

Ekim 2025



İLETİŞİM

BİLİMLERİ ALANINDA ULUSLARARASI AKADEMİK ARAŞTIRMA VE ÇALIŞMALAR

EDİTÖR **DOÇ. DR. MURAT SAĞLAM**

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © Ekim 2025

ISBN • 978-625-5737-40-3

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

The right to publish this book belongs to Serüven Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak

Ümit Apt No: 22/A Çankaya/ANKARA

Telefon / Phone: 05437675765

web: www.seruyenyayinevi.com

e-mail: seruyenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

İLETİŞİM

BİLİMLERİ ALANINDA ULUSLARARASI
AKADEMİK ARAŞTIRMA VE ÇALIŞMALAR

EKİM 2025

EDİTÖR DOÇ. DR. MURAT SAĞLAM

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1

GASSAL DİZİSİNE GÖSTERGEBİLİMSEL BİR YAKLAŞIM

Ethem BABRAK 1

Erdem ÇILTAŞ 1

BÖLÜM 2

AKIŞKAN MODERNİTE ÇAĞINDA TÜKETİM: ZYGMUNT BAUMAN'IN KURAMI ÇERÇEVESİNDE ONTOLOJİK GÜVENSİZLİK, KİMLİK VE DIŞLANMA

Alican ÖZER 19

BÖLÜM 3

YOUTUBE'DA TÜRKÇE BİLİM İLETİŞİMİ: MODELLER, HEDEF KİTLELER VE İÇERİK ÇEŞİTLİLİĞİ

Ahmet YILDIZ 39

BÖLÜM 4

POLİSİYE SINEMANIN İZİNDE: “KİN” FİLMİ ÖRNEĞİNDE TÜRSEL BİR DEĞERLENDİRME

Ali Emre BİLİS 59

Leman Serda BAŞARAN 59

BÖLÜM 5

DEZENFORMASYON VE TÜRK HUKUKUNDA DEZENFORMASYON SUÇU

Kemal Cem BAYKAL 75

BÖLÜM 6

SAĞLIK İLETİŞİMİNDE KİŞİSEL GÖRÜNÜM VE KOZMETİĞİN ROLÜ

Tuğçe YILDIRIM DAL 89

BÖLÜM 7

SAHTE AİLEDE GERÇEK ROLLER: AİLE ARASINDA FİLMİNDE KURMACA AİLE KURGUSUNUN JUDİTH BUTLER'IN PERFORMATİF CİNSİYET YAKLAŞIMI BAĞLAMINDA ANALİZİ

<i>Zeynep AKPINAR</i>	115
<i>Murat AŞIK</i>	115
<i>Zeynep Benan DONDURUCU</i>	115



GASSAL DİZİSİNE GÖSTERGEBİLİMSEL BİR YAKLAŞIM

“ ”

Ethem BABRAK¹

Erdem ÇİLTAS²

1 Öğr. Gör. Bitlis Eren Üniversitesi, Güroymak Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ebabrak@beu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8418-9271 Bitlis, Türkiye.

2 Öğr. Gör. Dr. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Teknik Bilimler MYO erdemciltas@ohu.edu.tr ORCID: 0000-0001-5650-5970 Niğde, Türkiye

1. GİRİŞ

“Ölünce beni kim yıkayacak” sorusuyla meydanlarda ve metro istasyonlarındaki billboardlarda yerini alan ve bu çıkışıyla büyük merak uyandıran Gassal dizisinin ilk bölümü YouTube’da, 2 hafta içerisinde 17 milyon izleme olarak büyük bir başarı elde etmiştir (Anadolu Ajansı, 2024).

Gassal, TRT’nin uluslararası ücretli dijital platformu olan 2024 yapımı, Tabii platformunda yayınlanan, yönetmenliğini Selçuk Aydemir’in, senaristliğini Sümeyye Karaarslan’ın üstlendiği, başrolünde Ahmet Kural’ın yer aldığı, dram ve komedi türündeki Türk internet dizisidir.

Gassal, Türk televizyon ve dizi dünyasının görmeye alışık olmadığı bir temsil diliyle seyirci karşısına çıkmıştır. Gassal’ın yani bir ölü yıkayıcısı olan bir adamın (Ahmet Kural’ın) içsel yalnızlığı, geçmişiyile hesaplaşması ve insan hayatının ölümlü olduğunu konu edinen bu dizi; diyalogdan çok metaforlar ve sessizlik ile konuşmaktadır.

Bu çalışmada, dizi göstergebilimsel analiz yöntemi ile incelenmiş, daha çok Roland Barthes’ın gösteren, gösterilen, gösterge ilişkisi üzerinden çözümleme yapılarak; ölüm başta olmak üzere sessizlik gibi temaların görsel dil ve anlatı yöntemleriyle nasıl işlendiği görsel, davranışsal ve mekânsal unsurların nasıl anlam taşıdığı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Dijital platformlar üzerinden Türkiye’de yeniden biçimlenen kültürel ve dini temsiller bağlamında incelendiğimiz Gassal disizi, tematik ağırlığı ve sessiz anlatım stratejisiyle klasik Türk dizilerinden ayrılarak, manevi yoğunluk ile görsel estetik arasında yeni bir denge arayışına işaret etmektedir.

2. TÜRKİYE’DE GASSALLIK MESLEĞİNİN ÖNEMİ

İslam inancına göre vefat eden kişi veya kişilerin dini usuller çerçevesinde uygun şekilde yıkanması, kefenlenmesi ve defin için hazırlanılması görevini üstlenen bu mesleğin kendisine **Gasallık**; mesleğini icra eden kişiye de **Gassal** denilmektedir. Gassallar, ölü bedenini yani cenazenin temizliğini yapmakta, abdest aldırarak, kefenlemekte ve defin için hazır duruma getirmektedir. Kadın cenazeleri kadın gassallar tarafından yıkanırken erkek cenazeleri ise erkek gassallar tarafından yıkanmaktadır (Yılmaz, 2014; Kaya, 2020).

Gassallık mesleği, İslam inancını esas alan toplumlar için ve dolayısıyla Türkiye gibi İslam kültürünün derinlemesine yaşayan bir ülke için hem bireysel hem de kurumsal anlamda son derece önemli bir ritüeldir. Müslüman bireyin ölümü sonrası, toplumda yaşayan bireyler için dini bir vecibe ve aynı zamanda toplumsal bir sorumluluktur.

Gassallık, ölen kimsenin İslam inancına uygun bir şekilde yıkanması, kefenlenmesi ve defin için hazırlanması sürecini kapsamaktadır. İslam huku-

ku esaslarına göre, cenazenin yıkanması farz-ı kifaye hükmünde olmaktadır. Farz-ı kifayeden kasıt, toplumdan bir grup veya kimselerin bu görevi yerine getirmesi durumunda diğer birey veya kimselerin sorumluluğu düşmektedir (Yılmaz, 2014: 210). Bu bağlamda erkek veya kadın gassallar, dini bir vecibeyi toplum adına yerine getirmekte ve dolayısıyla sorumluluk gerektiren kutsal bir görev üstlenmektedirler.

Türkiye’de gassallık mesleği, Diyanet İşleri Başkanlığı’nın koordinasyonunda kurumsal bir yapıya kavuşmuştur. Belediyelere (Özellikle büyükşehir belediyeleri) bağlı mezarlık müdürlükleri bünyesinde çalışan gassallar, belirli eğitimlerden geçerek sertifikalandırılmakta ve gasilhanelerde görev almaktadırlar (Kaya, 2020: 149). Dolayısıyla bu durum, mesleğin standartlarının belirlenmesini ve profesyonelleşmesini sağlamaktadır.

İslami esaslar çerçevesinde erkek cenazelerini erkek gassallar; kadın cenazelerini kadın gassallar yıkamaktadır. Bu uygulama ile hem dini mahremiyet ilkelerine uyulmakta hem de toplumsal hassasiyetlere ihtimam gösterilmektedir. Türkiye’de Müslümanlar, bu kurala büyük ölçüde riayet edilmektedir.

Öte yandan gassallık yüksek düzeyde psikolojik dayanıklılık gerektiren bir meslektir. Gassal, ölümle doğrudan temas hâlinde olduğu için duygusal olarak yıpratıcı durumlarla karşılaşabilmektedir. Özellikle de bebek, genç ya da travmatik sonlarla karşılaşan gassalların psikolojik destek alması gerektiği yönünde akademik çalışmalar bulunmaktadır (Kaya, 2020: 157).

Kurumsal yapılarla desteklenen, ölümün ardından bireyin son yolculuğuna inanç ve saygıyla uğurlanmasını sağlayan bu uğraş, Türkiye toplumu için vazgeçilmez bir meslektir. Dolayısıyla bu mesleği yapabilecek donanım-daki bireylerin bu anlamda yetiştirilmesi gerekmektedir. Çünkü gassallar, toplumun çok da farkına olmadığı ama ihtiyaç duyduğu kimseler olup toplumda görünmeyen ancak en kutsal görevlerden birini üstlenen kimselerdir.

3. YÖNTEM VE GÖSTERGEBİLİMSELİN ARKA PLANI

Göstergebilimin önemi, teknoloji ve bilimin ivme kazanmasıyla birlikte düşünsel değişim/dönüşümler sayesinde daha da artmış ve artmaktadır. Dil felsefesi içinde önemli bir yer tutan Göstergebilim kavramı, birçok alanda etkili bir konuma gelmiştir. Özellikle de iletişim, reklam ve sanat gibi alanlarda büyük bir rol üstlendiği görülmektedir (Özmkas, (2009; 32).

İletişim her gerçekleştiğinde burada bir takım kod ve göstergeler söz konusu olmaktadır. Gösterge dediğimiz unsur, kendilerinden başka bir kimseye çeşitli göndermelerin yapıldığı eylem veya anlamlandırılmış yapılardır. Gösterge veya kodlamaların bir toplumdaki ilişkilerin pratiği olduğunu söylemek mümkündür (Fiske, 2003; 16).

Göstergebilim, Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce'in çalışmalarıyla temellenmiş, Roland Barthes'ın kültürel okumalarıyla genişlemiş bir bilimdir (Eco, 1976: 6-9; Barthes, 1967: 11). Barthes'e göre, çevremizdeki ya da evrendeki nesneler sadece fiziksel varlıklar değildir; aynı zamanda toplumun ideolojik bakış açısını, değerlerini ve ahlaki yargılarını da yansıtan göstergelerdir. Bu gizli anlamları ortaya çıkarmak ve yorumlamak için sistemli düşünme şekline ise "göstergebilim" adı verilmektedir (Barthes, 2018: 27). Rıfat (2014), günümüz itibarıyla göstergebilimin etkinlik alanının, kendisini oluşturan "gösterge" ile "bilim" sözcüklerinin anlamsal toplamından daha fazla ve daha değişik bir boyut kazandığını ileri sürmektedir (2014: 9). Bu yaklaşıma göre, yaşamdaki her şey bir gösterge olmaktadır. Her gösterge bir gösteren (imge, işaret, simge, kod, ses, kelime) ve bir gösterilen ya da gösterilmek istenenden (anlam) oluşmaktadır. Kültürel ürünlerde yer alan bu göstergeler, izleyici tarafından kod çözme yolu ile anlamlandırılmaktadır (Fiske, 2003; 62). Göstergebilim, bir şeyin nasıl söylendiğini ya da nasıl gösterildiğini değil; o sözün altında gizli olarak ne anlatmak istendiği ya da gösterilenle neyi amaçladığı anlamaya çalışır (Durmuş & Nizam, 2022: 1233) Saussure'e (1998: 101) göre ise gösteren ve gösterilen arasında söz konusu olan nedensizlik bağı doğal değil, toplumsal bir uzlaşıdan kaynaklanmaktadır.

Özgünlük ve yaratıcılık, ekseriyetle kabulleri ve yerleşik kuralları aşmak anlamına gelmektedir. Göstergebilim, hangi normlardan (kural, kapı, toplumsal kabuller, alışılmış yapılar, standartlar, beklentiler, yerleşik anlayışlar vb.) uzaklaşıldığını, bunun ne kadar büyük bir değişiklik yarattığını ve ortaya çıkan etkileri anlamamıza yardımcı olur (Fiske, 2003; 136). Göstergebilim analiz yöntemiyle yapılan araştırmalarda anlam ve anlamlandırma oluşumu incelenmekte ve bu doğrultuda anlam örüntüsü sağlayacak nesne veya objelerle anlam üretmeyi sağlayacak işlevsel unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Bali, 2020; 227).

Erdoğan ve Alemdar (2010), göstergebilimi temelde üçe (3) ayırmaktadır. Şöyle ki;

1. Tanımlayıcı göstergebilim, göstergeler üzerinde betimleyici analizler yaparak onların yapısal özelliklerini ortaya koyar.

2. Kuramsal göstergebilim, bu betimlemeleri kuramsal bir çerçeveye oturarak göstergebilimsel düşüncenin sistematik temellerini oluşturur.

3. Uygulamalı göstergebilim ise kuramsal varsayımları pratikte sınayarak, toplumsal ve endüstriyel yapıların sorunlarına çözüm üretmeyi amaçlar.

Gassal dizisi yukarıda anlatılanlar doğrultusunda göstergebilimsel analiz yöntemi ile ele alınmıştır. Daha çok Roland Barthes'ın gösteren, gösterilen, gösterge ilişkisi düzleminden bakılarak, dizideki görüntü veya gör-

sellik üzerinden semboller aracılığıyla seyirciye iletilmek istenen anlamların çözümlenmesine odaklanılmıştır.

Çalışmanın evrenini TRT'nin dijital platformu olan Tabii üzerinden şimdiye dek 1. ve 2. Sezon olmak üzere, her sezonu 10 bölümden oluşan toplamda 20 bölümü yayınlanan Gassal dizisi oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini olarak daha çok 1. Sezon ve 1. Sezon'un 1., 2., 4., 5., 9., bölümleri ile 2. Sezon'un 9. ve 10. bölümleri seçilmiştir. Bu bağlamda Gassal dizinin tümüne ilişkin anlam örüntülerinin temsil gücü yüksek sahneler üzerinden çözümlenmesi amaçlanmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2011: 110). Çalışmada veri toplama usulü olarak da doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır.

4. GASSAL ve ANALİZİ

Türk Dil Kurumu (2025) sözlüğüne göre 'ölü yıkayıcısı' anlamına gelen gassal; ölen Müslüman bireylerin cenaze işlemlerini İslam dini kurallara uygun şekilde gerçekleştiren kişidir. Arapça kökenli "gasil" sözcüğünden türemiş olan bu terim, "yıkayan" anlamına gelmektedir. Vefat eden kişinin bedenini yıkama, kefenleme ve defin öncesi hazırlık süreçlerini kapsamaktadır (Kurt, 2018: 240).

Gassal dizisini şöyle özetleyebiliriz:

Tüm bölümleri TRT'nin uluslararası dijital platformu Tabii üzerinden izleyiciyle buluşan; İlk sezonu 21 Aralık 2024, ikinci sezonu ise 24 Mayıs 2025 tarihinde yayımlanan Gassal dizisi; her iki sezonda onar bölüm olmak üzere toplam yirmi (20) bölümden oluşmaktadır.

Baki yani Gassal (Ahmet Kural), annesini küçük yaşta kaybetmiştir. Babası cezaevindedir ve akrabasıyla bağı olmayan, tek başına yaşayan bir kimse. Eşi veya hayatını paylaştığı bir partneri yok. Yalnızca Ahmet (Muharrem Türkseven) adında bir arkadaşı var, o arkadaşının da kendine ait mutlu bir ailesi var. Öte yandan Baki'nin karakter yapısı için şöyle söylenebilir: içine kapanık, kendi halinde, yalnız bir adam. Hayat hikâyesi pek de bilinmeyen Baki'nin yaşamı, ilerleyen bölümlerle geri dönüşler (feedback) sayesinde izleyiciye yavaş yavaş sunuluyor. Mesleği, zaten yalnız olan Baki'nin daha da yalnızlaşmasına neden olmuştur. İnsanlar ölümden korkar (Altaş, 2020: 234; Öncel 2013: 32); haliyle 'Gassal' ile bir yakınlık kurmak, ölüme daha da yakınlaşmak gibi algılanmaktadır. Bu yüzden Baki'den kaçmak, anlamlı(!) bir tercih. Zira onun mesleği kendisinin toplumdan dışlanmasına neden olmaktadır.

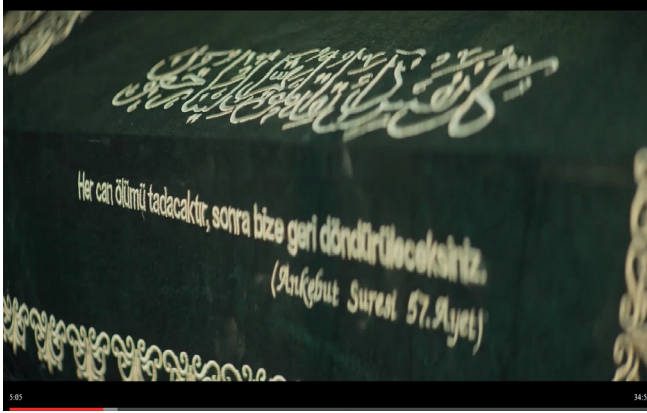
Dizide Baki'nin yalnızlığı, ölüm ve dolayısıyla sessizlik bolca işlenmektedir. Ölüme ilişkin eleştiriyi mizahi ve ironik bir üslupla ele alan Gassal dizisi, izleyicilerini ölüm korkusuyla yüzleştirmektedir.

