav, Korkut (2004). "Emperyalizm mi? Küreselleşme mi?", *Küreselleşme: Emperyalizm, Yerelcilik, İşçi Sınıfı*, (Der. E. Ahmet Tonak), Ankara: İmge Kitabevi, 21-31.

Borlandi, Massimo; Boudon, Raymond; Cherkaoui, Mohamed; Valade, Bernard (2011). *Sosyolojik Düşünce Sözlüğü*, (Çev. Bülent Arıbaş), İstanbul: İletişim Yayınları.

Bozkurt, Veysel (2000). "Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu?", *Birikim Dergisi*, Ağustos 2000, No: 136, 69-74.

Brecher, Jeremy; Castello, Tim; Smith, Brendan (2002). *Aşağıdan Küreselleşme*, (Çev. Berna Kurt, Zeynep Kutluata, Şirin Özgün, Aysel Yıldırım), İstanbul: Aram Yayıncılık.

Budak, Gönül ve Budak, Gülay (2010). *İmaj Mühendisliği Vizyonundan Halkla İlişkiler*, İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi.

Canpolat, Nesrin (2005). "Bilginin Arkeoloğu: Michel Foucault", *Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, (Haz. Nurdoğan Rigel ve ark.), İstanbul: Su Yayınları, 75-138.

Castells, Manuel ve Ince, Martin (2006). *Manuel Castells'le Söyleşiler*. (Çev. Ebru Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, Manuel (2008). "Küresel Enformasyon Kapitalizmi", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Ezgi Sarıtaş), Ankara: Phoenix Yayınevi, 367-395.

Chandler, Daniel ve Munday, Rod (2018). *Medya Ve İletişim Sözlüğü*, (Çev. Babacan Taşdemir), İstanbul: İletişim Yayınları.

Chomsky, Noam (2008). *Medya Denetimi*, (Çev. Elif Baki), İstanbul: Everest Yayınları.

Civelek, Mustafa Emre (2009). *İnternet Çağı Dinamikleri*, İstanbul: Beta Yayınları.

Clark, Cynthia E. (2000). "Differences between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis", *Public Relations Review*, 26 (3): 363-380 Doi: 10.1016/S0363-8111(00)00053-9

Cutlip, Scott M.; Center, Allen H.; Broom, Glen M. (1994). *Effective Public Relations*, New Jersey: Prentice-Hall.

Cutlip, Scott M (2009). *From the 17th to the 20th Century: Antecedents*, New York: Routledge.

Çelikkanat, Didar (Haz.) (t.b.). *Pratik Türkçe Sözlük*, İstanbul: Gün Yayıncılık.

Daniels, John L. and Daniels, N. Caroline (1994). *Global Vision: Building New Models for the Corporation of the Future*, Singapore: McGraw-Hill, Inc.

Daniels, John D.; Radebaugh, Lee H.; Sullivan, Daniel P. (2002). *Globalization and Business*, New Jersey: Prentice Hill.

Demiral, Nalan; Evin, Hakan; Demiral, Berkan (2007), "Yoksulluğun Küreselleşmesi ve Küresel Yoksulluk", *IV. Uluslararası STK Kongresi Bildiriler Kitabı "Küresel Yoksulluk"*, 19-21 Ekim 2007, Çanakkale-Biga, 1-10.

Dil Derneği (2019). Sözcük arama: "küreselleşme", http://www.dildernegi.org.tr/TR,274/turkce-sozluk-ara-bul.html, Erişim Tarihi: 09.07.2019

Dolgun, Uğur (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna: 21. Yüzyılda Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri…*, Bursa: Ekin Kitabevi.

Emiroğlu, Kudret; Danışoğlu, Bülent; Berberoğlu, Binnur (2006). *Ekonomi Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Erdoğan, İrfan (2008). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*, Ankara: Erk.

Falk, Richard (2005). *Yırtıcı Küreselleşme: Bir Eleştiri*, (Çev. Ali Çaksu), İstanbul: Küre Yayınları.

Fidan, Mehmet (2011). "Halkla İlişkiler Gelişim Süreci", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 49-78.

Forbes Official Web Site (2019). "The World's Most Valuable Brands", https://www.forbes.com/powerful-brands/list/#tab:rank, Accessed on: 28.07.2019.

Fortune Global 500 (2019). "Fortune Global 500: The Top 10", https://fortune.com/global500/2019/ , Accessed on: 02.08.2019

Foucault, Michel (2011). *Bilginin Arkeolojisi*, (Çev. Veli Urhan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, Michel (2012). *İktidarın Gözü*, (Çev. Işık Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Gallino, Luciano (2012). *Küreselleşme Ve Eşitsizlik*, (Çev. Durdu Kundakçı), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Giddens, Anthony (2000). *Üçüncü Yol-Sosyal Demokrasinin Yeniden Dirilişi-*, (Çev. Mehmet Özay), İstanbul: Birey Yayıncılık.

Giddens, Anthony (2008). "Modernliğin Küreselleşmesi", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Mehmet Celil Çelebi), Ankara: Phoenix Yayınevi, 81-87.

Giddens, Anthony (2014). *Modernliğin Sonuçları*, (Çev. Ersin Kuşdil), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Görpe, Serra (2001). *Halkla İlişkiler Kavramları*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Grunig, James E. and Hunt, Todd (1984). *Managing Public Relations*, Belmont CA: Thomson Wadsworth.

Grunig, James E. and Repper, F. C. (1992). "Strategic Management, Publics, and Issues", *Excellence in Public Relations and Communication Management*, (Ed. James E. Grunig), New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 117-157.

Güzelcik Ural, Ebru (2006). *Stratejik Halkla İlişkiler Uygulamaları*, İstanbul: Birsen Yayınevi.

Habermas, Jürgen (2005). *"Öteki" Olmak, "Öteki"yle Yaşamak*, (Çev. İlknur Aka), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Habermas, Jürgen (2008). "Ulus Sonrası Konumlanma", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması,* (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Mehmet Celil Çelebi), Ankara: Phoenix Yayınevi, 643-649.

Hardt, Michael ve Negri, Antonio (2008). "İmparatorluk Olarak Küreselleşme", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Cemil Boyraz), Ankara: Phoenix Yayınevi, 144-147.

Hardt, Michael ve Negri, Antonio (2012). *İmparatorluk*, (Çev. Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Harlow, Rex F. (1976). "Building a Public Relations Definition", *Public Relations Review*, Winter (1976), 2 (4): 34-42 Doi: 1016/S0363-8111(76)80022-7

Hawkins, Joyce M.; Weston, John; Swannell, Julia C. (1996). *The Oxford Study Dictionary*, Oxford: Oxford University Press.

Held, David ve McGrew, Anthony (2008). "Büyük Küreselleşme Tartışması", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Ali Serkan Mercan ve Eray Sarıot), Ankara: Phoenix Yayınevi, 7-69.

Hirst, Paul ve Thompson, Grahame (2003). *Küreselleşme Sorgulanıyor*, (Çev. Çağla Erdem ve Elif Yücel), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Hirst, Paul ve Thompson, Grahame (2008a). "Küreselleşme -Gerekli Bir Mit mi?", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Mehmet Celil Çelebi), Ankara: Phoenix Yayınevi, 123-132.

Hirst, Paul ve Thompson, Grahame (2008b). "Ekonomik Küreselleşmenin Sınırları", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Ezgi Sarıtaş), Ankara: Phoenix Yayınevi, 396-411.

İnce, Murat (2009). "Küreselleşme ve Yerelleşme: Bir Çelişki mi?", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (1): 259-275.

Kalender, Ahmet (2011). "Halkla İlişkiler: Kavramlar, Tanımlar Ve Uygulama Alanları", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 11-47.

Kaldor, Mary (2008). "Küresel Sivil Toplum", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması,* (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Mehmet Celil Çelebi), Ankara: Phoenix Yayınevi, 663-667.

Korkmaz, Ali (2015). "Kültürel Emperyalizm Bağlamında Küresel Kültürün Yerel Kültüre Etkisi", *Küreselleşme Ekseninde İktidar ve İletişim*, (Ed. Fuat Ustakara), Konya: Literatürk Academia, 181-244.

Laughey, Dan (2010). *Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar*, (Çev. Ali Toprak), İstanbul: Kalkedon.

Ledingham, John A. and Bruning, Stephen D. (ed.) (2009). *Public Relations as Relationship Management: A Relational Approach to the Study and Practice of Public Relations*, New York: Routledge.

Maigret, Éric (2011). *Medya Ve İletişim Sosyolojisi*, (Çev. Halime Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları.

Mardin, Betül (1994). *Değerli Dostum*, (Der. Gül Ulkat), İstanbul: Sanimat.

Marshall, Gordon (2005). *Sosyoloji Sözlüğü*, (Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Mattelart, Armand (2005). *İletişimin Dünyasallaşması*, (Çev. Halime Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları.

Mattelart, Armand (2012). *Gözetimin Küreselleşmesi: Güvenlileştirme Düzeninin Kökeni*, (Çev. Onur Gayretli ve Su Elif Karacan), İstanbul: Kalkedon Yayınları.

McChesney, Robert W. (2008). "Yeni Küresel Medya", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Bülent Özçelik), Ankara: Phoenix Yayınevi, 311-319.

McLuhan, Marshall ve Fiore, Quentin (2012). *Medya Mesajı Medya Masajıdır*, (Çev. İlke Haydaroğlu), İstanbul. MediaCat Yayınları.

McLuhan, Marshall (2014). *Gutenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*, (Çev. Gül Çağalı Güven), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Mickey, Thomas J. (1997). "A Postmodern View of Public Relations: Sign and Reality", *Public Relations Review*, 23 (3): 271-284 Doi: 10.1016/S0363-8111(97)90036-9

Motion, Judy ve Leitch, Shirley (2009). "Halkla İlişkiler İçin Bir Alet Çantası: Michel Foucault'un Eserleri", *Halkla İlişkiler Üzerine*, (Der. Fatih Keskin ve B. Pınar Özdemir), (Çev. Barış Aksoy), Ankara: Dipnot Yayınları, 211-223.

Mutlu, Erol (2004). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Orwell, George (2014). *Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*, (Çev. Celal Üster), İstanbul: Can Yayınları.

Öke, Mim Kemal (2001), *Küresel Toplum*, Ankara: ASAM Yayınları.

Özçağlayan, Mehmet (1998). *Yeni İletişim Teknolojileri Ve Değişim*, İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Özyurt, Cevat (2005). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*, İstanbul: Açılımkitap.

Pal, Mahuya ve Dutta, Mohan J. (2009). "Küresel Bağlamda Halkla İlişkiler: Teorik Bir Mercek Olarak Eleştirel Modernizmin Uygunluğu", *Halkla İlişkiler Üzerine*, (Der. Fatih Keskin ve B. Pınar Özdemir), (Çev. Emrah Ayaşlıoğlu), Ankara: Dipnot Yayınları, 167-197.

Pease-Watkin, Catherine (2008). "Bentham'ın 'Panoptikon'u ve Dumont'un 'Panoptique'i", *Panoptikon: Gözün İktidarı*, (Der. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan), İstanbul: Su Yayınları, 77-85.

Pira, Aylin ve Kocabaş, Füsun (2005). "Halkla İlişkileri Sorgulamak", *Selçuk İletişim*, 3 (4): 34-40.

Schiller, Dan (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Severin, Werner J. and Tankard, James J. Jr. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, New York & London: Longman.

Soros, George (2003), *Küreselleşme Üzerine*, (Çev. Mert Keçik), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Sriramesh, Krishnamurthy and Verčič, Dejan (2007). "Introduction to This Special Section: The Impact of Globalization on Public Relations", *Public Relations Review*, 33 (2007), 355-359 Doi: 10.1016/j.pubrev.2007.09.002

Stanford Encyclopedia of Philosophy (2018), "Globalization", https://plato.stanford.edu/entries/globalization/, Accessed on: 18.05.2019.

Statistics Times Web Site (2019). "Projected GDP Ranking (2019-2023) http://statisticstimes.com/economy/projected-world-gdp-ranking.php, Accessed on: 02.08.2019

Stevenson, Nick (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori Ve Kitle İletişimi*, (Çev. Göze Orhon ve Barış Engin Aksoy), Ankara: Ütopya Yayınevi.

Stiglitz, Joseph E. (2006). *Küreselleşme: Büyük Hayal Kırıklığı*, (Çev. Arzu Taşçıoğlu ve Deniz Vural), İstanbul: Plan B.

Stiglitz, Joseph E. (2013). "Küreselleşen Dünyada Kalınma Politikaları", *Neoliberal Küreselleşme ve Kalkınma: Seçme Yazılar*, (Der ve Yayına Haz. Fikret Şenses) İstanbul: İletişim Yayınları, 281-306.

Şatıroğlu, Kadir D. (1984). *Çokuluslu Şirketler*, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Şenses, Fikret (2013). "Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel mi?", *Neoliberal Küreselleşme ve Kalkınma: Seçme Yazılar*, (Der. ve Yayına Haz. Fikret Şenses), İstanbul: İletişim Yayınları, 235-280.

Tanyeri Mazıcı, Emel (2017). "Küreselleşme Perspektifinden İnsan Doğası ve Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme", *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 96-115 Doi: 10.31123/akil.437295

Tarhan, Ahmet (2011). "Halkla İlişkiler Modelleri", *Halkla İlişkiler*, (Ed. Ahmet Kalender ve Mehmet Fidan), Konya: Tablet Yayınları, 121-144.

TDK (Türk Dil Kurumu) (1998). *Türkçe Sözlük*, Cilt: 2 (K-Z), (Haz. İsmail Parlatır, Nevzat Gözaydın, Hamza Zülfikar), Ankara: TDK Yayınları.

TDK (Türk Dil Kurumu) (2019). Sözcük arama: "küreselleşmek", http://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 09.07.2019

The Holmes Report Web Site (2019). "Top 10 Global PR Agency Ranking 2019", https://www.holmesreport.com/ranking-and-data/global-pr-agency-rankings/2019-pr-agency-rankings/top-10 , Accessed on: 07.08.2019

The New International Webster's Illustrated Contemporary Dictionary (2006). *The New International Webster's Illustrated Contemporary Dictionary*, China: Trident Reference Publishing.

Thompson, John B. (2008). "İletişimin Küreselleşmesi", *Küresel Dönüşümler: Büyük Küreselleşme Tartışması*, (Haz. David Held ve Anthony McGrew), (Çev. Bülent Özçelik), Ankara: Phoenix Yayınevi, 295-310.

Tomlinson, John (2004). *Küreselleşme ve Kültür*, (Çev. Arzu Eker), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tonak, E. Ahmet (2004). "Giriş: Niçin Küreselleşme Üzerine Bir Kitap Daha?", *Küreselleşme: Emperyalizm, Yerelcilik, İşçi Sınıfı*, (Der. E. Ahmet Tonak), Ankara: İmge Kitabevi, 13-19.

Tutar, Hasan (2000). *Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi*, İstanbul: Hayat Yayınları.

Ustakara, Fuat (2009). "Küreselleşme Olgusu Çerçevesinde Kitle İletişim Araçlarının Demokratikleşme Ve İnsan Hakları Bağlamında Sağlayacağı Katkı Potansiyeli", *Uluslararası Davraz Kongresi*, 24-27 Eylül 2009, Isparta, 2190-2202.

Ustakara, Fuat (2011). "Halkla İlişkiler ve Psikoloji İlişkisi Üzerine", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi E-Dergisi*, 1 (1): 170-185.

Ustakara, Fuat (2014a). "Küreselleşmenin Sürükleyici Gücü Halkla İlişkiler ve Halkla İlişkileri Dönüştüren Küreselleşme", *Global Media Journal: TR Edition*, 5 (9): 338-351.

Ustakara, Fuat (2014b). "Markaların Yeni Gözetim Araçları: Halkla İlişkiler Fonksiyonelliğinde Sosyal Ağlar", *Yeni Medya Üzerine… Vol. 2*, (Ed. Müge Demir), Konya: Literatürk Academia, 333-351.

Ustakara, Fuat ve Tuğcu, Said (2014). "Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka İletişimine Katkısı", *1. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi*, Bildiriler Kitabı, Cilt: 2, 12-15 Mayıs 2014, Kocaeli, 132-145.

Ustakara, Fuat (2015). "Küresel Hegemonya Kavrayışı Bağlamında Halkla İlişkiler ve Güç İlişkiselliği", *Küreselleşme Ekseninde İktidar ve İletişim*, (Ed. Fuat Ustakara), Konya: Literatürk Academia, 245-280.

Ustakara, Fuat ve Türkoğlu, Emir (2015). "Y Kuşağının Bir Gözetim Mekanizması Olarak Sosyal Ağlar Üzerine Algısı. Gaziantep Üniversitesi Araştırması", *Turkish Studies*, 10 (10): 939-958 Doi: 10.7827/TurkishStudies.8366

Ustakara, Fuat ve Göksu, Oğuz (2018). *Halkla İlişkiler Çalışmaları ve Etkinlik Düzeyi: İSO 500 Araştırması: Şirketler Bazında Kapsamlı Bir Halkla İlişkiler Araştırması*, Konya: Literatürk Academia.

Ustakara, Fuat ve Korkmaz, Ali (2018). "15 Temmuz Darbe Kalkışmasının Önlenmesinde Medyanın Rolü", *15 Temmuz Darbe Girişimi ve Türkiye: Uluslararası Sempozyum*, Bildiriler Kitabı, Cilt: 2, 24-26 Mayıs 2017, Muş, 116-124.

Ustakara, Fuat (2019). "Türk Devlet Geleneğinde Bir Halkla İlişkiler Mekanizması Olarak Vakıf Müessesesi", *Selçuk İletişim*, 12 (1): 465-474 Doi: 10.18094/josc.461968

Van Wayenberge, Elisa (2013). "Washington Mutabakatı'ndan Washington Sonrası Mutabakata: Kalkınma Yanılsamaları", *Neoliberal Küreselleşme ve Kalkınma: Seçme Yazılar*, (Der. ve Yayına Haz. Fikret Şenses), İstanbul: İletişim Yayınları, 307-345.

Verčič, Dejan; van Ruler, Betteke; Bütschi, Gerhard; Flodin, Bertil (2001). "On the Definition of Public Relations: A European View", *Public Relations Review,* 27 (2001): 373-387 Doi: 10.1016/S03663-8111(01)00095-9

Vural, Z. Beril ve Bat, Mikail (2010). "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yasar University*, 20 (5): 3348-3382.

Wakefield, Robert I. (2009). "Uluslararası Halkla İlişkiler Teorisi, İnternet ve Aktivizm: Kişisel Bir Düşünce", *Halkla İlişkiler Üzerine*, (Der. Fatih Keskin ve B. Pınar Özdemir), (Çev. B. Pınar Özdemir), Ankara: Dipnot Yayınları, 89-115.

Yavuz, Cahit (2006). *Halkla İlişkiler*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldırım Becerikli, Sema (2005). *Uluslararası Halkla İlişkiler*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Görseller Kaynakçası

Görseller aşağıdaki web sitesinde yer alan yazının içeriğinden alınmıştır:

nyprisonorigins.com (2019). "Architectural Determinism and Jeremy Bentham's Panopticon", https://nyprisonorigins.com/casey/architectural-determinism-and-jeremy-benthams-panopticon/, Accessed on: 30.07.2019.

MARKALAŞMADA TRANSMEDYA HİKAYECİLİĞİ:

Bir Yeni Medya Yaklaşımı

H. Deniz KARCI

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Aaker, David (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Free Press.

Aaker, David (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy*, 13 (4), 27-32.

Aaker, David (1996). Resisting temptations to change a brand position/execution: the power of consistency over time. *Journal of Brand Management*, 3 (4), 251-258.

Aaker, David (2007). *Marka Yönetimi*. (Çeviren: Ender Orfanlı). İstanbul: MediaCat.

Aaker, David (2009). *Güçlü Markalar Yaratmak*. (Çeviren: Erdem Demir). İstanbul: MediaCat.

Aaker, David (2014). *Markalama: Başarıya Ulaştıran 20 Temel İlke* (Çeviren: Nadir Özata) (2. Baskı). İstanbul: MediaCat.

Aaker, Jennifer L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, *34* (3), 347-356.

Abba, Tom (2009). Hybrid stories: examining the future of transmedia narrative. *Liverpool University Press Online*, *2* (1), 59-75.

Ailawadi, Kusum L., Lehman, Donald R. and Neslin, Scott A. (2003): Revenue premium as an outcome measure of brand equity. *Journal of Marketing*, *67* (4), 1-17.

Alkaylı, Asude (2016). Marka ve sürdürülebilir farklılık. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 47-57.

Allen, Tony and Simmons, John (2009). Visual and verbal identity. (Editor: Cliffton, Rita). *Brand and Branding*. (2nd Edition). New York: Bloomberg Press, 112-126.

Altheide, David L. (1996). *Qualitative Media Analysis*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Anwar, Ayseha, Gulzar, Amir, Sohail, Fahid Bin and Akram, Salman Naeem (2001). Impact of brand image, trust and affect on consumer brand extension attitude: the mediating role of brand loyalty. *International Journal of Economics and Management Sciences*, *1* (5), 73-39.

Arvidsson, Adam (2006). *Brands: Meaning and Value in Media Culture*. New York: Routledge.

Assael, H. (2003). *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, New York: South-Western College Publishers.

Askwith, Ivan (2009). *Transmedia and Advertising*. http://www.slideshare.net /ivanaskwith/transmedia-and-advertising, Erişim Tarihi: 21. 05. 2015.

Atabek, Gülseren Şendur ve Atabek, Ümit (2007). *Medya Metinlerini Çözümlemek: İçerik, Göstergebilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Back, Ki-Joon and Parks, Sarah C. (2003). A brand loyalty model involving cognitive, affective, and conative brand loyalty and customer satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 27*(4), 419-435.

Baddeley, Alan (1990). *Your Memory: A User's Guide*. London: Penguin.

Balcı, Şükrü (2006). *Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Balmer, John M., Stuart, Helen and Greyser, Stephen A. (2009). Aligning identity and strategy: corporate branding at British Airways in the late 20th century. *SAGE Journals*, *51* (3), 6-23.

Bardzell, Shaowen, Wu, Vicky, Bardzell, Jeffrey and Quagliara, Nick. (2007). *Transmedial Interactions and Digital Games*. https://www.researchgate.net/publication/220982750_Transmedial_interactions_and_digital_games, Erişim Tarihi: 03.12.2015.

Barker, Richie and Sutherland, Karen (2013). *Employer Expectations of Public Relations Graduates' Transmedia Storytelling Proficiency*. http://www.prismjournal.org/homepage.html, Erişim Tarihi: 18.11.2015.

Bauer, Hans H., Sauer, Nicola E. and Schmitt, Philipp (2005). Customer-based brand equity in the team sport industry: operationalization and impact on the economic success of sport teams. *European Journal of Marketing*, *39* (5), 496-516.

Beinhocker, Eric D. (2006). *The Origin of Wealth: Evolution, Complexity and the Radical Remaking of Economics* (2nd Edition). Boston: Harward Business School Press.

Berelson, Bernard (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner.

Bhurji, Daljit. (2012). Skilling up for the future, (Edited by: Stephen Waddington). *Share This: The social mediahand book for PR professionals*. Chichester: John Wiley & Sons.

Bolin, Göran (2010). Digitisation, multiplatform texts, and audience reception. *Popular Communication*, *8* (1), 72-83.

Bolin, Göran (2013). *Media Technologies, Transmedia Storytelling and Commodification.* Retrieved March 18, 2013, from Academia.edu: http://www.academia.edu/962826/Media_Technologies_transmedia_storytelling_and_commodification, Erişim Tarihi: 21.12.2015.

Borça, Güven (2016). Konumlandırma ve sonrası. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 59-71.

Bowen, John T. and Chen, Shiang Lih. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13* (5), 213-217.

Braun, Thom (2004). *The Philosophy of Brands: Great Philosophers Think Brands.* London: Kogan Page.

Brieger, Christian (2013). *Exploring New Communicaiton Strategies for a Global Brand-Transmedia Storytelling and Gamification*, Master Thesis, Norwegian School of Economics, Bergen.

Brown, Stephen (2016). *Brands and Branding*. London, Los Angeles, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE Publications.

Buckner, Bonnie and Rutledge, Pamela (2011). *Transmedia Storytelling for Marketing and Branding: It's not entertainment, it's survival* http://www.kcommhtml.com/ima/2011_03/transmedia_storytelling.pdf, Erişim Tarihi: 11.07.2015.

Burger, Jerry M. (2015). *Personality* (9th Edition). Stamford, USA: Cengage Learning.

Busse, Krsitina and Gray, Jonathan. (2011) Fan cultures and fan communities, (Edited by: Virginia Nightingale). *The Handbook of Media Audiences*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Büyüköztürk, Şener (2016). *Sosyal Bilimlerde Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum.* Ankara: Pegem-A Yayıncılık.

Campbell, Joseph (2008). *A Hero With A Thousand Faces* (3rd Edition). California: New World Library.

Chaudhuri, Arjun and Holbrook, Morris B. (April 2001). The chain of brand effects from brand trust and brand affect to brrand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, *65* (2), 81-93.

Chaudhuri, Arjun and Buck, Ross (1995). Media differences in rational and emotional reponses to advertising. *Journal of Broadcasting&Electronic Media*, *39* (1), 109-125.

Chen, Der-Thanq, & Wu, Jing (2010). *Deconstructing new media: From computer literacy to new media literacy.* Orlando, Florida: Paper presented at the 8th International Conference on Education and Information Systems, Technologies and Applications.

Chiaravalle, Bill ve Schenck, Barbara Findlay (2007). *Markalaşma For Dummies Meraklısına* (1. Baskı). (Çeviren: Anahid Hazaryan). İstanbul: Doğan Kitap.

Chiu, Hung-Chang, Hsieh, Yi-Ching and Kuo, Yi-Chu (2012). How to align your brand stories with your products. *Journal of Retailing*, *88* (2), 262-275.

Chong, Mark (2007). In practice the role of internal communication and training in infusing corporate values and delivering brand promise: Singapore Airlines' Experience. *Corporate Reputation Review*, *10* (3), 201-212.

Christodoulides, George (2009). Branding in the post-internet era. *Marketing Theory*, *9* (1), 141-144.

Clark, Andy (1997). *Being There: Putting Brain, Body and World Together Again*. Cambridge: MIT Press.

Cohen, Jacob, Cohen, Patricia, West, Stephen G. and Aiken, Leona S. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences* (3rd Edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Çavuşoğlu, S. Bora (2011). *Marka Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Çiçek, Hüseyin, Demirel, Mustafa ve Onat, Osman Kürşat (2010). İşletmelerin web sitelerinin değerlendirilmesine ilişkin bir araştırma: Burdur ili örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *15* (2), 187-206.

Damasio, Antonio (2000). *The Feeling of What Happens: Body, Emotion and the Making of Consciousness*. London: Vintage Publishing.

Davidson, Drew (2010). *Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences*. Pittsburgh: ETC Press.

Davis, Charles H. (2013). Audience value and transmedia products, (Edited by Tanja Storsul and Arne H. Krumsvik). *Media Innovations*. Sweden: Nord,com, 175-190.

Dawkins, Richard (2006). *The Selfish Gene* (3rd Edition). London: Oxford University Press.

De Chernatony, Leslie (2010). *From Brand Vision To Brand Evolution: The Strategic Process of Growing and Strengthening Brands* (3rd Edition). Oxford: Elsevier.

De Chernatony, Leslie, McDonald, Malcolm and Wallace, Elaine (2003). *Creating Powerful Brands* (3rd Edition). Oxford, UK and Berlington, USA: Elsevier/Butterworth-Heinemann.

De Chernatony, Leslie, McDonald, Malcolm and Wallace, Elaine (2011). *Creating Powerful Brands* (4th Edition). Oxford, UK and Berlington, USA: Butterworth-Heinemann.

DeMartino, Nick. (May 2013). How to become a transmedia designer for your brand. *Communication World,* 5/2013. 23-25.

Dena, Christy (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World Across Distinct Media and Environments*, PhD Dissertation, University of Sydney, School of Letters, Art and Media, Department of Media and Communications, Sidney.

Korkmaz Devrani, Tülay (2009). Marka sadakati öncüleri: çalışan kadınların kozmetik ürün tüketimi üzerine bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *14* (3), 407-421.

Dick, Alan S. and Basu, Kunal (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of Advertising Research*, 22 (Spring), 99-113.

Dille, Flint (2016). *An Industry Perspective of Transmedia Storytelling*. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/KIDnA/an-industry-perspective-of-transmedia-storytelling, Erişim Tarihi: 07.07.2017.

Doney, Patricia M. and Cannon, Joseph P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *61* (April), 35-51.

Du Plessis, Erik (2005). *The Advertised Mind: Groundbreaking Insights into How Our Brains Respond to Advertising*. London: Millward Brown.

Edmonds, Stacey (2010). Transmedia learning. *Training&Development in Australia*. (10), 36-38.

Edmonds, W. Alex and Kennedy, Thomas D. (2017). *An Applied Guide To Research Designs: Quantitative, Qualitative and Mixed Methods* (2nd Edition). California: SAGE Publications.

Edwards, Leigh H (2012). Transmedia storytelling, corporate synergy, and audience expression. *Global Media Journal*, *12* (20), 1-12.

Ehrenberg, Andrew S. C. ve Goodhart, Gerald J. (1990). Double jeopardy revisited, *Journal of Marketing*, July, 82–91.

Eiji, Ötsuka (2010). World and variation: the reproduction and consumption of narrative. (Çeviren: Marc Steinberg). *Mechademia*, (5), 99-116.

Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun. (2014). T.C. Resmi Gazete, 29166, 23 Ekim 2014.

Escalas, Edson Jennifer (2004). Imagine yourself in the product: mental simulation, narrative transportation, and persuasion. *Journal of Advertising*, *33* (2), 37-48.

Feldwick, Paul (2009). Brand communications. (Edited by: Cliffton, Rita). *Brand and Branding* (2nd Edition). New York: Bloomberg Press, 127-145.

Floor, Ko (2006). *Branding A Store: How To Build Successful Retail Brands In A Changing Marketplace*. London: Kogan Page.

Florins, Murielle and Vanderdonckt, Jean (2016). Graceful degradation of user interfaces as a design method for multiplatform systems. *Proceedings of the 9th International Conference on Intelligent User Interfaces*, January-13, 140-147.

Franzen, Giep (1994) *Advertising Effectiveness*. Dunfermline: NTC Publications.

Franzen, Giep and Bouwman, Margot (2001). *The Mental Worlds of Brands*: *Mind, Memory and Brand Success*. London: W.A.R.C. (World Advertising Research Center).

Fourier, Susan and Lee, Sarah (April 2009). Getting Brand Communities Right. *Harvard Business Review.* https://hbr.org/2009/04/getting-brand-communities-right , Erişim Tarihi: 12.05.2016.

Frampton, Jez (2009). What makes brands great, (Edited by: Cliffton, Rita). *Brand and Branding* (2nd Edition). New York: Bloomberg Press, 61-72.

Gambarato, Renira R. (December 2012). Signs, systems and complexity of transmedia storytelling. *Estudos em Comunicação*, 69-83.

Gambarato, Renira R. (2013). Transmedia project design: theoritical and analytical considerations. *Baltic Screen Media Review*, 1, 80-100.

George, Alexander L. (2003). İletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi. (Derleyen ve Çeviren: Murat S. Çebi). *İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara: Alternatif Yayınları, 9-47.

Geray, Haluk (2004). *Toplumsal Arastırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giris: İletişim Alanından Örneklerle*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gillan, Jennifer (2011). *Television and New Media: Must-click TV*. New York: Routledge.

Goldschmitt, Kariann. (October 2011). "Joga Bonito Pelo Mundo, Guerreiro": music, transmedia advertising, and Brasilidade in the 2006 World Cup. *Popular Music and Society*, *34* (4), 417-422.

Gomez, Jeff. (Ekim 2010a). *Transmedia Storytelling 01*. http://www.youtube.com/watch?v=-Om5GmI6Vrw, Erişim Tarihi: 05.06.2014.

Gomez, Jeff. (2010b). Transmedia Storytelling. Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Transmedia_storytelling, Erişim Tarihi: 05.06.2014.

Graneheim, Ulla Hallgren and Lundman, Berit (2004). Qualitative content analnurs ysis in research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today, 24*, 105-112.

Granitz, Neil and Forman, Howard (January 2015). Building self-brand connections: exploring brand stories through a transmedia perspective. *Journal of Brand Management*, *22*, 38-59.

Gutierrez, Peter (June 2012). Every platform tells a story. *School Library Journal*, *2012*, 32-34.

Gürbüz, Ahmet ve Doğan, Melek (2013). Tüketicilerin markaya duyduğu güven ve marka bağlılığı ilişkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *9* (19), 239-258.

Hansen, Anders (2003). İletişim Arastırmalarında içerik çözümlemesi. (Derleyen ve Çeviren: Murat S. Çebi). *İçerik Çözümlemesi*. Ankara: Alternatif Yayınları, 49-102.

Hasanali, Farida, Leavitt, Paige, Williams, Rachele (2005). *Branding: A Guide For Your Journey To Best-Practice Processes*. Texas, Hoouston: APQC Publications.

Hawkins, Delbert ve Mothersbaugh, David (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th Edition). New York: McGraw-Hill Irwin.

Hazboun, Suha (2014). *Challenges of Transmedia Storytelling: Considerations of Creating od Transmedia Projects*, Master Thesis, Dalarna University Audio Visual Studies, Sweden.

Hefner, Hal (2016). *An Industry of Transmedia Storytelling*. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling, Erişim Tarihi: 08.09.2017.

Henderson, P.W. and Cote, J.A. (1998). Guidelines for selecting or modifying logos. *Journal of Marketing*, *62* (April), 14-30.

Herkner, Werner (2003). İletisim arastırmalarında içerik çözümlemesi. (Derleyen ve Çeviren: Murat S. Çebi). *İçerik Çözümlemesi*. Ankara: Alternatif Yayınları, 124-176.

Hofstede, Geert (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.

Holt, Douglas B. (2002). Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. *Journal of Consumer Research*, *29* (1), 70-90.

Holt, Douglas B. (2003). What becomes an icon most? *Harvard Business Review*, *81* (3), 43-49.

Holt, Douglas B. (2004). *How Brands Become Icons - The Principles of Cultural Branding*. Boston: Harvard Business Press.

Hulburt, George F. and Voas, Jeffrey (September 2011). Storytelling: from Cave Art to Digital Media, IT Pro. https://pdfs.semanticschlar.org/0992/9965c4261d407066edcdb29deb49c9152262.pdf, Erişim tarihi: 02.03.2016.

IntelPR (212). Toshiba and Intel Unveil 'The Beauty Inside' Global Social Film Project. https://newsroom.intel.com/news-releases/toshiba-and-intel-unveil-the-beauty-inside-global-social-film-project/ , Erişim Tarihi: 17.08. 2014.

Definition of 'Main Street'. (2015). *Investopedia*. https://www.investopedia.com/terms/m/mainstreet.asp, Erişim Tarihi: 14.07.2015.

İslamoğlu, Hamdi ve Alnıaçık, Ümit (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (4. Baskı). İstannbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

İstanbul Sanayi Odası Kalite ve Teknoloji İhtisas Kurulu (İSO-KATEK). (2011). *Markalaşma Kılavuzu*. http://www.slideshare.net/meaoist/12-markalasma. Erişim Tarihi: 20.07.2015.

Jacoby, Jacob and Kyner David B. (1973). Brand loyalty versus repeat purchasing behavior. *Journal of Marketing Research*, *10* (2), 1-9.

Jandt, Fred E. (1998). *Intercultural Communication-An Introduction*. California: SAGE Publications.

Jenkins, Henry (2006a). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.

Jenkins, Henry (2006b). *Convergence Culture* (1st Edition). New York and London: New York University Press.

Jenkins, Henry (2007). *Confessions of an Aca-Fan: Transmedia storytelling 101.* http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html. Erişim tarihi: 21.11.2015.

Jenkins, Henry (2011). *Confessions of an Aca-Fan: Transmedia 202: Further Reflections*.
http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html. Erişim Tarihi: 26.07.2014.

Jenkins, Henry (2016). Transmedia Strategy Enriches the Story. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/oJHbb/henry-jenkins-how-a-transmedia-strategy-enriches-a-story, Erişim Tarihi: 16.03.2017.

Jenkins, Henry, Ford, Sam and Green Joshua (2013). *Spreadable Media*: *Creating Value and Meaning in A Networked Culture* (1st Edition). New York and London: New York University Press.

Jenkins, Henry, Purushotma, Ravi, Clinton, Katie, Weigel, Margaret and Robison, Alice J. (2006). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media education for the 21st century.* Chicago: MACARTHUR.

Jones, Robert (2017). *Branding: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford United Press.

Kamakura, Wagner A. and Russell, Gary J. (1993). Measuring brand value with scanner data. *Internat. J. Res. Marketing*, *10* (1), 9–22.

Kapferer, Jean-Noël (2012). *The New Strategic Brand Management:Advanced Insight and Strategic Thinking* (5th Edition). London: KoganPage.

Karaca, Şükran (2012). İnternette pazarlama ve ürün karar stratejileri. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, *16* (1). 37-51.

Karaçor, Süleyman (2009). Pazarlama iletişiminde marka yaratma odaklı konumlandırma stratejileri. *Ankara Sanayi Odası Yayını*, Ocak.

Keller, Kevin Lane (1993). Conceptualising, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, *57* (1), 1-22.

Keller, Kevin Lane, Heckler, Susan E. ve Houston Michael J. (1998). The effects of brand name suggestiveness on advertising recall. *Journal of Marketing*, *62* (January), 48-57.

Keller, Kevin Lane (2013). Marka Karnesi. *Stratejik Pazarlama: Harvard Business Review'den En Etkili Yönetim Fikirleri*. (Çeviren: Melis İnan). İstanbul: Optimist, 109-134.

Kinder, Martha. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.

Knapp, Duane E. (2002). *Marka Aklı*. (Çeviren: Azra Tuna Akartuna). İstanbul: Mediacat Kitapları.

Koçak, Abdullah (2001). *Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Konzal, Adalbeert (Woitek) (2011). *Enterteainment Architecture: Constructing A Framework for the Creation of An Emerging Transmedia Form*, PhD Thesis, Dpl.-Kfm. European Business School, Oestrich-Winkel, Germany.

Korchia, Michael (2006). *The Effects of Brand Associations on Brand Equity, Subjective Knowledge and Brand Interest*. Bordeaux, France: Bordeaux Ecole de Management.

Kotler, Philip, Bowen J.T. and Makens, J.C. (1996). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip (2001). *Marketing, Management and Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Kumar, S. Ramesh (2007). *Marketing and Branding: The Indian Scnerio*. New Delhi: Pearson Education.

Kumar, S. Ramesh (2009). *Consumer Behaviour and Branding: Concepts, Readings and Cases.* New Delhi, India: Pearson Power.

Kurtbaş, İhsan ve Barut, Basri (2010). "Star-Marka" stratejisiyle yapılan televizyon reklamlarının marka farkındalığı ve marka sadakati oluşturma sürecindeki rolü ve etkisi. *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, *13*, 110.

Kutlay, Şule (2016). Şirketler ve markaları için dayanıklılık rehberi. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet) *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 73-81.

Lee, Alvin, Yao, Jinchao, Mizerski, Richard and Lambert, Claire (2015). *The Strategy of Global Branding and Brand Equity*. New York: Routledge.

Lehy Turanlı, Tülin (2016). Marka: bilincimizde beliren anlam. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 115-127.

Leonidou, Lonidas C. and Leonidou, Constantions N. (2009). Rational versus emotional appeals in newspaper advertising: copy, art and layout differences. *Journal of Promotion Management*, *15* (4), 522-546.

Levy, Pierre (1999). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. New York: Basic Books.

Lindeman, Marjaana and Verkasalo, Markku (2005). Measuring values with the short Schwartz's value survey. *Journal of Personality Assessment*, *85* (2), 170-178.

Liu, Chung-Tzer, Guo, Yi Maggie and Le, Chia-Hui (2011). The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. *International Journal of Information Management*, 31, 71-79.

Long, Geoffrey (2007). *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*, Master Thesis, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.

Long, Geoffrey (2016). The Future of the Term Transmedia. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/RhPCM/geoffrey-long-the-future-of-the-term-transmedia , Erişim Tarihi: 12.11.2017.

Luk, Sherriff T.K. and Yip, Leslie S. C. (2008). The moderator effect of monetary sales promotion of the relationship between brand trust and purchase behaviour. *Brand Management*, *15* (6), 452–464.

Lull, James (2000). *Media, Communication, Culture-A Global Approach*. Cambridge: Polity Press.

Lundqvist, Anna, Liljander, Veronica, Gummerus, Johanna, & van Riel, Allard (2013). The Impact of Storytelling on the Consumer Brand Experience: The Case of a Firm-originated Story. *Journal of Brand Management*, *20* (4), 283-297.

Marangoz, Mehmet (2014). *İnternette Pazarlama* (1. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Matanda, Tandadzo and Ewing, Michale T. (2012). The process of global brand strategy development and regional implementation. *International Journal of Reseacrh in Marketing*, *29*, 5-12.

Matzler, Kurt, Krauter, Sonja Grabner and Bidmon, Sonja (2008). Risk aversion and brand loyalty: The mediating role of brand trust and brand affect. *Journal of Product & Brand Management, 17* (3), 154-162.

McCracken, Grant (2009). *Chief Culture Officer: How To Create a Living, Breathing Corporation*. New York: Basic Books.

Mcdonald, Rachel and Parker, Jackie (Summer 2013). When A Story IS More Than Paper. 7/2013. Young Adult Library Service, 27-31.

McGovern, Gerry (2003). *Building Successful Brands on the Web*. http://www.gerrymcgovern.com/nt/2003/nt_2003_02_17_brand.htm. Erişim Tarihi: 12.03.2015.

McIntyre, Simon (2016). *Welcome to Transmedia Storytelling*. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling , Erişim Tarihi: 23.05.2017.

Meehan, Eileen R. (2005). *Why TV Is Not Our Fault: Television, Programming, Viewers, and Who's Really In Control*. New York: Rowman and Littlefield.

Morgan, Robert M. and Hunt, Shelby D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, *58* (July), 20-38.

Mulholland, Joan (1991). *The Language of Negotiation: A Handbook of Practical Strategies for Improving Communication*. London: Routledge.

Mungioli, Maria Cristina (2011). Narratives, languages and media in the context of interactive digital technolo-gies: Interview with Carlos A. Scolari – *MATRIZes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo*, *4* (2). 127–136.

Murphy, John M. (1992). *Branding: A Key Marketing Tool* (2nd Edition). London: MacMillan.

Napoli, Philip M. (2011) *Audience Evolution. New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.

Neuendorf, Kimberly A. (2002*). The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Neuman, W. Lawrence (2000*). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn and Bacon Publications.

Nigam, Sanjay K. (2012). The storytelling brain. *Science and Engineering Ethics, 18*, 567-571.

Norrington, Alison. (May 2013). Find Your Voice. *Communication World*, *2013*, 26-28.

Nuno, Bernardo (2011). *The Producer's Guide to Transmedia,* London: beActive books.

Odabaşı, Yavuz ve Oyman, Mine (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi* (9. Baskı). İstanbul: MediaCat.

Odin, Yorick, Odin, Nathalie, & Florence, Pierre Valette (2001). Conceptual and operational aspects of brand loyalty: An empirical investigation. *Journal of Business Research*, *53* (2), 75-84.

Ok, Serhan (2016). Marka kişiliğinin marka iletişimine etkisi. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 151-166.

Okonkwo, Uche (2007). *Luxury Fashion Branding: Trends, Tactics, Techniques*. New York: Palgrave MacMillan.

Oliver, Richard L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, *63* (special issue), 33-44.

Özgüven, Nihan ve Karataş, Ezgi (Ocak 2010). Genç tüketicilerin marka kişiliği algılamalarının cinsiyete göre değerlendirilmesi: McDonald's ve Burger King. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *11* (1), 139-163.

Paez, Sergio (2016). *The Industry of Transmedia Storytelling*. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/Kutop/sergio-paez-the-role-of-visual-storytelling , Erişim Tarihi: 16.07.2017.

Paine, Katie Delahaye (2009). Toward A Definition of Engagement, *The Measurement Standard*, December 21, 2009: http://kdpaine.blogs.com/themeasurementstandard/2009/12/index.html. Erişim Tarihi: 07.08.2016.

Pettinger, Lynne (2004). Brand culture and branded workers: service work and aesthetic labour in fashion retail. *Consumption Markets&Culture*, *7* (2), 165-184.

PGA (2010). *Producers of America*. http://www.producersguild.org/?page=coc_lang , Erişim Tarihi: 12.03.2015.

Phillips, Andrea. (2012). *A Creator's Guide to Transmedia Storytelling*: *How to Captivate and Engage Audiences across Multtiple Platforms* (1st Edition). New York: McGraw-Hill.

Phillips, Andrea. (May 2013). Help Your brand Speak For Itself. *Communication World, 2013*, 19-22.

Pike, Andy (2015). *Origination: The Geographies of Brands and Branding*. West Sussex: Wiley Blackwell.

Pratten, Robert (2011). *Getting Started in Transmedia Storytelling: A Practical Guide for Beginners*. Seattle: CreateSpace.

Pride, William H. and Ferrell, O.C. (1997). *Marketing* (10th Edition). Boston: Houghton Mifflin Company.

Producers Guild of America (2010) Code of Credits: Credit Language for Your Contract, *Producers Guild of America*, Los Angeles. Available: http://www.producersguild.org/?page=coc_lang. Erişim Tarihi: 27. 08. 2016.

Reicheld, Frederick F. (2013). Büyütmemiz gereken tek rakam. (Çeviren: Melis İnan). *Stratejik Pazarlama*. İstanbul: Optimist Yayın-Harvard Business Review Press, 199-222.

Reid, Calvin. (September 2009). *Beyond Branding: Building Transmedia Properties*. http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/industry-deals/article/13012-building-transmedia-properties.html, Erişim Tarihi: 17.07.2015.

Reklam Terimleri Sözlüğü. (1999). *Marka Sadakati*. İstanbul: Adam Yayıncılık.

Robideaux, Douglas and Robideaux, Sharon C. (2012). Convergent storytelling as promotion: a model for brand engagement and equity. *Innovative Marketing*, *8* (1). 48-51.

Rose, Frank (2011). *The Art of Immersion: how the digital generation is remaking Hollywood, Madison Avenue and the way we tell stories*. New York: W. W. Norton & Company.

Rutledge, Pamela. (April 2015). *Every Brand Is A Story But Does That Make It 'Transmedia ?*. http://www.mprcenter.org/blog/2015/04/every-brand-is-a-story-but-does-that-make-it-transmedia/?hvid=3vO9U, Erişim Tarihi: 25.06.2015.

Rutledge, Pamela. (April 2015). *Nothing Is As Effective As A Good Story*. http://athinklab.com/, Erişim Tarihi: 25.06.2015.

Saunders, Mark, Lewis, Philip and Thornhill, Adrian (2009). *Research Methods For Business Students* (5th Edition). Harlow: Pearson Education-Prentice Hall.

Schank, Roger C. (1999). *Dynamic Memory Revisited* (1st Edition). Cambridge: Cambridge University Press.

Schinoor, Pernille (2003). An Evaluation of Corporate Brand Character, (Edited by Flemming, Hansen and Christensen, Lars Bech). *Branding and Advertising*. Denmark: Copenhagen Business School Pess.

Schroeder, Jonathan E. (2015). *Brands: Interdisciplinary Perspectives*. New York: Routledge.

Schrøder, Kim Christian (2011). Audiences are Inherently Cross-media: audience studies and the cross-media challenge. *Communication Management Quarterly*, *18*, 5-27.

Schuler, Maria (2004).Management of the organizational image: A method for organizational image confi guration. *Corporate Reputation Review*, *7* (1) , 37-53.

Schwartz, Shalom H. and Bilsky, Wolfgang (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, *58* (5), 878-891.

Schwartz, Shalom H. and Boehnke, Klaus (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, *38*, 230-255.

Scolari, Carlos A. (2008). Online brands: branding, possible worlds, and interactive grammars. *Semiotica*, *30* (1). 169-188.

Scolari, Carlos A. (January 2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 586-606.

Scott, Suzanne (2013). Who's Steering the Mothership? The Role of the Fanboy Auteur in Transmedia Storytelling, (Edited by: Delwiche, Aaron and Jacobs Henderson, Jennifer). *The Participatory Cultures Handbook*. New York: Routledge, 43-52.

Searls, Doc and Weinberger, David (2001). Markets are conversations, (Edited by: Levine, Rick, Locke, Cristopher, Searls, Doc ve Weinberger, David). *The Cluetrain Manifesto*, Cambridge: Perseus Publishing, 61-85.

Senbir, Hakan (2016). Marka Değeri Kurum Kültürünün Çıktısıdır. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 37-45.

Sezen, Diğdem (2014). Transmedya hikâyeciliği. (Editörler: Karaçor, Süleyman, Aydın, Duygu ve Gülerarslan, Aşina). *Transmedya Hikâyeciliği*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 39-56.

Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D. P. S., & Gelfand, M. J. (1995). Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. *Cross-Cultural Research*, 29, 240–275.

Smit, Edith G., Van Den Berge, Emilie, Franzen, Giep (2003). Brands are just like real people: the development of SWOCC's brand personality scale. (Edited by Hansen, Flemming and Christensen, Lars Bech) *Branding and Advertising*. Denmark: Copenhagen Business School Press, 22-43.

Snibbe, Scott (2016). *An Industry Perspective of Transmedia Storytelling*. https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/KIDnA/an-industry-perspective-of-transmedia-storytelling , Erişim Tarihi: 12.12.2016.

Sokolova, Natalia (2012). Co-opting transmedia consumers: user content as entertainment or "free labor"? the cases of S.T.A.L.K.E.R and metro 2033. *Europe-Asia Studies, 64* (8), 1565-1583.

Solmaz, Başak, Tekin, Gökhan, Herzem, Züleyha ve Demir, Muhammed (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, *7* (4), 23-32.

Soriano, Cheryll Ruth R. (2016). Transmedia mobilization: Agency and literacy in minority productions in the age of spreadable media. *The Information Society*, *32* (5), 354-363.

Sprott, David, Czellar, Sandor ve Spangenberg, Eric (20009). The importance of a general measure of brand engagement on market behavior: development and Geçerliation of a scale. *Journal of Marketing Research, 46* (1), 92-104.

Stern, Barbara B. (April 2008). What does brand mean? historical-analysis method and construct definition. *The Journal of the Academy of the Marketing Science*. *34* (2), 216-223.

Swallow, Erica (2011). Mattel launches digital campaign aiming to reunite Barbie & Ken.Mashable. http://mashable.com/2011/02/04/reunite-barbie-ken/ Erişim Tarihi: 17. 08. 2016.

Syncapse (2010) *The Value of a Facebook Fan: An Empirical Review*. Toronto: Syncapse.

Şaylan, Murat (2016). Markalama stratejisi ve marka mimarisi. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 83-98.

Taylor, Steve, Celuch, Kevin and Goodwin, Stephen (2004). The importance of brand equity to customer loyalty. *Journal of Product & Brand Management*, *13* (4), 217-227.

Tenderich, Burghardt (2013). *Design Elements of Transmedia Branding*. http://www.archive.annenberglab.com/sites/default/files/uploads/Design%20Elements%20of%20Transmedia%20Branding.pdf , Erişim Tarihi: 05.09.2015.

Tenderich, Burghardt (2014). *Transmedia Branding*. http://www.eimo.org/bilder/transmedia.pdf , Erişim Tarihi: 15.07.2014.

TDK. (2004). *Büyük Türkçe Sözlük*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.558a90ae7c9560.27096341, Erişim Tarihi: 23.06.2015.

TDK. (2006). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59db810159d2e7.17565832, Erişim Tarihi: 9.10. 2016.

Tezcan, Mahmut (1974). *Türklerle İlgili Stereotipler (Kalıp Yargılar) ve Türk Değerleri Üzerine Bir Deneme*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Thiele, Shayn Rundle, & Bennett, Rebekah (2001). A brand for all seasons? A discussion of brand loyalty approaches and their applicability for different markets. *Journal of Product and Brand Management*, *10* (1), 25-37.

Thompson, Bruce (2004). *Exploratory and Confirmatory Factor Analysis: Understanding Concepts and Applications*. Washington, DC, US: American Psychological Association.

Torelli, Carlos J., Özsomer, Ayşegül, Carvalho, Segio W., Tat Keh, Hean and Maehle, Natalia (2012). Brand concepts as representations of human values: do cultural congruity and compatibility between values matter? *Journal of Marketing*, *76* (July), 92-108.

Triandis, Harry C. (2001). Individualism-Collectivism and Personality. *Journal of Personality*, *69* (6), 904-927.

Tungate, Mark (2007). *Ad Land: A Global History of Advertising*. United Kingdom, London: Kogan-Page.

Tureng. (2000). *İngilizce-Türkçe/Türkçe-İngilizce Sözlük.* http://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/cross, Erişim Tarihi: 04.10.2015.

Tureng. (2000). *İngilizce-Türkçe/Türkçe-İngilizce Sözlük.* http://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/media, Erişim Tarihi: 04.10.2015.

Türk Patent Enstitüsü, www.turkpatent.gov.tr , Erişim: 23.11.2016.

Twitchell, James B. (2004). An English teacher looks at branding. *Journal of* Consumer *Research, 31* (2). 484-489.

Vallaster, Christine and de Chernatony, Leslie (2005). Internationalisation of services brands: The role of leadership during the internal brand building process, *Journal of Marketing Management*, 21 (1/2), 181 – 203.

Vardar, Nükhet (2016). Türkiye'de Şirket ve Marka Kültürü: Türkiye'de Markalaşma Kültürü ve İnovasyon. (Editörler: Alçı, Bora M., Borça, Güven, Kutlay, Şule, Ok, Serhan ve Vardar, Nükhet). *Markanı Ateşle*. İstanbul: MediaCat Yayınları, 19-35.

Verkasalo, Markku, Lönnqvist, Jan-Erik, Lipsanen, Jari and Helkama, Klaus (2009). European norms and equations for a two dimensional presentation of values as measured with Schwartz's 21-item portrait values questionnaire. *European Journal of Social Psychology*, *39* (5), 7An80-792.

Vogler, Christopher (2007). *The Writer's Journey* (3rd Edition). CA, USA: Michael Wiese Productions.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.

Webster, James G. (2005). Beneath the Veneer of Fragmentation: television audience polarization in a multichannel world. *Journal of Communication, 55* (2), 366-382.

Wikipedia, the free encyclopedia. (2012). Madison Avenue. https://en.wikipedia.org/wiki/Madison_Avenue, Erişim Tarihi: 14.07.2015.

Wikipedia, the freen encyclopedia. (2012). Aaker Model. https://en.wikipedia.org/wiki/Aaker_Model, Erişim Tarihi: 11.01.2016.

Williams, Jerried C. (2013). *Principles of Transmedia Branding,* Master Thesis, Southern California University Annenberg Communications Faculty, Los Angeles, California.

Wimmer, Roger D. and Dominick, Joseph R. (200). *Mass Media Reseacrh: An Introduction*. Belmont, CA: Wadsworth.

Wood, Paul M. (May 2013). Transmedia breaks the boundaries of brand. *Communication World*, 5/*2013*, 15-19.

Woodside, Arch G. (2010). Brand-Consumer Storytelling Theory and Research: Introduction to a Psychology & Marketing Special Issue. *Psychology & Marketing*, *27* (6), 531-540.

Yang, Binbin and Zisiadis, Miltiadis (2014). *Transmedia marketing: strengthening multiplatform user participation through storytelling*, Master Thesis, UMEA Universitet, Umeâ.

Yoo, Boonghee, Donthu, Naveen and Lee, Sungho (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *28* (2), 195-211.

Young, Brent ((2016). *An Industry Perspective of Transmedia Storytelling.* https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling/lecture/KIDnA/an-industry-perspective-of-transmedia-storytelling, Erişim Tarihi: 12.04.2017.

YouTube Channel. (2012). *Kony 2012.* https://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc, Erişim Tarihi: 25.06.2015.

Zelizer, Barbie (2008). *Explorations in Communication and History*. London; New York: Routledge.

Zimmermann, Phillip (2014). Transmedya hikâyeciliği. (Editörler: Karaçor, Süleyman, Aydın, Duygu ve Gülerarslan, Aşina). *Transmedya Hikâyeciliği*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 19-25.

Zuckerman, Maya (2016). *Who's Developing*. https://blog.coursera.org/maya-adam-passion-education-empathy/, Erişim Tarihi: 28.05.2017.

Zwick, Detlev, Bonsu Samuel K. ve Darmody, Aron (2008). Putting Consumers to Work: 'Co-creation' and New Marketing Govern-mentality. *Journal of Consumer Culture*, *8* (2), pp. 163-196.

Kızılca Kıyamet Koparken

Britanya Kültürel Çalışmaları Çerçevesinde Özgün Haber Çözümlemeleri

Prof. Dr. Ömer ÖZER

LİTERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

Althusser, Louis (1991). **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev. Yusuf Alp ve Mahmut Özışık, İletişim Yayınları.

Althusser, Louis (1995). "Pour Marx Alman Okuyucuya", **Toplumbilim**, Karl Marx Özel Sayısı: 13-15.

Althusser, Louis (2002). **Marx İçin**, Çev. Işık Ergüden, İthaki Yayınları.

Balibar, Etienne (1991). **Althusser İçin Yazılar**, İletişim Yayınları.

Balibar, Etienne (2002). "1996 Tarihli Yeni Baskıya Önsöz", İçinde **Marx İçin**, Çev. Işık Ergüden, İthaki Yayınları.

Bannet, E. T. (1993). **Postcultural Theory Critical Theory After The Marxist Paradigm**, Macmillan.

Barrett, Michele (1996). **Marx'tan Foucault'ya İdeoloji**, Çev. Ahmet Fethi, Sarmal Yayınları.

Barthes, Roland (1996). **S/Z**, Çev. Sündüz Öztürk Kasar, Yapı Kredi Yayınları.

Barthes, Roland (1998). **Çağdaş Söylenler**, Çev. Tahsin Yücel, Metis Yayınları..

Berger, A. Arthur (1993). **Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri**, Çev. Murat Barkan vd., Anadolu Üniversitesi Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.

Chomsky, Noam (1999). **Medya Gerçeği**, Çev. Abdullah Yılmaz, Tümzamanlar Yayıncılık.

Coward, Rosalind ve John Ellis (1985). **Dil ve Maddecilik**, Çev. Esen Tarım, İletişim Yayınları.

Curran, James vd. (1991). "İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar", Çev. Meral Özbek, **İLEF Yıllık**: 228-253.

Çam, Şerife (2008). **Medya Çalışmalarında İdeoloji Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar**, De Ki Yayınları.

Çelenk, Sevilay (Der) (2008). **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, De Ki Yayınları.

Çelik, Nur Betül (1999). "İdeoloji Kuramlarında Özne: Althusser ve Gramsci", **Kültür ve İletişim**, 2(2): 101-128.

Çoban, Barış (2003). "Söylem, İdeoloji ve Eylem: İktidar ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi", İçinde **Söylem ve İdeoloji Mitoloji-Din-İdeoloji**, Hazırlayanlar Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yayınları: 245-284.

Davis, H. ve P. Walton (Ed. (1983). **Language, Image, Media,** Oxford: Blackwell.

Dursun, Çiler (1997). "Televizyon Haberlerinde Refah Partisi'nin Kuruluşu ve Söylemde Mücadele Üzerine Dönemler Arası Karşılaştırmalı Bir Çözümleme Denemesi", **İLEF Yıllık' 94**: 73-119.

Dursun, Çiler (1998). "İşçi Sınıfı Kimliğinin Medyada Temsiliyeti: 1970-1997", **Toplum ve Bilim**, Sayı 78: 210-241.

Dursun, Çiler (2001). **Televizyon Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi.

Dursun, Çiler (2003). "Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek", **Gazetecilik ve Habercilik**, Der. Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları: 63-83.

Dursun, Çiler (Der.) (2004). **Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi**, Elips Kitap.

Dursun, Çiler (2004a). "Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir?", İçinde **Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi**, Der. Çiler Dursun, Elips Kitap: 37-65.

Eagleton, Terry (1996). **İdeoloji**, Çev. Muttalip Özcan, Ayrıntı Yayınları.

Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2002). **Öteki Kuram**, Erk Yayınları.

Fairclough, Norman (1992). **Discourse and Social Change**, Polity Press.

Fairclough, Norman (2003). "Dil ve İdeoloji", İçinde **Söylem ve İdeoloji Mitoloji-Din-İdeoloji**, Hazırlayanlar Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Çev. Barış Çoban, Zeynep Özarslan, Nurcan Ateş, Su Yayınları: 155-171.

Fiske, John (1999). **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. Süleyman İrvan, Ark Yayınları.

Fiske, John (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev. Süleyman İrvan. Ark Yayınları.

Fowler, Roger (1991). **Language in the News: Discourse and Ideology in the Press**, Routledge.

Garnham, Nicholos (2008). "Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşmam mı Boşanma mı?" içinde **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, Der. Sevilay Çelenk, Çev. Sevilay Çelenk, de ki Yayınları: 115-129.

Glasgow University Medya Group (1976). **Bad News**, Routledge and Keagen Paul.

Glasgow University Medya Group (1980). **More Bad News**, Routledge and Keagen Paul.

Glasgow University Medya Group (1985). **War and Peace News**, Open University Press.

Glasgow University Medya Group (1993). **Getting The Message**, Routledge.

Gramsci, Antonio (1992). "Culture and Ideological Hegemony", İçinde **Culture and Society**, Ed. Jeffrey C. Alexander ve Steven Seidman, Cambridge University Press: 47-54.

Grossberg, Lawrence (1999). "Kültürel Çalışmalar ve Yeni Dünyalar, içinde **Popüler Kültür ve İktidar**, Çev. Ömer Özer, Der. Nazife Güngör, Vadi Yayınları: 240-274.

Grossberg, Lawrence (2008). "Kültürel Çalışmalar Ekonomi Politiğe Karşı: Bu Tartışmadan Başka Sıkılan Var mı?", içinde **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, Çev. Sevilay Çelenk, Der. Sevilay Çelenk, de ki Yayınları: 131-145.

Hackett, A. Robert (1985). "Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in News Media Studies." **Mass Communication Review Yearbook**, 5: 251-274.

Hackett, A. Robert (2000). "Bir Paradikmanın Önemini Yitirişi Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik", Çev. Ayşe İnal, **Yıllık 97-98'den ayrı basım**, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Ankara Üniversitesi Basımevi: 31-72.

Hall, Stuart (1993). "The Television Discourse-Encoding and Decoding", İçinde **Studying Culture An Introductory Reader**, Ed. Ann Gray ve Jim McGuigan, Edward Arnold: 28-34.

Hall, Stuart (1996). "Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post-Structuralist Debates", İçinde **Cultural Studies and Communication**, Ed. J. Curran vd., Arnold: 11-34.

Hall, Stuart (1999). "İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü", İçinde **Medya Üktidar İdeoloji**, Çev. ve Der. Mehmet Küçük, Ark Yayınları: 77-126.

Hall, Stuart (1999a). "Kültür Medya ve İdeolojik Etki", İçinde **Medya İktidar, İdeoloji**, Çev. ve Der. Mehmet Küçük, Ark Yayınları: 199-245.

Hall, Stuart (1999b), "Encoding, Decoding", İçinde **The Cultural Studies Reader**, Ed. During Simon, Roudledge: 507-517.

Hall, Stuart (2002). "İdeoloji ve İletişim Kuramı", **Medya Kültür Siyaset**, Der. Süleyman İrvan, Çev. Ahmet Gürata, Ark Yayınları: 79-97.

Hall, Stuart (2002a). "Introduction", İçinde **Representation Cultural Representations and Signifying Practices**, Ed. Stuart Hall, Sage: 1-11.

Hall, Stuart (2002b). "The Work of Representation", İçinde **Representation Cultural Representations and Signifying Practices**, Ed. Stuart Hall, Sage: 15-74.

Hall, Stuart (2005). "Kodlama, Kodaçımlama", İçinde **Medya ve İzleyici**, Der. Şahinde Yavuz, Çev. Yiğit Yavuz, Vadi Yayınları: 85-97.

Hall, Stuart (2005a). "Haber Fotoğraflarının Belirleyici Özellikleri", Çev. Ali M. Bayraktaroğlu, **İletişim**, Yaz/Güz: 244-263.

Hall, Stuart (2008). "Kültürel Çalışmalar ve Teorik Miras", içinde **İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar**, Der. Sevilay Çelenk, Çev. Sevilay Çelenk ve Alp Erhan Arslan, de ki Yayınları: 85-114.

Hall Stuart vd. (1978). **Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order,** GB: Methuen.

Hall, Stuart (1980). "Cultural Studies and The Centre: Some Problematics and Problems" **Cultura, Media i Lenguage**, Ed. Stuart Hall vd., Hutchinson: 15-47.

Hall Stuart vd. (1985). **Siyaset ve İdeoloji: Gramsci**, Çev. S. Emrealp, Birey ve Toplum Yayınları.

Halloran, D. James vd., (1970). **Demonstration and Communication**, Harmondsworth, Penguen.

Hardt, Hanno (1999). ""Eleştirel"in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması", İçinde **Medya İktidar İdeoloji**, Çev. ve Der. Mehmet Küçük, Ark Yayınları: 15-75.

Hartley, John (1990). **Understanding News**, Routledge.

Hobson, D. (1995). "Ev Kadınları ve Medya", içinde **Kadın ve Popüler Kültür**, Der. Ve Çev. Süleyman İrvan ve Mutlu Binark, Ark Yayınları: 15-49.

İnal, Ayşe (1992). An Analysis of Turkish Daily Press: Event Selection, Text Construction and News Production, Yayınlanmamış Doktora Tezi, **ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

İnal, Ayşe (1993). "Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım", **İLEF Yıllık' 93**:155-177.

İnal, Ayşe (1995). "Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu", **Toplum ve Bilim**, 111-34.

İnal, Ayşe (1995a). "Haber Metinlerine Eleştirel Bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar", **İLEF Yillık' 94-95**:135-163.

İnal, Ayşe (1995b). "Kültürel Çalışmalar ve İzleyici Sorunu Üzerine", **Kuram**, 8. Kitap: 59-73.

İnal, Ayşe (1996). **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları.

İnal, Ayşe (1997). "Haber ve Haber Üretim Süreçleri: Yerel Medya İçin Alternatif Arayışları", **Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi Seminer Notları**, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi 11-12 Ekim 1997: 1-12.

İnal, Ayşe (1999). "Medya, Dil ve İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişkisini Nasıl Tartışmalıyız?", **İletişim**, (3): 13-36.

İnal, Ayşe (2003). "Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış", İçinde **Medya ve Toplum**, Der. Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları: 59-74.

Kuo, Sai-Hua ve Mari Nakamura (2005). "Translation or Transformation? A Case Study of Language and Ideology in the Taiwanese Press", **Discourse and Society**, 16(3): 393-417.

Larrain, Jorge (1995). **İdeoloji ve Kültürel Kimlik**, Çev. Neşe Nur Domaniç, Sarmal Yayınları.

Lembo, Ron (2000). **Thinking Through Television**, Cambridge University Press.

Long, E. (1996). "Feminism and Cultural Studies" içinde **What is Cultural Studies?**, Ed. John Storey, Arnold: 197-207.

Maigret, Eric (2011). **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İletişim Yayınları.

Marx, Karl ve Friedrich Engels (1992). **Alman İdeolojisi**, Çev., Sevim Belli, Sol Yayınları.

Marx, Karl (2006). "'Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı'ya Önsöz", İçinde **Felsefe İncelemeleri**, Yazarlar: Karl Marx ve Friedrich Engels, Çev. Cem Eroğul, Yordam Kitap: 68-72.

Merrington, J. (1985). "Gramsci'nin Marksizm Anlayışında Kuram ve Uygulama", İçinde **Siyaset Biliminde Temel Yaklaşımlar**, Ed. Kemali Saybaşılı, Birey ve Toplum Yayınları.

Meyers, Marian (2004). "African American Women and Violence: Gender, Race, and Class in the News", **Critical Studies in Mass Communication**, 21(2): 95-118.

Morley, David (2005). "Etkin İzleyici Kuramı", İçinde **Medya ve İzleyici**, Ed. Şahinde Canbaz, Çev. Yiğit Yavuz, Vadi: 99-104.

Mutlu, Erol (1998). **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları.

Oğuz, Hatice Şule (2014). "Stuart Hall Tarihten Geçenler", **Moment Dergisi**, 1(1): 125-136.

Özbek, Meral (1994). **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İletişim Yayınları.

Özçetin, Burak (2010). "İdeoloji, İletişim, Kültür: Bir Stuart Hall Değerlendirmesi", **Akdeniz İletişim**, Haziran sayı 13: 139-159.

Özer, Ömer (1997). Krizin Engellenmesi ve Haber Söylemi: Türkiye'deki İranlı Muhalifler'e Yönelik Siyasal Şiddet Haberleri (1985-1996). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Ankara.

Özer, Ömer (1998). Haber Söylermi: Türk ve Yunan İlişkilerine Yönelik Haberlerin Türk Basınında Yer Alışı (10 Ekim-10 Kasım 1997), Yayımlanmamış Doktora Seminer Çalışması, **T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Programı**, Ankara.

Özer, Ömer (1999). "Haber Söylemi: Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Haberlerin Türk Basınında Sunumu", **İletişim**, (99)1: 121-155.

Özer, Ömer (2001). "Kazanılmış Hakkın Tersine Çevrilmesi: 1 Mayıs 1996 Olaylarının Türk Basınında Sunumu", **İletişim**, (9): 109-135.

Özer, Ömer (2006)."Cihat Aktaş'ın Bjk İnönü Stadı'nda Öldürülmesi Örneğinde Spor Alanında Yaşanan Şiddet Haberlerinin Yapısı Ve Sunum Biçimi", **1. Spor ve Medya Konferansı**, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, 28-29 Mart 2006.

Özer, Ömer (2007). **Medya Şiddet Toplum**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları; NO: 1725; İletişim Fakültesi Yayınları; NO: 66:

Özer, Ömer (2007a). "The Metaphorical Nature of the News: The Hegemonic Role of Television as a Mediator in the Example of Israel's Attack to Lebanon", **ISSN 1995-0500**: 172-182.

Özer, Ömer (2008). "İdeolojik Atmosferin Kapsama Alanı: Bozüyük Olaylarının Ortadoğu ve Ülkede Özgür Gündem Gazetelerinde Sunumu Örneğinde Haber Söyleminde Yapılan İdeolojik Üretime İlişkin Yeni Bir Çözümleme", İçinde **Türkiye'de Sivil İtaatsizlik Toplumsal Hareketler ve Basın**, Der. Erdal Dağtaş, Ütopya Yayınları: 377-432.

Özer, Ömer (2008a). "İdeological Aspect of the News: The Representation of Egitim Sen's (A Union of Education) Demonstration in Turkish Press", İçinde **Human Factors in Optimization of Today's World Educational Environment**, Ed. I.U. Makhova ve O.I. Matyash, International Internet Conference, Komsomolsk –on- Amur, January-February, 2008, Amur State University of Humanities and Pedagogy. **ISBN 978-5-85094-292-2**: 55-77.

Özer, Ömer (2011). **Haber Söylem İdeoloji Eleştirel Haber Çözümlemeleri**, Literatürk Yayınları.

Özer, Ömer (2015). "Teun Adrian van Dijk Örneğinde Eleştirel Söylem Çözümlemesi", içinde **İletişim Araştırmalarında Yöntemler**, Ed. B. Yıldırım, Literatürk Academia: 197-286.

Özer, Ömer (2017). "A Critical Discourse Analysis of News on the Assassination of Russian Ambassador Andrey Karlov", **International Journal of Humanities and Social Science**, 7(5): 59-64.

Özer, Ömer (2018). **Gökyüzüne Çığlık Öncülerden Eleştirel Söylem Yaklaşımları ve Ögün Çözümlemeler**, Literatürk Academia Yayınları.

Pultar, Gönül ve Ayşe Lahur Kırtunç (2004). "Cultural Studies in Turkey: Education and Practice", **The Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies**, 26: 129-153.

Rakow, L. (1995). "Kadın ve Popüler Kültüre Feminist Yaklaşımlar: Ataerki'nin Hakkını Teslim Etmek", içinde **Kadın ve Popüler Kültür**, Der. Ve Çev. Süleyman İrvan ve Mutlu Binark, Ark Yayınları: 15-40.

Saussure, Ferdinand (1985). **Genel Dilbilim Dersleri**, Der. C. Bally ve A. Sechehage, Çev. Berke Vardar, Birey ve Toplum Yayınları.

Saussure, Ferdinand (1992). "Sign and Language", İçinde **Culture and Society**, Ed. Jeffrey C. Alexander ve Steven Seidman, Cambridge University Press: 55-63.

Saybaşılı, Kemali (1985). **Siyaset Biliminde Temel Yaklaşımlar**, Birey ve Toplum Yayınları.