Gassal dizisi, Türk televizyonlarında ender görülen bir sessizlik diliyle, ölüm ve inanç temalarını estetik bir anlatımla buluşturmaktadır. Basit formlar, gereksiz süslemelerden kaçınma, sade bir anlatı yapısı (minimalizm) ile sessizliğin anlam üretici bir araç olarak kullanımı ve görsel kompozisyonlardaki sinematografik özeniyle Gassal dizisi, çağdaş kültürel kimliklerle yüzleşme olanağı sunmaktadır (Şahin & Morva, 2024: 28; Kaya 2011: 122).

Sessizlik ya da sessiz anlatı biçimleri, işitsel ve görsel ve yoğunlukla anlam üretmenin alternatif yollarını sunar (Erdoğan (2019: 74). Sessizliğin anlatımdaki işlevi bu anlamda önemlidir. Medya çalışmalarında çoğunlukla ihmal edilen sessiz anlatı biçimi, bu dizide güçlü bir ifade aracına dönüşmektedir. Bu bağlamda Gassal dizisi, yalnızca konusu ile değil, anlatım biçimiyle de Türk dizi anlatısında alternatif bir alan açmaktadır. Ayrıca bu sessiz anlatı biçimiyle medyadaki Türk yapımlarını bir tür protestodur. Zira çok şey söylemeden, çok derin şeyler hissettirmektedir.

Gassal, yaşam ve ölüm üzerine derinlemesine bir eleştiridir.

1. Görsel (1. Sezon 1. Bölümden alınmıştır.)



“Gassal” bir metafordur aslında; umulmadık bir zamanda, tüm akışın tek yöne çevrildiği, yaşam ve ölüm arasındaki detayı sessizce haykıran bir uyarıcı gibi...

4.1. Sessizliğin Retoriği: Su ve Ölüm

Sessizliğin, anlatıdaki akışı keserek izleyicide bir boşluk ve beklenti yarattığı; bu boşluk, anlatının çözülmesini geciktirmek suretiyle izleyicide merak ve gerilimi arttırdığı ifade edilmektedir (Nacar, 2024: 631-632). Öte yandan ses efektleri, görüntü veya konuşmaları destekleyebilmek, istenilen bir atmosferi yaratmak, bir mekânı tanımlayabilmek veya zamanı vurgulamak gibi konularda kullanılan etkili bir unsurdur (Öngören, 1991: 121).

Cenazeyi yıkama sahneleri, sessizlik ve su sesleriyle bezeli sahnelerden oluşmaktadır. Su burada yalnızca temizleyici bir unsur olmaktan çıkmış, aynı zamanda bu dünyadan ahirete geçişi simgeleyen bir metafor olmuştur (Oestigaard & Fahlander, 2011: 7)

2. Görsel (1. Sezon 1. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 1

Gösteren:	Su, dua fısıltısı
Gösterilen:	Temizlik/arınma, geçiş, metafizik bağ
Kod:	İslami kültürde siyah = yas, tevazu

Gassal dizisinde uzun süreli sessizliklerle bolca karşılaşmaktadır. Bu uzun süreli sessizlikler, içsel monoloğun dışavurumudur adeta. Karakter konuşmaz ama izleyici onunla birlikte düşünür; bekleyişi hissettirmekte; duygusal yoğunluğu arttırmakta; izleyici için duygusal tepki verme fırsatı sunmaktadır. Dizideki bu sessizlikler, Barthes'ın "boşlukta anlam üretme" önermesiyle örtüşmektedir: söylenmeyen şeyler, söylenenlerden daha güçlü bir anlam taşımaktadır (Barthes, 1986: 72).

3. Görsel (1.Sezon. 2. Bölümden alınmıştır)



Tablo: 2

Gösteren:	Konuşmama, iç monolog
Gösterilen:	Bastırılmış duygu
Kod:	Modern anlatıda “sessizlik = anlatı”

Dizideki müzikler, anlatıdaki hikâyeyi destekleyen önemli unsurlardan biri olmaktadır. Her bölümün sonuna yerleştirilmiş müzikler, olayların duygusal tonunu daha da derinleştirmeyi başardığı görülmektedir. Kullanılan şarkı ve şarkıdaki sözlerin, izleyicileri hikâyeye yaklaştıran bir unsur olarak öne çıktığını söylemek mümkün. Kullanılan müzikler bir taraftan seyirciyi eğlendirirken diğer taraftan olaya/duruma ilişkin düşündürmekte ve hatta – kısa süreli de olsa- hayatın olağan akışını duraksatma izlenimi vermektedir.

4. Görsel (1.Sezon. 1. Bölümden alınmıştır)



Tablo: 3

Gösteren:	Hüzünlü müzik, yavaş tempo, minör ton, yaylılar
Gösterilen:	Karakterin içsel yalnızlığı, dramatik yoğunluk
Kod:	Duygusal, melankolik, şarkı sözlerinde geçen “içim yanar yanar” gibi ifadeler

4.2. Gassal’ın Giyimi: Sadeliğin ve Rengin Dili

Başkarakter Gassal, dizide genellikle siyah, gri ya da toprak tonlarında giysilerle tasvir edilmektedir. Bu seçim veya tercihler Gassal’ın sadece ölümle olan bağını değil, aynı zamanda kendi iç dünyasındaki yalnız kalmış ruhsal durumunu da pekiştirmektedir. Siyah renk, burada yas (Varlı Güner, 2015: 23), mistisizm ve gizlenme ile özdeşleştirilirken; biçimsiz giysiler, bireyin toplumdan sıyrılarak içsel bir dönüşüm yaşadığını ve ego’dan arınmış bir varoluş hâline geçtiğini simgelemektedir (Demir & Önlü, 2022: 38-39).

5. Görsel (1.Sezon. 5. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 4

Gösteren:	Siyah kıyafet
Gösterilen:	Ölüm, matem, içe kapanış, keder, maneviyat
Kod:	Yas, tevazu, ciddiyet

4.3. Gassal Dizisinde Mekân Kullanımı: Boşluk ve Zaman

Dizide kullanılan mekânlara bakıldığında; bu mekânların genelde karanlık, ıssız sokaklar, dar odalar, uzun koridorlar, izole mekânlar ve loş gasilhaneler olarak belirlendiği gözlenmektedir. Bu boşluk estetiği, karakterin iç dünyasındaki yoksunluğu simgelemektedir (Mulla, 2021: 318). Mekân, karakterin yani Gassal'ın toplumsal bağının kopukluğunu ve ruhsal izolasyonunu yansıtan bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır. Dizideki bu mekânsal tercihler, anlatının ruh dünyasını görselleştiren birer metafor olarak işlev görmektedir. (Yıldız, 2023: 91).

6. Görsel (2.Sezon. 9. Bölümden alınmıştır)



Tablo: 5

Gösteren:	Boş mekânlar, duvarda çatlak
Gösterilen:	İçsel boşluk, duygusal kopukluk
Kod:	Sinemada “yalnızlık mekânı”

Dizide zaman dilimi veya mevsim olarak bakıldığında; sisli hava, çıplak ağaçlar ve mekân tercihleri, genellikle sonbahar veya kış mevsimini çağrıştıran, durağan, soğuk ve içe dönük bir mevsimsel estetik öğeler içermektedir. Mevsimsel atmosferin, karakterin ruh hâlini ve anlatının genel tonunu destekleyen bir anlatı tarzı olarak işlev gördüğünü söylemek mümkündür.

7. Görsel (1.Sezon 8. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 6

Gösteren:	Mevsim kış, dökülmüş yapraklar
Gösterilen:	Ölüm metaforu, bitiş, yokoluş
Kod:	Doğanın döngüsü içinde son/lar ve yokoluş

4.4. Ayna ve Yüzler: Kendilikle Karşılaşma

Dizide Baki karakteri aynaya bakmakta, yüzünü incelemekte, yüzünün detaylarına bakmakta ve yalnızca bir kısmı görünmektedir. Ayna, göstergebilimde benlik, kendilik krizi ve iç hesaplaşmanın simgesidir (Lacan, 2004; 75–77, Fiske, 2003; 116–118). Gassal’ın aynaya her bakışı, geçmişle bir yüzleşme niteliğindedir.

8. Görsel (1. Sezon 4. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 7

Gösteren:	Ayna, yansıma
Gösterilen:	Kimlik krizi, iç hesaplaşma
Kod:	Lacan'a göre ayna = bölünmüş benlik

4.5. Beden Dili ve El Hareketleri: İnanç ve Arınma

Baki'nin (Gassal) dua eder gibi ellerini birleştirmesi, başını eğmesi gibi eylemleri ritüelistik bir arınmanın ve teslimiyetin (Eco, 1992; Yaylagül, 2010) ve ölüye saygının sembolüdür (Çiftçi, 2024). Beden dili, yalnızca ibadet estetiği değil, karakterin içsel dönüşümünün de göstergesidir.

9. Görsel (2. Sezon 10. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 8

Gösteren:	Birbirine bağlanan eller
Gösterilen:	Ruhsal çaba, saygı, teslimiyet
Kod:	Manevî ifade aracı

4.6. Kadından Beklenen Roller: Elif ve Nihan Karakterleri

Gassal dizisi, ölümü ele alan bir yapım olmanın ötesine geçen; toplumsal cinsiyet normlarını, kadın kimliğine odaklanarak derinlemesine sorgulayan bir anlatı biçimi sunmaktadır. Bu bağlamda dizide birinci sezonda “Elif” karakteriyle, ataerkil toplum yapısındaki kadından beklenen rollerin (Tekin & Demirel Değirmenci, 2022) hem görünür olmasına hem de bu rollere karşı sessiz veya doğrudan direniş biçimlerinin temsiline imkân tanımaktadır. Buna bağlı olarak Elif dizi karakterinin de ataerkil tahakkümün kırılğan zemininde kendi söylem biçimini yaratarak kadın kimliğini daha görünür kılmaktadır.

Elif, çocuk doğuramayacağı nedeniyle bireysel bir iç hesaplaşma yaşamakta; dolayısıyla “annelik” tanımını üzerinden toplumsal beklentinin ötesinde bir dışlanmışlık yükü taşımaktadır. Nihan karakteri ise genellikle erkeklerden beklenen rolü üstlenerek toplumun sınırlandığı bir alana müdahale etmektedir. Bu karakterlerin reel dünyadaki karşılığı bulunmakta, dolayısıyla dizi bu yönüyle de seyircinin dikkatini çekmektedir.

10. Görsel (1.Sezon. 9. Bölümden alınmıştır)



Tablo: 9

Gösteren:	Elif’in çocuk sahibi olamaması
Gösterilen:	Kadının yalnızlığı, içe kapanıklığı, kadının annelik dışında bir kimlik kurmakta zorlanması
Kod:	Annelik = kadınlık miti

Birinci sezonun sonunda Elif’in gitmesinin ardından, Baki gibi bir gassal olan “Nihan” adında bir kadın karakter dizinin ikinci sezonunda boy göstermektedir. Sakinliği ve karanlık geçmişi olan Nihan karakteri, Baki’nin kendisini gerçekleştirme yolculuğunun içsel bir rehberi ve bastırdığı duygularının tercümanı olur.

Öte yandan Nihan karakteri özellikle annesi tarafından suçlanan ve dışlanan bir karakter olarak gösterilmektedir. Nihan'ın travmalarının kaynağı geçmiş yaşantısından kaynaklıdır (Özen, 2017: 3). Annesi onu kardeşinin ölümünden sorumlu tutmaktadır. Bu travmayla yaşayan Nihan, hem kadın hem de gassal kimliğini toplumsal beklentilerle uzlaştırmakta zorlanmakta ve dolayısıyla kendini sorgulamak ve içe kapanmak durumunda kalmaktadır.

11. Görsel (2. Sezon 10. Bölümden alınmıştır.)



Tablo: 10

Gösteren:	Sakinliği ve karanlık geçmişi
Gösterilen:	Bastırılmış travmalar, psikolojik karmaşa
Kod:	Suçluluk ve travma

5. SONUÇ, ÖNERİ ve DEĞERLENDİRME

Gassal dizisi, Türk televizyonlarında ender görülen bir sessizlik diliyle, ölüm, yalnızlık ve inanç temalarını estetik bir anlatımla buluşturmaktadır. Klasik anlatılardan farklı olarak sessizlikle konuşan bir yapı arz eden dizide her nesne veya obje, kimi eksiklikler ve renkler bilinçli seçilmiş göstergelerden oluşmaktadır.

Dizi, sıradan bir ölüm yıkayıcısı olan 'Baki' başkarakteri üzerinden ölüm, yalnızlık, adalet, travma ve inanç gibi ağır temaları minimalist bir dille işlemektedir. Dizide yalnızlık hali, sessizlikle ifade bulmaktadır. Başkarakterin travmaları, klasik anlamda sahne bulmak yerine mimikler, mekân kullanımı ve metaforlar aracılığıyla sezdirilmektedir.

İlk zamanlardan bu güne değin din ile Modernizm arasında süregelen gerilim (Bahadır, 2015: 62), günümüzde kimi meslek pratikleri üzerinden yeniden biçimlenmektedir. Günümüzdeki bu yeniden şekillenme ya da dönüşümün en dikkat çekici örneklerinden biri, gassallık mesleğidir. Dizide gassallık mesleği, bir taraftan İslami ritüellere sıkı sıkıya bağlılığı gerektirirken

diğer taraftan modern toplumun bürokratik ve kurumsal yapısı içerisinde profesyonelleşmiş bir meslek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda gassallık, hem geleneksel dinî ritüellerin taşıyıcısı hem de modernleşmeyle birlikte kurumsallaşan bir meslek pratiği olarak iki bakış açısının kesişiminde yer almaktadır. Çelik'in (2021: 47) nitel araştırmasında gasalların mesleklerini ifa ederken karşılaştıkları kurumsal beklentilerle dinî sorumluluklar arasında nasıl bir denge izledikleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Araştırmaya katılan gasalların ifadeleri, gassallığın yalnızca bir iş/meslek olmadığı, aynı zamanda bir inanç pratiği olarak da içselleştirildiğini göstermektedir. Fakat bu inanç/din temelli yaklaşım, belediye ve kamu kurumları gibi seküler yapılar içerisinde belirlenmiş normlara ve prosedürlere uyum sağlamak zorundadır. Bu bağlamda gassallık, modern toplumda inanç/din temelli bir mesleğin nasıl profesyonelleştiğini ve sekülerleşen bir yapı içinde nasıl yeniden tanımlandığını gösteren tipik bir örnek sunmaktadır. Bu durum, inançla modernizm çatışmasının nasıl bir uzlaş zeminine kavuştuğunu gözler önüne sermektedir.

Medya yapımlarında sıklıkla ihmal edilen 'sessiz anlatı' biçimi, bu dizide güçlü bir ifade aracına dönüşmektedir. Gassal'ın, yalnızca konusuyla değil, anlatım biçimiyle de Türk dizi anlatısında alternatif bir alan açmaktadır. Bu bağlamda Gassal dizisi medya alanı için bir çeşit protestodur.

Dizide sessizlik üzerinden derin anlamlar yaratılmış ve bu anlam üretme işi, sessizlik metaforu sayesinde seyirciye yaptırılmıştır. Bir başka deyimle anlam üretimini seyirciye bırakan bir boşluk söz konusudur (Sözen, 2015: 48-52). Travmanın anlatılamazlığı ya da anlatıdaki zorluk, sessizlik ve görsel temsil yoluyla çözülmeye çalışılmıştır.

Gassal, yalnızca ölü bedenleri yıkayan bir kişi değil; tüm canlıların kaçtığı ölümlle yüzleşen, ölüyü kutsal kabul edilen bir geçişe hazırlayan bir meslektir. Gassal aynı zamanda toplumda damgalanmış bir bireydir (Sağır & Aktaş, 2020: 278-281)

"Ölü yıkayıcı" etiketi onu bir taraftan onu görünür yaparken diğer taraftan dışlanmış/öteki yapmaktadır. Gassal, yalnızca fiziksel olarak emek veren biri değildir. Psikolojik bir yükü ya da ağırlığı üstlenmeyi ve bununla mücadele etmeyi ifade etmektedir. Gassallık, geleneksel toplum ile modern toplumun çalışma ilkeleri arasında 'arafta' kalma halidir.

Özellikle vurgulamak istediğimiz hususlar şöyle:

- Dizide kimi sahnelerde yoğun sembolik anlatı sebebiyle dini iletiler seyirciye yeterince açık olarak ulaşamamaktadır.

- Dizi, popüler kültürün etkisindeki dramatik dili ile kimi zaman inançla ilgili temaların derinliğini koruyamamaktadır.

- Dizide ağırlık olarak dram unsuruna çokça yer verilirken komedi unsuru daha az kullanılmaktadır.
- Yaş gruplarına göre uyarlama yapılması diziye, eğitsel düzlemde daha işlevsel bir özellik kazandırılacağı düşünülmekte ve önerilmektedir.
- Dizide zaman zaman cenaze namazı sahnelenirken camii veya normal namaz sahneleri ya da görüntüleri hiç kullanılmamıştır. Bu durum tema hakkında/ölüm hakkında zoraki bir düşünmeye/düşündürmeye sevk etmek gibi algılanma ihtimalini güçlendirmektedir.
- Dini hizmet veren kurumlarla eğitimcilerin bu tür yapımları eğitim süreçlerine dâhil etmeleri, özellikle de ahiret, ölüm gibi soyut kavramların öğretiminde, bu tür yapımların kullanılması önerilmektedir.
- ‘Ölüm’ olgusu üzerinde şekillenen Gassal dizisi, ölümün yaşamla olan gerilimli ilişkisine ve bireyin içsel yalnızlığına çok katmanlı bir anlam evreni sunmaktadır.
- Dizi, din/inanç eğitimi konularında görsel-işitsel materyallerin kullanımının gerekliliğine ilişkin güçlü bir örnek sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Altaş, H. (2020). Ölüm Olgusu ve Hasta Yakınlarında Ölüme İlişkin Tutumlar. *Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 49(2), 233–256.
- Anadolu Ajansı. (2024, Mart 8). Dijital platform Tabii'nin Gassal dizisinin ilgi görme sebepleri konuşuldu. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/dijital-platform-tabiiinin-gassal-dizisinin-ilgi-gorme-sebepleri-konusuldu/3443675> Erişim tarihi: 28.06.2025
- Bahadır, B. (2015). *Anthony Giddens'te modernleşme, küreselleşme ve din* (Yüksek lisans tezi). Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bali, M. (2020). Kamusal Mekânın Göstergebilim Bağlamında İncelenmesi: İstanbul Eyüp Sultan Meydanı. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, (6), 225–242.
- Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology* (A. Lavers & C. Smith, Trans.). New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1986). *The Rustle of Language* (R. Howard, Trans.). University of California Press.
- Barthes, R. (2018). Göstergebilimsel Serüven. (Çev. Mehmet Rıfat ve Sema Rıfat). (9. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. *Bilim Dergisi*, 27, 35–47. <https://dergi-park.org.tr/tr/pub/yedi/issue/64969/907070>
- Çelik, D. (2021). *Gassallık mesleği yapanlarda ölüm algısı, dindarlık ve dini başa çıkma üzerine nitel bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çiftçi, Y. (2024, Aralık 28). *Gassal: Sinema okur-yazarlığı, ölüm estetiği ve kapital üzerine bir inceleme*. Akademiyet. <https://akademiyet.com/gassal-sinema-okur-yazarligi-olum-estetigi-ve-kapital-uzerine-bir-inceleme/>
- Demir Parlak, S., & Önlü, N. (2022). Kadın Giyim Modasında Siyah Renk Kullanımı. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 27, 35–47. (<https://doi.org/10.17484/yedi.907070>)
- DURMUŞ, T., & NİZAM, F., (2022). HOLLYWOOD SİNEMASINDA IRKÇILIK TEMSİLLERİ: DJANGO ZİNCİRSİZ FİLMİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL ANALİZİ. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, vol.32, no.3, 1229–1242.
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eco, U. (1992). *Göstergebilim Üzerine Yazılar* (O. Atakay, Çev.). Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi* (s. 112). Ankara: Erk Yayınları.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (S. İrvan, Çev.). Bilim ve Sanat Yayınları. Link: <https://www.docdroid.net/uwzx/john-fiske-iletisim-calismalarina-giris-pdf> Erişim tarihi: 18.06.2025
- Kaya, A. (2020). Cenaze hizmetlerinde gassallık mesleği ve toplumsal algısı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 145–162. (s. 150)

- Kaya, İ. (2011). *Sinemada Minimalizm ve 2000 Sonrası Türk Sinemasında Minimalist Yaklaşımlar* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kurt, M. (2018). Gassallık Mesleğinin Dini ve Psikososyal Boyutları. *İlahiyat Tetkikleri Dergisi*, 49(2), 233–256. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1234567>
- Lacan, J. (2004). Seçme Yazılar (B. Arıkan, Çev.). Metis Yayınları.
- Mulla, G. (2021). Mekânı yutan boşluk. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, Haziran, 313–327. Link: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1846121>
- Nacar, E. (2024). Sanat felsefesi perspektifinden Ingmar Bergman'ın Sessizlik (1963) filminde zamanın kristal akışı ve sessizliğin politikası. *Sanat Yazıları*, 51, 625–636. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4079139>
- Oestigaard, T., & Fahlander, R. (2011). The materiality of death: Bodies, burials, beliefs. In S. M. Fahlander & T. Oestigaard (Eds.), *Burial and Material Culture* (pp. 1–14). Stockholm: Stockholm University Press.
- Öncel, G. (2013). *Modern Dünyada Ölüme Bakış ve Yas* (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum. Link: <https://atauni.edu.tr/yuklemeler/9b51c82d3e08683949abcf2724d302ba.pdf>
- Öngören, M. T. (1991). Senaryo ve Yapım, İstanbul: Alan Yayıncılık
- Özen, Y. (2019). PSİKOLOJİK TRAVMANIN İNSANLIK KADAR ESKİ TARİHİ. *The Journal of Social Science*, 3(5), 362-375.
- Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in Gösterge Kavramı. *Uşak Üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 2(1), 32-45.
- Rıfat, M. (2014). Göstergebilimin ABC'si. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Saussure, F. de. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri* (Çev. B. Vardar). İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Sağır, A., & Aktaş, Z. (2020). Ölü beden yönetiminde dini mesleki bir form: Gassal. *Journal of Economy Culture and Society, Supplement* (1), 269–289. <https://doi.org/10.26650/JECS2019-0088>
- Sözen, M. (2015). *Günümüz sinemasında dramatik bir olgu olarak sessizliğin kullanımı*. <https://www.researchgate.net/publication/282353288>
- Şahin, E., & Morva, O. (2024). Teknoloji Kültürü ve Dijital Minimalizm: Z Kuşağı Üzerine Analiz. 4. *Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 21–42. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1449758>
- Tekin, N., & Demirel Değirmenci, S. (2022). Ataerkil Kültürde Kadın, Erkek ve Toplum İlişkisi. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 12, 187-198.
- Türk Dil Kurumu. (2025). *Gassal*. Güncel Türkçe Sözlük. Link: <https://sozluk.gov.tr/>
- Varlı Gürer, Z. (2015). *Giyimin dili: Siyasal iletişimde giyim kodlarının rolü*, Volga Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları: Eleştirel Bir Giriş*. Dipnot Yayınları.

- Yıldırım, A., & Şimşek H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. Baskı). Seçkin Yayıncılık
- Yıldız, H. (2020). Gassallık mesleği ve ölümle yüzleşme kültürü. In A. Demir (Ed.), *Toplumsal roller ve meslekler* (ss. 145–162). Akademik Kitaplar Yayıncılık.
- Yılmaz, M. (2014). Ölüm ve ölüm ritüelleri: Sosyolojik bir yaklaşım (s. 212 - 2015). Ankara: Nobel Yayınları.



**AKIŞKAN MODERNİTE ÇAĞINDA
TÜKETİM: ZYGMUNT BAUMAN'IN KURAMI
ÇERÇEVESİNDE ONTOLOJİK GÜVENSİZLİK,
KİMLİK VE DIŞLANMA**

“ ”

Alican ÖZER¹

¹ Dr., Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ORCID: 0000-0003-3522-3434

GİRİŞ

Modern toplumların yapısal dönüşümleri, yalnızca kurumların, rollerin veya toplumsal iş bölümünün evrilmesiyle sınırlı değildir; bu dönüşüm aynı zamanda bireyin varoluşsal deneyimini, kimliğini ve dünyayla kurduğu ilişkileri de derinden etkiler. Zygmunt Bauman'ın (2000; 2013) akışkan modernite ve tüketen yaşam kavramları, geç modern toplumlarda bireyin sabit, süreklilik arz eden bir kimlikten uzaklaşarak, sürekli dönüşen, parçalı ve geçici formlarda var olduğu bir yaşam biçimini betimlemek üzere geliştirilmiştir. Bu yeni yaşam biçiminde tüketim yalnızca ekonomik bir eylem değil; varlık, aidiyet, arzu, tanınma ve görünürlük mücadelelerinin yaşandığı başat bir sosyokültürel zemindir.

Bauman'ın analizleri, klasik sosyolojinin üretim temelli modernlik anlayışının artık açıklayıcı gücünü yitirdiğini, bunun yerine tüketimin ontolojik bir güvenlik stratejisine dönüştüğü bir çağın yaşandığını ileri sürer. Bu bağlamda akışkan tüketim, yalnızca hızlı tüketim pratiklerini veya piyasadaki ürün sirkülasyonunu değil; bireylerin kimliklerini, ilişkilerini, toplumsal rollerini ve hatta duygularını da kapsayan bir yeniden yapılandırma biçimi olarak ele alınmalıdır. Birey artık yalnızca tüketici değil, aynı zamanda kendi yaşam anlatısını üreten ve pazarlayan bir girişimci olarak konumlanmaktadır (Bauman, 2013).

Bu kitap bölümü, akışkan modernite bağlamında tüketim olgusunun dönüşümünü ve bu dönüşümün bireyin ontolojik varoluşuna, toplumsal ilişkilerine ve kimlik kurgusuna etkilerini çok katmanlı bir kuramsal çerçevede incelemeyi amaçlamaktadır. Bauman'ın *Liquid Modernity* (2000), *Consuming Life* (2013) ve *Modernity and Ambivalence* (2003) gibi temel metinleri bu çözümlemenin kurucu sütunlarını oluştururken; Lee (2005), Holt (1995) gibi çağdaş tüketim sosyolojisi araştırmacılarının çalışmaları da analizimize destek sunmaktadır. Bu çalışmalar, tüketimin yalnızca ekonomik değil, kültürel, sembolik ve iletişimsel bir pratik olarak nasıl örgütlendiğini göstermektedir.

Bauman'ın sıklıkla vurguladığı üzere, akışkan modernitenin bireyleri, sabitlenmiş bir "benlik"ten ziyade sürekli yeniden tanımlanan, yeniden paketlenen ve yeniden pazarlanan varlıklar hâline getirir. Bu bağlamda bireyler, birer metaya dönüşmekle kalmaz; aynı zamanda kendi metalarının reklamcısı, dağıtıcısı ve tüketicisidir. Sosyal ağlar, dijital vitrinler, imaj ekonomisi ve deneyim odaklı tüketim formları, bu dönüşümün görünür yüzleridir (Bauman, 2013; Lee, 2005). Tüketim, yalnızca nesneler üzerinden değil, zaman, dikkat, görünürlük ve ilişkiler üzerinden de işlemektedir. Dahası, bu akışkan düzlemde tüketemeyenler, toplumsal dışlanmanın yeni nesnesi olarak "flawed consumers" biçiminde yeniden tanımlanır (Bauman, 2013; Bauman, 2004:115).

Günümüzde, neoliberal öznenin inşasında tüketimin belirleyici bir rol oynadığı, toplumsal hiyerarşilerin üretimden çok tüketime erişim ve performans üzerinden yeniden kurulduğu bir bağlamda yaşıyoruz. Akışkan tüketim, bu yeni toplumsal momenti anlamak için güçlü bir kavramsal araç sunar. Bu kitap bölümünde, akışkan tüketimin bireysel, toplumsal ve kültürel yansımaları çok boyutlu olarak analiz edilecek; tüketimin gündelik hayatın tüm katmanlarını nasıl kuşattığı, kimlikleri nasıl şekillendirdiği ve bireyi nasıl bir varoluşsal belirsizliğe sürüklediği ortaya konacaktır.

2. AKIŞKAN MODERNİTE: KAVRAMSAL TEMELLER

Modernlik, toplumsal yaşamın rasyonelleştirilmesi, kurumların bürokratikleşmesi ve bireyin kimliğinin ulus-devlet, sınıf ve üretim ilişkileri üzerinden tanımlandığı bir tarihsel dönem olarak, uzun süreli bir sabitlik ve düzen arayışının ifadesi olmuştur. Ancak Bauman'a göre bu sabitliğin, düzenin ve öngörülebilirliğin hâkim olduğu "katı modernlik" formu, geç 20. yüzyıldan itibaren yerini "akışkan modernite"ye bırakmıştır (Bauman, 2000). Bu yeni modernlik biçimi, yapısal sabitlerin çözülmesi, kurumların geçirgenleşmesi, kimliğin esnekleşmesi ve bireyin yönlendirme işlevinden mahrum bırakılması gibi çok boyutlu dönüşümleri içermektedir.

Bauman, *Liquid Modernity* adlı eserinde, akışkanlık metaforunu yalnızca toplumsal ilişkilerin biçim değiştirmesi değil, aynı zamanda modern bireyin ontolojik güvenliğini yitirmesi açısından da açıklayıcı bir kavram olarak kullanır. Akışkanlık, modern yaşamın kalıcı yapılar, sabit roller ve öngörülebilir yaşam yolları yerine, geçici, belirsiz ve sürekli yeniden inşa edilen bir düzenle işlediğini ifade eder. Bu bağlamda birey, artık bir "yolcu" değil, bir "gezgini"dir; uzun vadeli projelere bağlanmaktan çok, anlık fayda, haz ve başarı üzerinden kendini tanımlar (Bauman, 2000; 2003).

2.1. Katı Modernlikten Akışkanlığa Geçiş

Katı modernlik, bireyin kimliğini ulus-devletle, üretim ilişkileriyle ve toplumsal rollerle tanımlarken; akışkan modernite, bireyin sürekli kimlik inşası yapmak zorunda olduğu bir duruma işaret eder. Bu değişim, üretim toplumundan tüketim toplumuna geçişin de temelini oluşturur. Katı modernliğin bireyi, görev ve sorumluluklara dayalı bir öznellik biçimi geliştirirken; akışkan modernitenin bireyi, tercihler, imajlar ve tüketim nesneleri üzerinden inşa edilen bir kimliğe yönelir (Bauman, 2013). Bu geçişin sonucunda ortaya çıkan bireysellik formu, liberal bireycilikten farklı olarak istikrarsız, yönsüz ve hızla dönen bir karakter arz eder.

Bauman'a göre bu geçişin temel dinamiği, küreselleşme süreçleriyle de bağlantılı olarak, sabit aidiyetlerin, mekânsal bağlılıkların ve uzun vadeli ilişkilerin anlamını yitirmesidir. Modernliğin rasyonel planlama ideali, yerini esnekleşme, uyum sağlama ve sürekli yeniden uyarılma zorunluluğuna

bırakmıştır. Akışkan modern birey, sürekli yeniden başlanması gereken projelerin içinde sıkışmış; süreklilik, sadakat ve istikrar gibi kavramlar yerini geçicilik, performans ve görünürlük gibi değerlere bırakmıştır (Bauman, 2000; 1998; Sheller & Urry, 2006).

2.2. Belirsizlik, Müphemlik ve Bireysel Yük

Modernity and Ambivalence (2003) adlı eserinde Bauman, modernitenin en temel gerilimlerinden birinin “düzen arayışı” ile “müphemlik üretimi” arasındaki çelişki olduğunu ileri sürer. Modernlik, düzen üretme vaadiyle ortaya çıksa da akışkan modernite bu vaadi yerine getiremez hâle gelmiştir. Çünkü toplumsal kurumlar artık bireyin yaşamına yön verme işlevini büyük ölçüde yitirmiş; birey, kendi yolunu kendi seçmekle yükümlü kılınmıştır. Ancak bu özgürlük, aynı zamanda büyük bir ontolojik yük ve sürekli seçim baskısı yaratmaktadır (Bauman, 2003; Atkinson, 2007).

Belirsizliğin kurumsallaştığı bu düzlemde bireyler, anlam üretiminde tüketim kalıplarına, görünürliğe ve dijital performanslara yönelir. Bauman’a göre bu durum, özgürlüğün değil, “yalnızlaştırılmış öznelliğin” bir tezahürüdür. Neoliberal toplumlarda bireyler, başarı, mutluluk ve kimlik gibi değerlerin sorumluluğunu bütünüyle kendilerine mal etmekte; başarısızlıkları ise yapısal değil kişisel yetersizlik olarak deneyimlemektedir. Böylece birey, özgürleşmiş değil, yalnızlaşmış ve güvencesiz bir varlığa dönüşür (Bauman, 2013; McGuigan, 2014).

2.3. Akışkanlık, Hız ve Zamanın Tüketimi

Bauman’ın analizlerinde zaman, yalnızca bir deneyim değil; aynı zamanda bir tüketim nesnesidir. Akışkan modernite, zamanı “anı yaşa” felsefesiyle örgütlemekte, bireyleri geçmişin anlam katmanlarından ve geleceğin yönlendirici ufkundan koparmaktadır. Bu durum, bireyleri sürekli hazırda olma, hızla karar verme ve seçenekler arasında geçiş yapma baskısı altında tutar. Hız, yalnızca bir teknolojik gelişim göstergesi değil; aynı zamanda bireyin gündelik yaşamındaki varoluşsal bir zorunluluğa dönüşmüştür (Bauman, 2000).

Bauman’ın Modernity and Ambivalence (2003) ile başlayan ve Liquid Modernity (2000) ile sistematikleşen yaklaşımında, zamanın kontrolü ve yönetimi, iktidarın temel araçlarından biri hâline gelmiştir. Zaman, mekâna üstün gelen ve modern iktidar ilişkilerinin yapıtaşı olan bir güçtür (Lee, 2021, s. 4). Ancak akışkan moderniteyle birlikte, bu yapılar çözüldü; zaman artık “taşınabilir” ve “elastik” bir forma büründü. Mark Davis’in (2013) belirttiği gibi, teknolojik araçlarla donatılmış bireyler, zamanı kazanma arzusuyla hareket etseler de giderek daha “aceleci” ve “yüzeysel” bir yaşantı içinde, ekrana bağımlı bir yaşam sürmekte, zamanın hızlanmasıyla birlikte insanî temas giderek azalmaktadır.