Shoemaker, Pamela ve Stephen D. Reese (2002). "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", İçinde **Medya Kültür Siyaset**, Der. ve Çev. Süleyman İrvan, Alp Yayınevi: 127-178.

Smith, Philip (2005). **Kültürel Kuram**, Çev. Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu, Babil Yayınları.

Stevenson, N. (1997). **Understanding Media Culture**, Sage.

Storey, John (1993). **An Introductory Guide To Cultural Theory and Popular Culture**, Harvester, Wheatsheaf.

Storey, John (1996). **An Introductory Guide to Cultural Theory and Popular Culture**, Harvester, Wheatsheaf.

Storey, John (2000). **Popüler Kültür Çalışmaları Kuramlar ve Metotlar**, Babil Yayınları.

Teo, Peter (2000). "Racism in the News: A Criticle Discourse Analysis of News Reporting in two Australian Newspaper", **Discourse and Society**, 11(1): 7-49.

Tester, K. (1994). **Media, Culture and Morality**, Routledge.

Turner, Graeme (2016). **İngiliz Kültürel Çalışmaları**, Türkçe Söyleyenler, Deniz Özçetin ve Burak Özçetin, Heretik Yayınları.

Türkoğlu, Nurçay (2004). **Toplumsal İletişim**, İmge Kitabevi.

Üşür, S. Serpil (1997). **İdeolojinin Serüveni**, İmge Yayınevi.

van Dijk, A. Teun. (1991). "Media Contents The Interdisciplinary Study of News as Discourse", içinde **A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research**, Ed. K.B. Jensen ve N. W. Jankowski, Routledge: 108-120.

Williams, Raymond (1991). "Base and Superstructure in Marxist CUltural theory", içinde **Rethinking Popular Culture**, Ed. Chandra Mukerji ve Michael Schudson, University of California Press: 407-423.

Williams, Raymond (1993). "Culture is Ordinary", içinde **Studying Culture An Introductory Reader**, Ed. Ann Gray ve Jim McGuigan, Edward Arnold: 5-14.

İLETİŞİMİN DİJİTAL BOYUTU

Editör:
Dr. Oğuz GÖKSU

LİTERATÜRK
academia

DİNİN DİJİTALLEŞMESİ: DİNİN İLETİŞİMİNDE VE ÖĞRETİLMESİNDE KULLANILAN DİJİTAL ARAÇLAR BAĞLAMINDA DİYANET İŞLERİ BAŞKANLIĞI VE ÇAY HOUSE ÖRNEKLERİ

Oğuz GÖKSU[*]

Giriş

Yeni iletişim teknolojileri gündelik hayatı hem doğrudan hem de dolaylı şekilde etkileyerek birtakım yaşam pratiklerinde değişikliklere neden olmuştur. Bireylerin manevi anlamda kendilerini beslemelerini sağlayan çeşitli kurum ve kuruluşlar da dinin öğretilmesinde ve kişilerle dijital iletişim araçlarıyla diyalog kurulmasında yeni uygulamalar hayata geçirmektedir. Bu süreçte dinin öğretilmesinde dijital dönüşümle birlikte özellikle 'Z' nesline yönelik faaliyetlerde son derece didaktik fırsatlar sunmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, internet penetrasyonunun Türkiye'de çok hızlı şekilde artması, akıllı telefon ve tablet kullanımının yaygınlaşması dinin öğretilmesinde ve inanç temelli mesajların yayılmasında dijital platformlarının değerini ve kullanışlılığını artırmıştır.

Yeni medya, klasik anlamda din öğretimi paradigmasını değişikliğe uğratırken bireylerin, yeni medya vasıtasıyla oluşturulan sanal gerçekliğin koridorlarında online olmalarını sağlamakta, kişilerin yüz yüze birbirlerine aktarma fırsatı bulama-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, oguzgoxsu@gmail.com

Tüm dindar kullanıcılar internete ulaşma ve yeni teknolojileri kullanma konularında eşit durumda değildir. Bu iki etken web tabanlı dini bilgiye ulaşma hususunu olumsuz etkileyen dinamiklerdir. Özellikle gençlerle dijital platformlar üzerinden nasıl daha kolay ve etkili şekilde iletişime geçilebileceğine yönelik çalışmalarda bulunulmalı ve dini öğretileri temel alan dijital oyunlar geliştirilmelidir. Dini iletişimde ve dinin öğretilmesinde çocukların ve gençlerin dijital oyunlarda geçirdiği süreler dikkate alınarak bu oyunların sunduğu fırsatlardan yararlanılmalıdır.

Kaynakça

Akar, Erkan (2010). Sosyal Medya Pazarlaması. Ankara: Efil Yayınevi.

Akgül, Mehmet (2017). "Dijitalleşme ve Din". Dini Araştırmalar Dergisi. Volume17, Number 2, ss.191-207.

"Basın Açıklaması", https://www.diyanet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/13240/basin-aciklamasi, Erişim Tarihi: 19.12.2018.

"Biz kimiz", https://cayhouse.com.tr/biz-kimiz/, Erişim Tarihi: 02.02.2019.

Cereci, Sedat (2012). Medya Yapımları ve Yapım Teknikleri. İstanbul: Nobel.

Gezginci, Gamze ve Işıklı, Şevki (2018). "Facebook Etkisi: Türk Kullanıcılar Üzerine Bir Analiz". Medya ve Din Araştırmaları Dergisi. Volume 1, Number 1, ss. 111-133.

Güçdemir, Yeşim (2010). Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi. İstanbul: Derin Yayınları.

Haberli, Mehmet (2013). "Dinlerin İnternet Ortamındaki Temsili ve Dağılımı". International Journal of Social Science. Volume 6, Number 1, ss. 859-873.

Haberli, Mehmet (2015). "İslam ve İnternet". Mete Çamdereli, B. Önay Doğan ve N. Kocabey Şener (Ed.). Dijitalleşen Din içinde. İstanbul: Köprü Yayınları. ss. 151-173.

Karahasan, Fatoş (2012). Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları. İstanbul: Doğan Kitap.

Leuschner, K. L. (2012). "The Use of the Internet and Social Media in U.S. Presidential Campaigns: 1992-2012". Virginia: James Madison University.

Menekşe, Ömer (2015). "Dinin Dijitalleşmesi ve Mobil Uygulamalar". Mete Çamdereli, B. Önay Doğan ve N. Kocabey Şener (Ed.). Dijitalleşen Din içinde. İstanbul: Köprü Yayınları. ss. 45-68.

Okumuş, Ejder (2015). "The Debates on Religion in the Public Sphere: The Case of Turkey". Turkish Studies-International Periodical for the Languege, Li-

terature and History of Turkey or Turkic. Volume 10, Number 10, ss. 705-718. Doi: 10.7827/TurkishStudies.7979

Peltekoğlu, Filiz Balta (2012). "Sosyal Medya Sosyal Değişim". Tolga Kara ve Ebru Özgen (Ed.). Sosyal Medya Akademi içinde. İstanbul: Beta ss. 3-8.

"İslam 2070'e kadar 'dünyanın en büyük dini olabilir", https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-39127472, Erişim Tarihi: 07.02.2019.

Tarcan. Ahmet (2005). "Dünden Bugüne İnternet Üzerine Felsefi Yaklaşımlar". Ahmet Tarcan (Ed.). İnternet ve Toplum içinde. Ankara: Anı Yayıncılık. ss. 2-9.

Uzunoğlu, Ebru, Onat, Ferah, Aşman Alikılıç, Özlem ve Yeygel Çakır, Sinem (2009). İnternet Çağında Kurumsal İletişim. İstanbul: Say Yayınları.

HİKÂYE ANLATICILIĞININ DEĞİŞEN YÜZÜ DİJİTAL HİKÂYELER

Zühal FİDAN BARİTCİ*

"Evren atomlardan oluşmaz;
küçük hikâyelerden oluşur."
Muriel Rukeyser

Giriş

Hikâyeler insanlığın tarihinde hep var olagelmiş ve kolektif hafızanın oluşmasını sağlamıştır. Gelecek nesillere hikâyelerle aktarılan kültür, toplumların şekillenmesinde önemli roller üstlenmiştir. Özünü yaşamdan alan hikâyeler bir araya gelerek insan yaşamı ve toplumların kültürünü de oluşturur (Akbayır, 2016: 68). Hikâyelerle büyüyen nesiller böylece dünyayı daha kolay anlamlandırabilirler.

Bireylerin hayatlarında hikâyeler kadar o hikâyeleri kimin anlattığı da etkili olmuştur. Hikâye anlatıcıları dönem dönem farklı isimlerle anılmış ve farklı yöntemlerle hikâyeleri aktarmayı tercih etmişlerdir. Çeliktaban'ın (2017) ifadelerinde yer bulduğu gibi kimi zaman hikâye anlatıcısı bir âşık olmuş kimi zaman meddah kimi zaman da bir ozan. Bu hikâyelerin anlatıcıları anlatıma zenginlik kazandıran ögelerin kullanımına hassasiyetle yaklaşmışlardır. Bu yöntemler saz eşliğinde şarkı söylemek ya da doğaçlamalar şeklinde gelişmiş yeni nesillere hikâ-

* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, zuhal_fidan@hotmail.com

ların geleneksel araçların önüne geçerek onları geride bırakacağını o sebeple dijital hikâye anlatıcılığı gibi uygulamaların şu anki bulunduğu konumdan daha da ilerilere taşınabileceği tahmin edilmektedir.

Kaynakça

Akbayır, Zuhal (2016). Bana Bir Hikâye Anlat: Marka İletişiminde Hikâyeleştirme ve İnternet. Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. Cilt 3 Sayı 12, ss. 68-69.

Alexander, Bryan (2011). The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media. New York: Praeger.

Alikılıç, Özlem A. (2011). Halkla İlişkiler 2.0: Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar. Yeni Teknikler, Ankara: Efil Yayınevi.

"Anlatı" http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=ANLATI. Erişim Tarihi: 27.11.2018.

Baritci, Fatih ve Fidan, Zühal (2018). Sosyal Ağlarda Benlik Sunumuna Dair Bir Distopya: Black Mirror Dizisi Örneği. Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences. Sayı 54, ss. 37-63.

BBC (2019). Black Mirror Bandersnatch: Netflix'in İlk İnteraktif Yapımı Yayında, https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46693509, Erişim Tarihi: 03.01.2019.

Bostan, Zeynep (2018). Geçmişten Günümüze Hikâye Anlatıcılığı, https://medium.com/t%C3%BCrkiye/ge%C3%A7mi%C5%9Ften-g%C3%BCn%C3%BCm%C3%BCze-hikaye-anlat%C4%B1c%C4%B1l%C4%B1%C4%9F%C4%B1-nedir-3017152dcef0, Erişim Tarihi: 20.11.2018.

Clark, Christine (2008). How Storytelling and Branding Teohniques Can Be Used to Create an Effective Fund raising Communications Programme, Journal of Communication in Healthcare. Number 2, ss. 47-53.

Crişan, Camelia ve Bortun, Dumitru (2017). Digital Storytelling and Employer Branding. An Exploratory Connection. Management Dynamics in the Knowledge Economy. Volume 5 Number 2, ss. 273-287.

Çakın, Ömer (2018). "Transmedya Öykü Anlatımı Bağlamında Instagram Hikâyeleri". Ercan Aktan (Ed). Halkla İlişkilerden Reklama, Sosyal Medyadan Turizme: Transmedya Hikâyeciliği içinde. Konya, Literatürk Academia, ss. 49-68.

Çeliktaban, Damla (2017). 6 Aralık 2017 Civcivin kraldan hesap sorduğu: Masal anlatıcılığı yeniden doğuyor! https://hthayat.haberturk.com/yazarlar/damla-celiktaban/1057083-masal-anlaticiligi-yeniden-doguyor Erişim Tarihi: 20.11.2018.

"Dijital Hikâye Anlatıcılığı Neden Etkili Bir Öğrenme Aracı?" (2017). https://medium.com/@vibons_turkiye/dijitalhikayeanlat%C4%B1c%-C4%B1l%C4%B1%C4%9F%C4%B1-neden-etkili-bir-%C3%B6%C4%9Fren-me-arac%C4%B1-dffcd646b95e. Erişim Tarihi: 13.01.2019.

Gradinaru, Camelia (2015). Digital Storytelling as Public Discourse. Journal of Seminar of Discursive Logic. Argumentation Theory and Rhetoric. Volume 13 Number 2, ss. 66-79.

Erdem, M. Nur (2017). Dijital Çağda Kültür, Yeni Tüketici Kapitalizmi ve Reklam Anlatısı, 1st International Conference on New Trends in Communication. Sayı 4, ss. 247-259.

Fulford, Robert (2014). Anlatının Gücü: Kitle Kültürü Çağında Hikayecilik. İstanbul, Kolektif Kitap.

Fulwiler, Megan ve Middleton, Kim (2012). After Digital Storytelling: Video, Composing in the New Media Age. Computers and Composition. Volume 29 Number 1, ss. 39-50.

Hussain, Hashiroh ve Shiratuddin, Norshuhada (2016a). A Digital Storytelling Process Guide for Designers Journal of Telecommunication. Electronic and Computer Engineering. Volume 8 Number 8, ss. 13-17.

Hussain, Hashiroh ve Shiratuddin, Norshuhada (2016b). The Digital Storytelling Process: A Comparative Analysis from Various Experts. American Institute of Physics Conference Proceedings 1761. 020044. https://aip.scitation.org/doi/abs/10.1063/1.4960884, Erişim Tarihi: 28.12.2018.

İnceelli, Ayşenur (2005). Dijital Hikaye Anlatımının Bileşenleri. The Turkish Online Journal of Educational Technology. Cilt 4 Sayı 3, ss. 132-142.

Kara, Tolga (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul, Beta Basım Yayım.

Kabakcı, Gökçe Zeybek (2017). Anlatıya Çıkar Her Yol. Moment Dergi. Cilt 4 Sayı 2, ss. 518-526.

Kearney, Richard (2002). On Stories. London: Routledge.

Küngerü, Ayhan (2016). Bir İfade Aracı Olarak Dijital Öykü Anlatımı. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi. Cilt 1 Sayı 2, ss. 190-202.

Kurubacak, Gülsün (2016). İletişim Teknolojilerindeki Yeni Özellikler, V. Yüzer, M. Emin Mutlu (Ed.), Yeni İletişim Teknolojileri içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss.2-21.

Lambert, Joe (2013). Digital Storytelling, Capturing Lives, Creating Community. New York: Routledge.

Lien, Nai-Hwa ve Chen, Yi-Li (2013). Narrative Ads: The Effect of Argument Strength and Story Format. Journal of Business Research. Number 66, ss. 516–522.

Mathews, Ryan ve Wacker, Watts (2007). Senin Hikayen Ne?, (Çev. Aytül Özer), İstanbul: MediaCat.

Meadows, Daniel (2003). Digital storytelling: Research-based practice in new media. Visual Communication. Volume 2 Number 2, ss. 189-193.

McGee, Patricia (2015). The Instructional Value of Digital Storytelling. New York: Routledge.

Mutlu, Erol (2012). İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos Kıta Basın Dağıtım Yayınevi.

Natale, Simone (2016). Unveiling the Biographies of Media: On the Role of Narratives, Anecdotes, and Storytelling in the Construction of New Media's Histories. Communication Theory. Volume 26 Number 4, ss. 431-449.

Ong, Walter J. (2014). Sözlü ve Yazılı Kültür Sözün Teknolojikleşmesi. Sema Postacıoğlu Banon (Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.

Park, Keith (2001). Oliver Twist: An Exploration of Interactive Storytelling and Object Use in Communication, British Journal of Special Education. Volume 28 Number 1, ss. 18-23.

Peltekoğlu, Filiz Balta (2012). Sosyal Medya Sosyal Değişim. T. Kara ve E. Özgen (Ed.). Sosyal Medya Akademi. İstanbul: Beta Basım Yayım, ss. 3-9.

Robin, Bernard R. (2008) Digital Storytelling: A Powerful Technology Tool for the 21st Century Classroom. Theory Into Practice. Volume 47 Number 3, ss. 220-228.

Savcı, Bilgesu (2015). Yeni Medyada Hikâye Anlatıcılığına Doğru: Kişisel Blog Anlatılarında Vladimir Propp'un Biçimbilimsel Analizi. İnet-Tr'15, XX. Türkiye'de İnternet Konferansı,1-3 Aralık 2015, İstanbul Üniversitesi.

Sözen, Mustafa (2008). Anlatıcı Kavramı, Sinematografide Anlatıcı Tipolojisi ve Örnek Çözümlemeler. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi. Cilt 5 Sayı 2, ss. 167-182.

Şahbaz, Murat (2018). Dijital Çağda Hikâye Anlatıcılığı. https://www.brandingturkiye.com/dijital-cagda-hikaye-anlaticiligi/, Erişim Tarihi: 06.01.2018.

Şahin, Emine (2018). Reklam Stratejileri Kapsamında Hikâye Anlatımı Kullanımı: Sanal Marka Topluluklarında Reklam Mesajlarının Aktarımı. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi. Cilt 26 Sayı 3, ss. 147-169.

Taluk, Şeyda (2017). Artık Dijital Hikâyeler Zamanı. https://www.campaigntr.com/artik-dijital-hikayeler-zamani, Erişim Tarihi: 05.01.2019.

Tanyaş, Bahar (2014). Nitel Araştırma Yöntemlerine Giriş: Genel İlkeler ve Psikolojideki Uygulamaları. Eleştirel Psikoloji Bülteni. Sayı 5, ss. 25-38.

SİNEMANIN DİJİTAL HALLERİ

Mesut AYTEKİN[*]

Giriş

Dünyada yeni sınırlar çizilmeye devam ediliyor, coğrafi haritalar önemini koruyor. Dünya birliği kurulamadı, ülkeler arası geçişler hala pasaport vasıtası ile vizeye tabi. Ama dünya sınırların üstünde kendine ait dijital bir dünya kurdu. Bunun nasıl yönetildiği ve kimlerin elinde olduğu bizim konumuz değil ama dünyanın dijital bir sistem üzerinde bir distopyaya doğru evrildiği bir gerçek. Dünya sınırların aşıldığı "0" ve "1"lerin hâkimiyetindeki kablolu, kablosuz, wifi, fiberotikler içinde görünmez ama görünür kılan bir dünya kurdu. Çok ilginç kelimelerin geçtiği bu dünya kendi jargonunu oluşturdu. Kapının girişinde "Dijital Dünyaya" hoş geldiniz yazıyor. Var olan medya araçları bilgisayarların erişebileceği sayısal verilere dönüşürken hem medya hem de bilgisayarların kimliğinde değişiklikler oldu. Lev Manovich, medya ve bilgisayarlardaki bu birleşim ve etkileşimin sonucunda yeni medya kavramının ortaya çıktığını ifade eder (Gülçur, 2017: 524). Manovich, "Yeni Medyanın Dili (The Language of New Media)" adlı eserinde yeni medyanın ilk özelliği olarak dijitalleşmeyi gösterir ve iletinin matematiksel simgelerden ve kodlardan oluşmasıyla tüm verilerin artık programlanabilir hale geldiğini söyler. (Sunal, 2016: 300) Üçüncü Sanayi Devrimi (3.0) ile birlikte dijital devrim, elektroniklerin

[*] Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo TV Sinema Bölümü, mesutaytekin@gmail.com

Kaynakça

AKYOL, Onur (2016). Dijital Sinema (Kuramdan Tekniğe), Editör: Rıdvan Şentürk, Ferhat Zengin, İnsanart, İstanbul: 2016.

ÇELENK, Sevilay (2015). "Görsel Gerçekçilik Rejiminin Sonu mu? "Yeni" Medya Döneminde Sinema", Mülkiye Dergisi, 39 (1).

ERKILIÇ, Hakan (2017). "Dijital Sinema Teorisi Üzerine: Akışkan Sinema ve Akışkan Sinema Teorisi", Sinefilozofi Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 4.

ERDOĞAN, Nezih (2016). "Erken Sinemanın Kazası Nitrat Yangınları ve Önlemler", http://www.tsa.org.tr/tr/yazi/yazidetay/281/erken-sinemanin-kazasi-nitrat-yanginlari-ve-onlemler, Erişim Tarihi: 04.03.2019.

"Fragman Uzmanı Yapay Zeka Algoritması" (2019). https://www.dunyahalleri.com/fragman-uzmani-yapay-zeka-algoritmasi/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+dunyahalleri+%28D%C3%BCnya+Halleri%29, Erişim Tarihi: 12.01.2019.

GÖKER, Göksel (2017). "Dijital Heterotopyalar: "Başka" Bir Bağlamda Yeni Medya", Selçuk İletişim, Sayı 9 (4).

GÜLÇUR, Âlâ Sivas (2017). Dijital Dönemde Erken Sinema Tarihini Okumak, 1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı, İstanbul, ss. 523-531.

KÜNÜÇEN, A. Şükrü (2007). "Sinema ve Televizyonda Teknolojinin Önemi", Selçuk İletişim, 5, 1, ss. 25-234.

ÜNVERDİ, Yıldırım (2017), "Son Yılların Megatrendi: Endüstri 4.0", JR Campaign, Sayı: 28, ss. 30-31.

SÜZEN, Rana (2012). "İğneci Dijital Evrende Mimesisi Yeniden Düşünmek; Avatar Filmi", TOJDAC, Sayı 2, ss. 22-31.

MERT, Yener Lütfü (2018). "Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, ss. 1299-1328.

ORMANLI, Okan (2012). "Dijitalleşme ve Türk Sineması", TOJDAC, Cilt: 2, Sayı: 2, ss. 32-38.

PARSA, Alev Fatoş AKÇORA, Elçin (2016). "Dijital Sinemada Yeni Anlatım Formları: Görsel Efektler", 1. Uluslararası Görsel Sanatlar ve Estetik Sempozyumu, Yunanistan, ss. 219-240.

SUNAL, Gözde (2016). "Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları Üzerine Bir Değerlendirme", İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, ss. 294-309.

ŞAVK, Serkan (2018). "Dijital Yöntem ve Araçlar Türkiye Sinema Tarihi Çalışmaları Açısından Ne Vaat Ediyor?", sinecine, 9 (1), ss. 199-208.

UYSAL, Tuna (2016). Fotoğrafçılar İçin Dijital Sinematografi Atölyesinin Kurulması ve Eğitim Modelinin Geliştirilmesi Projesi Sonuç Raporu, Erişim Tarihi: 22.02.2019.

YILMAZ, Hicabi (2019). "Aquaman, Gişe Hasılatında 1 Milyar Dolar Barajını Aştı", https://www.webtekno.com/aquaman-gise-hasilatinda-1-milyar-dolar-barajini-asti-h61051.html, Erişim Tarihi: 22.02.2019.

YENİ MEDYA BAĞLAMINDA KOLEKTİF HAFIZAYI YENİDEN DÜŞÜNMEK

Alev ASLAN ARAS[*]

Giriş

Hafızadan bahsedildiğinde, kastedilen şey yalnızca bir kaydetme yöntemi değil, bilgiyi kodlama, depolama ve bilgiyi stratejik bir biçimde bulup getirme sürecidir (Schudson, 2009: 181). Son yıllarda "hafıza" meselesine olan ilgi oldukça artmıştır. Jan Asmann (2018), bu ilginin gerekçelerini sıralarken matbaa ve yazının keşfine eşdeğer bir keşfin yani, "yeni elektronik medya"nın ortaya çıkışına ve bu durumun ortaya çıkarmış olduğu bellek dışı kaydın (dolayısıyla yapay belleğin) yarattığı yeni olanaklara işaret eder. Yeni medya ortamları, enformasyon üretimi, dolaşımı ve depolanması gibi çok sayıda olanağı beraberinde getirmiştir.

Hafızayı, yeni medya üzerinden okuyan çalışmalar oldukça yakın döneme aittir. Bunlardan ilk akla gelenler, Van Dijk'ın (2007) *Mediated Memories in the Digital Age*; Garde-Hansen'in (2011) *Media and Memory*; Neiger, M., Meyers, O. ve Zandberg, E'in (2011) *On Media Memory Collective Memory in a New Media Age*, adlı eserleridir. Türkiye'de hafıza ve yeni medya meselesine odaklanan eserlerin başında ise Gökçe Başaran İnce'nin (2014) *Digital Culture, New Media and The Transformation of Collective Memory* adlı çalışması, Göze Orhon'un (2015) *Medya ve*

[*] Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, alev.aslan@istanbul.edu.tr

Ancak, diğer yandan yeni medyanın hafıza üzerinde yaratabileceği olumsuz dönüşümleri de hatırlamak gerekir. Bu anlamda yeni medyanın manipülasyona açık olduğu, her geçen gün verinin daha fazla büyüdüğü ve bu durumun zorluklar yaratabileceği unutulmamalıdır. Son olarak, yeni medya ve hafıza meselesine temkinli yaklaşanların getirdiği eleştirilerin bütünüyle haksız olmadığı ve nihayetinde, en azından bugün, yeni medyanın kendine özgü doğası nedeniyle "bütüncül anlamda" özgürleştirici ve demokratikleştirici kabul edilmesinin henüz güç olduğu hatırlanmalıdır.

Kaynakça

Anderson, Benedict (2015). Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması, (çev.) İskender Savaşır, Metis: İstanbul.

Assmann, Jan (2018). Kültürel Bellek, Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik, (çev.) Ayşe Tekin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Başaran İnce, Gökçe (2010). Toplumsal Hatırlama/Unutma Sürecinde Basın: Kolektif Siyasi Belleğimizdeki Cumhuriyet Tasavvuru, basılmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir.

Başaran İnce, Gökçe (2010) "Medya ve Toplumsal Hafıza", Kültür ve İletişim, cilt 13, ss.9-31.

Başaran İnce, Gökçe (2014) Digital Culture, New Media and The Transformation of Collective Memory,İlet-i-şim, 21,

Başlar Gülşah (2018)."Kullanıcı Üretimi" Kolektif Hafıza: Adalet Yürüyüşü Örneği. Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi, 28, 143-175. DOI: 10.16878/gsuilet.436041

Binark, Mutlu (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu" , Yeni Medya Çalışmaları (der.) Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları.

Birkner, Thomas; Donk, Andre (2018) Collective memory and social media: Fostering a ew historcical consciosness in the digital age?, Memory Studies,.

Crowley, David; Heyer, Paul (2011). İletişim Tarihi Teknoloji-Kültür-Toplum, (çev) Berkay Ersöz, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çetindağ, Selin; Ünal, Sevda; Binark Mutlu (2018). Televizyon Endüstrisinde Yeni Yayıncılık Ekosistemi ve "İkinci Ekran" Olgusu: *İçerde* Dizisi Örneği (içinde) Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden katkılar (ed.) Oya Morva, Erkan Saka, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Çomu, Tuğrul (2012). Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi Örneği: YouTube, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi.

Depeli, Gülsüm (2010). "Görsellik ve Kültürel Bellek İlişkisi: Göçmenin evi," Kültür ve İletişim–Culture&Communication 13, no.2 (2010): 9-40.

Garde-Hansen, Joanne (2011). Media and Memory, Published by: Edinburgh University Press

Gustafsson, Karl (2017) Chinese collective memory on the Internet: Remembering the Great Famine in online encyclopaedias, https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1750698017714836

Halbwachs, Maurice (2017). Kolektif Hafıza (çev.) Banu Barış, Ankara: Heretik Yayınları.

Huyssen, Andreas (2003). Present Pasts: Urban Palimpsets and the Politics of Memory. California: Stanford University.

Neiger, M. Meyers, O.; Zandberg E.,(2011). On Media Memory Collective Memory in a New Media Age, Publisher Palgrave Macmillan UK

Neyzi, Leyla (2011). Nasıl hatırlıyoruz? Türkiye'de Bellek Çalışmaları, Ed. Leyla Neyzi, İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Nikosz, Fokasz ve Ákos, Kopper (2018). The Media and Collective Memory Places and Milieus of Remembering, http://www.lse.ac.uk/media@lse/events/ MeCCSA

Olick, Jeffrey K. (2014). Kolektif Bellek: İki Farklı Kültür. (M. Güneşdoğmuş, Ed.) Moment Dergi, 1(2), 175-211.

Olick, Jeffrey, K.; Robbins, Joyce (1998) Social Memory Studies: From "Collective Memory" to the Historical Sociology of Mnemonic Practices, Annual Review of Sociology Vol. 24 (1998), pp. 105-140

Orhon, Göze (2015). Medya ve Bellek Çalışmaları:Paralellikler, Gerilimler, http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/23/2281/23737.pdf

Ünal, Recep (2014). "Yurttaşın Ürettiği İçeriğin Ana Akım Medyada Kullanımı: 'Haber Sizsiniz 'Program Örneği" Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi http://www.ktu.edu.tr/dosyalar/iletisimarastirmalari_70902.pdf(erişim tarihi 02.12.2016)

Sancar, Mithat (2014). Geçmişle Hesaplaşma, Unutma Kültüründen Hatırlama Kültürüne, İstanbul: İletişim Yayınları.

Schudson, Michael (2009) Kollektif Bellekte Çarpıtma Dinamkleri (içinde) Bellek: Öncesiz, sonrasız, Cogito, 50. Sayı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınlarıneiger

Sparrow, Betsy; Liu,Jenny; Wegner, Daniel M. (2011). Google Effects on Memory: Cognitive Consequences of Having Information at Our Fingertips, Science, https://scholar.harvard.edu/files/dwegner/files/sparrow_et_al._2011.pdf

Suner, Asuman (2006). Hayalet Ev Yeni Türk Sinemasında Aidiyet, Kimlik ve Bellek, İstanbul: Metis Yayınları.

Tamir, D. I., Templeton, E. M., Ward, A. F., & Zaki, J. (2018). Media usage diminishes memory for experiences. Journal of Experimental Social Psychology, 76, 161–168. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S002210311730505X?via%3Dihub

Van Dijck, José (2007). Mediated Memories in the Digital Age, Stanford University Press, 2007

Wertsch, James (2002). Voices of collective remembering. Cambridge: Cambridge University Press.

LİBERAL ANLATI VE DİJİTAL HABERCİLİKTE YAPAY ZEKÂ: TOPLUMLARIN UMUDU YA DA YENİ BİR DİSTOPYA

Serkan BULUT[*]

Giriş

İnsanlar kendileri ve kurmuş oldukları yaşamsal formlarını ayakta tutabilmek için tekniğe büyük önem vermiş ve teknik sayesinde bugünlere gelebilmişlerdir. Sosyal, kültürel ve politik sistemlerini sürdürürken büyük anlatılar inşa etmiş, türdeşlerinin kaderinin bu anlatılara bağlı olduğunu iddia ederek tarihin her döneminde insanlara toplumsal refah, insani gelişme ve adaletli yaşam konularında ütopik bir gelecek vaat etmişlerdir. Bu anlatıların politik şekillenişi nasıl olursa olsun elden düşürmedikleri en önemli şey teknik olmuştur.

Önce buharlı makineler ve sanayi devrimi, sonra bilgisayarın hayata yerleşmesi ve günümüzde bilgisayar teknolojileri ve biyoteknolojinin insanlığı nereye götüreceği öngörülemeyen muazzam birlikteliği, toplumsal anlatıların kendilerini sürekli güncellemeleri gerekliliğini ortaya koymuştur. Soğuk savaşın sona ermesi ile 90'lı yılların sonuna gelindiğinde ortada tek bir anlatı hüküm sürebilmiştir. Liberal anlatı. İnsana özgürlük, topluma refah ve insan hakları, sermayeye sınırların kaldırıldığı bir dünya, devletlere sorunsuz ilişkiler vaadi, küresel yoksulluk, işsizlik ve terör gibi konularla topyekûn mücadele umudu, liberal demokrasi anlatısının birkaç önemli iddiasıdır.

[*] Araş. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi, serkanblt88@gmail.com

gede kalmaktadır. İnsanların kendi fikirlerine, çevrelerine, doğaya ve kültürlerine yabancılaştığı ve birer veri nesnesi haline geldiği modern dünyada asıl sorun verilerin kim tarafından ya da nasıl bir sistemde kontrol edildiği olmaktadır.

Asıl güç tarihte hiç olmadığı kadar tüm nüfusların özel ya da kamusal bağlamdaki kimlik ve eylemlerinin birer çıktısı olan verilerin dijital ortamlar ve sistemler tarafından nasıl toplandığı, ticari ve politik ifadelere dönüştürüldüğüdür. Artık tek mekân olan internetin ve dijitalin hükümranlığı sonrası zaten dijital alanlara hapsedilmiş yaşamların bu gündelik dijital yaşamlarını nasıl bir kültüre dönüştürdüğü ve kendine ait olanı hegemonik bir biçimde nasıl paylaşmaya razı olduğu yeni iktidar biçimlerinin oluşmasını belirleyen faktörlerdir. Dijital diktatörlük gücünü bireylerin gönüllü paylaşım ve aktarımları üzerinden gerçekleştirmektedir.

Bu gidiş edebi distopik türde bahsedilen dünyaların ve yaşamların pek de uzak olmadığını hatırlatmaktadır. Gözetim ve hegemonya ile el ele şekillenen hayatlar filmlerde izlediğimizde bize imkânsızmış gibi gelen sistemlerin hiç de öyle olmadığını göstermektedir. Biyomühendislik, biyokimya ve bilişim teknolojileri insan ırkını en nihai hedeflerine doğru götürürken en büyük güç olan verilerin kontrolünü de bir grup seçkinin yetkisine teslim etmek üzeredir. Liberal anlatının bu durum sonucu çöküntüye uğramaması için alternatif çıkış yolları, demokrasiyi güçlendirme ve insanların işlevsizleşmesini ortadan kaldırma gibi sorumlulukları bulunmaktadır.

Kaynakça

Başaran, Funda (2017). "Robot gazeteciler". https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2017/05/24/robot-gazeteciler/, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Batukan, Can (2017). Robo-tizm Robot, Android, Sayborg ve Yapay Zekada Ruh Üzerine (Robotun Felsefi Sunumu). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.

Bostrom, Nick ve Yudkowsky, Elizer (2014). "The ethics of artificial intelligence". Keith Frankish & William M. Ramsey (Ed.). The Cambridge Handbook of Artificial Intelligence içinde. Cambridge: Cambridge University Press. ss 316-334.

Button, Mark. E. (2008). Contract, Culture, And Citizenship: Transformative Liberalism From Hobbes To Rawls. Pennsylvania: Penn State Press.

Civelekoğlu, Funda (2017). "Korkunçlaşan Dünyanın Teselli Noktası Olarak Distopya". Doğu Batı: Distopya, Sayı 80, ss. 11-38.

Deuze, M. (2006). "Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of A Digital Culture". The Information Society, Volume 22, Number 2, ss. 63-75.

Fındık, H. Kerem (2016). "Robot Gazetecilik: Gazetecilik İçin Tehdit mi Yoksa Fırsat mı?" https://digitalage.com.tr/robot-gazetecilik-gazetecilik-icin-tehdit-mi-yoksa-firsat-mi/, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Hansen, Mark, Roca-Sales, Meritxell, Keegan, Jon, King, George (2017). Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism. Columbia: Policy Exchange Forum I. Columbia Journalism School: Tow Center for Digital Journalism and the Brown Institute for Media Innovation.

Harari, Yuval Noah (2018). 21. Yüzyıl İçin 21 Ders. (Çev.). Selin Siral, İstanbul: Kolektif.

Hazır, Mesut ve Dereci Talha (2017). "Hayat Bir Distopyadır Modernlikten Postmodernliğe Bir Ütopya Distopya Dikotomisi İçinde Toplum". Doğu Batı: Distopya. Sayı 80, ss. 95-115.

Heaton, Jeff (2013). Artificial Intelligence for Humans, Volume 1: Fundamental Algorithms. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing.

İrvan, Süleyman (2017). "Robot Gazeteciler Geliyor". https://suleymanirvan.blogspot.com/2017/08/robot-gazeteciler-geliyor.html, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Krastev, Ivan, (2017). "Çoğunlukçu Gelecekler". Büyük Gerileme içinde. Haz. Heinrich Geiselberger, İstanbul: Metis Yayınları.

Miller, Leon (2013). "Liberalism: The Dichotomy between Economic Liberalism and Political". Liberalism's Effort to Increase Prosperity versus its Ability to Enhance the Global Common Good. Sociology of Science And Technology. Volume 4, Number 2, ss. 118-133.

Narin, Bilge (2017). "Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik". Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi, Sayı 27, ss. 79-108.

Narin, Bilge. (2016). "Robot Gazetecilik Yayılıyor: İnsan Gazetecilerin Sonu mu?" https://journo.com.tr/robot-gazetecilik-yayiliyor-insan-gazetecilerin-sonu-mu, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Nilsson, Nils J. (2018). Yapay Zekâ Geçmişi ve Geleceği. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Öymen, Edip Emil (2012). "Robot Gazetecilik". https://www.dunya.com/kose-yazisi/robot-gazetecilik/13454, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Popular Science Türkiye (Ocak 2019). "Bir Distopya Doğuyor". Şahin Ekşioğlu, Doğan Burda (Ed). Dergi Yayıncılık. ss. 24-25.

Saklıca, Emre (2018). "Metinden Sese: Gelecek Robot Spikerlerin mi?" https://www.newslabturkey.org/metinden-sese-gelecek-robot-spikerlerin-mi/, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Scheutz, Matthias (2014). "Artificial Emotions and Machine Consciousness". The Cambridge Handbook of Artificial Intelligence içinde, Keith Frankish & William M. Ramsey (Ed.). Cambridge: Cambridge University Press. ss. 247-266.

Schmidt, Christine (2018). "Çin Haber Ajansı Yapay Zekâyla Yenileniyor". (Çev.). Uzunoğlu, Sarphan. https://journo.com.tr/cin-haber-ajansi-yapay-zeka, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Sidorkin, Alexander (2014). "Pragmatic Liberalism and Modernization of Character Education". https://cyberleninka.ru/article/v/pragmatic-liberalism-and-modernization-of-character-education, Erişim Tarihi: 05.01. 2019.

Tanyeri, Elifsu (2018). Stiegler "Düşüncesinde Birlikte Yaşamın Krizi: Distopya, Robotlar ve Farmakolojik Teknoloji". Cogito: Bugünün Distopyası, Sayı 90, ss. 62-77.

TDK, (2019). "Liberalizm, Demokrasi". http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts Erişim Tarihi: 03.01.2019.

Tegmark, M. (2017). Life 3.0: Being Human in The Age of Artificial Intelligence. New York: Alfred a. Knopf.

Urbs Media (2017). "Reporters and Data and Robots: Why 2018 Will Be The Year of Automation in News". https://medium.com/@urbsmedia/reporters-and-data-and-robots-ee352220c5f1, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

Utopia and Dystopia (2019). "What is Dystopia?" http://www.utopiaanddystopia.com/dystopia/dystopia/, Erişim Tarihi: 13.01.2019.

Watson, Hilbourne. A. (2004). "Liberalism and neo-liberal capitalist globalization: Contradictions of the liberal democratic state". GeoJournal, Volume 60, Number 1, ss. 43-59.

Weghe, Tom Van de (2018). "10 Things About AI Every Newsroom Should Know". https://medium.com/jsk-class-of-2019/10-things-about-AI-every--newsroom-should-know-19745dac8ad7, Erişim Tarihi: 06.01.2019.

FACEBOOK'TA İDEOLOJİNİN PAZARLANMASI: AŞIRI ŞİŞMİŞ FİLTRE BALONLARI AYRIMCILIĞI NASIL YENİ BİR İŞ MODELİ HALİNE GETİRDİ

Ahmet Faruk ÇEÇEN[*]

Giriş

İnternetin etkileşim, hipermetinsellik ve multimedya gibi başat özelliklerine ek olarak, basit arayüzler sayesinde kolay kullanım, ağ oluşturma ve bir profil (kişi, grup veya sayfa gibi) üzerinden kitleye seslenme gibi Web 2.0 temelli yeni özelliklerle desteklediğinden hızlı bir şekilde kitleselleşen sosyal medya platformları hem Arap Baharı gibi kitlesel eylemleri hem Barack Obama örneğinde görüldüğü gibi ana akım siyaseti etkilemiş hem de özellikle Batı'da aşırı sağ grupların genel olarak güçlenmesini sağlamıştır. Donald Trump'ın seçim zaferi ve Brexit referandumunda Cambridge Analytica adlı şirketin Facebook kullanıcılarının verilerini seçim manipülasyonu için kullanması ise sanal bir ortam olarak sosyal medyanın seçmenleri etkileme noktasında gerçek dünyadakinden bile çok daha güçlü olduğu görüşünü gündeme getirmiştir. İnternet ya da sosyal medyaya atfedilen bu gücün tekno-pesimist bir çizgiye evirilmesinin nedenlerinden biri de teknoloji firmalarının platformlarını kullananları mutlu edebilmek adına beğenebilecekleri içerikleri gösteren bir algoritma ortaya koymalarıdır. Bu durum

[*] Araş. Gör. Dr., On Dokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi, ahmetfarukcecen1@gmail.com

konmuştur. Bu tip bir iş modelinin ortaya çıkmasında Facebook platformların kullanıcılarını memnun etme adına uyguladığı algoritmaların filtre balonlarını yaratmasının etkisi büyüktür. Aynı zamanda sosyal medyadaki nefret söylemi ve ayrımcı pratikler bu platformların zayıf ya da hiç olmayan denetim sistemlerinden ötürü internet sitelerinden bile çok daha kötü durumdadır (Örneğin Facebook'ta nefret söylemi ve ayrımcı pratikleri yayan sayfalar engellenebilse de bu pratikleri sürekli uygulayan kullanıcılara bir yaptırım yoktur). Sosyal medya gibi gündemi ve söylemin sınırlarını belirleme yetisine ya da ayrımcı söylemleri meşrulaştırma gücüne sahip bir fenomenin toplumda kutuplaşmayı derinleştirebileceği ve demokratik ortama zarar verebileceği ileri sürülebilir. Bu durumlar platformlara ciddi bir sorumluluk yüklemekle beraber bu platformların ticari zarar etme pahasına bu tip bir politika izlemesi zor görünmektedir. Bu açıdan bakıldığında medya okuryazarlığı eğitiminin internet ve sosyal medya adına da çok önemli olduğu aşikârdır.

Kaynakça

Aruguete, Natalia ve Calvo, Ernesto. (2018). Time to# Protest: Selective Exposure, Cascading Activation, and Framing in Social Media. Journal of Communication, 68(3), 480-502.

Baer, Drake. (2016). 'The "Filter Bubble" Explains Why Trump Won and You Didn't See it Coming.' New York Magazine. https://www.thecut.com/2016/11/how-facebook-and-the-filter-bubble-pushed-trump-to-victory.html, Erişim Tarihi: 22.12.2018.

Bakir, Vian ve McStay, Andrew. (2018). Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions. Digital Journalism, 6(2), 154-175.

Ben-David, Anat, & Matamoros-Fernandez, *Ariadna* . (2016). Hate Speech and Covert Discrimination on Social Media: Monitoring the Facebook Pages of Extreme-Right Political Parties in Spain. International Journal of Communication, 10, 1167-1193.

Broderick, Ryan.(2016). This is How Facebook is Radicalizing You, https://www.buzzfeednews.com/article/ryanhatesthis/the-far-right-is-a-meme Erişim Tarihi: 18.12.2018

Citron, Danielle Keats ve Norton, Helen. (2011). Intermediaries and Hate Speech: Fostering Digital Citizenship for Our Information Age. Boston University Law Review, 91, 1435–1484

Curran, James. (2012). Why has the Internet Changed So Little, OpenDemocracy, http://www.opendemocracy.net/james-curran/why-has-internet-changed-so-little Erişim Tarihi: 10.12.2018.

Jakubowicz, Andrew, Kevin, Dunn, Gail, Mason, Yin, Paradies, Ana-Maria, Bliuc, Nasya Bahfen, Andre, Oboler, Rosalie, Atie, ve Karen Connelly. (2017). Cyber Racism and Community Resilience. Palgrave Macmillan, Cham.

Keeley, Brian, L. (1999). Of Conspiracy Theories. The Journal of Philosophy, 96(3), 109-126.

Kirby, Emma Jane. (2016). The City Getting Rich From Fake News. BBC News, 5, https://www.bbc.com/news/magazine-38168281 Erişim Tarihi: 10.12.2018.

Klein, Adam. (2012). Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. Communication Theory, 22(4), 427-448.

Kshetri, Nir ve Voas, Jeffrey. (2017). The Economics of "Fake News". IT Professional, 19(6), 8-12.

Marmura, Stephen. M. (2010). Hegemony in the Digital Age: The Arab/Israeli Conflict Online. Lexington Books.

Pettman, Dominic. (2016). Infinite Distraction. John Wiley & Sons.

Pigden, Charles. (2007). Conspiracy theories and the conventional wisdom. Episteme, 4(02), 219-232.

Remnick, David. (2016). Obama Reckons with a Trump Presidency. The New Yorker, 28.

Silverman, Craig. (2016). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News on Facebook. BuzzFeed News, https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook Erişim Tarihi: 28.12.2018.

Silverman, Craig, Lytvynenko, Jane, Thuy Vo, Lam, Singer-Vine, Jeremy. (2017). Inside The Partisan Fight For Your News Feed, https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/inside-the-partisan-fight-for-your-news-feed) Erişim Tarihi: 08.12.2018.

Silverman, Craig, Singer-Vine, Jeremy ve Vo, Lam, T. (2017). In Spite of the Crackdown Fake News Publishers are Still Earning Money from Major Ad Networks. Buzzfeed News, https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-real-ads Erişim Tarihi: 25.12.2018.

Silverman, Craig, Strapagiel, Lauren, Shaban, Hamza, Hall, Ellie ve Singer-Vine, Jeremy. (2016). Hyperpartisan Facebook pages are publishing false

and misleading information at an alarming rate. BuzzFeed News, https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/partisanfb-pages-analysis. Erişim Tarihi: 27.11.2018.

Sunstein, Cass, R. (2014). Conspiracy Theories and Other Dangerous Ideas. Simon and Schuster.

Thresher-Andrews, Christopher. (2013). An introduction into the world of conspiracy. The British Psychological Society. Special issue: The psychology of conspiracy theories, (88).

Volkmer, Ingrid. (2014). The Global Public Sphere: Public Communication in the Age of Reflective Interdependence. John Wiley & Sons.

BİLGİ EGEMEN OLMAKTIR: DİJİTAL TEKNOLOJİLERİN SİYASAL İLETİŞİM ÇALIŞMALARINDA ÖNEMİ

Nil ÇOKLUK CÖMERT[*]

Giriş

Tarım devrimi ve endüstri devriminin ardından gerçekleşen dijital devrimi üçüncü dalga olarak tanımlayan Toffler'e göre (2008: 17), bu dalga yeni bir yaşam tarzını ve uygarlığı da beraberinde getirmiştir. Ortaya çıkan bu yeni yapı ve uygarlık bireylerin ilişkileri, iletişimleri ve davranış kalıpları üzerinde etkili olmuştur. Dijital teknolojilerin gelişip yaygınlaşmasıyla bireyler dijital alana katılma imkanı bulmuş, internet tüm dünyayı sararak bireyler ve toplumlar açısından küresel bir ortam yaratmıştır. Bireyler toplumsal yaşamdaki faaliyetlerini bu ortama taşımıştır. Bu sebepten ötürü iş adamları, siyasetçiler, devletler, sivil toplum kuruluşları dijital teknolojilerin egemen olduğu, büyük veri ve algoritmaların toplumun kültürel ve sosyal yapısını analiz etmeye imkan verdiği bu yeni ortamda hedef kitleleriyle etkili bir iletişim kurmaya çalışmaktadır.

Veriyi ve kitle iletişimindeki tüm yeni medya ağlarını birbirine bağlayan dijitalleşme, tüm sinyallerin bit adı verilen bir ve sıfırlardan oluşan parçaları şeklinde tanımlanabilir. Dijital teknolojilerin sağladığı imkanlarla veriler kolaylıkla işlenebilmekte, veri iletimi ve bilgisayar teknolojisi tüm iletişim altyapıla-

[*] Araş. Gör., Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Tübitak Bursiyeri, nilcokluk@gmail.com

li net bir görüş ortaya koymak henüz mümkün değildir. Çünkü bireyler sosyal ağ platformlarında kendi rızaları doğrultusunda faaliyetler gerçekleştirmekte, sosyal ağ platformlarının sözleşmelerini gönüllü bir şekilde kabul etmektedir. Bu kaygılara rağmen kişisel verilerin toplanarak analiz edilmesiyle elde edilen kullanıcı bilgileri siyasetçilere seçmenlerini daha iyi tanıma ve anlama imkanı sunmaktadır. Böylelikle de kampanyalara seçmenlerin algılarını yönlendirecek, beklentilerine uygun mesajlar gönderme olanağı sunmaktadır.

Sonuç olarak ilerleyen zamanlarda geleneksel yöntemlerin yanı sıra dijital teknolojilerin siyasal iletişim kampanyaları üzerinde daha da etkili olacağı söylenebilir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte siyasal iletişim kampanyalarının veri madenciliği gibi yenilikçi teknikler sayesinde etkili iletişim kampanyaları tasarlayacağını öngörmek mümkündür. Daha etkili kampanyalar tasarlamaya olanak sunan dijital teknolojiler ve bunları üreten teknoloji firmaları siyasal iletişim kampanyaları açısından avantajlar sağlarken, etik problemlerin çözümü için hükümetlerin, kullanıcıların ve dijital platformların şeffaf ve yasal düzenlemelerle yaşanacak krizlerin önüne geçmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Barocas, Solon (2012). "The Price of Precision: Voter Microtargeting and Its Potential Harms to the Democratic Process". Computers and Society, ss. 31-36.

Bennett, Colin J. (2016). "Voter Databases, Micro-Targeting, and Data Protection Law: Can Political Parties Campaign in Europe As They Do in North America?". International Data Privacy Law, Volume 6, Number 4, ss. 261-275.

Beckett, Lois (2012). "How Microsoft and Yahoo are Selling Politicians Access to You", https://www.propublica.org/article/how-microsoft-and-yahoo-are-selling-politicians-access-to-you, Erişim Tarihi: 03.12.2018

Bimber, Bruce (2014). "Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to the Personalized Political Communication Environment". Journal of Information Technology & Politics, Volume 11, Number 2, ss.130-150.

Bodó, Balazs, Helberger, Natali, ve De Vreese, Claes (2017). "Political Micro-Targeting: A Manchurian Candidate Or Just A Dark Horse?". Internet Policy Review,Volume 6, Number 4, ss.1-13.

Borgesius, Frederick Z., Möller, Judith, Kruikemeier, Sanne, Fathaigh, Ronan Q., Irion, Kristina, Dobber, Tom ve De Vreese, Claes (2018). "Online Political Microtargeting: Promises and Threats for Democracy". Utrecht Law Review, Volume 14, Number 1, ss. 82-96.

Chadwick, Andrew (2013). The Hybrid Media System. New York: Oxford University Press.

Chester, Jeff (2017). "Our Next President: Also Brought To You By Big Data And Digital Advertising", http://billmoyers.com/story/our-next-president-also-brought-to-you-by-big-data-and-digital-advertising/ , Erişim Tarihi: 20 Ocak 2019

Dejean, Ashley (2016). "Why a Trump Fundraiser is Thanking a Facebook Employee for His Boss' Win", https://splinternews.com/why-a-trump-fundraiser-is-thanking-a-facebook-employee-1793863735 , Erişim Tarihi: 07.12. 2018

Dijk, J. Van (2016). Ağ Toplumu. İstanbul: Kafka Yayıncılık.

Fuchs, Christian (2014). Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş. Ankara: Notabene Yayınları.

Gainous, Jason, ve Wagner, Kevin (2014). Tweeting to Power. United States of America: Oxford University Press.

Goodman, Emma, Labo Sharif, Moore, Martin ve Tambini, Damian (2017). The New Political Campaigning. Media Policy Brief 19. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science.

Grassegger, Hannes ve Krogerus, Mikael (2017). "The Data That Turned the World Upside Down", https://motherboard.vice.com/en_us/article/mg9vvn/how-our-likes-helped-trump-win, Erişim Tarihi: 07.12.2018

Güçdemir, Yeşim ve Göksu, Oğuz (2015). "Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Barack Obama'nın 2012 Başkanlık Seçim Kampanyası ile Recep Tayyip Erdoğan'ın 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasının İncelenmesi". Filiz Aydoğan (Ed.), İletişim Çalışmaları içinde. İstanbul: Derin Yayınları. ss. 45-61.

Hersh, Eitan D. (2015). Hacking the Electorate How Campaigns Perceive Voters. United States of America : Cambridge University Press.

Idea. (2018). Digital Microtargeting Political Party Innovation Primer 1. Stockholm: International IDEA .

Jarosciak, Jozef (2017). "Microtargeting, Big Data, and Elections", https://www.joe0.com/2017/01/25/microtargeting-big-data-and-elections/, Erişim Tarihi: 03.12.2018

Kaye, Kate (2017). "Data- Driven Targeting Creates Huge 2016 Political Ad Shift : Broadcast Tv Down 20%, Cable and Digital Way Up", https://adage.com/article/media/2016-political-broadcast-tv-spend-20-cable-52/307346/, Erişim Tarihi: 07.11.2018

Kreiss, Daniel (2015). "Digital Campaigning". Deen Freelon ve Stephen Coleman (Ed.), Handbook of Digital Politics içinde. New York: Edgar Elgar. ss. 118-135.

Kreiss Daniel ve Mcgregor Shannon C. (2018). "Technology Firms Shape Political Communication: The Work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google With Campaigns During the 2016 U.S. Presidential Cycle". Political Communication. Volume 35, Number 2, ss. 155-177.

Kreiss, Daniel, Lawrence, Regina G. ve McGregor, Shannon (2018). "In Their Own Words: Political Practitioner Accounts of Candidates, Audiences, Affordances, Genres, and Timing in Strategic Social Media Use". Political Communication. Volume 35, Number 1, ss. 8-31.

Lapowsky, Issie (2016). "Here's How Facebook Actually Won Trump The Presidency", https://www.wired.com/2016/11/facebook-won-trump-election-not-just-fake-news/, Erişim Tarihi: 05.12.2018

Leber, Jessica (2012). "Campaigns to Track Voters with Political Cookies", https://www.technologyreview.com/s/428347/campaigns-to-track-voters-with-political-cookies/, Erişim Tarihi: 03.12.2018

Levinthal, Dave (2012). "Obama's Campaign is Watching You", https://www.politico.com/story/2012/03/obamas-campaign-is-watching-you-074095, Erişim Tarihi: 28.11. 2018

Lock Andrew ve Harris Phil (1996). "Political Marketing". European Journal of Marketing, Volume 30, Number 10-11, ss. 21-31.

Maarek, Philippe J. (1995). Political Marketing and Communication. London: John Libbey & Co.

Murray, Gregg R. ve Scime, Anthony (2010). "Microtargeting and Electorate Segmentation: Data Mining the American National Election Studies". Journal of Political Marketing. Volume 9, Number 3, ss.143-166.

Narin, Bilge (2018). "Kişiselleştirilmiş Çevrimiçi Haber Akışının Yankı Odası Etkisi, Filtre Balonu ve Siberbalkanizasyon Kavramları Çerçevesinde İncelenmesi". Selçuk İletişim Dergisi. Volume 11, Number 2, ss. 232-251

Nebil, Füsun S. (2017). "Politika'da Yeni Kavşak; 68 Like Sizin Kim Olduğunuzu Söyler", TMMOB Emo Ankara Şubesi Haber Bülteni, Number 2, ss.10-12.

Nix, Alexander (2017). "The Power of Big Data and Psychographics", https://rampages.us/univ200glass/2017/06/17/alexander-nix-the-power-of-big-data-and-psychographics-concordia-summit/, Erişim Tarihi: 19.12.2018

Shirky, Clay (2011). "The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change". Council on Foreign Relations. Volume 90, Number 1, ss. 28-41.

Sifry, Micah L. (2012). "Will Online Political Targeting Generate a Voter Backlash?", http://techpresident.com/news/22688/will-online-political-targeting-generate-voter-backlash, Erişim Tarihi: 19.12.2018

Stromer-Galley, Jennifer (2014). Presidential Campaigning in the Internet Age. New York: Oxford University Press .

Parry, David (2012). "Big Data: What Happens When Elections Become Social Engineering Competitions", http://techpresident.com/news/22466/op-ed-big-data-what-happens-when-elections-become-social-engineering-competitions, Erişim Tarihi: 28.12.2018

Plantin, Jean-Christophe, Lagoze, Carl, Edwards, Paul N. ve Sandvig, Christian (2016). "Infrastructure Studies Meet Platform Studies In The Age Of Google and Facebook". New Media & Society, ss.1-18.

Ridout, Travis N. (2009). "Campaign Microtargeting and the Relevance of the Televised Political Ad". The Forum. Volume 7, Number 2, ss. 1-13.

Rubinstein Ira S. (2014). "Voter Privacy in the Age of Big Data". Wisconsin Law Review. Volume 2014, Number 5, ss. 861-936.

Toffler, Alvin (2008). Üçüncü Dalga. İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Towner, Terri ve Dulio, David A. (2012). "New Media and Political Marketing in the United States: 2012 and Beyond". Journal of Political Marketing. Volume 11, Number 1-2, ss. 95-119.

GELENEKSEL YARIŞMA PROGRAMLARINDAN DİJİTAL YARIŞMA PROGRAMLARINA GEÇİŞ: HADİ OYUNU ÖRNEĞİ

Atacan ŞİMŞEK[*]
Yunus Emre ÖKMEN[**]

Giriş

"Oyun" kelimesi her insanda farklı çağrışımlarda bulunabilir. Kimi insan sokakta oynadığı oyunları, kimi insan evde oynadığı bilgisayar oyunlarını, kimisi de televizyonda izlediği yarışma programlarını hatırlayabilir. Şüphesiz, bütün bu aktiviteler oyun kavramı içerisinde değerlendirilir. Oyunlar, bugüne kadar ki süreçte insanların en büyük eğlence aktivitelerinden olmuştur. Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşmasıyla program türleri oluşturulmaya çalışılmıştır. İnsanların eğlenmek için çizdiği mağara resimlerinden bu yana içlerinde duyduğu eğlenme isteğine, bilme duygusu da katılarak yarışma programları düzenlenmiştir. Bu programlar, insanların hem eğlenme hem de bilme ihtiyacına hitap etmiş, bilgileri ve yetenekleri ölçüsünde maddi kazanç sağladıkları programlar olmuşlardır. Yarışma programlarının temeli, 1930'ların ortasında Amerika'da yayınlanan "İzleyici katılımlı şov" olarak adlandırılan radyo programlarıdır. Bu tip programlar, stüdyoda ya da evlerinde bulunan dinleyicilere birtakım soruların yönel-

[*] Arş. Gör., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü, atacansmsk@gmail.com
[**] Arş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü, yunusemreokmen@hotmail.com

matı geliştirilmiştir. Yarışmanın belki de en büyük yeniliği, milyonlarca kişiyi aynı anda aynı sorularla ve aynı para ödülü için yarıştırabilmesidir. Bu çalışmanın konusunu oluşturan örnek olay "Hadi", Türkiye'de bu konuda ilktir.

Kaynakça

Altunay, Meltem Cemiloğlu (2009). Televizyon Program Türlerinde Melezleşmenin Yarışma Programları Bağlamında İncelenmesi: Var Mısın Yok Musun. Anadolu Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Balcı, Ercan (2009). "Televizyon Program Formatları: "Çarkıfelek" ve "Kim 500 Milyar İster" Programları Üzerine Bir İnceleme". Kültür ve İletişim, Volume 12, Number 2, pp. 47 – 68.

Baldini, Massimo (2010). İletişim Tarihi. Çeviren: Gül Batuş. İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Berger, J.I (2005) "Perceived consequences of adopting the internet into adult literacy and basic education classrooms". Adult Basic Education. Volume 15, Number 2,pp. 103-121.

Damla, Cihan (2017). "Türk televizyon tarihinin en çok reyting alan 10 program", https://www.gzt.com/hayat/turk-televizyon-tarihinin-en-cok-reyting-alan-10-program-2769917 Erişim Tarihi: 25.01.2019.

Demir, Kamile (2006). "Rogers'ın Yeniliğin Yayılması Teorisi ve İnternetten Ders Kaydı". Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi. Volume 47, pp.367-392.

Fiske, John (1987). Television Culture. New York: Routledge.

Ford H ve Graham M (2006). "Provenance, power and place: Linked data and opaque digital geographies, Environment and Planning D". Society and Space. Volume 34, pp. 957 – 970.

Jankowski, Gene F. ; Fuchs, David C. (1995). Television Today and Tomorrow It Won't Be What You Think. New York: Oxford University Press.

Jenkins, Henry (2016). Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kars, Neşe (2012). Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin. İstanbul: Der Yayınları.

Kıvanç, Halit (2015). Telesafir Anılarla Türk Televizyonculuğu. İstanbul: NTV Yayınları.

Levy, Pierre (1997). Collective Intelligence. New York: Perseus Books.

Öğüt, Sertaç (2005). Interactivity in New Media. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi S.B.E., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Rogers, E.M (1995). Diffusion of Innovations (Fifth Edition). New York: Free Press.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2018, Ankara.

Tunstall, Jeremy (1993). Television Producers. New York: Routledge.

Türkoğlu, Süleyman (2014). Bilginin Dijital Yolu (Ağ Teknolojileri). İstanbul: Emirler Matbaacılık.

Whannel, Garry (1992). "The price is right but the moments are sticky: Television, quiz and game shows, and popular culture". Dominic Strinati ve Stephen Wagg (Ed.). Come on Down? Popular Media Culture in Post-War Britain içinde. New York: Routledge, pp. 179-201.

Yaylagül, Levent (2004). Yarışma Programları, Medya ve Kültür Emperyalizmi "Bir Kültür Emperyalizmi Aracı Olarak Yarışma Programları: Kim 500 Milyar İster Örneği". Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Yılmaz, Yasemin Keskin (2007). Propaganda Aracı Olarak Sinema: 1990 Sonrası Amerikan Filmlerinde Propagandanın Kullanımı Üzerine Bir Çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

"Canlı Bilgi Yarışması Hadi'nin Perde Arkası", http://www.milliyet.com.tr/canli-bilgi-yarismasi-hadi-nin-perde-istanbul-yerelhaber-3125654/ Erişim Tarihi: 30.01.2019.

"Etkileşim kelimesi Türk Dil Kurumu Sözlüğü", http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=-118233 Erişim Tarihi: 28.10.2018.

"Geleneksel Televizyon Yayıncılığında Reyting", https://www.dunyaatlasi.com/reyting-nedir-nasil-olculuyor/ Erişim Tarihi: 18.09.2018.

"Örnek Reyting Tablosu", http://www.ranini.tv/reyting Erişim Tarihi: 06.08.2018.

"Yarışmanın Ara Yüzü", https://webrazzi.com/2018/06/21/gercek-para-odulluyerli-ve-canli-mobil-bilgi-yarismasi-hadi/ Erişim Tarihi: 06.02.2019.

DİJİTAL DÜNYADA MAHREMİYETİN GELECEĞİ: MAHREMİYET MÜMKÜN MÜ?

Fatih BARİTCİ[*]

Giriş

Mahremiyet konum ve çevre ile yakından ilişkili bir kavramdır. Bireyler kendi mahremlerini gizli bir çevrede/ortamda kendi arkadaşlarıyla paylaşmak isteyebilirler. Mahremiyet tamamen öznel bir kavram olmasa bile bilişsel bir süreçtir. Herkes kendine özgü bir mahremiyet sınırına ve eşiğine sahiptir. Fakat yine de mahremiyet belirli bir insan toplumunun genel psikolojisidir, bundan dolayı mahremiyet genel halkın standardına göre incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla mahremiyeti ve mahremiyetin niteliklerini daha iyi bir şekilde araştırmak gerekir (Lu vd., 2015: 3). Bu amaçla yapılan çalışmaların sayıları internet teknolojisinin gelişimine paralel olarak artmıştır. Özellikle sosyal medyanın bireylerin yaşamında daha fazla yer almaya başlaması ve hatta neredeyse vazgeçilmez hale gelmesi hem sosyal medyanın kendisini hem de genel olarak dijital dünyada mahremiyetin detaylı şekilde araştırılmasını gerekli kılmıştır.

Fisher-Hübner (1998: 421) yılında yazdığı "Privacy and Security at Risk in The Global Information Society" adlı makalesinde, bugün içinde yaşadığımız ve tamamen dijitalleşme noktasına gelen dünyaya dair önemli tespitlerde bulunmuştur:

[*] Araş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, fatihbaritci@hotmail.com

belki de her kuşaktan insan kendisini mahremiyetini kamusallaştırırken bulmaktadır. Mahremiyet kavramı, yalnız kalma, diğerlerinden özel bilgileri saklama ve kendine ait bilgiler üzerinde kontrol sahibi olma gibi hakları kapsamakta ve gizliliğe gönderme yapmaktadır. Ancak internetin insan yaşamındaki egemenlik alanını genişletmesiyle mahremiyet kavramının anlamı değişime uğramaktadır.

Vincent'a (2016: 184) göre bireyler nasıl karşılarsa karşılasın, mahremiyetin sonunun ilanı tarihsel bir hükümdür. Gösteri çağının etkisindeki bireylerin sosyal ağlar üzerinde inşa ettikleri profillerle dijital dünyadaki varlıklarını her şeyin önüne koymaları ve herkesin bir şekilde devletlerin/şirketlerin sahip oldukları gözetim/denetim imkânları aracılığıyla takip edilebiliyor olması Vincent'ın bu hükmünü haklı çıkarır niteliktedir. Dolayısıyla bireyin dijital dünyada çok çeşitli araçlarla takip edilmesi ve internet kullanım pratikleriyle kendisini teşhir etmesi dijital çağda mahremiyetin önündeki en büyük engeller olarak görülmektedir. Eğer dijital dünyada mahremiyeti korumak mümkünse, bu ancak bireyin internet kullanırken attığı adımlara dikkat etmesi ve devletlerin yaşanabilecek mahremiyet ihlallerinin önüne geçmek adına yasalar aracılığıyla –veri güvenliğini sağlama gibi- önlemler alması sayesinde olabilir. Aksi halde dijital çağın doğurduğu bu ortamda insanoğlunun mahremiyet kavramını tarihin tozlu sayfalarında aramak zorunda kalacağı öngörülmesi zor olmayan bir durumdur.

Kaynakça

Arık, Emel (2018). Dijital Mahremiyet. Konya: LiteraTürk Academia.

Aydoğan, Filiz ve Kırık, Ali Murat (2012). "Alternatif Medya Olarak Yeni Medya". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 18, ss. 58-69.

Baruh, Lemi ve Cemalcılar, Zeynep (2014). "It Is More Than Personal: Development and Validation of A Multidimensional Privacy Orientation Scale". Personality and Individual Differences. Number 70, ss. 165-170.

Chen, Guo-Ming (2012). "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context". China Media Research. Volume 8, Number 2, ss. 1-10.

Debord, Guy (2018) Gösteri Toplumu. (8. Baskı). Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

"Digital in 2019", https://wearesocial.com/uk/digital-2019 Erişim Tarihi: 28.01.2019.

Dolgun, Uğur (2008). Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Fidan, Zühal (2016). Teknoloji ve Siyasal İletişim. Konya: LiteraTürk Academia.

Fischer - Hübner, Simone (1998). "Privacy and Security at Risk in The Global Information Society". Information Communication & Society. Volume 1, Number 4, ss. 420-441.

Gezgin, Suat (2017). "Gözetimi ve Magazini Sıradanlaştıran Bir Araç Olarak Sosyal Medya". Suat Gezgin ve Ali Efe İrali (Ed.). Yeni Medya Analizleri içinde. Konya: Eğitim Yayınevi, ss. 11-32.

Goffman, Erving (2016). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. Barış Cezar, (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Gülnar, Birol ve Balcı, Şükrü (2011). Yeni Medya ve Kültürleşen Toplum. Konya: LiteraTürk Academia.

Kaplan, Andreas M. ve Haenlein, Michael (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". Business Horizons, Volume 53 Number 1, ss. 59-68.

Kerzner, Mark ve Daniel, Pierre Jean (2018). "Big Data in Oil & Gas and Petrophysics". S. Srinivasan (Ed.). Guide to Big Data Applications içinde. Cham: Springer, ss. 175-204.

Kirtley, Jane E. (2018). "Introduction". Christopher T. Anglim (Ed.). Privacy Rights in The Digital Age içinde. Amenia, NY: Grey House Publishing, ss. xxi-xxvi.

Kurubacak, Gülsün (2016). "İletişim Teknolojilerinde Yeni Özellikler". Tevfik Volkan Yüzer ve Mehmet Emin Mutlu (Ed.). Yeni İletişim Teknolojileri içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss. 2-21.

Kuş, Oğuz (2016). "Dijital Dönüşümün Kıyısında: Büyük Veri, Bilgi Keşfi ve Halkla İlişkiler". Nilüfer Timisi (Ed.). Dijital – Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler içinde. İstanbul: Kalkedon Yayınları, ss. 109-126.

Kuyucu, Mihalis (2015). "Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı". Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Sosyal Medya Araştırmaları 2 içinde. Konya: Çizgi Kitabevi, ss. 21-53.

Laughey, Dan (2010). Medya Çalışmaları. Ali Toprak (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Livberber, Tuba (2018). Sosyal Medyada Mahremiyet. Konya: LiteraTürk Academia.

Lokke, Eirik (2018). Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat. Dilek Başak (Çev). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Lu, Xiaofeng, Qu, Zhaowei, Li, Qi ve Hui, Pan (2015). "Privacy Information Security Classification for Internet of Things Based on Internet Data". International Journal of Distributed Sensor Networks. Volume 11, Number 8, ss. 1-8.

Lyon, David (2013). Gözetim Çalışmaları. Ali Toprak (Çev). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Niedzviecki, Hal (2010). Dikizleme Günlüğü. Gökçe Gündüç (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Orwell, George (2019). 1984. (65. Baskı). Celal Üster (Çev.). İstanbul: Can Yayınları.

Öztürk, Mesude Canan (2016). "Kurumsal Sosyal Medya". Tevfik Volkan Yüzer ve Mehmet Emin Mutlu (Ed.). Yeni İletişim Teknolojileri içinde. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, ss. 164-195.

Park, Inkon (2004). Internet Usage of Korean and American Student: A Uses and Gratifications Approach. Unpublished Doctoral Dissertation. The University of Southern Mississippi.

Schoeman, Ferdinand David (1992). Privacy and Social Freedom. Cambridge: Cambridge University Press.

Scott, David Meerman (2010). The New Rules of Marketing and PR (2. Edition). New Jersey: John Wiley&Sons.

Solmaz, Başak ve Görkemli, Havva Nur (2012). "Büyükşehir Belediyeleri ve Sosyal Medya Kullanımı". Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 18, ss. 9-20.

Solove, Daniel J. (2002). "Conceptualizing Privacy". California Law Review. Volume 90, Issue 4, ss. 1087-1155.

Soncu, Ayşe Gül (2016). "Benliklerin Beğenilere Sunulduğu Yeni Ortam; Instagram". Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi. Sayı 13, ss. 214-233.

Şentürk, Zülfiye Acar ve Baritci, Fatih (2018). "Sembolik Etkileşimcilik ve Erving Goffman'ın Benlik Sunumu". Bünyamin Ayhan (Ed.). İletişim Sosyolojisi içinde. Konya: LiteraTürk Academia, ss. 339-357.

Şimşek İşliyen, Fadime (2018). "Postmodern Tüketim Pratiklerini Instagram Fotoğrafları Üzerinden Okumak". Veysel Çakmak ve Selahattin Çavuş

(Ed.). Dijital Kültür ve İletişim içinde. Konya: LiteraTürk Academia, ss. 73-108.

Şişman, Nazife (2018). Dijital Çağda Müslüman Kalmak. (4. Baskı). İstanbul: İnsan Yayınları.

Taşkıran, İzzet (2019). Uzmanlardan '#10yearchallenge' Akımı Uyarısı. https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/uzmanlardan-10yearchallenge-akimi-uyarisi/1369517 Erişim Tarihi: 10.02.2019.

TDK (2019). Mahremiyet. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_-gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c46e506713030.58895061 Erişim Tarihi: 20 Ocak 2019.

Tiryaki, Salih (2015). Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı. Konya: LiteraTürk Academia.

Tufekci, Zeynep (2018). "Facebook's Surveillance Machine". https://www.nytimes.com/2018/03/19/opinion/facebook-cambridge-analytica.html Erişim Tarihi: 23.01.2019.

Turow, Joseph (2015). İzleniyoruz. Mirel Benveniste (Çev.). İstanbul: Hil Yayın.

Vincent, David (2016). Mahremiyet: Kısa Bir Tarih. Deniz Cumhur Başaraner (Çev.). Ankara: Epos Yayınları.

Yıldız, Umut A. ve Topal, Selçuk (2015). "Büyük Veri Kahramanı Veri Bilimci". Bilim ve Teknik Dergisi, Nisan, ss. 76-79.

DİJİTALLEŞME ÇAĞINDA EĞİTİM İLETİŞİMİ VE TEKNOLOJİ-EĞİTİM DAVRANIŞ NORMU OLUŞMASINDA EBEVEYN TUTUMLARININ ETKİSİ

Zaim BAŞASLAN[*]

Giriş

İletişim, eğitim ve teknoloji alanlarındaki yenilikler sistematik bir sarmal ile günümüz insanının yaşam kodlarını yeniden oluşturmuştur. Her gelişimsel devinim beraberinde yeni toplumsal refleksler de ortaya çıkarmaya başlamıştır. Dijitalleşme bağlamında teknoloji olgusunun ve onun yarattığı bireysel – toplumsal dinamikler incelendiğinde, her alanın ortak bileşeni olan "eğitim" için büyük önem arz ettiği görülmektedir. Bu nedenle teknoloji olgusunun birçok kolaylaştırıcı faydasının yanı sıra negatif yan etkileri olduğunu da söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada iletişim olgusunun ve kitle iletişim araçlarının her alanda daha ulaşılabilir ve uygulanabilir hale gelmesiyle birlikte, teknoloji inovasyonunun beşeri iletişim normlarına olumlu ya da olumsuz etkilerini eğitim normları özelinde irdelemek ve bu etkiler üzerinde özellikle çocuk aile iletişiminde ebeveynlerin belirleyiciliğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Özellikle *"teknolojik bağımlılık* ve *nomofobi"* gibi sağlık - bilim literatüründe dahi yerini alarak dünya genelinde kabul gören

[*] Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi TBMYO Elek. Otom. Böl. RTV Programı, zaimbasaslan@gmail.com

farkında olmak, toplumsal sorunlara eğilmek ve daha etkin şekilde kendini eğitmek için kullanan nesillerin oluşumu sağlanacaktır. Bunun eğitim almaktan çekinmeyen ebeveynler olmadıkça çocukların bu konuda eğitilmeleri mümkün olmayacak ve gelecek nesiller adına sorunsallar bütünü kümülatif bir etkiyle büyüyecektir.

Dijital kültürün, görsel sosyal içerik ağlarının ve teknolojinin sessiz şekilde çocuklara öğrettiğini yetişkin hale geldikten sonra onlara unutturmak imkânsız olacaktır. Basit bir sosyal medya fenomeninin videosunu kulaklık takılı halde izleyen çocuğun o an rol model olarak aldığı kişi nedeniyle karakterinde oluşabilecek deformasyon fark edildiği zaman her şey çok geç olabilir. Analog çağda ailelerin çocuklarının arkadaşlarını dikkatle izleyip davranışlarını beğenmediği çocuğuna kötü örnek olabilecek kişileri çocuğundan uzak tutmak için sergilediği çabadan çok daha azını dijital hayata adım atan çocuk üzerinde sergilemek bu bağlamda fazlasıyla yeterli olacaktır.

Kaynakça

Aktan, C. ve Tunç, M. (1998). "Bilgi Toplumunun Doğuşu ve Gelişimi", Yeni Türkiye Dergisi. Ankara. Ocak-Şubat, s. 28.

Alpaslan AH, Koçak U, Avci K, Uzel Taş H. (2015). The association between internet addiction and disordered eating attitudes among Turkish high school students. Eat Weight Disord. Volume 20, Number 4, ss. 441-448.

Baer, S., Saran, K., Green, D.A., Hong, I. (2012). Electronic Media Use and Addiction Among Youth in Psychiatric Clinic Versus School Populations. Can J Psychiatry.Volume 12, Number 57, ss. 728–735.

Bilgiç, G. H., Duman, D. Ve Seferoğlu, S. S. (2011). "Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim İçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri", İnönü Üniversitesi, Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Malatya, ss. 257-263.

Bremer J. (2005). The internet and children: advantages and disadvantages. Child Adolesc Psychiatr Clin N Am. Volume 3, Number 14, ss. 405-28.

Cespedes EM, Gillman MW, Kleinman K, RifasShiman SL, Redline S, Taveras EM. (2014). Television viewing, bedroom television, and sleep duration

from infancy to mid-childhood. Pediatrics. Volume 5, Number 133, ss. 1163-1171.

Cox, R., Skouteris, H., Rutherford, L., Fuller,Tyszkiewicz M., Dell'Aquila, D., Hardy. LL. (2012). Television viewing, television content, food intake, physical activity and body mass index: a cross-sectional study of preschool children aged 2-6 years. Health Promot J Austr. Volume 1, Number 23, ss. 58–62.

Crossland, MD, Thomas R, Unwin H, (2017). Tablet computers versus optical aids to support education andlearning in children and young people with low vision: protocol for a pilotrandomised controlled trial, CREATE (Children Reading with Electronic Assistance To Educate). BMJ Open. Volume 6, Number 7, ss. 21.

Davidson, C. N., ve Goldberg, D. T. (2009). The future of learning institutions in a digital age. MIT press.

Geray, H. (1997). "İletişim, Bilgi Toplumu ve Küreselleşme," Emperyalizmin Yeni Masalı: Küreselleşme İçinde, Ankara:İmge Yayınları.

Gökaliler, E., Aybar, A. S.,ve Gülay, G. (2011). Bir statü tüketimi göstergesi olarak Iphone markalı akıllı telefon algısı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma.Volume 7, Number 1, ss. 36-48.

Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. XV. Türkiye'de İnternet Konferansı. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Gültan, S. (2003). Bilgi Toplumu Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi

Haque A. (2005). Information Technology and Surveillance: implications For Public Administration in a New World Order. SSCR Volume 23, 480-485.

Hoare E, Milton K, Foster C, Allender S. (2017). Depression, psychological distressand Internet use among community-based Australian adolescents: a cross-sectional study. BMC Public Health. Volume 1, Number 17, ss. 365.

İplikçi, H. G., & Batu, M. (2018). "Dijital İletişim ve Çocuk: Türkiye'de Çocuk Web Sitelerindeki Reklamlara Yönelik Bir İçerik Analizi". Akdeniz İletişim. Number 29, ss. 244.

Kaewpradub N, Kiatrungrit K, Hongsanguansri S, Pavasuthipaisit C. (2017). Association Among Internet Usage, Body Image and Eating Behaviors of Secondary School Students. Shanghai Arch Psychiatry. Volume 4, Number 29, ss. 208-217.

Karabulut, B. (2015). Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Number 21, ss. 11-23.

Karagözoğlu Aslıyüksek, M. (2016). Bilgi teknolojileri ve dijitalleşmenin Türkiye'de bilgibilim literatürüne yansıması: Bilgi dünyası dergisi örneği (2000-2014). Bilgi Dünyası. Volume 1, Number 17, ss. 87-103.

Kennison, P. ve Read, M. (2003). The internet and child protection (Part 1). Safer Communities. Volume 2, Number 2, ss. 20-25.

Lepi, K. (2012). " 25 Ways Teachers Can Integrate Social Media Into Education", http://edudemic. com/2012/07/a-teachers-guide-to-social-media/. Number 11, ss. 111-136.

Livingstone, S. ve Bulger, M. (2014) A global research agenda for children's rights in the digital age. Journal of Children and Media. Volume 19, Number 5, ss. 657-670.

Pollara, P. ve Zhu, J. (2011). "Social Networking and Education: Using Facebook as an Edusocial Space." In Proceedings of Society for Information Technology & Teacher Education International Conference, pp. 3330-3338. Chesapeake, VA: AACE

Taşkıran, A. (2017). Dijital çağda yükseköğretim. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi. Volume 1, Number 3, ss. 96-109.

TÜİK 2013 yılı hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı sonuçları. http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13569 Erişim Tarihi: 25.12.2018.

Türkoğlu, T. (2010). Dijital kültür. İstanbul: Beyaz Yayınları.

Yaros, R. A., (2012). Social Media in Education: Effects of Personalization and Interactivity on Engagement and Collaboration", Social Media Usage and Impact, Published by Lexington Books, UK. ss. 57-74.

Yurdakul, N. B. ve Coşkun, G. (2008). Fakültelerde Web Sitelerinin Kurumsal Tanıtım Amaçlı Kullanımı: İletişim Fakülteleri Web Siteleri Üzerine Bir Araştırma", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Number 33, ss. 141-156.

Yüksel, A. (2016). Atatürkçü düşünce sistemine dayalı eğitim anlayışı ve eğitim iletişimi. Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi, Volume 5, Number 5, ss. 329-345

Woods. H.C. ve Scott, H. (2016). Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. J Adolesc. Number 51, ss. 41-49.

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE BİRLİKTE PASİF KONUMDAKİ İZLEYİCİDEN AKTİF KONUMDAKİ KULLANICIYA, TÜKETEN İZLEYİCİDEN ÜRETEN KULLANICIYA "PROSUMER" KAVRAMINDAN BAKMAK

Yunus Emre ÖKMEN[*]

Giriş

Toplumlar ve kültürler çeşitli aşamalardan ve dönemlerden geçerek bugünlere kadar süregelmiştir. Her dönem bir önceki dönemin üstüne eklenerek yenilikleri de beraberinde getirmiştir. İnsanlığın yaşamış olduğu ilk dönem "Sözlü Kültür" dönemi olarak kabul edilmektedir. Yazının bulunmasıyla "Yazılı Kültür" dönemi yaşanmıştır. Gutenberg'in matbaayı bulmasıyla "Basılı Kültür", telsiz ve telgraf gibi elektroniğe dayalı araçların keşfedilmesiyle "Elektrik Elektronik Kültür" dönemi yaşanmıştır. Son olarak görsel işitsel içeriklerin 0 ve 1 rakamlarıyla kodlanması ve sayısallaştırılarak aktarılmasıyla "Dijital Kültür" olarak ifade edilebilen dönem yaşanmaya başlanmıştır. Her dönemin merkezdeki iletişim aracı değişime uğrarken, toplum içindeki iletişim ve mesajların alınıp verilme biçimlerinin de değişime uğradığını söylemek mümkündür. Çalışmada dijital kültür döneminde kullanıcı odaklı üretilen içerikler incelenmektedir. Dijital kültür dönemiyle birlikte, içeriklerin dijitalleşmesi ve kullanıcıların artık içeriği üretip aktaran anlatıcılara

[*] Araş. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, yunusemreokmen@gmail.com

Kaynakça

Akbulut, Hasan (2016). "Sinemaya Gitmek ve Seyir: Bir Sözlü Tarih Çalışması". Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler, (12), 231-252.

Atabek Ümit (2014). "Teknoloji ve Medya". N Gürkan Pazarcı (Ed.). Türkiye'de Kitle İletişimi içinde. Ankara: Turhan Kitabevi, 65-76.

Atabek, Ümit (2013). "Yeni Medya ve Yeni İletişim Düzeni". Mülkiye Dergisi, 37 (3), 175-182.

Ayça, Engin (2016). "Türk Sineması Seyirci İlişkileri". Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi, (11), 117-133.

Aydoğan, Aylin (2016). "İçerik Üretiminde ve Sunumunda Kullanıcı Katılımı ve İletişim Sürecinin Değişimi". Atatürk İletişim Dergisi, (10), 19-32.

Aydoğan, Filiz (2017). Yeni Medya Kuramcılarından Yeni Medya Kuramları. İstanbul: Der Yayınları.

Baldini Massimo (2000). İletişim Tarihi. Gül Batuş (Çev). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Barthes, Roland (2005). "Anlatıların Yapısal Çözümlemesine Giriş. XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları". Mehmet Rifat ve Sema Rifat. (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 311-333.

Bayrakdar, Deniz (2016). Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler, İstanbul, Bağlam Yayıncılık.

Binark, Mutlu ve Karataş, Şule (2016). "Yeni Medyada Yaratıcı Kültür: Troller ve Ürünleri 'Caps'ler". TRT Akademi, 1 (2), 426-448.

Binark, Mutlu ve Kılıçbay Barış (2005). İnternet, Toplum, Kültür. Ankara: Epos Yayınları.

Binark, Mutlu (2007). Yeni Medya Çalışmaları, Ankara: Dipnot.

Binark, Mutlu (2009). "Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı." Evrensel Kültür, 216, 60-63.

Binark, Mutlu (2014). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bloom, Kristen ve Johnston, Kelly Marie (2013). "Digging into YouTube Videos: Using Media Literacy and Participatory Culture to Promote Cross-Cultural Understanding." Journal of Media Literacy Education, 2(2), 3.

Brandtzaeg, Petter Bae (2008). "The Innovators in the New Media Landscape: User Trends and Challenges in the Broadband Society." Bartolomeo Sapio vd. (Ed.). The Good, the Bad and the Unexpected: The User and the Future of Information and Communication Technologies Conference Proceedings içinde, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Bruns, Axel (2003). "Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news." Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal Of Media Research And Resources. 107. pp. 31-44.

Bruns, Axel (2008a). "The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching." Chris Paterson ve David Domingo (Ed.). Making Online News: The Ethnography of New Media Production içinde, New York: Peter Lang.

Castells, Manuel (1997). An Introduction to The Information Age, City, 2:7, s.6-16.

Castells, Manuel (2005). Ağ Toplumunun Yükselişi - Enformasyon Çağı: Ekonomi,Toplum ve Kültür. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Castells, Manuel (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi. (Çev.) Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çakır, Hamza (2007). Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği. Kayseri: Erciyes Üniversitesi SBE Dergisi.

Çakır, Mukadder (2014). Yeni Medyaya İlişkin Eleştirel Yaklaşımlar ve Tespitleri ile Christian Fuchs In M.Çakır (Ed.). Yeni Medyaya Eleştirel Yaklaşımlar (pp:81-130). İstanbul: Doğu Kitabevi

Çelik, Ramazan ve Dalgalıdere, Sertaç (2015). Yeni ve geleneksel medya okumaları. İstanbul: İskenderiye Yayınları

Debord, Guy (2014). Gösteri Toplumu, (Çev.). Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı.

Foucault, Michel (2011). Özne ve İktidar: Seçme Yazılar 2. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Fuchs, Christian (2013). "Social media and capitalism. In Producing the Internet. Critical perspectives of social media." http://fuchs.uti.at/wp-content/SocialMediaCapitalism.pdf Erişim: 28.03.2018.

Fuchs, Christian (2016). Google Capitalism. (Çev.). Çavuşoğlu, İstanbul: Der Yayınları.

Geray, Haluk (2003). İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya.

Gider Işıkman, Nihan (2016). "Genç Lumiere'lerin Yeni Mecrası Youtube." Atatürk İletişim Dergisi, (10). 5-18.

Goffman, Erving (2009), Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu. (Çev.). Barış Cezar, İstanbul: Metis.

Hermida, Alfred ve Thurman, Neil (2008). "A Clash of Cultures: The Integration of User-Generated Content within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites." Journalism Practice 2(3), 343-356.

Hinton, Sam ve Hjorth, Larissa (2013). Understanding Social Media. London: SAGE Publications.

İlhan, Erol (2018). "Türkiye'de Youtube Yayıncılığı ve Youtuber Olmak." İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. Sayı:47. Sayfa: 141-166.

Jenkins, Henry (2006). Convergence Culture. New York: NYU Press.

Jenkins, Henry (2016). Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü. (Çev.). Nihan Yeğengil. İstanbul: İletişim Yayınları.

Keshvani, Nisar and Tickle, Sharon (2001). "Online news: The Changing Digital Mediascape." Australian Studies Journal. April. pp. 99-105.

Küçüksaraç, Banu (2014). "Prosumer Kadınlar ve Kendin Yap Bloglarında Üretim ve Tüketim Pratikleri." Yeni İletişim Araştırmaları içinde, İstanbul: Literatürk, 51-90.

Manovıch, Lev (2001). The Language of New Media. California: MIT Press.

Manovich, Lev (2016). "What is Digital Cinema." In Shane Denson & Julia Leyda (Ed.). Post-Cinema: Theorizing 21st-Century Film Falmer: REFRAME Books,

McLuhan, Marshall ve Nevitt Barrington (1972). Take Today The Executive As Dropout. California: Harcourt Brace Jovanovich.

McLuhan, Marshall (2001). Gutenberg Galaksisi. İstanbul: Yapı Kredi.

Medin, Burak (2017). "Değişen Sinema Seyir Kültürünü Sözlü, Yazılı ve Elektronik Kültür Bağlamında Anlamak." Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 10 (1), 357-386.

Mutlu, Erol (2004). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Narmanlıoğlu, Haldun (2016). "İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği." Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Nisan 2016 20 (1): 153-168.

Ong Walter (2013). Sözlü ve Yazılı Kültür Sözün Teknolojileşmesi. Sema Banon (Çev.). Metis Yayınları: İstanbul.

Özçetin, Burak (2018). Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özsoy, Aydan (2011). Televizyon ve İzleyicisi. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Penpece, Dilek (2013). Dijital İçerik Pazarlaması. Adana: Karahan Kitabevi.

Ranciere, Jacques (2010), Özgürleşen Seyirci. İstanbul: Metis.

Rogers, Everett (1983). Diffusion of Innovations. New York: The Free Press.

Sayımer, İdil (2008). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.

Sayımer, İdil (2014). Yeni İletişim Araştırmaları. İstanbul: Literatürk.

Serim, Ömer (2007). Türk Televizyon Tarihi 1952-2006. İstanbul: Epsilon Yayınları.

Taş Öz, Perihan (2012). "Sinemasal Anlatıda Anlatıcının Konumu ve Önemi." Marmara İletişim Dergisi, (19), 78-93.

Toffler, Alvin (2008). Üçüncü Dalga. (Çev.). Selim Yeniçeri. İstanbul: Koridor.

Turan, Erdem Alper (2014). "Yeni Medya Ortamları ile Dönüşen İzleyicinin Elektornik Sözlük ve Talk Show Ara Kesitinde İzlenmesi." Yeni İletişim Araştırmaları içinde. İstanbul: Literatürk, 149-196.

Uğurlu, Elif Gizem (2014). "Ekran Kuşağında İki çocuğun Ekranla Tanışma Hikayesi." Yeni İletişim Araştırmaları içinde. İstanbul: Literatürk, 27-50.

Uzunoğlu, Sarphan (2015). "Yeni Medyada Dijital Emek Sömürüsü: Tüketiciden Ürketiciye Yeni Medya, Yeni Sömürü Pratikleri." Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences, 2 (1), 181-194.

Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

"Youtube'un En Çok Tıklanan Site Olması", alexa.com, Erişim Tarihi: 26.03.2018

"Youtube'un Satılması", ntvmsnbc.com, Erişim Tarihi: 27.05.2011

"Z Kuşağının Youtube Kullanımı", DigitalAge.com, Erişim Tarihi: 23.11.2017

Zengin, Ferhat (2017). Türk Sinemasında Dijital Dönüşüm: İstanbul: Kalkedon.

İnterdisipliner Bir Bakışla

İLETİŞİM ÜZERİNE İNCELEMELER

Editör:
Mustafa ASLAN

LİTERATÜRK academia

Gündem Belirleme Kuramı'nın Ekme Kuramı ve Suskunluk Sarmalı ile Etki Bağlamında Kesişen ve Ayrışan Yönleri

Ali Emre DİNGİL*

GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının tarihi, genellikle etki araştırmalarının tarihi olarak görülmektedir. İletişim biliminin 1910-1920'lerde başlayan tarihinde iletişimin, teknolojik gelişmelere paralel olarak kitlesel boyut kazanmaya başladığı yıllardaki ilk düşünceler, medyanın etkilerinin oldukça güçlü olduğu kanaatini ortaya koymaktadır. 1940'lardan sonra ise araştırma yöntemleri ve istatistik alanındaki gelişmelere paralel olarak elde edilen bulgular söz konusu etkilerin sanıldığı kadar güçlü olmadığını yönündedir. 1970'lerde ise bu kez medyanın sanıldığı kadar etkisiz olmadığı ve bir takım etkilere sahip olduğuna ilişkin görüşler ortaya atılmıştır. Belki de bu farkı yaratan en önemli ayrım, etki kavramının tanımına ilişkindir. Çünkü başlangıçta medyanın etkilerini yalnızca davranış değişikliği yaratıp yaratmaması ile değerlendiren görüşler, etkinin farklı düzeylerde tanımlanmasıyla yön değiştirmeye ya da daha dar aralıklara sahip ölçeklerle değerlendirilmeye başlanmıştır. 1970'lerden sonra medyanın etkilerini araştıran çalışmalarda medyanın etkileri; farkındalık yaratma ve bilgilendirme (bilişsel), tutum ya da kanaatleri etkileme (duygusal) ve davranış değişikliği yaratma bağlamında üç farklı düzeyde tanımlanmıştır (Yüksel,

* Arş. Gör. Dr, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

yadaki haberlerdir. Ekme kuramında ise süreç gündem belirlemeden daha uzun sürelidir. Medyanın kamuya etkisi tutumları etkilemeye yöneliktir. Araştırma alanı genellikle sinema ve televizyondur. Suskunluk sarmalında ise etki süresi gündem belirleme ve ekme kuramına göre daha kısa sürelidir.

KAYNAKÇA

Cobb, R., W. ve Elder, C., D. (1972). *Participation in American politics: The Dynamics of agenda-setting.* Boston: Allyn & Bacon.

Cohen, B., C. (1963). *The Press and Foreign Policy.* New Jersey: Princeton University Press.

Dearing, J. ve Rogers, E., M. (1996). *Communication Concepts: 6 Agenda setting. Thousand Oaks:* Sage Publications.

Dingil, A. E. (2018). *Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Araştırması: Sağlık Haberleri Özelinde Medya ve Kamuoyu Bağlantısı.* (Yayımlanmamış doktora tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Erbring, L., Goldenberg, E., N. ve Miller, A., H. (1980). Front-Page news and real world cues: A new look at agenda-setting by the media. *American Journal of Political Science*, 24 (1), 16-49.

Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi Ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim.* 1(2), 149-180.

Erözalp, H. A., A. (2012). *Gündem belirleme kuramı açısından Türk basınında wikileaks etkisi.* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Guo, L. (2012). The application of social network analysis in agenda setting research: a methodological exploration. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 614-631.

Guo, L. ve McCombs, M. (2011). *Network agenda setting: a third level of media effects.* Boston: Paper presented at the ICA.

Kızıldere, N. (2002). *Kadınların oy verme davranışlarını etkileyen sosyo-ekonomik faktörler-kadın seçmenler üzerine bir araştırma (Isparta uygulaması)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

McCombs, M., E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion* Cambridge: Polity Press.

McQuail, D. (1994). *Kitle iletişim kuramı.* (Çev: A., H., Yüksel). Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.

Özer, Ö. (2013). Medyanın Etkilerine Yönelik yaklaşımlar. *İletişim Kuramları*. (Ed: E. Yüksel). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s. 60-84.

Taylan, H., H. (2011) *Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi: Konya Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2004). *İletişim araştırmaları ve kuramları*. İstanbul: Derin Yayınları.

Vargo, C. J., Guo, L., McCombs, M., ve Shaw, D. L. (2014). Network issue agendas on Twitter during the 2012 U.S. Presidential Election. Journal of Communication, 64(2), 296-316.

Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

Yüksel, E. (2007). "Kamuoyu Oluşturma" ve "Gündem Belirleme" Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? *Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, *7*(1).

Yüksel, E. (2013). İletişim kuramlarına giriş. (Ed: E. Yüksel), *İletişim Kuramlar* İçinde (s. 2-34). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Türk Medyasında Dış Politika-İç Politika İlişkisinin Algısal Etki Boyutu

Hicabi ARSLAN*

GİRİŞ

Kamuoyu oluşumunun ve denetiminin en sağlıklı yolu medya üzerinden olmaktadır. Bu bağlamda da medyanın, salt olarak siyasal iktidar üzerinde değil aynı zamanda ülkedeki ekonomik iktidar, tüzel ya da özel kişiler üzerinde de 'halkın denetim gücü' kimliğine kavuşabilmesi için 'doğru ve güvenilir' bir kimlik içinde bulunması gerekmektedir. Aksi takdirde, sağlıksız olarak gelişen bir medya oluşumunun yarattığı sonuçlarla, gerçek anlamda bir toplumsal duyarlılık ya da denetim sağlanması ve bu koşullarda demokrasinin yaşaması olası değildir.

Basın 4. güç olarak demokratik rejimlerin vazgeçilmez öğelerinden biridir. Yönetenlerle, yönetilenler arasında aracı konumundadır. Türkiye'de tirajları fazla olmamasına rağmen gazeteler, kamuoyu yaratma gücü ve geniş kitlelere ulaşabilmesi sayesinde ülke gündemi üzerinde etkili olurlar.

Türkiye, gündemi çok sık değişen (ve/veya değiştirilen) bir ülkedir. Basının gündeminin sık sık değişmesi, basın kuruluşlarının yayın politikalarıyla doğrudan ilgilidir. Sosyal hareketlilik nedeniyle meydana olay yoğunluğu bir etken olarak görülse de

* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Dünyanın neresinde olursa olsun, hangi rejimin altında yaşanırsa yaşanılsın, dış haberlerin bir ülkenin basınında yansıması ile o ülkenin çıkarları ve resmi dış politikası arasında bir yakın ilinti vardır. Aynı şekilde, dış politika alanında alınan ve özellikle uygulamaya yönelik olan siyasi kararlar da; basın-siyasal güç arasında çıkar ilişkisi, güç dengesi, beklentiler gibi temel unsurlara bağlı olarak şekillenir, yerini alır.

KAYNAKÇA

Akgün, M. (1994). *Türk Dış Politikasında Bir Politik Etken Olarak Boğazlar*", *Türk Dış Politikasının Analizi*. İstanbul: Der Yayınları.

Bayburt, H. (1997). Demokrasilerde 4. Kuvvet: Medya, *4. Boyut Dergisi*, 18,73.

Çetin, H. (1995). Türkiye'nin Dış Politika Öncelikleri, *Yeni Türkiye Dergisi, Türk Dış Politikası Özel Saytısı*, 3,55.

Değer, K. (2017). Olağanüstü Dönemlerde Yayıncılık, "Olağanüstü Durum Haberciliğinin Atatürk Havalimanı Terör Eylemi Üzerinden İncelenmesi", *TRT Akademi Dergisi*, 2(3). 98-115.

Demirkent, N. (1982). *Sayfa Sayfa Gazetecilik*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 192-193.

Gönlübol, M. (1985). *Olaylarla Türk Dış Politikası*, İstanbul: Alkım Kitapevi.

Giddins, A. (1999). *Toplumun Kuruluşu*. (Çev. H. Özel). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 57.

Kaya, A. (2019, 11 Ocak). Türk Dış Politikasını Etkileyen Faktörler. *akademikparadigma*. https://www.akademikparadigma.com/turk-dis-politikasini-etkileyen-faktorler

Kirişçi, K. (1994). *"Uluslararası Sistemdeki Değişmeler ve Türk Dış Politikasının Yeni Yönetimleri", Türk Dış Politikasının Analizi*, İstanbul: Der. Yayınları, 393.

Koçer, G. (1993). *Türkiye'de Dış Politika ve Parlamento* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hannikainen, L. (1984). "*International Law as a Regulator of International Relations", (Ed: Kaarle Nordenstreng). The Mass Media Declaration of UNESCO*, New Jersey: Ablex Publishing Corp.,148.

Harris, G.S. (1972). *Troubled Aillance Turkish-American Problem in Historical Perspective 1945-1971*, Washington D.C. American Enterprice Institute for Public Policy Research, p.55.

Hemian, E. F. (1998). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir? (Çev. B. Akyoldaş, T. Han, M. Çetin ve İ. Kaplan). İstanbul: Minevra Yayınları.

Terkan, B. (2005). *Türkiye'de Basın ve Siyaset İlişkisi: Basın Gündemi ve Siyasal Gündemin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Gündem Belirleme Çalışması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yazıcıoğlu, M. (1995). Genel İtibari İle Yeni Uluslararası Sistem ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirmesi. *Yeni Türkiye Dergisi, Türk Dış Politikası Özel Sayısı*, 3,71.

Yurdakul, H. (2015 22 Ekim). Medya ve Siyaset İlişkisi. *Sahipkıran Stratejik Araştırma Merkezi*. http://sahipkiran.org/2015/10/22/medya-ve-siyaset-iliskisi/ 07.02.2019

http://www.uiportal.net/uluslararasi-iliskilerde-teoriler-ve-analizleri.html/ 24.10.2017

Farklı Kültürlerde Renault: Kültürlerarası İletişim Bağlamında Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme

Serhat YETİMOVA[*]
İçten Duygu ÇALLI[**]

GİRİŞ

Dünyada otomobil üretimi kişisel ihtiyaç, tüketim ve reklam oranına bağlı olarak oldukça hızlı bir şekilde artmaktadır. Türkiye'de de bu artışın gündelik hayattaki karşılığı oldukça yakından görülebilmektedir; ancak küresel dünyada otomobillerin sürdürülebilir bir pazar payı elde edebilmeleri otomobil üretmekten daha önemli görünmektedir. Bunun yanı sıra kullanılan teknolojinin dünyada hemen hemen standart hale gelmiş olması, otomotiv sektörünün satış sonrası hizmet, finans ve tutundurma ayaklarında da en az teknoloji kadar etkin olmasına yol açmaktadır. Özellikle tutundurma faaliyetleri açısından düşünüldüğünde, küresel pazarın güçlü oyuncuları olan markalar kendilerini öne çıkaracak bir iletişim dili yaratmak durumundadırlar.

Renault; kırk yılı aşkın bir süredir faaliyet gösteren bir otomobil firması olmanın yanında hem Fransız kültürünün hem de modern yaşam düzeninin bir temsilcisi olarak dünyanın farklı ülkelerinde kendisine pazar arayışında olan bir markadır. Bun-

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü
[**] Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü

KAYNAKÇA

Aslan, M. (2018). Product Placement: Semiological Analysis of Turkish and Hollywood Films in 2016. *International Public Relations-Practices and Approaches* (Edt. M., U., Tuncer). Berlin: Peter Lang GmbH.

Aytekin, B., A. (2018). FeTeMM Yaklaşımının İşlerliğinin Artması Adına Görsel İletişim Tasarımı Yöntemlerinin Eğitim Sistemine Adapte Edilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1), 457-483.

Brand Finance (2018). The annual report on the world's most valuable brands. *Brandfinance*. http://brandfinance.com/images/upload/bf_global2018_500_website_locked_final_spread_03042018.pdf

Choi, S. M., Lee, W., N. & Kim, H., J. (2005). Lessons from the rich and famous: a cross-cultural comparison of celebrity endorsement in advertising, *Journal of Advertising*, 34, 85-98.

Conseil, J., M. (2015). Renault Espace: la pub avec Kevin Spacey. *www.youtube.com*. https://www.youtube.com/watch?v=WduZ5Cqzykg&t=1s Erişim Tarihi: 13.08.2018.

De Mooij, M. (2010). Global Marketing and Advertising – Understanding Cultural Paradoxes, (3rd Edition). California: SAGE Publications.

Groupe Renault (2015). La Marque Renault, 120 Ans D'évolution: Retour sur 120 ans d'emblèmes et d'identité de marque qui ont vu Renault évoluer avec son temps, https://group.renault.com/actualites/blog-renault/la-marque-renault-120-ans-devolution/ Erişim Tarihi: 09.08.2018.

Hofstede, G. (2000). Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, (2nd Edition). California: SAGE Publications.

İcil Tuncer, A. ve Tuncer, M., U. (2016). Eğlence reklamlarının viral uygulamaları ve Z kuşağı üzerinden bir değerlendirme, *TRT Akademi Dergisi*, 1(1), 210-229.

Jandt, F., E. (2013). An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community, (7. Edition). Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

Lorenzini (2009). Ink - Renault Megane Sportour. *www.youtube.com.* https://www.youtube.com/watch?v=afflO qoqU2w, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

Nakata, C. & İzberk B., E. (2009). Culture Theories in Global Marketing: A Literature Based Assessment. *Beyond Hofstede: Cultural Frameworks for Global Marketing and Management*, (Edit by: Cheryl Nakata). New York: Palgrave Macmillan.

Neuliep, J. W. (2015). Intercultural Communication – A Contextual Approach (6th Edition). California: SAGE Publications.

Paek, H. J., Yu, J. & Bae B. J. (2009). Is on-line health promotion culture – bound? Cultural characteristics manifested in US and South Korean antismoking web sites, *Journal of Advertising*, 38(1), 35-47.

Pineda, A., Santaolalla, V. H. & Hernandez, M. M. R. (2015). Individualism in Western advertising: A comparative study of Spanish and US newspaper advertisements, *European Journal of Communication*, 30(4), 437-453.

Renault (2018). Our Brands. *www.renault.com*. https://group.renault.com/en/our-company/our-brands/, Erişim Tarihi: 09.08.2018.

Renault France (2012). Twizy joue un Tour à Eiffel. *www.youtube.com*. https://www.youtube.com/watch?v= jxDZYhwjjgc, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

Renault France (2018). https://www.youtube.com/channel/UCvH YGBxKRD pvIxhXIiA2Ug, Erişim Tarihi: 13.08.2018

Renault India (2015) Passion For Life. *www.youtube.com*. https://www.youtube.com/watch?v=SmKqNv_Hl5A, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

Renault Türkiye (2018). Renault Grubu. *www.renault.com.tr.* https://www.renault.com.tr/renault kesfet/renault-grubu.html, Erişim Tarihi: 09.08.2018.

TV Spots (2013). Renault Sweden - For Growing Families. *www.youtube.com*. https://www.youtube.com/watch? v=KXvqdnVvdSw, Erişim Tarihi: 13.08.2018.

https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/, Erişim Tarihi: 01.02.2019.

Türkiye'de Koalisyonlar Döneminin Yeni Medyası Olarak TV Rekabeti (1970-1980)*

Menderes AKDAĞ**

GİRİŞ

Fotoğrafın icadı, sinemayı doğurur. Ses kaydının yapılabilmesi ise radyonun temeli sayılır. Sinema ve radyo çalışmalarının sonucu televizyonun icadına yol açar. Televizyon I. Dünya Savaşı sonrasında icat edilir. Ancak bu icat radyoya odaklanan hükümetler ve yayıncılar tarafından başlangıçta pek dikkate alınmaz. II. Dünya Savaşı koşullarında propaganda hayati rol taşıdığından hükümetler ve devletler yeni bir propaganda aleti denemekten ziyade var olan bir propaganda aracından maksimum düzeyde yararlanmaya odaklanırlar. II. Dünya Savaşı sonrasında ise TV yayıncılığı başlar. Henry Ford, 1914'te çalışma süresini 8 saate indirir. İşçilerine daha çok ücret öder. Yürüyen bant modeliyle üretimde el emeğini azaltmayı ve üretimi hızlandırmayı amaçlar. Fordist üretim modelinin hızla yayılması sonucunda Kapitalist ülkelerde işçilerin boş vakitlerini nasıl değerlendireceği sorunu ortaya çıkar. Bu boş vakitlerde işçilerin sosyalist veya komünist düşüncelere bulaşma riski oluşur. Tam böylesine bir ortamda televizyon bir eğlence aracı olarak ortaya çıkar. Özellikle işçilerin boş vakitlerini nasıl dolduracağı

---

* Bu makale, Menderes Akdağ'ın *Türkiye'de Koalisyonlar Döneminde Siyasi Algı ve Propaganda* adlı doktora çalışmasından üretilmiştir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo TV Sinema Bölümü

leri seçmenin davranışlarını ne şekilde etkilediğini ortaya çıkarmak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Şimdilik çalışmamızın sonucu olarak kısa sürede değişen televizyon içerikleri seçmen davranışlarını etkileyecek yeterli zamanı bulamamıştır denebilir. Sadece siyasilerin bu aracın gücünü fark ettiklerini kendi aralarında sıklıkla yaşadıkları tartışmalardan çıkartabiliriz.

KAYNAKÇA

Cerit, A. (2011, 14 Ocak). Ahmet Cerit ile kişisel görüşme.

Cerit, E. (2016, 28 Kasım). Emine Cerit ile kişisel görüşme.

Clay, L. (2017, 23 Şubat). £5.28 billion invested in TV advertising in UK in 2016. www.thinkbox.tv. https://www.thinkbox.tv/News-and-opinion/News-room/5-28-billion-pounds-invested-in-TV-advertising-in-2016 Erişim Tarihi: 02.11.2018

Kıratlıoğlu, E. (2016, 2 Temmuz). Esat Kıratlıoğlu ile kişisel görüşme.

Levy, M. (n.d.). United States presidential election of 1960. *www.britannica.com*. https://www.britannica.com/event/United-States-presidential-election-of-1960 Erişim Tarihi: 02.11.2018.

Levy, M. (n.d.). United States presidential election of 1964. *www.britannica.com*. https://www.britannica.com/event/United-States-presidential-election-of-1964 Erişim Tarihi: 29.01.2018.

Neziroğlu, İ., Yılmaz, T. (2015), *Koalisyon Hükümetleri, Koalisyon Protokolleri, Hükümet Programları, Genel Kurul Görüşmeleri,*(Cilt-1). Ankara: TBMM Yayınları.

Özsoy, N. (2015, 14 Kasım). Nesrin Özsoy kişisel görüşme.

Özsoy, O. (1998). *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma.* İstanbul: Alfa Yayınları

Öztürk, S. (2014), Siyasal İkna ve Seçim Müzikleri: Türkiye Üzerine Bir İnceleme. *İletişim ve Diplomasi Dergisi,* 200-220.

Postman, N. (2017). *Televizyon Öldüren Eğlence-Gösteri Çağında Kamusal Söylem.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Rhodes, R. (2003). *The Making Of The Atomic Bomb*. Newyork: Simon & Schuster Paperbacks.

TBMM (1977). V. Demirel Hükümeti Koalisyon Protokolü (AP - MSP - MHP). *www.tbmm.gov.tr.* https://www.tbmm.gov.tr/hukumetler/KP41.htm. Erişim Tarihi: 12.11.2017.

TBMM (1979). VI. Demirel Hükümeti Programı. *www.tbmm.gov.tr.* https://www.tbmm.gov.tr/hukumetler/HP43.htm, Erişim Tarihi: 12.11.2018.

TBMM (2015). Koalisyon Hükümetleri, Koalisyon Protokolleri, Hükümet Programları, Genel Kurul Görüşmeleri (Cilt 3). (Ed: İrfan Neziroğlu, Tuncer YILMAZ). Ankara: TBMM Basımevi.

Tokgöz, O. (1972). *Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri.* Ankara: Sevinç Matbaası.

Tokgöz, O. (2010). *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim.* İstanbul: İmge Kitabevi.

Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture,* USA: The Universty Chigago Press.

Topuz, H. (1977). *Televizyon, Radyo, Basın ve Afişle Seçim Savaşları.* İstanbul: Milliyet Yayınları.

Topuz, H. (1991). *Siyasal Reklamcılık.* İstanbul: Cem Yayınevi.

Toplumsal Gerçekçi Sinemada İdeolojik Söylem

Menderes AKDAĞ*

GİRİŞ

İnsanlık tarihi bir serüvendir. Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik gibi dönemler Tarih Öncesi olarak adlandırılır. Paleolitik Dönemde insan avcı ve toplayıcıdır. Buna bağlı olarak da göçebedir. Neolitik Dönemde ise insanların bir kısmının ilk kez ekip biçmeye başladığı görülür. Tarım devrimi olarak adlandırılan bu durum insanların yerleşik hayata geçmelerini sağlar. Mülkiyet kavramı ortaya çıkar. Toplumda sınıflar var olur. Maden Çağı'yla birlikte mülkiyetin korunmasıyla ve diğer güvenlik ihtiyaçlarına binaen güçlü devletler görülmeye başlar. Mülkiyete bağlı üst sınıfın yanında yönetici sınıf var olur (King ve Walter, 1965: 1-12). Eski Nil Vadisi'nde ve Mezopotamya'da ilk uygarlıklar görüldü. Anadolu ise medeniyetlerin ortaya çıktığı önemli yerlerden birisi oldu. Ege uygarlıkları ve Akdeniz çevresinde beliren medeniyetleri hatırlamak burada yararlı olur. Büyük İskender öncülüğünde kurulan Helen Uygarlığı, doğu ve batıyı ilk defa tek çatı altında birleştirmesi ve farklı kültürleri kaynaştırması bakımından önemlidir (Charles,1962: 2-10). Cumhuriyetten İmparatorluğa devinimi, uzun yaşaması, günümüzde halen etkisi görülen hukuk yapısı ile Roma İmparatorluğu tarihte önemli yer tutar (Çelebican, 2010: 30). İslam medeniyetinin

* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo TV Sinema Bölümü

KAYNAKÇA

Açan, F. (2015, 20 Aralık). Fettah Açan ile kişisel görüşme.

Ağababaoğlu, M. (2016, 2 Kasım). Muhterem Ağababaoğlu ile kişisel görüşme.

Ahmad, F. (1999). *Modern Türkiye'nin Oluşumu.* İstanbul: Kaynak Yayınları.

Akdağ, M. (2011). *Okuma Kitabı*. Aydın: Başkar Ofset.

Akdağ, M. (2016). *Deli Gönlüm*. Belgesel Film.

Akdağ, M. (2018). *Tüm Yönleriyle Siyasi Algı ve Propaganda.* Aydın: Başkar Ofset.

Akdağ, M. (Yönetmen). (2016). Kuyu [Belgesel Film]. Türkiye: Bağımsız Yapım.

Aksu, H (2015, 22 Kasım). Hüseyin Aksu ile kişisel görüşme.

Akyüz, A. (2018, 22 Ekim). Ali Akyüz ile kişisel görüşme.

Althusser, L. (1994), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Aral, F. (1995). Sola Yönelişin Öncülüğünü CHP'nin Üstlenmesini istiyordum. *Tarih ve Toplum Dergisi*, 24, 136-165.

Armaoğlu, F. (1998). *20. Yüzyıl Siyasi Tarihi, I. ve II. Ciltler.* Ankara: Alkım Yayınları.

Atatürk, K., M. (2006). *Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri*, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları.

Athearn, R., G. (1963). The Civil War, The American Heritage New Illustrated History Of The United States. Newyork: Dell Publishing.

Atıf, Y. (Yönetmen). (1966). *Ah Güzel İstanbul.* [Film]. Türkiye: Be-Ya Film & Lale Film.

Avcıoğlu, D. (2001). *Devrim ve Demokrasi Üzerine,* İstanbul: Tekin Yayınevi.

Bayrav, S (1999). *Dilbilimsel Edebiyat Eleştirisi*. İstanbul: Multilingual Yayınları.

Burçak, R., S. (1983). *Moskova Görüşmeleri ve Dış Politikamız Üzerindeki Tesirleri.* Ankara: Gazi Üniversitesi.

Cebesoy, A., F. (1955). *Moskova Hatıraları.* Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Cerit, E. (2016, 28 Kasım). Emine Cerit ile kişisel görüşme.

Cerit, E. (2016, 28 Kasım). Emine Cerit ile kişisel görüşme.

Charles, M. (1962). *Alexander The Great,* Newyork: Horizon Publishing.

Çelebican, Ö., K. (2010). *Roma Hukuku*, Ankara: Yetkin Yayınları.

Çetişli, İ. (2012). *Batı Edebiyatında Edebi Akımlar.* Ankara: Akçağ Yayınları.

Daver, B. (1969). *Siyaset Bilimine Giriş*, Ankara: Der Yayınları.

Davis, J., C. (2009). *Taş Devri'nden Bugüne Tarihimiz İnsanın Hikâyesi.* İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Ecevit, B. (1978). *Bu Düzen Değişmelidir*. İstanbul: Tekin Yayınevi.

Eibling, H., H. (1968). *Great Names in American History.* Dallas: Laid Brothers Publishing.

Engels F. (1971). *Ailenin, Özel Mülkiyetin ve Devletin Kökeni*. Ankara: Sol Yayınları.

Erdal, S. (2013), *Mütareke Yıllarında İstanbul'da Sosyalist ve Komünist Partiler ve Faaliyetleri (1918-1922*), (Yayınlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Erksan, M. (Yönetmen). (1968). Kuyu [Film]. Türkiye: Lale Film.

Ertan, T., F. (2011), *İsmet İnönü'nün Rusya Gezisi, Atatürk'ten Soğuk Savaş Dönemine Türk-Rus İlişkileri (14-15 Mayıs 2010 Ankara).* Ankara: ATAM.

Germen, S. (2015, 28 Kasım). Germen Sümer ile kişisel görüşme.

Gramsci, A. (1986). *Hapishane Defterleri.* İstanbul: Onur Yayınları.

Gürkan, i., M. (2015, 27 Aralık). Mustafa İlker Gürkan ile kişisel görüşme

Karpat, K., H. (2017). *Türk Demokrasi Tarihi*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Kıratlıoğlu, E. (2016, 2 Temmuz). Esat Kıratlıoğlu ile kişisel görüşme.

King, F., M. & Walter, L., B. (1965). *How Our Government Began*, Chicago: Benefic Press.

Köker, E. (1969). *Ortanın Solu Cumhuriyet Halk Partisi ve Türkiye.* Ankara: Tisa Matbaacılık.

Küçükcan, U. (2002). Franfurt Okulu ve Kitle Kültürü Çalışmaları, *Kurgu Dergisi*, 12.

Nowell, S., G. (1997). *History Of World Cinema,* London: Oxford Publishing.

Nur, R. (1993). *Dr. Rıza Nur'un Moskova- Sakarya Hatıraları.* İstanbul: Boğaziçi Yayınları.

Palabıyık, A. (2012). Marx'ın Sosyolojisinde Gözden Uzak Kalmış Bir Kavram: "İşbölümü", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 267-275.

Runes, D., D. (1955). *Treasury of Philosophy.* Newyork: Philosophical Library.

Storey, J. (1993). *Cultural Theory and Popular Culture*, Harvester Wheatheaf, Hertfordshire.

Suçkov, B. (2009). *Gerçekçiliğin Tarihi* (Çev. Aziz Çalışlar). İstanbul: Doruk Yayınları.

Şahinci, H. (2016, 19 Aralık). Hürrem Şahinci ile yapılan kişisel görüşme.

TBMM (1985). Gizli Celse Zabıtları (cilt: 1). Ankara: İş Bankası Kültür Yayınları

Tellal, E. (2000). *Uluslararası ve Bölgesel Gelişmeler Çerçevesinde SSCB-Türkiye İlişkileri 1953-1964.* Ankara: Mülkiyeliler Vakfı Yayınları.

Toker, M. (1992). *İnönü'nün Son Başbakanlığı (1961-1965).* Ankara: Bilgi Yayınevi.

Tunaya, T., Z. (1980). *Siyasal Kurumlar ve Anayasa Hukuku*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.

Turan, K. (1999). *Milletlerarası Sendikal Hareketler*, Ankara: Türk Metal Sendikası Yayınları.

Ünal, S. (2016). *1960 Dönemi Türk Sinemasında İşçi Sınıfının Temsili ve İşçi Sınıfı Filmi Örneği Olarak "Karanlıkta Uyananlar"* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yetkin, S., K. (1967). *Edebiyatta Akımlar.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yıldız, K. (n.d.). Sinemada Su Mülkiyeti Susuz Yaz. *www.zdergisi.istanbul.* https://www.zdergisi.istanbul/makale/sinemada-su-mulkiyeti-susuz-yaz-156 Erişim Tarihi: 17.12.2018).

Yılmaz, A. (2006). Atıf Yılmaz ile Söyleşi. Görüntü Dergisi, 5.

Zencirci, A. (2016, 22 Ekim). Ahmet Zencirci ile yapılan kişisel görüşme.

Siyaset ve Sinema İlişkisinde Terörizm: Hollywood Sinemasında İslamofobi Yansımaları

Mustafa ASLAN*

GİRİŞ

Gündelik hayatta kendisine lazım olacak her türden bilgiyi kitle iletişim araçlarından (radyo, tv, gazete, sosyal medya, sinema) alan birey, politik tercihlerini şekillendiren siyasal gündeme ilişkin bilgiyi de yine kitle iletişim araçlarından elde etmektedir. İnsan siyasal gündeme ilişkin edindiği bilgiler sayesinde; sevinç/üzüntü, mutluluk/koku, rahatlık/gerilim, emin olma/endişe duyma gibi değişik bir takım duygu durumuna bürünmektedir. Her ne kadar kitle iletişim araçları gündelik hayatta haber alma ve eğlence amaçlı kullanılsa da, bu araçların birey ve toplum üzerinde korku ve endişe hissinin oluşmasında ve bu hissin yayılmasında etkin rol oynadıkları bilinmektedir. Yirminci yüzyılın başlarından itibaren etkilerinden söz edilen terörün yaygınlaşmasında kitle iletişim araçlarının büyük bir etkisi olmuştur.

Avrupa ve Amerika'da her geçen gün artarak devam eden İslam karşıtı düşüncenin kökleri Rönesans ve aydınlanma çağına kadar dayanır. Batı, kilise ve ruhban sınıfına karşı politik bir duruş sonucu Rönesans'ı ve aydınlanma çağını bir başarı olarak niteler. Gündelik hayatı dizayn ederken dinin temel kurallarını

* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü

ilgili yürüttüğü olumsuz algı oluşturma yönündeki çabasını meşru bir zemine oturtmaktadır.

Hollywood sineması özelinde ele alınan dört film; 11 Eylül saldırısı öncesi ve sonrası İslamofobi algısında bir değişikliğin olup olmadığına bakılmıştır. Çalışma kapsamında ele alınan *Kuşatma*, *Vur Emri*, *Operasyon: Argo* ve *Müslümanların Masumiyeti* filmleri üzerinden, İslamofobinin yeniden üretiminde Hollywood sinemasının rolü çözümlenmiştir. Amerika terörizme karşı geliştirdiği argümanları dünyaya sineması aracılığıyla yaymaktadır. İyi olanın kötü olanla mücadelesinin terörizm üzerinden aktarıldığı filmler, İslam dinini ve bu dine inanan Müslümanları terörizm ile ilişkilendirerek sunmaktadır. 11 Eylül saldırısından sonra sinema, İslamofobinin yeni üretim alanını olarak etkili bir şekilde kullanılmaktadır. Yürütülen faaliyetlerin planlı ve sistematik olduğunun kavranması; etik ve ahlaki problemleri beraberinde getiren tüm bu ideolojik yapıların çözüme kavuşturulması, İslam dinine karşı günümüze değin yaratılmaya çalışılan önyargının yıkılması açısından son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

Aljazeera. (2019, Ocak 29). *Aljazeera*. From http://www.aljazeera.com.tr: http://www.aljazeera.com.tr/haber/muslumanlarin-film-isyani

Allen, C., & Nielsen, J. S. (2002). *Summary Report on İslamophobia in the EU after 11 September 2001.* European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia. Viyana: Centre for the Study of Islam and Christian-Muslim Relations Department of Theology The University of Birmingham.

Arabacı, C. (2004). Basın ve Siyaset Üzerine. In M. Işık (Ed.), *Medyada Yeni Yaklaşımlar* (pp. 105-128). Konya: Eğitim Yayınları.

Corm, G. (2008). *21. Yüzyılda Din Sorunu Jeopolitik ve Postmodernitenin Krizi.* (Ş. Sönmez, Trans.) İzmir: İletişim Yayınları.

Çalışır, G. (2014). Siyaset ve İletişim Bağlamında Kitle İletişim Araçları Üzerine Bir Değerlendirme. In M. Tosun, & N. Yılmaz (Eds.), *Siyaset Bilimi ve Disiplinlerarası İlişki* (pp. 221-257). İstanbul: Değişim Yayınları.

Davutoğlu, A. (2001). *Stratejik Derinlik.* Küre Yayınları.

Delibaş, K. (2004). İslami Fundamentalizmden İslam Fobisine: Batı Dünyasında Gelişmekte Olan İslamophobia Yeni Bir Eşitsizlik Kaynağı Olarak Görülebilir mi? *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 9*(2), pp. 1-41.

Ekinci, B. T. (2014). Argo Filmi Bağlamında Hollywood Sinemasında Söylem ve Yeni Oryantalizm. *Atatürk İletişim Dergisi*(6), pp. 51-66.

Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(23), pp. 1-26.

Giddens, A. (2012). *Sosyoloji.* (C. Güzel, Ed.) İstanbul: Kırmızı Yayınları .

Gölcü, A., & Aydın Varol, F. B. (2018). Yükselen Bir Trend Olarak İslamofobi Endüstrisi: Amerikan Medyasına Yönelik Araştırmaların Bir Panaroması. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 73-88.

Işıkman, N. (2009). Amerikan Sinemasının İdeolojik Yapısı Bağlamında Arap Temsili. . *Marmara İletişim Dergisi, 14*(14), 175-191.

Johnston, C. (2008). Karşı-Sinema Olarak Kadınların Sineması. In C. (.-S. Johnston, B. Bakır, Ü. Yörükhan, & S. Saliji (Eds.), *Sinema İdeoloji Politika Sinemasal Yayınlar 1* (E. Yılmaz, Trans., pp. 281-281). Ankara: Orienf Yayıncılık.

Kahraman, A. (2011). İslamofobiyi Besleyen Unsurlardan Biri Olarak "İslam Şeriatı" Algısı. In O. Alacahan, & B. Duman (Ed.), *İslamafobi Kolektif Bir Korkunun Anatomisi*, (pp. 189-201). Sivas.

Kellner, D. (2013). *Sinema Savaşları Bush-Cheney Döneminde Hollywood Sineması ve Siyaset.* (G. Koca, Trans.) İstanbul: Metis Yayıncılık.

Küçükcan, T. (2010). Terörün Sosyolojisi: Toplumsal Kökenleri Anlama İmkânı. *Uluslararası İlişkiler, 6*(24), 33-54.

Lean, N. (2015). *İslamofobi Endüstrisi.* Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı (DİB)Yayınları.

Okumuş, E. (2017). İslamofobik Oyunda Müslümanlar. In A. T. Kaygın, & C. Aydın (Eds.), *Bartın Üniversitesi Uluslararası İslamofobi ve Terör Sempozyumu, 01-02 Aralık 2016* (pp. 21-47). Bartın: Bartın Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Yayınları.

Öksüz, O. (2007). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Basın-Siyaset Etkileşiminin Etik Açıdan Değerlendirilmesi: "Kıbrıs Müzakerelerinin Hürriyet Gazetesinde Sunumu". *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5*(1), 66-81.

Ryan, M., & Kellner, D. (2010). *Politik Kamera Çağdaş HolIywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası* (2. ed.). (M. &. Ryan, Ed., & E. Özsayar, Trans.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Samur, H. (2017). Avrupa'nın Önyargılarının ve Çelişkilerinin Bir Sonucu Olarak İslamofobi. *Yönetim Bilimleri Dergisi, 15*(29), 147-173.

Star. (2019, Ocak 29). From www.star.com.tr: https://www.star.com.tr/dunya/muslumanlarin-masumiyeti-filminin-yapimcisi-provokasyonu-itiraf-etti-haber-688368/

Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Timeturk. (2019, Ocak 29). From www.timeturk.com: https://www.timeturk.com/tr/2012/09/13/hisst-turkiye-deki-muslumanlar-uyuyor.html

Wollen, P. (2004). *Sinemada Göstergeler ve Anlam* (2. ed.). (Z. Aracagök, & B. Doğan, Trans.) İstanbul: Metis Yayıncılık.

Yılmaz, E. (2008). Sinema ve İdeoloji İlişkileri Üzerine. In B. Bakır, U. Yörükhan, & S. Saliji (Eds.), *Sinema, İdeoloji, Politika; Sinemasal Yakılar 1* (pp. 63-85). Ankara.

Zizek, S. (2011). Sunuş Toplumsalın Kalbindeki Film. In C. B. Bülent Diken (Ed.), *Filmlerle Sosyoloji* (S. Ertekin, Trans., 2. ed., pp. 11-15). İstanbul: Metis Yayınları.

Pippa Bacca Olayının Sinemasal Eleştirisinde Kültürel Farklılıklar: La Mariée (Fransa) ve Pippa'ya Mektubum (Türkiye) Adlı Belgeseller Üzerine Bir İnceleme

Serhat YETİMOVA*

GİRİŞ

İtalya'nın Milano kentinden dünya barışı için Tel Aviv'e gitmek üzere 8 Mart'ta yola çıkan 33 yaşındaki 'Pippa Bacca' adıyla tanınan İtalyan sanatçı Giuseppina Pasqualino di Marineo, 31 Mart günü Kocaeli'nin Gebze ilçesinde kendisine tecavüz edilip öldürülmüş şekilde bulundu. Giuseppina Pasqualino di Marineo, sanatçı arkadaşı Silvia Moro ile 8 Mart günü Milano'dan yola çıkıp Slovenya, Hırvatistan, Bosna Hersek, Sırbistan ve Bulgaristan üzerinden hiç bir sorunla karşılaşmadan Türkiye'ye geldi. Sonrasında İstanbul'da arkadaşından ayrılan Giuseppina Pasqualino di Marineo, 31 Mart günü Kocaeli'nin Gebze İlçesi'ne geldi ve İtalya'daki yakınlarıyla yaptığı telefon görüşmesinin ardından kayboldu ve bir süre sonra da ölü olarak bulundu (Bağdiken, 2008). Olay Türkiye ve İtalya'nın yanı sıra tüm dünyada büyük tepki çekti. Konunun basın ve akademik tarafta yer aldığı tartışmanın çok farklı söylemler ürettiği görülmektedir.

Pippa'ya göre savaşların hâkim olduğu bu dünyada savaşlar bir güvensizlik üretmektedir ve bu durumun ortadan kalkması için de farkındalık geliştirilmelidir. Fakat Pippa'nın barışa dair

* Dr. Öğr. Üyesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

rin içinden geldikleri kültürden de kaynaklanabilir. En nihayetinde Bingöl Elmas içinde yetiştiği toplumun değerlerini belgeseline yansıtmışken Joël Curtz'un da benzer şekilde kendi ikliminin değerlerini belgeselinde ön plana çıkarmış olduğu görülmektedir. Konu Pippa olsa da tartışma, hem ülkelerin hem de bireylerin içinde bulunduğu sosyo-kültürel bağlamlarda tartışılmıştır. Bu bakımdan Türkiye'deki tartışma ile Fransa'daki tartışma küreselleştiği ve dolayısıyla tek tipleştiği varsayılan dünyada bir yanılsamaya işaret etmektedir. Yolculuk evrensel olsa da yolculuğun etkileri yerel kodlar barındırır niteliktedir ve bu yolculuk da her iki toplumun içinde bulunduğu sosyo-ekonomik, kültürel ve politik hareketlerinin paralelinde tartışılmıştır.

KAYNAKÇA

Antmen, A. (2010). *From a Pile of Candies to a Thousand Cranes: Art Works of a Gift Economy*, Parallax, 16(1), 28-35. DOI: 10.1080/13534640903478718

Arslan, H. (2019). Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kapsamında Çocuğa ve Kadına Yönelik Olarak Önerilen Özel Haber Dili. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6 (1), 111-136.

Aslan, M. (2019). *Sinemada Kadın: Başka Dilde Aşk Filmi Üzerine Bir İnceleme*. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 12(1), 199-215.

Asmin Film (2010). *Evcilik Filmi Hakkında*. http://www.asminfilm.com/Film-detay.aspx?cid=4 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Asmin Film (2010). *Bir Avuç Toprak - Belgesel Dizisi - 13 Bölüm.* http://www.asminfilm.com/Film-detay2.aspx?cid=27 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Asmin Film (2010). *TransAsya*. http://www.asminfilm.com/Film-detay.aspx?cid=3. Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Asmin Film (2010). *Ağustos Karıncasına Dair*. http://www.asminfilm.com/UserFiles/Bulten/10_02_2010_1523_AgsKr_2500.jpg Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Asmin Film (2010). *Korku İnsanı Eksilten, Karartan Bir Duygu*. http://www.asminfilm.com/Basin-detay.aspx?cid=37 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Aydoğdu, B., İstemil, H., Ayaz, E. (2008). *Barış Gelini'ne tecavüz etti, boğdu, çalılara attı! gazetevatan*. http://www.gazetevatan.com/baris-gelini-ne-tecavuz-etti--bogdu--calilara-atti--172605-gundem/ Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Aytekin, P. (2018). Yerli Dizilerde Kadın Kimliğinin Temsili Üzerine Bir Örnek; "Yaprak Dökümü" Dizisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 447-463. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.371332

Bağdiken, M. (2008). Pippa Bacca'nın katilinin ifadesi tüyleri diken diken etti... *Milliyet*. http://www.milliyet.com.tr/pippa-bacca-nin-katilinin-ifadesi-tuyleri-diken-diken-etti----gundem-516495/ Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Baykam, Bedri (2008). *Barışın Gelini Pippa'yı Anarken. Cumhuriyet*. http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/16028/Barisin_Gelini_Pippa__8217_yi_Anarken.._.html Erişim Tarihi: 11.10.2018.

BBC (2008). World peace' hitcher is murdered. *Bbc*. http:// news.bbc.co.uk/2/hi/europe/7344381.stm Erişim Tarihi: 16.10.2018.

BSB (2019). *Komşu Komşu Huu*. http://bsb.org.tr/uyelerden/komsu-komsu-huu-bingol-elmas Erişim Tarihi: 15.12.2018.

Berkbayrak, E. (2008). Korkunç bir alın yazısı. *Milliyet*. http://www.milliyet.com.tr/-korkunc-bir-alin-yazisi--gundem-516656/ Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Curtz, J. (2019). *CV*. http://www.joelcurtz.com/en/cv Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Elmas, B. (2019). *Bingöl Elmas'ın Biyografisi. Kameraarkası*. http://www.kameraarkasi.org/yonetmenler/bingolelmas.html Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Elmas, B. (2013). Ağustos Karıncası. *Youtube*. https://www.youtube.com/watch?v=x7Q61Gr-8-8 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Elmas. B. (2010). *Evlilik miydi, insanlar bana eziyet etmek için sıraya mı girmişti, yoksa başka bir şey miydi, ben hâlâ adını koyamadım" diyor 12 yaşında evlenen F. "Evcilik" isimli belgeselin tanıtımında*. http://www.asminfilm.com/Basin-detay.aspx?cid=51 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Jeanluclagardere (2019). *Auteur de documentaire: Joël Curtz*. https://www.fondation-jeanluclagardere.com/bourses/etre-laureat/auteur-de-documentaire/joel_curtz Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Imdb (2016). *What Tears Us Apart*. https://www.imdb.com/title/tt6022096/?ref_=nm_flmg_wr_1 Erişim Tarihi: 17.02.2019.

İnal, T. (2017) *The (re)production of a rape culture through film: Turkish cinema's love affair with rape*, Continuum, 31(6), 802-819, DOI: 10.1080/10304312.2017.1287259.

Kıllıoğlu, İsmail (2008). *Vahşetin resmi*. https://www.milligazete.com.tr/makale/867357/ismail-killioglu/vahsetin-resmi Erişim Tarihi: 16.10.2018.

King, L. (2008). *A Plea for Peace in White goes Dark*. http://articles.latimes.com/2008/may/31/world/fg-pippa31 Erişim Tarihi: 11.10.2018.

L'Obs (2008). *Turquie: partie promouvoir la paix, elle est retrouvée morte, violée.* https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-rue89-culture/20080412.RUE3840/turquie-partie-promouvoir-la-paix-elle-est-retrouvee-morte-violee.html Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Lefresnoy (2013). *Artiste étudiant Joel Curtz. Lefresnoy*. https://www.lefresnoy.net/fr/Ecole/etudiant/99/joel-curtz Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Le Monde (2008). Viol et Meurtre de Pippa Bacca. *Bosphore.* http://bosphore.blog.lemonde.fr/2008/04/17/viol-et-meurtre-de-pippa-bacca-%E2%80%A6-et-de-toutes-les-autres/ Erişim Tarihi: 16.10.2012.

Liri, A. (2013). Interview de Joël Curtz, réalisateur du film « La Mariée . *Sensoprojekt*. https://sensoprojekt.com/2013/01/24/interview-de-joel-curtz-realisateur-du-film-la-mariee/ Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Saybasili, N. (2012). *Mapping the fantasmagoria: 'Wedding topographies' of Turkey*, Journal of Visual Art Practice, 10(2), 165-181.

Observatoire de la Diversité Culturelle (2018). Ciné-conférence #Birmanie avec Joël Curtz. *Youtube*. https://www.youtube.com/watch?v=rRYtNJVbAJU. Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Özcan, E. (2009). Bingöl Elmas, Pippa Bacca'nın Yarım Kalan Yolculuğunu Tamamlıyor. *Bianet*. http://bianet.org/bianet/toplumsal-cinsiyet/113752-bingol-elmas-pippa-baccanin-yarim-kalan-yolculugunu-tamamliyor Erişim Tarihi: 17.02.2019.

Paschalidou, N. M. (2013) Kısmet. *Anemon*. http://www.anemon.gr/films/film-detail/kismet Erişim Tarihi: 19.02.2017.

Povoledo, E. (2008). Performance Artist Killed on Peace Trip Is Mourned. *Nytimes*. http://theater.nytimes.com/2008/04/19/theater/19peac.html?_r-=1&adxnnl=1&pagewanted=all&adxnnlx=1354658626-Dc9DF4vvfZ3MRMz4B7gO9Q Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Sazak, D. (2008). İtalyan gelin. *Milliyet*. http://www.milliyet.com.tr/-/derya-sazak/siyaset/siyasetyazardetay/13.04.2008/516422/default.htm Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Türker, M. (2013). Pippa Bacca Tekrar İstanbul'daydı. *Bianet.* http://bianet.org/biamag/sanat/147803-pippa-bacca-tekrar-istanbul-daydi Erişim Tarihi: 11.10.2018.

Vatan (2008). *İtalyan basınında `Barış gelini' trajedisi. gazetevatan*. http://www.gazetevatan.com/italyan-basininda--baris-gelini--trajedisi-172776-gundem/ Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Wikizero (2019) Joël Curtz. *Wikizero*. http://www.wikizero.biz/index.php?q-=aHR0cHM6Ly9mci53aWtpcGVkaWEub3JnL3dpa2kvSm_Dq2xfQ3VydHo Erişim Tarihi : 17.02.2019.

Watkins, P. (1974). Edvard Munch summarized by Jhailey. *Imdb*. https://www.imdb.com/title/tt0074462/?ref_=fn_al_tt_1 Erişim Tarihi : 17.02.2019.

Yılmaz, M. (2008). *Mehmet Yilmaz: "peace walk" of Pippa, "freedom walk" of Turkish women*. http://www.hurriyet.com.tr/english/turkey/8704696.asp?gid=-231&sz=40036 Erişim Tarihi: 16.10.2018.

Zerenler, D. (2005). *Antigone'nin İki Farklı Yorumu*. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 18, 263-272. http://dergipark.gov.tr/sutad/issue/26305/277246.

BASIN VE TOPLUMSAL TARİH

BİR TÜRKİYE HİKÂYESİ

Abdulkadir GÖLCÜ

LİTERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

Adaklı, Gülseren (2006). **Türkiye'de Medya Endüstrisi,** Ankara: Ütopya Yayınevi.

Adıvar, Halide Edip (1987). **Türkün Ateşle İmtihanı: Kurtuluş Savaşı Anıları,** İstanbul: Atlas Kitabevi Yayınları.

Ağaoğlu, Ahmet (1980). **Serbest Fırka Hatıraları,** İstanbul: Nebioğlu Yayınevi.

Ağaoğlu, Samet (1972). **Demokrat Parti'nin Doğuş ve Yükseliş Sebepleri,** İstanbul: Baha Matbaası.

Ahmad, Feroz (1996). **Demokrasi Sürecinde Türkiye,** (Çeviren: Ahmet Fethi), İstanbul: Hil Yayınları.

Ahmad, Feroz (1999). **Modern Türkiye'nin Oluşumu,** (Çeviren: Sedat Cem Karadeli), İstanbul: Kaynak Yayınları.

Ahmad, Feroz (2008). **Bir Kimlik Peşinde Türkiye,** (Çeviren: Sedat Cem Karadeli), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Akandere, Osman (1998). **Milli Şef Dönemi: Çok-partili Hayata Geçişte Rol Oynayan İç ve Dış Tesirler (1938-194),** İstanbul: İz Yayıncılık.

Akandere, Osman (2004). "Atatürk'ün İzmit Basın Toplantısı (16-17 Ocak 1923) ve Bu Toplantıda Verilen Önemli Mesajlar", (Editör: Komisyon), **Cumhuriyetin 80. Yılına Armağan,** Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, ss. 1-27.

Akbulut, Uğur (2013). "Osmanlı Basın Tarihine Bir Katkı: Gazetelerin Yayınlanma Amaçları Üzerine (1831-1876)", **Turkish Studies**, Volume 8/5, ss. 31-57.

Akgüç, Öztin (1991). **Politikada Gerçeği Arayış,** İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Akşin, Sina (1980). **100 Soruda Jön Türkler ve İttihat ve Terakki**, İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Akşin, Sina (1994). **Şeriatçı Bir Ayaklanma: 31 Mart Olayı,** Ankara: İmge Kitabevi.

Akşin, Sina (2003). "Demokrat Parti Dönemi", (Editör: Sina Akşin), **Yakınçağ Türkiye Tarihi Cilt I,** İstanbul: Milliyet Kitaplığı, ss. 215-223.

Akşin, Sina (2007). **Kısa Türkiye Tarihi,** İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Akşin, Sina (2009). **Jön Türkler ve İttihat ve Terakki,** Ankara: İmge Yayınevi.

Aktar, Yücel (1999). **İkinci Meşrutiyet Döneminde Öğrenci Olayları (1908-1918),** Ankara: Gündoğan Yayınları.

Alemdar, Korkmaz (1980). **İstanbul: Türkiye'de Yayınlanan Fransızca Bir Gazetenin Tarihi,** Ankara: Ongun Kardeşler Matbaacılık.

Alemdar, Korkmaz (1999). "Osmanlı Basınına Genel Bakış", **Osmanlı Basın Hayatı Sempozyumu Kitabı,** Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 1-7.

Alemdar, Korkmaz (2009a). "Türkiye'de Tek Parti Yıllarının İletişim Politikaları: 1920-1950, (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün Bugün Yarın,** Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss. 10-18.

Alemdar, Korkmaz (2009b). "Demokrat Parti ve Basın", (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün Bugün Yarın,** Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss.158-161.

Alkan, Necmettin (2011). **Selanik İstanbul'a Karşı,** İstanbul: Timaş Yayınları.

Alpaslan, Teoman (2013). **31 Mart Ayaklanması: Yüz Yılda Ne Değişti,** İstanbul: Kamer Yayınları.

Alver, Füsun (2011). **Gazetecilik Bilimi ve Kuramları,** İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Apak, Suudi ve Aytaç, Ayhan (2009) **Küresel Krizler,** İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Arabacı, Caner (2011). "İttihat ve Terakki Basını", (Editör: Hakan Aydın), **İkinci Meşruiyet Devrinde Basın ve Siyaset,** Konya: Palet Yayınları, ss. 73-172.

Arcayürek, Cüneyt (1986). **12 Eylül'e Doğru Koşar Adım,** Ankara: Bilgi Yayınları.

Arcayürek, Cüneyt (1992). **Çankaya'ya Giden Yol 1971-1973,** Ankara: Bilgi Yayınları.

Artvinli Fatih (2011). "Georg G. Iggers: Bilimsel Nesnellikten Postmodernizme Yirminci Yüzyılda Tarih Yazımı", **The History School**, September-December, Number XI, ss: 141-145.

Ataklı, Can (1997). "Basın-Siyaset İlişkilerinde Yozlaşma", **Yeni Türkiye Siyasette Yozlaşma Özel Sayısı II**, Sayı 14, ss. 1248-1254.

Atılgan, Semra (1995). "Türk Basınında Promosyon Çıkmazı", **Marmara İletişim Dergisi,** Sayı 9, ss. 141-148.

Avşar, Abdulhamit (1998). **Bir Partinin Kapanmasında Basının Rolü; Serbest Cumhuriyet Fırkası,** İstanbul: Kitabevi.

Aziz, Aysel (1999). **Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı,** Ankara: TRT Yayınları.

Bağce, Emre (2016). "Milli Şef Döneminde İktidar-Basın İlişkisi", (Der., Tolga Yazıcı), **Medya ve Siyaset 2: 1923-1946 Tek Partili Dönem,** Kocaeli: Volga Yayınları, ss. 87-126).

Bayramoğlu, Ali (2001). **28 Şubat: Bir Müdahalenin Güncesi,** İstanbul: Birey Yayınları.

Belge, Murat (2012). **Militarist Modernleşme,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Berktay, Fatmagül (2006). **Tarihin Cinsiyeti**, İstanbul: Metis Yayınları.

Berktay, Halil (2010). **Yaşadığımız Şu Korkunç Otuz Yıl: 1978-2008,** İstanbul: Kitap Yayınevi.

Beyatlı, Yahya Kemal (1976). **Çocukluğum, Gençliğim, Siyasi ve Edebi Hatıralarım,** İstanbul: İstanbul Fetih Cemiyeti.

Birand, Mehmet Ali & Yıldız, Reyhan (2012). **Son Darbe 28 Şubat,** İstanbul: Doğan Kitapçılık.

Birand, Mehmet Ali ve vd., (1994). **12 Mart: İhtilalin Pençesinde Demokrasi,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Birinci, Ali (2001). **Tarih Yolunda Yakın Mazinin Siyasi ve Fikri Ahvali**, İstanbul: Dergah Yayınları.

Bostancı, Naci (1990). **Kadrocular ve Sosyo-Ekonomik Görüşleri,** Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Bostancı, Naci (1998). **Siyaset, Medya ve Ötesi,** Ankara: Vadi yayınları.