Bauman'a göre, akışkan modernite içinde zaman, "anı yaşa" mantığıyla yalnızca bir haz nesnesine indirgenmekle kalmaz, aynı zamanda bireyin kimliğini de parçalar. Bu süreçte birey, sürekli bağlantıda ama derinliksiz ilişkiler içinde yalnızlaşır. Abrahamson'un (2004) yorumladığı gibi, akışkan modernite mekânı aşındırırken, zamanı da bireyin sırtına yük haline getirir; çünkü artık zamanın yapısal bir çerçevesi yoktur; her şey geçici, parçalı ve geçişkendir.

Öte yandan, Raymond Lee (2021) dijital modernitenin, bu likit koşulları yeniden katılaştırdığını ve zamanın artık algoritmik olarak düzenlenen, ölçülebilir ve denetlenebilir bir unsur hâline geldiğini öne sürer. Dijitalleşme, her ne kadar hareketliliği artırıyor gibi görünse de esasen zamanı kodlayan, bireyleri davranış örüntülerine göre sınıflandıran yeni bir "katı" kontrol rejimi yaratmaktadır. Bu noktada, hız, sadece varoluşsal bir zorunluluk değil; aynı zamanda veri üretimi ve gözetim için optimize edilen bir algoritmik düzene dönüşmektedir (Lee, 2021, s. 6–8).

Dolayısıyla Bauman'ın zaman anlayışı, yalnızca bireysel bir deneyimsel yoğunluk olarak değil; aynı zamanda modernitenin farklı evrelerinde – katıdan akışkana ve hatta tekrar katıya dönüşen dijital bir rejime – dönüşerek, bireyin öznelliğini, ilişkilerini ve iktidar mekanizmalarını belirleyen çok katmanlı bir yapı olarak değerlendirilmelidir. Zamanın bu dönüşümü, bireyin seçim yapma özgürlüğü ile seçim yapmak zorunda bırakılması arasındaki ince çizgide, bir özgürlük yanılsaması yaratırken; aynı anda bireyi sonsuz hız, sürekli hazır bulunuşluk ve parçalanmış dikkat ile kuşatır

3. AKIŞKAN TÜKETİM KAVRAMI

Tüketim olgusu, sosyolojik literatürde uzun bir dönem boyunca ekonomik ihtiyaçların karşılanmasına indirgenen araçsal bir faaliyet olarak değerlendirilmişken; günümüzde bireyin kimliğini inşa etme, sosyal konumunu gösterme, duygusal tatmin sağlama ve hatta ontolojik güvenlik arayışına yanıt verme aracı olarak yeniden kavramsallaştırılmaktadır. Bauman (2013), *Consuming Life* adlı eserinde, modernlikten postmodernliğe geçişin tüketim kalıplarını dönüştürmekle kalmadığını; aynı zamanda bireyin özneleşme süreçlerinin de tüketim mantığına göre yeniden biçimlendiğini ileri sürer. Bu bağlamda "akışkan tüketim", sadece mal ve hizmetlerin değil, ilişkilerin, kimliklerin, deneyimlerin ve zamanın da tüketilebilir birer unsur hâline gelmesini ifade eder.

Bauman'a göre, üretim toplumunda bireyler topluma işlevsel roller üzerinden entegre olurken; tüketim toplumunda aidiyet, statü ve anlam üretimi tüketim repertuarı üzerinden sağlanmaktadır. Tüketim artık yalnızca "sahip olmak" değil; aynı zamanda "görünür olmak", "tanınmak" ve "beğenilmek" için gerçekleştirilen bir performansa dönüşmüştür. Bu yeni tüketim biçimi, öznenin yalnızca "ne tükettiğiyle" değil, "nasıl tükettiğiyle" ve "kimin tara-

findan izlendiğiyle” de ilgilidir (Bauman, 2013; Lee, 2005). Bauman’ın tüketim toplumuna dair bu kavramsallaştırması, özellikle kimlik inşası, dijital gösteri, tüketim pratikleri ve bireysel performans ekseninde çok sayıda akademik çalışmada kuramsal çerçeve olarak kullanılmıştır.

Modernite, kimlik inşası, tüketim pratikleri ve zaman algısında köklü dönüşümlere neden olmuş; bu dönüşüm özellikle geç kapitalist toplumlarda bireyin yaşam biçimini yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda tüketim, yalnızca ekonomik bir faaliyet olmaktan çıkmış, bireyin kimliğini kurma, sürdürme ve sunma pratikleriyle iç içe geçmiştir. Alan Warde (1994), tüketimin artık salt ihtiyaçlara dayalı değil, belirsizliklerle örülü bir kimlik politikasıyla ilintili hale geldiğini öne sürmektedir. Ona göre modern toplumda bireyler, artan sosyal farklılaşma ve normatif yönlendiricilerin zayıflaması karşısında tüketim üzerinden kimliklerini kurma eğilimi göstermektedirler. Warde, bu sürecin temelinde bireyin sosyal olarak konumlanmaya yönelik arzusu ve bununla birlikte ortaya çıkan kültürel belirsizliklerin yer aldığını savunur. Tüketim, bu bağlamda hem bireysel hem de kolektif aidiyetlerin yeniden üretildiği bir mecra haline gelmiştir.

Warde’nin analizinde öne çıkan bir diğer tema ise, modernitenin “seçim zorunluluğu” üretmesiyle birlikte bireyin giderek artan ölçüde kendi yaşam tarzlarını tasarlamak zorunda kalmasıdır. Bu durum, bireylerin tüketim pratikleri üzerinden statü, sınıf ve sosyal sermaye gibi toplumsal göstergeleri performe etmelerine neden olmaktadır. Warde, bu süreci normatif düzenin belirsizleşmesi çerçevesinde değerlendirerek, bireyin tüketim yoluyla anlam üretmeye ve kimliğini istikrara kavuşturmaya çalıştığını vurgular. Böylece tüketim yalnızca ekonomik bir faaliyet değil, kültürel bir temsil biçimi olarak da değerlendirilmelidir.

Warde’nin tüketim ve kimlik eksenli analizine karşılık Mark Davis (2013), modernitenin “likit” (liquid modernity) formuna odaklanarak zaman, teknoloji ve toplumsal ilişkiler arasındaki dönüşüm ilişkisini tartışmaktadır. Davis, Bauman’ın likit modernite kavramsallaştırmasından yola çıkarak, dijital teknolojilerin bireyin zaman algısını ve sosyal ilişki biçimlerini nasıl dönüştürdüğünü sorgular. Yeni iletişim teknolojilerinin bireyleri birbirine “bağlama” iddiasına karşın, gerçekte insanları yalnızlaştırdığına ve yüz yüze ilişkilerin yerini dijital ekranlara bıraktığına dikkat çeker. Ona göre modern birey, zaman tasarrufu vaadiyle teknolojiyi daha fazla kullanmakta; fakat sonuçta daha çok meşgul ve aceleci bir hayat sürmektedir.

Davis’in ortaya koyduğu “interaktivite ve interpasivite diyalektiği”, bireyin teknolojiyle kurduğu ilişkiye dair çarpıcı bir çelişkiye işaret eder. İnsanlar, etkileşim halinde olduklarını düşünseler de aslında birçok eylemi otomatikleştirmekte, kendilerini edilgen kılmakta ve düşünsel derinlikten uzaklaşmaktadır. Zamanın giderek hızlanması, bilgiye ulaşımın kolaylaşması gibi

kazanımların yanı sıra Davis, bu hızın bireyin duygusal ve zihinsel sağlığını olumsuz etkileyebileceğini savunur. Bu bağlamda, günümüz dijital kültüründe görülen “sürekli bağlı olma hali”, bireyin anlamlı sosyal bağlar kurmasını engellemekte ve onun yalnız yaşamasına neden olmaktadır.

Tüketim toplumuna yönelik eleştirel yaklaşımlar, özellikle geç modern dönemin bireysellik ve anlam arayışı ile şekillenen yapıları içerisinde, tüketim pratiklerinin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde nasıl yeniden üretiltiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, Andrew Dawson (2011), geç modernlik kuramcıları olan Bauman, Beck, Bourdieu ve Giddens’in kavramsal araçlarını kullanarak, yeni spiritüalizm biçimlerinin nasıl mistifiye edilmiş bir tüketim formuna dönüştüğünü analiz etmektedir. Dawson’a göre, yeni spiritüel arayışlar, bireyin kozmik düzeyde yüceltilmesi üzerinden modern bireyin “egemen benlik” anlayışını yeniden üretmektedir. Bu yeni dini pratikler, bir yandan geç modern toplumun birey merkezli planlama ve öz-yönetime dayalı yapısını teyit ederken, diğer yandan modernitenin materyalist değer sistemini reddeder görünmektedir. Ancak Dawson, bu reddedişin tam bir karşı duruş değil, daha çok “mistifiye edilmiş bir tüketim” biçimi olduğunu savunur. Yeni spiritüel pratikler, maddi nesneleri ve tüketim araçlarını ruhsal anlam üretiminin parçası hâline getirerek hem materyalizmi hem de içsel anlam arayışını aynı potada birleştirmektedir.

Bauman’ın “akışkan modernite” kavramı, geç modernlikte bireylerin, kurumların ve iktidar yapıların sürekli değişen, istikrarsız ve öngörülemez bir toplumsal düzlemde varlık göstermesini tarif eder. Bu kavram, modernitenin sağlam, öngörülebilir ve rasyonel yapısına karşı bir çözülüşün ve dönüşümün göstergesi olarak ele alınır. Raymond L. M. Lee (2005), Bauman’ın bu yaklaşımını kalkınma söylemiyle ilişkilendirerek “akışkan modernite”nin özellikle modernleşme süreçlerine içkin olan yapısal dayanıklılık, rasyonelleşme ve kurumsal istikrar gibi idealleri nasıl çözücü bir etki yarattığını tartışır. Lee’ye göre, gelişmekte olan toplumlar için kalkınma, genellikle katı ve kurumsallaşmış yapılar kurmakla özdeşleşirken; Bauman’ın modernitenin giderek likitleşmesi yönündeki vurgusu, bu yapılar üzerine inşa edilen kalkınma tahayyüllerini geçersiz kılar. Akışkan modernitenin getirdiği bireysel belirsizlik, mobilite ve sürekli değişim, kalkınmanın temelindeki çizgisel ilerleme anlayışıyla çelişmektedir (Lee, 2005).

Lee, bu bağlamda, postmodernitenin çözümleyici ama yapı kurmaktan kaçınan yaklaşımına alternatif olarak Bauman’ın sunduğu “akışkan modernite” kavramının hem değişim hem de süreklilik içeren bir yapıyı anlamak için daha elverişli olduğunu savunur. Özellikle küresel kapitalizmin akışkan doğası, sermaye hareketlerinin sınırsızlığı ve bireysel sorumluluğun artan baskısı, kalkınmayı hem olanaksız hem de sürekli ertelenen bir hedef haline getirir. Bu nedenle “kalkınma” artık sabit bir nihai amaç değil, sürekli değişen ve çözülen bir sürecin adıdır. Akışkanlık, kalkınma söylemini de içeriden

aşındırır ve onun hem zamansal çizgiselliğini hem de yapısal bütünlüğünü kırar (Lee, 2005).

Bauman ile Mark Haugaard arasında gerçekleşen diyaloga dayanan çalışmada ise, akışkan modernite bağlamında iktidar ilişkileri çözümlemeye tabi tutulur. Bauman, klasik modernitede iktidarın merkezileşmiş, bürokratik ve gözetim temelli bir yapı arz ettiğini, buna karşın akışkan modernitede iktidarın artık dağınık, görünmez ve “belirsizlik üretimi” üzerinden işlediğini belirtir. Bu yeni iktidar biçimi, bireyleri açıkça zorlamaz; aksine onları sürekli seçim yapmaya, esnek olmaya ve kendilerini yeniden yapılandırmaya iter. Haugaard’ın ifadesiyle bu, panoptik gözetimin yerini “sinoptik baştan çıkarıcılık” stratejilerine bırakmasıdır. Akışkan modern iktidar, bireylerin ontolojik güvensizliklerini artırarak, onları sürekli performans göstermeye zorlar ve bu durum modern yönetim biçimlerinin içkin bir dönüşüm geçirdiğini gösterir (Bauman & Haugaard, 2008).

Bu dönüşüm, iktidar ile birey arasındaki ilişkinin de doğasını değiştirir. Artık bireyler, yönetenler tarafından doğrudan yönetilmekten çok, belirsizlik içinde karar almaya zorlanmakta ve kendi kendilerini yönetmeye teşvik edilmektedirler. Bu yönüyle akışkan modernite, iktidarın yalnızca bir baskı aracı değil, aynı zamanda bir biçimlendirme teknolojisi olarak işlediğini gösterir. İktidar, bireyin iç dünyasını hedef alarak, davranışlarını dolaylı ve gönüllü biçimlerde biçimlendirir (Bauman & Haugaard, 2008). Bu çerçevede Bauman’ın modernlik eleştirisi, yalnızca toplumsal yapıları değil, bireysel varoluşun ve öznenin şekilleniş biçimlerini de sorunsallaştırır.

Toplumların gündelik yaşam deneyimleri, bireylerin kamusal alandaki karşılaşmalarından tüketim tercihlerine kadar geniş bir yelpazede şekillenmektedir. Bu bağlamda, bireysel davranışların sosyolojik temellerini anlamaya yönelik çalışmalar hem mikro etkileşimleri hem de makro tüketim dinamiklerini açıklamaya çalışmaktadır.

Bauman’ın Chris Rojek ile yaptığı söyleşide (2004), tüketim toplumunun bireyleri artık üretici değil, esas olarak tüketici olarak “çağırdığını” vurgular. “Tüketici sendromu” olarak adlandırdığı bu durum, anlık tatmin arzusu ve geçiciliğin kalıcılığın önüne geçmesiyle karakterize edilmektedir. Bauman, Veblen’in gösteriş tüketimi anlayışından farklı olarak, günümüzde tüketimin araçsal değil, ototelik (kendi için) bir değer kazandığını savunur. Bu yaklaşım, bireylerin değer görme biçimlerinin, sosyal kabul ve dışlanma dinamiklerinin tüketim performanslarına dayalı olarak kurulduğu bir toplumsal yapı resmetmektedir. Bu bağlamda, kamusal yaşamda bireylerin konumları, sadece maddi yeterliklerinden değil, “doğru tüketici” olabilme kapasitelerinden de etkilenmektedir.

Konut sahipliği algısını genç bireyler üzerinden inceleyen Rowlands ve Gurney (2000), gençlerin konut tercihlerinin ve kiracılığa yönelik önyargıla-

rının kültürel ve sosyal bir sosyalleşme süreciyle oluştuğunu savunur. Çalışmada, Bourdieu'nün "habitus" kavramı ile Bauman'ın "kusurlu tüketici" kavramı birlikte kullanılarak, gençlerin konut tercihleri yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel sermaye ve sınıfsal aidiyetlerle şekillenen tüketim pratikleri olarak değerlendirilir. Gençlerin ev sahipliğini idealize etmeleri ve kiracıları "sorunlu" olarak görmeleri, çocukluktan itibaren edindikleri sembolik kodlarla ilgilidir. Bu da konutun, yalnızca barınma değil, aynı zamanda kimlik ve sosyal konum göstergesi olarak işlev gördüğünü ortaya koyar.

Bu çalışmalar birlikte ele alındığında, bireylerin gündelik yaşam deneyimlerinin yalnızca rasyonel seçimler ya da ekonomik zorunluluklarla açıklanamayacak kadar çok katmanlı olduğu görülmektedir. Korku, öfke, tiksinti, arzu ve ayrımcılık gibi duyguların sosyalleşme süreçleriyle birleşerek sosyal düzenin yeniden üretiminde merkezi rol oynadığı anlaşılmaktadır.

3.1. Tüketicinin Metalaşması ve Kendini Sunum

Akışkan modernitede birey yalnızca tüketici değil, aynı zamanda bir metadır. Sosyal medya, dijital platformlar ve görsellik merkezli etkileşim biçimleri, bireyin sürekli olarak kendini tanıtmak, sergilemek ve güncellemek zorunda olduğu bir varoluş biçimini teşvik eder. Bauman'ın ifadesiyle, "sürekli vitrine çıkan, teşhir edilen ve güncellenen benlik", akışkan tüketimin en karakteristik örneklerinden biridir (Bauman, 2013). Holt'un (1995) "deneyimsel tüketim" kavramı da bu bağlamda önemlidir; tüketim artık mallar üzerinden değil, deneyimler ve anlatılar üzerinden anlam kazanmaktadır.

Bu bağlamda birey, kimliğini tükettikleri üzerinden kurar: seyahat edilen yerler, paylaşılan görseller, dinlenen müzikler, okunan kitaplar ya da sahip olunan ürünler, bireyin dijital benliğinin yapıtaşlarıdır. Tüketim, böylece yalnızca ihtiyaçları karşılama değil; kimlikleri kurma, sosyal sermayeyi yeniden üretme ve statü imalarını sunma işlevi taşır (Lee, 2005).

3.2. Mallar, Kimlik ve Simgesel Sermaye

Bauman'a göre, akışkan tüketim rejimi içerisinde nesnelerle kurulan ilişki de dönüşmüştür. Artık tüketim nesneleri, uzun vadeli sahiplik değil; kısa süreli deneyimler, imajlar ve geçici tatminler için tercih edilmektedir. "Sahip olmanın" yerini "erişmek" ve "deneyimlemek" almıştır. Airbnb, Uber veya Spotify gibi dijital platformlar, bu dönüşümün pratik karşılıklarıdır.

Bu bağlamda tüketim, simgesel sermayenin yeni bir dolaşım biçimine bürünmesini sağlar: bireyler neyi tükettikleri kadar nasıl tükettikleriyle de toplumsal konumlarını yeniden üretirler. Tüketim nesneleri, artık sınıfsal konumlanmaların sabit göstergeleri olmaktan çıkar; sürekli değişen ve yeniden kodlanan imgeler hâline gelir. Lee (2005), bu durumu kültürel kodların metalaşması olarak tanımlar; anlam, estetik ve kültürel değerler de artık piyasada dolaşıma giren ve tüketilen öğelerdir.

Bu dönüşüm, yalnızca bireylerin tüketim nesneleriyle kurduğu ilişkinin değişimiyle sınırlı değildir; aynı zamanda dijital platformlar aracılığıyla kentsel mekânın, kültürel değerlerin ve toplumsal aidiyetlerin de yeniden kodlanmasını içermektedir. Törnberg (2022), Airbnb örneği üzerinden geliştirdiği “platform mekân üretimi” (platform placemaking) kavramıyla, dijital tüketim kültürünün yalnızca kısa vadeli konaklama hizmetlerini değil, aynı zamanda “otantik” kentsel deneyimlerin pazarlanmasını da içerdiğini ortaya koyar. Airbnb üzerinden sunulan bu deneyimler, kullanıcıların simgesel sermayelerini artırmalarına olanak tanırken; yerel halkın mekâna dair aidiyet duygularını zayıflatmakta, “yer”i bir turistik metaya dönüştürmektedir. Böylece tüketim, yalnızca maddi nesnelerle değil; aynı zamanda deneyimlenebilir kimliklerle, kültürel farklarla ve temsil biçimleriyle ilişkilendirilir.

Bu bağlamda, görselliğin ve dilin tüketim ekonomisindeki rolü de dönüşmektedir. Kelly-Holmes (2014), “linguistic fetish” kavramı ile dillerin iletişimsel değil, simgesel ve görsel değerleri nedeniyle tüketildiğini savunur. Artık bir dilin ne söylediğinden çok, nasıl görüldüğü ve hangi kültürel çağrışımları uyandırdığı önemlidir. Bu durum, özellikle küresel tüketim pratiklerinde bazı dillerin stilize öğeler olarak kullanılmasına; dillerin, kimlik ve otantiklik üretiminin estetik bileşenleri hâline gelmesine neden olmaktadır. Airbnb gibi platformlar, kullanıcılarını yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda dilsel ve kültürel düzeyde de birer “anlatı yatırımcısı” olarak konumlandırarak bu simgesel üretime dahil eder.

3.3. Akışkanlık, Hız ve Tatminsizlik Döngüsü

Akışkan tüketim, hızla devinen ve sürekli yeniyi arayan bir tüketici figürü üretir. Tüketim süreci, tatmin getirmekten çok, yeni bir arzuyu tetikleyen, hiç bitmeyen bir arayış hâlini alır. Bauman’a göre bu durum, bireyi sürekli yetersiz hissettiren bir yapıya sahiptir; zira tüketilen hiçbir nesne, deneyim ya da ilişki, kalıcı tatmin sağlamaz. Bu nedenle tüketici, her yeni deneyimde, öncekinin sağlayamadığı doyumunu arar (Bauman, 2013).

Tüketim rejiminin dönüşen yapısı, Bauman’ın kavramsallaştırdığı “akışkan modernite” bağlamında değerlendirildiğinde, bireyin sürekli devinim hâlinde olduğu bir tüketici figürünün ortaya çıktığı görülmektedir. Bu figür, tatmin peşinde değil, arzusunun sürekli yeniden üretildiği bir döngüde var olur. Tüketim, artık sonlanan bir ihtiyaç karşılaması değil; ucu açık bir arzu üretim süreci hâline gelmiştir. Bauman’a göre, modernite içinde kökleşmiş ihtiyaç temelli tüketim, yerini önce arzuya, sonra ise daha da amorf bir biçim olan “dileğe” bırakmıştır. Dilek, tüketiciyi bir nesneye yöneltmekten çok, sürekli başka olasılıkların peşinde sürükleyen, hiç doymayan bir tatmin arayışını tetikler. Bu dönüşüm, bireyin tüketim yoluyla hiçbir zaman yeterli hissedememesine neden olur; çünkü tüketilen hiçbir nesne, deneyim ya da ilişki kalıcı bir doyum sağlamaz (Bauman, 2000; Lee, 2005). Nitekim Lee (2005:

70), tüketicilerin heyecan verici nesnelerden bir diğerine sürüklendiğini ve bu döngünün hiç solmayan bir uyarılma hâli yarattığını belirtir. Bu bağlamda, tüketim süreci bireyi yalnızca nesnelere değil, aynı zamanda kendi yetersizliğine de bağlayan bir yapı üretir; her yeni deneyim, bir öncekinde eksik kalan doyumun telafisi umuduyla gerçekleştirilir.

4. AKIŞKAN TÜKETİMDE KİMLİK, İLİŞKİLER VE MALLARLA KURULAN YENİ BAĞLANTILAR

Akışkan modernite, bireyin kendilik deneyimini ve sosyal bağlarını kökten dönüştüren bir zemin sunar. Bu dönüşümün merkezinde tüketim yer almaktadır. Bauman'a göre tüketim, artık yalnızca nesneleri edinmeye değil; bireyin kimliğini kurmaya, ilişkiler kurmaya ve varoluşsal bir tutarlılık duygusu geliştirmeye yöneliktir (Bauman, 2013). Bu bağlamda tüketim, sabit kimlik kategorilerinin yerini sürekli değişen, uyarlanan ve sergilenen kimlik formlarına bırakmasını sağlayan akışkan bir özneleşme stratejisi olarak işler.

4.1. Tüketim Yoluyla Kimlik İnşası

Modernliğin erken dönemlerinde kimlik; sınıf, cinsiyet, etnisite ve ulus gibi sabit kategoriler üzerinden inşa edilirken; akışkan modernite koşullarında kimlik, bireyin tercihlerine, beğenilerine ve tüketim repertuarına bağlı olarak şekillenmektedir. Bauman (2000; 2013), bu durumu “yaşam tarzı mühendisliği” olarak tanımlar. Birey, bir kimliğe sahip olmak için değil, bir kimliği performe etmek için tüketir. Bu kimlik performansının sahnesi ise sosyal medya gibi dijital mecralardır. Instagram'daki bir kahve fotoğrafı, Spotify'da paylaşılan bir şarkı listesi ya da kitap rafı görseli, artık bireyin tüketimle kurduğu kimliğin iletişimsel kodlarıdır (Lee, 2005).

Holt'un (1995) vurguladığı gibi, tüketiciler artık sadece ürünleri değil, bu ürünlerle birlikte gelen anlam paketlerini ve anlatıları da tüketmektedir. Bu anlatılar, bireyin öz-kurgusunun temel yapıtaşları hâline gelir. Tüketim, böylelikle bireyin sosyal konumunu göstermekten çok, sürekli yeniden kurmak zorunda olduğu bir kimlik çalışmasına dönüşür.

4.2. Sosyal İlişkilerin Metalaşması ve Geçiciliği

Akışkan tüketim yalnızca nesnelere değil, sosyal ilişkilere de sirayet eder. Bauman (2003, 2013), akışkan çağın bireylerinin sosyal bağlarını “cepte taşınabilir ilişkiler” olarak tanımlar. Bu ilişkiler kalıcı bağlılıklar üzerine değil; kullanım değerine, faydaya ve performansa dayalı olarak kurulur. Tinder gibi flört uygulamaları, takipçi listeleri, mesajlaşma alışkanlıkları ve arkadaşlıkların “görünürlük” üzerinden yeniden tanımlanması, bu dönüşümün güncel örneklerindendir.

Bu dönüşüm yalnızca sosyolojik bir çözülme değil, aynı zamanda teknolojik bir yönlendirmeye de beslenmektedir. Sherry Turkle (2011), dijital

çağın bireylerinin yüz yüze ilişkilerdeki karmaşıklıktan kaçarak, dijital platformlarda denetlenabilir ve kurgulanabilir bir iletişim konforuna yöneldiğini belirtir. Turkle'a göre bireyler artık bağlantıda olmayı tercih etmekte, bu da derin ilişkilerin yerini geçici ve performatif etkileşimlere bırakmaktadır. Böylece ilişkiler, Bauman'ın da vurguladığı gibi, kalıcılıktan uzak, taşınabilir, gerektiğinde kapatılıp yeniden açılabilen birer uygulamaya dönüşmektedir.

4.3. Mallarla Kurulan Yeni Bağlar: Deneyim, Anlam ve Erişim

Akışkan tüketim rejiminde mallarla kurulan ilişki biçimi de köklü bir değişim geçirmiştir. Lee (2005), tüketim nesnelerinin artık sahip olunacak değil, geçici olarak erişilecek deneyim araçları hâline geldiğini savunur. Spotify'da bir albüm dinlemek, Netflix'te bir diziyi izlemek ya da Airbnb'de kısa süreli konaklamak; kalıcılığın değil, erişimin ve deneyimin değerli hâle geldiğini göstermektedir.

Bauman'ın analizinde bu durum, bireyin nesnelerle kurduğu ilişkinin bağ kurma değil, temas etme üzerine kurulması anlamına gelir. İlişkiler gibi nesnelerle kurulan bağlar da dokun-geç biçiminde, kalıcılıktan arındırılmış hâlde var olur. Bu, bir yandan bireye seçenekler sunarak özgürlük hissi verirken; diğer yandan süreklilik, derinlik ve anlamlılık gibi değerlerin aşındırılmasına yol açar (Bauman, 2013).

5. BELİRSİZLİKLE BAŞA ÇIKMA STRATEJİSİ OLARAK TÜKETİM: ONTOLOJİK GÜVENSİZLİK VE FLAWED CONSUMER

Modernliğin katı formlarında bireyin yaşamı, belirli toplumsal roller, kurumlar ve değer sistemleri aracılığıyla yönlendirilirken; akışkan modernite, bireyi bu yönlendirici yapılardan mahrum bırakmış, bunun yerine bireyin kendisini sürekli yeniden tanımlamak zorunda olduğu bir özneleşme süreci üretmiştir. Bu dönüşüm, bireyde derin bir ontolojik güvensizlik doğurur. Bauman'a göre, bu güvensizlik yalnızca kurumsal çözülmenin değil; aynı zamanda bireyin varoluşunu anlamlandırma biçimlerinin zayıflamasının da bir sonucudur (Bauman, 2000; 2013). Bu bağlamda tüketim, belirsizliğin neden olduğu varoluşsal kaygılarla başa çıkmanın merkezi bir stratejisine dönüşür.

5.1. Ontolojik Güvensizlik ve Tüketicinin Psikososyal İşlevi

Anthony Giddens'in (1990) "ontolojik güvenlik" kavramı, bireyin yaşamı anlamlı ve süreklilik arz eden bir anlatı olarak kurabilme kapasitesine işaret eder. Ancak akışkan modernite, bu anlatıyı destekleyecek süreklilik koşullarını ortadan kaldırdığı için, bireylerin bu güvenliği kendi çabalarıyla inşa etmesi gerekir. Bauman (2013), bu durumu "kendi kimliğinin girişimcisi olmak" zorunda bırakılma biçiminde tanımlar. Bu girişimcilik, tüketim aracılığıyla gerçekleştirilir: birey kimliğini, değerini ve görünürlüğünü tüketim nesneleri üzerinden kurar.

Tüketim, bu bağlamda, yalnızca haz odaklı bir faaliyet değil; varoluşsal bir tampon mekanizmadır. Belirsizlik karşısında birey, tüketerek zamanını doldurur, kaygılarını bastırır, yalnızlığını görünürlükle telafi eder. Bauman'ın alışveriş merkezlerinde anlam arayan birey metaforu, bu psikososyal yönelimi çarpıcı biçimde ifade eder. Akışkan tüketim, bireyin anlam yitimi karşısında sarıldığı bir “düzen yanılması” sunar.

5.2. Flawed Consumer: Tüketemeyenlerin Dışlanması

Bauman'ın önemli katkılarından biri, tüketim toplumunda bireylerin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda “ahlaki olarak” da tüketebilir olmaları gerektiğini vurgulamasıdır. Akışkan modernite, bireyden sürekli güncel kalmasını, yeni olanı arzuyla takip etmesini, görünür olmasını ve performatif bir şekilde varlık göstermesini talep eder. Bu talepleri karşılayamayan bireyler, Bauman'ın deyiimiyle “kusurlu tüketiciler” (flawed consumers) olarak etiketlenir (Bauman, 2013).

Kusurlu tüketici, sistemin dışına itilmiş, tüketim döngüsüne tam olarak entegre olamayan bireydir. İşsiz, yaşlı, engelli, mülteci ya da düşük gelirli bireyler, sistemin üretmediği ama tolere de etmediği figürlerdir. Bu bireyler hem ekonomik hem de sembolik düzeyde dışlanırlar.

Lee (2005), bu durumun neoliberal sistem açısından işlevsel olduğunu vurgular: tüketemeyen bireyin görünürlüğü azaltılır, sesi kısılır, yetersizlik üzerinden suçlaştırılır. Böylece tüketim toplumunun normatif yapısı tahkim edilir.

5.3. Tüketim, Belirsizlik ve Sosyal Dışlanma Üçgeni

Akışkan tüketim rejimi, bireyleri yalnızca arzularına göre değil; aynı zamanda tüketim kapasitelerine göre sınıflandırır. Tüketim, bireyin sosyal kabul düzeyini, görünürlüğünü ve değerliliğini belirleyen bir ölçüt hâline gelir. Bu nedenle tüketememek, sadece ekonomik bir eksiklik değil; ahlaki, toplumsal ve kişisel bir başarısızlık olarak kodlanır (Bauman, 2013). Bu durum, bireyler arasında yapay bir “değerlilik hiyerarşisi” yaratır.

Bauman, akışkan modern toplumları “kullan-at ilişkiler toplumu” olarak niteler. Bu toplumda yalnızca ürünler değil, bireyler, ilişkiler, değerler ve hatta yaşam hikâyeleri de kolaylıkla gözden çıkarılabilir. Böylece belirsizlikle başa çıkma aracı olarak işleyen tüketim, aynı zamanda daha büyük bir belirsizliğin yeniden üreticisi hâline gelir: birey, tatmin olmamakla kalmaz, aynı zamanda yetersizlik, başarısızlık ve değersizlik duygularıyla da yüzleşir.

6. TARTIŞMA: TÜKETİMİN GELECEĞİ VE AKIŞKAN MODERNLİĞİN AÇMAZLARI

Bauman'ın akışkan modernite kuramı, çağdaş toplumun dönüşen yapısal dinamiklerini anlamlandırmak için güçlü bir kuramsal çerçeve sunar. Bu

çerçevede tüketim, yalnızca maddi nesnelerin edinilmesi değil; kimliğin kurulması, sosyal ilişkilerin şekillenmesi, bireysel anlam arayışının sürdürülmesi ve hatta varoluşsal kaygıların yönetilmesiyle iç içe geçmiş çok katmanlı bir pratiktir. Ancak bu çok işlevli yapı, aynı zamanda ciddi çelişkiler, gerilimler ve açmazlar üretmektedir. Bu bölümde, akışkan tüketimin birey-toplum ilişkisi, dayanışma kültürü, çevresel sürdürülebilirlik ve etik özneleşme açısından yarattığı sorunlar tartışılacaktır.

6.1. Bireysel Özgürlük mü, Kurgulanmış Bağımlılık mı?

Bauman'ın analizinde dikkat çeken en temel açmaz, tüketimin bireysel özgürlük ve özneleşme aracı olarak sunulması ile bireyi yeni türden bir bağımlılık ilişkisine sokması arasındaki çelişkidir. Akışkan modern toplumlar bireylere sınırsız seçim özgürlüğü sunar gibi görünse de bu özgürlük çoğu zaman piyasaya entegre edilmiş tercih setlerinin sınırları içinde gerçekleşir. Tüketim, bir özneleşme alanı gibi görünse de aslında bireyi sürekli güncelleme, sergileme ve performans gösterme zorunluluğuna hapseder (Bauman, 2013; Lee, 2005).

Bu çelişki, bireyin seçim yapma sorumluluğunu artırırken, seçenekler arasında kaybolmasına da neden olur. Kimlik artık inşa edilmesi gereken bir proje değil, başarılması gereken bir performansa dönüşür. Bu da birey üzerinde sürekli bir yetersizlik hissi, tatminsizlik ve tükenmişlik üretir. Böylece tüketim, özgürleştirmek yerine bireyi performatif varoluş kalıplarına mahkûm eder.

6.2. Dayanışmanın Çözülmesi ve İlişkisel Yüzeysellik

Akışkan tüketim, sadece bireyle nesneler arasındaki ilişkiyi değil; bireyler arası ilişkileri de geçicilik ve faydacılık temelinde dönüştürmektedir. Bauman'ın "cepte taşınabilir ilişkiler" kavramı, bu yeni ilişkisel yapının kırılganlığını betimler. Bu yapıda ilişkiler, derinlikten yoksun, hızla kurulan ve kolayca sonlandırılabilen geçici bağlantılara dönüşmüştür. Bu durum, yalnızca bireysel yalnızlaşmayı artırmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal dayanışma, güven ve kolektif sorumluluk gibi değerlerin de aşınmasına neden olur.

Tüketim temelli ilişkilerde ötekiyle kurulan bağ, koşulludur: değer, karşılıklı faydaya ve görünürliğe dayanır. Bu nedenle hem sosyal bağların zayıflaması hem de kolektif taleplerin şekillenememesi söz konusudur. Bauman'a göre bu çözülme, "toplum"un yerini "ağlar"ın aldığı yeni bir sosyallik biçimini doğurur; bu ağlar ise bağlayıcı değil, dağıtıcıdır.