Bostancı, Naci (2012). "Tarihi Arka Planıyla Birlikte 28 Şubat", (Editör: Abdurrahman Babacan), **28 Şubat: Bin Yılın Sonu Cilt III,** İstanbul: Pınar Yayınları, ss. 77-90.

Bozarslan, Hamit (2015). **İmparatorluktan Günümüze Türkiye Tarihi**, İstanbul: İletişim Yayınları.

Bölme, Selin Muzaffer (2012). "Soğuk Savaş'ta NATO-ABD-Türkiye Üçgeninde Askeri Üsler: Süreklilik ve Değişim", **Uluslararası İlişkiler**, Cilt 9, Sayı 34, ss. 51-71.

Bulut, Sedef (2009). "27 Mayıs 1960'tan Günümüze Paylaşılamayan Demokrat Parti Irası", **Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,** Sayı: 19, ss. 73-90.

Burak, Durdu Mehmet (2003). "Osmanlı Devleti'nde Jön Türk Hareketinin Başlaması Ve Etkileri", **Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi**, Cilt 14 (14), ss. 291-318.

Burçak, Rıfkı Salim (1988). **Türkiye'de Askeri Müdahalelerin Düşündükleri,** Ankara: Gazi Üniversitesi Matbaası.

Carr, Edward Hallett (2002). **Tarih Nedir**, (Çev: Misket Gizem Gürtürk), İstanbul: İletişim Yayınları.

Cem, İsmail (2007). "Akdeniz'de Faşizmin Ayak Sesleri". (Editör: Levent Cinemre), **Tarih Açısından 12 Mart Nedenleri, Yapısı, Sonuçları,** İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Cemal, Hasan (2000). **Özal'ın Hikâyesi,** İstanbul: Doğan Kitapçılık.

Cemal, Hasan (2010). **Türkiye'nin Asker Sorunu,** İstanbul: Doğan Kitapçılık.

Cizre-Sakallıoğlu, Ümit (1993). **AP-Ordu İlişkileri Bir İkilemin Anatomisi,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Coşar, Ömer Sami (1967). **Milli Mücadele Basını,** İstanbul: Özkan Matbaacılık.

Crowley, David & Heyer, Paul (2014). **İletişim Tarihi: Teknoloji-Kültür-Toplum**, (Çeviren: Berkay Ersöz), Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Çakır, Hamza (2002). **Osmanlı'da Basın İktidar İlişkileri,** Ankara: Siyasal Kitabevi.

Çakır, Hamza ve Aydın, Hakan (2011). "İkinci Meşrutiyet Dönemi Basın Sansürü", (Editör: Hakan Aydın), **İkinci Meşruiyet Devrinde Basın ve Siyaset,** Konya: Palet Yayınları, ss. 237-260.

Çakır, Ruşen (1994). **Ne Şeriat Ne Demokrasi: Refah Partisini Anlamak,** İstanbul: Metis Yayınları.

Çakır, Ruşen (2003). "İslami Medya"nın Bağımsızlaşma ve Diğerlerine Benzeme Süreci", (Editör: Lütfi Doğan Tılıç), **Türkiye'de Gazetecilik,** Ankara: ÇGD Yayınları, ss. 282-291.

Çakır, Ruşen (2014). **Ayet ve Slogan,** İstanbul: Metis Yayınları.

Çavdar, Tevfik (1999). **Türkiye'nin Demokrasi Tarihi 1839-1950,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Çavdar, Tevfik (2000). **Türkiye'nin Demokrasi Tarihi 1950-1995,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Çavdar, Tevfik (2007). **İz Bırakan Gazeteler ve Gazeteciler,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Çelik, Uğur (2011). "1938- 1945 Millî Şef Dönemi", **Genç Düşünce**, 2 (1), ss. 206-258.

Çetinkaya, Y. Doğan, (2004). **1908 Osmanlı Boykotu: Bir Toplumsal Hareketin Analizi,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Danışman, Ahmet (1982). **Basın Özgürlüğünün Sağlanması Önlemleri (Devletin Basın Karşısındaki Aktif Tutumu)**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.

Demir, Kenan (2014). "Osmanlı'da Basının Doğuşu ve Gazeteler", **Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** Sayı 5, ss: 57-88.

Demir, Vedat (2007). **Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi,** İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Demirel, Ahmet (1995). **Birinci Mecliste Muhalefet: İkinci Grup,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Demirkürek, İlkay (2011). "1980 Sonrası Değişim Işığında Kadın ve Liderlik Olgusu: Tansu Çiller Örneği", **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.**

Demirtaş, Barış (2007). "Jön Türkler Bağlamında Osmanlı'da Batılılaşma Hareketleri", **Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl 8 (1), ss: 389-402.

Demokrat Parti Tüzüğü, (1953). Ankara: Doğuş Matbaası.

Doğan, Mehmet (2013). **Türkiye Cumhuriyeti Tarihine Giriş,** Ankara: Yazar Yayınları.

Doğan, Yalçın (1985). **Dar Sokakta Siyaset (1980-1983),** İstanbul: Tekin Yayınevi.

Doğaner, Yasemin (2012). "Hürriyet ve Modernleşme Enstrümanı Olarak Osmanlı'da Basın", **Edebiyat Fakültesi Dergisi,** Cilt 29 (1), ss. 109-121.

Dokuyan, Sabit (2013). 1945-1950 **Yılları Arasında Türkiye (Eğitim, Sosyo-Kültürel Yapı, Ekonomi, Din, Askeri Yapı ve Basın),** İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Duman, Haluk Hanın (2014). "Cumhuriyet Dönemi (1980 Öncesi)", (Editör: Haluk Hanın Duman ve Seçil Banar), **Basın Tarihi,** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Dursun, Davut (2000). **Demokrasi Krizlerinde Basın ve Aydınlar,** İstanbul: İşaret Yayınları.

Düzdağ, Ertuğrul (2011). "Volkan: 1908-1909 Yıllarında Yayınlanan Dini, Siyasi Günlük Gazete", (Editör: Hakan Aydın), **İkinci Meşruiyet Devrinde Basın ve Siyaset,** Konya: Palet Yayınları, ss. 211-220.

Ekzen, Nazif (1999). "Medya ve Ekonomi: Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma-Toplulaşma-Tekelleşme Yapısı", (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Medya ve Demokratik Kurumlar,** İstanbul: Afa Yayınları.

Ekzen, Nazif (2009). "Medya Ekonomisinin Yapılanması ve Maddi Temelleri (1980-2000), (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün Bugün Yarın,** Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss. 273-295.

Emiroğlu, Kudret (1999). **Anadolu'da Devrim Günleri: II. Meşrutiyetin İlanı,** Ankara: İmge Kitabevi.

Eraslan, Cezmi (2002). "Atatürk'ten Sonra Türkiye'nin İç Politikası", (Editör: Durmuş Yalçın, vd.) **Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Cilt II,** Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, ss. 519-644.

Ercilsin, Yahya (2016). "1980-1983 Yılları Arasında Türkiye'de Sosyal ve Kültürel Hayat", **Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**.

Erdoğan, İrfan ve Kartarı, Asker (1999). "Kültür, ideoloji ve Osmanlı Basını", **Osmanlı Basın Hayatı Sempozyumu Kitabı,** Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 69-81.

Erdoğan, Mustafa (1997). **Rejim Sorunu,** Ankara: Vadi Yayınları.

Erdoğan, Mustafa (1999). **28 Şubat Süreci,** Ankara: Yeni Türkiye Yayınları.

Erdoğan, Mustafa (2003). **Türkiye'de Anayasalar ve Siyaset,** Ankara: Liberte Yayınları.

Erhan, Çağrı (2002). "1945-1960: Batı Bloku Ekseninde Türkiye", (Ed: Baskın Oran), **Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler. Yorumlar Cilt I,** İstanbul: İletişim Yayınları, ss. 477-615.

Erim, Nihat (2005). **12 Mart Anıları,** İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Eroğul, Cem (1998a). "Çok Partili Düzenin Kuruluşu: 1945-1971", (Derleyenler: İrvin Cemil Schick ve Ertuğrul Ahmet Tonak), **Geçiş Sürecinde Türkiye,** İstanbul: Belge Yayınları, ss. 112-158.

Eroğul, Cem (1998b). **Demokrat Parti: Tarihi ve İdeolojisi,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Ertan, Temuçin Faik (1994). **Kadrocular ve Kadro Hareketi,** Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Ertunç, Ahmet Cemil (2005). **Cumhuriyetin Tarihi: Türkiye'de Ordu ve Siyaset**, İstanbul: Pınar Yayınları.

Evren, Kenan (1994). **Zorlu Yıllarım Cilt II,** İstanbul: Milliyet Yayınları.

Evren, Kenan (1995). **Unutulan Gerçekler,** Ankara: Tisamat Basım Sanayi.

Fırat, Ali Haydar (2010). "Cumhuriyet Dönemi (1930-1938) Türk Basınında Kurumsallaşma Süreci", (Editör: Nazife Güngör), **Cumhuriyet Döneminde İletişim**, Ankara: Siyasal Kitabevi, ss. 65-78.

Fincancıoğlu, Yurdakul (2000). **Demirel: Demokrasinin Duraklama Yılları,** İstanbul: Büke Yayınları.

Findley, Charter V. (2012). **Modern Türkiye Tarihi: İslam, Milliyetçilik ve Modernlik,** İstanbul: Timaş yayınları.

Gevgilili, Ali (1983). "Türkiye Basını", **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi,** ss. 202-222.

Gevgilili, Ali (1987). **Yükseliş ve Düşüş,** İstanbul: Bağlam Yayınları.

Gevgilili, Ali (1990). **Türkiye'de Yenileşme Düşüncesi, Sivil Toplum, Basın ve Atatürk,** İstanbul: Bağlam Yayınları.

Girgin, Atilla (2001). **Türk Basın Tarihinde Yerel Basın**, İstanbul: İnkılap Yayınları.

Goloğlu, Mahmut (1974). **Milli Şef Dönemi (1939-1945),** Ankara: Goloğlu Yayınları.

Goloğlu, Mahmut (1982). **Demokrasiye Geçiş (1946-1950),** Ankara: Kaynak Yayınları.

Gülalp, Haldun (2003). **Kimlikler Siyaseti: Türkiye'de Siyasal İslamın Temelleri,** İstanbul: Metis Yayınları.

Gültekin, Mücahit (2017). **Türkiye-ABD İlişkilerinin Psikolojisi,** İstanbul: Pınar Yayınları.

Güneş, Mehmet (2018). "Türk Basın Tarihinde Tekzip Hakkı ve Gelişimi", (Editör: Merve Uğur), **Türk Basın Tarihi Cilt II,** Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, ss. 1412-1448.

Güngör, Nazife (2010). "Basın Özgürlüğü Açısından Kurumsallaşma Çabaları: Serbesti ve Kısıtlamalar", (Editör: Nazife Güngör), **Cumhuriyet Döneminde İletişim**, Ankara: Siyasal Kitabevi, ss.101-128.

Gürkan, Nilgün (1998). **Türkiye'de Demokrasiye Geçişte Basın,** İstanbul: İletişim yayınları.

Güz, Nurettin (1993). **Serbest Cumhuriyet Fırkası Sonrası Basında Muhalefet ve 1931 Matbuat Kanunu,** Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Güz, Nurettin (1999). "Şinasi ve Namık Kemal'in Osmanlı Fikir ve Basın Hayatına Katkıları", **Osmanlı Basın Hayatı Sempozyumu Kitabı,** Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 83-95.

Güz, Nurettin (2008). **Türkiye'de Basın-İktidar İlişkileri (1920-1927),** Ankara: Turhan Kitabevi.

Güzel, Hasan Celal (2012). "28 Şubat'a Dair", **28 Şubat: Bin Yılın Sonu Cilt III,** (Editör: Abdurrahman Babacan), İstanbul: Pınar Yayınları, ss. 105-120.

Hanioğlu, Şükrü (2009). **Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Zihniyet, Siyaset ve Tarih,** İstanbul: Bağlam Yayınları.

Hayta, Necdet (2002). **Tarih Araştırmalarına Kaynak Olarak Tasvir-i Efkar Gazetesi**, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Hayta, Necdet (2018). "Tasvîr-i Efkâr Gazetesi ve Yenileşme Hareketlerindeki Rolü", (Editör: Merve Uğur), **Türk Basın Tarihi Cilt I,** Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları, ss: 623-636.

Heper, Metin (2011). **Türkiye'nin Siyasal Hayatı,** İstanbul: Doğan Kitapçılık.

Hourani, Albert (2000). "Modern Ortadoğu'nun Osmanlı Geçmişi", (Editör: Kemal Karpat), **Osmanlı ve Dünya**, İstanbul: Ufuk Kitapları, ss. 93-118.

Ilgaz, Ceyda (2003). "Türkiye'de 1980 Sonrası Dönem ve Türk Basını", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 17, ss.115-120.

Işık, Metin (2007). **Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri,** Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

İba, Şaban (1998). **Ordu, Devlet, Siyaset,** İstanbul: Çiviyazıları.

İnuğur, Nuri (1988). **Türk Basınında İz Bırakanlar,** İstanbul: Der Yayınları.

İnuğur, Nuri (1993). **Basın ve Yayın Tarihi,** İstanbul: Der Yayınları.

İskit, Server R. (1939). **Türkiye'de Neşriyat Hareketleri Tarihine Bir Bakış,** İstanbul: Devlet Basımevi.

İskit, Server R. (1943). **Türkiye'de Matbuat İdareleri ve Politikaları**, İstanbul: Başvekalet Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Yayınları.

Jeltyakov, Anatoliy Dmitriyeviç (1972). **Türkiye'nin Sosyo-Politik ve Kültürel Hayatında Basın (1729-1908 Yılları),** Moskova: Nauka Yayınevi.

Kabacalı, Alpay (1990). **Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de Basın Sansürü,** İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Kabacalı, Alpay (1999). **Türk Basınında Demokrasi,** Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Kabacalı, Alpay (2000). **Başlangıcından Günümüze Türkiye'de Matbaa Basın ve Yayın,** İstanbul: Literatür Yayınları.

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

Karaman, Lütfullah (1997). "Sivil Toplum-Siyasal Toplum İkilemi Ekseninde Cumhuriyet Türkiye'sine Bir Bakış", (Editör: Nuri Bilgin), **Cumhuriyet, Demokrasi ve Kimlik,** İstanbul: Bağlam Yayıncılık, ss. 265- 274.

Karatepe, Şükrü (1997). **Tek Parti Dönemi,** İstanbul: İz Yayıncılık.

Karpat, Kemal (2000). "Osmanlı Tarihinin Dönemleri: Yapısal Karşılaştırmalı Bir Yaklaşım", (Editör: Kemal Karpat), **Osmanlı ve Dünya**, İstanbul: Ufuk Kitapları, ss. 119-144.

Karpat, Kemal (2009). **Osmanlı'dan Günümüze Kimlik ve İdeoloji,** İstanbul: Timaş Yayınları.

Karpat, Kemal (2010a).**Türk Demokrasi Tarihi,** İstanbul: Timaş Yayınları.

Karpat, Kemal (2010b). **Osmanlı'dan Günümüze Asker ve Siyaset,** İstanbul: Timaş Yayınları.

Kaya, Raşit (2009). "Türkiye Siyasal Yaşamında 1980'ler Sonrası Gelişmeler ve Medya", (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün Bugün Yarın,** Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss. 233-242.

Kayalı, Kurtuluş (2000). **Ordu ve Siyaset: 27 Mayıs-12 Mart,** İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Kayış, Nuri ve Hürkan, Serhat (2012). **Sansürsüz Sansür Tarihi (1795-2011),** Ankara: Sinemis Yayınları.

Keser, İhsan (1993). **Türkiye'de Siyaset ve Devletçilik,** Ankara: Gündoğan Yayınları.

Keskin, Ömer Ali (2014). "Milli Mücadele'ye Giden Yolda Bir Gazetenin Doğuşu; "İstikbâl", **Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,** Cilt 4, Sayı 2, ss. 183-198.

Keten, Emre Tansu (2014). "Muhafazakârlığın Değişen Yapısı ve Muhafazakâr Medya", **Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**.

Kili, Suna (1998). "1961 Anayasası ve Devlet Anlayışı", (Editör: Suna Kili), **27 Mayıs 1960 Devrimi: Kurucu Meclis ve 1961 Anayasası,** İstanbul: Boyut Kitapları, ss. 51-65.

Kinross, Lord (2007). **Atatürk: Bir Milletin Yeniden Doğuşu,** İstanbul: Altın Kitaplar.

Kocabaş, Süleyman (1997). **REFAHYOL Hükümeti Sonunun Perde Arkası,** İstanbul: Vatan Yayınları.

Kocabaş, Süleyman (2007). **T.C. Devleti Tarihi 3: Atatürk Dönemi,** İstanbul: Vatan Yayınları.

Kocabaş, Süleyman (2011). **Menderes Dönemi: Demokrat Parti İktidarı ve 27 Mayıs 1960 Darbesine Giden Yol (1950-1960),** İstanbul: Bayrak Matbaacılık ve Yayıncılık.

Kocabaşoğlu, Uygur (2010). "İkinci Meşruiyetin Birinci Meşruiyeti: Matbuat, (Editör: Hakan Aydın), **İkinci Meşruiyet Devrinde Basın ve Siyaset,** Konya: Palet Yayınları, ss. 221-235.

Koç, Ceyhan (2006). **Tek Parti Döneminde Basın İktidar İlişkileri (1929-1938),** Ankara: Siyasal Kitabevi.

Koçak, Cemil (1985). "İkinci Dünya Savaşı ve Türk Basını", **Tarih ve Toplum,** Sayı 35, ss. 26-35.

Koçak, Cemil (1996). **Türkiye'de Milli Şef Dönemi Cilt I,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Koçak, Cemil (1996). **Türkiye'de Milli Şef Dönemi Cilt II,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Koçak, Cemil (2003). "Siyasal Tarih (1923-1950)", (Editör: Sina Akşin), **Yakınçağ Türkiye Tarihi Cilt I,** İstanbul: Milliyet Kitaplığı, ss. 127-214.

Koçak, Cemil (2013). **Rejim Krizi: Türkiye'de İki Partili Siyasi Sistemin Kuruluş Yılları (1945-1950),** İstanbul: İletişim Yayınları.

Koloğlu, Orhan (1983). "Osmanlı Basını: İçeriği ve Rejimi", **Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi,** ss. 68-93.

Koloğlu, Orhan (1994). **Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Koloğlu, Orhan (2000). **Aydınlarımızın Bunalım Yılı 1918,** İstanbul: Boyut Yayınları.

Koloğlu, Orhan (2006). **Osmanlı'dan 21. Yüz Yıla Basın Tarihi,** İstanbul: Pozitif Yayınları.

Koloğlu, Orhan (2009). "Cumhuriyet'ten Günümüze Muhalif Basın", (Derleyen: Korkmaz Alemdar), **Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün Bugün Yarın,** Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, ss. 54-63.

Kongar, Emre (1987). **12 Eylül ve Sonrası,** İstanbul: Say Yayınları.

Korkud, Refik (1959). **II. Meşrutiyet-Matbuat-Eski Diktatör ve 31 Mart Faciası,** Ankara: Işık Matbaacılık.

Köker, Levent (2000). **Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi**, İstanbul: İletişim Yayınları.

Köse, Serdar (2010). "Türk Demokrasi Hayatında 12 Mart 1971 Muhtırası", **Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**.

Kudret, Cevdet (2000). **Abdülhamid Döneminde Sansür**, İstanbul: Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık.

Küçükyılmaz, Mustafa (2011). "Türk Medyasının Et(t)iği" (Editör: Nabi Avcı), **2000'li Yıllar Türkiye'de Medya,** İstanbul: Meydan Yayıncılık, ss. 101-122.

Lewis, Bernard (1991). **Modern Türkiye'nin Doğuşu**, (Çeviren: Metin Kıratlı), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Mango, Andrew (2005). **1938'den Günümüze Türkiye ve Türkler,** (Çeviren: Füsun Doruker), İstanbul: Remzi Kitabevi.

Mardin, Şerif (2000). **Türkiye'de Din ve Siyaset,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Mardin, Şerif (2007). **Türk Modernleşmesi,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Mardin, Şerif (2008). **Jön Türklerin Siyasi Fikirleri 1895-1908**, İstanbul: İletişim Yayınları.

Maviş, Nazım (2017). **Türkiye'de İslamcılığın Değişen Siyasal Dili: 1990'larda İslamcı Dergiler,** Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

McCullagh, Francis (1990). **Abdülhamid'in Düşüşü,** (Çeviren: Nihal Önol), İstanbul: İstanbul Kitaplığı.

Meclis Darbeleri Araştırma Komisyonu Raporu, Cilt II, (2012).

Neziroğlu, İrfan (2003). **Türkiye'de Askeri Müdahaleler ve Basın (1950-1980),** Ankara: Türk Demokrasi Vakfı Yayınları.

Oktay, Ahmet (1987). **Toplumsal Değişme ve Basın,** İstanbul: BFS Yayınları.

Okyar, Ali Fethi (1987). **Serbest Fırka Nasıl Doğdu, Nasıl Feshedildi,** İstanbul: İsis Yayınları.

Oral, Fuat Süreyya (1967). **Türk Basın Tarihi,** İstanbul: Bengü Matbaası.

Oran, Baskın (1990). **Kenan Evren'in Yazılmamış Anıları,** Ankara: Bilgi Yayınevi.

Ortaylı, İlber (2010). **Türkiye'nin Yakın Tarihi,** İstanbul: Timaş Yayınları.

Öner, Sema (2007). "Türk Basınının İlk Resmi Gazetesi Takvim-i Vekayi'de Padişah Portresine İlişkin Haberler", **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,** Sayı 29, ss. 150-168.

Örnek, Cangül (2013). "Cepheden Mektup Bekleyen Ülke: Kore Savaşı'nın Toplumsal Etkiler", (Derleyen: M. Ali Tuğtan), **Kore Savaşı: Uzak Savaşın Askerleri,** İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, ss. 117-136).

Özçelik, Ayfer (2011). "1960'dan Günümüze Türk Siyasal Hayatı", (Editör: Süleyman İnan ve Ercan Haytaoğlu), **Yakın Dönem Türk Politik Tarihi,** Ankara: Anı Yayıncılık, ss. 147-189.

Özdağ, Ümit (1997). **Menderes Döneminde Ordu-Siyaset İlişkileri ve 27 Mayıs İhtilali,** İstanbul: Boyut Kitapları.

Özen, Havva (1987). "Türk Basınında Serbest Cumhuriyet Fırkası", **Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Dergisi**, Sayı 1986-7/8-9, ss. 297-316.

Özgen, Murat (2000). **Türkiye'de Basının Gelişimi ve Sorunları,** İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Özkaya, Yücel (1989). **Milli Mücadele'de Atatürk ve Basın (1919-1921),** Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi Yayınları.

Özkorkut, Nevin Ünal (2002). "Basın Özgürlüğü ve Osmanlı Devletindeki Görünümü", **Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi,** 51 (3), ss. 65-84.

Öztürk, Ahmet (1993). "Türkiye'nin Demokratikleşme Sürecinde Yaşadığı Basın Özgürlüğü Sorunu", **Marmara İletişim Dergisi**, Ekim, 115-129.

Öztürk, Serdar (2011). "Osmanlı-Türk İletişim Tarihinin Yazımında 'Bakış' ve 'Yöntem' Sorunları Üzerine…, (Editör: Hakan Aydın), **İkinci Meşruiyet Devrinde Basın ve Siyaset,** Konya: Palet Yayınları, ss. 11-42.

Popper, Karl (1995). **Tarihselciliğin Sefaleti**, (Çev. Sabri Orman), İstanbul: İnsan Yayınları.

Said, Edward (2004). **Oryantalizm,** İstanbul: İrfan Yayınları.

Sarıbay, Ali Yaşar (2000). **Kamusal Alan, Diyalojik Demokrasi, Sivil İtiraz,** İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Sarıbay, Ali Yaşar (2001). **Türkiye'de Demokrasi ve Politik Partiler,** İstanbul: Alfa Yayınları.

Savran, Sungur (1987). **1960, 1971, 1980: Toplumsal Mücadeleler, Askeri Müdahaleler,** 11.Tez Kitap Dizisi, Sayı: 6, 132-168.

Saybaşılı, Kemali (1992). **İktisat, Siyaset, Devlet ve Türkiye,** İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Sertel, Zekeriya (1977). **Hatırladıklarım,** İstanbul: Gözlem Yayınları.

Sitembölükbaşı, Şaban (1995). **Türkiye'de İslâm'ın Yeniden İnkişafı (1950-1960),** Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.

Sorgun, Taylan (2007). **İttihat ve Terakki (Devlet Kavgası): İttihat ve Terakki İçinde Yaşayanların Anlattıkları, Bilinmeyenler,** İstanbul: Kum Saati Yayınları.

Sönmez, Mustafa (1996). "Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları", **Birikim,** Sayı 92, ss. 76-86.

Şahin, Besra (2009). "Türk Basınında 12 Mart Olayı", **Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**.

Şapolyo, Enver Behnan (1971). **Türk Gazeteciliği Tarihi,** Ankara: Güven Matbaası.

Şeker, Kadir (2011). "Kadir Şeker "İnönü Dönemi Basın Hayatı 1948-1950 Arasında CHP ile Muhalefet Arasında Basın Alanında Yaşanan Tartışmalarda Merzifon Örneği", **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** Yıl 1/ Sayı 13, ss. 39-54.

Şentürk, Hulusi (2015). **İslamcılık Türkiye'de İslami Oluşumlar ve Siyaset,** İstanbul: Çıra Yayınları.

Tamer, Aytül (2010). "Kuvayi Milliye'nin Sesi: İrade-i Milliye ve Hakimiyeti Milliye", (Editör: Nazife Güngör), **Cumhuriyet Döneminde İletişim,** Ankara: Siyasal Kitabevi, ss.21-50.

Tanör, Bülent (2003). "Siyasal Tarih (1980-1995), (Editör: Sina Akşin), **Yakınçağ Türkiye Tarihi Cilt II,** İstanbul: Milliyet Kitaplığı, ss. 27-159.

Tanör, Bülent (2012). **İki Anayasa: 1961-1982,** İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.

Tek, Hayati (2007). **Darbeler ve Türk Basını,** Ankara: Elips Yayınları.

Tekeli, İlhan (1998). **Tarih Yazımı Üzerine Düşünmek,** Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Temo, İbrahim (2000). **İbrahim Temo'nun İttihat ve Terakki Anıları**, İstanbul: Arba Yayınları.

Teziç, Erdoğan (1976). **100 Soruda Siyasi Partiler,** İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Tılıç, Doğan (1998). **Utanıyorum Ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik,** İstanbul: İletişim Yayınları.

Timur, Taner (2003). **Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçiş,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Tokgöz, Ahmed İhsan (1993). **Matbuat Hatıralarım**, İstanbul: İletişim Yayınları.

Tokgöz, Oya (2003). **Temel Gazetecilik,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Topuz, Hıfzı (1973). **100 Soruda Türk Basın Tarihi,** İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Topuz, Hıfzı (2003). **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi,** İstanbul: Remzi Kitabevi.

Topuz, Hıfzı (2007). **Özgürlüğe Kurşun,** İstanbul: Remzi Kitabevi.

Tunaya, Tarık Zafer (1959). **Hürriyetin İlanı: İkinci Meşrutiyetin Siyasi Hayatına Bakışlar,** İstanbul: Baha Matbaası.

Tunaya, Tarız Zafer (2011). **Türkiye'de Siyasal Partiler Cilt 1**, İstanbul: İletişim Yayınları.

Tunçay, Mete (1992). "Siyasi Tarih (1950-1960)", (Editör: Sina Akşin), **Türkiye Tarihi 4 - Çağdaş Türkiye 1908-1980,** İstanbul: Cem Yayınevi, ss. 177-190.

Tunçay, Mete (1999). **Türkiye Cumhuriyeti'nde Tek Parti Yönetiminin Kurulması (1923-1931),** İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Turan, İlter (1969). ***Cumhuriyet Tarihimiz; Temeller, Kuruluş, Milli Devrimler,*** İstanbul: Çağlayan Kitabevi.

Turan, Şerafettin (2003). **Türk Devrim Tarihi ve Çağdaşlık Yolunda Yeni Türkiye (27 Mayıs 1960-12 Eylül 1980),** Ankara: Bilgi Yayınevi.

Tuşalp, Erbil (1986). **12 Eylül Tutanakları: Bin Tanık,** Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Türker, Hasan (2000). **Türk Devrimi ve Basın 1922-1925,** İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

Türkeş, Mustafa (1999). **Kadro Hareketi: Ulusçu Sol Bir Akım,** Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Türkmen, Hamza (2014). **Türkiye'de İslâmcılık ve Özeleştiri,** İstanbul: Ekin Yayınları.

Uyar, Hakkı (1999). **Tek Parti Dönemi ve Cumhuriyet Halk Partisi,** İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Uzunyaylalı, Talat (1986). **Tanzimat'tan Günümüze Türkiye'de Basının İslamiyete Bakışı**, Erzurum: AHD Yayınları.

Yalçın, Hüseyin Cahit (1999). **Edebiyat Anıları,** İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Yalman, Ahmet Emin (1997). **Yakın Tarihte Gördüklerim Geçirdiklerim Cilt I ve II,** İstanbul: Pera Turizm Yayıncılık.

Yarın Gazetesi (9 Ağustos 1930). **"**Serbest Fırkanın Faydaları".

Yazıcı, Nesimi (1999). "Osmanlı Basınının Başlangıcı Üzerine Bazı Düşünceler", **Osmanlı Basın Hayatı Sempozyumu Kitabı,** ss. 7-14.

Yerasimos, Stephanos (1977). **Azgelişmişlik Sürecinde Türkiye,** İstanbul: Gözlem Yayınları.

Yerasimos, Stephanos (1998). "Tek Parti Dönemi", (Derleyenler: İrvin Cemil Schick ve Ertuğrul Ahmet Tonak), **Geçiş Sürecinde Türkiye,** İstanbul: Belge Yayınları, ss.76-103.

Yeşil, Ahmet (1988). **Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçiş,** Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Yetkin, Çetin (1983). **Türkiye'de Tek Parti Yönetimi,** İstanbul: Altın Kitaplar.

Zürcher, Eric Jan (1992). **Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası,** (Çeviren: Gül Çağalı Güven), İstanbul: Bağlam Yayınları.

Zürcher, Eric Jan (2015). **Modernleşen Türkiye'nin Tarihi,** (Çeviren: Yasemin Saner Gönen), İstanbul: İletişim Yayınları.

GELENEKSELDEN SOSYAL MEDYAYA

HALKLA İLİŞKİLER YAZARLIĞI

Özlem DUĞAN

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Abdullah, R. & Hübner, R. (2006). Pictograms, Icons and Signs: A Guide to Information Graphics. New York: Thames & Hudson Ltd.

Alikılıç, Ö. & Onat, F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar. Journal of Yasar University, 8(2), 899-927.

Alikılıç, Ö. (2011). Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar Yeni Teknikler. Ankara: Efil Yayınları.

Albayrak, İ. (2016). Sembollerden Çiviyazısına Geçiş ve Yazının Anadolu'ya Gelişi. Archivum Anatolicum, 10(2), 15-26.

Akar, E. (2006). Pazarlamanın Yeni Silahı Blogla Pazarlama. İstanbul: Tiem Yayınları.

Aktaş, H. (2008). Bir İletişim Aracı Olarak Sponsorluk, Halkla İlişkiler (Ed. A. Kalender ve M. Fidan) içinde (221-249). Konya: Tablet Yayınları.

Akyürek, F. (2004). Senaryo Yazarı Olmak, Senaryo Yazmak. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Aslan, K. (2005). Soru Nasıl Sorulur?. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Asna, A. (2006). Kuramda ve Uygulamada Halkla İlişkiler. İstanbul: Pozitif Yayınları.

Aydede, C. (2006). Sanal Ortam Günlükleriyle Blog Çağı. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Ayhan, A. (2015). Halkla İlişkiler, Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri. Konya: Literatürk Akademia.

Aziz, A. (1988). Halkla İlişkiler ve Sözlü Basın. Halkla İlişkiler Sempozyumu-87, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu ve TODAİE Yayınları.

Aziz, A. (2002). Radyo Yayıncılığı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Aziz, A. & Dicle, Ü. (2017). Örgütsel İletişim. İstanbul: Birlik Ofset.

Baker, S. (1996). Reklamcılıkta Yaratıcılık - Piramit İlkesini Kullanarak Yaratıcı Çözümlere Ulaşma (çev: D. Şendil). İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.

Bandura, A. (1977).Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change. Psychological Review, 84, 191-215.

Bat, M. (2012). Digital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Batı, U. (2016). Reklamın Dili. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Bayçu Uzoğlu, S. (2013). Halkla ilişkiler yazarlığı: Rol ve sorumluluklar. Eskişehir: Anadolu ÜniversitesiYayını.

Bayçu, S. (2017). Strateji ve Uygulama Boyutuyla Halkla İlişkiler Yazarlığı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Becer, E. (2002). İletişim ve Grafik Tasarımı. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Berner, M. & Bowers, A. & Heyman, L. (2002). So you want to do a survey… Popular Government, Summer, 23-27.

Bıçakçı, İ. (1998). İletişim ve Halkla İlişkiler, Eleştirel Bir Yaklaşım. Ankara: MediaCat Yayınları.

Bıyık, A. & Güven, A. (2011). Dünden Bugüne Halkla İlişkiler. Konya: Eğitim Kitabevi.

Birge, E. (2006). The Great Divide. Quill,94 (August), 20-24.

Bivins, T.H. (2008). Public Relations Writing. New York: Mc Graw Hill.

Bivins, T. (1998). Handbook For Public Relations Writing. Lincolnwood. Chicago: NTCBusiness Books.

Budak, G. & Budak, G. (1998). Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.

Brody, E.W. & Lattimore D. L. (1990). Public Relations Writing. New York: Praeger.

Cameron, G. T. & Sallot, L. M.& Curtin, P. A. (1997). Public Relations and the Production of News: A Critical Review and A Theoretical Framework. (ed.B.R.Burleson). Communication Yearbook 20, New York: Routledge. 111–155.

Cao, J. & Knotts, T. & Xu, J. & Chau, M. (2009). Word of Mouth Marketing through Online Social Networks. Proceedings of the Fifteenth Americas Conference on Information Systems, San Francisco, California: Americas Conference on Information Sytems.

Chenuaud, B. (1998). Radyoda Röportaj ve Yuvarlak Masa Teknikleri. (çev. A.Yapar).İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Chimbel, A. & Everbach, T. & Lambiase, J. (2014). Fuzzy, Transparent, and Fast: Journalists and Public Relations Practitioners Characterize Their Connections and Interactions in Social Media. The Journal of Social Media in Society, 3(1), 28-44.

Cole, R.T. & Hembroff, L.A. & Corner, A.D. (2009). National Assessment of the Perceived Writing Skills of Entry-Level PR Practitioners. Journalism & Mass Communication Educator, 64(1), 10–26.

Cooper, R. (2010). Wayfinding for Healthcare: Best Practices for Today's Facilities. Chicago, IL: AHA Press/Health Forum.

Costa, D. (1982). Winning with a Short Subject Film. Public Relations Journal, 38 (9).

Covello, V.T. et al. (1988). Seven Cardinal Rules of Risk Communication. U.S. Environmental Protection Agency. Washington, D.C. Distributed by Office of Public Liaison [Pennsylvania] Dept. of Environmental Resources.

Covello, V. (2002). Message Mapping, Risk and Crisis Communication. Invited Paper Presented at World Health Conference on Bio- Terrorism and Risk Communication, Switzerland: Geneva.

Çamdereli, M. (2005). Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler. Konya: Çizgi Yayınevi.

Çakır, Y. S. (2011). Web Siteleri ve İkna. Konya: Tablet Yayınları.

Çela, A. & Lankford-Knowles, J. &Lankford, S. (2007). Local Food Festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic İmpact Study. Managing Leisure, 12(2-3), 171-186.

Çetin, G. (2006). Müşteri ve Paydaşlarla Samimi İletişimin Kapısı Kurumsal Bloglar. Ekonomik Forum Dergisi, Temmuz, 78–79.

Çetintaş, H.B. (2014). Bir Kurumsal İletişim Stratejisi Olarak Kurumsal Bloglar. Selçuk İletişim Dergisi, 8(3), 92-121.

Çınarlı, İ. (2016). Örnek Vaka Analizleri ile Kriz İletişimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Dalgıç, A. & Sahilli Birdir, S. & Birdir, K. (2017). Turizm Temalı Fuara Katılanların Motivasyonları. Genel Memnuniyetleri ve Sadakatleri Arasındaki İlişki: Travel Turkey Örneği. I. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi Bildiriler Kitabı.(ss. 646-656), Eylül 28-30, Mersin.

Daniel, R. R. (2012). Using Real World Experience to Develop Public Relations Student's Writing Skills. Proceeding. (ed. Marcia W. Distaso). San Francisco: PRSA Educators Academy.

De Bussy, N. M. & Wolf, K. (2009). The State of Australian Public Relations: Professionalisation and Paradox." Public Relations Review, 35 (4), 376-381.

Demir, T. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Yaratıcı Yazma Becerileri ile Yazma Öz Yeterlik Algısı ve Başarı Amaç Yönelimi Türleri İlişkisinin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Denetçi, S. (2015). Markaların Sosyal Medya Yönetimi. İstanbul: Kriter Basım-Yayın.

Denizer, T. (2008). Reklam Yazarı Ne Olsa Yazar. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Duğan, Ö. & Akıncı, S. (2018).Gazetecilerin Kriz Dönemlerinde Halkla İlişkiler Çalışanlarına Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.16th International Symposium Communication in the Millennium. Bildiri Kitabı. (194-195).

Duğan, Ö. (2018). Halkla İlişkiler Lisans Öğrencilerinin Yazma Becerilerinin Basın Bülteni Üzerinden İncelenmesi. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi E-Dergisi, 3(1), 53-64.

Duğan, Ö. (2018). Sosyal Medya Kaynaklı Krizlerin İmaj Restorasyon Teorisi Açısından Örnek Olaylar Üzerinden İncelenmesi. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 29, 293-313.

Dwyer, P. (2007). Building Trust with Corporate Blogs. International Conference on Weblogs and Social Media, http://www.icwsm.org /papers/2Dwyer.pdf, (Erişim:18.02. 2019).

Eğinli, A. T. (2014). Kriz İletişimi. Kriz Yönetimi: İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar. (ed. Akdağ, M. ve Arklan, Ü.). Konya: Literatürk Yayınları.

Elden, M. (2003). Reklam Yazarlığı. İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Elden, M. (2013). Halkla ilişkiler Yazarlığı, Yazmaya Hazırlık: Yazar Neyi, Nasıl Yazar?. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Elden, M. (2016). Reklam ve Reklamcılık. İstanbul: Say Yayınları.

Eraslan, L. (2016). Sosyal Medyayı Anlamak. Ankara: Nobel.

Erdamar, B. (2006). Spiker Olabilir miyim?. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım.

Erdoğan, İ. (2014). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Ankara: Erk Yayınları.

Erol, G. (2007). Reklam ve Medya Planlaması. İstanbul: Beta Yayınları.

Eskiyörük, D. (2015). Örgütsel İletişim, İstanbul: Cinius Yayınları

Esrock, S. L. &Leichty, G. B. (2000). Organization of Corporate Web Pages: Publics and Functions. Public Relations Review, 26 (3), 327-344.

Fisher, R. (2004). What is Creativity? R. Fisher & M. Williams (Ed.). Unlocking Creativity: Teaching across the Curriculum içinde (ss. 6-20). New York: David Fulton Publishers.

Gavra, D.&Savitskaya, A. (2012). Digital Public Relations in the Russian Governmental Communication: 2011-2012 Typologyand General Situation, Journalism and Mass Communication, 2 (12), 1127-1138.

Gerçik, İ.Z. (2016). İletişim Psikolojisi. İstanbul: Küre Yayınları.

Geylan, R. (1999). İşletmelerde Halkla İlişkiler. Eskişehir: Birlik Ofset.

Gifford, J. (2010). Digital Public Relations: E-Marketing's Big Secret, Continuing Higher Education Review, 74, 62-72.

Ginsberg, K. (2015). Instabranding: Shaping the Personalities of the Top Food Brands on Instagram. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. 6(1), 8-91.

Giritlioğlu, İ. & Olcay, A. &Özekici, Y.K. (2015). Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, OÜSBAD, Kasım, 306-323.

Göksel, A.B. & Yurdakul, N.B. (2004). Temel Halkla İlişkiler Bilgileri. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No: 15.

Göksel, A.B. (2013). Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Görpe, S. (2007). Örgütsel İletişimde Halkla İlişkiler Nerede? Stratejiden Uygulamaya İç İletişimde Yenilikler, Halkla İlişkiler Alanına Örgütsel Davranış Yansımaları.(ed. Y.D.Ertürk). Ankara: Nobel Yayın.

Gunelius, S. (2010). Blogging All-in-OneforDummies. Indianapolis: WileyPub.

Guth, D.W. & Marsh, C. (2006). Public Relations: A Values-Driven Approach (3rd edition). Boston. MA: Pearson.

Güçdemir, Y. (2015). Sanal Ortamda İletişim, Bir Halkla İlişkiler Perspektifi. İstanbul: Derin Yayınları.

Gültekin, B. (2006). Halkla İlişkilerde Etkinlik Yoluyla İmaj Oluşturulması. Ankara: Nobel.

Güneş, F. & Kuşdemir, Y. & Bulut, P. (2017). Yazma Öz Yeterlik Ölçeğinin Psikometrik Özellikleri, The Journal of Academic Social Science Studies, 58, 101-114.

Güngör, N. (2011a). İletişime Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Güngör, N. (2011b). İletişim Kuramlar, Yaklaşımlar. Ankara: Siyasal KitabeviYayınları.

Gürgen, H. (1997). Halkla İlişkiler Ortam ve Araçları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. No: 820.

Gürüz, D. (2010). Halkla İlişkiler Teknikleri. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Handley, A. & Chapman, C.C. (2015). Dijital Çağda İçerik Yönetiminin Kuralları. İstanbul: MediaCat Kitapları.

Hardell, S. & M. & Ilgen, B. A. (2015). Crisis Communication Via Social Media: The Interplay of Sender. Crisis Type and Brand Type, (Master Thesis), Universiteit Twente.

Hazar, M.Ç. (2009). Bir Aygıt Olarak Halkla İlişkiler ve Araçları. Konya: Eğitim Akademi.

Holtz, S. (1999). Public Relations On The Net. New York: Amacom.

Jackson, D. & Moloney, K. (2016). Inside Churnalism: PR, Journalism and Power Relationships in Flux. Journalism Studies,17 (6), 763-780.

Jean, G. (2002). Yazı I insanlığın Belleği. (çev. N.Başer). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Jefkins, F. (1992). Public Relations. London: Fourth Edition, Pitman Publishing.

Jinks, J.& Morgan, V. (1999). Children's Perceived Academic Self-Efficacy: An Inventory Scale, The Clearing House, 72(4), 224-230.

Jo, S. (2011). Advertising as Payment: Information Transactions in the South Korean Newspaper Market. Public Relations Review, 37(4), 399-404.

Jolls, T. (2008). Globalocal: Media Literacy for Global Village. International Media Literacy Research Form, Inaugoral Meeting.

Kaptan, A. (1999). Radyo Televizyon Haberciliği. İstanbul: Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.

Karagöz, S. (2014). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Kurumsal Reklam Bağlamında Yeşil Kurumsal Reklam ve Yeşil Propaganda. İstanbul.

Karasevda, N. (2010). Yazarlık Okulu. İstanbul: Popüler Kitaplar Hayat Yayın Grubu.

Karcıoğlu, F. & E. Kurt (2009). Örgütsel İletişimin Etkinliği Açısından Kurumsal Bloglar ve Birkaç Kurumsal Blogun İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(3), 1–17.

Karpat, I. (1999). Bankacılık Sektöründen Örneklerle Kurumsal Reklam. İstanbul: Yayınevi Yayıncılık.

Katz, J. (2012). Designing Information: Human Factors and Common Sense in Information Design. Wiley Yayınları.

Kaya, B. (2013). Yaratıcı Yazma Becerisinin Geliştirilmesine Yönelik Yapılan Çalışmalardan Bir Derleme. Okuma-Yazma Eğitimi Araştırmaları, 1(2), 89-101.

Kazancı, M. (2011). Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler. Ankara:Turhan Kitabevi.

Kazancı, M. (2014). Kriz Dönemleri ve Kuruluşlar. (ed. M. Akdağ ve Ü. Arklan), Kriz Yönetimi. (17-32). Konya: Literatürk.

Kent, M. (2008). Critical Analysis of Blogging in Public Relations. Public Relations Review. 34, 32-40.

Kılıç, H.Ö. (2011). Kurumsal Blog Sahibi Olmanın Şirketlerin Gelir ve Karına Etkisi: Fortune 500 Üzerinde Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 139-162.

Kılınç, Ö. & Bayçu, S. (2018). Halkla İlişkiler Uygulayıcıları ve Gazeteciler Arasındaki İlişki: Uygulayıcılar Üzerine Bir Araştırma. Global Media Journal TR Edition. 8(16), 240-255.

Kim, S. & Wertz, E.K. (2013). Predictors of Organizations' Crisis Communication Approaches: Full Versus Limited Disclosure. Public Relations Review, 39, 238– 240,

Kuşay, Y. (2013). Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık, İstanbul: Beta Yayınları.

Kırcova, İ. & Enginkaya, E. (2015). Sosyal Medya Pazarlama. İstanbul: Beta.

Kocabaş, İ. (2016). Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya: Arçelik ve Bosch Markalarının Kurumsal Facebook ve Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme. Selçuk İletişim Dergisi, 9(2), 69-91.

Kocabay, Ö. (2006). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Kurum Kimliği Oluşturma Sürecinde İş Bankası Kurumsal Reklamlarının İncelenmesi: 1924-1932 Yüksek Lisans Tezi. Ankara.

Kuş, O. (2016). İçerik Pazarlama. İstanbul: Pales Yayınları.

Kutlu, Ö.T. & Bekiroğlu, O. & Yüksek Öztürk, Ş. (2009). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Haber Alma Alışkanlıkları: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Örneği. İletişim. Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi,10, 171-190.

Lane, A.B. & Johnston, K.A. (2017). Bridging the Writing Gap Between Student and Professional: Analyzing Writing Education in Public Relations and Journalism, Public Relations Review, 43, 314-325.

Lee, S. T. Hwang & H.H. Lee. (2006). Corporate Blogging Strategies of The Fortune 500 Companies. Management Decision, 44(3), 316–334.

Lee, M. &Johnson, C. (2005). Principles of Advertising: A Global Perspective, 2nd Edition, New York: The Haworth Press, Inc.

Lingwall, A. (2012). Measuring Student Self-perceptions of Writing Skills in Programs of Journalism and Mass Communication. Proceeding (ed. Marcia W. Distaso). San Francisco, CA: PRSA Educators Academy.

Luecke, R. (2008). Kriz Yönetimi.(çev. Ö. Sarıkaya). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Lunde, P. (2010). Şifreler Kitabı. (çev. D.Akın). İstanbul: NTV Yayınları.

Mandell, M. (1981). Marketing. USA: Prentice Hall Inc.

Marken, G.A. (2006). Blogging Look, Think Before You Leap or Push The Boss. Public Relations Quarterly, 51(2), 37-39.

Martin, K. N. &Johnson, M. A. (2010). Digital Credibility & Digital Dynamism in Public Relations Blogs. Visual Communication Quarterly, 17 July-Sept, 162-174.

Mavnacıoğlu, K. (2018). Kurumsal İletişimde Sosyal Medya Yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.

Mazurek, G. (2008). Corporate BlogsInnovative Communication Tool or Another Internet Hype? Empirical Research Study, in Proceedings of the International Multiconference on Computer Science and Information Technology, 403-406, Poland: Wisla.

Menon, S. & Edward, M. (2014). Exhibitors and Visitors' Motivations at Destination Trade Shows. International Journal of Services, Economics and Management, 4, 6(2), 193-208.

Mert, Y.L. (2018). Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Kurumsal Reklamcılığın Dönüşümü. Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim, 1, 102-130.

Morel, P. (1991). Relations Publiques. Relations Presse, Breal, Montreuil.

Moss, D. & Likely, F. & Sriramesh, K. & Ferrari, M. A (2017). Structure of the Public Relations/Communication Department: Key Findings from a Global Study. Public Relations Review, 43 (1), 80-90.

Navarro, R. C.& Humanes, M. L. (2012). Corporate Blogging in Spanish Companies. Design and Application of a Quality Index (ICB), Comunicación y Sociedad, XXV (2), 117-144.

Newsom, D. & Haynes, J. (2011). Public Relations Writing: Form and Style, WadsworthCengage Learning.

Ong, W.J. (2014). Sözlü ve Yazılı Kültür. (çev. S. Postacıoğlu Banon). İstanbul: Metis Yayınları.

Okay, A. (2013). Kurum Kimliği. Ankara: MediaCat Yayınları.

Okay, A.& Okay, A. (2002a). Halkla ilişkiler ve Medya. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Okay, A. & Okay, A. (2002b). Halkla İlişkiler-Kavram, Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları.

Okay, A. (2009). Kurumsal Reklamcılık, Reklamdan Kurumsal Reklama Giden Yol. İstanbul: Derin Yayınları.

Oktay, M. (1996). Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları. İstanbul: Der Yayınları.

Onat, F. (2014). Dijital Çağda Halkla İlişkiler Yazarlığı. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Orzan, G. & Macoveı, O. I. &Orzan, M. & Iconaru, C. (2013). The Impact of Blogs Over Corporate Marketing Communication: An Empirical Model, Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, 47, 79-95.

Öksüz, B. &Korap Özel, E. (2015). Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Uygulamacıları Arasındaki Gergin İlişkinin Kodları: Gazeteciler ve Halkla İlişkiler Uygulamacıları Üzerine Bir Araştırma. Selçuk İletişim Dergisi, 9(1), 22-54.

Öymen Kale, G. (2016). Marka İletişiminde Instagram Kullanımı. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC, 6(2), 119-127.

Özata, Z. & Öztaşkın, A. (2005). Pazarlama Dünyası Blogsfer'i Keşfetti: Büyük Bir Değişimin İlk Adımları. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi (Pi), 4(13), 36–47.

Özdemir, R. (2017). Kurumsal Bloglar Kuruma Olan Güveni Arttırıyor, https://www.mridvano.com/kurumsal-bloglar-kuruma-olan-guveni-arttiriyor/04.03.2019.

Özdönmez, M. & Akesen, A. & Ekizoğlu, A. (1999). Halkla ilişkiler. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayın No: 4225.

Özer, M.A. (2012). Halkla İlişkiler Dersleri. Ankara: Adalet Yayınevi.

Özerbaş Somuncuoğlu, D. (2012). Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları. Halkla İlişkilere Giriş (Ed. M. Işık). Konya: Eğitim Yayınevi.

Özgen, E. (2015). Halkla İlişkiler ve Medya, Günümüzde ve Gelecekte Stratejik Halkla İlişkiler Yönetimi (ed. S.Uğurlu). İstanbul: Beta Yayınları.

Özkan, A.(2009). Halkla İlişkiler Yönetimi. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Özonat, Z. (2015). Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Yazma Öz Yeterlik Algıları. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ÖS-II, 207- 220.

Öztekin, A. & Öztekin, H. (2008). İş Yaşamında İletişim. (ed. M. Işık). Genel veTeknik İletişim. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Pavlik, J.V. (1996). New Media and the Information Süperhighway. Boston: Bacon.

Pelenk Özel, A. & Yılmaz Sert, N. (2014). Dijital Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: Türkiye'nin En Büyük 500 Şirketi Üzerine Bir Araştırma. Global Media Journal: TR Edition 5(9), 303-321.

Peltekoğlu, F.B. (2009). Halkla İlişkiler Nedir?, İstanbul: Beta Yayınları.

Pira, A. & Kocabaş, F. &Yeniçeri, M. (2005). Küresel Pazarda Marka Yönetimi ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Dönence Yayınları.

Pira, A. & Sohodol, Ç. (2010). Kriz Yönetimi: Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme. İstanbul: İletişim Yayınları.

Pira, A. & Baytekin P. (2007). Halkla İlişkiler Neyi Nasıl Yapmalı. İstanbul: Dönence Basımve Yayım Hizmetleri.

Porter, L. V. &Sweetser Trammell, K. D. & Chungc, D. &Kim, E. (2007). Blog Power: Examining the Effects of Practitioner Blog Use On Power in Public Relations. Public Relations Review, 33, 92-95.

Rainer, K. & Grubmüller, V. & Pejic, I. & Leitner, P. (2013). Social Media Applications in Crisis Interaction, Systems, Connecting Matter, Life, Culture and Technology, 1(1),110-127.

Rıza, E. (2001). Yaratıcılığı Geliştirme Teknikleri. İzmir: Kanyılmaz Matbaası.

Rouquette, M. (1992). Yaratıcılık. (çev. I. Gürbüz). İstanbul: İletişim Yayınları.

Sabuncuoğlu, Z. (2016). Halkla İlişkiler, Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.

Sancar, G.A. (2016). Halkla İlişkiler 2.0 Kavramı ve Araçları: Koç Holding Örneği. İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(2), 83-101.

Santrock, J. W. (2011). Yaşam Boyu Gelişim (Çev. Ed. G. Yüksel), Ankara: Nobel Yayıncılık.

Sayımer, İ. (2012). Sanal Ortamda Halkla İlişkiler. İstanbul: Beta Yayınları.

Schlapp, H. (2000). Gazeteciliğe Giriş. (çev. I.Aygün). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.

Scott, D.M. (2008). Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları. (çev. N. Özata). İstanbul: MediaCat Yayınları.

Seitel, Fraser P. (2016). The Practice of Public Relations. (Çev. S. Mengü). New Jersey: Pearson Education Inc.

Serdarlı, E. (2008). Reklam Yazmak. İstanbul: Bamm Yayınevi/Beslenme Saati Dizisi.

Sever, S. (2004). Türkçe Öğretimi ve Tam Öğrenme. Ankara: Anı Yayıncılık.

Skinner, C. & von Essen, L. &Mersham, G. (2004). Handbook of Public Relations. Oxford: Oxford University Press.

Small, K. & Edwards, D. &Sheridan, L. (2005). A Flexible Framework for Evaluating the Socio Cultural Impacts of a Small Festival. International Journal of Event Management Research. 1(1),66-77.

Snyder C. R. & Lopez S. (2002). Handbook of Positive Psychology. US: Oxford University Press

Solmaz, B. (2013). Kurum İçi ve Kurum Dışına Yönelik Araçlar İçin Yazarlık II, Halkla İlişkiler Yazarlığı (ed. S. Bayçu Uzoğlu). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2765.

Süher, İ. (2013). Kriz Zamanlarında Yazarlık. Halkla İlişkiler Yazarlığı (ed. S. Bayçu Uzoğlu,). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2765.

Stone, B. (2004). Who Let the Blogs Out? A Hyperconnected Peek at the World of Weblogs, New York: St. Martin's Griffin.

Stovall, J.G. (2005). Journalism, Allyn & Bacon, Amerika.

Şenel, H. C. &Seferoğlu, S. S. (2009). Eğitimde Ağ Günlüğü Uygulamaları: İlköğretim Bilişim Teknolojileri Dersinden Örnekler, Ankara: 9th InternationalEducational Technology Conference, 142–148.

Tarhan, A. (2007). Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz. Selçuk İletişim Dergisi, 4(4), 75-95.

Tarhan, B.T. (2005). Z Kuşağının Pazarlama Aracı mı?.Marketing Türkiye, Sayı:78.

Tarhan, A. (2013). Halkla İlişkilerde Medyayla İlişkiler: Medya Çalışanlarının Görüşleri Üzerine Bir Saha Araştırması. NWSA, 8(2), 226-251.

Tekin, M. & Zerenler, M. (2005). Krizi Yönetebilmenin Sırları. Konya: Çizgi Yayınları.

Tengilimoğlu, D. & Öztürk, Y. (2004). İşletmelerde Halkla ilişkiler. Ankara: Selçuk Yayıncılık.

Todd, V. & Hudson, C.J. (2007). Using Graded Peer Evaluation to Improve Students Writing Skills, Critical Thinking Ability, and Comprehension of Material in a Principles of Public Relations Course. Journal ofCollege Teaching & Learning, 4(10), 39-46.

Tok, M. & Ünlü, S.(2014).Yazma Becerisi Sorunlarının İlkokul, Ortaokul ve Lise Öğretmenlerinin Görüşleri Doğrultusunda Karşılaştırılmalı Olarak Değerlendirilmesi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13 (50), 73-95.

Tokgöz, O. (2006). Temel Gazetecilik. Ankara: İmge Yayıncılık.

Tortop, N. (1990). Kamu Yönetimde Halkla İlişkilerin Önemi, Uygulanması ve Kalkınma Planlarındaki Yeri. Ankara: Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi.

Tortop, N. (1998). Halkla İlişkiler. Ankara: Yargı Yayınları.

Tosun, N. B. (2014). Marka Yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayın.

Toy, Z. (2014). Kurumsal Reklamların Kapsam ve İçeriğinin Belirlenmesine Yönelik Bir Modelin Kurumsal Bakış Açısıyla Belirlenmesi: İMKB'nda İşlem Gören Şirketlere Uygulanması. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İstanbul.

Trammell, K. D. (2006). Blog Offensive: An Exploratory Analysis of Attacks Published on Campaign Blog Posts from a Political Public Relations Perspective. Public Relations Review, 32(4), 402-406.

Tüz, M.V. (2008). Kriz Yönetimi. İstanbul: Alfa Yayınları.

Uzunoğlu, E. & Onat, F. & Alikılıç, Ö.A. & Çakır, S.Y. (2009). İnternet Çağında Kurumsal İletişim. İstanbul: Say Yayınları.

Uztuğ, F. (2005). Kurumsal Reklamcılık. (ed. E. Özkalp). Kurumsal İletişim Yönetimi içinde (65-80), 2.Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, No: 859.

Ülger, B. (2003). İşletmelerde İletişim ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Der Yayınları.

Vries, d. L. & Gensler, S. & S.H. Lee, P. (2012). Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing. Journal of Interactive Marketing, 26, 83-91.

Vogler, C. (2011). Yazarın Yolculuğu -Senaryo ve Öykü Yazımının Sırları. (çev.K. Şahin). İstanbul: Okuyan Us Yayınları.

Walaski, P.F. (2011). Risk and Crisis Communications. Methods and Messages. NewJersey: Wiley.

Wallsbeck, F.E. & Johansson, U. (2014). Instagram Marketing: When Brands Want to Reach Generation Y with their Communication. Unpublished master's thesis, Halmstad University.

Ward, C. & Supa, D. (2011). Social Media and Crisis Communication: Are Organizations Using Social Media In Times of Crisis?. (Maters of Arts), Ball State University, Muncie, Indiana.

Weinberg, T. (2009). The New Community Rules: Marketing on the Social Web. California: O'Reilly.

Wilcox, Dennis, L. & Nolte, W.Lawrence (1990). Public Relations Writing and Media Techniques. New York: HarperCollins Publishers.

Wilcox, D.L. (2009). Public Relations Writing and Media Techniques, USA: Pearson.

Wilcox, D. & Cameron, G. (2010). Public Relations: Strategies and Tactics. USA: Pearson/Allyn&Bacon.

Wilcox, D.L. & Reber, B.H.(2012). Public Relations Writing and Media Techniques. USA: Pearson.

Wilson, R. C. &Guilford, J. P. & Christensen, P. R. (1953). The Measurement of İndividual Differences in Originality. The Psychological Bulletin, 50 (5), 362-370.

Wiltse, M. E. (2006). Using Writing to Predict Students' Choice of Majors. Journalism & Mass CommunicationEducator, 61, 179-194.

Wright, D.K. &Hinson, M.D. (2008). How Blogs and Social Media are Changing Public Relations and the Way it is Practiced. Public Relations Journal, 2 (2), 1-21.

Xu, K. & Li, W. (2013). An Ethical Stakeholder Approach to Crisis Communication: A Case Study of Faxconn's 2010 Employee Suicide Crisis. Journal of Business Ethics, 117, 371-386.

Yang, S. U. & Lim, J. (2009). The Effects of Blog-Mediated Public Relations On Relation Trust. Journal of Public Relations Research, 21(3), 341-359.

Yayınoğlu Eraslan, P. (2013). Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Mesleği Mücadele mi, İş Birliği mi?. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Yeygel, S. (2005). Şirketlerin Kurum Kimliklerini Yansıtan Bir Ortam Olarak Web Siteleri. Yeni Düşünceler, 1(1),77-91.

Yıldırım, R. (1998). Yaratıcılık ve Yenilik. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Yıldırım, G. (2018). İkna Odaklı Halkla İlişkiler Yazarlığı. İstanbul: Beta Yayınları.

İnternet Kaynakları

http://www.psikiyatri.org.tr/uploadFiles/publicationsFile/file/910201816415-TPD_bulten_C21_S2_web-4.pdf. (Erişim Tarihi: 25.02.2019).

https://adiyaman.edu.tr/ADYU/ADYU-Yayinlar, (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

https://www.skylife.com/tr/2019-02(Erişim Tarihi: 25.02.2019).

https://afsindh.saglik.gov.tr/TR,17515/brosurler.html, (Erişim Tarihi: 25.02.2019).

https://dosyamerkez.saglik.gov.tr/Resim/17875,masa-egzersizleri-1jpg.png?0 (Erişim Tarihi: 25.02.2019).

http://www.nareks.com.tr/Afis-Tasarim-Antalya-Afis-Baski-Antalya.html-(Erişim Tarihi: 25.02.2019).

http://www.istanbulkitapfuari.com/medya-meteryalleri-(ErişimTarihi: 25.02.2019).

http://www.filmfestankara.org.tr/afisler/ (Erişim Tarihi: 25.02.2019).

http://www.ekmekisrafetme.com/Pages/Afisler.aspx, (Erişim Tarihi: 26.02.2019).

https://www.marmara.edu.tr/event/7uluslararasi-ogrenci-trienali-acilis-ve-sergi-daveti/26.02.2019.

https://www.marmara.edu.tr/event/kisisel-resim-sergisi-yolculuk/26.02.3019.

http://www.ttb.org.tr/siddet/images/stories/files/tbmmsiddetraporu.pdf, (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

https://docplayer.biz.tr/23667543-Egitim-ogretim-yili-mezuniyet-toreni-konusma-metni.html, (Erişim Tarihi: 27.02.2019).

https://www.campaigntr.com/anadolu-hayat-emeklilikin-duzenledigi-yarisma-icin-basvurular-basladi/ (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

http://mev66.meb.k12.tr/icerikler/anadolu-hayat-emeklilik-ahe-kadin-gozuyle-hayattan-kareler-18-fotograf-yarismasi-sonuclari_6049918.html,(Erişim Tarihi: 28.02.2019).

http://www.bestyayincilik.com/Haberler/Haberler.aspx?HABER=10706#lightbox/0/(Erişim Tarihi: 28.02.2019.

http://www.apikoglu.com.tr/kurumsal-reklamlar.php, (Erişim Tarihi: 25.02.2019).

https://www.usak.edu.tr/ (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

http://tdk.gov.tr/(Erişim Tarihi: 28.02.2019).

https://blog.turkishairlines.com/tr, (Erişim Tarihi: 01.02.2019).

http://blog.milliyet.com.tr/(Erişim Tarihi: 02.02.2019).

https://www.facebook.com/pg/TCKulturTurizm/photos/?ref=page_internal, (Erişim Tarihi: 01.03.20199.

http://www.dijitalajanslar.com/twitterda-yapilmamasi-gereken-6-hata/,(Erişim Tarihi: 28.02.2019).

http://blog.euromsg.com/yeni-baslayanlar-icin-sosyal-medya-icerik-yonetiminde-dikkat-edilmesi-gereken-5-ipucu/,(Erişim Tarihi: 28.02.2019).

http://www.dijitalajanslar.com/araclar/sosyal-medya-araclari/page/2/ (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

https://twitter.com/tuhid,(Erişim Tarihi: 01.03.2019).

https://twitter.com/ttkgovtr,(Erişim Tarihi: 01.03.2019).

https://www.instagram.com/ttkgovtr/,(Erişim Tarihi: 01.03.2019).

https://www.anadolu.edu.tr/acikogretim/ao-e-bulten, (Erişim Tarihi: 20.02.2019).

https://www.slideshare.net/brkzdmr/selin-dev,(Erişim Tarihi: 26.02.2019).

https://www.slideshare.net/rmeysa/rmeysa-salman-141600030, (Erişim Tarihi: 26.02.2019).

https://frankfurt.meb.gov.tr/www/basin-bildirisi-anadilde-hakkinda/icerik/140, (Erişim Tarihi: 29.02.2019.

https://www.cbsnews.com/news/hashtag-fail-entenmanns-tweets-notguilty-about-eating-treats-not-about-casey-anthony/ (Erişim Tarihi: 28.02.2019).

https://www.sabah.com.tr/gundem/2016/03/24/turkcellden-ensar-vakfi-aciklamasi, (Erişim Tarihi: 04.03.2019.

https://medyasyon.wordpress.com/2012/05/31/en-buyuk-sosyal-medya-krizleri-ve-markalara-maliyeti/04.03.2019.

Wilkinson, C. 2010). "Facebook Pages 101", http://www.sabredesign.net/facebook/FacebookforBusiness.pdf, 05.03.2019.

İLETİŞİM ETİĞİ

Kavramlar, Olgular ve Tartışmalar

Editör:
Z. Burcu ŞAHİN

LİTERATÜRK
academia

GAZETECİLİK VE ETİK

Zeynep Burcu ŞAHİN*

Giriş

Ahlakın en göreceli, en tartışmaya açık ve denetime uyumsuz hali gazetecilikte karşılığını bulur. Ahlakın göreceliliği en çok gazetecilik faaliyetinde ortaya çıkmakta; farklı ahlaki değerler, farklı uygulamalara imkân vermektedir. Bununla birlikte, gazetecilik faaliyetinin demokrasi ile doğrudan ilişkisi onu toplum nezdinde farklı ve önemli bir konuma taşımaktadır. Nitekim demokratik sistemin sorunsuz ve adil bir biçimde işlemesini sağlayacağı öne sürülen haber, bilgi ve düşüncelerin kamuoyuna aksettirilmesi, basının temel görevlerinin başında yer almaktadır. Ancak basının demokratik sistemdeki bu önemli konumu ve kamuoyunu etkileme gücü, onu çeşitli çıkar gruplarının da hedefi haline getirmektedir.

Gazeteciliğin günümüzdeki şeklinde bir mesleki faaliyet olarak kabul edilmesi, 19. yy.da liberal kuramın doğuşuyla ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte, mesleğe girişte herhangi bir yetkinlik belgesi alınmaması, serbest piyasa koşullarında her isteyenin gazetecilik faaliyetinde bulunabilmesi ve gazeteciliğin yarı kamusal bir hizmet olarak tartışmalı konumu onu, diğer meslek faaliyetlerinden ayrı ve tartışmalı bir konuma taşımaktadır.

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, zbsahin@gelisim.edu.tr

Ulusal ve uluslararası etik kodlar incelendiğinde, çoğunlukla etik özne olarak gazetecinin eylemlerine odaklanıldığı ve buna yönelik çözüm arayışı içinde olunduğu görülmektedir. Oysa gazetecilikte etik problemlerin temel kaynağını yapısal sorunlar oluşturmaktadır.

Gazetecilikte etik kavramı salt etik öznenin bireysel vicdanı ile açıklanamaz. Gerek bu kararların oluşumunda gerek uygulanmasında söz konusu uygulama alanını oluşturacak ekonomi-politik, kültürel, tarihsel ve toplumsal şartların etkisi göz ardı edilemez. Bununla birlikte, özelde gazetecilik etiği genelde iletişim etiği salt medya profesyonellerini etkileyen ve ilgilendiren bir husus da değildir; gerek içeriği yorumlayan gerekse yeni gelişen iletişim teknolojileri çerçevesinde içerik üreten olarak bütün toplum bu sorumluluğu paylaşmalı; muhtemel çözüm önerileri öncelikle bu aksaklıkların giderilmesine ve bu sorumluluğun yerleşmesine yönelik eğitimi esas almalıdır.

Kaynakça

Adorno, T. (2013). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi.* 8. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Akarsu, B. (1965). *Ahlak Öğretileri I Mutluluk Ahlakı.* İstanbul: Baha Matbaası.

Aktan, C., (2009). Ahlak ve Ahlak Felsefesine Giriş. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi.* Cilt 1, Sayı:1. s.38-59.

Arvas, İ. S. (2011). Basında Sosyal Sorumluluk Bağlamında Günümüz Türkiye'ndeki Özdenetim Uygulamaları. *Erciyes İletişim Dergisi.* C. 2. S. 2. s.82-92

Aydeniz, H. (2007). Tarihsel ve Literal Açıdan Yerel Gazetecilik. *Türkiye'de Yerel Basın Tarihi***.** İstanbul: İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları. s.1-27.

Balcı, Ş. Bekiroğlu, O. Gölcü, A. (2013). Gazeteciliğin Bitmeyen Tartışması: Gazetecinin Etik ve Sorumluluğu. *İletişim ve Etik.* Ed. Metin Işık. Konya. Eğitim Kitabevi. s. 185-215.

Bertrand, C. J. (2004). *Medya Etiği.* Ankara: Özkan Matbaacılık.

Belsey, A. ve Chadwick R. (2011). Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı. *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar.* Ed. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. 2. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s.13-30.

Blevins, J. (1997). *The Hutchins Commission Turns 50: Recurring Themes in Today's Public and Civic Journalism.* 31.12.2018 tarihinde https://mtprof.msun.edu/Fall1997/Blevins.html adresinden alındı.

Bülbül, R. (2001). *İletişim ve Etik.* 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayınları.

Cevizci, A. (2015). *Etik: Ahlak Felsefesi.* İstanbul: Say Yayınları.

Cohen- Almagor, R. (2002). *İfade, Medya ve Etik*. Ankara: Phoenix Yayınevi.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik.* Ankara: İmge Kitabevi.

Dedeoğlu, G. (2016). İletişimin İki yönü ve Yapısal Etmenler Bağlamında İletişim Etiğinin Olanaklılığı. *MedyaEtik.* Ed. Ferlal Örs. Bursa: Sentez Yayıncılık. s.23-43.

Duran, R. (2002). DMG Yine İlke Yayımladı Ama. *Bianet.* 16 Eylül. 15.12.2018 tarihinde https://m.bianet.org/bianet/medya/12759-dmg-yine-ilke-yayimladi-ama adresinden alındı.

Durkheim, E. (1986). *Meslek Ahlakı.* Çev. Mehmet Karasan. Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Edgar, A. (2011). Nesnellik, Yanlılık ve Hakikat. *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar.* Ed. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. 2. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s.141-161.

Erden, G. (2013). Etiğin Kavramsal Açılımı, İletişim ve Etik Arasındaki İlişki. *İletişim ve Etik.* Ed. Metin Işık. Konya: Eğitim Kitabevi.

Gaber, I. (2010). *We are all, or ought to be subjective now: new challenges for journalism educators.* Presented at Worl Journalism Education Congress Rhodes University, Grahamstown. South Africa.

Girgin, A. (2001). Tarafsızlık (Nesnellik, Objektiflik). *Marmara İletişim Dergisi.* Cilt 11. Sayı:11.s.247-254.

Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri.* İstanbul: Der Yayınları.

Güllüoğlu, Ö. (2013). Medyada Etik İlke ve Kuralların Belirlenmesi. *İletişim ve Etik.* Ed. Metin Işık. Konya: Eğitim Kitabevi. s.164-186.

Hacıkadiroğlu, V. (1990). *Özgürlük Ahlakı*. İstanbul: Cem Yayınevi.

Keşişoğlu, G. (2010). Tabloid Gazeteler Tabloid Gibi Olmalı. *Dünya.* 2 Aralık. 25.12.2018 tarihinde https://www.dunya.com/kose-yazisi/tabloid-gazeteler-tabloid-gibi-olmali/8451 adresinden alındı.

Kıllıoğlu, İ. (1988). *Ahlak-Hukuk İlişkisi*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Yayınları. No. 23

O'Neill, J. (2011). Piyasada Gazetecilik Yapmak. *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar.* Ed. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick. 2. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s.30-51.

Öcal, S. B. (2016). Bir Umut Tartışması Olarak Medyanın Etik Sarkacı: "Ortak İyi" mi, "Gerçek" Olan mı? *Medya Etik.* Ed. Ferlal Örs. Bursa: Sentez Yayınları.

Özlem, D. (2010). *Etik: Ahlak Felsefesi.* İstanbul: Say Yayınları.

Özgen, M. (2006). *Gazetecinin Etik Kimliği.* İstanbul: Set-Systems.

Taş, O. (2012). *Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları.* İstanbul: İletişim Yayıncılık.

TDK Büyük Sözlük. 13.12.2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/ adresinden alındı.