6.3. Sürdürülemezlik ve Etik Yorgunluk

Akışkan tüketim yalnızca bireysel ve toplumsal düzlemde değil, ekolojik ve etik düzeyde de ciddi sorunlar üretmektedir. Sürekli yeniyi arzulatma mantığı, üretim-tüketim zincirini hızlandırmakta, çevresel kaynakları aşırı

tüketmekte ve küresel ölçekte ekolojik krizleri derinleştirmektedir. Tüketim toplumunun ideali olan “tükenmeden tüket” mottosu, gezegenin doğal sınırlarıyla çatışmaktadır (Bauman, 2013).

Aynı zamanda bireylerin maruz kaldığı “etik yorgunluk” da dikkat çekicidir. Tüketici, bir yandan çevreye, hayvan haklarına, emek sömürsüne duyarlı olması beklenen etik bir özneye dönüştürülürken; diğer yandan bu duyarlılığı sürdürecektir yapısal desteklerden yoksundur. Birey, yalnızca tüketimle değil, aynı zamanda etikle de baş başa bırakılmıştır. Bu durum, yapısal olanın bireysel sorumluluk kisvesi altında görünmez kılınması anlamına gelir.

6.4. Tüketicinin Geleceği: Direniş Olasılıkları ve Alternatifler

Bauman’ın analizleri, tüketim toplumunun karamsar bir portresini çizse de aynı zamanda bu tabloya karşı direniş olanaklarını düşünmek için de teorik zemin sunar. Özellikle “yavaş yaşam” hareketleri, “minimalizm” eğilimleri, “onarıcı tüketim pratikleri” ve kolektif üretim modelleri, tüketim toplumuna karşı etik ve ekolojik alternatiflerin geliştirilebileceğini göstermektedir.

Ancak bu alternatiflerin birer “niş” tercih olmaktan çıkıp yapısal dönüşüm sağlayabilmesi için, sadece bireysel farkındalık değil; politik irade, kurumsal yeniden yapılanma ve kültürel değişim gerekmektedir. Tüketicinin geleceği, yalnızca neyin tüketileceğiyle değil; nasıl ve neden tüketileceğiyle de şekillenecektir.

SONUÇ

Bu kitap bölümü, Zygmunt Bauman’ın akışkan modernite kuramı çerçevesinde, tüketim olgusunun bireysel, toplumsal ve yapısal düzlemlerde nasıl yeniden biçimlendiğini çok katmanlı bir analizle ele almıştır. Tüketicinin yalnızca ekonomik ihtiyaçları karşılayan araçsal bir faaliyet değil; aynı zamanda bireyin kimlik inşası, ontolojik güvenlik arayışı, sosyal kabul ve aidiyet üretimi gibi süreçlerin merkezinde konumlandığı gösterilmiştir. Bu bağlamda tüketim, modern öznenin varoluşsal koşulu hâline gelmiş, gündelik yaşamın anlamlandırılmasında temel bir yapı taşı olarak işlev görmeye başlamıştır.

Bauman’ın çalışmaları, üretim toplumundan tüketim toplumuna geçişin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda psikososyal bir dönüşümü de beraberinde getirdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle Consuming Life (2013) ve Liquid Modernity (2000) gibi eserlerde dile getirilen “akışkan tüketici” tipi, sabit kimliklerden uzaklaşmış, sürekli güncellenen, performansla dayalı bir benlik inşasını temsil eder. Bu dönüşüm, Holt’un (1995) deneyimsel tüketim tipolojisiyle kesişmekte; tüketimin artık yalnızca ürünlerle değil, anlam paketleri ve anlatılarla birlikte tüketildiği bir çerçeve sunmaktadır.

Tüketimin kimlik inşasıyla olan ilişkisi, Warde'in (1994) belirsizlik koşullarında bireylerin tüketim yoluyla kimliklerini inşa etmeye yöneldikleri yönündeki saptamalarıyla desteklenmiştir. Warde'in analizleri, normatif yönlendiricilerin zayıfladığı geç modern toplumlarda tüketimin, bireysel ve kolektif aidiyetlerin kurucu ögesi hâline geldiğini ortaya koymuştur. Tüketim, bireyin sınıfsal konumunu yeniden üretmesine, sosyal sermayesini görünür kılmasına ve sembolik anlamlar yaratmasına olanak tanıyan bir temsil biçimine dönüşmüştür.

Bauman'ın "kusurlu tüketici" (flawed consumer) kavramı, tüketim toplumunun dışlayıcı doğasına işaret eder. Lee'nin (2005) neoliberal sistemde tüketemeyen bireylerin görünmezleştirilmesini, suçlulaştırılmasını ve sembolik olarak değersizleştirilmesini vurgulayan çalışması, bu dışlanmanın yalnızca maddi değil, kültürel ve etik boyutlarını da açığa çıkarmaktadır. Aynı zamanda Dawson'ın (2011) mistifiye edilmiş spiritüel tüketim biçimlerine ilişkin saptamaları, tüketimin yalnızca dünyevi değil, "içsel anlam" arayışlarının da merkezi hâline geldiğini göstermektedir.

Zaman, mekân ve ilişki biçimlerinin tüketim rejimi içinde nasıl dönüştüğü hem Bauman'ın teorik çerçevesinde hem de Turkle (2011), Davis (2013) ve Lee (2021) gibi çağdaş araştırmacıların katkılarıyla detaylandırılmıştır. Turkle'in dijital çağda bireyin "bağlantıda kalma" eğilimi üzerinden derin ilişkilerden kaçınmasına, Davis'in zamanın hızlanmasının bireyin yalnızlaşmasına ve yüzeyselleşmesine neden olduğuna dair vurguları; Bauman'ın anı yaşa mantığıyla kurgulanan varoluşsal hız ve tatminsizlik döngüsünü destekler niteliktedir. Zamanın tüketim nesnesi hâline gelişi, bireyin hem kimliğini hem ilişkilerini hem de gündelik hayat deneyimini geçicilik üzerine kurmasına yol açmaktadır.

Tüketim aynı zamanda mekânı, dili ve kültürel değerleri de yeniden kodlamaktadır. Törnberg'in (2022) "platform mekân üretimi" kavramı, tüketimin yalnızca nesnelerle değil, deneyimlenebilir kimliklerle ve "otantik" temsillerle ilişkilendiğini göstermektedir. Kelly-Holmes'un (2014) "linguistic fetish" kavramsallaştırması da dillerin artık iletişimsel işlevlerinden çok estetik ve simgesel değerleriyle tüketildiğini savunarak, kültürel kodların metalaşmasına dair tartışmaları derinleştirmektedir.

Tüm bu analizler, akışkan modernitenin bireyi hem özneleştirir hem de denetleyen yapısını gözler önüne sermektedir. Tüketim, bireyi özgür seçimler yapmaya çağırırken; aynı anda onu belirli tüketim kalıplarına uymaya zorlayan bir disiplin teknolojisine dönüşmektedir. Bu nedenle tüketim, Bauman'ın ifadesiyle hem bir özgürlük yanılsaması hem de bir zorunluluk rejimidir. Kimlik, ilişki ve değer üretimi tüketim üzerinden biçimlendiğinde, birey sürekli güncellenmesi gereken, tatminsiz ve parçalanmış bir varlık hâline gelir.

Bu kitap bölümü tüketimi yalnızca sosyolojik bir kategori olarak değil; aynı zamanda çağdaş bireyin ontolojik deneyimini, toplumsal dışlanmayı, kültürel temsil biçimlerini ve etik krizleri anlamak için bir analiz düzlemi olarak ele almıştır. Bauman'ın uyarısı açıktır: Eğer tüketim, bireyin değerini, varlığını ve kabulünü belirleyen yegâne kriter hâline gelirse; toplumsal hayat “tek kullanımlık” ilişkiler, kimlikler ve değerler üzerine inşa edilecektir. Bu nedenle, tüketim rejiminin doğurduğu krizleri anlamak kadar; alternatif yaşam biçimleri, dayanışmacı ilişkiler ve yapısal dönüşüm olanaklarını tartışmak da acil bir kuramsal ve toplumsal sorumluluktur.

KAYNAKÇA

- Abrahamson, P. (2004). Bauman on contemporary welfare society. *Acta Sociologica*, 47(2), 171–179. <https://doi.org/10.1177/0001699304043854>
- Atkinson, W. (2007). Beck, individualization and the death of class: A critique 1. *The British journal of sociology*, 58(3), 349–366.
- Bauman, Z. (1998). *Globalization: The human consequences*. Columbia University Press.
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve müphemlik* (İ. Türkmen, Çev.). Ayrıntı Yayınları. (Orijinal eser 1991)
- Bauman, Z. (2004). *Work, consumerism and the new poor*. McGraw-Hill Education (UK).
- Bauman, Z. (2013). *Consuming life*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2020). *Akışkan modern dünyadan 44 mektup* (İ. Türkmen, Çev.). *Habitus Kitap*. (Orijinal eser 2010)
- Bauman, Z., & Haugaard, M. (2008). Liquid modernity and power: A dialogue with Zygmunt Bauman. *Journal of Power*, 1(2), 111–130. <https://doi.org/10.1080/17540290802227536>
- Davis, M. (2013). Hurried lives: Dialectics of time and technology in liquid modernity. *Thesis Eleven*, 118(1), 7–18. <https://doi.org/10.1177/0725513613500268>
- Dawson, A. (2011). Consuming the self: New spirituality as “mystified consumption”. *Social Compass*, 58(3), 309–315. <https://doi.org/10.1177/0037768611412137>
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Holt, D. B. (1995). How consumers consume: A typology of consumption practices. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 1–16. <https://doi.org/10.1086/209431>
- Kelly-Holmes, H. (2014). Linguistic fetish: The sociolinguistics of visual multilingualism. In D. Machin (Ed.), *Visual Communication* (pp. 135–152). University of Limerick. <https://hdl.handle.net/10344/4400>
- Lee, R. L. M. (2005). Bauman, liquid modernity and dilemmas of development. *Thesis Eleven*, 83(1), 61–77. <https://doi.org/10.1177/0725513605057137>
- Lee, R. L. M. (2021). Time, space, and power in digital modernity: From liquid to solid control. *Time&Society*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1177/0961463X211016781>
- McGuigan, J. (2014). The neoliberal self. *Culture Unbound*, 6(1), 223–240.
- Rojek, C. (2004). The consumerist syndrome in contemporary society: An interview with Zygmunt Bauman. *Journal of consumer culture*, 4(3), 291–312.
- Rowlands, R., & Gurney, C. M. (2000). Young peoples’ perceptions of housing tenure: A case study in the socialization of tenure prejudice. *Housing, Theory and Society*, 17(3), 121–130. <https://doi.org/10.1080/14036090051084423>

- Sheller, M., & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and planning A*, 38(2), 207-226.
- Törnberg, P. (2022). Platform placemaking and the digital urban culture of Airbnbification. *Urban Transformations*, 4(3). <https://doi.org/10.1186/s42854-022-00032-w>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Warde, A. (1994). Consumption, identity-formation and uncertainty. *Sociology*, 28(4), 877-898. <https://doi.org/10.1177/0038038594028004005>



YOUTUBE'DA TÜRKÇE BİLİM İLETİŞİMİ: MODELLER, HEDEF KİTLELER VE İÇERİK ÇEŞİTLİLİĞİ

“ ”

Ahmet YILDIZ¹

¹ Harran Üniversitesi, Siverek Meslek Yüksekokulu

Giriş

Bilim iletişimi, modern toplumlarda bilimin yalnızca uzmanlar arasında sınırlı bir faaliyet olmaktan çıkıp daha geniş toplumsal kesimlere ulaşmasıyla birlikte giderek önem kazanan bir alandır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilimsel bilginin üretimi ile bu bilginin yaygınlaştırılması arasındaki bağın daha görünür hale gelmesi, bilim iletişiminin hem akademik hem de toplumsal düzeyde bir tartışma başlığı olmasına yol açmıştır (Bucchi & Trench, 2014). Bilimsel bilginin yayılımı yalnızca teknik bir aktarım süreci değil, aynı zamanda bilim, toplum, medya ve politika arasındaki karmaşık ilişki ağlarını içeren sosyokültürel bir olgu olarak değerlendirilmelidir (Lewenstein, 2003). Bu çerçevede bilim iletişimi, bilimin toplumsallaşma biçimlerini anlamak ve bilginin meşruiyet kazanma süreçlerini incelemek açısından kritik bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bilim iletişimi, genel anlamda, bilimsel bilginin toplumun farklı kesimleri arasında dolaşımını sağlayan tüm süreçleri kapsar. Burns, O'Connor ve Stocklmayer (2003) bilim iletişimini, “bilimsel bilginin kamuya iletilmesi, bilimle ilgili farkındalık oluşturma ve bilimsel katılımı teşvik etme süreçleri” olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, bilimin yalnızca bir bilgi deposu değil, aynı zamanda bir kültürel üretim alanı olduğunu da vurgular. Bilim iletişiminin bu geniş kapsamı, onun yalnızca bir “aktarım” meselesi olmadığını gösterir. Bilim iletişimi süreçleri, bilginin nasıl paketlenildiği, hangi metaforlarla sunulduğu, hangi toplumsal aktörlerin bu süreçte söz sahibi olduğu ve hangi iktidar ilişkilerinin bu akışı belirlediği gibi soruları da beraberinde getirir (Gregory & Miller, 1998). Dolayısıyla bilim iletişimi, yalnızca bilginin dolaşımını değil, aynı zamanda bu bilginin sosyal dünyadaki işlevlerini de inceler.

Bilim iletişiminin tarihsel gelişimi genellikle üç aşamalı bir çerçevede açıklanır: defisit modeli, kontekst modeli ve katılım modeli (Brossard & Lewenstein, 2010). Defisit modeli (bilgi açığı modeli), 1950’lerden itibaren özellikle Batı’da bilimsel bilginin topluma tek yönlü olarak aktarılması üzerine kurulmuştur. Bu modele göre halkın bilimsel konularda bilgisiz veya yetersiz olduğu varsayılır ve bilgilendirme yoluyla bu açığın kapanacağı düşünülür (Bucchi & Trench, 2014). Örneğin popüler bilim dergileri veya televizyon programları bu anlayışın ürünleridir. Ancak 1980’lerden itibaren yapılan araştırmalar, halkın bilim karşısında pasif ve “bilgisiz” olmadığı, aksine farklı kültürel bağlamlar ve deneyimler üzerinden bilimle ilişkilenebildiğini göstermiştir (Irwin & Wynne, 1996). Bu noktada ortaya çıkan kontekst modeli, bilginin toplumsal bağlam içinde anlaşılması gerektiğini vurgular. Halkın bilimsel bilgilere yönelik tutumları yalnızca “ne kadar bildikleri” ile değil, aynı zamanda değerleri, kültürel deneyimleri ve toplumsal koşullarıyla da ilgilidir. 1990’lardan itibaren güç kazanan katılım modeli ise bilim iletişimini karşılıklı bir etkileşim süreci olarak kavrar. Bu modele göre bilimsel

bilgi yalnızca uzmanların tekelinde değildir; sivil toplum, medya ve bireyler de bilimsel süreçlere aktif katılım sağlayabilir (Callon, Lascoumes & Barthe, 2009). Bu dönüşüm, “bilim ve toplum” ilişkisinin demokratikleşmesi yönünde önemli bir adım olarak görülmektedir. Bu tarihsel evrim, bilim iletişiminin salt teknik bir bilgilendirme etkinliği olmaktan çıkıp, toplumsal katılımı ve bilimsel bilginin meşruiyet süreçlerini odağa alan bir alan haline geldiğini göstermektedir.

yüzyılda bilim iletişimi, yeni medya teknolojilerinin gelişimiyle birlikte daha da çeşitlenmiştir. Özellikle sosyal medya ve video paylaşım platformları, bilimin topluma aktarılma biçimlerinde radikal değişimlere yol açmıştır. Brossard (2013), yeni medya ortamlarının bilimsel bilginin yalnızca aktarımını değil, aynı zamanda tartışma, eleştiri ve katılım süreçlerini de kolaylaştırdığını vurgulamaktadır. YouTube gibi görsel-işitsel platformlar, bilim iletişiminin en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Welbourne ve Grant (2016), YouTube’deki bilim içeriklerinin popülerlik faktörlerini analiz ettikleri çalışmada, görsellik, hikâyeleştirme ve topluluk etkileşiminin izleyici üzerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, bilim iletişiminin artık yalnızca “bilgi verme” değil, aynı zamanda “dikkat çekme” ve “katılım sağlama” stratejileriyle yürütüldüğünü göstermektedir. Türkiye özelinde ise bu dönüşüm, özellikle 2010’lardan sonra hız kazanmıştır. Popüler bilim siteleri (ör. Evrim Ağacı), YouTube kanalları (ör. SosyoLab, Sosyopat TV) ve sosyal medya hesapları, genç kuşakların bilimle ilişkileneşmesinde önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Bu mecralar, akademik bilgiyi daha erişilebilir kılmakta ve bilim-toplum arasındaki mesafeyi azaltmaktadır (Yılmaz, 2020).