Tılıç, D. (2003). *Türkiye'de Gazetecilik.* Ankara: ÇYD Yayınları.

Tokgöz, O. (2008). *Temel Gazetecilik.* İstanbul: İmge Kitabevi.

Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar.* Ankara: Dipnot Yayınları.

Vardal, Z. B. (2014). Türkiye'de Basın Özgürlüğü ve 2003 Yılı Sonrası Uygulamalar. *Yayımlanmamış Doktora Tezi.* İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YENİ MEDYA ÇAĞINDA ETİK

Kezban KARAGÖZ*

Giriş

İletişim alanındaki yenilikler teknoloji ile iç içe olmuştur. Teknolojik yenilikler her dönem insanlar tarafından büyük ilgi ile karşılanmıştır. Başlangıçta insanlar, bu teknolojik değişimlere mesafeli olmakla birlikte, yeniliklere de ayak uydurmuşlardır. El yazması eserlerden matbaaya, basılı haberden radyoya, radyodan televizyona, kablolu telefonlardan mobil telefonlara, internetle ise bütün analog sistemlerin tek bir tuşla kontrol edilebilir oluşuna insanlık çok hızlı adapte olmuştur. Teknolojik değişimlerin son 10 yılda geçirdiği dönüşüm, hayatın merkezini teknolojik bir eyleme çevirmiştir. Görüntülü medya ile özellikle özel kanallar sayesinde yakın bir ilişki kuran birçok bireyin dijital teknoloji adaptasyonu adeta son hızla olmuştur. Özellikle dijital medyaya adaptasyonun, geleneksel medyada gazeteden televizyona geçişten daha hızlı olmasının alt yapısı teknolojiktir.

Yeni medya teknolojileri ile zaman ve mekâna bağımlılık ortadan kalkarken bilgi ağlarına erişim hızı da artmıştır. Web 2.0 teknolojileri ile katılımcı odaklı yeni medyanın içinde barındırdığı "sosyal medya" kavramıyla tanışmamızın kapısı aralanmıştır. Sosyal ağlar ile multimedya iletişim imkânı doğmuş, iletişimi sınırlayan fiziksel sınırlar ortadan kalkarken dünyanın

* Dr. Öğr. Üyesi, Kezban Karagöz, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, kezban.karagoz@yeniyuzyil.edu.tr

Kaynakça

AB'den sosyal medya devlerini üzecek telif kararı! *www.haberturk.com.* 10.11.2018 tarihinde https://www.haberturk.com/ab-den-sosyal-medya-devlerini-uzecek-telif-karari-2139517# adresinden alındı.

Alemdar, K. (1999). *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. İstanbul: Afa Yayınları.

Almanya: Sosyal medyada nefret söylemine büyük cezalar getirecek yasa yürürlüğe giriyor. *BBC News.* 12.11.2018 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42531731 adresinden alındı.

Aromeeva, E. Liebroer, M. Lilleker, D. (2017, Temmuz 17). Post-Truth: Its Meanıng And Implıcatıons For Democracy. *Political Studies Association.* 29.11.2018 tarihinde https://www.psa.ac.uk/insight-plus/blog/post-truth-its-meaning-and-implications-democracy adresinden alındı.

Arslantaş, S. Binark M. (2012). *Türkiye'de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Numarasından E-kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi.* 30.11.2018 tarihinde https://ekitap.alternatifbilisim.org/turkiyede-dijital-gozetim.html adresinden alındı.

Baumann, Z. ve Lyon, D. (2013). *Akışkan Gözetim.* Çev. Elçin Yılmaz. İstanbul: Kayhan Matbaacılık.

Bertrand, C. J. (2004). *Medya Etiği.* Ankara: BYEGM Yayınları.

Binark, M. ve Çomu, T. (2011). Nefret Söyleminin Nefret Suçuna Evrilmesi. *http://bianet.org/bianet/.* 10.10.2018 tarihinde biamag/131930-nefret-soyleminin-nefret-sucuna-evrilmesi adresinden alındı.

Binark, M. Bayraktutan G. (2013). *Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik.* İstanbul: Kalkedon.

Blom, J. N. (2015). Click Bait: Forward-Reference as Lure in Online News Headlines. *Journal of Pragmatics.* s. 87–100.

Cerrahoğlu, N. (2018, Mart 25). Üst akıl: Cambridge Analytica. *Cumhuriyet Gazetesi.* 20.12.2018 tarihinde http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/948173/Ust_akil__Cambridge_Analytica.html adresinden alındı.

Chadwick, A. R. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik sorunlar.* İstanbul: Ayrıntı.

Chen, D.-T. W.-M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal on Cybernetics and Informatics.* s. 84-88.

Christians, C. G. (2011). Journalism Ethics for a New Era. *Journal of Mass Media Ethics.* s. 84-88.

Couldry, N. (2010). *Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective.* New York: Routledge.

Demir, V. (2006). *Medya Etiği.* İstanbul: Beta yayınları.

Dijital Haber Raporu (2017). 15.08.2018 tarihinde http://www.digitalnewsreport.org/. adresinden alındı.

Evers, H. (2010). İnternet Haberciliği: Yeni Etik Sorunlar mı? B. Ç. Tuncel içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik.* Ankara: Fersa Matbaacılık. s.322-328.

Gentzkow, H. A. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları.* Ankara: Ütopya Yayınları.

Giddens, A. (2008). *Ulus Devlet ve Şiddet.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Hafızoğlu, Z. (2009). "Özel Hayata ve Hayatın Gizli Alanına Karşı Suçlar". *Ankara Barosu Dergisi*. s.17.

Ikäheimo, H.-P. (2018). *The algorithmic democracy – how did the technological transformation lead to the post-truth era?* 18.10.2018 tarihinde https://www.sitra.fi/en/articles/algorithmic-democracy-technological-transformation-lead-post-truth-era/ adresinden alındı.

Işık, U. Koz, K. A. (2014). Çöp Yığınlarında Haber Aramak: İnternet Gazeteciliği. *Humanities Science.* Cilt:9. Sayı:2. s. 27-43.

İnan, O. (2003). Veri Madenciliği. *Yüksek Lisans Tezi.* Selçuk Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü.

Jimoh, J. K. (2017). New Medıa Technologıes And Ethıcal Challenges In Nıgerıa 28.09.2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/313821603_New_Medıa_Technologıes_And_Ethıcal_Challenges_In_Nıgerıa adresinden alındı.

Kalıkov, A. (2006). Veri Madenciliği ve Bir E-Ticaret Uygulaması, . *Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kirby, E. J. (2016). The City Getting Rich From Fake News. *BBC News*. 04.09.2018 tarihinde https://www.bbc.com/news/magazine-38168281. adresinden alındı.

Lıevrouw, A. L. (2011). *Alternative and Activist New Media. Polity.* Cambridge: Polity Press.

Manovıch, L. (2001). *The Language of New Media.* Cambridge: The MIT Press.

Mavnacıoğlu, K. (2009). *İnternette Kullanıcıların Oluşturduğu ve Dağıttığı İçeriklerin Etik Açıdan İncelenmesi: Sosyal Medya Örnekleri.* Fırat Üniversitesi. Elazığ: İletişim Medya ve Etik Semp.

Mcphıllıps, S. Merlo, O. (2008). "Media Convergence And The Evolving Media Business Model: An Overview And Strategic Opportunities". *The Marketing Review.* s. 237-253.

Nişanyan, S. (2011). Sözlerin Soyağacı. Çağdaş Türkçenin Etimolojik Sözlüğü.

ODIHR. (2009). Hate Crime Laws A Practical Guide. 30.08.2018 tarihinde https://www.osce.org/odihr/prosecutorsguide?download=true adresinden alındı. s.1-101.

Pasquale, F. (2015). *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information.* Massasuceth: Harvard Bussines School.

Petre, C. (2015). *The Traffic Factories: Metrics at Chartbeat, Gawker Media, and The New York Times.* Tow Center for Digital Journalism A Tow/Knight Report.

Rashid, M. M. (2018). Media Ethics, Opern or Closed? *www.muhammadmustafarashid.com.* 18.01.2018 tarihinde https://muhammadmustafarashid.com/2018/03/03/media-ethics-open-or-closed/ adresinden alındı.

Silverman, C. (2016). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *Buzzyfeed News.* 12.09.2018 tarihinde https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.hcaG48Ogd#.pvx2QpGaR adresinden alındı

Silverman, C. Alexander, L. (2016). How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News. *Buzzyfeed News.* 30.12.2018 tarihinde https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm_term=.sidRgKDO4#.eblB2yGN7 adresinden alındı.

Silverman, C. (2018). 10.12.2018 tarihinde https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert adresinden alındı.

Spence, E. H. (2008). Information Ethics as a Guide for New Media. *Journal of Mass Media Ethics. Journal of Mass Media Ethics.* s.264-279.

Tandoc, J. E. (2014). Journalism Is Twerking? How Web Analytics Is Changing the Process of Gatekeeping. *New Media & Society*. s. 559–575.

Taş, O. (2010). Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi. *Televizyon Haberciliğinde Etik.* Ankara: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük. 20.10.2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr adresinden alındı.

Tılıç D. (Tarih Yok). Medya ve Etik: Yapısal Çürümüşlüğe Karşı Bireysel Erdem? *Ayrıntı Dergi.* 13.10.2018 tarihinde http://ayrintidergi.com.tr/medya-ve-etik-yapisal-curumusluge-karsi-bireysel-erdem/ adresinden alındı.

Töreci, E. (2014). İnternet Etiği. *Bilişim Dergisi.* 12.12.2018 tarihinde http://bilisimdergisi.org/ adresinden alındı.

Tuncel, B. Ç. (2010). *Televizyon Haberciliğinde Etik.* Ankara: Fersa Ofset.

Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik Sorunlar. *Selçuk İletişim.* s. 287-311.

Uzun, R. (2005). Haber Telif Hakları ve İnternet Gazeteciliğinde İntihal. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi.* Sayı: 21. s. 46-74.

Uzun, R. (2011). *İletişim Etiği.* İstanbul: Dipnot.

Uzunoğlu, S. (2016). Yalan haber nedir? Ona karşı neden savunmasızız? *https://journo.com.tr/* 30.12.2018 tarihinde https://journo.com.tr/yalan-haber-nedir adresinden alındı.

Wegerif, R. (2017). 'Post Truth': the Internet, education and democracy. *www.rupertwegerif.name.* 25.12.2018 tarihinde http://www.rupertwegerif.name/blog/post-truth-the-internet-education-and-democracy adresinden alındı.

İnternet Kaynakları

10.08.2018 tarihinde http://www.digitalnewsreport.org/ adresinden alındı.

20.09.2018 tarihinde http://www.trendweek.com adresinden alındı.

22.09.2018 tarihinde http://tr.wikipedia.org/w/index.php?title= Sosyal_ medya adresinden alındı.

09.11.2018 tarihinde https://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/hrpolicy/other_committees adresinden alındı.

09.12.2018 tarihinde http://www.osce.org/odihr/16405 E.T. Adresinden alındı.

10.12.2018 tarihinde http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160407-8.pdf adresinden alındı.

10.12.2018 tarihinde http://bimo.org.tr adresinden alındı.

12.12.2018 tarihinde https://www.etymonline.com/word/anonymous adresinden alındı.

15.12.2018 tarihinde http://tr.wikipedia.org/wiki/Trol adresinden alındı.

HOMOFOBİ ODAKLI NEFRET SÖYLEMLERİNİN ÇEVRİMİÇİ GAZETE YORUMLARINDA YENİDEN ÜRETİLMESİ

Nevra ÜÇLER[*]
Engincan YILDIZ[**]

Giriş

Özellikle günümüz koşullarında yeni medyanın gelişmesiyle birlikte nefret söylemi herhangi bir denetim mekanizması olmadan birçok alanda üretilebilmektedir. Nitekim denetimi olmayan bu alanlarla birlikte "biz"[1] kavramının dışında kalan nefret söylemi mağdurları, birçok alanda nefret söylemine maruz kalmaktadırlar. Toplum tarafından yaratılan bu nefret söylemleri ise toplumun genel algısını etkileyebilmekte ve bu doğrultuda daha büyük nefret söylemlerine ve nefret suçlarına sebebiyet verebilmektedir.

Nefret söylemi, kendisini belirli bir noktadan sonra şiddetle eyleme dökme eğilimi taşımaktadır. Nefret suçu teriminin medyada ilk yer alışı, Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleşmiştir. Terim, 1986 yılında, New York'ta beyaz öğrencilerin siyahi bir öğrenciye yönelik saldırısından sonra yaygın şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de sıklıkla kullanılan,

[*] Araştırma Görevlisi, Nevra Üçler, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, ncelikkol@gelisim.edu.tr

[**] Araştırma Görevlisi, Engincan Yıldız, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, enyildiz@gelisim.edu.tr

[1] Detaylı bilgi için bkz. : "Biz" Kavramı – Türk Dil Kurumu

Kaynakça

Alğan, T. Cengiz ve Şensever, F. Levent (Ed.) (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları.* Sosyal Değişim Derneği. İstanbul: Yön Matbaası.

Bilge, R. (2016). Sosyal Medyada Nefret Söyleminin İnşası ve Nefret Suçlarına İlişkin Yasal Düzenlemeler, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.* Sayı: 1 Cilt:2016/Güz, s. 1-14.

Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Yeni Medya ve Etik.* İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bulunmaz, B. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.* 8(1), s.73-88.

Council of Europe Committee of Ministers (1997). Of The Committee of Ministers to Member States On "Hate Speech". Recommendation No. R (97) 20.

Çelenk, S. (2010). Ayrımcılık ve Medya, s.211-227.

Çomu, T. Binark, M. (2013). Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi. *Medya ve Nefret Söylemi*. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları. s. 199-219.

Dondurucu, Z. Uluçay, A. (2015). Yeni Medya ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, s.1057-1091.

Elçi Özc, D.(2018). Ayrımclık, Nefret Söylemi/Suçları ve Transfobi İle Damgalanan Trans Kadınlar. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt:11, Sayı:55, s. 535-542.

Ertan, Ç. (2010). Homofobi: İnternet Gazetelerinde Okuyucu Yorumlarındaki Eşcinsellere Yönelik Tutumlar ve Söylemler. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*. Sayı: 3 (2) Temmuz 2010, s.1-17.

Göregenli, M. (2013a). Nefret Söylemi ve Nefret Suçları. *Medya ve Nefret Söylemi Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar.* Mahmut Çınar (der.). İstanbul: Hrant Dink Vakfı yayınları, s.57-73.

Kaos GL, (2012). Nefret Suçları Kimin Sorunu? LGBT Bireyler, Nefret Söylemi ve Medyadaki Temsil. *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları.* Y. İnceoğlu (der.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s. 289-306.

ODIHR. (2009). Hate Crime Laws A Practical Guide. 26.08.2018 tarihinde https://www.osce.org/odihr/prosecutorsguide?download=true adresinden alındı. s.1-101.

OSCE – ODIHR. (2005).Combating Hate Crimes in the OSCE Region, An Overview of Statistics. Legislation and National Initiatives. 24.08.2018 tarihinde http://www.osce.org/odihr/16405 adresinden alındı.

Ördek, K. (2012). Türkiye'de Trans Bireylere Yönelik Nefret Suçları. *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları,* Y. İnceoğlu (der.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. s. 307-324.

Öztekin, H. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.* Cilt:8. Sayı:38. s. 925-936.

Pawkowski, R. (2007). How to Understand and Confront Hate Speech. www.unitedagainstracism.org/pages/thema03.htm, (05.10.2018).

Sezgin A. (2017). *Çevrimiçi Gazetelerin Okur Yorumlarında Nefret Söylemi: Reina Saldırısı Örneği.* Cilt:8 Sayı:30 s.107-130

Ulusal Basında Nefret Suçları 10 Yıl 10 Örnek. 10.09.2018 tarihinde http://www.aciktoplumvakfi.org.tr/pdf/medyada_nefret.pdf adresinden alındı.

Van Dijk, T. A. (1987). Semantics of a press panic: The Tamil invasion. *European Journal of Communication*. 3. s.167-187.

Vardal, Z, B. (2015). Nefret Söylemi ve Yeni Medya. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* Bahar 2(1). s. 132-156.

Yazıcı, T. (2016). Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği. *Global Media Journal,* 7(13). s.115-136.

Yüksel, E. (2007). "Kamuoyu Oluşturma" ve "Gündem Belirleme" Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır? *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi.* 2007/1. s. 571-586.

İnternet Adresleri

15.09.2018 tarihinde https://www.alexa.com/ adresinden alındı.

"Mustafa Ceceli'nin Eski Eşi Sinem Gedik İntizar'la Birlikte". 15.10.2018 tarihinde http://www.ensonhaber.com/mustafa-ceceli-sinem-gedik-davasina-intizar-damga-vurdu.html, adresinden alındı.

"Mustafa Ceceli, Sinem Gedik olayında yeni gelişme! 2 ay yaklaşamayacak". 15.10.2018 tarihinde https://www.haberturk.com/sinem-gedik-eski-esi-mustafa-ceceli-ye-2-ay-sureyle-yaklasamayacak-magazin-haberleri-2075500-magazin/14 adresinden alındı.

"Mustafa Ceceli eleştirilere yanıt verdi: İftira atıyorsan...". 26.10.2018 tarihinde https://www.mynet.com/mustafa-ceceli-elestirilere-yanit-verdi-iftira-atiyorsan-185177-mymagazin adresinden alındı.

"Sapkınlık ünlüler eliyle yayılıyor!". 26.10.2018 tarihinde https://www.yeni-akit.com.tr/haber/sapkinlik-unluler-eliyle-yayiliyor-494613.html, adresinden alındı.

DİJİTAL MEDYADA ETİK: TERÖR HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Hüseyin KAZAN*

Giriş

Dijital medya ve buna bağlı olarak pek çok ürün toplumsal süreçlerin bütününe etki etmektedir. Bu ürünlerin başında da sosyal medya gelmektedir.

Bu sosyal medya araçları Arap Baharı olarak adlandırılan halk hareketlerinin başlamasında ve bu hareketin dünyaya duyurulmasında ve meşruiyet kazanmasında birer propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Szajkowski, 2011; Korkmaz, 2012). Yine Amerika'da başlayan, tüm dünyada sesini duyuran "Wall Street'i İşgal Et" hareketi ve İspanya'da başlayan ve Avrupa'da etkisini gösteren "Indignados" hareketlerinin sosyal medya üzerinden yayılmış (Shirky, 2011) olduğunu dikkatten kaçırmamak gerekir. Medyanın diğer propaganda araçlarına nazaran maliyetinin son derece düşük olması, etki alanı olarak kısa süre içinde çok geniş kitlelere ulaşılabiliyor olması (Wolfsfeld vd, 2013:3), içerik oluşumlarının son derece kolay olması, herhangi bir ön hazırlık yapmaksızın kitlelere erişimin mümkün olması, hedef kitlelere ulaşımının direkt olarak seçilebilmesi, siyasal otoriteler tarafından kontrol ve denetiminin çok zor olması gibi pek çok nedenden dolayı medyanın propaganda aracı

* Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, kazan.hsyn@gmail.com

Kaynakça

Binark, F.M. (2013). Yeni Medya Kullanımının Etkileri. Dijital İletişim ve Yeni Medya. (Ed. M.C. Öztürk). Anadolu Üniversitesi. Eskişehir. 50-76.

Gertz, B. (2014). The Washington Free Beacon. 19 Aralık 2015 tarihinde New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners. adresinden alındı

BM Raporu. (2014). SA933/ TG61: Birleşmiş Milletler genel Kurulu'nun (BMGK) 2170 Sayılı IŞİD Kararı.

Kirdar, M. J. (2011). Al Qaeda In Iraq. Center For Strategic and International Studies. Washington DC: CSIS.

Korkmaz, A. (2012). Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü, International Symposium on Language and Communication: Research Trendsand Challenges (ISLC), 2147- 2153, London.

Lepre, C. R., & Luther, C. A. (2006). The incorporation of terrorism coverage in academic journalism programs. Journalism & Mass Communication Educator, 61(4), 361-377.

Miller, A. H. (1982). Terrorism, the media, and the law. New York, NY: Transnational Publishers.

Shahira S. Fahmy (2017). Media, Terrorism, and Society: Perspectives and Trends in the Digital Age, Mass Communication and Society, 20:6, 735-739.

Shiky, C. (2011). The Political Power of Social Media. Foreign Affairs, 90(1), s.28-41.

Szajkowski, B. (2011). Social Media Tools And The Arab Revolts, Alternative Politics, 3(3), 420- 432.

Şenol, D. & Erdem, ö. G. S., & erdem, ö. G. E. (2016). IŞİD Terör Örgütünün İletişim ve Propaganda Teknikleri. Ortadoğu'da Devlet, Devlet-Dışı Aktörler ve Demokrasi. s.191-202.

Wilkinson,P. (1997). The media and terrorism: A reassessment, Terrorism and Political Violence, 9:2. S.51-64

Wolfsfeld, G. (2013). Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First, http://hij.sagepub.com/ content/early/2013/01/16/1940161212471716.

Roggio, B. (2007). Long War Journal. 27 Kasım 2015 tarihinde US targets al Qaeda's al Furqan media wing in Iraq adresinden alındı

Tuman, J. S. (2010). Communicating terror: The rhetorical dimensions of terrorism. New York, NY: Sage.

Zelin, A. (2013). Announcement on the Publishing of al-I'tiṣām Media Foundation – A Subsidiary of the Islamic State of Iraq – It Will Be Released Via New Statement From The Global Islamic Media Front. 16 Aralık 2015 tarihinde Jihadology: http://jihadology.net/category/the-globalislamic-media-front/ GIMF. adresinden alındı

Ünsal, Z.E. & Stojanov,t. Terrorısm: Some Phİlosophİcal and EthİcaI Dİlemmas. (2017). International Journal of Social Sciences and Interdisciplinary Studies, 2(1), 4-13.

19.01.2019 tarihinde http://www.baretdergisi.com/unlu-sarkici-sila-evlendi/ adresinden alındı.

12.12.2018 tarihinde https://plato.stanford.edu/entries/terrorism/#MorIss adresinden alındı.

14.12.2018 tarihinde https://hyturkyilmaz.com/dijital-medya-nedir/ adresinden alındı.

18.12.2018 tarihinde http://www.daliadvertising.com/services/digital-media adresinden alındı.

18.12.2018 tarihinde https://thecdm.ca/program/digital-media adresinden alındı.

26.12.2018 tarihinde http://www.milliyet.com.tr/Milliyet-Tv/video-izle/barisma-teklifini-reddeden-sevgilisini-oldurdu-IR88dW8MeQFK.html adresinden alındı.

29.12.2018 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/gundem/barisma-teklifini-reddeden-sevgilisini-oldurdu-annesini-de-yaraladi-40109640 adresinden alındı.

29.12.2018 tarihinde https://m.bianet.org/bianet/medya/124294-medyada-hak-haberciligi adresinden alındı.

29.12.2018 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/istanbul-toplu-ulasiminda-yeni-ucret-tarifesi/851621 adresinden alındı.

03.01.2019 tarihinde (https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/izmirde-ulasima-yuzde-5-zam-/1201338 adresinden alındı.

03.01.2019 tarihinde (http://www.radikal.com.tr/fotogaleri/turkiye/08-haziran-2015-pazartesi-gazete-mansetleri-1375092/ adresinden alındı.

03.01.2018 tarihinde https://www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/gunun-gazete-mansetleri-02-kasim-2015,pxNIyhY3rUCr2knG4zDN4Q/VlO0IQdtMEq4hQ_seVVLQA adresinden alındı.

03.01.2019 tarihinde https://www.akradyo.net/9668665521,68997,9,Market-coktu-basbakan-istifa-etti.aspx adresinden alındı.

03.01.2019 tarihinde https://www.yeniakit.com.tr/haber/pezevenk-mujdat-gezene-de-sorusturma-acildi-572770.html adresinden alındı.

04.01.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ahmet-hakan/cami-genelev-yalani-cus-artik-cus-be-40753594 adresinden alındı.

04.01.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ahmet-hakan/cami-genelev-yalani-cus-artik-cus-be-40753594 adresinden alındı.

04.01.2019 tarihinde http://dergipark.gov.tr/download/article-file/264363 adresinden alındı.

04.01.2019 tarihinde https://www.sozcu.com.tr/2016/gundem/son-dakika-haberi-29-haziran-gazete-mansetleri-siyaha-burundu-terorelanetolsun-1295723/ adresinden alındı.

04.01.2019 tarihinde https://www.mynet.com/isidin-yeni-kafa-kesme-goruntuleri-ortaya-cikti-yobazlik-budur-3382039-myvideo adresinden alındı.

11.01.2019 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-40147288 adresinden alındı.

11.01.2019 tarihinde http://www.hurriyet.com.tr/gundem/24-sehit-74-milyon-yuregi-yarali-19025911 adresinden alındı.

11.01.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/yazarlar/pazar/soydan/2011/07/24/teror-haberlerinin-etigi adresinden alındı.

11.01.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/yasam/2018/12/03/besiktastaki-bombali-teror-saldirisi-davasina-yeni-eklenen-saniklar-savunma-yapti adresinden alındı.

11.01.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/webtv/haber/iste-besiktastaki-hain-saldirinin-sifreleri adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde https://www.sabah.com.tr/fotohaber/gundem/besiktastaki-hain-saldirinin-gerceklestigi-yerden-goruntuler adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde https://www.takvim.com.tr/guncel/2018/12/10/istanbul-besiktastaki-vodafone-park-saldirisinin-2-yildonumu?paging=1 adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde http://galeri.mynet.com/haber/besiktastaki-teror-saldirisindan-dehsete-dusuren-kareler-61456/23 adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde https://www.aydinlik.com.tr/turkiye/2016-aralik/cevik-kuvvet-polisine-teror-saldirisi?p=1 adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde https://www.evrensel.net/haber/299018/istanbulda-2-bombali-saldiri-44-kisi-hayatini-kaybetti adresinden alındı.

19.01.2019 tarihinde https://www.gzt.com/gazeteler/turkiye-gazetesi-13-12-2016 adresinden alındı.

28.12.2018 tarihinde https://www.gzt.com/gazeteler/sozcu-gazetesi-11-12-2016 adresinden alındı.

11.11.2018 tarihinde https://www.sabah.com.tr/yazarlar/pazar/soydan/2011/07/24/teror-haberlerinin-etigi adresinden alındı.

12.01.2019 tarihinde http://www.milliyet.com.tr/karaman-da-cinayet-karaman-yerelhaber-2506033/ adresinden alındı.

12.01.2019 tarihinde http://video.haber7.com/video-galeri/71248-barisma-teklifini-reddeden-sevgilisini-oldurdu

12.01.2019 tarihinde https://www.akradyo.net/9668665521,68997,9,Market-coktu-basbakan-istifa-etti.aspx adresinden alındı.

12.01.2019 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-38278551 adresinden alındı.

"SİNEMA VE ETİK" VİZYONA GİRDİ

Mesut AYTEKİN*

Giriş

Etik, insanoğlunun doğru ve yaşanılır bir hayat sürmesi için kendi yaşamsal döngüsünde ortaya koyduğu kurallar bütünüdür. Bu kurallar, bireyin salt kendisinin değil toplumun ortak yaşam sürecinde ortaya çıkardığı kurallardır. Etik ile ilgili pek çok tanım yapılmaktadır: Etik (ahlak ve erdem), belli zaman ve yerde yaşayan bir grup, cemaat veya toplumda kabul edilebilir olan davranış kodlarını ifade eder (Erdoğan, 2018:6). Bir diğer tanıma göre etik, insanın dünyayı ve bu dünyayla etkileşimini anlamlandırma çabasında ussal olarak oluşturduğu ilkelerin kurduğu bir düzendir (Ayın…, 2018).

"Seitel etiği bir kişi, örgüt ya da toplum için doğru ile yanlış, haklı ile haksız, dürüst olan ile olmayan gibi değerlerin farklarını anlamamıza rehberlik etmek olarak tanımlamaktadır. Wilson ise, spesifik durumlarda uygun davranışa karar vermek için kullanılan kurumsal, profesyonel ve sosyal standartlar olarak ifade etmektedir." (Öztürk, 2015:297)

Etik, köken olarak Yunanca, karakter ve davranış anlamına gelen "Ethos" sözcüğünden türetilmiştir (Öztürk, 2015:297). Kelime yani "ethos" aynı zamanda alışkanlık, töre, görenek, törebilim anlamlarını taşımaktadır (Erten vd. 2017:63).

* Dr. Öğr. Üyesi, Mesut Aytekin, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, mesutaytekin@gmail.com

Dünya her zaman gelişim ve dönüşüm içinde olmuştur. Bugün bu süreç daha da hızlanmıştır. Adapte olmak zorlaşmıştır. Güncelleme yapmak için hazırlıklı olmak gerekmektedir. Toplumsal değişime ayak uyduramayan etik kodlar gözden geçirilmelidir. Dönem ve şartların gereğini ifa eden etik kodlar, böylece her nesli kucaklayacak ve ortak değerler olarak ön plana çıkaracaktır. Dolayısıyla tüm sinema endüstrisi, düzgün işleyen çarklar vasıtası ile kaliteli, düzgün, sevilen işlere imza atılan bir endüstri olacaktır. Dahası mutlu, üreten, hak ve adaletin sağlandığı, sevgi ve saygının var olduğu, dürüstlüğün ön plana çıktığı, işlerin üretildiği güçlü bir sektör olacaktır. Bu da ister istemez dolaylı yoldan etkileşim halinde olunan diğer sektörleri de etkileyecektir. Yeter ki bir yerden bir kıvılcım çakılsın…

Kaynakça

Aktaş, K. (2018). Etik-Ahlak İlişkisi ve Etiğin Gelişim Süreci. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi.* Cilt: 5. Sayı: 10.

Aktan, C. C. (2011). Toplam Ahlak Felsefesi ve Toplam Ahlak Yönetimi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi.* Cilt: 3. Sayı: 2.

Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik. 07.12.2018 tarihinde https://www.idefix.com/Kitap/Ayin-Karanlik-Yuzu-Yeni-Medya-Ve-Etik/Egitim-Basvuru/Is-Ekonomi-Hukuk/Iletisim/urunno=0000000550791?utm_source=Criteo&utm_medium=Display&utm_campaign=lowerfunnel&utm_content=lower_funnel adresinden alındı.

Bezdiri. 13.01.2018 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=bezdiri&guid=TDK.GTS.5c3b2918c517d5.79688176 adresinden alındı.

Cannes Film Festivali Weinstein Skandalının Gölgesinde Başladı. 08.01.2018 tarihinde https://www.dw.com/tr/cannes-film-festivali-weinstein-skandal%C4%B1n%C4%B1n-g%C3%B6lgesinde-ba%C5%9Flad%C4%B1/a-43706210 adresinden alındı.

Çakır, B. ve Biçer, B. (2018). "Sen Müslümansın, Ayağa Kalk!", Röportaj: Teoman Duralı. Lacivert. Kasım. ss. 12-17.

Demir, G. Y. (2011) "Medya," "ve," "Etik": Bir Oksimoron Analizi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Yıl: 12. Sayı: 21. s. 243-253.

Erdoğan, İ. Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. 08.01.2018 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/235913650 adresinden alındı.

Erus, R. Harvey Weinstein: "Ben tecavüzcü değilim", (07.14.2018), 09.01.2018 tarihinde https://www.cnnturk.com/yazarlar/harvey-weinstein-ben-tecavuzcu-degilim adresinden alındı.

Ercivan, Ali: Biz de Takipteyiz, Arka Pencere, Eylül 2018, Sayı: 10, s. 88-89.

Erten, Z; Kaya, E. B; Açmaz, G. (2017). Etik ve Etik Liderlik. *Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*. Cilt: 4. Sayı: 1. s. 62-68.

Karsan, K. (2018). "Bayan Fang'' ve Etik. *Arka Pencere.* Ağustos. Sayı: 9. s. 82-83.

Madayanti, T. #Metoo: Sessizliği Kıran Kadınlar Aşırıya mı Kaçtı?, TRIP, Aralık 2018, Sayı: 9, ss. 40-41.

Öztürk, S. (2017). Sinema ve Felsefe İlişkisi Üzerine. *SineFilozofi Dergisi.* Vol: 2. Sayı: 3. s. 177-198.

Öztürk, Ş. (2015). Sosyal Medyada Etik ve Sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi.* Cilt 9. Sayı 1.

Yavuz, A. (2018). Şifasız Bilgiler Ansiklopedisi II. *İzdiham Dergi.* Sayı: 37, Ekim-Kasım.

Yurtsever, İ. B. (2018). Onun Kellesini Getirin. *Arka Pencere.* Ağustos. Sayı: 9. s. 66-68.

Yüksel, M. (2015). Etik Kodlar, Ahlak ve Hukuk. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*. Cilt: 5, Sayı: 1. s. 9-26.

#MeToo hareketi bir yılda neleri değiştirdi?, 06.12.2018 tarihinde https://www.dunyahalleri.com/metoo-hareketi-bir-yilda-neleri-degistirdi/?utm_source=feedburner&utm_medium=email&utm_campaign=Feed%3A+dunyahalleri+%28D%C3%BCnya+Halleri%29 adresinden alındı.

#MeToo: 100 günde çığlığa dönüşen hareket, 08.01.2018 tarihinde https://www.dw.com/tr/metoo-100-g%C3%BCnde-%C3%A7%C4%B1%C4%9Fl-%C4%B1%C4%9Fa-d%C3%B6n%C3%BC%C5%9Fen-hareket/a-42266629 adresinden alındı.

BİR GENOM PROJESİ OLARAK SİNEMADA ÜRETİLEN ERİL MİLİTARİST MİLLİYETÇİLİK SÖYLEMLERİ

Yıldız Derya BİRİNCİOĞLU*

Giriş

Popüler kültürün bir biçimi olarak görülen sinema, çoğu zaman etik kavramıyla zorunlu bir bağlantı kurar; ancak sinemanın bir yandan sosyokültürel anlam üretiminde etkin bir rol oynadığı bir yandan da söylem, temsiliyet ve imgelerin yeniden sunumu ile toplumsal dinamikleri şekillendirdiği ve görme biçimlerini belirlediği unutulmamalıdır. Bu noktada sinema ve etik ilişkisi, anlamlandırma süreci bağlamında en çok tartışılması gereken konular arasında yer almalıdır. Özellikle iktidar ve kontrol yapılarının belirlediği söylemler çerçevesinde toplumsal hiyerarşide dezavantajlı olan kesimlerin kendilerine ait temsil sistemlerinde yaratılan stereotipleştirmeler oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu üretimin oluşturduğu referanslar, toplumsal sistemde aidiyet bağını güçlendirir ve bireylerin gündelik pratiklerinde yer bulur. Başka bir deyişle, sinemaya ait zaman ve mekân anlayışının seyirciye sunduğu anlatım ve görsel-işitsel imgelerin çağrışımları, bireysel ve toplumsal kimliğin oluşmasında etkili olur. Benedict Anderson'un gazeteyle inşa ettiği "hayali cemaat" [1] olgusu bugün yerini sinema seyir-

* Dr. Öğr. Üyesi, Yıldız Derya Birincioğlu, İstanbul Gelişim Üniversitesi UBYO, deryabirincioglu@gmail.com

1 Anderson, ulus imgesini ortaya çıkaran şeyin, özel kapitalist gelişme biçimi olduğunu söyler ve ulusu somut toplumsal gerçeklerin bir araya gelmesi sonucu oluşan bir olgudan ziyade, hayal edilmiş bir siyasi topluluk olarak

ihtiyaçları olduğu mesajı ile milliyetçi söylem güçlendirilir ve yeniden üretilir.

Son olarak popüler kültür ürünleri aracılığıyla militarist milliyetçi ideolojinin makbul erkekliğin tanımlanmasında belirgin bir rol oynadığı, savaşçı kahraman mitine uyum sağlamayan bireylerin normatif erkekliğin dışında konumlandırıldığı ve heteronormatif ulusal aile fikrinin güçlendirilerek yeniden tesis edildiği, onun dışında yer alan bireylerin ötekileştirildiği ve toplumda dezavantajlı bireyler olarak konumlandırılarak etik bağlamda sorunlu temsillerin yapıldığı söylenebilir.

Kaynakça

Açıkel, F. (1996). Kutsal Mazlumluğun Psikopatolojisi. *Birikim*. Sayı: 70. Güz. s.153-198.

Ahıska, M. Vd. (2007). Milletin Bölünmez Bütünlüğü. *Demokratikleşme Sürecinde Parçalayan Milliyetçilik(ler)*. Tesev.

Altınay, A. G. (2007). *"Militarizm" Kavram Sözlüğü I: Söylem ve Gerçek.* Der. F. Başkaya. Ankara: Özgür Üniversite Kitaplığı.

Anderson, B. (2004). *Hayali Cemaatler, Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*. İstanbul: Metis.

Aydın, S. (2009). Popüler Kültür ve Milliyetçilik: Sokağın Hissi. *Milliyetçilik ve Toplumsal Cinsiyet* Der. S. Coşar ve A. Özman. İstanbul: İletişim.

Billig, M. (2002). *Banal Milliyetçilik*. İstanbul: Gelenek.

Birincioğlu, Y.D. (2017). Ulus Fantazisinin İmgesel Durağı: Water Diviner. *SineCine*. 8 (1) Bahar.

Birincioğlu, Y.D. (2017). *Ulusal Aynayı Oluşturan Kadınsılık Sırları: Türk Sinemasında Ulusun Kadınsılaşması*, İstanbul: Kriter.

Bora, T. (2015). *Milliyetçiliğin Kara Baharı*. İstanbul: Birikim.

Çoban, B. (2009). Medya, Milliyetçilik ve Öteki. *Medya, Milliyetçilik, Şiddet.* Der. B. Çoban. İstanbul: Su.

Foucault, M. (2003). *İktidarın Gözü*. İstanbul: Ayrıntı.

Gourgoris, S. (1996). Tarihle Düş Arasında Ulus Biçimi. *Toplum ve Bilim*. Sayı: 70. İstanbul: İletişim. s.78-93.

Gökalp, E. (2007). Milliyetçilik Kuramsal Bir Değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt: 7. Sayı:1. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. s.279-298.

Hall, S. (2002). The Spectacle of the Other. *Representation Cultural Representation and Signifying Practices.* Ed. S. Hall. USA: Sage.

Herman, E. ve Chomsky, N. (2006). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politiği*. İstanbul: Aram.

Kolker, R. (2008). Kültürel Pratik Olarak Sinema. *Sinema, İdeoloji, Politika.* Ankara: Orient.

Laclau, E. (2007). *Popülist Akıl Üzerine*. Ankara: Epos.

Oktay, A. (2002). *Metropol ve İmgelem*. İstanbul: İş Bankası.

Nagel, J. (2011). Erkeklik ve Milliyetçilik: Ulusun İnşasında Toplumsal Cinsiyet ve Cinsellik. *Vatan, Millet, Kadınlar.* Ddr. A. G. Altınay. İstanbul: İletişim.

Najmabadi, A. (2011). Sevgili ve Ana Olarak Erotik Vatan: Sevmek, Sahiplenmek, Korumak. *Vatan, Millet, Kadınlar.* Der. A. G. Altınay. İstanbul: İletişim.

Özkırımlı, U. (2002). Türkiye'de Gayri Resmi ve Popüler MilliyetçilİK. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce. Cilt-4. Milliyetçilik. İstanbul. İletişim.

Raby (2008). *Latin Amerika ve Sosyalizm*. İstanbul: Yordam.

Ryan, M. ve Kellner, D. (1997). *Politik Kamera.* Çev. E. Özsayar. İstanbul: Ayrıntı.

Saigol, R. (2011). Militarizasyon, Ulus ve Toplumsal Cinsiyet: Şiddetli Çatışma Alanları Olarak Kadın Bedenleri. *Vatan, Millet, Kadınlar*. Der. A. G. Altınay. İstanbul: İletişim.

Sünbüloğlu, N. Y. (2013). Türkiye'de Militarizm, Milliyetçilik ve Erkek(lik)lere Dair Bir Çerçeve. *Erkek Millet Asker Millet.* Der. N.Y. Sünbüloğlu. İstanbul: İletişim.

Smith, D. A. (2010). *Milli Kimlik*. İstanbul: İletişim.

Van Djik, T. (2003). Söylem ve İdeoloji. *Söylem ve İdeoloji.* Der. B. Çoban ve Z. Özarslan. İstanbul: Su.

Yuval-Davis, N. (2010). *Cinsiyet ve Millet*. İstanbul: İletişim.

TELEVİZYON DİZİLERİNDEKİ KOMEDİNİN ARAÇSALLAŞMASI: ETİK SINIRLARIN MUĞLAKLAŞARAKTOPLUMSAL CİNSİYETİN YENİDEN ÜRETİMİ

Uğur BALOĞLU*

Giriş

Komedinin araçsallaşması, neoliberal politikaların medya ekonomisi üzerinde kurduğu baskının bir sonucu olarak sermaye sahiplerinin küresel kapitalist söylemin koyduğu kurallar çerçevesinde kar etmek zorunda olmalarından dolayı üretilen programlarda meydana gelen niteliksel bozulmayı betimler. Komedi, mizah ya da güldürü ile ilgili çalışmalar farklı disiplinlerde birçok teorik ve ampirik tartışma ve araştırmalara konu olmuş, ancak komedinin ekonomi-politik bir yaklaşımla araçsallaşarak toplumsal cinsiyeti yeniden üreten bir unsura dönüşümü yeterince çalışılmamıştır. Doğu-Batı arasında sıkışıp kalan ve kendine yeni bir kimlik inşa eden Türkiye'nin Batı rasyonel düşüncesi ışığı altında tüm toplumsal sistemi yeniden kurmaya çalışması; ancak bununla birlikte kültürel değerler açısından hala Doğu karakterini muhafaza etmesi, özellikle toplumsal cinsiyet çalışmalarına ağırlık verilmesi bakımından önemli görünmektedir. Zira geleneksel kodlar ve modern söylemlerin çatışması toplumsal yaşamda birçok soruna neden olmaktadır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Uğur Baloğlu, İstanbul Gelişim Üniversitesi UBYO, ugurbaloglu@gmail.com

Etik açıdan değerlendirildiğinde, her ne kadar diziye RTÜK tarafından ceza verilmese de dizinin etik sınırları ihlal ettiği söylenebilir. Televizyon dizilerinde –özellikle Yeni Gelin dizisinde- fiziksel ve sözlü şiddet, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, cinsiyetçi roller ve işbölümü gibi sorunların yeniden üretimi devam etmektedir. Bu tür problemlerin devamlılığın temel nedenlerinden biri dizi sektöründeki yoğun rekabettir. Medya endüstrisinde rekabetin giderek artması, izler kitlenin çoğuna ulaşabilmek için kanalların içerikteki niteliği ikinci hatta üçüncü plana atmalarına neden olur. Bununla birlikte, medya sektöründeki kadın profesyonellerin, cinsiyetçi söylemler içeren programlarda yer alması sorunu mevcuttur. Oyuncu, yönetmen, senarist gibi farklı branşlarda çalışan kadınların bu tür projelerde yer alarak toplumsal cinsiyet eşitsizliğini dolaylı bir şekilde desteklediğini gösterir. Bu nedenle, kadınların hep birlikte bu tür arızalı söylemlere karşı duruş sergilemesi ve tepkilerini koyması reel toplumsal yaşamda var olan cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üretmemek için bir adım sayılabilir.

Kaynakça

Adorno, T. W. .(2001) .*Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi*. Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aristoteles. (1987). *Poetika.* Çev. İsmail Tunalı. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Bakhtin, M. (2000). *Karnavaldan Romana.* Çev. Cem Soydemir. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Brines, J. (1994). Economic Dependency, Gender, and the Division of Labor at Home. *American Journal of Sociology.* 100(3). s. 652–688

Crawford, M. (2003). Gender and humor in social context. *Journal of Pragmatics.* Vol 35. s. 1413–1430.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik.* İstanbul: İmge Kitabevi.

Çelik, H.& Ekşi, H. (2008). Söylem Analizi. *Eğitim Bilimleri Dergisi.* Cilt 27. Sayı 27.

De Beauvoir, S. (1962). *Kadın Nedir? –İkinci Cins-.* Çev.: Orhan Suda. İstanbul: Düşün Yayınları.

Deloitte Araştırması, Dünyanın En Renkli Ekranı Türkiye'de Dizi Sektörü. Ağustos 2014. 12.12.2018 tarihinde https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-mediatelecommunications/tr-media-tv-report.pdf adresinden alındı.

Eğilmezler Boylan, M. (2015). Humorists' Narratives on Social Role of Humor in Turkey in a Historical Perspective. *Yayımlanmamış Doktora Tezi.* Ankara: METU.

Freud, S. (2012). *Espriler ve Bilinçdışı ile İlişkileri*. Çev. Emre Kapkın. İstanbul: Payel Yayınları.

Gender Equality in the Media and Marketing Industry in Asia Pasific, A Campaign and Kantar Study. 12.08.2018 tarihinde http://cdn.haymarketmedia.asia/campaign-asia%2Fcontent%2F2017_03_22_KantarTNS_IWD_-Booklet.pdf adresinden alındı.

Hartmann, H. (1992). Marksizm'le Feminizm'in Mutsuz Evliliği. *Kadının Görünmeyen Emeği.* Der.: Gülnur Savran-Nesrin Tura. İstanbul: Lorca Yayınları. s.128-170.

İnceoğlu, İ. Akçalı, E. (2018). *Televizyon Dizilerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Araştırması.* TÜSİAD-T.

Lazar, M. M. (2018). Feminist Critical Discourse Analysis. *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies.* Ed. John Flowerdew & John E. Richardson. NY: Routledge.

Lull, J. (1988). *World Families Watch Television.* Newbury Park: Sage Publications.

Mackie, M. (1990). Who is Laughing Now? *The Role of Humour in the Social Construction of Gender.* Atlantis, Vol 15, No 2.

Martin, Paul Pablo, R. Renegar, Valerie (2007). The Man for His Time" The Big Lebowski as Carnivalesque Social Critique. *Communication Studies.* Vol 58. Issue 3.

Marx, K. & Engels, F. (2003). *Alman İdeolojisi.* Çev. Sevim Belli. Ankara: Sol Yayınları.

Morreall, J. (1997). *Gülmeyi Ciddiye Almak.* Çev. Kubilay Aysevener-Şenay Soyer. İstanbul: İris Yayıncılık.

Neria, L. (2010). Humour as political resistance and social criticism: Mexican comics and cinema, 1969-1976. *Unpublished Phd Dissertation.* The University of St Andrews. Scotland.

Oskay, Ü. (2010). *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri.* İstanbul: Der Yayınları.

Özçelik, Ş. (2017). Sinemada Komedi: Son Dönem Türk Sinemasının Analizi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Konya.

Parlayandemir, Gizem & Birincioğlu, Yıldız D., (2018). Komedi Filmlerinde İstanbul İmgesi. *1st International CICMS Conference Proceedings*. s.142-160.

Platon. (1998). *Yasalar.* Çev. Candan Şentuna ve Saffet Babür. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Pleck, J. H. (1981). Men's power with women, other men, and society: A men's movement anaylsis. *Men in Difficult Times Robert A. Lewis.* Ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, s. 234- 244

Postman, N. (1994). *Televizyon Öldüren Eğlence.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Prerost, F. J. (1975). The Indication of Sexual and Aggressive Similarities through Humor Appreciation. *The Journal of Psychology.* 91(2), s. 283–288.

Rabelais. (1973). *Gargantua*. Çev. S.Eyüboğlu, A.Erhat, V.Günyol. İstanbul: Cem Yayınevi.

Rigel, N. (2000). *Rüya Körleşmesi.* İstanbul: Der Yayınları, İstanbul.

RTÜK, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması. 2012. 15.08.2018 tarihinde https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-kamuoyu-arastirmalari/3890/5232/televizyon-izleme-egilimleri-arastirmasi-3-2013.html adresinden alındı.

Sanders, B. (2001). *Kahkahanın Zaferi.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Shifman, L. & Lemish, D. (2010). Between Feminism and Fun(ny)mism. *Information, Communication&Society.* Vol 13. No 6.

Tanrıöver, H. U. (2012). *Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı 2011.* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

TÜİK, Zaman Kullanım Araştırması, 2014-2015. 15.05.2018 tarihinde http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18627 adresinden alındı.

Türker, N. Ölçer, H. Aydın, A. (2016). "Yerel Halkın Serbest Zaman Değerlendirme Alışkanlıkları: Safranbolu Örneği". *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* Cilt 6. Sayı 1.

Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar.* Ankara: Dipnot Yayınevi.

Yodanis, C. L. (2004). Gender Inequality, Violence Against Women, and Fear. *Journal of Interpersonal Violence.* 19(6). s. 655–675.

Zizek, S. (2011). *İdeolojinin Yüce Nesnesi*. Çev. Tuncay Birkan. İstanbul: Metis Yayınları.

15.09.2018 tarihinde https://www.rtuk.gov.tr/ust-kurul-kararlari/6112-sayili-kanunun-8inci-maddesinin-birinci-fikrasinin-s-bendinin-ihlali-nedeniyle-idari-para-cezasi-star-tv-startv-medya-hizmetleri-a-s/24935. Adresinden alındı.

15.092018 tarihinde https://www.rtuk.gov.tr/ust-kurul-kararlari/6112-sayili-kanunun-8-inci-maddesinin-birinci-fikrasinin-s-bendindeki-toplumsal-cinsiyet-esitligine/1562 adresinden alındı.

REKLÂM, HALKLA İLİŞKİLER İLE MEDYA SEKTÖRLERİNDE ETİK SORGUSU VE HEDEF KİTLELERE (OKUR/İZLEYİCİ/MÜŞTERİ) YANSIMASI

Mehmet Bülent ÖNER*

Giriş

Medya, reklâm ve halkla ilişkiler sektörlerinin ortak paydası; bireylerdir, okuyuculardır, izleyicilerdir, müşterilerdir. Hangi sıfat taşınılırsa taşınılsın aynı hedef kitleye hitap eden bu sektörler arasında organik bir bağ mevcuttur. Biri olmadan diğerinin varlığı neredeyse mümkün değildir. Beklenen ideal durum, paydaşlar arasındaki bu organik bağın hedef kitle olan okur/izleyici/müşteri lehine faaliyet göstermesi gerekliliğidir. Zirâ her üç sektörün de ekonomik bağımsızlığı, söz konusu hedef kitle ile kurdukları/kuracakları dürüst ve etik ilişkilere bağlıdır. İşletmelere ait plan ve projeler hakkında eksik ve yanlış bir bilgi verilmesi ya da bir bilginin vaktinden önce topluma sızması, işletmenin adına zarar verebilmekte; işletmenin dürüstlüğünü ve profesyonelliğini zedeleyebilmekte; ölçülemez hasarlar meydana getirerek işletmenin toplumdaki yerini zayıflatabilmektedir (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2008: 124). Üç farklı ancak benzer amaç ve menfaatler üzerine ortak paydada buluşan sektörün bu sacayağı konumları kendilerine bir katma değer yaratmaktadır. Bu noktada önemli olan yaratılan katma değerin okur/izleyi-

* Dr. Öğr. Üyesi, Mehmet Bülent Öner, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Medya ve İletişim, mboner@gelisim.edu.tr

yatta ve ayakta kalma biçimi değildir. Bu hassasiyetlere gereken önemi vermeyen kişi ve kurumlar, sabıkalı bir şekilde damgalanarak sektördeki yerlerinden olmuşlar ve etik değerler ne derece değişime uğrarsa uğrasın, asla tasvip edilemeyecek davranış ve tutumları nedeniyle hak ettikleri itibar kaybına uğramışlardır. Sonuç olarak adaletin yerini bulduğuna, ahlâk merkezli çabanın muhakkak kazanç getirdiğine dair olan inanç, etik değerlere uymak için önemli bir motivasyondur.

Kaynakça

Adaklı, G. (2010). Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve Kontrol Sorunu, Bülent Çaplı, Hakan Tuncel (Ed.) *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Ankara: Fersa Yayıncılık. s. 61-96.

Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralı.* Ankara: Bilgi Yayınevi.

Arda, B., Pelin, S.S., (1995). Tıbbi Etik; Tanımı, İçeriği, Yöntemi ve Başlıca Konuları. *Ankara Tıp Mecmuası.* Vol:48. s.323-336.

Aslan, H. (2013). Gazetecilik Eğitimine Kuramsal Bir Yaklaşım: Gazetecinin Toplum Mühendisliği İle İlişkisini Kurgulamada Görsel Okuryazarlık ve Eleştirelliğin Önemi. *The Journal of Academic Social Science Studies.* 6 (1). s. 241-260.

Aydede, C. (2001). *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Uygulamaları*. Ankara: MediaCat Yayınları.

Aydın, İ.P., (2001). *Yönetsel, Mesleki ve Örgütsel Etik*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Başpınar, N.Ö. ve Çakıroğlu, D. (2012). *Meslek Etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Bayar, Ö. (2006). Halkla İlişkiler ve Etik. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Belsey, R., Chadwick, A. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. Çev: Nurçay Türkoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Billington, R. (1997). *Felsefeyi Yaşamak: Ahlâk Düşüncesine Giriş*. Çev. Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bülbül, R. (2001). *İletişim ve Etik.* Ankara: Nobel Yayınları.

Cansen, E. (2003). Medya, İktisat ve Ahlâk. *Hürriyet.* 12 Şubat.

Chen, D.-T., Wu, J., & Wang, Y.-M. (2011). Unpacking new media literacy. Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics, 9(2), 84-88

Coşkun, G. ve Vural, Z., Akıncı B (2011). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi.* Mart 2011. Sayı:1. s.61-87.

Curran, J. (1997). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme. *Medya Kültür Siyaset.* Der. Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik.* Ankara: İmge Yayınevi.

Duran, R. (1999). *Burası Dünya Polis Radyosu, Global Medya Eleştirileri.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Durkheim, E. (1949). *Meslek Ahlâkı.* Çev: Mehmet Karasan. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

Ekzen, N. (1999). Medya ve Ekonomi: Türk Basın Endüstrisinde Yoğunlaşma, Toplulaşma, Tekelleşme. *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar.* Der. Korkmaz Alemdar. İstanbul: Afa Yayınları.

Elden, M., ve Ulukök, Ö., (2006). Çocuklara Yönelik Reklâmlarda Denetim ve Etik. *Küresel İletişim Dergisi.* Sayı: 2. Güz-2006. s.1-22. 17.04.2013 tarihinde http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/K.pdf adresinden alındı.

Engin, A. (1999). Medya Ahlâkı, Gazetecinin Kendi Ahlâkından İbarettir. *Birikim Dergisi Medya ve Etiği Özel Sayısı.* Sayı: 117.

Göker, G., Doğan, A. ve Demir, M. (2009). Basın ve Siyaset Kıskacında Haberde Tarafsızlık İlkesi. *1. Medya ve Etik Sempozyumu Kitabı.* Elazığ.

Gülsoy, T. (1999). *Reklâm Terimleri ve Kavramları Sözlüğü.* İstanbul: Adam Yayınları.

Gürkan, N. (1997). Türkiye'de Siyasal Tıkanma ve Medya. *Birikim Dergisi.* Aralık, Sayı: 104. 12.12.2018 tarihinde http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/5779/turkiye-de-siyasal-tikanma-ve-medya#.XEBtulwzbIU adresinden alındı.

Güven, S. (1999). *Toplumbilim.* 1. Baskı. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.

Herman, E. S. ve N. Chomsky (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*. Çev. Berfu Akyoldaş vd., İstanbul: Minerva Yayınları.

Işık, M. (2002). *Kitle İletişim Sistemleri.* Konya: Eğitim Kitabevi.

Kalender, A. (1999). Türkiye'de Halkla İlişkilerin Meslekleşmesi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Selçuk İletişim.* Sayı:1, s.24-32.

Kant, I. (2002). *Ahlâk Metafiziğinin Temellendirilmesi.* Çev. Ioanna Kuçuradi. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayını.

Kazancı, M. (1980). *Halkla İlişkiler*. Ankara: SBF Yayınları.

Kazancı, M. (2002). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Keloğlu-İşler E. İ. (2006). Halkla İlişkiler Etiğine Tarihsel Bir Bakış: Amerika'nın Öğrettikleri ve Türkiye'de Yaşananlar. *Küresel İletişim Dergisi.* Sayı: 2.

Kolçak, M. (2013). *Meslek Etiği.* Bursa: Ekin Yayınları.

Kongar, E. (1998). Medyada Kim Kaç Para Alıyor? *Cumhuriyet.* 22 Ekim.

Kongar, E. (2008). Medya Siyaset İlişkileri. *Medya Notu-Aydınlanma Yazıları.* 13.02.2012 tarihinde www. kongar.org/medyanotu/239_Medya_Siyaset_Iliskileri.php adresinden alındı.

Kucuradi, İ. (1997). *Uludağ Konuşmaları, Özgürlük, Ahlâk, Kültür Kavramları.* Ankara: Türkiye Felsefi Kurumu Yayınları.

Küçükkurt, M. (1981). *Halkla İlişkilerde Değerlendirme Yöntemleri.* Halkla ilişkiler Sempozyumu. Ankara.

L'Etang, J. (2002). *Halkla İlişkilerde Kurumsal Sorumluluk.* Ankara: Vadi Yayınları.

Odabaşı Y. ve Oyman M. (2014). *Pazarlama İletişim Yönetimi*. İstanbul: Media Cat.

Okay, Ayla ve Aydemir Okay (2007). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları.* 3. Basım. İstanbul: Der Yayınları.

Oktay, A. (1993). *Türkiye'de Popüler Kültür.* 1. Baskı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Özgen, M. İ. (1994). *Basın Meslek Etiği ve Yasalar*. İstanbul: Filiz Kitapevi.

Özkaya B. I., (2003). Medya Etiği: Kuramsal Yaklaşımlar. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.* Sayı 16. İstanbul. s. 123-135.

Pehlivan, İ. (1998). *Yönetsel, Mesleki ve Örgütsel Etik.* Ankara: Pegam Yayınları.

Peltekoğlu, F. (1998). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Beta Yayınevi.

Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. Çev. Veysel Atayman-Gönül Sezer. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sabuncuoğlu, Z. (2007). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. 8. Baskı. Bursa: Aktüel Yayınları.

Şentürk T. ve Ay C. (2008). Halkla İlişkilerin Etik Sınırları. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.* Cilt: 6. Sayı: 1. s.81-97.

Şimşek, S. (2009). Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi.* Konya. s.124-143.

Tellan, B., Y. Yazıcıoğlu, ve V. Yanardağ (2000). Türkiye'de Hükümet ve Medya İlişkileri Açısından Teşvik Politikası Uygulamaları. *Siyasal İletişim: 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri,* İletişim Dergisi Yayınları. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Tengilimoğlu, D. ve Öztürk, Y. (2008). *İşletmelerde Halkla İlişkiler.* Ankara: Seçkin.

TGC: Reklâm İçin Şantaj Endişe Verici (1999). *Hürriyet.* 6 Ekim.

Uzun, R. (2011). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Uzun, R. (2016). *İletişim Etiği-Sorunlar ve Sorumluluklar.* Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.

Ülgen, H. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim. 1. Bası. İstanbul: Literatür Yayınları.

Ünal, T. (2003). *İşletme ve Pazarlama Etiği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Vural, İ.K., (2006). Televizyon Haberciliğinde Görüntü Kullanımına İlişkin Etik Sorunlar: 15 Kasım 2003 Sinagog, 20 Kasım 2003 HSBC Bankası ve İngiliz Konsolosluğu'na Yönelik Terör Eylemlerine İlişkin Görüntülerin Etik Açıdan Değerlendirilmesi. *Küresel İletişim Dergisi.* Sayı 2, Güz.

Yeygel, S. (2007). Reklâm, Çocuk ve Etik üzerine. İ. Sayımer & P. Eraslan Yayınoğlu (Ed.), *Halkla İlişkiler ve Reklâm Üzerine Etik Değerlendirmeler*. s. 358-370. İstanbul: Beta Yayınları.

Yoldaş, M.A., ve Ergezer, Ç., (2013). Üniversitede Eğitim Görmekte Olan Öğrencilerin Reklâmlara Karşı Tutum ve Davranışları Üzerine Kırgızistan'da Ampirik Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt: 6. Sayı: 1. s.280-297.

Yüksel İ., (2005). İletişimin İş tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir İşletmede Yapılan Görgül Çalışma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi.* 6 (2). s. 291-306.

REKLAMDA SEMBOLİK FAYDANIN FAYDACI VE DEONTOLOJİK ETİK YAKLAŞIMLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ*

Ali KARPUZ**

Giriş

Piyasa, işletmelerin ekonomik bir rekabet içinde tüketiciler ile buluştuğu yerdir. Buradaki rekabet, ekonomik sürecin iki tarafını oluşturan işletmeler ve tüketiciler için zorunluluklar ve fırsatlar sunmaktadır. Var olan rekabetten üstün çıkabilmek için rekabete yön veren dinamikleri iyi anlamak gereklidir. Piyasadaki ekonomik işleyişin sürmesini sağlayan arz ve talep süreci işletmeler ve tüketiciler tarafından birlikte yaratılan bir durumdur. Tüketicilerin beklentileri talebi belirlerken işletmelerin bu talepleri karşılamak için sunduğu ürün ve hizmetler arzı oluşturur. Çok fazla arzın olduğu yerde ortaya çıkan rekabetten üstün gelme, kar amaçlı kuruluşlar olan işletmeler için vazgeçilmezdir. Bununla birlikte, tüketicinin değerini korumak ise ekonomik arz ve talep dengesinin diğer ayağını oluşturur.

Rekabet ile başa çıkma amacıyla kar elde etme güdüsü, tüketicinin değerini korumanın önüne geçen işletmeler kimi zaman, iyi olanı yalnızca kendileri açısından ele almaktadır. Bir pazarlama iletişimi aracı olarak reklam da, istenmeyen şekilde kullanımlara açık bir ekonomik unsurdur. Tüketiciyi ürün ve hizmet

---

* Bu kitap bölümü "Reklamda Etik: Banka Reklamlarının Analizi" isimli lisans tezinden üretilmiştir.

** Araştırma Görevlisi, Ali Karpuz, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Medya ve İletişim Bölümü, akarpuz@gelisim.edu.tr

lirli örgütsel kabullere dayanmak zorundadır. Bu ise sektörde bulunan meslek gruplarının bir araya gelerek belirlediği meslek etiği kurallarının oluşturulması ve benimsenmesi ile gerçekleşir. Meslek mensubu bireyler örgütsel açıdan kabul edilen etik kurallar çerçevesinde özdenetimlerini gerçekleştirirler.

Çalışmada farklı etik yaklaşımlar dâhilinde sembolik fayda üzerinde gerçekleşen etik inceleme sonucunda, reklamda ister faydacı etik ister deontolojik etik yaklaşımları tercih edilsin, tüm kesimlerin faydası ve insani değerler gözetilmeden etik reklamlar gerçekleştirmenin mümkün olmadığı görülmüştür. Reklamın insani değerler kapmasın tüm kesimleri kapsayacak bir anlayışa sahip olması ancak sosyal sorumluluk yaklaşımı ile ortaya konulabilir. Sosyal sorumluluk işletmelerin kar görme gereksinimin yanında tüketicilerin aynı zamanda birer insan olduğunun da hatırlanmasını da gerektirir. Toplumun zarar görmeyeceği bir pazarlama anlayışı işletmelerin piyasada tüketiciler tarafından kısa vadede olmasa bile uzun vadede daha fazla tercih edilmesine ve piyasa rekabetinde öne geçmesine yardımcı olacaktır.

Kaynakça

Akarsu, B. (1982). *Ahlak Öğretileri.* 3. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Alabay, N. M. (2010). Geleneksel Pazarlamadan Yeni Pazarlama Yaklaşımların Geçiş Süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.* 15.2. s. 213-235.

Babür Tosun, N. (2007). Sosyal Sorumluluk Bağlamında Reklamda Etik Anlayışı. Sayımer, İ ve P. Eraslan Yayınoğlu. (Ed.) *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler* içinde. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. s. 247-282.

Babür Tosun, N. (2014). *Marka Yönetimi.* 2. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.

Cevizci, A. (2003). *Felsefe Terimleri Sözlüğü.* 2. Baskı. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Dağtaş, B. (2009). *Reklam Kültür Toplum.* 1. Baskı. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Demir, V. (2007). Reklam Etiği ve Reklamda Özdenetim. Sayımer, İ ve P. Eraslan Yayınoğlu. (Ed.) *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler* içinde. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. s. 407-469.

Dündar, S. ve T. Göksel. (2006). Reklamların Pazarlama Etiği ve Sosyal Sorumluluk Bilincine Göre Değerlendirilmesi: Ampirik Bir Çalışma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi.* 8,1. s.123-141.

Elden, M. (2003). *Reklam Yazarlığı.* 1. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Elden, M. ve U. Bakır. (2010). *Reklam Çekicilikleri.* 1. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Odabaşı, Y. ve G. Barış. (2016). *Tüketici Davranışı.* 16. Baskı. İstanbul: Mediacat Kitapları.

Gülsoy, T. (1999). *Reklam Terimleri Sözlüğü.* 1. Baskı. İstanbul: Adam Yayınları.

Güngör, N. (2016). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar.* 3. Baskı. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Kocabaş, F. ve M. Elden. (2009). *Reklamcılık.* 11. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kotler, P. ve G. Armstrong. (2016). *Pricinciples of Marketing.* 16th Edition. England: Pearson Education.

Odabaşı, Y. (2014). *Postmodern Pazarlama.* 4. Baskı. İstanbul: Mediacat.

Okay, A. (2009). *Kurumsal Reklamcılık.* İstanbul: Derin Yayınları.

Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş.* Çev. Atayman, V. ve G. Sezer. 1. Baskı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orjinal baskı tarihi 1994).

Saraç Uslusoy, B. (2007). Kadınlara Yönelik Reklamlarda Etik Sorunlar ve Yeni Paradigmalar. Sayımer, İ ve P. Eraslan Yayınoğlu. (Ed.) *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler* içinde. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. s. 307-351.

Ürek, O. (2007). Kant'ta Etik Değerler Olarak Özgürlük ve Saygı. *U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi.* 8, 13. s.189-197.

Voskuijl, O. ve A, Evers. (2007). Tensions between the Prescriptive and Descriptive Ethics of Psychologists. *Journal of Business Ethics.* 72. s.279-291.

Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları.* 3. Baskı. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yetkin Cılızoğlu, G. (2007). Tüketimin Kültürleşmesi Sürecinde Reklamların Etkisinin Etik Açıdan Değerlendirilmesi. Sayımer, İ ve P. Eraslan Yayınoğlu. (Ed.) *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler* içinde. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. s. 283-306.

Yeygel: (2007). Reklam, Çocuk ve Etik Üzerine. Sayımer, İ ve P. Eraslan Yayınoğlu. (Ed.) *Halkla İlişkiler ve Reklam Üzerine Etik Değerlendirmeler* içinde. 1. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım. s.353-406.

İnternet Kaynakları

12.12.2018 tarihinde https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=A adresinden alındı.

NÖROBİLİMİN PAZARLAMA İLE İLİŞKİSİ: NÖROPAZARLAMA ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR BAKIŞ VE NÖROETİK TARTIŞMALAR

Ahmet Neca GÖKGÜL*

Giriş

Tarihi, insanların bir şeyler üretmeye başladığı ilkel dönemlere dayanan pazarlama ile insana düşünme yetisi sunarak diğer canlılardan ayıran beynin ilişkisinden son zamanlarda oldukça sık tartışılan bir pazarlama anlayışı doğmuştur; Nöropazarlama. Avcı-toplayıcı insanların uyguladığı mübadele yöntemlerinden paranın icadına kadar geçen süre de dâhil olmak üzere insanoğlu bilerek ya da bilmeyerek pazarlama yapmıştır. Bu pazarlama uygulamaları; bir pazar yerinde insanlara seslenerek, bir duvara asılan afiş ya da poster vasıtasıyla, radyo ya da televizyon reklamlarıyla veya dijital ortamlar üzerinden yapılıyor olsa da hepsinin ortak ve asıl amacı ürün/hizmet pazarlamaktır. Sanayi devriminden sonraki süreçte üretimin kolaylaşarak yaygınlaşması, çeşitlenmesi ve maliyetlerin düşmeye başlaması rekabeti arttırmıştır. Bu yoğun rekabet ortamında tüketicileri satın almaya ikna etmek, zihinlerinde yer edebilmek ve duygularına seslenebilmek giderek zorlaşmıştır. Pazarlamanın beyinle, dolayısıyla nörobilimle ilişkisi ise işte tam bu noktada başlamıştır.

* Arş. Gör, İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, necagokgul@gmail.com

Tüketicilerin satın alma kararlarında özellikle geçmiş deneyimler ve duygular etkin olduğundan, eski beyne seslenmek, çalışmanın başarısına doğrudan etki edecektir. Bu yüzden nöropazarlama araştırmaları, tüketicinin rasyonel beyni yerine eski beynine hitap eden çalışmalar gerçekleştikçe gelişmeye devam edecektir. Fakat bu noktada yapılacak uygulamaların nöroetik yaklaşımlar esas alınarak gerçekleştirilmesinin gerekliliği bir kez daha hatırlanmalıdır. Nörobilimin sunmuş olduğu bilimsel imkânların hem insan sağlığını hem de şirketler arası rekabet kurallarını gözetmesi oldukça önemlidir. Bu çerçevede yapılacak nöropazarlama araştırmaları hem tüketiciyi saygın bir konuma yükseltecek hem de şirketlerin sunduğu mal ve hizmetlerden tüketicinin daha fazla faydalanmasını sağlayabilecektir.

Kaynakça

Akgün, V. Ö. & Ergün, G. S. (2016). Yeni Bir Pazarlama Yaklaşımı Olarak Nöropazarlama Üzerine Kuramsal Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi.* 11. s.223-235.

Alpay, N., Karşıdağ, Ç., Kükürt, R. (2005). Transkranyal Manyetik Stimülasyon. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences.* 18(3). s.136-148.

Atlı, D. (2014). Pazarlamada Yeni Bir Vizyon: Nöropazarlama. *Pi Dergisi.* 47. s.20-23.

Aytekin, P. & Kahraman, A. (2014). Pazarlamada Yeni Bir Araştırma Yaklaşımı: Nöropazarlama. *Journal of Management, Marketing and Logistics.* 1(1). s.48-62.

Batı, U. & Erdem, O. (2015). *Ben Bilmem Beynim Bilir: Nöropolitik, Karar Bilimi, Oy Verme Davranışlarımızın Nedeni ve Biz Zavallı Seçmenler*. İstanbul: MediaCat.

Bercea, M. D. (2012). Anatomy of Methodologies for Measuring Consumer Behavior in Neuromarketing Research. *Proceedings of the Lupcon Center for Business Research (LCBR) European Marketing Conference.* 15.01.2019 tarihinde http://www.lcbr-online.com/index_files/proceedingsemc12/12emc02 3.pdf adresinden alındı.

Bozkurt, İ. (2013). *Pazarlama İletişiminde Sihirli Dokunuşlar.* İstanbul: MediaCat.

Bozkurt, İ. (2014). İnsan Beyni Pazarlama Dünyasında Yeniden Keşfediliyor: Nöropazarlama, Reklamveren ve Tüketici Arasında Tercümanlık Yapıyor. *Pi Dergisi.* 47. s. 5-7.

Carlson, N.R. (2014). *Foundations of Behavioral Neuroscience (9th Ed.).* Boston: Pearson Education.

Carter, R. (2014). *The Brain Book (2nd Ed.).* London: Dorling Kindersley Limited.

Eagleman, D. (2014). *İncognito: Beynin Gizli Hayatı (9. Baskı.)* (Z. A. Tozar, Trans.). İstanbul: Domingo.

Friedenberg, J. & Silverman, G. (2006). *Cognitive Science: An Introduction to the Study of Mind.* California: Sage Publications.

Genco, S. J., Pohlmann, A. P., Steidl, P. (2013). *Neuromarketing for Dummies.* Mississauga: John Wiley & Sons.

Girişken, Y. (2014). Nöropazarlama Yöntemiyle Ölçümleme Üzerine Deneysel Bir Tasarım. *Pi Dergisi.* 47. s.28-35.

Hür, Ş. & Kumbasar, S. (2011, May 4). Göz Hareketlerine Dayalı Araştırma Çözümleri: Eye Tracking Teknolojisi. *Ipsos KMG Araştırmada Yenilikler Konferansı.* 15.01.2019 tarihinde http://www.arastirmakutuphanesi.com/staticfiles/files/Eyetracking_Uygulamalari_SH_SK.pdf adresinden alındı.

Kahneman, D. (2011). *Thinking Fast and Slow.* New York: Farrar, Straus and Giroux.

Kayabalı, K. (2017, January 20). Amigdala, Duygusal Hafıza, Kararlarımız. [Web log post]. 13.01.2019 tarihinde http://www.kivilcimkayabali.com/?p=668 adresinden alındı.

Kötter, R. & Meyer, N. (1992). The Limbic System: A Review of Its Empirical Foundation. *Behavioural Brain Research.* Elsevier Science Publishers. 52. s. 105-127.

Lindstrom, M. (2013). *Buy-ology.* (Ü. Şensoy, Trans.). İstanbul: Optimist Yayınları. (Original work published 2008).

Murphy, E. R., Illes, J. & Reiner, P. B. (2008). Neuroethics of Neuromarketing. *Journal of Consumer Behaviour*. 7. s.293-302. doi: 10.1002/cb.252

Orrison, W. W. (2008). *Atlas of Brain Function (2nd Ed.).* New York: Thieme Medical Publishers.

Öktem, Ö. (2013) *Davranışsal Nörofizyolojiye Giriş (2. Baskı).* İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi.

Özçiftçi, V.M. (2014). Beyin Çağında Etik Kaygılar: Nöroetik. *Turkish Journal of Bioethics*. 1(2). s. 128-130. doi: 10.5505/tjob.2014.09719

Morin, C. (2011). Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. *Society.* 48(2). s.131-135. doi: 10.1007/s12115-010-9408-1

Renvoise, P. & Morin, C. (2012). *Nöromarketing: Müşterinizin Beynindeki "Satın Alma Düğmesi"ne Basmak.* (Y. Yertutan, Trans.). İstanbul: MediaCat. (Original work published 2007).

Reuter Lorenz, P.A., Baynes, K., Mangun, G.R., Phelps, E.A. (2010). *The Cognitive Neuroscience of Mind: A Tribute to Michael S. Gazzaniga.* Cambridge: A Bradford Book, The MIT Press.

Ross, J. (2012). *Crash Course Nervous System (4th Ed.).* Edinburgh: Mosby Elsevier.

Roxo, M. R., Franceschini, P. R., Zubaran, C., Kleber, F. D., Sander, J. W. (2011). The Limbic System Conception and Its Historical Evolution. *The Scientific World Journal.* 11. s.2428-2441. doi: 10.1100/2011/157150

Sadedil, S. (2016). *Pazarlama Mesajlarının Etkinliği Açısından Geleneksel Pazarlama Araştırmaları ile Nöropazarlama Araştırmalarının Karşılaştırılması; "Sigara Paketleri Üzerindeki Caydırıcı Mesajların, Sigara Kullanma Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi.* Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türkiye.

Sadedil, S. (2018). Nöropazarlama Literatürüne Etki Eden Nörobilim Alanlarının ve Kavramlarının Nöropazarlama Bakış Açısı İle İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi.* 1(2). s.187-201.

Silkü, S. N., & Şar, S. (2015). Nöropazarlama Tekniklerinin Eczacılık Alanında Kullanılması. *Türkiye Klinikleri Journal of Pharmacy Sciences.* 4(1). s. 37-42. doi: 10.5336/pharmsci.2015-45567

Squire, L., Berg, D., Bloom, F., Lac, S.D., Ghosh, A., Spitzer, N. (2008). *Fundamental Neuroscience.* Canada: Elsevier Academic Press.

Stephens, R. (2016). *The Left Brain Speaks, The Right Brain Laughs.* New Jersey: Cleis Press.

Türkel, Y. & Terzi, M. (2007). Talamus'un Anatomik ve Fonksiyonel Önemi. *O.M.Ü Tıp Dergisi.* 24(4). s.144-154.

Toros Ntapiapis, N. (2014). Nöropazarlamanın Kavramsal Çerçevesi. *Pi Dergisi.* 47. s. 24-27.

Ural, T. (2008). Pazarlamada Yeni Yaklaşım: Nöropazarlama Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.* 17(2). s.421-432.

Walton, M.E., Behrens, T.E., Buckley, M.J., Rudebeck, P.H., Rushworth, M.F. (2010). Seperable Learning Systems In The Macaque Brain and The Role of Orbitofrontal Cortex In Contingent Learning. *Neuron.* 65. s.927-939. doi: 10.1016/j.neuron.2010.02.027

Whitehead, R.H. (1900). *The Anatomy of The Brain: A Text Book for Medical Students.* Philadelphia: The F.A Davis Company, Publishers.

Zurawicki, L. (2010). *Neuromarketing: Exploring The Brain of The Consumer.* Berlin: Springer.

JAPON
ÖYKÜ SEÇKİSİ

Okan Haluk AKBAY

LİTERATÜRK
academia

OSMANLI SANATINDA DEĞİŞİM ve DÖNÜŞÜM

Editörler

Ayşe BUDAK **Muzaffer YILMAZ**

LİTERATÜRK academia

MİMAR KEMÂLEDDİN BEY'İN HAPİSHANE PROJELERİ

Remzi AYDIN[*]

Özet

Öteden beri var olan suç ve ceza kavramları toplumların değer yargıları ve hukuk kurallarına bağlı olarak tarihi süreç içerisinde değişiklik göstermektedir. Bu değişiklikler, 18-19. yüzyılda ortaya çıkan gelişmelerle çok daha hız kazanmıştır. Osmanlı Devleti için Tanzimat Dönemi (1839-1876) toplumsal değişim ve dönüşümün dönüm noktası sayılmaktadır. Bu dönemde, siyasi, askeri, idari, adli, ekonomik birçok gelişme yaşanmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak da çok sayıda kanuni düzenleme yapılmıştır. Düzenlemelerin birçoğu Avrupa'daki uygulamaların Osmanlı'ya uyarlanması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışma konusunu doğrudan ilgilendiren tarihi düzenlemelerden biri de ceza hukuku alanında meydana gelen değişikliklerdir. Tanzimat ve Islahat fermanlarındaki ifadeler, ceza yasalarının değişeceğine dair ilk belirtilerdir. Genelde Avrupa, özelde Fransız Ceza Kanunu'nun benimsenerek uyarlanmasıyla suçun tanımı, türü ve cezasında değişiklikler meydana gelmiştir. Buna göre birçok suç fiilinin hapisle cezalandırılması öngörülmüştür.

Ceza kanunlarındaki değişiklikler, dolaylı olarak yeni ihtiyaçları da beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda hapse mahkûm edilenlerin cezalarını çekecekleri hapishane binalarının inşasına gerek duyulmuştur. Osmanlı Devleti'nde bağımsız tek bir amaca yönelik olarak inşa edilen hapishane binası, bu anlamda yeni bir yapı türüdür. Hapishaneler, 19. yüzyılın ortalarından 20. yüzyılın başlarına kadar farklı tip ve üsluplarda inşa edilmiştir. 20. yüzyılın başlarında, yeni inşa edilecek hapishanelerin belirli esaslar çerçevesinde yapılmasına gerek görülmüştür.

Bu dönemde Mimar Kemâleddin Bey'in de hapishane tasarımı hazırladığı tespit edilmiştir. Kemâleddin Bey, ilki 75-100, ikincisi 130-300, üçüncüsü ise 300-450 kişilik olmak üzere kapasiteyi esas alan üç farklı tipte hapishane projesi hazırlamıştır. Bu çalışmada, Kemâleddin Bey tarafından hazırlanmış hapishane projeleri, mimari özellikleri bakımından ele alınmıştır.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, raydin@erciyes.edu.tr

za sistemindeki değişim, zindandan hapishaneye geçişi zorunlu kılmıştır. İlk yapılışından 20. yüzyılın başlarına kadar farklı mimari tasarımların denendiği hapishane binalarının belirli bir tipte yapılması gerektiği düşünülmüş ve buna dair çalışmalar yapılmıştır. Türk mimarlık tarihinde önemli izler bırakan Mimar Kemâleddin Bey de İnşaat ve Tamirat Müdürlüğü görevinde bulunduğu 1910 yılında üç tipte hapishane projesi tasarlamıştır. Tasarımlarda "┬", ters "┴" ve haçvari "┼" plan simetrik kurgu ile uygulanmıştır. Yatay silmelerle kat ayrımının vurgulandığı cephelerin tam ortasında üçgen bir alınlıkla nihayetlenen giriş bölümü yerleştirilmiştir. Simetrik kurgu cephe tasarımına da yansımış giriş merkez olmak üzere tüm unsurlar iki yönde eşit olarak dağılmıştır.

Hapishane binaları için arzu edilen aynı tarz ve şekilde inşa edilme anlayışı başta korunaklı, güvenlikli, sağlıklı ve sağlam olmakla açıklanabileceği gibi devletin temsili ile de ilişkili olmalıdır. Son dönem Osmanlı kamu yapılarına bakıldığında belirli bir cephe ve plan anlayışının yerleştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Devleti temsil eden bu yapıların diğerlerinden ayrışacak özelliklerde tek bir tarzda yapılmak istenmesi gücün somutlaştırılma çabası olarak değerlendirilebilir.

Kaynakça

BOA. (Başbakanlık Osmanlı Arşivi)

DH.MB.HPS. (Dahiliye Nezareti Mebani-i Emiriye-Hapishaneler Müdüriyeti Evrakı) 38:9-5, 6; 77:40-13, 14; 119:20-6; 125:55-1, 2; 144:23-1

DH.MB.HPS.M. (Dahiliye Nezareti Mebani-i Emiriye-Hapishaneler Müdüriyeti Müteferrik Evrakı) 1:24-1, 2; 51:62-3,4.

DH.TMIK.S. (Dahiliye Nezareti Tesri-i Muamelat ve Islahat Komisyonu) 44:16-6, 7, 8, 9, 35, 36, 37, 50, 55.

MV. (Meclis-i Vükelâ Mazbataları) 105:94.

PLK. p. (Plan, Proje ve Krokiler) 1749-1, 2, 3; 1752-1, 2; 4053-1, 2, 3; 6738-1, 3; 6039, 6040.

Akgündüz, Said Nuri (2016). "Tanzimat Dönemi Osmanlı Ceza Hukukunun Kaynakları", *Abant İzzet Baysal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt:4, Sayı:8, Bolu, s. 1-16.

Akyıldız, Ali (2011). "Tanzimat", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 40, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, s. 1-10.

Aydın, Remzi (2018). "Alman Mimar August Carl Friedrich Jasmund'un Yedikule'deki Hapishane Projesi" *22. Uluslararası Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (24-26 Ekim 2018)*, Yayınlanmamış Sözlü Bildiri.

Bardakoğlu, Ali (1997). "Hapis", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 16, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, s. 54-64.

Batur, Afife-Cephanecigil, Gül (2009). *İstanbul Vakıflar Bölge Müdürlüğü Mimar Kemaleddin Proje Kataloğu*, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası ve Vakıflar Genel Müdürlüğü Ortak Yayını.

Çobanoğlu, Ahmet Vefa- Ertuğrul, Özkan (2002). "Kemâleddin Bey, Mimar" *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 25, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, s. 230-231.

Demirel, Fatmagül (2001). "1890 Petersburg Hapishaneler Kongresi", *Toplumsal Tarih*, Sayı: 89, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, s. 11-14.

Devellioğlu, Ferit (2010). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, Ankara: Aydın Kitabevi.

Gönen, Yasemin Saner (2005). "Osmanlı İmparatorluğu'nda Hapishaneleri İyileştirme Girişimi, 1917 Yılı", *Hapishane Kitabı*, (Editörler: E. Gürsoy Naskali, H. Oytun Altun), İstanbul: Kitabevi Yayınları, s. 173–183.

Gülsoy, Ufuk (1999). "Islahat Fermanı", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Cilt: 19, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, s. 185-190.

Schull, Kent (2008). "Tutuklu Sayımı: Jön Türklerin Sistematik Bir Şekilde Hapishane İstatistikleri Toplama Çalışmaları ve Bunların 1911-1918 Hapishane Reformu Üzerine Etkileri", *Osmanlı'da Asayiş, Suç ve Ceza*, (Derleyenler: Noémi Lévy-Alexandre Toumarkine), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, s. 212-237.

Şen, Ömer (2007). *Osmanlı'da Mahkûm Olmak Avrupalılaşma Sürecinde Hapishaneler*, İstanbul: Kapı Yayınları.

Şenyurt, Oya (2003). "20. Yüzyılın İlk Çeyreğinde Anadolu ve İstanbul'da Bazı Hapishane İnşaatları", *Arredamento Mimarlık*, Sayı: 9, İstanbul, s. 76-80.

Şenyurt, Oya (2010). "Projeleri ve Belgeleriyle 20. Yüzyıl Başında İzmit Hapishanesi'nin Tasarımı" *Mimarlık*, Sayı: 352, İstanbul: Mimarlar Odası Yayınları, s. 60-65.

Şenyurt, Oya (2015). *Osmanlı Mimarisinin Temel İlkeleri Resim ve İnşâ Üzerinden Geliştirilen Farklı Bir Yaklaşım*, İstanbul: Doğu Kitabevi.

Tekeli, İlhan-İlkin, Selim (1997). *Mimar Kemalettin'in Yazdıkları*, Ankara: Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları.

Tekin, Saadet (2008). "Dr. Polliç Bey'in 1918 Tarihli Raporuna Göre Berlin ve Aydın Vilayeti Hapishanelerine Genel Bir Bakış", *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırmaları Merkezi (OTAM)*, Sayı: 24, Ankara, s. 205-211.

Yavuz, Yıldırım (2009). *İmparatorluktan Cumhuriyete Mimar Kemalettin 1870-1927*, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası ve Vakıflar Genel Müdürlüğü Ortak Yayını.

Yıldız, Gültekin (2012). *Mapusâne Osmanlı Hapishanelerinin Kuruluş Serüveni (1839-1908)*, İstanbul: Kitabevi Yayınları.

OSMANLI MİMARLIĞINDA AYRICALIKLI MİSAFİRLERE AYRICALIKLI MEKÂNLAR: TABHANEDEN-HİCAZ MİSAFİRHANESİNE*

*Ayşe BUDAK***

Özet

Bu çalışmada geç dönem Osmanlı mimarlığında görülen ve yeni isimli yapılardan misafirhanelerden olan Hicaz Misafirhanesi özelinde, Osmanlı mimarlığında görülen tabhaneden misafirhaneye giden değişim ve dönüşüme değinilmeye çalışılmıştır. Bir birinin tam karşılığı olmamakla birlikte özellikle erken Osmanlı mimarlığının önemli yapılarından zaviyelerin misafirlerin ağırlandığı bölümleri olan tabhanelerin, Osmanlı mimarlık tarihi örneklerinden hareketle geçirdiği değişimle birlikte, geç dönemde inşa edilmiş misafirhanelerin karşılaşmaları değerlendirilmiştir. Osmanlı mimarlığında görülen yapı türlerinden birisi "ayrıcalıklı bir grubunun" ağırlandığı tabhanelerdir ve Osmanlı tabhanelerinin ilk örnekleri Ters T Planlı zaviyelerin yan kanatlarını oluştururlar. Zaviye inşasının zayıfladığı onaltıncı yüzyılın ilk yarısından itibarense menziller üzerinde inşa edilmiş külliyelerde yaygın biçimde kullanılmışlardır. Ancak herhangi bir yapıdan (zaviye gibi) ya da külliyeden bağımsız inşa edilmemişlerdir. Tabhanelerde kalan bu ayrıcalıklı grubun kimler olabileceği de bu çalışmada ele alınan başlıklar arasındadır. Özellikle kutsal şehirlerde inşa edilmiş hanlar ve İstanbul'da elçilerin kaldığı hanlar dışında da bağımsız misafirhane olarak değerlendirilebilecek örneklerin varlığı bilinmemektedir. Bu çalışma kapsamında; özellikle Hicaz'da inşa edilen ve açılışı hem iç hem de dış basında duyurulan Hicaz Misafirhanesi, bu yapıya yüklenen anlamlarla birlikte ele

---

* 2015 yılında tamamlamış olduğum "Gücü Besleyen Mimarlık: Osmanlı İmaretleri" adlı doktora tez çalışmasında, Osmanlı mimarisinin büyük yapı guruplarından olan, alıcılarına ücretsiz yemek sağlayan ve bu nedenle "aşevi" olarak da adlandırılan külliye mutfakları olan imaretlerin günümüze ulaşan örnekleri incelenmiştir. Bu çalışmada ise ağırlıklı olarak, daha önce herhangi bir yayında konu edilmemiş tabhanelerin imaretlerle olan ilişkileri, planları ve yüzyıllara göre plan gelişimleri değerlendirilmiş ve ondokuzuncu yüzyıldaki plan dönüşümü ele alınmıştır. Doktora tezim kapsamında imaretlerin (aşhanelerin) diğer yapılarla olan ilişkileri değerlendirilmesine ve bu nedenle kısmen tabhanelerden bahsedilmesine karşılık, bu çalışmada tabhane penceresinden konuya yaklaşılmış; tabhanelerin mimari mekân gelişimleri ve Hicaz'daki misafirhanenin inşası ile gerçekleşen dönüşüm ilk kez işlenmiştir.

** Dr. Öğretim Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, e-posta: aysebudak@nevsehir.edu.tr

lıksa yine yemeklerini kendilerine ayrılan mekânlarda yemeleridir. Hiç bir vakfiye kaydında misafirin bir tabhanede tek başına kalacağına dair bir ifadeye rastlanmamıştır.

Erken dönemde gezici dervişler, ilerleyen yüzyıllarda tüccar ve hacılar, ulemalar, elçiler bu tabhanelerden yararlanan gruplar olmuştur. Seyyahların dahi bu ayrıcalıklı gruplara giremediğinin tespitine karşılık onyedi ve onsekizinci yüzyıllarda azalan hatta durma noktasına gelen tabhane inşasının, ondokuzuncu yüzyıl sonunda misafirhane adıyla yeniden mimarlık sahnesine döndüğü, bu yüzyılın ayrıcalıklı kesimininse maddi durumu ile veya ulema gibi bir sınıfa mensup olmalarına bağlı olmadığı, hacca gitmiş olmalarının verdiği ayrıcalık olduğu tespit edilmiştir. Muhacirler için inşa edilen misafirhanenin planı ve içinde bulundurduğu yapı türleri ile Hicazda inşa edilen misafirhanenin planlamasında görülen farklılıklar buna delil kabul edilmiştir. Tabhanelerde kalan ayrıcalıklı grupların da kendi içinde daha ayrıcalıklılar olarak şekillendiği gruba özel tabhane tahsisinden tespit edilebilmiştir.

Kaynakça

Aktan, Pınar Kayaalp (2005). *The Atik Valide Mosque Complex: A Testament of Nurbanu's Prestige, Power and Piety*, Harvard University, Unpublished PhD Thesis, Massachusetts.

Akpolat, Mustafa Servet (1991). *Fransız Kökenli Levanten Mimar Alexandre Vallaury*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Artan, Tülay (2011). "Sanat ve Mimarlık", *Türkiye Tarihi 1603-1839, Geç Osmanlı İmparatorluğu*, (Ed. Suraiya Faroqhi), İstanbul.

Aslanapa, Oktay(1965). "İznik'te Sultan Orhan İmaret Camii Kazısı", *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Yıllığı I (1964-1965)*, İstanbul, s.16-32.

Ayverdi, Ekrem Hakkı (1989). *Osmanlı Mimarisinde Fatih Devri*, C.3, İstanbul.

Bacque-Grammont, Jean-Louis (2012). "16. ve 17. Yüzyılların Üsküdar'ına Bakış", *Bir Allame-i Cihan, Stefanos Yerasimos*, C. 1, İstanbul, s. 141-160.

Barkan, Ömer L. (1974). "Osmanlı İmparatorluğunda Bir İskan ve Kolonizasyon Metodu Olarak Vakıflar ve Temlikler I- İstila Devirlerinin Kolonizatör Türk Dervişleri ve Zaviyeler", *Vakıflar Dergisi*, S.2, İstanbul, ss. 279-386.

Batur, Afife (1985). "Batılılaşma Döneminde Osmanlı Mimarlığı", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, C.4, İstanbul, ss.1038-1067.

Blessing, Patricia (2018). *Moğol Fethinden Sonra Anadolu'nun Yeniden İnşası*, İstanbul.

Budak, Ayşe (2016) "İmaret Kavramı Üzerinden Erken Osmanlı Ters T Planlı Zaviyeleri ile Aşhanelerin İlişkisi: Osmanlı Aşhanelerinin Kökenine Dair Düşünceler", *Metu Jfa*, S.33/1, Ankara, ss.21-36.

Budak, Ayşe (2018). "Onarımın Tarihi Görsellerden Okunması: Bursa Orhan Camisi Örneği", *Sanat Tarihi Yıllığı*, S. 27, İstanbul, ss.39-62.

Cezar, Mustafa (2002). *Osmanlı Başkenti İstanbul*, İstanbul.

Çobanoğlu, Ahmet Vefa (1989). "Sultan Ahmet Külliyesi İmaret Yapıları" *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi*, C.II, S.6, İstanbul, ss. 3-10.

Çobanoğlu, Ahmet Vefa (2003). "Lala Mustafa Paşa Külliyesi", *İslam Ansiklopedisi*, C.27, İstanbul, ss. 75-77.

Ebu Abdullah Muhammed İbn Battuta Tanci (2004). *İbn Battuta Seyahatnamesi*, (çev. A.Sait Aykut), C: 1, İstanbul.

Emir, Sedat (1994). *Erken Osmanlı Mimarlığında Çok-İşlevli Yapılar: Kentsel Kolonizasyon Yapıları Olarak Zaviyeler*, C.I-II, İzmir.

Demir, Mustafa (2017). "II. Bayezid Devrinde Padişah Tarikat İlişkisi Bağlamında Devlet-Din İlişkisi", *Vakanüvis Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, C.2, S.2, ss.55-75.

Denktaş, Mustafa (1997). "İncesu Merzifonlu Kara Mustafa Paşa Külliyesi", *Vakıflar Dergisi*, S.26, Ankara, ss.193-224.

Deringil, Selim (2007). *İktidarın Sembolleri ve İdeoloji II. Abdülhamid Dönemi(1876-1909)*, İstanbul.

Develioğlu, Ferit (2005). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat (22. Baskı)*, Ankara.

Döğüş, Selahattin (2012). "Dulkadirli Türkmenleri ve Safevilik", *Uluslararası Dulkadir Beyliği Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Maraş, ss.369-388.

Ergin, Osman Nuri (2013). *Türkiye'de Hanlar, Kervansaraylar, Oteller ve Çeşitli Barınma Yerleri*, İstanbul.

Ersoy, Bozkurt (1994)."Osmanlı Şehir-İçi Hanları, Plan Tasarımı İle Cephe ve Malzeme Özellikleri", *Sanat Tarihi Der*gisi, C.7, İzmir, ss.75-97.

Ertuğrul, Alidost (2009). "XIX. Yüzyılda Osmanlı'da Ortaya Çıkan Farklı Yapı Tipleri", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, S.7, İstanbul, ss.293-312.

Eyice, Semavi (1962)."İlk Osmanlı Devrinin Dini –İçtimai Bir Müessesesi: Zaviyeler ve Zaviyeli Camiler", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, S.23, İstanbul, ss. 1-80.

Faroqhi, Suraiya (1995). *Hacılar ve Sultanlar (1517-1368)*, İstanbul.

Fisher, Sydney Nettleton (2014). *Sultan Bayezid Han (1481-1512)*, İstanbul.

Gabriel, Albert (2010). *Bir Türk Başkenti Bursa*, C.I (Yeniden Basım) İstanbul.

Gabriel, Albert (1934). *Monuments Turcs D'anatolie (Amasya-Tokat-Sivas)*, Paris.

Goffman, Daniel (2000). "İzmir: Köyden Kolonyal Liman Kentine", *Doğu ile Batı Arasında Osmanlı Kenti, Halep-İzmir-İstanbul*, Ankara.

Gültekin, Eser (2001). *Ulukışla ve Öküz Mehmet Paşa Menzil Külliyesi*, Ankara.

İnce, Kasım (2011). *Eskişehir Kurşunlu Külliyesi*, Ankara.

İlgürel, Mücteba (1993). "Celali İsyanları", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C.VII, İstanbul, ss. 251-257.

Kafadar, Cemal (2010). *İki Cihan Aresinde, Osmanlı Devletinin Kuruluşu*, İstanbul.

Kuban, Doğan (2007). *Osmanlı Mimarisi*, İstanbul.

Kuran, Aptullah(1986). *Mimar Sinan*, İstanbul.

Kurşun Zekeriya, Seyit Ali Kahraman vd.,(2011). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi 1-6. Kitaplar*, 2. Kitap, İstanbul.

Kütükoğlu, Bekir (2003). "Lala Mustafa Paşa", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C.27, İstanbul, ss. 73-74.

Lowry, Heath (2010). *Erken Dönem Osmanlı Devleti'nin Yapısı*, İstanbul.

Necipoğlu, Gülru (2013). *Sinan Çağı, Osmanlı İmparatorluğu'nda Mimari Kültür*, İstanbul.

Müderrisoğlu, Fatih (1993). *16. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda İnşa Edilen Menzil Külliyeler*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Müderrisoğlu, Fatih (1995). "Bani Çoban Mustafa Paşa ve Bir Osmanlı Şehri Gebze", *Vakıflar Dergisi*, S:25, Ankara, ss. 67-124.

Müderrisoğlu, Fatih (1991). "Edirne II. Bayezid Külliyesi", *Vakıflar Dergisi*, S:22, Ankara, ss. 151-198.

Ocak, Ahmet Yaşar (1992). "Balım Sultan", *TDV. İslam Ansiklopedisi*, C.5, İstanbul, ss.17-18.

Oğuz, Zeynep (2006). *Multi-Functional Buildings of the T-Type in Ottoman Context: a Network of Identity And Territorialization,* Unpublished MA. Thesis, Middle East Technical University, Ankara.

Pamuk, Şevket(2003). *Osmanlı-Türkiye İktisadi Tarihi 1500-1914*, (6.Basım), İstanbul.

Ramazanoğlu, Gözde (2009). "Selimiye Kışlası", *TVD İslam Ansiklopedisi*, C.36, İstanbul, s.436-437.

Sarıyıldız, Gülden (1994). "II. Abdülhamid'in Fakir Hacılar İçin Mekke'de İnşa Ettirdiği Misafirhane", *İstanbul Üniversitesi Tarih Enstitüsü Dergisi*, S.14, İstanbul, s. 121-145.

Sözen, Metin (1984). *Cumhuriyet Dönemi Türk Mimarlığı*, Ankara.

Şahin, Soner(2009). *Değişim Sürecinde Osmanlı Mimarlığı, III. Ahmet ve I. Mahmut Dönemi (1703-1754)*, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Şenyurt, Oya (2015). *Osmanlı Mimarisinin Temel İlkeleri, (Resim ve İnşâ Üzerinden Geliştirilen Farklı Bir Yaklaşım)*, İstanbul.

Topçu, Sultan Murat (2015). *Gücün Mimariye Yansıması: Köprülüler*, Ankara.

Unan, Fahri (2003). *Kuruluşundan Günümüze Fatih Külliyesi*, Ankara.

Veinstein, Gilles(1997). "Sokollu Mehmed Pasha", *The Encyclopaedia of Islam*, 2nd Edition, Vol.9, Leiden, pp.706.-711.

Yavuz, Seçil (2005). *Haydarpaşa Garı ve Çevresindeki Yapıların Tarihsel Araştırması, Askeri Karakol ve Muhacir Misafirhanesi Yapılarının Yeniden Değerlendirilmesi*, YT Üniversitesi Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Yazıcı, Nurcan (2011). "Osmanlı Mimarlığında XVI. Yüzyılın Önemli Bir Banisi: Yemen Fatihi Gazi Sinan Paşa ve Camileri", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.4, S:17, ss. 437-456.

Yılmaz, Ayhan (2011). *Celalzade Mustafa Çelebi- Kanuni'nin Tarihçisinden Muhteşem Çağ- Tabakatül Memalik ve Derecatül Mesalik*, İstanbul.

Yüksel, Aydın (1983). *Osmanlı Mimarisinde II. Bayezid, Yavuz Sultan Selim Devri*, C.5, İstanbul.

B.O.A., Y__PRK_KOM__00009_00003_001_001

V.G. M. A, Vakfiye No: 2157, Sayfa No:100, Sıra No:81.

V.G.M.A., Defter No:740, Sayfa No:405, Sıra No:158

V.G.M.A, Dosya No:2114, Defter No:119, Sayfa No:1382.

V.G.M.A., Defter No: 2113, Sayfa No:106, Sıra No: 26.

V.G.M.A., Defter No: 613, Sıra No: 5, Sayfa: 56.

V.G.M.A., Defter No:572, Sayfa No:27, Sıra No:20.

V.G.M.A, Defter No: 582/1

V.G.M.A., Defter No: 1766, Sıra No: 27, Sayfa No:86.

V.G.M.A., Defter No: 613 Sıra No: 1

ŞEHİR DOKUSUNUN OLUŞMASINDA KÜLLİYELERİN ROLÜ*

*Gönül GÜREŞSEVER CANTAY***

Özet

Bu çalışma içeriğinde şehir dokularının oluşmasında, külliye kuruluşlarının rolünün belirlenmesi, konunun aydınlatılabilmesi için "Külliye"nin anlam, işlev ve sosyal önemi, tarifinden başlayarak, kaynaklara müracaatla açıklık kazandırılmıştır. Külliye işlevsel yapılarının isimlendirilmesi dikkate alınmış, İmaret adı ile sistemli yapı toplulukları olarak inşa edilen, külliyelerin çevreleriyle ilişkileri, çağı içindeki yapı anlayışıyla üslup belirlenmesi paralelinde ve şehir dokusunda ise, eski semtlerin yeniden mâmur hale gelmesine veya yeni semtlerin doğmasının nasıl gerçekleştiği belirlenmiştir. Menzil külliyeleri vasıtasıyla yeni yerleşimlerin (günümüzde il, ilçe gibi) doğuşlarına açıklık getirilerek, bu kuruluşların işletme ve devamlılığının sağlanması kadar bulundukları mahallere katkılarının ne olduğu üzerinde bilgilendirme yapılmıştır.

Türk İmarında külliyelerin doğuşu ve gelişmesinin takip edilebilmesi için, dönemsel örneklemeler üzerinden, yazarın daha önce yayınlanmış bildirilerinde genel yayınlardaki bazı bilgileri, özgün kaynaklarla yaptığı değerlendirmeler üzerinden ortaya konulan düzeltmelerle örneklenmiştir. Çalışmada içeriğinde şehir dokularının oluşmasında külliyelerin rolüne açıklık kazandırılırken, külliyelerin cami merkezli kuruluşlarından farklı bir durum kazanmasında değişimlere işaret edilmiştir. Bu özelliğiyle çalışma yazarının Osmanlı Külliyelerinin Kuruluşu. (Atatürk Kültür Merkezi Yay.,Ankara 2002) yayınına devam niteliğindedir.

KULLIYES ROLE IN FORMING THE TEXTURE OF A CITY

Abstract

In this study roles of kulliyes' foundation in the texture of the cities were detected. To enlighten the subject, beginning with its definition, kulliye's meaning, function and social importance are made clear by applying sources.

---

* Bu konuda geniş bilgi için başvuru eserleri; Gönül Cantay; **Osmanlı Külliyelerinin Kuruluşu**. Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara 2002; G.Cantay; İstanbul Tarihi Topografyasında Osmanlı Mimarisinin Önemi",**7.Uluslararası Türk Kültürü Kongresi Türk ve Dünya Kültüründe İstanbul, Bildiriler IV, İstanbul'da Sanat: Mimari, El Sanatı, Resim, Müzik. 5-10 Ekim 2009. s.67-111.** (Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları)

** Prof.Dr.Gönül Güreşsever Cantay, İstanbul Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü'nden emekli, g.cantay@hotmail.com

Daha önceleri olduğu gibi, Osmanlı döneminde şehirlerin dokusunda hiç bir zaman meydan yer almamış, ancak İstanbul'da, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde başlayan planlı yapılaşmalarla anıtlı meydanlar şehirlerin dokusunda yer almaya başlamıştır. Taksim'de Cumhuriyet Meydanı gibi.

Anadolu kentlerimizde Selçuklu döneminde inşa edilmiş cami yapıları yanında sonradan inşa ile katılan işlevli yapılarla külliyeler oluşturulurken, ticari hayatın belgeleri olan Menzil külliyelerinin bulunduğu yerlerde de zaman içinde büyüklü-küçüklü işlevli yeni yapıların inşaasıyla, özellikle Osmanlı Devleti'nin iskân ve şenlendirme politikaları kadar derbent teşkilâtı nedeniyle külliyeler yeni yerleşimlerin doğarak gelişmesi, yeni şehirlerin yaratıcısı olmuştur.[30]

Kayı Türkmenlerinin Söğüt'te doğan, İznik'te ilk çocukluğunu, Edirne'de gençliğini ve orta yaşını geçiren, Osmanlı Devleti İstanbul'da olgunluk ve yaşlılığını geçirmiş olduğu takip edilebilir. Yaşamlarının yaşayan eserleri olan başta külliyeler olmakla günümüze ulaşan binalar, Osmanlı Devleti'nin şehirlerinin doğması kadar başkentlerinin de belirlenmesinde önemli olmuştur.[31]

Kaynakça

Daha önce yayınlanan kitap, bildiri, makale ve araştırma-inceleme yayınlarımda geniş ölçüde yer vermiş olduğumdan, bu çalışmanın kaynakları dip notlarda açıklanan bilgi ve yayın notlarıyla sınırlı tutulmuştur.

Bu çalışmada konuya yardımcı görsel eklere (plan, çizim, fotoğraf gibi) bu yayın içinde büyük yer tutacağından yer verilmemiştir.

Çalışmanın konusunu destekleyici ve tanımlayıcı görsel plan, çizim ve fotoğraflar için bakınız; dip notlarda verilen kitap ve yayınlardaki görseller.

---

lık Hizmetleri Sempozyumu. Ankara 2000, s.125-135; G.Cantay;"Bezm-i Alem Valide Sultan Vakfiyesi'nden Edindiğimiz Bilgiler (1256/1840-1269/1852)", **2010 Vakıf Medeniyeti İstanbul,** (Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayımı) Ankara 2011, s.124-131.

30 Gönül Güreşsever Cantay; **Osmanlı Menzil Kervansarayları**. İstanbul, 2016.(İstanbul Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Yayınları).

31 G.Cantay;" Başkentlerin Doğuşunda Mimari Kültürün Rolü", 21.Yüzyıl Eğitim ve Kültür Vakfı, Türk Kültür ve Sanatından Kesitler, **Bildiriler.** İstanbul 2002, s.97-101.

KARADENİZ BÖLGESİNDE 18. YÜZYIL KADIN MEZAR TAŞLARI

Halit ÇAL[*]

Özet

Karadeniz bölgesinde 13 ilde belirleyebildiğimiz 5849 mezar taşının 878 tanesi 18. yüzyıldan olup bunların da 218 baş ve 25 ayak taşı olmak üzere 243 tanesi (%28) kadınlara aittir. Karadeniz, kadın mezar taşları oranının yüksek olduğu bölgelerdendir. Bölgede, erkek mezar taşlarında olduğu gibi kadın mezar taşlarında da yığılma, 18. yüzyılın ikinci yarısındadır (% 84). Dikdörtgen (D), kare (K) ve yuvarlak (Y) olmak üzere yatay kesite göre üç ana tipin, başlık ve tepeliklerine göre 11 alt tipi vardır. Başlıklıların oranı % 48'dir. Aynı yüzyılda diğer bölgelerde başlık oranı çok düşüktür. Bölgemiz, bu bakımdan İstanbul uygulamasına yakındır. Türkiye genelinde 19. yüzyılda başlığın giderek azaldığını biliyoruz. Başlıksız, değişik biçimde tepelikli olanların genele oranı ise % 46'dır. Tepelikliler içinde ise üçgen tepelikliler % 63, sivri kemerliler % 23, bitkisel tepelikliler % 8 oran ile üç ana grubu oluşturur. Kare (K) ve yuvarlak (Y) yatay kesitli toplam 4 örneğimizin bölgemizdeki azlığı, karşılaştırma örneği olarak seçtiğimiz diğer bölgelerdeki sayı azlığı ile uyumludur. Başlıklı mezar taşlarında B1 (% 75), B2 % 23) olmak üzere iki tip yaygındır. Bunlardan birincisi İstanbul örnekleriyle eştir, ikincisi ise Giresun kırsalında yerel bir biçimi sunar. Mezar taşının ölçüsü, bezemesi kadar yazıları da kadının toplum içindeki konumunu gösterir niteliktedir. Ölenin adından başka kimin anası, eşi, kızı, nişanlısı, hizmetlisi olduğu yazılara geçirilmiştir. Bunlardan kızı (95 tane), anası (89 tane), eşi (25 tane) tanımlamaları, ölenin konumunu bir ölçüde ortaya koymaktadır. Ancak yalnızca ölenin adının yazıldığı 74 örnek, bunların cariye/köle kökenli oldukları için ana – baba – eş adı yazılmadığını akla getirmektedir. Bölgede, özellikle kıyı şehirlerindekilerin işçiliğinin İstanbul örnekleriyle yakınlığı, bunların İstanbul'dan getirilmiş olabileceğini düşündürmektedir.

18TH CENTURY FEMALE GRAVESTONES IN THE BLACK SEA REGION

Abstract

878 of 5849 tombstone we were able to determine in the 13 cities in the Karadeniz region are from 18th century and 243 of these (28 %) belongs to women, with 218 of them

[*] Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, halitcal57@gmail.com

si'nde 18. yüzyıldan gerçek örneğini bildiğimiz bu tip İstanbul dışında yalnız bölgemizde yaygındır. Başlık ve gövde tiplerindeki bu ortak noktaların çokluğu, özellikle kıyıda yoğunlaşan bu tipin İstanbul'dan getirildiğini düşündürmektedir. B-2 kodlu 14 örneğimiz de Giresun ili iç bölgesindeki Şebinkarahisar ilçesinde olup yerel bir başlık tipidir. Fesi andıran B-3 tipinden tek örneğimiz Tokat'tadır.

Kadınların konumu bakımından sayısal ağırlık üç tipte toplanır: 95 tanesinde kimin kızı, 25 tanesinde kimin eşi olduğu belirtilmişken 74'ünde yalnız ölenin adı vardır. Baba, koca veya çocuk adı verilmeden yalnız ölenin adının yazılması, bunların cariye kökenli oluşlarıyla açıklanabilir. Osmanlı belgeleri bu yüzyılda bölgede varlıklı kesimde erkek ve kadın kölelerin yaygın olduğunu gösteriyor. Genel bir kabule dönüşen, takıların evlenmeden ölen kızları, açılmamış goncanın? ise genç ölenleri gösterdiği görüşü, örneklerimiz itibarıyla doğrulanamamıştır.

Kaynakça

Acun, H. (2005). *Tüm Yönleri İle Çapanoğulları ve Eserleri.* Ankara.

Akar, A. (1974). Eski Türk Mezartaşı Süslerine Dair. *Sanat Dünyamız*, 12-21.

Akdağ, F. (2015). *Bayburt'taki Türbeler Ve Mezar Taşları.* Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Aydoğdu, G. (1987). *Amasya Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Bacque-Grammont, J. L., & Vatin, N. (1991). Les Steles Funeraires de Sinop. *Yeni Anadolu I*, 105-208.

Bakırcı, N. (1999). *İç Anadolu Bölgesindeki Meveli Mezar Taşlarında Görülen Dekoratif Sanatlar ve Semboller.* Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Bay, A. (2007). *Trabzon Eyaletinde Mütegallibe Hareketleri ve Ayanlık (1750-1850).* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Biçici, K. (2004). *Manisa Gördes'te Bulunan Osmanlı Dönemi Süslemeli Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

Biçici, K. (2008). Safranbolu Yörük Köyü Mezarlığında Bulunan Süslemeli Mezar Taşları. *Sosyal Bilimler Dergisi 20*, 297-324.

Boşdurmaz, N. (2011). *Bosna Hersek Mezartaşları.* Haarlem - Netherlands: Türk ve Arap Dünyası Araştırma Merkezi.

Canyurt, F. (2007). *Kastamonu Şehri İsmail Bey Külliyesi Saray Camisi Hepkebirler Camisi Muzafferiddin Gazi Türbesi Hazirelerinde Bulunan Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Çal, H. (2007a). Kastamonu Müzesindeki Türk Mezar Taşları. *İpekyolu Konya Ticaret Odası Dergisi Konya Kitabı, X, Prof. Dr. Rüçhan Arık- Prof. Dr. Oluş Arık'a Armağan* (s. 199-224). içinde Konya: Konya Ticaret Odası.

Çal, H. (2007b). Göynük (Bolu) Şehri Mezar Taşları. *Vakıflar Dergisi 30*, 307-395.

Çal, H. (2012). Yozgat Çapanoğlu Camisi Haziresindeki Mezar Taşlarında Tipler . *10. Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi 28 Ağustos-2 Eylül 2012* (s. 965-972). içinde İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.

Çal, H. (2015). *Boyabat Mezar Taşları.* Ankara: Boyabat Belediyesi.

Çal, H. (2018). Karadeniz Bölgesinde 18. Yüzyıl Erkek Mezar Taşları. *Türk Kültürü ve Hacıbektaş Veli Araştırma Dergisi, 87*, 103-151.

Çal, H., & Çal, Ö. A. (2008). *Kastamonu Atabeygazi Cami-Türbesi Haziresindeki Mezar-Mezar Taşları.* Ankara: Kastamonu Belediyesi.

Çal, H., & İltar, G. (2011). *Giresun İli Osmanlı Mezar Taşları.* Ankara: Giresun Valiliği.

Çelik, B. (2012). *Ordu İli Ünye İlçesi Hacı Osman Ağa Camii Haziresindeki Mezar Taşları.* Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Çetin, Ö. H. (2014). 17. Yüzyıla Ait Kıyafet Albümlerinde Kadın Giyim-Kuşamı. *Tarihin ve Tarihçinin İzinden Kazım Yaşar Kopraman Armağanı* (s. 261-276). içinde Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayını.

Çoban, S. (2010). *Niksar Danişmend Gazi Türbesi Haziresi Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Lisans Tezi.

Demir, Ç. (2008). *Tokat Tarihi Erenler Mezarlığı ve Mezar Taşları.* Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Demirkan, A. (2006). *Kocaeli Gebze'deki Erkek ve Kadın Mezar Taşlarında Başlıklar.* Ankara: Gazi Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Lisans Tezi.

Erdem, T. (2009). *Akhisar Ulu Camii Ve Paşa Camii Hazirelerindeki Mezartaşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Eren, S. (2011). *Trabzon İli Gülbahar Hatun Ve Tavanlı Camii Hazireleri İle Küçük İmaret Mezarlığı'ndaki Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Gedikli, İ. (2010). *Akçaabat Yöresindeki Osmanlı Dönemi Mezar Taşları.* Samsun: Ondokuzmayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Genel, F., & Elman, İ. (2010). *Havran Kitabeleri.* Balıkesir: Balıkesir Özel İdaresi.

Gökler, B. M. (2017). *Balıkesir Mezar Taşları.* Erzurum: Atatürk Ünv Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk İslam Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Gül, S. (2009). *Kadıköy Taşköprü Caddesi Mezarlığı.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Gümüşdağ, G. (2007). *Kastamonu Şehri Nasrullah Camisi Yılanlı Camisi, Yakup Ağa Camisi, Ahmet Dede Camisi Hazirelerindeki Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Gün, R., & Nefes, E. (2011). Çarşamba Kurdahmetli Köyü Mezarlığındaki Tarihi Mezar Taşları. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi 11/2*, 135-166.

Gün, R., Can, Y., Nefes, E., & Çakır, A. (2016). Vezirköprü Yöresinde Bulunan 17-18. Yüzyıl Osmanlı Mezar Taşları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 40*, 37-75.

Gün, R., Can, Y., Nefes, E., & Çakır, A. (2017). Vezirköprü Yöresinde Bulunan 19 Ve 20. Yüzyıl Osmanlı Mezar Taşları. *Ondokuzmayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 42*, 45-97.

Güvelioğlu, İ. G., Hiçyılmaz, M. Ü., & Gürdal, M. (2011). *Rize Hemşin İlçesi Tarihi Mezar Taşları.* İstanbul: Kaknüs Yayıncılık.

Hanoğlu, C. (2006). *Erzurum Merkez'de Cami Hazirelerinde Bulunan XVIII.- XIX. YY. Mezar Taşları.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Hanoğlu, C. (2015). *Batılılaşma Dönemi Rize Mezar Taşları.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Hanoğlu, C., & Bayhan, A. A. (2017). Rize Şehir Merkezinde Bulunan Osmanlı Dönemi Bezemeli Kadın Mezar Taşları. *Turkish Studies 12/3*, 235-308.

Hiçyılmaz, M. Ü., Okutan, B. A., & Baştopçu, Ö. (2012). *Rize Ardeşen İlçesi Tarihi Mezar Kitabeleri.* İstanbul: Ardeşen Belediyesi.

Kara, H., & Danışık, Ş. (2005). *Konya Mezarlıkları ve Mezar Taşları.* Konya: Meram Belediyesi.

Karaçağ, A. (2016). *Tahtacı Mezar Taşları.* Bişkek: Publishinh House.

Kaya, L. G. (2013). *Safranbolu Merkez Mezarlığı Mezar Taşları.* İstanbul: Safranbolu Araştırmaları Merkezi.

Koyuncu, R. (2009). *Rize İyidere İlçesi Tarihi Mezar Kitabeleri.* İstanbul: İyidere Kaymakamlığı.

Koyuncu, R., & Hanoğlu, C. (2011). *Rize Derepazarı İlçesi Tarihi Mezar Kitabeleri.* İstanbul: Derepazarı Kaymakamlığı.

Köşklü, Z., & Tığcı, S. (2010). İstanbul Divanyolu'nda Sultan II. Mahmud Türbesi'nin Haziresindeki Kadın Mezar Taşları. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi 10 / 44*, 47-66.

Kurtuluş, T. (2017, Aralık). Osmanlı Saray Kadınını Kökleri Orta Asya'ya Dayanan Baş Giyimi Üzerine Bir Değerlendirme ve Yeni Tespitler. *Asos Journal, 63*, s. 452-469.

Kuşaklı, Y. C. (2015). *Edirne Muradiye Camisi Haziresi Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Laqueur, H. P. (1997). *uve'l-Baki İstanbul'da Osmanlı Mezarlıkları ve Mezar Taşları,.* İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Nefes, E. (2002). *Samsun Yöresinde Bulunan Mezar Taşları.* Samsun: Ondokuzmayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı Doktora Tezi.

Ölçay, H. (2004). *Trabzon Sülüklü Şehir Mezarlığı 19. Yüzyıl Kadın Mezar Taşları.* Trabzon: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Önkal, H. (2018). Bodrum Yalıkavak Merkez Camii Haziresindeki Mezar Taşları Hakkında Notlar. *Geleneksel Türk Mezar Taşları 1. Ulusal Sempozyumu Kitabı 24-26 Mart 2017* (s. 137-144). içinde Kayseri : Erciyes Üniversitesi.

Özkan, S. (2007). *Geç Dönem Osmanlı Adana Mezar Taşları (18-20.YY).* Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Biilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Sevin, N. (2008). *Çorum Şehri Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Ensititüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Sürün, M. (2006). *İstanbul Şeyh Vefa Camii Haziresi.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Şeyban, L. (2008). *Osmanlı Dönemi Taraklı Mezar Taşları ve Kitabeleri.* Adapazarı: Sakarya Belediyesi.

Tepekaya, M. (2008). *Osmanlı Dönemi Turgutlu Kitabeleri.* Turgutlu: Turgutlu Belediyesi.

Türker, F. (2011). *Sinop Seyyid Bilal Türbesi Haziresindeki Mezar Taşları.* Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Tarihi ve Sanatları Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Yasa, A. A., Yiğit, B. K., & Yazar, T. (2011). Bolu Müzesinde Bulunan Osmanlı Dönemi Mezar Taşları. *21. Yüzyılda Köroğlu ve Bolu Araştırmaları Uluslarası Köroğlu, Bolu Tarih ve Kültürü Sempozyumu Bildirileri (17-18 Ekim 2009 Bolu* (s. 68-107). içinde Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

Yeni, Ö. (2009). *Sinop Arkeoloji Müzesi'nde Sergilenen Türk-İslam Dönemi Mezar Taşları.* Konya : Selçuk Üniverstesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Yeni, Ö. (2013). Kastamonu - Çatalzeytin İlçesi Çağlar Köyü Merkez Camii Haziresi'nde Bulunan Yeniçeri Mezar Taşı. *XVII. Ortaçağ - Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Sempozyumu (02-05 Ekim 2013).* içinde İstanbul Medeniyet Üniversitesi.

Yeni, Ö. (2017, Nisan). İnebolu Gemiciler Köyü (Evrenye) Merkez Camii Haziresi'nde Bulunan Mezar Taşları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, s. 248-262.

Yer, K. (2004). *Trabzon Sülüklü Şehir Mezarlığındaki 18. Yüzyıl Mezar Taşları.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Yılmaz, H. (2001). *Osmanlı Dönemine Ait Kastamonu ve Taşköprü'deki Mezar Kitabeleri.* Kastamonu.

Yılmaz, S. (2005). *Osmanlı Mimarisinde İstiridye Formu.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

OSMANLI ASKERİ MİMARİSİNDE DEĞİŞİMİN İSTANBUL'DAKİ YANSIMALARI

Aynur ÇİFTÇİ[*]

Özet

Askerî teşkilâtta III. Selim (hd 1789-1807) döneminden itibaren yapılan yenilik ve düzenlemeler Osmanlı devletinin ve toplumun modernleşmesini büyük ölçüde etkilemiştir. II. Mahmud (hd 1808-1839) döneminde, 1826 yılında Kapıkulu ocaklarının kaldırılmasından sonra yeni oluşturulan askerî kurumlar için farklı işlevli birçok askerî yapı inşa edilmiştir. Askerî yapıların Avrupa'daki, özellikle de Fransa'daki mimarî üsluplardan etkilendikleri ve başkent İstanbul'da Osmanlı'nın Batı'ya dönük modern yüzünü yansıttıkları görülür. Bu yazıda askerî yapı faaliyetleri bir kırılma noktası olan 1826 yılı öncesi ve sonrası olmak üzere iki bölümde ele alınmış ve askerî yapılar kent dokusundaki yerleri, plan, cephe, yapım teknikleri ve malzeme özellikleri açısından irdelenmiştir. İstanbul'da 1826 yılından sonra 1 idarî yapı, 14 kışla, 11 okul, 12 hastane, 17 karakol, 4 fabrika, 4 silâhhane, 2 depo ve 3 fırın olmak üzere toplam 68 adet askerî yapı/yapı grubu inşa edildiği inşa edildiği, 21 adetinin günümüze ulaşamadığı, 47 adetinin ise günümüzde var olduğu tespit edilmiştir. Askerî yapılar arasında boyutları, özgün ek yapıları ve kent dokusundaki konumları, siluetteki görünümleri ile kışlalar öne çıkmaktadır. Askerî yapıların inşasında padişah hükümlerinin de etkisiyle yığma kârgir yapım tekniğinin tercihi, özellikle de fabrikasyon dolu tuğla ve ithal metal taşıyıcıların kullanılması, Neoklasik cephe düzenleri Batılılaşma etkisini ve askerî yapıların mimarlık alanındaki değişimlere en açık yapı gruplarından biri olduğunu gösterir.

REFLECTIONS OF CHANGE IN OTTOMAN MILITARY ARCHITECTURE IN ISTANBUL

Abstract

The renovation and regulations done at military organization by Selim III have influenced the modernization of the Ottoman state and society. During Mahmud II period, after the abolition of Janissary corps in 1826, for newly established military institutions many military buildings with different function have been constructed. It is observed that the military buildings have been influenced by the European architectural

[*] Doç. Dr. Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Restorasyon Anabilim Dalı, cifci@yildiz.edu.tr

rin sürekliliğini gösterir. Padişah için ayrılmış özel dairelerin, bölümlerin tasarlanması; cami gibi ibadet mekânına yer verilmesi ve bunun bir tasarım öğesi olarak özenle ele alınması; su yapılarından özellikle hamam, çeşme ve su terazilerinin inşa edilmesi Avrupa askerî mimarisinde rastlanmayan, Osmanlı kültürü ve ihtiyacına özgü mimarî çözümlerdir.

Mimarî özellikler açısından değişim en rahat cephelerde ve yapım tekniği ile inşa malzemeleri tercihlerinde izlenebilir. Neoklasik ve eklektik cephe düzenleri; Osmanlı arması yerleştirilmiş, vurgulu, anıtsal giriş kapıları; özellikle kışla, hastane yapılarının uzun ve tekrar eden cephe düzenleri kent siluetinde askerî yapıların fark edilmelerini sağlamıştır. Padişah hükümlerinin de etkisiyle yığma kârgir yapım tekniğinin tercihi; 19. yüzyılın ikinci yarısından sonra fabrikasyon dolu tuğla, ithal kiremit ve özellikle "I" profilli metal volta döşemeler, metal çatı makasları ve metal döküm kolonların taşıyıcı olarak kullanılması Osmanlı mimarîsindeki Batı etkisini ve askerî yapıların mimarlık alanındaki değişimlere en açık yapı gruplarından biri olduğunu gösterir.

Taşıdıkları pek çok değere karşın çeşitli koruma sorunlarıyla günümüze 47 adet yapı/yapı grubu ulaşabilmiş bu kültür varlıklarının mimari açıdan nitelikli bir şekilde belgelenmesi ve kamu yararı taşıyan koruma eylemleriyle sürekliliklerinin sağlanması gerekir. Onarımlarında uluslararası tüzükler ve evrensel koruma ilkeleri doğrultusunda hareket edilmeli ve mevcut askerî yapılar mimari özgünlükleri kaybedilmeden gelecek kuşaklara aktarılmalıdır.

Not: Bu metini yazar 2004 tarihli basılmamış doktora tezinden üretmiştir. Görseller 2018 tarihli olup yazara aittir (Harbiye Nezareti ve Bâb-ı Seraskerî Hastanesi görselleri ise Y. Mimar Neşe Karaçay tarafından çekilmiştir). Metindeki "1826 Yılı Sonrasında Yeni Ordu Düzeni İçin İstanbul'da İnşa Edilen Askerî Yapıların" mimari özellikleri daha kısa haliyle yazar tarafından hazırlanan yazı Mimar.İst Dergisi, Güz 2017, Sayı:60'da yayınlanmıştır.

Kaynakça

Batur, Afife (1985). "Batılılaşma Döneminde Osmanlı Mimarlığı", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, C.4, İstanbul: İletişim Yayınları, s. 1038-1067.

Can, Cengiz (1994). "Bekirağa Bölüğü, Mimari", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, C: 2, İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını, s. 128-129.

Cezar, Mustafa (2002). *Osmanlı Başkenti İstanbul*, İstanbul: Erol Kerim Aksoy Kültür, Eğitim, Spor ve Sağlık Vakfı Yayını.

Çiftçi, Aynur (2004). *19. Yüzyılda Osmanlı Devleti'nde Askeri Mimari ve İstanbul'da İnşa Edilen Askerî Yapılar*, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Galland, Antoine (1949). *İstanbul'a Ait Günlük Hâtıralar (1672-1673)*, C.1, (Çev.: N. Sırrı Örik), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Eyice, Semavi (1950). "İstanbul'un Tarihi Eserleri", *İslam Ansiklopedisi*, C. 5/2, İstanbul: Milli Eğitim Yayınevi, s. 1244/44-48.

Kuban, Doğan (1993). "Aksaray", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, C.1, İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Ortak Yayını, s. 161-165.

Kuban, Doğan (2000). *İstanbul Bir Kent Tarihi*, İstanbul: Tarih Vakfı Yayını.

Koçu, Reşat Ekrem (1971). "Eski Odalar", "Et Meydanı", "Etmeydanı Mescidi", *İstanbul Ansiklopedisi*, C.10, İstanbul: İstanbul Ansiklopedisi ve Neşriyat Kollektif Şirketi-Koçu Yayınları, s. 5293-5295.

Uzunçarşılı, İsmail Hakkı (1988). *Osmanlı Devlet Teşkilâtından Kapıkulu Ocakları I, Acemi Ocağı ve Yeniçeri Ocağı*, Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Tanyeli, Uğur (tarihsiz). "Anadolu'da Bizans, Osmanlı Öncesi ve Osmanlı Dönemlerinde Yerleşme ve Barınma Düzeni", *Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut ve Yerleşme*, İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları, s. 405-471.

Tanyeli, Uğur (1999). "Başlangıcından Modernleşmeye Osmanlı Çağı (1300-1800)", *Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut ve Yerleşme,* İstanbul: Tepe Mimarlık Kültürü Merkezi, s. 136-245.

Ramazanoğlu, Gözde (2003). *Osmanlı Yenileşme Hareketleri İçerisinde Selimiye Kışlası ve Yerleşim Alanı*, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul.

GÖRSELLER (toplam 12 adet)

1. Harbiye Nezareti (1 adet)
2. Selimiye Kışlası (1 adet)
3. Demirkapı Kışlası (1 adet)
4. Kuleli Kışlası (1 adet)
5. Maçka Silahhanesi (2 adet)
6. Bâb-ı Seraskerî hastanesi (1 adet)
7. Mekteb-i Tıbbiye (1 adet)
8. Feriye Karakolu (1 adet)
9. Maçka Karakolu (1 adet)
10. Soğukçeşme Askeri Rüştiyesi (2 adet)

OSMANLI DÖNEMİ MÜZECİLİĞİNİN DOĞUŞU VE YAŞADIĞI DEĞİŞİM

Yüksel GÖĞEBAKAN[*]

Özet

İnsanoğlunu diğer canlılardan ayıran en önemli özellik yaratmış olduğu kültürü olup, bu kültür, onu diğer canlılardan ayıran bir durum arz ettiği gibi sosyal bir canlı olma niteliği de kazandırmaktadır. Tüm canlılar yaşamlarını sürdürebilmek için geçmişi ve geleceği merak etmeyip sadece anı yaşarlarken; insanoğlu, geçmişi daima hafızasında canlı tutmuş, günü yaşarken geçmişten feyz almış ve geleceği de geçmişten esinlenerek şekillendirmiştir. Onun içindir ki, her toplumun kendi coğrafi, iklimsel ve sosyal yapısının ortaya koymuş olduğu maddi ve maddi olmayan taşıyıcılara sahip özge bir kültürü olmuştur. Bu özge kültürel yapıya ait izleri üzerinde barındıran materyaller, yaşanmışlıklara ait taşımış oldukları değerlerle korunma ve gelecek kuşaklara aktarılma zorunluluğu taşımaktadırlar. Gerek tarihi eser gerekse sanat eseri konumunda bulunan korunması gerekli kıymetli kültür varlıklarının muhafaza edildiği mekanlar, müzelerdir. Müzeler, bir topluma ait yaşanmışlıkları üzerinde barındıran önemli araştırma merkezleri olarak, yaşanmışlıkların teşhir edildiği mekanlar olarak, tarihin her döneminde önem taşımışlardır. Tarih sahnesinde yaklaşık olarak altı yüz yıl gibi uzun bir süre varlık göstermiş olan Osmanlı Devleti de, zengin bir kültürel mirasa sahip olmuştur. Bu zengin kültürel mirasın muhafaza edildiği müzelerin, ne zamandan itibaren Osmanlı Devleti'nde görülmeye başlandığı ve devamında da nasıl bir gelişme gösterdiği, bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

EMERGENCE OF THE OTTOMAN PERIOD MUSEOLOGY AND EXPERIENCED CHANGES

Abstract

The most important feature that distinguishes human beings from other living beings is the culture they have created, and this culture also brings the quality of being a social being while bringing forward a situation that distinguishes them from other living beings. While all other living beings live in the moment without worrying about the past and the future in order to survive, human beings have always kept the past alive in their memory, learning from the past while living in the moment and shaping the future with inspiration from

[*] *Prof. Dr*. İnönü Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Resim Bölümü, yuksel.gogebakan@inonu.edu.tr

Akurgal, Osmanlı topraklarından götürülen eski eserler ülke topraklarında tutulabilse ve bu eserler için müzeler inşa edilebilse idi, İstanbul'un ve dolayısıyla da Türkiye'nin dünyada müzeleriyle tanınan-ünlenen bir ülke olacağını belirtmiştir. Çünkü dünyanın en büyük ve en çok ziyaretçi çeken müzeleri olarak değerlendirilen Louvre, British ve Berlin müzeleri, Osmanlı topraklarından götürülen eserlerle varlık gösterebilmişler ve kendilerini kabul ettirebilmişlerdir. Bu müzeler aynı zamanda dünyanın hemen hemen her yerinden gelen ziyaretçileri ağırlamaktadırlar. Şu anda dünya müzeleri arasında sayılı yere sahip olan müzelerimiz de, bu yaşanan illegal transferden kalanlarla tarihe ışık tutmakla birlikte, yaşanan kayıplarla hayıflanırcasına, zengin bir mirası kaybetmenin burukluğunu yaşamaktadırlar. Bu müzeler; sahip olunan zenginlikle, kaybedilen daha büyük bir zenginliğin arasında, sevinçle matemin birlikte yaşandığı mekanlar olarak, geleceğe geçmişten ders çıkarılması gerektiğinin mesajıyla, teşhirde bulunmaktadırlar.

Kaynakça

Andı, M. Fatih (2002). Bir Osmanlı Bürokratının Avrupa İzlenimleri, Mustafa Sami Efendi ve Avrupa Risalesi, Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Artun, Ali (2006). Sanat Müzeleri 1, İletişim Yayınları,İstanbul.

Bardakçı, Murat (2013). İstanbul'un Siluetini Korumak maksadıyla Çıkartılan "Tepelerimhaaaa!" Fermanları, 21 Nisan 2013 tarihli Haber Türk Gazetesi.

BOA, dh, id, nR.129/1, lef 60.

Carr-Gomm, Sarah (2014) SANAT-Sanatın Gizli Dili, İnkılap Kitabevi Yayın, İstanbul.

Cezar, Mustafa (1995). Sanatta Batı'ya Açılış ve Osman Hamdi, Erol Kerim Aksoy Kültür, Eğitim, Spor ve Sağlık Vakfı Yayınları, İstanbul.

Cömert, Bedrettin (2014). Mitoloji ve İkonografi, De Ki Basım Yayım, Ankara.

Eyice, Semavi (1985). Arkeoloji Müzesi ve Kuruluşu, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi, C.6, İstanbul.

Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi-2 (1997). Mausoleum, YEM Yayın, İstanbul, s. 1185.

Gerçek, Ferruh (1999). Türk Müzeciliği, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Görgün, Özcan (2017). Osmanlı Şehirciliği ve Vakıflar, Yeditepe Yayınevi, İstanbul.

http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44429/xanthos-letoon-antalya---mugla.html (Erişim Tarihi: 17.09.2018).

Kafesoğlu, İbrahim (1999). Türk İslam Sentezi, Ötüken Neşriyat, İstanbul.

Kılıççöte, Nazire Cansel (2014). Türkiye'de Koruma İle İlgili Kurumlar, Kültürel Miras Mevzuatı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Kienitz, Friedrich Karl (2014). Sultanların Şehirleri (Çev. M. Haydar Cümbüş), Yeditepe Yayınevi, İstanbul.

Karaca, Ali (2004). Arşiv Belgelerine Göre Osmanlı imparatorluğunda Arkeoloji Bilinci, Ciepo, 14. Sempozyum Bildirileri, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Madran, Emre (1985). Osmanlı Devletinde "Eski Eser" ve "Onarım" Üzerine Gözlemler, Belleten, C. XLIX, Aralık, TTK,Ankara.

Madran, Emre (2014). Ulusal Mevzuatın Tarihsel Gelişimi, Kültürel Miras Mevzuatı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Muşmal, Hüseyin (2009). Osmanlı Devleti'nin Eski Eser Politikası, Kömen Yayınları, Konya.

Onur, Bekir (2012). Çağdaş Müze Eğitim ve Gelişim Müze Psikolojisine Giriş, İmge Kitabevi, Ankara.

Onur, Bekir (2014). Yeni Müzebilim Demokratik Toplumu Yaratmak, İmge Kitabevi, Ankara.

Örnekleriyle Türkçe Sözlük-2 (1996). Milli Eğitim Bakanlığı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

Örnekleriyle Türkçe Sözlük-3 (1996). Milli Eğitim Bakanlığı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

Ragon, Michel (2010). Modern Mimarlık ve Şehircilik Tarihi, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Roux, Jean-Paul (2012). Eski Türk Mitolojisi, BilgeSu, Ankara.

Özel, Sibel (1998). Uluslararası Alanda Kültür Varlıklarının Korunması, Alkım Yayınlar, İstanbul.

Özkan, Süleyman (2004). Osmanlı Devletinde Arkeolojik Kazı ve Müzecilik Faaliyetleri Prof.Dr. İsmail Aka Armağanı, İzmir.

Paksoy, İsmail Günay (1993). Bazı Belgeler Işığında Osmanlı Devleti'nin Kültür Politikaları Üzerine Düşünceler, Osman Hamdi Bey ve Dönemi Sempozyumu, Yayına Hazırlayan: Zeynep Rona Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Poole, Stanley Lane (1999). Lord Stratford Canning'in Türkiye Hatıraları, (Çev. Can Yücel), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Shaw, Wendy M.K. (2004). Osmanlı Müzeciliği, İletişim Yayınları, İstanbul.

Sönmez, Ali (2014). Osmanlı Devleti'nde Eski Eser Kaçakçılığı Truva Örneği, Kriter Yayınevi, İstanbul.

Yıldırım, Recep ve Martal, Abdullah (2002). Osmanlı Yönetiminin Arkeolojik Eserlere Bakış Açısı, 13. Türk Tarih Kongresi, Türk Tarih Kurumu, C. 3, Kısım: 2, Ankara.

Yılmaz, Yaşar (2015). Anadolu'nun Gözyaşları, YEM Yayın, İstanbul.

NİZAMNAMELER

13 Şubat 1869 Tarihli Asar-ı Atika Nizamnamesi

7 Nisan 1874 tarihli Asar-ı Atika Nizamnamesi

30 Ocak 1884 Tarihli Asar-ı Atika Nizamnamesi

23 Nisan 1906 Tarihli Asar-ı Atika Nizamnamesi

31 Temmuz 1912 Tarihli Muhafazai Abidat Hakkında Nizamname

SUR İÇİ OSMANLI MEZAR TAŞLARI BEZEMELERİNDE BATI ETKİLERİ ve KAYNAKLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME (18. ve 19.YÜZYIL)*

*Selma GÜL***

Özet

Osmanlı sanatında batılılaşma 18. Yüzyılda III. Ahmed tarafından yaptırılan Bâb-ı Hümayun Çeşmesi'ndeki barok etkiler ile başlatılır ve daha ileride Mehmed Emin Ağa Sebili ile de rokoko gibi başka Avrupai üslupların Osmanlı sanatında dahil olmasıyla farklı özelliklerle devam ettirilir. Bu çalışmada küçük mimari unsurlar olarak da ele alınabilecek olan mezar taşlarına Batılılaşma hareketinin nasıl yansıdığı anıtsal mimariden önce batı etkilerinin mezar taşlarında ortaya çıktığı üzerine tespitler ortaya konulurken 18 ve 19. Yüzyılda mimariden bahçe tasarımına kadar Osmanlı sanatının her alanına yayılmış olan barok, rokoko ve diğer Avrupai üslupların mezar taşlarında nasıl bir boyut aldığı üzerinde durulacaktır. Bununla birlikte mezar taşlarındaki Avrupai bezemelerin kaynakları üzerine de bir değerlendirme yapılacaktır.

AN EVALUATION OF THE WESTERN EFFECTS AND SOURCES IN INNER-WALL OTTOMAN TOMBSTONE DECORATIONS (18th and 19th CENTURY)

Abstract

In Ottoman art westernization was started with baroque influences in the Fountain of Bab-ı Humayun built by Ahmed III in the 18th century and continued with different features by including other European styles such as rococo with Mehmed Emin Aga Fountain ahead in the Ottoman art. In this study, while the determinations on how the Westernization movement reflected on the tombstones that can be regarded as small architectural elements and the appearance of western influences on the tombstones before monumental architecture are stated, it will be emphasized that what kind of a dimension baroque, rococo and other

---

* Bu makale 2017 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalında Doç.Dr. Tarkan Okçuoğlu danışmanlığında hazırlanan "Sur İçi Osmanlı Mezar Taşları Bezemelerinde Üslup Analizi (1703-1861)" isimli doktora tezinden geliştirilmiştir.

** Sanat Tarihçisi, Dr,. e mail:selmagul02@gmail.com

Kaynakça

Ahmef Resmî Efendi, **Viyana ve Berlin Sefaretnamaleri,** Sadeleştiren: Bedriye Atsız, İstanbul, Tercüman 1001 Temel Eser, 1980.

Akın, Günkut, "Divanyolu Küresi", **Tarih ve Toplum Dergisi,** C.12, S.72, İstanbul, 1989, s.341-343

Altınay, Ahmet Refik, **Lale Devri (1718-1730),** Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2010.

Andersen, Liselotte, **Baroque and Rococo Art (Panorama of World Art),** Hary N. Abrams İnc., London, 1969.

Atasoy, Nurhan, **Surname-i Hümayun, Düğün Kitabı,** Koçbank, 1997, İstanbul.

Günkut Akın, "Divanyolu Küresi", **Tarih ve Toplum Dergisi,** C.12, S.72, İstanbul, 1989, s.341-343.

Campbell, Thomas P., **The Metropolitan Museum Of Art Guide**, The Metropolitan Museum Of Art, Newyork, (t.y.)

Civelek, Aynur, "Antik Yunan Sanatında Bereket Boynuzu", S.143, **Arkeoloji ve Sanat Dergisi**, Arkeoloji Sanat Yayınları, İstanbul, 2013, s.103-112.

Conti, Flavio, **Rokoko Sanatını Tanıyalım,** Çev: Eren Soley, İstanbul, İnkilap Kitabevi, 1985.

Çelik, Zeynep, **19. Yüzyılda Osmanlı Başkenti: Değişen İstanbul,** Çev: Selim Deringil, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 2015.

Çelikkol, Zeki, Alexander de Groot, Ben J. Slot, **Lale İle Başladı Türkiye ve Hollanda Arasındaki Dört Yüz Yıllık İlişkilerin Resimli Tarihçesi,** Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 2006.

Davis, Fanny, **The Palace of Topkapı in İstanbul,** Charles Scrıbner's Sons, New York, 1970.

Demiriz, Yıldız, **Osmanlı Kitap Sanatında Doğal Çiçekler**, Yorum Sanat, İstanbul, 2005.

Demiriz, Yıldız, "18. Yüzyıl Çiçek Ressamlığı", **18. Yüzyılda Osmanlı Kültür Sanat Ortamı**, İstanbul, Sanat Tarihi Derneği Yayınları, 1998, s.75-90.

Denel, Serim,**Batılılaşma Sürecinde İstanbul'da ve Dış Mekânlarda Değişim ve Nedenleri,** Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları, 1982.

Develi, Hayati, **18. Yüzyıl Osmanlı Kültüründen Bir Örnek - Çiçek Defteri**, İstanbul Araştırmaları Enstitüsü Kitapları-2, İstanbul, 2007.

Eliade, Mircea, **Simgeler ve İmgeler,** Çev: Mehmet Ali Kılıçbay, Gece Yayınları, Ankara, 1992

Eyice, Semavi, "Çinili Köşk", C.8, **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansıklopedisi,** Türk Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1993, s.337-341.

Gül, Selma, "Ayrılık Çeşmesi Mezarlığı XVIII. Yüzyıl Kadın Mezar Taşlarında Görülen Bezemeler", S. XVII, **Sanat Tarihi Yıllığı,** İstanbul, 2017, s.71-105.

Hans, Huth, "Rococo art", Vol: 19, **The Encylopedia Britannica**, William Benton Publisher, 1972, s.429.

Hogarth, William, **The Analysis of Beauty,** Ed: Charles Davis, John Reeves for he Author, London, 1753.

http://www.metmuseum.org/toah/hd/nstl/hd_nstl.htm.

https://www.metmuseum.org/art/collection/search#!?q=bouqet&perPage=20&offset=280&pageSize=0&sortBy=relevance&sortOrder=asc&searchField=All

İrepoğlu, Gül, "Topkapı Sarayı Müzesi Hazine Kütüphanesindeki Batılı Kaynaklar Üzerine Düşünceler", Yıllık:1, **Topkapı Sarayı Yıllığı,** İstanbul Matbaası, İstanbul, 1986, s.56-72.

İrez, Feryal, "Topkapı Sarayı Harem Bölümü'ndeki Rokoko Süslemenin Batılı Kaynakları", Yıllık:4, **Topkapı Sarayı Yıllığı,** İstanbul Matbaası, İstanbul, 1990, s.34-54 **.**

Karagöz, Mehmet, "Osmanlı Devletinde Islahat Hareketleri ve Batı Medeniyetine Giriş Hareketleri (1700-1839)", S:6, **Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi,** Ankara, 1995, s.173-194.

Kimball, Fiske, **The Creation Of The Rococo,** Director: Philadelphia Museum Of Art, The Southworth-Anthoensen Press, Portland, Maine, 1943.

Kuban, Doğan, **Türk Barok Mimarisi Hakkında Bir Deneme,** Pulman Matbaası, İstanbul, 1984.

Kuru, Alev Çakmakoğlu, "İkonografik Açıdan Orta Çağ Türk Mimarisinde Yer Alan İstridye Motifi", S.52, **Erdem Dergisi**, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara, 2008, s. 111-124.