Türkiye’de bilim iletişimi pratiği, Batı’daki kadar uzun bir geçmişe sahip olmasa da özellikle Cumhuriyet dönemiyle birlikte önemli bir gelişim göstermiştir. 1967’de yayın hayatına başlayan TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi, Türkiye’de popüler bilim yayıncılığının en önemli örneklerinden biridir (Dağtaş, 2016). TRT’nin 1970’lerden itibaren yayınladığı belgesel ve popüler bilim programları da bilim iletişiminin televizyon aracılığıyla topluma ulaşmasını sağlamıştır. 2000’li yıllardan itibaren ise bilim iletişimi, internet ve dijital medya olanaklarının gelişmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Üniversitelerin bilim merkezleri, TÜBİTAK projeleri, bilim festivalleri ve çocuklara yönelik atölyeler bilim iletişiminin toplumsallaşmasını destekleyen etkinlikler olmuştur (Özdemir, 2019). Son yıllarda özellikle sosyal medya kanalları, genç kuşaklar arasında bilimin popülerleşmesini sağlayan en önemli araçlardan biri haline gelmiştir. Bu mecralar, yalnızca doğa bilimleri değil, aynı zamanda sosyal bilimler ve beşeri bilimler alanında da içerik üreterek bilimin kapsamını genişletmektedir.

Bilim iletişiminin tarihsel gelişiminde eleştirel yaklaşımlar da önemli bir yer tutar. Habermas’ın (1997/1989) kamusal alan kuramı, bilimin toplumsal meşruiyetinin, yalnızca uzman otoritesiyle değil, kamuoyundaki tartışma-

larla da belirlendiğini ortaya koyar. Latour ve Woolgar'ın (1986) bilim sosyolojisine katkıları ise bilimin “saf, tarafsız bilgi” değil, sosyal ve kültürel süreçlerle iç içe geçmiş bir faaliyet olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda bilim iletişimi, yalnızca “bilgi aktarımı” değil, aynı zamanda “iktidar ilişkilerinin” ve “ideolojik çerçevelerin” yeniden üretildiği bir alandır (Bucchi, 2021).

Türkiye’de de bilim iletişimi çalışmalarına yönelik eleştiriler, özellikle popüler bilim dergilerinde bilginin “ticarileştirilmesi” veya “bilimsel otoriteye körü körüne güven” sorunlarına odaklanmaktadır (Dağtaş, 2016). Ayrıca sosyal medya çağında yanlış bilginin hızla yayılması, bilim iletişiminin doğruluk ve etik boyutlarını da tartışmaya açmaktadır (Özdemir, 2019). Bilim iletişiminin tanımı ve tarihsel gelişimi, onun yalnızca teknik bir bilgi aktarım süreci olmadığını, aynı zamanda toplumsal değerler, ideolojiler ve güç ilişkileriyle şekillenen dinamik bir alan olduğunu göstermektedir. Defisit modelinden katılım modeline geçiş, bilimin toplumsal meşruiyetinin demokratikleşmesi yönünde bir adım olarak değerlendirilebilir. Günümüzde dijital medya ve sosyal platformlar, bilim iletişimini daha geniş kitlelere ulaştırırsa da beraberinde yanlış bilgi, popülizm ve ideolojik manipülasyon risklerini de taşımaktadır. Bu nedenle bilim iletişimi çalışmalarının hem pedagojik hem de eleştirel boyutları birlikte ele alınmalı; bilimin toplumsal işlevi yalnızca “bilgi yaymak” değil, aynı zamanda “katılımı artırmak ve eleştirel düşüncüyü güçlendirmek” bağlamında değerlendirilmelidir.

Bilim İletişiminin Boyutları

Bilim iletişimi, yalnızca bilimsel bilginin aktarımı değil; aynı zamanda bilginin üretim, dolaşım ve meşruiyet kazanma süreçlerinin toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini anlamaya yönelik bir alandır. Dolayısıyla bilim iletişimi farklı düzeylerde ele alınabilir. Her düzey, bilginin farklı aktörler ve mecralar aracılığıyla dolaşıma girmesini sağlar. Bu boyutlar arasında akademi içi iletişim, akademi-dışı topluma iletişim ve politika/karar alma süreçleri öne çıkar. Her biri bilimin yalnızca doğayı açıklamaktan öte, toplumsal, ekonomik ve ideolojik işlevler üstlendiğini gösterir (Lewenstein, 2003).

1. Akademi İçi İletişim

Bilimsel bilginin üretildiği ilk düzey, bilim insanlarının kendi aralarında ki iletişimdir. Bu düzeyde bilgi, hakemli dergiler, akademik kitaplar, konferans sunumları ve seminerler aracılığıyla paylaşılır. Robert Merton'un (1973) bilimin “örgütsel normları” olarak tanımladığı evrensellik, tarafsızlık, toplumsallık ve örgütlü kuşku ilkeleri, akademi içi iletişimin temel mantığını belirler.

1.1. Akademi içi iletişimin araçları

- **Hakemli dergiler:** Bilimsel bilginin güvenilirlik kazanmasının en temel aracıdır. Hakemlik süreci, bilginin doğruluğunu ve akademik standartlara uygunluğunu garanti altına alır (Ziman, 2000).

- **Konferanslar:** Araştırmacılar arasındaki doğrudan etkileşimi sağlar; fikirlerin tartışılmasına, yeni işbirliklerinin kurulmasına olanak tanır (Goodel, 1977).

- **Akademik ağlar:** Günümüzde ResearchGate, Academia.edu gibi dijital platformlar, bilim insanlarının makalelerini paylaşma ve tartışma biçimlerini dönüştürmüştür (Weller, 2011).

Bu iletişim türü, çoğunlukla dar bir uzman topluluğuna hitap eder. Kullanılan teknik dil, geniş toplumun erişimini sınırlar. Ayrıca akademik yayıncılığın ticarileşmesi (yüksek dergi ücretleri, abonelik bariyerleri) bilginin dolaşımını sınırlayan bir başka engeldir (Suber, 2012). Bu durum, açık erişim hareketinin doğmasına yol açmıştır.

2. Akademi-Dışı Topluma İletişim

Bilim iletişiminin ikinci boyutu, bilginin akademi dışındaki geniş kitlelerle paylaşılmasıdır. Bu düzeyde amaç, bilimsel kavramların, bulguların ve tartışmaların daha anlaşılır bir dille kamuya sunulmasıdır.

2.1. Akademi-Dışı Topluma İletişim Araçları

- Popüler bilim kitapları: Carl Sagan'ın *Cosmos*'u veya Stephen Hawking'in *Zamanın Kısa Tarihi*, bilim iletişiminin toplum üzerindeki etkisini gözler önüne seren örneklerdir.

- Gazeteler ve dergiler: Popüler bilim ekleri veya dergileri, özellikle 20. yüzyılda geniş halk kitlelerini bilime yakınlaştırmıştır (Gregory & Miller, 1998).

- Televizyon ve belgeseller: David Attenborough'nun belgeselleri ya da TRT'nin Türkiye'deki doğa programları, görsel-işitsel bilimin gücünü yansıtır.

- Dijital platformlar ve sosyal medya: YouTube, Twitter ve podcast'ler günümüzde bilim iletişiminin en yaygın araçlarıdır. Brossard (2013), sosyal medyanın bilimsel bilginin yalnızca yayılmasını değil, aynı zamanda tartışma ve katılım süreçlerini de mümkün kıldığını belirtir.

Dijital çağda bilim iletişimi artık tek yönlü bir aktarım olmaktan çıkmıştır. İzleyiciler, içeriklere yorum yapabilmekte, eleştiriler geliştirebilmekte ve hatta yeni içeriklerin şekillenmesine katkı sunabilmektedir. Bu, katılım modelinin (Irwin & Wynne, 1996) dijital ortamdaki bir yansımasıdır.

Türkiye'de popüler bilim iletişimi özellikle TÜBİTAK'ın Bilim ve Teknik dergisi, TRT belgeselleri ve 2000'lerden itibaren internet siteleri ile gelişmiştir (Dağtaş, 2016). Günümüzde Evrim Ağacı, SosyoLab ve Sosyopat TV gibi platformlar, gençlerin bilime ilgisini artırmada önemli rol oynamaktadır. Bu kanallar yalnızca bilgi aktarmakla kalmaz, aynı zamanda izleyicilerde eleştirel

düşünme ve medya okuryazarlığı becerilerinin gelişmesine katkıda bulunur.

Dijital medya teknolojilerinin yükselişi, bilim iletişimi çalışmalarında köklü dönüşümlere yol açmıştır. Özellikle YouTube, görsel-işitsel anlatım olanakları, düşük maliyetli içerik üretimi ve geniş kitlelere ulaşma kapasitesi sayesinde bilimsel bilginin topluma aktarılmasında öne çıkan bir platform haline gelmiştir (Allgaier, 2019). YouTube'un hem eğlenceli hem de öğretici içeriklere imkân tanıyan doğası, bilim iletişimi açısından yeni olanaklar ve aynı zamanda yeni sorunlar yaratmaktadır. Literatürde bu durum, bilimsel bilginin dijitalleşmesi ve popüler kültürle iç içe geçmesi bağlamında tartışılmaktadır.

YouTube'un Bilim İletişimindeki Rolü

YouTube, 2005'te kuruluşundan itibaren hızla büyüyerek dünyanın en popüler ikinci internet sitesi haline gelmiştir. Günümüzde kullanıcılar yalnızca eğlence değil, aynı zamanda eğitim ve bilgi arayışıyla da YouTube'u tercih etmektedir. Brossard (2013), dijital medya platformlarının bilginin pasif tüketiminden aktif katılıma geçişi hızlandırdığını belirtir. Bu açıdan YouTube, izleyicilerin yalnızca içerik tükettiği değil, yorum, paylaşım ve içerik üretimi yoluyla katılım sağladığı bir "dijital kamu alanı" işlevi görür.

Bilim iletişimi açısından YouTube'un en önemli özellikleri şunlardır:

- **Erişilebilirlik:** Bilimsel içeriklerin serbestçe erişilebilmesi, akademik bilginin toplumla paylaşımını kolaylaştırır.
- **Görsellik:** Videolar, soyut kavramların görsel metaforlarla açıklanmasına olanak tanır (Erviti & Stengler, 2016).
- **Etkileşim:** Yorumlar ve paylaşım işlevi, izleyiciyle iki yönlü iletişimi mümkün kılar.
- **Algoritmalar:** İçerik öneri sistemleri, bilimsel videoların yayılımını artırabileceği gibi yanlış bilginin hızla dolaşıma girmesine de yol açabilir (Donzelli et al., 2018).

Literatürde YouTube'daki bilim içeriklerinin popülerlik kriterleri üzerine yapılan araştırmalar dikkat çekmektedir. Welbourne ve Grant (2016), YouTube'daki bilim kanallarının popülerliğini analiz ettikleri çalışmada, izlenme oranlarını artıran başlıca faktörlerin hikâyeleştirme, eğlenceli anlatım, yüksek prodüksiyon kalitesi ve düzenli içerik üretimi olduğunu göstermiştir. Buna göre, yalnızca "bilgi verme" değil, aynı zamanda "dikkat çekme" ve "izleyiciyi elde tutma" stratejileri de bilim iletişiminin başarısında önemli hale gelmiştir.

Benzer şekilde Erviti ve Stengler (2016), bilimsel belgesellerde kullanılan görsel-işitsel tekniklerin YouTube gibi mecralarda kısa ve vurucu biçimde yeniden üretildiğini vurgular. Bu, bilimin sunum biçimlerinde popüler kültürün etkisini ortaya koymaktadır.

YouTube'un bilim iletişimindeki rolü yalnızca olumlu değildir; platform aynı zamanda yanlış bilginin hızla yayılmasına da aracılık edebilir. Özellikle aşı karşıtlığı, iklim değişikliği inkârı veya alternatif tıp uygulamaları gibi konularda YouTube'un yanlış bilgi üretimi ve dolaşımı açısından riskler barındırdığına işaret edilmektedir (Donzelli et al., 2018). Allgaier (2019), iklim değişikliği ile ilgili YouTube videolarını incelediği çalışmasında, yanlış bilgi içeren videoların yüksek izlenme oranlarına ulaşabildiğini göstermiştir. Bu bulgular, bilim iletişiminde yalnızca içerik üretiminin değil, aynı zamanda eleştirel medya okuryazarlığının geliştirilmesinin de gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

YouTube, yalnızca bilim insanlarının değil, aynı zamanda amatör içerik üreticilerinin de bilimsel içerik paylaşmasına imkân tanır. Bu durum, bilim iletişiminin demokratikleşmesi açısından olumlu değerlendirilmektedir. Ancak aynı zamanda uzmanlık otoritesinin sorgulanmasına ve popüler söylemlerin öne çıkmasına da yol açabilir (Burgess & Green, 2018).

Bilim iletişiminde katılımcı kültürün yükselişi, “bilgi açığı” modelinden “katılım” modeline geçişin dijital yansıması olarak yorumlanabilir (Irwin & Wynne, 1996). YouTube'da izleyiciler, yalnızca tüketici değil, aynı zamanda yorumları, önerileri ve hatta kendi ürettikleri videolarla sürece dâhil olan aktörlerdir.

YouTube, bilim iletişiminin yeni medya ortamında nasıl dönüştüğünü anlamak için en önemli örneklerden biridir. Platform, bilginin geniş kitlelere ulaştırılmasında güçlü bir araç olsa da, aynı zamanda yanlış bilginin yayılması, algoritmik eşitsizlikler ve ticarileşme gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Literatürdeki bulgular, YouTube'un bilim iletişimi için bir “çift yönlü kılıç” olduğunu göstermektedir: Hem bilimsel bilgiyi demokratikleştiren hem de bilgi kirliliğini artırabilen bir mecra. Türkiye'deki örnekler, bu küresel tartışmaların yerel bağlamda da geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bilim iletişimi araştırmalarında YouTube, yalnızca yeni bir mecra olarak değil; bilginin toplumsal dolaşımını, uzmanlık otoritesini ve kamu katılımını yeniden tanımlayan bir kültürel alan olarak değerlendirilmelidir.

Yöntem

Bu çalışmada, YouTube üzerinden Türkçe içerikle bilim iletişimi yapan kanalların incelenmesinde nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Çalışmanın temel yöntemi, literatürde yaygın olarak kullanılan doküman incelemesi (document analysis) ve nitel içerik analizi tekniklerine dayanmaktadır. YouTube kanalları, çevrimiçi ortamda kamuya açık içerikler ürettikleri için, araştırmaya uygun ve erişilebilir veri kaynakları olarak değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle her kanalın “hakkında” bölümü, video içerikleri ve izleyici etkileşim biçimleri sistematik olarak gözlemlenmiştir.

Bilim iletişimi literatüründe yer alan üç temel model (Burns, O'Connor & Stocklmayer, 2003; Bucchi & Trench, 2014; Lewenstein, 2003) sınıflandırmada referans alınmıştır: bilgi açığı (defisit) modeli, katılım modeli ve kültürel model. Bu çerçevede kanallar, içerik üretim tarzları, bilgi aktarım biçimleri ve izleyici katılım düzeyleri açısından değerlendirilmiş; her kanal ilgili modele yakınlığına göre kodlanmıştır. Örneğin, Khan Academy Türkçe daha çok “defisit modeli” kapsamında tek yönlü bilgi aktarımına dayalı bir yaklaşım sergilerken, SosyoLab ve Dilozof gibi kanallar izleyiciyle kurdukları diyalog ve tartışmalarla “katılım modeli”ne yaklaşmaktadır.

Analiz ölçütleri arasında içerik türü (örneğin deney, belgesel, tartışma, ders), sunum tarzı (öğretici, hikâyeleştirici, tartışmacı), hedef kitle (öğrenciler, genel izleyici, akademisyenler) ve etkileşim biçimi (yorumlara yanıt, topluluk sekmesi, izleyici katkısı) yer almıştır. Bu ölçütler hem literatürden uyarlanmış hem de gözleme dayalı olarak belirlenmiştir. Böylece kanallar, yalnızca popülerlik veya izlenme oranları açısından değil, bilim iletişimi işlevleri ve toplumsal katkıları açısından nitel bir çerçevede değerlendirilmiştir.

Youtube’da yayın yapan Türkçe kanallar incelendiğinde hem içerik türü ve sunum tarzlarına göre hem de hedef kitle ve bilim iletişimi modeline göre farklılıklar gösterdikleri görülmektedir. Türkçe yayın yapan bu kanalların farklılaşan özellikleri öncelikle tabloleştirilmiş daha sonra bu kanallar hakkında detaylı bilgiler verilmiştir.