Liedtke, Walter, " Still-Life Painting in Northern Europe 1600-1800", **Departman of European Painting, The Metropolitan Museum Of Art**, 2003 (http://www.metmuseum.org/toah/hd/nstl/hd_nstl.htm.)

Maraşlı, Savaş, "15. Yüzyıl Kitap Cildlerindeki Süsleme Tasarımlarının Mimari Süslemelere Etkisi (Diyarbakır Safa Parlı Camii Işığı Altında)", Vol.5, No:3, **Zeitschrift für die Welt der Türken Journal of World of Turks,** 2013, s.75-94.

Meyer, Franz Sales, **A Handbook Of Ornament,** The Architectural Book Publıshing Company, Newyork, 1892.

Muck**,** Rosamund E., **Doğu Malı Batı Sanatı-İslam Ülkelerinde Ticaret ve İtalyan Sanatı (1300-1600),** Çev: Ali Özdamar, İstanbul, Kitap Yayınevi, 2005.

Necipoğlu, Gülru, **15.ve 16. Yüzyılda Topkapı Sarayı: Mimari, Tören, İktidar,** Çev: Ruşen Sezer, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2007.

Okçuoğlu, Tarkan, "18. ve 19. Yüzyıllarda Osmanlı Duvar Resimlerinde Betimleme Anlayışı", İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji ve Sanat Tarihi Bölümü Sanat Tarihi Bilim Dalı (Basılmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2001.

Okçuoğlu, Tarkan, "Topkapı Sarayı, Hasekiler Dairesi'nde Yeni Bulunan Bir Çeşme", S.XXI, **Sanat Tarihi Yıllığı,** İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, İstanbul, 2012, s.89-114.

Özdemir, Kemal, **Osmanlı Arması**, Dönence Yayınları, İstanbul, 1997.

Palmer, Alan, **Son Üç Yüz Yıl Osmanlı İmparatorluğu: Bir çöküşün tarihi,** Haz: Mürşit Balabanlılar, Çev: Belkıs Çorakçı Dişbudak, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1992.

Panofsky, Erwin, **"Rönesans: Kendini Tanımlamak mı, Kendini Tanımamak mı?",** Ed: Nurettin Pirim, Çev: Ömer Madra, Rönesans Serüveni, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005.

Perot, Jacques-Hıtze, Frederic, vd., **Hatice Sultan İle Melling Kalfa,** Çev: Ela Güntekin, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2001.

Pignatti, Terisio, **The Age Of Rococo,** The Hamlyn Publishing Group Limitied, London.(y.y.)

Raguenet, A., **Material and Documents of Architecture and Sculpture**, G. Broes Van Dort Co, Unıted States and Canada Chicago, 1915?,.(sayfa no yok)

Renda, Günsel, "Sanatta Etkileşim", Yay. Haz: Halil İnalcık, Günsel Renda, C.II, **Osmanlı Uygarlığı**, Ankara Kültür Bakanlığı, İstanbul, Mas Matbaacılık, 2003, s.1090-1121.

Renda, Günsel, **Batılılaşma Döneminde Türk Resim Sanatı,** Ankara, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Türk Tarih Kurumu Basımevi, 1977.

Rouyer, Eugene **L'Art Architectural en France,** Vol:2, Noblet et Baudry Publisher, Paris, 1863.

Sakaoğlu, Necdet, **Bu Mülkün Sultanları 36 Osmanlı Padişahı,** Oğlak Yayıncılık, İstanbul, 2007, s.396.

Salihu, Exhlale Dobruna, "Cult Symbol And Images On Funerary Monument Of The Roman Period In The Central Section On The Dardania", Urednici: Mırjana Sanader, Ante Rendic Mıocevic, **Aktı VIII Medunarodnog Kolokvija O Problemima Rimskog Provincijalnog Umjetnickog Stvaralastva**, Zagreb, 2005, s.343-350.

Sönmez, Zeki, **Türk-İtalyan Siyaset ve Sanat İlişkileri,** İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 2008.

Tanman, M.Baha, "Hüsrev Paşa Külliyesi", C.4., **Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi,** İstanbul, Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı Yayınları, 1994, s.109-110.

Tanman, Baha, "Baba Haydar Camii ve Tekkesi", C.4, **Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi,** Türk Diyanet Vakfı Yayınları, İstanbul, 1992, s.367-368.

Uluçay, Çağatay, **Harem,** Ötüken Yayınları, İstanbul, 2011.

18-19. YÜZYIL CİLT SANATI: YENİ FORMLAR YENİ KONULAR

Savaş MARAŞLI[*]

Özet

Başlangıcından itibaren kitap kapaklarının bezeme tasarımları, ortaya çıktığı dönemin sanatsal beğenisiyle uyum halinde devam etmiştir. Bu yüzden Anadolu Selçuklu çağında kapak bezeme tasarımlarında geometrik formlar hâkimdir. Motif olarak ise rûmi ve palmetler tercih edilmiştir. Kapağın ortasında genelde yuvarlak biçimli bir şemse yer alır. Bazen ise kapaklar tam zeminli olacak şekilde süslenmiştir. Ancak ön ve arka kapak tasarımlarının farklı olduğu çok sayıda örnekte vardır. Kapak ortasında yer alan şemsenin kapak köşeleriyle olan bağlantısı erken dönemlerde henüz zayıftır. Yinede köşelerde köşe çiçeği, nokta, balık pulu ya da basit şekillerle yapılan köşebent uygulamaları kendini belli eder. Bezemeler alet ve kalıp kullanılarak yapılmış, desen aralarında altın kakma uygulamalar yaygındır. Erken Osmanlı döneminde ise uçlarında basit salbekleri olan iri ve dilimli şemselerin köşebentlerle uyumu abartılıdır. Bu dönem ile birlikte hatayi ve bulut gibi yeni motifler, lake ve katı' gibi yeni teknikler ortaya çıkar. Klasik dönem kapak tasarımlarında simetrinin hâkim olduğu ön ve arka kapak ile mıklep bezemelerinde standartlaşmaya gidildiği bir dönemdir. Şemseler dilimli oval ve salbekli olup köşebentler şemselerle uyumu içerisindedir. Bu dönemde saz üslubu en fazla tercih edilen tasarımdır. 18. yüzyılda Osmanlı'nın Batı ile ilişkileri neticesinde meydana gelen kültürel gelişmeler ve değişen algılar, kapak tasarımlarına da yansımıştır. Bu yüzyılın erken dönemlerinde Selçuklu ve klasik dönem etkili ciltler yapılmaya devam ederken, yüzyılın ortalarından itibaren radikal değişimler görülmeye başlar. İlk dikkati çeken yenilik, şemselerle ilgilidir. Artık simetrinin esas alındığı klasik tarzda şemseler, yerini kapak ortasında büyük ve serbest bir yaprak ya da çiçeğin bulunduğu örneklere bırakmıştır. Teknik olarak da değişimler görülür. Örneğin gömme tekniği artık pek tercih edilmez bunun yerine renk ya da yaldız boyama yaygın kullanılmıştır. Özellikle lake tekniğinde yapılmış şükûfeler ve manzara resimli ciltler dikkati çeker. Yüzyılın sonuna doğru barok rokoko ve ampir üslubu yaygınlaşmıştır. Büyük geniş kıvrık dallar, akant yapraklar, rengarenk tekli ya da buket çiçekler, ışın demetleri, kafesler, ay ve yıldız motifleri ile yapılan kapak tasarımları artık bu yüzyılların yeni beğenileri olmuştur.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü. savasmarasli@nevsehir.edu.tr

Diğer örnek, Konya Bölge Yazma Eserler Kütüphanesi Konya İl Halk Kütüphanesi koleksiyonunda 42 Kon 5149 arşiv numarası ile kayıtlı *Hidaye Şerhu Bidayeti'l-Mübtedi* adlı eserdir. Ön kapağın üst salbek içerisinde *Amel-i Molla Nadir Muhammed Sahhaf* 1270 (1853-54)" yazmaktadır (Foto 28-29).

Foto 28-29: Hidaye Şerhu Bidayeti'l-Mübtedi adlı eserin salbek içerisinde yer alan sanatçı imzası.

Bu iki örneğin cildinde yer alan sanatçı imzalarında, ismin önünde bulunan "amel-i" işi yapan usta-sanatçı anlamında Selçuklulardan beri kullanılan bir sıfattır. Bu örneklerde ise ilginç olan tamlamanın sonuna gelen "sahaf" ibaresidir. Çünkü cildin üzerinde yer alan sanatçı imzalarında şimdiye kadar "amel-i…" ya da "amel-i mücellid…" şeklinde tamlamalar görülmekteydi[58]. Burada ise "amel-i mücellid…" yerine "amel-i sahaf…" tabirinin kullanılması bu yüzyıl ile birlikte değişen algının sonucu olarak yorumlanabilir.

Kaynakça

Arıtan, Ahmet Saim (1993). "Ciltçilik", *DİA* s. 551-557.

Arıtan, Ahmet Saim (2001). "Selçuklu Cilti'nin Osmanlı Cilti'ne Etkileri", *V. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı ve Araştırmaları Sempozyumu*, 19- 20 Nisan 2001, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Ankara: s. 29-40.

[58] Ciltlerde yer alan sanatçı imzaları ile ilgili olarak bk. Arıtan, Ahmet Saim (2001). "Selçuklu Cildlerinde İmzalar", *I. Uluslar arası Selçuklu Kültür ve Medeniyet Kongresi* (Bildiriler I), Konya, s. 39-42. Res. 512-518.

Arıtan, Ahmet Saim (2001). "Selçuklu Cildlerinde İmzalar", *I. Uluslar arası Selçuklu Kültür ve Medeniyet Kongresi* (Bildiriler I), Konya. s. 39-42.

Arıtan, Ahmet Saim (2017). Karamanoğulları Cild San'atı (ed. Kazım Küçükköroğlu-Fatma Şeyma Boydak), Konya.

Bayhan, Ahmet Ali (2007). "Osmanlı Döneminde Batılılaşma Sürecinin Ortadoğu'ya ve Afrika'ya Yansıması: Mısır ve İsrail'den Örnekler", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitü Dergisi*, Sayı 19, s. 23-65.

Aydın, Önder (2012). "Sultan II. Abdülhamit Dönemi Yapılarında İmparatoru / İmparatorluğu Temsil Eden Semboller", *Mimarlık Dergisi*, Sayı 364, s. 74-78.

Batur, Afife (1985). "Batılılaşma Döneminde Osmanlı Mimarlığı", *Tanzimattan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt 4, İstanbul, s. 1038-1067.

Bozkurt, Nebi (1998). "Hilâl", *DİA*, Cilt 18, İstanbul, s. 14-15.

Boydak, Fatma Şeyma (2016). "Fâtih Devri Cild Sanatı", V. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi (12-15 Mayıs 2016 Isparta), s. 223-236.

Cerasi, Maurice (2000). "Tarihselcilik ve Osmanlı Mimarisinde Yaratıcı Yenilikçilik 1720-1820," *Osmanlı Mimarlığının 7 Yüzyılı Uluslarüstü bir Miras*, İstanbul, s. 34-42.

Cunbur, Müjgan (1990). "Milli Kültürümüzde Kitap Sanatları", *Milli Kültür Unsurları Üzerine Genel Görüşler*, Sayı 46. Ankara, s. 153-182.

Cunbur, Müjgan (1992). "Türklerde Cilt Sanatı", *Türk Dünyası El Kitabı*, Cilt 2, Ankara, s.425-457.

Çağman, Filiz (1988). "Mimar Sinan Döneminde Saray'ın Ehl-i Hiref Teşkilatı", *Mimar Sinan Dönemi Türk Mimarlığı ve Sanatı*, İstanbul, s. 73-77.

Çağman, F. (2004). Kat'ı Osmanlı Dünyasında Kâğıt Oyma Sanatı ve Sanatçıları. İstanbul: Aygaz A.Ş.

Çalışır, Deniz (2008). "Osmanlı Görsel Kültüründe Meyve Teması: Geleneksel Natürmort Resimleri Bağlamında Bir Değerlendirme", Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic. Volume 3/5 Fall 2008, s. 65-86.

Demiriz, Yıldız (1984). "Acanthus: Türkiye'nin arkeoloji ve sanat tarihi terminolojisine yanlış adla girmiş bir bitki motifi", *Arkeoloji Sanat Tarihi Dergisi*, Cilt 3, Sayı 3, s. 19-24.

Demiriz, Yıldız (1986). Osmanlı Kitap Sanatlarında Natüralist Üslupta Çiçekler, İstanbul.

Demiriz, Yıldız (2004). "16. Yüzyıl Kitap Sanatında Çiçek", *16. Yüzyıl Osmanlı Kültür ve Sanatı*, 11-12 Nisan 2001, İstanbul, 147-168.

Derman, F. Çiçek-Duran, Gülnur (2010). "Şahkulu" *DİA*, Cilt 38, İstanbul, s. 283-284.

Eke, Burcu Başak (2011). "Müzehhip Nureddin ve Tezhip Üslubu", *XIV. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazıları ve Sanat Tarihi Araştırmaları Bildirileri* (20-22 Ekim 2010), Konya, s. 525-541.

Erünsal, E. İsmail (2013). *Osmanlılarda Sahaflık ve Sahaflar*, İstanbul.

Eyice, Semavi (1991). "Ay yıldız", *DİA*, Cilt 4, İstanbul, 297-298.

Gül, Selma (2017). *İstanbul Sur İçi Osmanlı Mezar Taşları Bezemelerinde Üslup Analizi (1703-1861)*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Gül, Selma (2018). "Erzurum Narmanlı Camii Ahşap Mahfilindeki Kalemişi Süslemeler", *Art-Sanat Dergisi*, Sayı 10, İstanbul, s. 63-80.

Güney, K. Zeynep-Güney, A. Nihan (1999). *Osmanlı Süsleme Sanatı*, Ankara.

İnalcık, Halil (2015). *Has-bağçede 'Ayş u Tarab Nedîmler Şâîrler Mutrîbler*, İş Bankası Yayınları, İstanbul.

Kuban, Doğan (1954). *Türk Barok Mimarisi Hakkında Bir Deneme*, Pulman Matbaası, İstanbul.

Kuban, Doğan (2007). *Osmanlı Mimarisi* (ed: Gülçin İpek), Yem Yayın, İstanbul.

Mesera, Gülbün (1996). "18. ve 19. yüzyıl Osmanlı Fermanlarında Çiçekler", *Kültür ve Sanat Dergisi*, Sayı 30, s. 19-25.

Mezahiri, Mehrengiz-i (2003). "IX.-XI. (XV.-XVII. Yüzyıllarda İran-Türkiye Arasındaki Kültürel İlişkiler", *Tarihten Günümüze Türk-İran İlişkileri Sempozyumu***,** 16-17 Aralık 2002 Konya**,** Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, s.71-78.

Ödekan, Ayla (1995). "Mimarlık ve Sanat Tarihi (1600-1908)", *Türkiye Tarihi,* Cilt 3, İstanbul, s. 369-455.

Özbek, Yıldıray (2005). Kayseri Raşid Efendi Kütüphanesindeki Kitap Kapakları, Kayseri.

Renda, Günsel (1977). *Batılılaşma Döneminde Türk Resim Sanatı 1700-1850*, Hacettepe Üniversitesi Yayınevi, Ankara, s. 36-37.

Renda, Günsel (2003). " Avrupa ve Osmanlı: Sanatta Etkileşim", *Osmanlı Uygarlığı*, Cilt 2 (Yayına Hazırlayan: Halil İnalcık-Günsel Renda), İstanbul, s.1090-1121.

Saner, Turgut (1999). "Lale Devri Mimarlığında Hint Esintileri: Çinihane", Sanat Tarihi Defterleri, 3, *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi*, Ege yayınları, İstanbul, s.35-48.

Saner, Turgut (2008). "Mimaride Yenilenmenin Simge Yapısı: Bab-ı Hümayun Önündeki III.Ahmed Çeşmesi", *Sanat Tarihi Defterleri*, 12, Efe Yayınları, İstanbul, s. 1-52.

Tanındı, Zeren (1999). "Osmanlı Sanatında Cilt", *Osmanlı Ansiklopedisi*, Cilt 11, Ankara, s. 103-103-107.

Tanındı, Zeren (2004). "Kitâb ve Cilti", *Osmânlı Uygarlığı 2*, haz: Halîl İnalcık - Günsel Renda, İstanbul, s. 841-863.

Tanman, Baha (1992). "Baba Haydar Camii ve Tekkesi", *DİA*, Cilt 4, İstanbul, s.367-368.

Uluç, Lâle (2006). *Türkmen Valiler Şirazlı Ustalar, Osmanlı Okurlar: XVI. Yüzyıl Şiraz El Yazmaları*, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Uluç, Lâle (2008). "İslam Sanatının Üç Başkentinin Ortak Timuri Mirası", *Louvre Koleksiyonlarından Yapıtlarla İslam Sanatının 3 Başkenti İstanbul, İsafahan, Delhi,* **(**Ed: Ayşen Anadol), (Çev: Zeynep Avcı), Sakıp Sabancı Müzesi Yayınları, İstanbul, s.40-51.

Ünver, Gülbün (1971). "Osmanlı San'atında Vazolu ve Vazosuz Çiçek Demetleri", *Vakıflar Dergisi*, Sayı 9, Ankara, s.327-331.

Yalçınkaya, Mehmed Alaaddin (2002). "XVIII. Yüzyıl: Islahat, Değişim ve Diploması Dönemi (1703-1789)", *Türkler*, Cilt 12, Ankara, s. 470-502.

Yerasimos, Stefanos (1996). "Batılılaşma Sürecinde İstanbul", *Dünya Kenti İstanbul* (ed. Afife Batur)Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, s.48-53.

Yenişehirlioğlu, Filiz (1993). "Sanatta Osmanlı İmparatorluğu Fransa Etkileşimi", *Osman Hamdi Bey ve Dönemi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, s. 57-68.

SON DÖNEM OSMANLI MİMARLIĞININ BAŞAT YAPILARI: HÜKÜMET KONAKLARI

Nurcan YAZICI METİN[*]

Özet

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde, Tanzimat'tan Cumhuriyet'e uzanan süreçte inşa edilmeye başlanan hükümet konakları son dönem Osmanlı mimarlığının önemli yapılarıdır. Vilayet ve sancak merkezlerinden kaza merkezlerine kadar Osmanlı coğrafyasının her yönetim biriminde inşa edilen bu yapılar, mimari özelliklerinin ve işlevselliklerinin yanı sıra "devleti temsil" bağlamında anlam taşıyan yapılar olmuşlardır. Tanzimat'tan Cumhuriyet'e uzanan süreçte vilayet, sancak ve kaza merkezlerinde aşamalı olarak hükümet konakları inşa edilirken birçok yerleşim yerinde de başlangıçta kiralık mekanlarda hizmet verilmiştir. Yerleşimlerde yeni baştan bir hükümet konağı inşa edilme süreci bazen uzun yıllar alabilmiştir. Hükümet konaklarının inşa süreci dönemin yazışmalarından takip edilebilmektedir. İnşa veya tamir isteği önce bağlı bulunulan vilayete bildirilmekte; çoğunlukla konağın inşa edileceği vilayet merkezinde işlemlerin yürütülüp merkezden izin istendiği anlaşılmaktadır. Tamir ya da inşa edilecek hükümet konağının resmi/planı ve keşif defteri hazırlanmakta; münakasa pusulası ve iâne cedveli ya da iâne defteri ile birlikte merkeze gönderilerek inşaata başlamak için izin istenmektedir. Konakların inşa masrafları bazen Hazine'den karşılanmış; çoğu örnekte halktan yardım toplanarak bu konaklar inşa edilmiştir.

Hükümet konakları kârgir, yatayda gelişen, dikdörtgen kurguda, genel itibariyle orta koridor veya orta avlu etrafında şekillenen plan şemasındadır. Cephelerinde de dönemin mimari üsluplarını görmek mümkündür. Hükümet konaklarının tamiri ve inşası bağlamında ulaşılabilen isimlerin çoğu vilâyetlerde istihdam edilen mühendisler, mevcut mimar ve kalfalardır. Ayrıca merkezden gönderilen isimlerin de olduğu anlaşılmaktadır.

Makalede, Başbakanlık Osmanlı Arşivi'ndeki yazışma ve çizimler ışığında, hükümet konaklarının inşa süreci tanımlanmış; ayrıca mimari özellikleri ele alınarak bir tipoloji yapılmaya çalışılmıştır.

[*] Prof. Dr. Mimar Sinan Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, nurcihanyaz@hotmail.com

lundukları yerleşimde "devleti temsil etme" misyonuna sahip olan bu yapılar aynı zamanda gelişmişliğin, modernitenin de göstergesi olmuşlardır. Bugün bile "devlet kapısı" olarak tanımlanan bu konaklar aynı mimari dili sürdürmektedir.

Kaynakça

Ahmet İhsan, "Beyrut Daire-i Hükümeti", *Servet-i Fünun*, 17 Teşrin-i Sani 1310, Cilt: 8, Sayı: 194, s. 177.

Aktüre, Sevgi (1978), *19.Yüzyıl Sonunda Anadolu Kenti Mekansal Yapı Çözümlemesi*, ODTÜ Yayını, Ankara.

Aktüre, Sevgi (1985), "Osmanlı Devleti'nde Taşra Kentlerindeki Değişimler", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, 4, İstanbul, s. 891-904.

Akyıldız, Ali (1993), *Tanzimat Dönemi Osmanlı Merkez Teşkilâtında Reform*, Eren Yayıncılık, İstanbul.

Çadırcı, Musa, (1997), *Tanzimat Döneminde Anadolu Kentleri'nin Sosyal ve Ekonomik Yapısı*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Çelik, Zeynep (1996), *19. Yüzyılda Osmanlı Başkenti Değişen İstanbul*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Çelik, Zeynep (2012), *İmparatorluk, Mimari ve Kent: Osmanlı-Fransız Karşılaşmaları (1830-1914)*, SALT, İstanbul.

Abdulkadir, Gül, "Dersim Sancağının İdari Yapısı ve İdarecileri (1846-1918)", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 3, Sayı: 17, Eylül 2015, s. 33.

Ortaylı, İlber (2000), *Tanzimat Devrinde Osmanlı Mahalli İdareleri (1840-1880)*, Türk Tarih Kurumu, Ankara.

Şenyurt, Oya (2011), Osmanlı Mimarlık Örgütlenmesinde Değişim ve Dönüşüm, Doğu Kitabevi, İstanbul.

Şenyurt, Oya (2015), *Osmanlı Mimarisinin Temel İlkeleri*, Doğu Kitabevi, İstanbul.

Tebrîk-nâme-i Millî, Tahir Bey Matbaası, İstanbul, tarih yok, s. 107-108.

Yazıcı, Nurcan (2006), *Osmanlılar'da Mimarlık Kurumunun Evrimi ve Tanzimat Dönemi Mimarlık Ortamı*, Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yazıcı, Nurcan (2008), "Government Office Buildings in Trabzon Province From Tanzimat Era to the Republic Period/Trabzon Örneğinde Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Hükümet Konağı Binaları", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi/The Journal of International Social Research*, Vol: 1, Issue: 5, Fall , s. 943-959.

Yazıcı, Nurcan (2010), "Amasya'daki Hükümet Konağı Binaları/ Government Office Building in Amasya", *Sanat*, Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi/Journal of Fine Arts Faculty, Sayı: 18, Erzurum, s. 91-105.

Yazıcı, Nurcan (2013), "An Example of Ottoman Architecture in the Balkans: The Government Office Building in Thessaloniki", *14th International Congress of Turkish Art Proceedings*, (Ed. Frederic Hitzel), Paris, s. 869-876.

Yazıcı, Nurcan (2014), "Osmanlı Mimarlığında Bir Yönetim Binası Örneği: Canik/Samsun Hükümet Konağı", *Osmanlı Öncesi ve Dönemi Osmanlı Araştırmaları I, CIEPO 19*, İSTESOB Yayını, İstanbul, s. 313- 328.

Başbakanlık Osmanlı Arşivi (BOA.) Belgeler:

A.AMD., *801/321*, 20 Ağustos 1311.

A.MKT.MVL., *103/78*, 03 Cemaziyelevvel 1275, 9 Aralık 1858; *251/53*, 25 Cemaziyelevvel 1279, 18 Kasım 1862; *423/94*, 6 Safer 1285/29 Mayıs 1868; *479/12*, 11 Şevvâl 1292, 10 Kasım 1875.

A.MKT.MHM., *251/53*, 25 Cemaziyelevvel 1279, 18 Kasım 1862;345/40, 11 Cemaziyelahir 1282, 1 Kasım 1865; 423/94, 1285/1868.

A.MKT.MVL., *106/55*, 29 Şabân 1275, 3 Nisan 1859.

A.MKT.UM., *207/80*, 1271, 1854; *237/16*, 12 Ramazan 1272/17 Mayıs 1856.

BEO., 927/69462, 25 Şevvâl 1314, 29 Mart 1897;*2374/1777999*, 14 Şabân 1321, 5 Kasım 1903;*1241/93052*, 30 Receb 1316, 14 Aralık 1898; *2888/216563*, 20 Cemaziyelahir 1324, 11 Ağustos 1906;*2981/223551*, 03 Zilhicce 1324, 18 Ocak 1907. BEO., 927/69462, 25 Şevvâl 1314, 29 Mart 1897; 2374/177999, 15 Temmuz 1318, 28 Temmuz 1902.

C.DH., 57/2806, 13 Zi'l-hicce 1282, 29 Nisan 1866.

DH.MB.HPS., 73/46, 29 Safer 1333, 16 Ocak 1915; 25/1, 04 Ramazan 1336, 13 Haziran 1918.

DH.MKT., 1332/76, 10 Ramazan 1297, 16 Ağustos 1880; 1360/83, 16 Zi'l-ka'de 1303/16 Ağustos 1886; 1433/98, 29 Şevvâl 1304, 21 Temmuz 1887; 1543/85, 11 Muharrem 1306, 17 Eylül 1888; 1477/16, 01 Receb 1305, 15 Ocak 1888; 1480/119, 13 Cemaziyelevvel 1305, 27 Ocak 1888; DH. MKT., 1632/17, 28 Şevvâl 1306, 27 Haziran 1889; 1641/134, 25 Zilka'de 1306, 23 Temmuz 1889;2218/38, 24 Safer 1317, 4 Temmuz 1899; 1680/49, 15 Rebî'ü'l-âhir, 9 Aralık 1889; 1719/71, 28 Şa'bân 1307, 19 Nisan 1890;1834/54, 11 Şevvâl 1308, 20 Mayıs 1891; 1860/112, 14 Muharrem 1309, 20 Ağustos 1891; 1934/51, 21 Şabân 1309, 21 Mart 1892; 1980/44, 6 Muharrem 1310, 31 Temmuz 1892; 138/6, 02 Cemaziyelevvel 1311, 11 Kasım 1893; 347/39, 8 Şevvâl 1311, 14 Nisan 1894; 272/02, 16 Safer 1312, 19 Ağustos 1894; 290/35, 16 Rebi'ülâhir 1312- 17 Ekim 1894; 347/39, 11 Receb 1312, 8 Ocak 1895; 347/39, 26 Şabân 1312, 22 Şubat 1895;

2187/11, 27 Zi'l-ka'de 1316, 8 Nisan 1899; 2235/50, 10 Rebi'ülâhir 1317, 18 Ağustos 1899; 2321/90, 20 Zilka'de 1317, 22 Mart 1900; 2453/111, 4 Zilkade 1318, 23 Şubat 1901;2521/100, 26 Rebi'ülâhir 1319, 12 Ağustos 1901; 2544/109, 2 Receb 1319, 15 Ekim 1901; 2572/ 85, 21 Ramazan 1319, 1 Ocak 1902; 470/42, 26 Zilhicce 1319, 5 Nisan 1902; 492/49, 28 Zi'l-hicce 1319, 7 Nisan 1902; 670/2, 20 Zilhicce 1320, 20 Mart 1903; 711/54, 23 Safer 1321, 21 Mayıs 1903; 851/14, 29 Safer 1322, 15 Mayıs 1904; 857/87, 21

Rebi'ülevvel 1322, 5 Haziran 1904; 1196/39, 26 Receb 1325, 4 Eylül 1907; 2725/95, 09 Muharrem 1327, 31 Ocak 1909; 2793/63, 21 Rebi'ülevvel 1327, 12 Nisan 1909;

DH.TMIK.M., 137/27, 11 Şevvâl 1320.

İ.DH., 504/34304, 11 Ramazan 1279, 2 Mart 1863; 1397/53, 24 Safer 1320, 2 Haziran 1902; 1410/29, 08 Rebi'ülevvel 1321, 09 Haziran 1903.

FTG.f., No: 1723, ty.; 171, 20 Cemaziyelahir 1322, 1 Eylül 1904.

İ.DH., 1290/101507, 27 Safer 1277, 14 Eylül 1860; 944/74753, 11 Cemaziyelevvel 1302, 26 Şubat 1885; 948/75060, 7 Receb 1302, 22 Nisan 1885.

İ.MVL., 501/22661, 11 Şabân 1280; 501/22661, 11 Şabân 1280, 21 Ocak 1864; 516/23251, 15 Şevvâl 1280, 24 Mart 1864; 529/23742, 21 Safer 1281, 25 Temmuz 1864; 551/24737, 08 Zilhicce 1282, 24 Nisan 1866; *554 /24863*, 1283 Muharrem 20, 4 Haziran 1866; 576/25875, 3 Cemaziyelevvel 1284, 2 Eylül 1867.

MF.MKT., 14/34, 22 Şabân 1290, 15 Ekim 1873; 139/76, 29 Ramazan 1309, 27 Nisan 1892; 182/71, 19 Rebi'ülevvel 1311, 30 Eylül 1893; 219/5, 13 Safer 1312, 16 Ağustos 1894; 382/44, 20 Şabân 1315, 14 Ocak 1898; 940/49, 20 Cemaziyelevvel 1324, 12 Temmuz 1906; 947/5, 20 Cemaziyelahir 1324, 11 Ağustos 1906.

PPK.p., 3656, ty; 5073. ty.; 5377, ty.; 02238, 8 Cemaziyelahir 1306, 9 Şubat 1889; 3462, 12 Muharrem 1312, 16 Temmuz 1894.

ŞD., 1454/9, 2 Safer 1289, 11 Nisan 1872; 1910/60, 03 Rebi'ülâhir 1298, 5 Mart 1881; 753/38, 28 Zilhicce 1308, 4 Ağustos 1891.

TFR.I.MN, 43/4253, 10 Cemaziyelevvel 1322, 23 Mayıs 1906.

(**NOT:** Metinde kullanılan görsellerin arşivde bulunanların telif bedeli ödenmiş; özel arşivde olanların yayın izni alınmıştır.)

TANZİMAT SONRASI OSMANLI EĞİTİM YAPILARI*

*Yıldıray ÖZBEK***

Özet

19.yüzyıl Osmanlı modernleşmesi içinde eğitimle ilgili uygulamalar önemli yer tutar. Özellikle erkek çocukların sıbyan mekteplerine gitmeden bir işe çırak olarak verilemeyeceğini bildiren ferman önemlidir. Eğitimle ilgili dönem belgelerinin çoğunda, cehaletin toplumları geri bırakan en büyük kötülük olduğunun, eğitim ve buluşlar yoluyla toplumların gelişebileceğinin vurgulanması kayda değer farkındalıklardır. 1869 yılında hazırlanan bir nizamnameyle okullar kademelendirilmiş, öğrenim süreleri belirlenmiş, hangi yerleşim birimlerinde ne tür okulların kurulabileceği hükme bağlanmıştır. İbtidai (ilkokul), rüşdiye (ortaokul) ve idadi (lise) olarak kademelendirilen okullardan idadiler için Fransa'dan okul planları getirtildiği, rüşdiyeler için bakanlıktan gönderilecek plânlara göre bina yapılması istense de, günümüze ulaşan okul plânları bu bilgileri doğrular nitelikte değildir. Okullara has bir plân ve cephe tasarımının olmadığı, idadi için hazırlanan bir plânın tadilata uğramadan hükümet konaklarında da uygulanabileceği anlaşılmaktadır. Büyük ölçekli anıtsal idadi yapılarının cephe kompozisyonları dönemin zevkini yansıtır şekilde ampir üslubun egemen olduğu bir tasarım gösterir. Küçük ölçekli ibtidai ve rüşdiyelerin çoğunun yerel ustalarca yapılmış olabileceği belirtilebilir. Benzer durum ıslahhanelerden geliştirilen ve kimsesiz çocukları birer meslek sahibi yaparak yerli sanayi üretimine kalifiye eleman olarak dahil etmeyi amaçlayan sanayi mektepleri için de söz konusudur.Bu okullar için yurt dışından tekniker ve öğretmen getirilmesi yanında Kastamonu örneğinde olduğu gibi plân ithalatı da yapılmıştır. Okul inşasında II.Abdülhamid döneminde görülen artış, bir yandan bürokraside duyulan ihtiyaçla, di-

---

* Bu yazıda amacım Tanzimat sonrası Osmanlı eğitim yapılarının tümünden ziyade, özellikle Müslümanlar için inşa edilen ve haklarında çok miktarda bilgi, belge ve çalışma bulunan idadi, rüşdiye, ibtidai ve sanayi mektepleri hakkında bilgi verip, günümüze ulaşan örneklerden birkaçını tanıtıp bir değerlendirme yapabilmektir. Kayseri dışındaki örnekler, konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan aktarıldığı için bu yazıya derleme bir çalışma kimliği kazandırmıştır. Aydın İdadisi, Ürgüp Rüşdiyesi ve Kastamonu Sanayi Mektebiyle ilgili fotoğrafları, İmranlı Karacaören Köyü mektebi plânını kullanmama izin veren Nilgün Kurukaya, Ayşe Budak, Fahri Özbek ve Sultan Murat Topçu'ya teşekkür ederim.

** Prof. Dr. Akdeniz Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, ANTALYA. yozbek@akdeniz.edu.tr

Kaynakça

Acun, Hakkı (2005), *Bozok Sancağında (Yozgat ili), Türk Mimarisi*, Ankara.

Ağanoğlu, H. Yıldırım vd (2007), *Osmanlı Arşiv Belgelerinde Kosova Vilayeti*, İstanbul.

Ağanoğlu, H. Yıldırım vd (2009), *Osmanlı Belgelerinde Batı Trakya*, İstanbul.

Aksoy, Özgönül (1968), *Osmanlı Devri İstanbul Sıbyan Mektepleri Üzerine Bir İnceleme*, İstanbul.

Alkan, Mehmet Ö. (2008), Osmanlı İmparatorluğu'nda Modernleşme ve Eğitim, *Türkiye Araştırmaları Literartür Dergisi Türk Eğitim Tarihi*, 6/12, s.9-84.

Alkan, Mehmet Ö. (2009), II.Meşrutiyet'te Eğitim, İttihat ve Terakki Cemiyeti, Milliyetçilik, Militarizm veya "Militer Türk-İslam Sentezi", *II.Meşrutiyeti Yeniden Düşünmek*, (Der:F.Ergut), s.57-86.

Akyüz, Yahya (2006), *Türk Eğitim Tarihi. MÖ.1000-MS.2006*, Ankara.

Avcı, Yasemin (2017),

Osmanlı Hükümet Konakları. Tanzimat Devrinde Kent Mekanında Devletin Erki ve Temsili, İstanbul.

Bayraktar, Mehmet Sami (2016), *Samsun'da Türk Devri Mimarisi*, Samsun.

Berkes, Niyazi (2004), *Türkiye'de Çağdaşlaşma*, İstanbul.

Bulut, Mustafa (2007), Sivas'taki Geç Dönem Osmanlı Kamu Yapıları, *Osmanlı Döneminde Sivas Sempozyumu Bildirileri*, c.3, Sivas, s.21-92.

Davison, Roderic (2011), Osmanlı Türkiye'sinde Batılı Eğitim, *Tanzimat Değişim Sürecinde Osmanlı İmparatorluğu* (Ed.H.İnalcık-M.Meyitdanlıoğlu), İstanbul, s.667-681.

Demirel, Muammer (2002), Türk Eğitiminin Modernleşmesinde Rüşdiye Mektepleri, *Türkler*, c.15, s.44-60.

Deringil, Selim (2007), *İktidarın Sembolleri ve İdeoloji. II.Abdülhamid Dönemi (1876-1909),* (Çev.G.Ç.Güven), İstanbul.

Duymaz, A.Şevki (2016), Adana İdadisi, *Tarihte Adana ve Çukurova. Osmanlı Döneminde Adana ve Çukurova II,* c.3, (Ed.Y.Kurt-M.F.Sanar), Adana, s.513-530.

Ekici, Cevat (Ed.) (2006), *Osmanlı Döneminde Irak. Plân, Fotoğraf ve Belgelerle*, İstanbul.

Ergin, Osman Nuri (1977), *Türk Maarif Tarihi*, İstanbul.

Ergün, Mustafa (1996*), II.Meşrutiyet Devrinde Eğitim Hareketleri (1908-1914)*, Ankara.

Erkek, Mehmet Salih (2018), II.Meşrutiyet Döneminde Mesleki Eğitimin Üç Saçayağı: Sanayi, Ticaret ve Ziraat Mektepleri, *Turkish History Education Journal*, 7/2, s.443-465.

Fırat, Nurcan İnci (2005), Konya'daki Eski Sanayi Mektebi, *Vakıflar Dergisi*, S.29, s.345-366.

Fortna, Benjamin (2005), *Mekteb-i Hümayun. Osmanlı İmparatorluğu'nun Son Döneminde İslam, Devlet ve Eğitim*, (Çev. P.Siral), İstanbul.

İbrahimgil, Mehmet Zeki (1999), Manastır'da Osmanlı Dönemi Türk Eğitim Yapıları ve Atatürk'ün Okuduğu Askeri İdadi, *Atatürk ve Manastır Sempozyumu (12-13 Ekim 1998 Manastır-Bitola)*, Ankara, s.109-123.

İbrahimgil, M.Z.-Keleş, H. (2016), *Bulgaristan'da Osmanlı Dönemi Vakıf Eserleri Envanteri I-II,* Ankara.

İgüs, Esma (2016), II.Abdülhamid Dönemi Askeri Rüşdiyelerini Mimari Plânları Üzerinden Okumak, *Sosyal ve Liberal Bilimlerde Yeni Yönelimler*, (Ed.H.Babacan-S.T.Özer), Ankara, s.293-315.

İhsanoğlu, Ekmeleddin (2002), Osmanlı İmparatorluğu'nda Eğitim, *Osmanlı Uygarlığı*, (Ed.H.İnalcık-G.Renda), c.1, Ankara, s.345-385.

İnalcık, Halil (2008), II.Meşrutiyet. Anayasa Rejimi Geliyor, Cumhuriyet Yolu Açılıyor, *Doğu-Batı*, S.45, s.11-16.

Jasser, Lamia vd (2010), *Halep'te Adım Adım Osmanlı'nın İzinde*, Gaziantep.

Karpat, Kemal (2010), *Osmanlı Nüfusu 1830-1914*, (Çev.B.Tırnakçı), İstanbul.

Kaya-Göktaş, L-Özkurt, M (2018), 19-20.Yüzyıl Osmanlı Eğitim Yapıları: Kastamonu Merkez Mekteb-i İdadi, Mekteb-i Sanayi, Rum Mektebi, *Asos Journal The Journal of Academic Social Science*, S.73, s.37-56.

Keleş, Erdoğan (2013), II.Abdülhamid Devrinde Aydın Vilayetinde Sanat ve Meslek Okulları, *History Studies*, 5/2, s.199-241.

Koç, Bekir (2010), Osmanlı Devleti'nde Islahhane ve Sanayi Mekteplerinin Kuruluş Sürecine Dair Bazı Gözlemler, *Modern Türklük Araştırmaları Dergisi*, 7/2, s.199-217.

Kodaman, Bayram (1980), Tanzimat'tan II.Meşrutiyet'e Kadar Sanayi Mektepleri, *Türkiye'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi (1071-1920) I.Uluslararası Türkiye'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi Kongresi Tebliğleri,* (Ed.O.Okyar-H.İnalcık), Ankara, s.287-295.

Kodaman, Bayram (1991), *Abdülhamid Devri Eğitim Sistemi*, Ankara.

Kodaman, B.-Saydam, A (1992), Tanzimat Devri Eğitim Sistemi, *150.Yılında Tanzimat* (Haz.H.D.Yıldız), Ankara, s.475-496.

Köker, Osman (Haz.) (2005), *Orlanda Culumeno Koleksiyonu'ndan Kartpostallarla 100 Yıl Önce Türkiye'de Ermeniler*, İstanbul.

Kurt, Burcu (2013), Modernleşen Sanayiye Ayak Uydurmak: Osmanlı Irak'ında Kurulan Sanayi Mektepleri, *History Studies*, 5, s.151-173.

Kuyulu, İnci (2000), İzmir Mekteb-i Sultanisi (Mithat Paşa Endüstri Meslek Lisesi Binası), *Uluslararası Dördüncü Türk Kültürü Kongresi Bildirileri*, c.2, Ankara, s.71-78, 371-377.

Kuzucu, Kemalettin (2006), Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Şhircilik, Mimari ve Eğitim Anlayışındaki Değişmeler Bağlamında Sivas Kongresi Binasının Tarihçesi, *AÜ. Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*, S.37-38, s.103-125.

Maksudyan, Nazan (2012), Evli Evine Köylü Köyüne, Evi Olmayan? Osmanlı Kent Reformu ve Şehirlerde İstenmeyen Çocuklar, *Kebikeç*, S.34, s.159-183.

Mardin, Şerif (1991), *Türk Modernleşmesi Makaleler IV*, İstanbul.

Ortaylı, İlber (2006), *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*, İstanbul.

Özbek, Yıldıray (2017), Osmanlı Modernleşmesinin Kayseri Anıtları: Mektep Yapıları, *Osmanlı Dünyasında Kültürel Karşılaşmalar ve Sanatsal Yansımaları. Prof. Dr. Filiz Yenişehirlioğlu'na Armağan*, (Haz: P.Tekinalp-F.Müderrisoğlu-Ü.Araç), Ankara, s.145-158.

Özer, Mustafa (2006), *Üsküp'te Türk Mimarisi*, Ankara.

Özer, Mustafa (2009), *Kırklareli-Pınarhisar Sadullah Koloğlu İlkokulu*, İstanbul.

Özgüven, Burcu (1990), İdadi Binaları, *Tarih ve Toplum*, S.82, s.44-47.

Özgüven, Burcu (2016), Son Dönem Osmanlı İmparatorluğu'nda Meslek Öğrenimi: Sanayi Mektebi Binaları, *Geç Osmanlı Döneminde Sanat Mimarlık ve Kültür Karşılaşmaları*, (Haz:G.Çelik), İstanbul, s.45-59.

Semiz, Y.-Kuş, R. (2004), Osmanlı'da Mesleki Teknik Eğitim İstanbul Sanayi Mektebi (1869-1930), *SÜ. Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, S.15, s.275-295.

Somel, Selçuk Akşin (2000), Osmanlı Modernleşme Döneminde Kız Eğitimi, *Kebikeç*, S.10, s.223-238.

Somel, Selçuk Akşin (2010), *Osmanlı'da Eğitimin Modernleşmesi (1839-1908). İslamlaşma, Otokrasi ve Disiplin* (Çev.O.Yener), İstanbul.

Somel, Selçuk Akşin (2011), Kırım Savaşı,Islahat Fermanı ve Osmanlı Eğitim Düzeninde Dönüşümler, *Tanzimat Değişim Sürecinde Osmanlı İmparatorluğu* (Ed.H.İnalcık-M.Meyitdanlıoğlu), İstanbul, s.685-708.

Somel, Selçuk Akşin (2015), 1869 Tarihli Maarif-i Umumiye Nizamnamesi Esbab-ı Mucibe Layihası ve İdeolojik Temelleri, *Sultan Abdülmecid ve Dönemi* (Ed. K.Kahraman-İ.Baytar), İstanbul, s.136-167.

Şenyurt, Oya (2015), 19.Yüzyılda Tasarlanan İzmir Rüşdiye Mektebinin Çizim ve Mimarlık Terminolojisi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Ege Mimarlık*, S.89-90, s.60-63.

Toptaş, Rahşan (2017), Niğde İdadisi, *Turkish Studies. International Periodicalfort he Languages, Literarture and History of TurkishorTurkic*, 12/26, s.185-222.

Ünlü, Mucize (2012), II.Abdülhamit Döneminde Üsküp'te İmar Faaliyetleri, *Gamer*, 1/1, s.165-186.

Yavuz, Yıldırım (1981), *Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi ve Mimar A.Kemalettin Bey*, Ankara.

Yazar, Turgay (2015), *Tarihi ve Kültür Varlıklarıyla Suşehri*, Ankara.

Yılmaz, Ömer Faruk (2007), *Sultan İkinci Abdülhamid Han Devri Osmanlı Mektepleri*, İstanbul.

Yılmaz, Muzaffer (2015), *Aydın'da Türk Devri Kamu Yapıları*, SÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Zengin, Zeki Salih (2002), *II.Meşrutiyette Medreseler ve Din Eğitimi*, Ankara.

Zengin, Zeki Salih (2004), *Tanzimat Dönemi Osmanlı Örgün Eğitim Kurumlarında Din Eğitimi ve Öğretimi*, İstanbul.

Zygomalas, Dimitrios (2008), Municipial Preparatory School, *Ottoman Architecture in Greece* (Ed.E.Brouskari), Athens, s.248-249.

HAT SANATINDA OSMANLI İNKILÂBI

Fatih ÖZKAFA[*]

Özet

Herkesçe bilinen bir gerçektir ki; Osmanlı'yı Cihan Devleti haline getirme ve "Osmanlı Medeniyeti"ni inşâ etme yolundaki en önemli adımların atıldığı dönem, İstanbul'un Fatih'i Sultan II. Mehmed dönemi (sl. 1451-1481) olmuştur. Yeryüzünün gözbebeği İstanbul, yepyeni bir çağın başladığı 1453'ten itibaren, hat sanatının da merkezi haline gelme yolunda peyderpey ilerlemiştir. Fatih Camii'nin üç parçadan ibaret kitâbesi ise, Yahya Sofî'nin oğlu Ali Sofî tarafından yazılmıştır. Babasına kıyasla daha üstün bir istif kabiliyetine sahip olduğu anlaşılan Ali b. Yahya Sofî'nin, Topkapı Sarayı Bâb-ı Humâyûn kemeri aynasındaki müsennâ yazısı ise ("Besmele", "İnne'l-müttekîne…"; Hicr: 45-48), celî sülüsün müstakbel tekâmülünü müjdelercesine mutantan, muazzam ve muntazam bir yazıdır. İslâm yazısına Türk şîvesi kazandırılması husûsundaki en kayda değer isim olarak genellikle Hattat Şeyh Hamdullah (ö. 1520) zikredilir. Sultan II. Bâyezid'in hat hocası olan Şeyh Hamdullah, hat sanatında yeni bir dönemin temellerini atmıştır. II. Bayezid'in "yazıda yeni bir vâdi ihtirâ'ına müteveccih tahayyülâtı Şeyh'te ma'kes bulmuştur. Kendisinden önceki büyük hattatların ellerinde süzüle süzüle yolunu bulmuş olan muhakkak, reyhanî, tevkî' ve rıkaa' gibi yazı çeşitlerinden sonra, "aklâm-ı sitte" (altı çeşit yazı) cümlesinden olan diğer yazılar; yani sülüs ve nesih de Şeyh Hamdullah'ın kazandırdığı soluk ile kıvamını bulmaya başlamıştır. Bu çalışmada, Şeyh Hamdullah ile yeni bir döneme giren hat sanatında, XX. asra kadar Osmanlı zevkinin tesiriyle yapılmış olan başlıca inkılaplar, önemli merhaleler ve isimler üzerinde durulacaktır.

OTTOMAN REVOLUTION IN CALLIGRAPY ART

Abstract

The period of Sultan Mehmed II (The Conqueror of Istanbul, 1451-1481) was widely known as phase of history when major attempts were initiated to establish "Ottoman Civilization" and convert the state into an imperial power. Istanbul, the pearl of the earth, had gradually become alsın the center of calligraphy since 1453, the starting date

[*] Doç. Dr. Marmara Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Türk İslam Sanatları Tarihi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, Hattat. fatihozkafa@gmail.com

hocaları, öğrencileri veya takipçileri olan pek çok sanatkâr da minnetle anılmaya değer şahsiyetlerdir. Sami Efendi'den sonra, bizzat onun talebesi olmuş birçok önemli hattat, bu sanatı Osmanlı'dan Cumhuriyet'e nakleden köprü isimler olmuşlardır. Bunlardan bazıları hakkında müstakil kitaplar veya makaleler neşredilmiştir; tezler hazırlanmıştır. Bazıları ise henüz etraflıca incelenmemiştir. Hat sanatı üzerine çalışan araştırmacılar çoğaldıkça elbette daha kapsamlı ve doyurucu eserler ortaya çıkacaktır

Kaynakça

Âlî, Gelibolulu Mustafa (1926). Menâkıb-ı Hünerverân, İstanbul.

Alparslan, Ali (1967). "L'Art de la Calligraphie en Turquie aux XVe et XVIe Siécles", Revue des Islamiques, XXV, ss. 219-223.

Alparslan, Ali (1988). "İbn Mukle'nin İslâm Yazısına Hizmeti", Tarih Boyunca Paleografya ve Diplomatik Semineri, İstanbul.

Alparslan, Ali (1988). "XVI. Yüzyıl İslâm Dünyasında Türk Hattatlığının Yeri", Mimar Sinan Dönemi Türk Mimarlığı ve Sanatı, İstanbul, ss. 21-25.

Alparslan, Ali (1992). Ünlü Türk Hattatları, Ankara.

Alparslan, Ali (1993). "İslâm Yazı Sanatı", Doğuştan Günümüze Büyük İslam Tarihi, Cilt: 14, İstanbul: Çağ Yayınları, ss. 441-522.

Alparslan, Ali (1999). Osmanlı Hat Sanatı Tarihi, İstanbul: YKY.

Alparslan, Ali (2002), "Türk Dünyasında Hat Sanatı", Türkler, Cilt: 12, Ankara, ss. 266-273.

Ayverdi, E. Hakkı (ts.), "Fatih Devrinde Hat Sanatı", Türk Hattatları (Haz. Ş. Rado), İstanbul, ss. 16-21.

Baltacıoğlu, İ. Hakkı (1958). Türklerde Yazı Sanatı, Ankara.

Bektaşoğlu, Mustafa (2005). Hat Sanatı ve Tosyalı Hattatlar, Ankara.

Bilen, Yusuf (2018). "Mehmed Şevkî Efendi", Derin Tarih Hat Özel Sayısı (Ed. Fatih Özkafa), İstanbul (yayında).

Coomaraswamy, Ananda (1929). "Arabic and Turkish Calligraphy", Bulletin of the (Boston) Museum of Fine Arts, Vol. XXVII, ss. 50-57;

Çetin, Nihad M. (1992). "İslâm Hat Sanatının Doğuşu ve Gelişmesi (Yakut Devrinin Sonuna Kadar)" İslâm Kültür Mirasında Hat Sanatı, ss. 14-32 İstanbul: IRCICA Yayınları.

Derman, M. Uğur (1969). "Büyük Bir Hat Sanatkârımız: Sami Efendi", Hayat Tarih Mecmuası, Sayı: 5, ss. 4-10.

Derman, M. Uğur (1982). "Kadıasker M. İzzet Efendi", Kök, Cilt: 2, Sayı: 14, ss. 14-19.

Derman, M. Uğur (1992). "Hat San'atında Osmanlı Devri" İslâm Kültür Mirasında Hat Sanatı, İstanbul: IRCICA Yayınları, sa. 33-43.

Derman, M. Uğur (1997). "Hasan Üsküdârî", TDV İslâm Ansiklopedisi, Cilt: 16, İstanbul: TDV Yayınları. s. 358.

Derman, M. Uğur (1997). "Hat", TDV İslâm Ansiklopedisi, Cilt: 16, ss. 427-437, İstanbul: TDV Yayınları.

Derman, M. Uğur (1999), "Osmanlı Türklerinde Hat Sanatı", Osmanlı, Cilt: 11, Ankara.

Derman, M. Uğur (2000). "Hat San'atının Büyük İsimlerinden: Sami Efendi", Akademik Araştırmalar Dergisi (Osmanlı Özel Sayısı), Sayı: 4-5, İstanbul, ss. 473-484.

Derman, M. Uğur (2013). Ömrümün Bereketi – I, İstanbul: Kubbealtı Yayınları.

Derman, M. Uğur (2017). Türk Hat Sanatından Seçmeler, İstanbul: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

el-Kalkaşendî, Ahmed b. Ali (1910-1920). Subhu'l-A'şâ fî Sınâ'ati'l-İnşâ', Cilt: 1-15, Kahire.

Günüç, Fevzi (1991). XV-XX. Osmanlı Mimarisinde Celî Sülüs Hattının Uygulama ve Teknikleri, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Günüç, Fevzi (1995). "Anadolu Selçuklu Mimarîsinde Celî Sülüs Hattı", V. Millî Selçuklu Kültür ve Medeniyeti Semineri Bildirileri, Konya.

Habib (1306), Hat ve Hattatan, İstanbul.

Huart, Clement (ts.). "İslâm Yazı Sanatında Ekoller", Türk Hattatları (Haz. Ş. Rado), İstanbul.

Hüsrevoğlu, Ali (2018). "Mescid-i Nebevî Hattatı Abdullah Zühdî Efendi", Derin Tarih Hat Sanatı Özel Sayısı (Ed. Fatih Özkafa), İstanbul, ss. 88-91.

Hüsrevoğlu, Ali (2018). "Abdullah Zühdî Efendi", Derin Tarih Hat Özel Sayısı (Ed. Fatih Özkafa), İstanbul (yayında).

İbnü'n-Nedîm (ts.), El- el-Fihrist fî Ahbâri'l-'Ulemâi'l-Musannifîn mine'l-Kudemâ ve'l-Muhaddisîn ve Esmâ-i Kütübihim, Tahran.

İnal, İbnülemin M. Kemâl (1955). Son Hattatlar, İstanbul: Maarif Basımevi

Kumbaracılar, Sedat (1970). "Ayasofya'nın Müze Oluşu ve Kazasker'in Levhaları", Hayat Tarih Mecmuası, Sayı: 1, İstanbul, ss. 74-77.

Müstakimzâde, S. Sa'düddin (1928). Tuhfe-i Hattâtîn, (Haz. İbnülemin M. Kemal İnal), İstanbul.

Müstakimzâde, S. Sa'düddin (2011). Tuhfe-i Hattâtîn, (Haz. Mustafa Koç), İstanbul: Klasik Yayınları.

Rado, Şevket (ts.). Türk Hattatları, İstanbul.

Özdem, Nurullah (2018). "Şefik Bey", Derin Tarih Hat Özel Sayısı (Ed. Fatih Özkafa), İstanbul (yayında).

Rado, Şevket (ts.). Türk Hattatları, İstanbul.

Serin, Muhittin (1992). Hattat Şeyh Hamdullah, İstanbul: Kubbealtı Yayınları.

Serin, Muhittin (2008). Hat Sanatı ve Meşhur Hattatlar, İstanbul: Kubbealtı Yayınları.

Serin, Muhittin (2010). Hat Sanatı ve Meşhur Hattatlar, İstanbul: Kubbealtı Yayınları.

Sourdel, J. ve Thomine (1972). "Selçuklular Devrinde Halep Kûfî Yazısı", İÜEF Dergisi, Sayı: 26, İstanbul, ss. 85-102.

Suyolcuzâde, M. Necib (1942). Devhatü'l-Küttâb (nşr. Kilisli Muallim Rif'at), İstanbul.

Ünver, A. Süheyl (1953). "Hattat Mahmud Celâleddin Efendi", 50 San'at Sever Serisi 4, İstanbul.

Ünver, A. Süheyl (1953). "Hattat Mustafa Râkım Efendi", 50 Sanat Sever Serisi, İstanbul.

Yazır, M. Bedreddin (1981/1989). Medeniyet Âleminde Yazı ve İslâm Medeniyetinde Kalem Güzeli, Cilt: I-II/III, Ankara: DİB Yayınları.

Yetkin, S. Kemal (1984). İslâm Ülkelerinde Sanat, İstanbul.

Fotoğraf 1

OSMANLI MİMARİSİNİN 18. YÜZYILDAKİ DÖNÜŞÜMÜ

Soner ŞAHİN[*]

Özet

Osmanlı mimarlığı açısından 18. yüzyılı, yeniliğe açık, yeni kamusal alanların şekillendiği bir "değişim" yüzyılı olarak nitelemek yanlış olmaz. İstanbul, ülkenin hem idari hem kültürel merkezi olarak bu dönemin odak noktasıdır. Tarihte "Lale Devri" olarak adlandırılan 18. yüzyılın ilk yıllarında, III. Ahmed ve sadrazamı İbrahim Paşa, itibar kaybetmiş olan Osmanlı hanedanının otoritesini tekrar kurmak için İstanbul'un yeniden imarına ve sultanın gücünü hem yakın çevresine hem de İstanbul halkına gösterebileceği yapılar yaptırmaya öncelik vermişlerdir. Yeni saraylar, bahçeler, mesireler düzenlenmiş, kentin önemli alanlarına meydan çeşmeleri yapılmıştır. 1740 yılından sonra ise Osmanlı mekân kurgusunda müthiş bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu tarihten sonra geleneksel unsurların yavaş yavaş değişmeye; Batı mimari repertuarından alınmış elemanların, tasarım kaidelerinin, hatta planların "esin" kaynağı olarak Osmanlı mimarlığında kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bu dönem "Osmanlı Baroğu" olarak adlandırılan üslubun başlangıcını içeren dönemdir. Bu yeni yapı faaliyetlerinin şekillenmesini etkileyen en önemli unsur, ilk olarak bu çağda "yeni" olma, "daha önce yapılmamış" olma niteliklerinin öncelikle aranmış olmasıdır. Artık Osmanlı erkânı için "yenilik", elde edilmesi gerekli bir amaç olmuştur. İki dünya arasındaki Osmanlı için bu dönemde yenilik için kaynak hem "Doğu" hem "Batı"dır. Sonuç olarak bu dönem, yenileşme gereksinimini kesinlikle kabul etse de, Osmanlı bani ve sanatçılarının kendine özgü bir tasarım dilini yaratabildikleri ve İstanbul'un bugün de önemli unsurları olan kentsel mekanların şekillendirildiği bir dönemdir.

18th CENTURY HISTORICAL TRANSFORMATION OF OTTOMAN ARCHITECTURE

Abstract

The 18th century for Turkish architecture was a "receptive" age which combined with the wish for innovative experience in all manners, and can be identified as the century of "change". Istanbul, that was political and cultural center of the Ottoman Empire, was the best scene for this novelty and change. In new period of renewal; between 1718 and 1730, the Sultan, the upper class and the elites in the Ottoman Empire, seemed discovered the joy of earthly life. Elite circles were introduced to a new awareness of the

[*] Doç. Dr., Nişantaşı Üniversitesi, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, soner.sahin@nisantasi.edu.tr

daha çekici kılmak için doğu ve batı mimari elamanlarını başarıyla kendi bünyesinde bütünleştirerek kullanan, kendinden önceki dönemden farklı, özgün bir dönüşümü yaşatan örnekler olmuşlardır. Ve dönemin ortamı içinde sanatçılar, bu dönüşümü kısa bir zaman diliminde birkaç kez gerçekleştirebilmişlerdir.

Kaynakça

Aktepe, M. M., (1976). "Kâğıdhâne'ye Dâir Bâzı Bilgiler", *İsmail Hakkı Uzunçarşılı'ya Armağan*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, s.335-363.

Aktuğ (Kolay), İ., (1993). *Nevşehir Damat İbrahim Paşa Külliyesi*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Altuniş-Gürsoy, B., (2002). "Sefaretnameler", *Türkler,* 12, s.582-591.

Anadol, K., (1970). *Nevşehir'de Damat İbrahim Paşa Külliyesi*, Yapı Merkezi, İstanbul.

Arel, A., (1975). *18. Yüzyıl İstanbul Mimarisinde Batılılaşma Süreci*, İTÜ Mimarlık Fakültesi, İstanbul.

Arık, R., (2000). "Batılılaşma Dönemi Anadolu Türk Mimarisine Bir Bakış", Yeni *Türkiye,* 34, s.429-442.

Arseven, C. E., (1950). *Sanat Ansiklopedisi*, Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları, İstanbul.

Ayvansarayi, H. & Erzi, İ. (Haz.), (1987). *Camilerimiz Ansiklopedisi (Hadikatü'l Cevami),* Tercüman Gazetesi Yayınları, İstanbul.

Bakır, B, (2003). *Mimaride Rönesans ve Barok, Osmanlı Başkenti İstanbul'da Etkileri,* Nobel Yayın, Ankara.

Barışta, H. Ö., (1995). *Azapkapı Saliha Sultan Çeşmesi*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Bates, Ü. Ü., (1995). "Eighteenth Century Fountains of Istanbul", *International Congress of Turkish Art 09 (1991) C1*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, s.293-297.

Batur, A., (1986). "Batılılaşma Döneminde Osmanlı Mimarlığı", *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi,* C4, İstanbul, s.1038-1046.

Brown, P., (1956). *Indian Architecture, Islamic Period*, Taraporevala Sons.

Canca, G. E., (1999). *Bir Geçiş Dönemi Olarak İstanbul'da III. Ahmet Devri Mimarisi (1703-1730),* Doktora Tezi, MSÜ Sosyal Bilimler Enstitü, İstanbul.

Cerasi, M. M., (2000). The Urban Perspective of Ottoman Monuments from Sinan to Mehmet Tahir, *Aptullah Kuran Anı Kitabı*, İstanbul.

Cezar, M., (1995). *Sanatta Batı'ya Açılış ve Osman Hamdi*, E. E. Aksoy Kültür, Eğitim, Spor Ve Sağlık Vakfı Y, İstanbul.

Cunbur, M., (1966). "Tarihimizde Anadolu'da Kütüphane Kurma Çabaları", *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni* C15 S3, Ankara, s.130-133.

Çalış, B. D., (2004). *Ideal and Real Spaces of Ottoman Imagination: Countunity and Change in Ottoman Rituals of Poetry (Istanbul 1453-1730),* ODTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi.

Çeçen, K., (1991). *Üsküdar Suları*, İSKİ Yayınları, İstanbul.

Çolak, S., (2002). "Patrona Halil Ayaklanması'nı Hazırlayan Şartlar ve İsyanın Pây-ı Tahttaki Etkileri", *Türkler*, 12, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s.525-530.

Dallaway, J., (1797). *Constantinople Ancient And Modern, With Excursions To The Shores And İsland Of The Archipelago To The Troad,* T. Bensley, Londra.

Egemen, A., (1993). *İstanbul'un Çeşme ve Sebilleri*, Arıtan Yayınevi, İstanbul.

Eldem, S. H., (1977). *Sa'dabad*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Eldem, S. H., (1984). *Türk Evi Osmanlı Dönemi*, Cilt I., T.A.Ç. Vakfı, İstanbul.

Erdenen, O., (2003). *Lâle Devri ve Yansımaları*, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, İstanbul.

Esin, E., t. y. *Lale Devrinde Türkistan İlhamı*, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı, İstanbul.

Eyice, S., (1963). *İstanbul Minareleri*, GSA Türk Sanatı Tarihi Enstitüsü Yayınları, İstanbul.

Eyice, S., (1981). "18. Yüzyılda Türk Sanatı ve Türk Mimarisinde Avrupa Neoklasik Üslubu", *Sanat Tarihi Yıllığı* 09-10, İÜ Edebiyat Fakültesi, İstanbul, s.163-190.

Glück, H., (1968). "16.-18. Yüzyıllarda Saray Sanatı ve Sanatçılarıyla Osmanlıların Avrupa Sanatları Bakımından Önemi", *Belleten* 127, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, s.355-380.

Göknil, U. V., (1953). *Türkısche Moscheen*, Orıgo Verlag, Zurih.

Gurlitt, C., (1912). *Die Baukunst Konstantinopels*, Berlin.

Hamadeh, S., (2002). "Splash And Spectacle: The Obsession With Fountains in Eighteenth-Century Istanbul", *Muqarnas* 19, Leiden, s.123-148.

Işın, E. (1994). "Melamilik", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 05, İstanbul.

İnciciyan, P. Ğ., (1956). *18. Asırda İstanbul*, İstanbul Matbaası, İstanbul.

İpekten, H. & Özergin, M. K, (1959). "Sultan Ahmed III Devri Hâdiselerine Âid Tarih Manzûmeleri (2)", *Tarih Dergisi* 14, İÜ Edebiyat Fakültesi, İstanbul, s.125-146.

Kuban, D., (1954). *Türk Barok Mimarisi Hakkında Bir Deneme,* Yüksek Lisans Tezi , İTÜ Mimarlık Fakültesi, İstanbul.

Kuban, D., (1994). Damat İbrahim Paşa Külliyesi, *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 02, İstanbul.

Kuban, D., (2017). Türk Ahşap Konut Mimarisi, İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Kuran, A., (1977). "18th Century Ottoman Architecture", *Studies in 18th Century Islamic History,* University Of S. Illinois Press, Carbondale, Edwarsville, s.303-328.

Ögel, S., (1995). "III.Mustafa Devri Yapılarında Yeni İfade Yolları Ve Bir Değişim Başlangıcı Olarak Nuruosmaniye Camisi", *International Congress of Turkish Art 09 (1991) C3,* Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, s.1-7.

Ögel, S., (1999). "18. ve 19. Yüzyıl Osmanlı Sanatında Taş Üzerinde Cennet İmgelerinden Örnekler", *Sanat Tarihi Defterleri* 03, Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayını, İstanbul, s.73-91.

Önalp, T., (1967). "İstanbul'daki Barok Türbeler 1", *Önasya* 24, Ankara, s.11-13.

Önel, E., (1996). *18. Yüzyıl İstanbul Yapılarında Sütun Başlıkları*, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Özgüleş, M., (2013). *Gülnuş Emetullah Sultan'ın imar faaliyetleri*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Palmer, A., (1995). *Osmanlı İmparatorluğu, Son Üç Yüzyıl, Bir Çöküşün Yeni Tarihi*, Sabah Kitapları Gençlik Yayınları, İstanbul.

Raczynski, E., (1980). *1814'de İstanbul ve Çanakkale'ye seyahat,* Tercüman Gazetesi Yayınları, İstanbul.

Renda, G., (2002). "Yenileşme Döneminde Kültür Ve Sanat", *Türkler* 15, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s.265-281.

Repp, R. C., (1977). "The Altered Nature And Role Of The Ulema", *Studies in 18th Century Islamic History,* University Of S. Illinois Press, Carbondale, Edwarsville, s.277-287.

Sakaoğlu, N., (2000). *Bu Mülkün Sultanları, 36 Osmanlı Padişahı,* Oğlak Yayınları, İstanbul

Saner, T., (1999). "Lale Devri Mimarlığında Hint Esintileri: Çinihane", *Sanat Tarihi Defterleri* 03, Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayını, İstanbul, s.35-48.

Saner, T., (2005). "Mimari Dönüştürmeler", *Sanat Tarihi Defterleri* 09, Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi Yayını, İstanbul, s.79-92.

Sezer, S., (1992). *Topkapı Sarayı'nın Mimarisinde Batılılaşma Süreci*, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Şahin, S., (2014). "Üsküdar'da III. Ahmet Dönemine Ait Dört Çeşme ve Osmanlı Mimarisinde Nadir Görülen Bir Kemer Tipi Üzerine", *"1352'den Bugüne Şehir" 7. Ulusal Üsküdar Sempozyumu,* Üsküdar Belediyesi, İstanbul, ss.676-692.

Talasoğlu, A, (1994). *Istanbul'da Meydan Çeşmeleri,* Yüksek Lisans Tezi, İÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tanışık, İ. H., (1943). *İstanbul Çeşmeleri,* Maarif Vekaleti Antikite ve Müzeler Müdürlüğü Yay., İstanbul.

Tanyeli, U., (1999). "Bir Historiyografik Model Olarak Gerileme-Çöküş ve Osmanlı Mimarlığı Tarihi", *Osmanlı Mimarlığının 7 Yüzyılı Uluslarüstü Bir Miras Uluslararası Kongre,* Yapı-Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul, s.43-49.

Toderini, G., (1787). *Letteratura Turchesca*, Venedik.

Uzunçarşılı, İ. H., (1954). *Osmanlı Tarihi*, Ankara.

Walsh, R. ve Allom, T., (1836). *Constantinople and the scenery of the seven churches of Asia Minor,* Londra.

Yağcı, Z. G., (2002). "18. Yüzyılda Osmanlı Devleti'nin Doğu Karadeniz Politikası", *Türkler* 12, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s.554-563.

Yalçınkaya, M. A., (2002). "18. Yüzyıl: Islahat, Değişim ve Diplomasi Dönemi (1703-1789)", *Türkler* 12, Yeni Türkiye Yayınları, Ankara, s.479-511.

Yavaş, D., (1994). "Mahmud II Sebili", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 04, İstanbul.

Yüngül, N., (1955). *Üsküdar 3. Sultan Ahmet Çeşmesi*, Sular İdaresi Müdürlüğü Yayınları, İstanbul.

Zeybek, N. & Kara, K., (2003). *Adım Adım Osmanlı Tarihi, Duraklama: Arayış Yılları 1648-1789,* Boyut Yayın Grubu, İstanbul.

Zarcone, T., (1994). "Hindîler Tekkesi", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, 03, İstanbul.

OSMANLI MİMARLIK ÖRGÜTLENMESİNİN TAŞRADAKİ DEĞİŞİMİ VE DÖNÜŞÜMÜ

Oya ŞENYURT[*]

Özet

Osmanlı taşrasında yaklaşık üç yüz yıllık zaman dilimi içinde çeşitli biçimlerde gerçekleştirilen inşa ve mimarlık faaliyetlerinin, iş yapma usulleri ve örgütlenmeye ilişkin geniş bir perspektif ve çeşitlilik sunduğu görülür. 16. yüzyılın sonlarından 20. yüzyıl başına kadar düzenlenen belgelerde, mimarlık faaliyetlerinin örgütlenmesi ve düzenlenmesine ilişkin bilgiler, bu süreç içinde taşradaki mimarlık örgütlenmesindeki genel değişimi ve dönüşümü belirlemek açısından önemlidir. Metinde arşiv belgeleri ışığında oluşturulan konu başlıkları; taşrada ehl-i hiref taifesinin yönetimini üstlenen mimarlar ve kurdukları mimarlık örgütlenmesi, mimarların görev yapma yetkilerinin belirleyicileri olan berâtlar, "mimarlık mukataası" toplama görevi ve bu göreve ilişkin uygulamalar, Tanzimat sonrasında taşradaki mimarlık faaliyetlerinin devlet kontrolünde gerçekleşme biçimleri, yeni inşa ve mimarlık sürecinin getirdiği ihale usulleri olarak belirlenmiştir. Söz konusu başlıklar kapsamında makalede, Osmanlı taşrasında mimarlık örgütlenmesindeki değişim ve dönüşüm merkezle ilişkisi bağlamında genel hatlarıyla ele alınmıştır.

CHANGE AND TRANSFORMATION OF THE OTTOMANS ARCHITECTURAL ORGANIZATION ON PROVINCES

Abstract

It is seen that the construction and architecture activities carried out in various forms within the period of three centuries in the Ottoman provinces offer a broad perspective and diversity in terms of the methods of business and organization. Information with regard to the organization and coordination of architectural activities in the documents which were issued from the end of the 16th century to the beginning of the 20th century is important to determine the general change and transformation in the provincial architecture organization. In the text, the topics; architects who undertook the administration of ehl-i hiref (community of the talented) in the provinces and the architecture organization they estab-

[*] Prof.Dr., Kocaeli Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Mimarlık Böl., oya.senyurt@kocaeli.edu.tr

Kaynakça

Akgüç, Öztin (1987). *Müteahhit Firmaların Analizi ve Kredilendirilmesi,* Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları no:139.

Akyıldız, Ali (1993). *Tanzimat Dönemi Osmanlı Merkez Teşkilatı'nda Reform (1836-1856),* İstanbul: Eren Yay.

Cohen, Amnon (2003). *Osmanlı Kudüs'ünde Loncalar,* İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Devellioğlu, Ferit (2003). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, Ankara: Aydın Kitabevi.

Devellioğlu, Ferit (2010). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, İstanbul: Aydın Kitabevi.

Ergin, Osman Nuri (1995). *Mecelle-i Umur-ı Belediye*, İstanbul : İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı.

Eryılmaz, Bilal (1992). *Tanzimat ve Yönetimde Modernleşme,* Bilimsel Araştırma Dizisi/16, İstanbul: İşaret Yay.

Faroqhi, Suraiya (2003). *Osmanlı Dünyasında Üretmek, Pazarlamak, Yaşamak*, İstanbul: Y.K.Y.

Galitekin, Ahmet Nezih (tarihsiz). *Gölcük Tarihçe ve Kültür Mirası Eserler*, Gölcük Belediyesi Kültür Yayınları.

Genç, Mehmet (2006). "Mukâtaa", *TDV İslâm Ansiklopedisi*, C. 31, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, s. 129-132.

Genç, Mehmet-Mazak, Mehmet (2000). *İstanbul Depremleri: Fotoğraf ve Belgelerde 1894 Depremi*, İstanbul: İGDAŞ.

Hamurcu, Kürşat (2003). *Kamu İhale Kanunu, Sözleşmeleri ve Uygulaması,* Ankara: Adalet Yayınevi.

Kalyoncu, Hülya (2015). "Ehl-i Hiref-i Hassa Teşkilatı'nın Osmanlı Kültür ve Sanat Yaşamındaki Yeri ve Önemi", *The Journal of Academic Social Science Studies*, Bahar I, No: 33, s. 279-294.

McGowan, Bruce (2004). "Ayanlar Çağı 1699-1812", *Osmanlı İmparatorluğu'nun Sosyal ve Ekonomik Tarihi*, C.2, İstanbul: Eren Yay., s. 759-885.

Necipoğlu, Gülru (2005). *The Age of Sinan Architectural Culture in the Ottoman Empire*, London: Reaktion Books.

Orhonlu, Cengiz (1981). "Şehir Mimarları", *Osmanlı Araştırmaları II*, İstanbul s. 1-30.

Özvar, Erol (2003). *Osmanlı Maliyesinde Malikâne Uygulaması*, İstanbul: Kitabevi.

Pakalın, Mehmet Zeki (1972). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*, Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

Pamukciyan, Kevork (2003). *Ermeni Kaynaklarından Tarihe Katkılar-IV Biyografileriyle Ermeniler*, İstanbul: Aras Yay.

Seyitdanlıoğlu, Mehmet (1992). "Tanzimat Dönemi İmar Meclisleri", *Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi (OTAM) (3)*, Ankara, s. 323-332.

Seyitdanlıoğlu, Mehmet (2010). *Tanzimat Döneminde Modern Belediyeciliğin Doğuşu Yerel Yönetim Metinleri*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Sözen, Metin-Tanyeli, Uğur (1996). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Şenyurt, Oya (2006). *Türkiye'de Yapı Üretiminde Modernleşme ve Taahhüt Sisteminin Oluşumu*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Tarihi ve Kuramı Ana Bilim Dalı Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Şenyurt, Oya (2011). *Osmanlı Mimarlık Örgütlenmesinde Değişim ve Dönüşüm*, İstanbul: Doğu Kitabevi.

Tabakoğlu, Ahmet (1985). *Gerileme Dönemine Girerken Osmanlı* Maliyesi, İstanbul: Dergah Yay.

Tarhan, M. (1945). *Arttırma Eksiltme ve İhale Kanunu Şerh ve İzahları,* İstanbul: Universum Matbaası.

Turan, Şerafeddin (1963). "Osmanlı Teşkilatında Hassa Mimarları", *Tarih Araştırmaları Dergisi*, C. 1, S. 1, Ankara: Ankara Üniversitesi Dil, Tarih-Coğrafya Fakültesi Tarih Araştırmaları Enstitüsü.

Başbakanlık Osmanlı Arşiv (BOA.) Belgeleri:

A.DVN., Sadaret Divan Beylikçi Kalemi Belgeleri

A.{DVNSMHM.d., Bab-ı Asafi Defterleri

AE.SMHD.I., Ali Emiri I. Mahmud

AE.SAMD.III, Ali Emiri III. Ahmed

A.MKT.DV., Sadaret Mektubi Kalemi Deavi Yazışmalarına Ait Belgeler

BEO., Bab-ı Ali Evrak Odası

C.AS., Cevdet Askeriye

C.BLD., Cevdet Belediye

C.ML. Cevdet Maliye

DH.MB.HPS., Dahiliye Mebani-i Emiriye ve Hapishaneler Müdüriyeti Belgeleri

DH.MKT., Dahiliye Nezareti Mektubi Kalemi

DH.MUİ., Dahiliye Muhaberat-ı Umumiye İdaresi

HAT., Hatt-ı Hümayûn

HR.MKT., Hariciye Nezareti Mektubi Kalemi Belgeleri

İE.SM., İbnülemin Saray Mesalihi

İE.TCT., İbnülemin Tevcihat

MAD.d., Maliyeden Müdevver Defterler

MV., Meclis-i Vükela Mazbataları

ŞD., Şurayı Devlet

ANADOLU MEDRESE MİMARİSİ ÜZERİNE: XIV. YÜZYILDA DEĞİŞİM-GELİŞİM

Sultan Murat TOPÇU[*]

Özet

Türk Mimarisinin Anadolu'da ortaya koymuş olduğu mimarlık örnekleri arasında en fazla ilgi çeken yapı türlerinden birisi de medreselerdir. Gerek kendilerine has mimarileri gerekse bulundukları şehrin fiziki yapısının belirlenmesinde üstlenmiş oldukları roller bu yapıları daha da önemli kılmaktadır. XII. yüzyıldan itibaren Anadolu Türk mimarisinde görülen medreselerin, önceki süreçte edinilen deneyimler doğrultusunda, Anadolu'da anıtsal örnekleri verilmeye başlanmıştır. Bu dönemde, Türkiye Selçukluları hakim oldukları Orta Anadolu ve civarında kapalı Avlulu medrese plan şemasında örnekler verirken, Artuklu coğrafyasında açık avlulu medreseler inşa edilmeye başlanmıştır. Merkezde yer alan avlunun belirleyici olduğu bu plan şemalarında, avlu etrafını çevreleyen eyvan, revak ve öğrenci hücreleri gibi birimler planı tamamlayan unsurlar olarak değerlendirilmiştir. Zaman içerisinde plana sadık kalınmak koşuluyla, planı oluşturan birimler dönem mimarları tarafından yeniden ele alınmaya başlanmıştır. Planın içerisinde yer alan türbe, mescit, eyvan ve minare gibi öğelerin varlıkları sorgulanmaya başlanmıştır. Anadolu'nun farklı bölgelerinde ve farklı beyliklerin himayesi altında inşa edilen medreselerde ortaya konulan denemelerle ideal plana ulaşılmak hedeflenmiştir. Bu çalışmada, yukarıda bahsedilen denemelerin yoğunlaştığı XIV. yüzyıl Anadolu medreseleri üzerinde durulmuştur. Bu dönemde inşa edilen medreselerin Selçuklu medreselerinden farklı yönleri ele alınarak, sonraki dönem uygulamaları hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur.

ON ANATOLIAN MADRASA ARCHITECTURE: ALTERATION AND EVOLUTION IN THE 14th CENTURY

Abstract

One of the most conspicuous building types among the examples of Turkish Architecture in Anatolia is the madrasas. Both their unique architecture and the role they undertook in determining the physical structure of their cities make them even more im-

[*] Doç.Dr., Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, stopcu@erciyes.edu.tr

Kaynakça

Acun, Hakkı (1985). "Manisa'da İshak Çelebi Külliyesi", *Vakıflar Dergisi*, S.19, Ankara, s.127-146.

Altun, Ara (1978). *Anadolu'da Artuklu Devri Türk Mimarisinin Gelişimi*, İstanbul.

Barışta, Örçün (1994). "Eğridir Dündar Bey Medresesi ve Ajur Tekniği ile Yapılmış Taş İşçiliği Üzerine", *Vakıflar Dergisi*, S.XXIII, Ankara, s. 113-123.

Binler, Hayati, Ali Kılcı, (1995). "Sinaneddin Medresesi", *Vakıflar Dergisi*, 25, Ankara, s.165-197.

Bozkurt, Nebi (2003). "Medrese", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C.28, Ankara, s.323-327.

Çam, Nusret (1988). "Erzurum'daki Yakutiye Medresesi ile ilgili Bazı Mülahazalar", *Vakıflar Dergisi*, S.20, Ankara, s. 289-310.

Demiralp, Yekta (1999) *Erken Dönem Osmanlı Medreseleri (1300-1500)*, Ankara.

Diez, Ernst, Oktay Aslanapa, Mahmut Mesut Koman (1950). *Karaman Devri Sanatı*, İstanbul.

Dülgerler, Osman Nuri (2006). *Karamanoğulları Dönemi Mimarisi*, Ankara.

İlter, Fügen (1969). "Erken Devir Anadolu Türk Mimarisinde 12. ve 13. Yüzyıl Artukoğluları Medreselerinin Yeri", *Vakıflar Dergisi*, S.8, Ankara, s.197-208.

Kuban, Doğan (2007), *Osmanlı Mimarisi*, İstanbul.

Kuran, Aptullah (1969). *Anadolu Medreseleri*, C. I, Ankara.

Necipoğlu, Gülru (2013). *Sinan Çağı: Osmanlı İmparatorluğunda Mimari Kültür*, İstanbul.

Sözen, Metin (1970). *Anadolu Medreseleri*, I, İstanbul, 1970.

Sözen, Metin, *Anadolu'da Akkoyunlu Mimarisi,* İstanbul.

Tanman, M. Baha (1996). "Hacı Halil Paşa Medresesi", *TDV İslam Ansiklopedisi*, C.14, Anakara, s.477-479.

Uysal, A. Osman (2006). *Germiyanoğulları Beyliğinin Mimari Eserleri*, Ankara.

POSTMODERN ÇAĞDA SİYASAL İLETİŞİM

Dr. Fatma ÇAKMAK

LİTERATÜRK academia

KAYNAKÇA

Adıgüzel, A. İ. (2018). **Sosyal Medyada Siyasal İletişim,** İstanbul: Erguvan Yayınevi

Akay, R. A. (2012). **Siyasal İletişim Danışmanı,** Ankara: Nobel Yayınları

Aktaş, H. (2004). **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet,** Konya: Tablet Kitabevi

Aristoteles, (1998). Retorik, (Çev. M. H. Doğan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Arklan, Ü. (2016). **Seçmenlerin Seçim Kampanyalarından Yararlanma Amaçları: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sivas Araştırması, "7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları"** içinde, (Ed. Şükrü Balcı), Konya: Literatürk Academia

Arsan, E. ve Can, M. H. (2009). **Siyasal İletişimin Cenk Alanı, Seçimler: AKP'nin 2007 Seçim Kampanyası'nın Analizi,** *"Siyasetin İletişimi"* içinde, (Ed. Abdullah Özkan), İstanbul: Tasam Yayınları

Aşkın, A. C. (2014). **"Dezenformasyonun Küreselleşmesi ve Bir Örnek Olarak Batı Basınında NATO'nun Kosova Harekâtı",** Yüksek Lisan Tezi, İÜ, Sos. Bil. Enst., İstanbul

Ayhan, A, Çakmak, F. (2018). **"Türkiye'ye Yönelik Algı Operasyonlarının Dijital Medyaya Yansımaları",** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi , (29. Özel Sayısı) , 11-35 . DOI: 10.31123/akil.456509

Ayhan, A. (2007). **Propaganda Nedir? Propaganda ve Halkla İlişkiler Ekseninde ABD Dış Politikası,** İstanbul: Literatürk

Ayhan, A. (2015). **Halkla İlişkiler Tarihçe, Kavram ve Medya İlişkileri,** Konya: Literatürk Academia

Aziz, A. (2007). **Siyasal İletişim,** İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım

Balcı, Ş. (2003). **"Politik Kampanyalarda İmaj Yönetimi (Genç Parti Örneği)",** Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 9, s. 143- 161

Balcı, Ş. (2016). **7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları,** Konya: Literatürk Academia

Bat, M. (2012). **"Dijital Platformda Sosyal Medyanın Stratejik Kurumsal İletişime Etkisi",** Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir

Bauman, Z. (1991). **Modernity and Ambivalence,** Cornell: Cornell University Press

Bauman, Zygmunt (2000). **Siyaset Arayışı,** (Çev. Tuncay Birkan), İstanbul: Metis Yayınları

Beck, U. (2013). **Siyasallığın İcadı,** (Çev. N. Ülner), İstanbul: İletişim Yayınları

Bekafigo, M. A. ve McBride, A. (2013). **"Who Tweets About Politics? Political Participation of Twitter Users During the 2011 Gubernatorial Elections",** Social Science Computer Review, 31 (5), (pp. 625- 643)

Bell, D. (2007). **Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway,** Oxon: Routledge

Best, S. ve Kellner, D. (2016). **Postmodern Teori,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bilişli, Y. ve Çakmak, F. (2019). **"Michel Foucault'nun Biyo-İktidar Perspektifinden Türkiye'de Gazete Sağlık Haberlerinin Analizi",** Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 35, Denizli, s. 323- 339.

Binark, M. (1994). **"Acaba Türkiye'de Siyasal İletişimi Nasıl 'Yeniden Keşfedebiliriz' Üzerine Karınca Kararınca Bir Deneme",** Sayı: 1-2, s.183-186, İstanbul: İletişim Yayınları

Binark, M. ve Löker, K. (2011). **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi,** Ankara: Uzerler Matbaası

Blumler, J. G. ve Gurevitch, M. (1995). **The Crisis of Public Communication,** London: Routledge

Blumler, J. G. ve Kavanagh, D. (1999). **"The Third Age of Political Communication: Influences and Features",** Political Communication (16), Taylor & Francis, s. 211- 213

Bocock, R. (2014). **Tüketim,** Ankara: Dost Kitabevi

Bongrand, M. (1992). **Politikada Pazarlama,** (Çev. F. Ersoy), İstanbul: İletişim Yayınları

Bongrand, M. (1992). **Politikada Pazarlama,** İstanbul: İletişim Yayınları

Bostancı, N. (1998). **Siyaset, Medya ve Ötesi,** Ankara: Vadi Yayınları

Brown, J. A. C. (1992). **Siyasal Propaganda,** (Çev. Y. Yazar), İstanbul: Ağaç Yayıncılık.

Bucy, E. P. ve Gregson, K. S. (2001). **"Media Participation a Legitimizing Mechanism of Mass Democracy",** New Media & Society, 3(3), (pp. 357- 380)

Calinescu, M. (2017). **Modernliğin Beş Yüzü,** (Çev. Sabri Gürses), İstanbul: Küre Yayınları

Castells, M. (2005). **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1 Ağ Toplumunun Yükselişi,** (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Charon, J. M. (1993). **İletişim Araçlarında Devlet Müdahalesi, Medya Dünyası**, (Ed. Jean-Marie Charon)i (Çev. Oya Tatlıpınar), s. 243- 245, İstanbul: İletişim Yayınları

Chomsky, N. (1995). **Medya Denetimi,** (Çev. Ş. Süer), İstanbul: Tümzamanlar Yayıncılık

Chomsky, N. (2002). **Medya Gerçeği,** (A. Yılmaz, O. Akınhay), İstanbul: Everest Yayınları

Chomsky, N. (2013). **Medya Denetimi,** (Çev. E. Baki), İstanbul: Everest Yayınları

Çakmak, F. (2019). **"Medyada Dezenformasyon Sorunsalı ve Manipülasyonun Gücü: İdeoloji ve Söylem Açısından Seçim Haberlerinin Siyasal İletişimdeki Rolü",** Selçuk İletişim, 12 (2), 1127-1154. DOI: 10.18094/josc.596861

Çamdereli, M. (2004). **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler,** İstanbul: Salyangoz Yayınları

Çankaya, E. (2015). **Siyasal İletişim, Dünyada ve Türkiye'de,** Ankara: İmge Kitabevi

Çaplı, B., Alankuş, S. ve Timisi, N. (1999). **Türkiye'de Medya ve Seçimler,** Ankara: Konrad Adenauer Vakfı

Deleuze, G. ve Guattari, F. (2014). **Anti Ödipüs,** (Çev. F. Ege, H. Erdoğan, M. Yiğitalp), Ankara: Bilim ve Sosyalizm Yayınları

Denton, Jr., Robert, E. ve Gary, C. Woodward, (1998). **"Political Communication in America", Praeger Series in Political Communication,** Praeger, Westport, Connecticut, London

Denver, D. ve Hands, G. (2000). **"The Fall and Rise of Constituency Campaigning",** (Ed. J Bartle), **Political Communication Transformed: From Marrison to Mandelson,** Gordonsville, V. A., Palgrave Macmillan, USA, pp 71-86.

Devran, Y. (2004). **Siyasal Kampanya Yönetimi,** İstanbul: Odak İletişim

Dinçer, M. K. (1999). **Lobicilik,** İstanbul: Alfa Yayınevi

Docherty, T. (1996). **After Theory: Post-Modernism, Post-Marxizm,** Edinburgh: Routledge

Doğan, A. (2017). **Türkiye'de Siyasal İletişim ve Siyasal Davranış,** Ankara: Nobel

Doğu B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Aydemir, A. T. ve İslamoğlu, G. (2014). **"Siyasetin Yeni Hali: Vaka-i Sosyal Medya - Seçimden Seçime, Gezi Direnişi'nden Hükümet Cemaat Çatışmasına",** İstanbul: Kalkedon

Eagleton, T. (1999). **Postmodernizm Yansımaları**, (Çev. Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Ekinci, N. (2014). **"Siyasal İletişim Çalışmalarında Kapsam ve Yaklaşım Sorunsalı",** İ&D İletişim ve Diplomasi, S. 3, s. 5- 24

Erdoğan, İ. (1997). **İletişim Egemenlik ve Mücadeleye Giriş,** Ankara: İmge Kitabevi

Erkan, G. ve Ayhan, A. (2018). **"Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org.",** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (29. Özel Sayısı) , 202-223 . DOI: 10.31123/akil.458933

Featherson, M. (1995). **Undoing Culture,** London: Sage

Featherstone, M. (1996). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Featherstone, M. (2013). **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Fırat, A. F. ve Venkatesh, A. (1993). **"Postmodernity: The Age of Marketing",** International Journal of Research in Marketing, Vol.10.

Fidan, M. (2009). **İletişim Kurmak İstiyorum,** Konya: Tablet Kitabevi

Fiske, J. (1997). **Postmodernizm ve Televizyon, Medya, Kültür Siyaset,** (Çev. Süleyman İrvan), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Foucault, M. (1980). **The History of Sexuality,** New York: Vintage Books

Foucault, M. (1992). **Hapishanenin Doğuşu,** (Çev. M. A. Kılıçbay), Ankara: İmge Kitabevi

Gackowski, T. (2013). **"Political Image as the Substance of the Political Communication in the Era of Postpolitics",** Online Journal of Communication and Media Technologies, 3(4), 43- 60.

Galatas, S. E. (2004). **"Electing the First Parliament: Party Competition and Voter Participation in Scotland",** Party Politics, 10 (2), 213- 233.

Gee, J. P. (2010). *"The New Literacies, Multiple Perspectives on Research and Practice"* içinde, **A Situated Sociocultural Approach to Literacy and Technology,** (Ed: Elizabeth A. Baker), pp. 165- 193, New York: The Guilford Press

Giddens, A. (1994). **Modernliğin Sonuçları,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Giddens, A. (2000). **Elimizden Kaçıp Giden Dünya,** İstanbul: Alfa Yayınları

Giddens, A. (2000). **Sosyoloji,** Ankara: Ayraç Yayınları

Göksu, O. (2018). **Siyasal İletişim İktidar İçin Yapılır,** Konya: Literatürk Academia

Gurevitch, M. ve Blumler J. G. (2002). *"Medya Kültür, Siyaset"* içinde, **Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler,** Ankara: Alp Yayınevi

Güçdemir, Y. ve Göksu, O. (2015). **"İletişim Çalışmaları"** içinde, **Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Barack Obama'nın 2012 Başkanlık Seçim Kampanyası ile Recep Tayyip Erdoğan'ın 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyasının İncelenmesi,** (Ed. Filiz Aydoğan), s. 45- 61, İstanbul: Der'in Yayınları

Güngörmez, B. (2002). **"Kitle İletişim Araçları, Siyaset ve Propaganda",** U. Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, C. 3, S. 3, s. 1-12

Güven, S. (2016). **"Postmodern Dönemde Siyasal Alanın Yapısal Dönüşümü ve Postmodern Siyasi Liderlik",** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (25), 294-318. DOI: 10.31123/akil.438549

Habermas, J. (1993). **İdeoloji Olarak Bilim ve Teknik,** İstanbul: YKY

Habermas, J. (1994). **Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje, Postmodernizm,** (Der. N. Zeka), İstanbul: Kıyı Yayınları

Harvey, D. (1998). **Postmodernliğin Durumu**, (Çev. S. Savran), İstanbul: Metis Yayınları

Heler, A. ve Feher, F. (1993). **Postmodern Politik Durum**, (Çev. Şükrü Argın), Ankara: Öteki Yayınları

Herman, E. S. ve Chomsky, N. (1998). **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?,** İstanbul: Minerva Yayınları

Herman, E. S. ve Chomsky, N. (1999). **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?,** İstanbul: Minerva Yayınları

İnceoğlu, M. (2000). **Tutum Algı İletişim,** Ankara: İmaj Yayınevi

Jameson, F. (1988). **"History and Class Consciousness as an Unfinished Project",** Rethinking Marxism, V. 1-1, pp. 49- 72.

Jameson, F. (1994). **Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Mantığı,** (Çev. N. Plümer), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları,

Jameson, F. (2005). **Kültürel Dönemeç,** İstanbul: Dost Yayınları

Jencks, C. (1989). **What is Post-Modernism?,** London: Academy Editions

Jones, J. P. (2009). ***"The 2008 Presidential Campaign: A Communication Perspective"*** içinde, **Pop Goes the Campaign: The Repopularization of Politics in Election 2008,** (Ed. Robert E. Denton), , pp.170-190,United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishers

Kaid, L. L. ve Holtz- Bacha C. (2008). **Encyclopedia of Political Communication,** Vol. 2, Los Angeles: Sage Publications

Kalender, A. (2005). **Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna stratejileri,** Konya: Çizgi Kitabevi

Kalender, A. (2007). **Siyasal İletişim Tekniği Olarak Canvassing ve Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri,** Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5 (1), 144-155. http://dergipark.org.tr/josc/issue/19015/200728.

Kapani, M. (2009). **Politika Bilimine Giriş,** Ankara: Bilgi Yayınevi

Kellner, D. (2000). ***"Modernite Versus Potmodernite"*** içinde, **Toplumsal Teori Olarak Postmodernizim: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar**, (Der. ve Çev. Mehmet Küçük), s. 367- 404, Ankara: Vadi Yayınları

Kentel, F (1991). **"Demokrasi Kamuoyu ve İletişime Dair",** Birikim Dergisi, 30, 39- 44.

Keyman, F. (2000). **Türkiye ve Radikal Demokrasi,** İstanbul: Alfa Yayınları

Kılıçaslan, Çakmak, E. (2013). **Siyasal İletişim: İdeoloji ve Medya İlişkisi,** Ankara: Paradigma Akademi Yayınları

Kotler, P. ve Kotler, N. (1995). **"Generating Effective Candidates, Campaigns and Causes", Handbook of Political Marketing,** (der. Bruce I. Newman), Thousand Oaks California: Sage Publication,

Köker, N. E. ve Erdoğan, İ. (2007). *"Ermeni, Rum, Yahudi Lobileri Örneğinde Lobicilik Kavramlarına Giriş"* içinde **Sivil Toplum Kuruluşları ve Lobicilik**, (Ed. B. Gültekin ve L. Budak), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Köse, A. (2008). **"Küreselleşme Çağında Bir Aidiyet Zemini ve Örgütlenme Şekli Olarak Hemşehrilik"**, Akademik İncelemeler, Sayı: 1, s.221-232.

Kumar, K. (2013). **Sanayi Sonrası Toplumdan Post- Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları,** (Çev. Mehmet Küçük), Ankara: Dost Kitabevi

Larsson, A. O. ve Moe, H. (2016). **Siyasette ve Seçimlerde Twitter,** *"Twitter ve Toplum"* içinde, (Ed. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann), (Çev. E. Erbatur), s. 420- 434, İstanbul: Kafka

Lash, S. (1990). **Sociology of Postmodernism,** London ve New York: Routledge

Lilleker, D. G. (2013). **Siyasal İletişim Temel Kavramlar,** (Ed. Y. Devran, A. Nas, B. Ekşi ve Y. Göksun), (Çev. B. Ekşi, A. Nas, K. Bölükbaş, A. Altın, Y. Göksun, S. N. Mustafa, K. Mammadlı, M. Tınç ve S. Midilli), İstanbul: Kaknüs Yayınları

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2009). **New Media: A Critical Introduction,** London: Routledge

Lyotard, J. F. (1984). **The Postmodern Condition: A Report on Knowledge,** (Çev. G. Bennington ve B. Massumi), Manchester: Manchester University Press

Lyotard, J. F. (1986- 1987). **"Rules and Paradoxes or Svelte Appendix",** Cultural Critique, 5.

Lyotard, J. F. (1994). **Postmodern Durum,** (Çev. Ahmet Çiğdem), Ankara: Vadi Yayınları

Lyotard, J. F. (2014). **Postmodern Durum,** (Çev. İsmet Birkan), Ankara: Bilge Su Yayınları

Maarek, P. J. (1995). **Political Marketing and Communication,** London: John Libbey Publishing,

Manovich, L. (2001). **The Language of New Media**, Cambridge, Mass.: MIT Press

McLuhan, M. ve Povers, B. (2001). **Global Köy,** (Çev: Bahar Öcal Düzgören), İstanbul: Scala Yayıncılık

McNair, B. (2011). **An Introduction to Political Communication,** London and New York: Routledge

Megret, M. (1972). **Psikolojik Savaş**, (Çev. S. Tiryakioğlu), Ankara: Varlık Yayınları

Meriç, Fermanoğlu, Ö. (2019). **Yeni Medya Siyasal İletişim ve Dijital Demokrasi,** Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık

Meriç, Ö. (2014). **"Dijital Demokrasi: Türkiye'de Yeni Medya ve Siyasal Katılım",** Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul

Meriç, Ö. (2017). **"Çevrimiçi Siyasal İletişim Üzerine Bir Literatür Değerlendirmesi",** Selçuk İletişim, 2017, 9 (4): 25- 39

Meyer, T. (2002). **Medya Demokrasisi (Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir),** (Çev. Ahmet Fethi), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

Meyer, T. (2004). **Medya Demokrasisi Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir,** İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

Morley, D. ve Robins, K. (1997). **Kimlik Mekânları,** İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Mouffe, C. (2015). **Siyasal Üzerine,** (Çev. M. Ratip), İstanbul: İletişim Yayınları

Murphy, J. W. (1995). **Postmodern Toplumsal Analiz ve Postmodern Eleştiri,** (Çev: Hüsamettin Arslan), İstanbul: Eti Yayınları

Mutlu, E. (1994). **İletişim Sözlüğü,** Ankara: Ark Yayınları

Negroponte, N. (1995). **"Being Digital- A book (p)review",** Wired

Odabaşı, Y. (2017). **Postmodern Pazarlama,** İstanbul: MediaCat Kitapları

Oktay, M. (2002). **Politikada Halkla İlişkiler,** İstanbul: Derin Yayınları

Orallı, L. E. (2014). **Propaganda Olgusu ve Algı Yönetimi,** *"Algı Yönetimi"* içinde, (Ed. B. Karabulut), s. 227- 250, İstanbul: Alfa Yayınları

Özdağ, Ü. (2014). **Algı Yönetimi, Propaganda, Psikolojik Savaş, Örtülü Operasyon ve Enformasyon Savaşı,** Ankara: Kripto

Özkan, N. (2004). **Türkiye ve Dünyadan Örneklerle Seçim Kazandıran Kampanyalar,** İstanbul: MediaCat Kitapları

Polat, C. (2015). **Siyasal Pazarlama ve İletişim,** Ankara: Nobel Yayınları

Rigel, N. (1993). **Medya Ninnileri,** İstanbul: Sistem Yayıncılık

Robertson, R. (1999). **Küreselleşme,** (Çev: Ümit Hüsrev Yolsal), Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları

Rosenau, P. M. (2004). **Post-Modernizm ve Toplum Bilimleri,** (Çev. Tuncay Birkan), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Saf, H. H. (2016). Postmodernizmin Siyasal İletişime Yansımaları Üzerine Bir Analiz: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Sarıbay, A. Y. ve Öğün S. S. (1999). **Politikbilim,** İstanbul: Alfa Yayınları.

Sarup, M. (2017). **Post-yapısalcılık ve Postmodernizm,** (Çev. Abdülbaki Güçlü), Ankara: Pharmakon Yayınevi

Schiller, D. (1999). **Digital Capitalism: Networking The Global Market System,** Cambridge: The MIT Press

Schmitt, C. (2014). **Siyasal Kavramı,** (Çev. E. Göztepe), İstanbul: Metis Yayınları

Sillars, S. (2008). **İletişim,** Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Sim, S. (2000). **Derrida ve Tarihin Sonu,** (Çev. Kaan H. Ökten), İstanbul: Everest Yayınları

Simonson, I. ve Rosen, E. (2015). **Yeni Tüketici,** (Çev. C. Özkaya), İstanbul: Thekitap

Sitembölükbaşı, Ş. (1997). ***"Siyasal Kültür Paradigmaları Işığında Siyasal Kültürde Değişim Sorunu",*** S.D.Ü. İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, S. 2, Isparta

Smith, C. A. (1990). **Political Communication,** New York: Harcourt Brace Javanovich Publishers

Smith, P. (2007). **Kültürel Kuram,** İstanbul: Babil Yayınları

Strömback, J. ve Kiousis, S. (2013). **"Political Public Relations: Old Practice, New Theory- Building",** Public Relations Journal, 7. 4, pp. 1- 17.

Sülü, Z. (2010). **"Siyasal Halkla İlişkiler Sürecinde Hesap Verebilirlik",** Selçuk İletişim Dergisi, 6. 3, s. 216- 228

Şenoğlu, S. (2004). **Postmodern Hiçlik,** İstanbul: Ceylan Basım Yayın

Tarhan, N. (2006). **Psikolojik Savaş,** İstanbul: Timaş Yayınları

Tarhan, N. (2014). **Psikolojik Savaş,** İstanbul: Timaş Yayınları

Taşçıoğlu, R. (2009). *"Siyasetin İletişimi"* içinde, **Siyasetin Teknikleşmesi Bağlamında Türkiye'de Siyasal Reklamcılık,** (Ed. Abdullah Özkan), İstanbul: Tasam Yayınları

Temir, E. (2018). **"Siyasal İletişimde Normatif Bir Değer Olarak Siyasetnameler",** Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 13/2: 239-251

Tilly, C. (1995). **Avrupa'da Devrimler: 1492-1992**, (Çev. Ö. Arıkan), İstanbul: Afa Yayıncılık A. Ş.

Timisi, N. (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi,** Ankara: Dost Kitabevi

Toffler, A. (1992). **Yeni Güçler, Yeni Şoklar,** (Haz. N. Himmetoğlu ve H. Tekoğlu), İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi

Toker, H. (2013). **Ulusal Politikanın Uluslararasılaşması, Siyasal Seçimler, Uluslararası İletişim ve Medya,** Ankara: Orion Kitabevi

Tokgöz, O. (2008). **Siyasal İletişimi Anlamak,** Ankara: İmge

Topuz, H. (1991**). Siyasal Reklamcılık Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle,** İstanbul: Cem Yayınevi

Touraine, A. (1994). **Modernliğin Eleştirisi,** (Çev. H. Tufan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Touraine, A. (1995). **Modernligin Eleştirisi,** (Çev: Hülya Tufan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Türköne, M. (2005). **Siyaset,** Ankara: Lotus Yayınları

Uslu, Z. K. (1996). **"Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri",** Yeni Türkiye Dergisi, Ankara, S. 11, s. 790- 803

Uztuğ, F. (1999). **Siyasal Marka, Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı,** Ankara: MediaCat Yayınları

Ward, S. and Gibson, R. (2001). ***"Elections in the Age of the Internet: Lessons from the United States"*** içinde, **The Politics of the Future? UK Parties and the Internet,** pp. 38- 47, London: Hansard Society

Ward, S. and Gibson, R. (2009). "***Routledge Handbook of Internet Politics***" içinde**, European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation, and Change,** (Eds. Andrew Chadwick & Philip N. Howard), NY: Routledge

Weber, M.(1993). **Sosyoloji Yazıları,** (Çev. Taha Parla), İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları

Williams, A. P., Trammell, K. D., Postelnicu, M., Landreville, K. D. ve Martin, J. D. (2005). **"Blogging and Hyperlinking: Use of the Web to Enhance Viability During the 2004 US Campaign",** Journalism Studies, Vol. 6, N. 2, pp. 177- 186.

Wolton, D. (1990). **"Political Communication: The Construction of a Model",** European Journal of Communication 5 (1), Sage Puplications

Wolton, D. (1991). **Medya Siyasal İletişimin Zayıf Halkası,** (Çev. Hülya Tufan, Ömer Laçiner), İstanbul: Birikim Yayınları

Yalın, B. (2009). **Siyasal Değer: Siyasal Olanın İletişimi ve Değer Kabul Etiklerimiz,** Ankara: Derin Yayınları

Yavaşgel, E. (2004). **Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler,** İstanbul: Babil Yayınları

Yılmaz, E. (2004), Hukuk Sözlüğü, Ankara: Yetkin Yayınları.

İnternet Kaynakları

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veri tbn&kelimesec=206716 (Erişim Tarihi: 08.06.2019).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5d9241f94a6a42.57175619 (Erişim Tarihi: 08.06.2019).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&kelime=muhafazakâr&uid=36632&guid=TDK.GTS.58de0a3d1d0b90.60027385 (Erişim Tarihi: 08.06.2019).

https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-turkish/puritanical?q=puritan (Erişim Tarihi: 12.08.2019).

https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce-türkçe/therapeutic (Erişim Tarihi: 08.06.2019).

https://socialimpact.youtube.com/intl/tr/why-youtube/ (Erişim Tarihi: 22.07.2019).

https://www.brandingturkiye.com/facebook-nedir-neden-onemlidir-facebookun-ozellikleri-nelerdir/ (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

https://www.whatsapp.com/about/ (Erişim Tarihi: 26.07.2019).

EGE'NİN İKİ YAKASI

Türk Basınında Türk-Yunan İlişkileri

Alaaddin F. Paksoy

LİTERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

Alankuş, Sevda (2016). Barış Gazeteciliği El Kitabı. IPS İletişim Vakfı Yayınları: İstanbul.

Anadolu Ajansı (2017). "Yunanistan'a Cumhuriyet tarihinde ikinci en üst düzey ziyaret". Erişim tarihi: 13.12.2018,

https://www.aa.com.tr/tr/dunya/yunanistana-cumhuriyet-tarihinde-ikinci-en-ust-duzey-ziyaret/994231

Arsan, Esra (2003). "Çatışma ve Savaş Dönemlerinde Gazetecilik". Habercinin El Kitabı içinde. Derleyen: Sevda Alankuş. 119-132. IPS İletişim Vakfı Yayınları: İstanbul.

Atatürk Ansiklopedisi (1981). Türkiye Cumhuriyeti Siyasi Tarihi, 1. Cilt, Yayına hazırlayan: Kemal Zeki Gençosman, May Yayınları: İstanbul.

Atina Büyükelçiliği (2018). "Türkiye ve Yunanistan Arasında Karşılıklı Cumhurbaşkanı ve Başbakan Ziyaretleri". Erişim tarihi: 28.11.2018, http://atina.be.mfa.gov.tr/Mission/ShowInfoNote/142030

Aydın-Düzgit, Senem (2011). "Avrupa Birliği-Türkiye İlişkilerine Postyapısalcı Yaklaşım: Almanya Örneğinde Dış Politika ve Söylem Analizi". *Uluslararası İlişkiler* 8 (29): 49-70.

Bardakçı, Murat (2004). "Karamanlılar boşuna sevinmesinler, Konstantin Karamanlis, Serezlidir". *Hürriyet Gazetesi*. Erişim tarihi: 02.11.2018, http://www.hurriyet.com.tr/karamanlilar-bosuna-sevinmesinler-konstantin-karamanlis-serezlidir-209368

Başkan, Yahya (2017). "Orhan Bey'in Bizans İmparatoru Kantakuzeneos'un Kızı Theodora ile Evliliği". *Tarih Dergisi*, 66, 47-61.

Bayar, Murat & Andreas Kotelis (2014). "Democratic Peace or Hegemonic Stability? The Imia/Kardak Case". *Turkish Studies*, *15*(2), 242-257.

Bayramoğlu, Nisa (2006). Türk-Yunan Yakınlaşmasında Yunan Medyasının Rolü? 1999-2006. Ebabil Yayınları: Ankara.

Clark, Bruce (2006). Twice A Stranger: How mass expulsion forged modern Greece and Turkey. Granta Books: London.

Çetinkuş, Hayri & Keleş, Necati (2018). Muhabir: Habercinin El Kitabı. Anadolu Ajansı Yayınları: Ankara.

Deniz Müzesi (2018). "Navarin Olayı-20 Ekim 1827". Erişim tarihi: 22.12.2018, https://denizmuzesi.dzkk.tsk.tr/dmk/upload/files/201611/58343f6481afa-1479819108.pdf

Deutsche Welle (2018). "Yeniden birleşme olmuyor". *Deutsche Welle Haber Sitesi*. Erişim tarihi: 25.09.2018, https://www.dw.com/tr/yeniden-birleşme-olmuyor/a-2526696

Dışişleri Bakanlığı (2018). "Kıbrıs Meselesinin Tarihçesi, BM Müzakerelerinin Başlangıcı". Erişim tarihi: 12.12.2018, http://www.mfa.gov.tr/kibris-meselesinin-tarihcesi_-bm-muzakerelerinin-baslangici.tr.mfa

Erdem, Nilüfer (2016). "Kıbrıs Cumhuriyeti'nin İlanında Yunan Basını". Sykes-Picot'nun Yüzüncü Yılında Türkiye ve Ortadoğu Uluslararası Sempozyumu 12-13 Mayıs 2016, İstanbul. Sayfa: 269-280.

Erdem, Nilüfer (2018). Mizah Penceresinden Yunanistan'da Halk, Savaş ve Siyaset. Ötüken: İstanbul.

Ersoy, Metin (2014). "Türk Basınındaki Savaş-Barış Gazeteciliği: Düşürülen Jet Uçakları". International Conference on Communication, Media, Technology and Design. 24-26 April 2014, İstanbul. Erişim tarihi: 4 Kasım 2018, http://hdl.handle.net/11129/1298

Evin, Ahmet O. (2004). "2 Changing Greek Perspectives on Turkey: An Assessment of the post-Earthquake Rapprochement". *Turkish Studies*, 5(1), 4-20.

Galtung, Johan (2002). "Peace Journalism–A Challenge." Journalism and the New World Order 2: 259–272. Derleyenler: Wilhelm Kempf ve Heikki Luostarinen. Nordicom: Göteborg.

Gökalp, Emre & Nikos Panagiotou (2006). ""Greece vs. Turkey!" Nationalist Discourses in the (Sports) Press". Paper Presented at the International Conference on "Nationalism in the Troubled Triangle: Cyprus, Greece and Turkey", University of Cyprus, Nicosia, November 10-11, 2006.

Gürel, Şükrü Sina (2018). Tarihsel Boyutları İçinde Türk-Yunan İlişkileri 1821-1923. İmge Kitabevi: Ankara.

Hackett, Robert A. (2006). "Is peace journalism possible? Three frameworks for assessing structure and agency in news media". *Conflict & Communication*, 5(2), 1-13.

Hanitzsch, Thomas (2004a). "Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communication theory". *Journalism Studies*, 5 (4): 483-95.

Hanitzsch, Thomas (2004b). "The peace journalism problem: Failure of news people – or failure on analysis?", Derleyenler: T. Hanitzsch et al., Public communication and conflict resolution in an Asian setting kitabı içinde, Friedrich Ebert Stiftung: Jakarta, 185-209.

Heraclides, Alexis (2003). Yunanistan ve "Doğu'dan Gelen Tehlike" Türkiye: Türk-Yunan İlişkilerinde Çıkmazlar ve Çözüm Yolları. İletişim Yayınları: İstanbul.

Ilıcak, Hüseyin Şükrü (2011). A Radical Rethinking of Empire: Ottoman State and Society during the Greek War of Independence (1821-1826). Yayımlanmamış Doktora Tezi. Harvard University: Cambridge, Massachusetts.

İnalcık, Halil (2007) "ORHAN", TDV İslâm Ansiklopedisi, Sayfa: 375-386.

Keridis, Dimitris (2009). Historical Dictionary of Modern Greece. No. 71. Scarecrow Press: Lanham, Maryland.

Kıbrıs Türk Kültür Derneği (1986). Yunanistan ve Terör. Kıbrıs Türk Kültür Derneği Genel Merkezi – Ankara. Ulus Ofset: Lefkoşe.

Kitsikis, Dimitri (1996). Türk-Yunan İmparatorluğu. Çeviren: Volkan Aytar. İstanbul: İletişim.

Koukoudakis, George (2015). "Explaining the Endurance of Greek-Turkish Rapprochement Process". *Uluslararası İlişkiler / International Relations*, 11(44), pp. 81-100.

Lazarou, Elena (2009). "Mass Media and the Europeanization of Greek-Turkish Relations: Discourse Transformation in the Greek Press 1997-2003". GreeSE Paper No: 23. Hellenic Observatory Papers on Greece and Southeast Europe. LSE The London School of Economics and Political Science.

Lewis, Bernard (2002). The Emergence of Modern Turkey. 3rd ed. New York, NY: Oxford University Press.

Mavrogenis, Stavros & Kelman, Ilan (2013). "Perceptions of Greece-Turkey Disaster Diplomacy: Europeanization and the Underdog Culture". *Balkanistica*, vol. 26, pp. 73-104: https://ssrn.com/abstract=2434693

Mazower, Mark (2004). Salonica, City of Ghosts: Christians, Muslims and Jews 1430-1950. Harper Perennial: London.

McGoldrick, Annabel & Jake Lynch (2000). Peace Journalism. Erişim tarihi: 04.11.2018,
https://www.transcend.org/tri/downloads/McGoldrick_Lynch_Peace-Journalism.pdf

Millas, Hercules (1991). "History textbooks in Greece and Turkey". In *History Workshop* (pp. 21-33). Oxford University Press: Oxford.

Millas, Hercules (2016). Nations and Identities: The Case of Greeks and Turks. Istanbul Bilgi University Press: Istanbul.

NTV (2018). "Yunanistan'a giden Türk turist sayısı geriledi". Erişim tarihi: 27.12.2018, https://www.ntv.com.tr/seyahat/yunanistana-giden-turk-turist-sayisi-geriledi,eJOgHjzMsEiUcSZIVmBKkA?_ref=infinite

Orhon, Nezih & Dimitra Dimitrakopoulou (2009). "Greek Media's Coverage of Turkey's Accession to the EU and Turkish Media's Striking Back". Editör: Arslan, S. et al. Media, Culture and Identity in Europe. pp: 216-238. Bahçeşehir University Press: Istanbul.

Ortaylı, İlber (2008). Tarihimiz ve Biz. Timaş: İstanbul.

Ozgunes, Neslihan & Georgios Terzis (2000). Constraints and remedies for journalists reporting national conflict: The case of Greece and Turkey. *Journalism Studies*, 1(3), 405-426.

Özer, Ömer (1999). "Haber Söylemi: Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Haberlerin Türk Basınında Sunumu". *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 121-154.

Özer, Ömer (2018). Gökyüzüne Çığlık: Öncülerden Eleştirel Söylem Yaklaşımları ve Özgün Çözümlemeler. Literatürk: Konya.

Reisigl, Martin & Ruth Wodak (2009). "The Discourse-Historical Approach (DHA)". In Methods for Critical Discourse Analysis, edited by Ruth Wodak and Michael Meyer, 87-121. 2nd edition. London: Sage.

Rumelili, Bahar (2005). "The European Union and cultural change in Greek-Turkish relations". *Working Paper Series in The European Union and Border Conflicts*, *17*, 1-31.

Sezer, Hamiyet (1995). "Tepedelenli Ali Paşa'nın Oğulları". Ankara Üniversitesi, DTCF Tarih Araştırmaları Dergisi, 28, 155-164.

Sonyel, Salahi R. (2011). İngiliz Gizli Belgelerinde Türk-Yunan İlişkileri. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Sunar, Burcu (2009). "Türk Dış Politikasında Bir Karar Alma Organı Olarak Medyanın Rolü: Kardak Krizi Örneği". SOBİAD II. Ulusal Yönetim ve Ekonomi Bilimleri Konferansı, İzmir, Eylül 2009, 239-249.

Şen, A. Fulya (2013). "Medyanın Savaş Söylemleri: Barış Gazeteciliği Perspektifinden Anaakım ve Alternatif Haber Medyasında Suriye Sorunu". *Selçuk İletişim*, 8(1): 164-175.

Tehranian, Majid (2002). "Peace Journalism: Negotiating global media ethics". *Harvard Journal of Press/Politics*, 7(2): 58-83.

Tekin, Beyza Ç. (2010). Representations and Othering in Discourse: The Construction of Turkey in the EU Context. Amsterdam: John Benjamins.

Tılıç, L. Doğan (1998). Utanıyorum Ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan'-da Gazetecilik. İletişim Yayınları: İstanbul.

Tılıç, Doğan L. (2000). "Spesifik bir ötekileşme örneği: Türk Medyası ve Yunanistan". *Karizma Dergisi*, Temmuz – Eylül 2000. Sayfa: 65-70.

Volkan, Vamık D. & Norman Itzkowitz (2002). Türkler ve Yunanlılar: Çatışan Komşular. Bağlam Yayıncılık: İstanbul.

Yeniden Millî Mücadele Dergisi (1974). "Türk-Yunan Şiiri" (Bülent Ecevit). Sayı: 5, Cilt 230. Yayın tarihi: 02.07.1974. Erişim tarihi: 28.11.2018, http://katalog.idp.org.tr/yazilar/123441/yunanli-ve-turkun-kardesi-degil

HABER METİNLERİ KAYNAKÇASI

Annan Planı Referandumu (24 Nisan 2004)

Cumhuriyet, 24.04.2004, "Rum kesiminde hava gergin"

Cumhuriyet, 25.04.2004, "Atina hiç zaman kaybetmedi"

Cumhuriyet, 27.04.2004, "AB'nin geleceği gençler".

Hürriyet, 22.04.2004, "Hayır da çıksa Atina'ya geliyorum"

Hürriyet, 24.04.2004, "Rum kesiminde korku ve nefret"

Hürriyet, 25.04.2004, "Evet"

Hürriyet, 27.04.2004, "Ambargoyu kaldırın"

Milliyet, 23.04.2004, "Sen neymişsin be Theo!"

Milliyet, 25.04.2004, "Hem 'hayır' dediler hem korkuyorlar"

Milliyet, 25.04.2004, "Çocukların duvarı yıkışını alkışladılar"

Milliyet, 26.04.2004, "Rum krizi kapıda"

Sabah, 26.04.2004, "Belarus gibi!"

Türkiye, 21.04.2004, "Erdoğan: Kıbrıs barış adası olsun"

Türkiye, 26.04.2004, "AB'nin kaktüsü Güney Kıbrıs"

Türkiye'nin AB ile üyelik müzakerelerine başlaması (3 Ekim 2005)

Cumhuriyet, 30.09.2005, "Lozan'ı delme girişimi"

Cumhuriyet, 30.09.2005, "Söz tutma sırası şimdi AB'de"

Cumhuriyet, 03.10.2005, "Atina: Biz istediğimizi aldık"

Cumhuriyet, 04.10.2005, "Ucu açık'ın arkası referandum"

Cumhuriyet, 05.10.2005, "Kıbrıs'ı tanıyın deniyor"

Hürriyet, 05.10.2005, "Dünyada manşet"

Milliyet, 04.10.2005, "Avrupa yolunda imzası olanlar"

Milliyet, 06.10.2005, "Yunanistan da Avusturya'ya kızdı"

Sabah, 06.10.2005, "Karamanlis bu kez geliyor"

Türkiye, 04.10.2005, "Türk-Yunan ortak bankası kuruluyor"

Yunanistan Başbakanı Kostas Karamanlis'in Türkiye ziyareti (23-25 Ocak 2008)

Cumhuriyet, 23.01.2008, "Karamanlis'e uyarı"

Cumhuriyet, 24.01.2008, "Yunanistan durduğu yerde"

Cumhuriyet, 26.01.2008, "İlk fırsatta medyaya çattı"

Hürriyet, 22.01.2008, "Anıtkabir'e resmi Patrikhane'ye 'özel' ziyaret"

Hürriyet, 25.01.2008, "Öncelik ruhban okulu"

Hürriyet, 26.01.2008, "Medya tahrik etmesin"

Hürriyet, 26.01.2008, "Expo barışı"

Milliyet, 21.01.2008, "Karamanlis'in TBMM sıkıntısı"

Milliyet, 23.01.2008, "Karamanlis Ankara'da"

Milliyet, 24.01.2008, "Karamanlis eski talepleri sıraladı"

Milliyet, 25.01.2008, "Bilkent'e kürsü koşulu"

Sabah, 20.01.2008, "Ege'deki balık krizini çipura sofrası çözecek"

Sabah, 21.01.2008, "25. Meridyen sürprizi"

Sabah, 22.01.2008, "Yarım asırda 'soğuduk'"

Sabah, 23.01.2008, "Kendisinden önce dostluk mesajı geldi"

Sabah, 25.01.2008, "AB desteğimizin gizli gündemi yok"

Sabah, 26.01.2008, "Barışçıl liderlere patrik duası"

Türkiye, 21.01.2008, "Karamanlis'ten tarihi ziyaret"

Türkiye, 23.01.2008, "Türkiye'ye dost eli uzatıyorum"

Türkiye, 24.01.2008, "Liderlerden barış sözü"

Türkiye, 24.01.2008, "Amcası 49 yıl önce gelmişti"

Türkiye, 25.01.2008, "Türkiye'nin üyeliği Avrupa'nın çıkarına"

Türkiye, 26.01.2008, "Geleceğe barış bırakalım"

Türkiye, 27.01.2008, "Komşudan iş birliği mesajı"

Yunanistan Başbakanı Yorgo Papandreu'nun Türkiye ziyareti (06 Ocak 2011)

Cumhuriyet, 08.01.2011, "Erzurum'da spor şöleni"

Cumhuriyet, 08.01.2011, "Erzurum 'da buz gibi sözler"

Cumhuriyet, 09.01.2011, "Yunan başbakanına gider ayak sitem"

Cumhuriyet, 09.01.2011, "Komşuya spor desteği"

Cumhuriyet, 09.01.2011, "Başbakan aciz kaldı"

Hürriyet, 08.01.2011, "Çit yorumu"

Hürriyet, 08.01.2011, "Papandreu'nun ziyaretine 8 sorti"

Hürriyet, 09.01.2011, "O konuşurken helikopterinden 5 ihlal"

Hürriyet, 09.01.2011, "Başbakan cesaretle cevap verdi"

Milliyet, 09.01.2011, "Bahçeli: esnaf yalnız kaldı"

Sabah, 08.01.2011, "Ege güneşi karı eritti"

Sabah, 09.01.2011, "Erdoğan'a güveniyorum"

Sabah, 09.01.2011, "Bahçeli, komşu'ya karşı Erdoğan'la aynı çizgide buluştu"

Türkiye, 09.01.2011, "Bizdensin komşu"

Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun Yunanistan ziyareti (5-6 Aralık 2014)

Cumhuriyet, 06.12.2014, "Atina da yüksek gerilim"

Cumhuriyet, 07.12.2014, "Atina ile tarihi eser dayanışması"

Hürriyet, 06.12.2014, "Askeri kaynaklar haberine kızdı"

Hürriyet, 07.12.2014, "Türk-Yunan gerilimi beklemeyin"

Milliyet, 07.12.2014, "Atatürk-Venizelos ortak ruhu devrede"

Milliyet, 08.12.2014, "Bingöl'e mahalle baskısı yapılıyor"

Sabah, 06.12.2014, "Demokraside kaynağı meçhul haber olmaz"

Türkiye, 07.12.2014, "Komşuyla bahar havası"

FETÖ'cü askerlerin Yunanistan'a kaçışı (15 Temmuz 2016)

Cumhuriyet, 17.07.2016, "Sığınma talebi"

Cumhuriyet, 18.07.2016, "Firariler yargı önünde"

Hürriyet, 17.07.2016, “Cuntanın sonu”
Hürriyet, 18.07.2016, “Güney Amerika'ya gitmek istediler”
Milliyet, 17.07.2016, “Kara Şahin’le komşuya kaçtılar”
Milliyet, 18.07.2016, “Yunanistan'a kaçan askerler: Öldürüleceğimizi sandık”
Türkiye, 17.07.2016, “O teröristi iade edin”
Türkiye, 18.07.2016, “Yuh olsun size”
Türkiye, 18.07.2016, “Bir tokat da 'komşu'dan”

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Yunanistan ziyareti (7-8 Aralık 2017)

Cumhuriyet, 08.12.2017, “Lozan krizi”
Cumhuriyet, 09.12.2017, “Bir 65 yıl daha bekleriz”
Hürriyet, 07.12.2017, “Bunun sonu hüsran ve felakettir”
Hürriyet, 08.12.2017, “Lozan polemiği”
Hürriyet, 08.12.2017, “Ey Trump ne yapmak istiyorsun”
Milliyet, 07.12.2017, “Bizde darbeciler hoş karşılanmaz”
Milliyet, 07.12.2017, “Reddediyoruz ve kınıyoruz”
Milliyet, 08.12.2017, “Lozan çıkışı”
Sabah, 05.12.2017, “Para ve sermaye transferlerine sınırlama yok”
Sabah, 06.12.2017, “Erdoğan'ı 3 bin polis koruyacak”
Sabah, 07.12.2017, “Yunanistan'da darbeciler hoş karşılanmaz”
Sabah, 07.12.2017, “Kudüs bizim göz bebeğimiz”
Sabah, 08.12.2017, “Erdoğan'dan insanlık ve tarih dersi”

SİYASİ TARİHTEN BİR KESİT

II. DÜNYA SAVAŞI YILLARINDA KARAGÖZ GAZETESİ VE PROPAGANDA

Melih DUMAN

LİTERATÜRK
academia

KAYNAKÇA

I. Arşiv Kaynakları

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı, Cumhuriyet Arşivi (CA)

II. Kaynak Eser ve İncelemeler

15 Temmuz Darbe Girişimi ve Batı Medyası, Ed., İsmail Numan Telci, İbrahim Efe, Tuncay Kardaş, İsmail Çağlar, SETA Yayınları, 1. Baskı, 2017.

Bodur, Harun. Kronolojik 20. Yüzyıl Siyasi Tarihi, Çağlar Yayınları, Ankara, 2005.

Çapanoğlu, Münir S. Basın Tarihimizde Mizah Dergileri, Garanti Matbaası, İstanbul, 1970.

Çavdar, Tevfik. İz Bırakan Gazeteler ve Gazeteciler Bâbıali'den Geriye Ne Kaldı?, İmge Kitabevi, 2007.

Çavuş, Selahattin, Mustafa İşliyen, Yeni Türk Harflerine Geçiş Sürecinde Aksaray Vilayet Gazetesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 45, Güz 2017. (s. 206-224)

Çemrek, Murat. "İkinci Dünya Savaşı ve Türkiye", Türk Dış Politikası 1919-2012, Ed., Haydar Çakmak, 2. Baskı, Barış Platin Kitap, Ankara, 2012. (s. 268-274)

Çeviker, Turgut. Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü – III Kurtuluş Savaşı Dönemi (1918-1923), Adam Yayınları, 1991.

Deringil, Selim. Denge Oyunu İkinci Dünya Savaşı'nda Türkiye'nin Dış Politikası, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 1994.

Dünya Savaşları Ansiklopedisi, 4. Cilt İkinci Dünya Savaşı, Görsel Yayınları, 2. Baskı, 1983.

Esmer, Ahmet Şükrü Oral Sander, "İkinci Dünya Savaşında Türk Dış Politikası", Olaylarla Türk Dış Politikası (1919-1995), 9. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1996. (s. 137-185)

Fromkin, David. Barışa Son Veren Barış Modern Ortadoğu Nasıl Yaratıldı? 1914-1922, çev., Mehmet Harmancı, 4. Baskı, Epsilon, Ekim 2004.

Goloğlu, Mahmut. Türkiye Cumhuriyeti Tarihi – I Devrimler ve Tepkileri, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Mayıs 2007.

Gürün, Kâmuran. Savaşan Dünya ve Türkiye: 3 Savaş 1939-1945, Tekin Yayınevi, İstanbul, 2000.

Güvenir, O. Murat. 2. Dünya Savaşında Türk Basını Siyasal İktidarın Basını Denetlemesi ve Yönlendirmesi, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1991.

Hale, William. Türk Dış Politikası 1774-2000 , Çev., Petek Demir, İstanbul, 2003.

Hobsbawm, Eric. Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 Aşırılıklar Çağı, Çev., Yavuz Aldoğan, Sarmal Yayınevi, Ekim 1996, s. 51.

İnuğur, Nuri. Türk Basın Tarihi (1919-1989), Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1992.

İskit, Server. Türkiye'de Matbuat İdareleri ve Politikaları, Başvekalet Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Yayınları, 1943.

Jacobsen, Hans - Adolf. 1939-1945 Kronoloji ve Belgelerle İkinci Dünya Savaşı, Çev., İbrahim Ulus, Gnkur. Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı Yayınları, Ankara, 1989.

Karabekir, Kazım. Ankara'da Savaş Rüzgarları II. Dünya Savaşı –CHP Grup Tartışmaları-, yy. hzrl., Faruk Özerengin, Emre Yayınları.

Kelkitli, Fatma Aslı. "İki Savaş Arası Dönemde İtalya'ya Karşı Balkanlar'da Bir Dengeleme Politikası Denemesi: Balkan Antantı", Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt 72, No. 2, 2017. (s. 423-443)

Kılıç, Sibel. "Contrıbutıon of Karagoz Humour Magazıne (1908 – 1955) to Socıocultural Transformatıons of The Turkısh Socıety Whıch Derıves Its Sources From The Karagoz Humour Practıces And Its Importance Through The Perspectıve Of The Turkısh Cultural Hıstory", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 4, Sayı 16 (Kış), 2011. (s. 238-247)

Kılıçer, Gözde Sevil Karagöz (1930-1938) Siyasi, Mizahi Bir Halk Gazetesi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2005, Yüksek Lisans Tezi.

Koç, İ. Ceyhan. Tek Parti Döneminde Basın İktidar İlişkileri (1929-1938), Siyasal Kitabevi, Ankara, 2006.

Koçak, Cemil. Türkiye'de Milli Şef Dönemi (1938-1945), 5. Baskı, Cilt 2, İstanbul, İletişim Yayınları, 2010.

Koloğlu, Orhan. 1908 Basın Patlaması, BAS-HAŞ, İstanbul, 2005.

Koloğlu, Orhan. Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi, Pozitif Yayınları, 2006.

Koloğlu, Orhan. Türkiye Karikatür Tarihi, Bileşim Yayınevi, 2005.

Korkmazcan, Nezihe Selcen. İkinci Dünya Savaşı'nda Türk Diplomasisi, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara, 2018.

Kutay, Cemal. Osmanlı'da Mizah (1868-….) kişiler, olaylar, belgeler, çizgiler, dergiler, ABM Yayınevi, 2013.

Langlois, Georges, Jean Boismenu, Luc Lefebvre, Patricie Regimbald, 20. Yüzyıl Tarihi, Nehir Yayınları, İstanbul, 2000.

Oral, Fuat Süreyya Cumhuriyet Basın Tarihi 1923-1973, Ankara.

Oral, Fuat Süreyya. Türk Basın Tarihi 1728-1922 Birinci Kitap Osmanlı İmparatorluğu Dönemi.

Oran, Baskın. "Dönemi Bilançosu 1939-1945", Türk Dış Politikası, Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar, ed., Baskın Oran, Cilt I, 10. Baskı,İstanbul, İletişim Yayınlar, 2004. (s. 387-398)

Önder, Zehra. II. Dünya Savaşı'nda Türk Dış Politikası, Çev., Leyla Uslu, Bilgi Yayınevi, Nisan 2010.

Öngören, Ferit. "50 Yılın Türk Mizahı", 50 Yılın Türk ve Mizah Karikatürü, Semih Balçıoğlu, Ferit Öngören, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1973.

Özçetin, Burak. Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2018.

Özer, İsmail. "İsmet İnönü Dönemi Türk Dış Politikası (1939-1950)", Türk Dış Politikası (1830-1989), Ed., Serkan Kekevi, Yunus Emre Tekinsoy, İsmet Türkmen, Berikan Yayınevi, Ankara, 2017. (s. 469-518)

Robert M. Entman. 'Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm', Journal of Communication, Autumn 43, 4, 1993, (s. 51-58)

Roberts, J. M. Yirminci Yüzyıl Tarihi, Çev., Sinem Gül, Dost Kitabevi, Ankara, 2003.

Sander, Oral. Siyasi Tarih 1918-1994, 5. Baskı, İmge Kitabevi, 1996.

Sertel, Sabiha. II. Dünya Savaşı Tarihi, Cumhuriyet Kitapları, 1999.

Seydi, Süleyman. 1939-1945 Zor Yıllar 2.Dünya Savaşı'nda Türkiye'de İngiliz-Alman Propaganda ve İstihbarat Savaşı, Asil Yayın Dağıtım, 2006.

Schiller, Herbert. Zihin Yönlendirenler, çev., Cevdet Cerit, Pınar Yayınları, Ekim 1993.

Şimşek İşliyen, Fadime. "Fotoğraf ve İdeolojik Çerçeveleme: '1 Mayıs' Haberlerinin Fotoğraflarına Yönelik Bir Odak Grup Çalışması" Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 2, Sayı: 5, Eylül 2014 (s. 592-608).

Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler (1849-1984), Gelişim Yayınları, İstanbul, 1984.

Uçarol, Rifat. Siyasi Tarih 1789-2001, Der Yayınları, İstanbul, 2006.

Weisband, Edward. İnönü'nün Dış Politikası, Çev. M. Ali Kayabal, 1974, Milliyet Yayınları.

Yalman, Ahmet Emin. Modern Türkiye'nin Gelişim Sürecinde Basın 1831-1913, Çev. Birgen Keşoğlu, Yay. Hzr., Serkan Yazıcı-Fikrettin Yavuz, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018.

Yürük, Hüseyin. Türkiye'nin Demokrasi Tarihi (1908-1950), 1.Cilt, Alternatif Yayınları Ekim 2009.

Zürcher, Erik Jan. Modernleşen Türkiye'nin Tarihi, çev., Yasemin Saner, 28. Baskı, İstanbul, İletişim Yayınları, 2013.

III. Süreli Yayınlar

Karagöz

Ulus

DİNLER TARİHİNE GİRİŞ

Prof. Dr. Mehmet AYDIN
N.E.Ü. İlâhiyat Fakültesi
Öğretim Üyesi

Güncelleştirilmiş 9. Baskı

LİTERATÜRK academia

BİBLİYOGRAFYA

Abbasoğlu Lokman, Bahaîlik Üzerine bir inceleme, (İlahiyat Fakültesi Lisans Tezi) Ankara, 1974.

Abdu'l-Hamid, Muhsin, İslâm'a Yönelen Yıkıcı Hareketler, (Çev. M. Saim Yeprem-Hasan Güleç), Ankara, 1973.

Akgün, M. Zerrin, İlim Bakımından İslâmiyet, Ankara, 1954.

Akseki A. Hamdi, İslâm, İstanbul, 1966.

Anwander A. Les Regilions de I'humanite; Paris, 1955.

Aydın Abdulvehab, Teslisin İptali (Çev. Muhammed Aydın), İstanbul, 1977.

Aydın, Dr- Ali Aslan, Atay, Dr. Hüseyin, Yehova Şahitleri, Ankara, 1973.

Aydın Prof. Dr. Mehmet, Konya Yüksek İslâm Enstitüsü Dinler Tarihi Notları, Konya, 1976.

Aydın Prof. Dr. Mehmet, Müsbet İlim ve Allah, İstanbul, 1976.

Aydın Prof. Dr. Mehmet, Müslümanların Hıristiyanlığa Yazdığı Reddiyeler ve Tartışma Konuları, S.Ü. İlahiyat Fakültesi Yayınları, Konya 1989.

Aydın Prof. Dr. Mehmet, Hıristiyan Genel Konsilleri ve II. Vatikan Konsili, S.Ü. İlahiyat Fakültesi Yayınları, Konya 1991.

Ayverdi Samiha, Misyonerler Karşısında Türkiye, İstanbul, 1969.

Balaban, M. Rahmi, İlim-İman, Ankara, 1950.

Başgil Prof. Dr. Ali Fuat, Din ve Lâiklik, İstanbul, 1962.

Bucaille Maurice, Müsbet İlim Yönünden Tevrat-İnciller ve Kur'ân (Çev. Dr. Mehmet Ali Sönmez), Konya, 1979.

Challeye Felicien, Dinler Tarihi (Çev. Samih Tiryakioğlu), İstanbul 1960.

Cilâcı, Dr. Osman, Dinler ve İnsanlar, Konya, 1990.

Cilâcı, Dr. Osman, Barnaba İncili, Konya, 1989.

Çelebi Dr. Ahmed, el-Mesîhiyye, Kahire, 1967.

Çelebi Dr. Ahmed, Yahudilik (Çev. Ahmed Büyükçınar - Faruk Harman), İstanbul, 1978.

Dinler Tarihi Ansiklopedisi, Gelişim Yayınları, (I-II1) İstanbul, 1976.

Doğrul, Ömer Rıza, Yeryüzündeki Dinler Tarihi, İstanbul, 1963.

Draz, Dr. Abdullah, Din ve Allah İnancı (Çev. Akif Nuri), İstanbul, 1978.

Eberhand, Wolfram, Çin Tarihi, Ankara, 1947.

Ebu Osman Amr. b. Bahr el-Câhız; Hilâfet Ordusunun Menkibeleri ve Türklerin Faziletleri (Çev. Ramazan, Şeşen), Ankara, 1967.

Ensarî, Fazlu'r-Rahman, İlimden Felsefeden Dine (Çev. Kemal Kuşçu), İstanbul, 1967.

Ertuğrul, İsmail Fenni, Hakikat Nurları, İstanbul, 1975. Es'ad, Tarih-i Edyan, İstanbul, 1307.

Esslemant, J. E. Bahaullah ve Yeni Devir (Çev. Mecdi Çelebi), İstanbul, 1932.

(Günaltay) M. Şemseddin, Tarih-i Edyan, İstanbul, 1338.

Gövsa İbrahim Alaaddin, Resimli Yeni Lügat ve Ansiklopedisi, İstanbul, 1949-1954.

Hamidullah Prof. Dr. Muhammed, İslâm Peygamberi (Çev. M. Said Mutlu Doç. Dr. Salih Tuğ), İstanbul, 1966.

Hamidullah Prof. Dr. Muhammed, İnitiation à l'İslâm, Paris, 1963.

Hamidullah Prof. Dr. Muhammed, Konferanslar, Erzurum, 1975.

Hamidullah Prof. Dr. Muhammed, Rasulullah Muhammed (Çev. Doç. Dr. Salih Tuğ), İstanbul, 1973.

Herve Rousseau, Dinler (Çev. Osman Pazarlı), İstanbul, 1970.

İbn Haldun, Mukaddime (Çev. Osman Pazarlı), İstanbul, 1954.

İbn Fazlan, Seyahatname (Çev. Ramazan Şeşen), İstanbul, 1975.

İnan, Prof. Abdülkadir, Eski Türk Dini Tarihi, İstanbul, 1976.

İnan, Prof. Abdülkadir, Tarihte ve Bugün Şamanizm, Ankara, 1954.

İslâm Ansiklopedisi, İstanbul, 1940.

Jomier Jaques, Tevrat-İncil ve Kur'ân (Çev. Sakıp Yıldız), İstanbul, 1974.

Kesikoğlu, Osman, Kur'ân Tarihi, İstanbul, trz.

Kırşehirlioğlu E., Türkiye'de Misyoner Faaliyetleri, İstanbul, 1963.

Kutluay Doç. Dr. Yaşar, İslâm ve Yahudi Mezhepleri, Ankara, 1965.

Lietzmann, H. Histoire de l'eglise Ancienne, (1-4), Paris 1937.

Mirza Beşîruddin Mahmud Ahmed, Kur'ân-ı Kerim'in Tetkikine Giriş (Çev, Şinâsi Siber), Ankara, 1960.

Muhammed Ebu Zehra, Hıristiyanlık Üzerine Konferanslar (Çev. Akif Nuri), İstanbul, 1978.

Örs, Hayrullah, Musa ve Yahudilik, İstanbul, 1966.

Pazarlı Osman, Din Psikolojisi, İstanbul, 1966.

Schimmel, Prof. Dr. Annemarie, Dinler Tarihine Giriş, Ankara, 1955.

Şeybetu'1-Hamd, Prof. Abdulkadir, El-Edyan ve I-Furuk ve'l Mezahibü'l Muasıra, Cidde, 1967.

Tabbara, Afif Abdu'l-Fettah, Kur'ân Açısından Yahudi (Çev. Dr. Mehmet Aydın), İstanbul, 1978.

Tanyu, Prof. Dr. Hikmet, Dinler Tarihi Araştırmaları, Ankara, 1973.

Tanyu, Prof. Dr. Hikmet, Türklerin Dini Tarihçesi, İstanbul, 1978.

Tanyu, Prof. Dr. Hikmet, Türkiye'de Dinler Tarihinin Tarihçesi, İlahiyat Fak. Der., c. VIII. s. 109 vd.

Tanyu, Prof. Dr. Hikmet, Tarihi Boyunca Yahudiler ve Türkler, İstanbul, 1976.

Tanyu, Prof. Dr. Hikmet, Yehova Şahitleri, Ankara, 1974. Taplamacıoğlu, Prof. Dr. Mehmet, Din Sosyolojisi, Ankara, 1975.

Taplamacıoğlu, Prof. Dr. Mehmet, Karşılaştırmalı Dinler Tarihi, Ankara, 1965.

Tercüman, Abdullah, Hıristiyanlığa Reddiye, İstanbul, 1970. Tzû Lao, Taoizm (Çev. R. Muhaddere N. Özerdim), Ankara, 1963.

Tümer, Prof. Dr. Günay, Küçük, Prof. Dr. Abdurrahman, Dinler Tarihi, Ankara, 1988.

Walter Prof. Dr. Ruben, Budizm Tarihi (Çev. Dr. Abidin İtil), Ankara, 1947.

Walter G., Histoire des Sectes Chretiennes, Paris, 1950.

William P. Alston, Din, (Çev. Günay Tümer Ank. Ün. İlahiyat Fakültesi Dergisi, cilt: XVIII, 1970).

РУССКО-ТУРЕЦКИЙ, ТУРЕЦКО-РУССКИЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

(С ИЛЛЮСТРАЦИЯМИ, ЗНАЧЕНИЕМ И ПРИМЕРАМИ)

RUSÇA-TÜRKÇE TÜRKÇE-RUSÇA DEYİMLER SÖZLÜĞÜ

(RESİMLİ, AÇIKLAMALI VE ÖRNEKLİ)

Зафер Алтун / Zafer ALTUN

Бишкек / Bişkek / 2019

LİTERATÜRK academia

Deyimler İçin Örnek Alınan Türkçe Eserler

Примеры Фразеологизмов Взяты Из Турецких Произведений

Aşk, Elif Şafak, Doğan Kitap, İst., 2009.

Aylak Adam, Yusuf Atılgan, Varlık Yayınları, İst., 1959.

Bereketli Topraklar Üzerinde, Orhan Kemal, Remzi Kitabevi, İst., 1964.

Bir Düğün Gecesi, Adalet Ağaoğlu, YKY., İst., 1998.

Büyük Deyimler Sözlüğü I. Cilt, YKY., İst., 2006.

Büyük Deyimler Sözlüğü II. Cilt, YKY., İst., 2006.

Cemile, Cengiz Aytmatov, Elips Yayınevi, Ankara, 2013.

Çalıkuşu, Reşat Nuri Güntekin, İnkilâp Yayınevi, İst., 2016.

Devlet Ana, Kemal Tahir, www e-kitap orsvi.com.

Eskici Dükkanı, Orhan Kemal, Cem Yayınevi, İst., 1978.

Eylül, Mehmet Rauf, İnkilâp Yayınevi, İst., 2012.

Gurbet Kuşları, Orhan Kemal, Varlık Yayınları, İst., 1973.

İçimizdeki Şeytan, Sebahattin Ali, YKY., İst. 2003.

İnce Memed I, Yaşar Kemal, YKY., İst., 2018.

İnce memed II, Yaşar Kemal, YKY., İstanbul, 2018.

İnce Memed III, Yaşar Kemal, YKY., İst., 2018.

İncememed IV, Yaşar Kemal YKY., İstanbul, 2018.

İstanbul Hatırası, Ahmet Ümit, Everest Yayınları, İst., 2010.

Murtaza, Orhan Kemal, Varlık Yayınları, İst., 1952.

Pinhan, Elif Şafak, Metis Yayımları, İst., 2001.

Seçme Hikayeler, Ömer Seyfettin, Bilgi Yayınevi, İst., 2009.

Şu Çılgın Türkler, Turgut Özakman, Bilgi yayınevi, Ankara, 2005.