Kanal Adı	Ana Odak / İçerik Türü	Sunum Tarzı
Evrin Ağacı	Evrimsel biyoloji, doğa bilimleri, bilimsel düşünme	Analitik, kaynaklı, interaktif
Bebar Bilim	Fizik, psikoloji, teknoloji	Samimi, akıcı, görsel destekli
Basfi ile Deneysel Bilim	Deney temelli fizik ve kimya	Görselliğe dayalı, uygulamalı
Bilim 101	Teknoloji, gündelik yaşamda bilim	Kısa belgesel tarzı, hikâyeleştirme
Hypatia Bilim	Kısa videolarla temel bilim soruları	Mikro içerik, hızlı anlatım
Kozmik Anafor	Astronomi, astrofizik	Grafikler, simülasyonlar
Dr. Umut Yıldız (Tek Çare Uzak)	Uzay araştırmaları, NASA çalışmaları	Canlı yayınlar, sade dil
SosyoLab	Sosyal bilimler, felsefe, medya çalışmaları	Kavramsal analiz, tartışma
Flu TV	Sosyal bilimler, psikoloji, biyoloji, felsefe	Söyleşi, derinlikli tartışma
Portal / Diamond Tema	Bilim, felsefe, eleştirel düşünce	Tartışmacı, eleştirel

Kanal Adı	Ana Odak / İçerik Türü	Sunum Tarzı
TÜBİTAK Bilim Genç	Fen bilimleri, mühendislik, teknoloji	Öğretici, kurumsal, görselli
Bilim Akademisi	Akademik konferanslar, seminerler	Akademik, popülerleştirilmiş seminer
Barış Özcan	Teknoloji, sanat, kültür, bilim	Hikâyeleştirme, estetik anlatım
Gelecek Bilimde	Güncel bilimsel gelişmeler, kolektif içerik	Canlı yayınlar, gönüllü üretim
Khan Academy Türkçe	Matematik, fizik, biyoloji, bilgisayar bilimi	Animasyonlu ders videoları
DakikaFizik	Kısa videolarla temel fizik konuları	Mikro öğrenme, hızlı anlatım
Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları	Deneyler, bilim tarihi, bilim insanlarının yaşamı	Eğlenceli, deneysel, hikâyeleştirme
Dilozof	Felsefe, sosyal bilimler, toplumsal eleştiriler	Mizahi, esprili, interaktif
Son Buzul Erimededen	İklim değişikliği, çevre sorunları	Güncel, toplumsal sorumluluk odaklı

Tablo 1. *YouTube Kanallarının Ana Odak / İçerik Türü ve Sunum Tarzına Göre Dağılımı*

Kanal Adı	Hedef Kitle	Bilim İletişimi Modeli
Evrin Ağacı	Lise – Üniversite öğrencileri, genel izleyici	Katılım Modeli
Bebar Bilim	Genç izleyiciler	Katılım Modeli
Basfi ile Deneysel Bilim	Çocuklar, gençler	Katılım Modeli
Bilim 101	Genel kitle	Defisit Modeli
Hypatia Bilim	Gençler, sosyal medya kuşağı	Defisit + Katılım
Kozmik Anafor	Meraklı izleyiciler, öğrenciler	Defisit + Katılım
Dr. Umut Yıldız (Tek Çare Uzay)	Öğrenciler, genç araştırmacılar	Katılım Modeli
SosyoLab	Üniversite öğrencileri, genel izleyici	Katılım Modeli
Flu TV	Üniversite ve meraklı yetişkinler	Katılım Modeli
Portal / Diamond Tema	Genç yetişkinler, seküler kitle	Katılım Modeli

Kanal Adı	Hedef Kitle	Bilim İletişimi Modeli
TÜBİTAK Bilim Genç	Lise – Üniversite öğrencileri	Defisit + Katılım
Bilim Akademisi	Akademisyenler, öğrenciler, genel izleyici	Defisit + Katılım
Barış Özcan	Genel izleyici, genç kitle	Kültürel Model
Gelecek Bilimde	Geniş topluluk, genç araştırmacılar	Katılım Modeli
Khan Academy Türkçe	Öğrenciler, öğretmenler	Defisit Modeli
DakikaFizik	Öğrenciler, meraklı izleyiciler	Defisit + Katılım
Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları	Gençler, öğrenciler	Katılım Modeli
Dilozof	Genç izleyiciler, öğrenciler	Kültürel + Katılım
Son Buzul Erimedenden	Çevre bilincine duyarlı izleyiciler	Katılım Modeli

Tablo 2. YouTube Kanallarının Hedef Kitle ve Bilim İletişimi Modeli Göre Dağılımı

1. Evrim Ağacı

Evrım Ağacı, Türkiye’de popüler bilim iletişiminin öncülerinden biridir. Temel odağını biyoloji, evrimsel süreçler, doğa bilimleri ve bilimsel düşünme üzerine yoğunlaştırmıştır. Kanal, yalnızca bilgi aktarımı yapmaktan öte, bilimsel düşünceyi toplumsal ölçekte yaygınlaştırmayı hedefler. Evrim Ağacı’nın dikkat çeken yönlerinden biri, kaynak kullanımındaki titizliktir; videoların açıklama kısımlarında çoğunlukla bilimsel makalelere ve akademik yayınlara atıf yapılır. Bu sayede izleyiciye güvenilir bilgi sunarken, aynı zamanda bilimsel araştırma pratiğine dair farkındalık oluşturur. Kanal, “defisit modeli”nden farklı olarak, katılım modeline yakın bir yapı kurar: izleyiciler soru sorma, tartışma açma ve içerik üretim süreçlerine yorumlarıyla katkı sağlama imkânına sahiptir. Ayrıca sosyal medyadaki etkinliği, bilimin yalnızca YouTube ile sınırlı kalmadan farklı mecralara da yayılmasını sağlar. Evrim Ağacı, genç kuşaklar arasında bilime olan ilgiyi artırmada önemli bir rol üstlenmiş, Türkiye’de bilimin popülerleşmesinde adeta bir marka haline gelmiştir. Kanal, aynı zamanda bilimsel yanlış bilgilere karşı da bir duruş sergiler; özellikle evrim karşıtı argümanlara bilimsel yanıtlar sunarak kamusal tartışmalarda aktif rol alır.

2. Bebar Bilim

Bebar Bilim, özellikle fizik, psikoloji ve teknolojiye odaklanan içerikleriyle öne çıkan bir popüler bilim kanalıdır. Kanalın en belirgin özelliği,

karmaşık görünen bilimsel teorileri gündelik yaşamdan örneklerle anlaşılır kılmasıdır. İçerik üretiminde kullanılan dil samimi ve akıcıdır; izleyiciyi zorlamadan konuyu merak uyandırıcı bir şekilde sunar. Bu yönüyle Bebar Bilim, özellikle genç izleyici kitlesinin dikkatini çekmeyi başarır. Kanalin popülerleşmesinde, videoların görsel desteklerle zenginleştirilmesi ve anlatıcının enerjik üslubu önemli rol oynar. Ayrıca, izleyicilerin sıkça sorduğu sorulara yönelik özel video içerikleri üretilmesi, kanalın “katılım modeline” yaklaşmasını sağlar. Bebar Bilim’in önemli katkılarından biri de bilimi eğlenceli hale getirmesidir: soyut fiziksel kavramlar veya psikolojik teoriler, gündelik hayatın içinden benzetmelerle açıklanır. Bunun yanında, teknolojiye dair güncel konular (örneğin yapay zekâ, uzay araştırmaları) da kanalda sıkça yer bulur. Böylelikle kanal, hem bilimsel geçmişi hem de güncel gelişmeleri bir arada sunar. Bebar Bilim, Türkiye’de popüler bilim iletişiminin genç kuşaklara ulaşmasında köprü işlevi görmektedir.

3. Basfi ile Deneysel Bilim

Basfi ile Deneysel Bilim, bilimi deneyler üzerinden aktaran görsel odaklı bir kanaldır. Özellikle kimya ve fizik deneylerine yoğunlaşan içerikler, çoğu zaman ev ortamında yapılabilecek basit araçlarla kurgulanır. Bu yaklaşım, izleyicinin bilimi yalnızca “teorik bilgi” olarak değil, deneysel bir süreç olarak kavramasına imkân tanır. Kanalin pedagojik yönü güçlüdür: videolar hem eğlendirici hem öğreticidir. Özellikle çocuklar ve gençler için bilime ilgi uyandırmayı hedefleyen içerikler, görselliğin etkili kullanımına dayanır. Basfi, deneyleri yaparken sürecin mantığını açıklamaya da özen gösterir; bu yönüyle “bilimsel yöntemi” izleyiciye doğrudan göstermiş olur. Defisit modelinden çok, katılım modeline yakın duran bir yaklaşımı vardır; çünkü videolar izleyicilerin evde deney yapmasını teşvik eder. Kanalin önemli katkılarından biri de bilimsel merak uyandırmasıdır: “Ben de yapabilirim” düşüncesini öne çıkarır. Bu sayede bilimi uzak ve anlaşılmaz olmaktan çıkarır, gündelik hayatın içine taşır. Türkiye’de popüler bilim kanalları arasında, deneysel yönü en güçlü kanallardan biri olarak dikkat çeker.

4. Bilim 101

Bilim 101, daha çok teknoloji ve gündelik yaşamla ilişkili kısa belgesel tarzında içerikler üretir. Kanal, bilimi popüler kültürün bir parçası olarak ele alır ve geniş kitlelere hitap etmeyi amaçlar. Bilimsel bilgiyi yalnızca teknik terimlerle aktarmak yerine, görsel anlatım ve hikâyeleştirme yöntemleriyle sunar. Videoların süresi genellikle kısa tutulur; bu da günümüz izleyicisinin dikkat süresine uygun bir yaklaşım sergiler. İçeriklerde bilimin farklı alanları ele alınır: teknolojik buluşlardan doğa olaylarına, toplumsal bilimsel gelişmelerden gündelik yaşamda bilimin rolüne kadar geniş bir yelpaze vardır. Bilim 101’in en güçlü yönü, karmaşık konuları herkesin anlayabileceği bir düzeye indirgeyebilmesidir. Kanal, bilimsel bilginin yalnızca uzmanlar için değil,

herkes için ulaşılabilir olduğunu vurgular. Bununla birlikte, akademik derinliği korumaktan ziyade popülerleştirmeye öncelik verir. Bu nedenle, defisit modeline daha yakın durur: bilgi aktarımı ön plandadır, izleyici etkileşimi sınırlıdır. Yine de topluma bilimsel farkındalık kazandırma açısından önemli bir işlev görmektedir.

5. Hypatia Bilim

Hypatia Bilim, kısa ve vurucu videolarıyla bilime dair merak edilen soruları yanıtlamaya odaklanan bir kanaldır. Kanalın temel stratejisi, izleyicinin aklında beliren “gündelik merak” sorularına hızlı ve etkili yanıtlar üretmektir. Örneğin, “Neden gökyüzü mavidir?” veya “Işık hızına ulaşabilir miyiz?” gibi sorular, basit bir dille ama bilimsel doğruluktan ödün vermeden açıklanır. Bu içerik yapısı, günümüz dijital kültüründe öne çıkan “mikro içerik üretimi” eğilimiyle uyumludur. Hypatia Bilim’in en önemli katkısı, bilimi kısa sürede tüketilebilen ama akılda kalıcı içeriklerle popülerleştirmesidir. Özellikle genç izleyicilerin dikkatini çekmeye odaklanan kanal, kısa süreli videolar aracılığıyla geniş bir kitleye ulaşır. Bilim iletişimi açısından bu yaklaşım, defisit modeline yakın görünse de, izleyici yorumlarının içerik üretiminde dikkate alınması katılım boyutunu da güçlendirir. Hypatia Bilim, Türkiye’de popüler bilim alanında “hızlı tüketim” çağının gereklerine uygun içerik formatı ile öne çıkar.

6. Kozmik Anafor

Kozmik Anafor, Türkiye’de astronomi ve astrofizik konularında en kapsamlı popüler bilim platformlarından biridir. YouTube kanalında paylaşılan içerikler, uzayın yapısından galaksilerin oluşumuna, kara deliklerden evrenin genişlemesine kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Kozmik Anafor, bilimi yalnızca “bilgi aktarımı” olarak görmez; aynı zamanda toplumda merak duygusunu canlı tutmayı da amaçlar. Kanal, açıklayıcı grafikler, simülasyonlar ve bilimsel görsellerle desteklenen anlatımı sayesinde izleyiciye anlaşılır bir deneyim sunar. Ayrıca, popüler medyada sıkça dolaşan yanlış astronomi bilgilerini düzeltmeye yönelik videoları da vardır. Bu yönüyle, bilimsel doğruluk ve eleştirel düşüncüyü bir arada sunar. Kozmik Anafor’un önemli katkılarından biri, bilimi yalnızca bir elit kesimin değil, herkesin anlayabileceği bir dilde aktarmasıdır. Kanal, defisit modelinin ötesinde, izleyicilerden gelen sorulara yanıt veren interaktif yayınlarla “katılım modeli”ne de yaklaşır. Böylece izleyicilerin aktif rol almasını sağlar. Türkiye’de gökyüzüne olan ilgiyi artıran, gençleri astronomi ve uzay bilimlerine yönlendiren en önemli girişimlerden biridir.

7. Dr. Umut Yıldız (Tek Çare Uzay)

NASA’da görev yapan astrofizikçi Dr. Umut Yıldız, Türkiye’de bilim iletişimi yapan en tanınmış isimlerden biridir. Tek Çare Uzay adıyla yürüttüğü

YouTube kanalı, izleyicilere uzay araştırmalarının güncel gelişmelerini, NASA'nın projelerini ve evrenle ilgili temel kavramları doğrudan aktarma imkânı sağlar. Kanalin en güçlü yönlerinden biri, bilgilerin doğrudan bir bilim insanı tarafından aktarılmasıdır; bu da güvenilirliği artırır. Dr. Yıldız'ın sade ve samimi üslubu, karmaşık astrofizik konularının anlaşılmasını kolaylaştırır. Kanal, özellikle gençlere ilham veren bir işlev görür: sıkça yapılan canlı yayınlarda öğrencilerden gelen sorular yanıtlanır, kariyer tavsiyeleri paylaşılır. Bu yönüyle yalnızca defisit modeliyle bilgi aktaran bir kanal değil, aynı zamanda “katılım modeli”nin de güçlü bir örneğidir. Tek Çare Uzay, Türkiye’de uzay merakını artıran en önemli popüler bilim kaynaklarından biri olmasının yanı sıra, bilimin gündelik yaşamda nasıl anlam kazandığını da gösterir. Ayrıca bilim insanının doğrudan halka seslenmesi, bilimin toplumsal prestijini güçlendiren önemli bir adımdır.

8. SosyoLab

SosyoLab, sosyal bilimlere odaklanan özgün bir YouTube kanalıdır. Sosyoloji, felsefe, medya çalışmaları ve güncel toplumsal meseleler üzerine hazırlanan içerikler, Türkiye’de bilim iletişiminin yalnızca doğa bilimleriyle sınırlı olmadığını gösterir. Kanalin en önemli katkısı, toplumsal olayları bilimsel kavramlarla açıklamaya çalışmasıdır. Bu sayede izleyiciler gündelik hayatın içinde karşılaştıkları sosyal olguları daha derinlikli analiz etme imkânı bulur. SosyoLab, içeriklerinde kavramsal çerçeveye önem verir; örneğin “yabancılaşma”, “simülasyon kuramı” veya “dijital yorgunluk” gibi kavramları hem akademik literatüre hem de popüler kültüre referanslarla açıklar. Kanalin sunum tarzı akademik titizlikle popüler anlatımı birleştirir. Böylelikle hem öğrencilere hem de geniş topluma hitap eder. SosyoLab’ın önemli yönlerinden biri de sistematik içerik analizi yöntemlerini YouTube ortamında uygulayarak bilimsel düşüncenin yöntemsel boyutunu halka taşımaya çalışmasıdır. Türkiye’de sosyal bilimlerin popülerleşmesi açısından öncü bir rol üstlenen kanal, izleyicinin pasif kalmadığı, tartışmalara dâhil olabildiği bir iletişim modeli geliştirmiştir.

9. Flu TV

Flu TV, İlker Canıklıgil tarafından kurulan ve farklı alanlardan akademisyen, düşünür ve sanatçıların konuk edildiği bir YouTube kanalıdır. Kanal, doğrudan “bilim iletişimi” etiketiyle yola çıkmasa da, sunduğu içerikler aracılığıyla bilimsel ve entelektüel bilgi dolaşımına önemli katkılar sağlar. Özellikle psikoloji, felsefe, sosyoloji, tarih ve biyoloji gibi alanlarda uzman isimlerle yapılan uzun soluklu söyleşiler, Türkiye’de entelektüel bir kamu alanı yaratır. Flu TV’nin en güçlü yanı, konuların yüzeysel değil derinlikli biçimde ele alınmasıdır. Bu yönüyle izleyiciye yalnızca bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda eleştirel düşünme becerilerini teşvik eder. Kanal, katılım modeline de yakın durur; çünkü canlı yayınlarda izleyici sorularına yer verilir ve tartış-

malar interaktif hale gelir. Flu TV, Türkiye’de YouTube üzerinden yürütülen en kapsamlı entelektüel tartışma platformlarından biri olmuştur. Bilim iletişimini yalnızca doğa bilimleri değil, sosyal bilimler ve beşeri bilimler düzleminde de genişleten önemli bir örnek olarak dikkat çeker.

10. Portal / Diamond Tema

Portal ya da bilinen adıyla Diamond Tema kanalı, felsefe, bilim ve toplumsal konuları eleştirel bir bakış açısıyla tartışmaya açan önemli bir platformdur. Kanalin odak noktası, hem sosyal hem de doğa bilimlerini gündelik yaşamın içinden örneklerle açıklamak ve toplumun eleştirel düşünme becerilerini geliştirmektir. Diamond Tema, özellikle bilimsel şüphecilik, seküler düşünce ve rasyonel tartışma geleneğini öne çıkarır. Videolarında felsefi argümanlarla bilimsel bilgiyi harmanlayarak, izleyicilere hem bilgi aktarımı yapar hem de düşünsel ufuk açar. Kanal, izleyiciyi pasif bir alıcı konumuna itmek yerine tartışmaya dahil eder; bu yönüyle bilim iletişiminin “katılım modeli”ne yakın bir yaklaşım sergiler. Ayrıca, dini ve kültürel dogmalara eleştirel mesafeyle yaklaşarak toplumda bilimin otoritesini güçlendirmeye çalışır. Portal / Diamond Tema, Türkiye’de bilimin yalnızca teknik bilgi değil, aynı zamanda kültürel ve felsefi bir sorgulama alanı olduğunu vurgulayan nadir kanallardan biridir.

11. TÜBİTAK Bilim Genç

TÜBİTAK Bilim Genç, Türkiye’nin en kurumsal bilim iletişimi girişimlerinden biridir. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu tarafından yürütülen bu kanal, gençlere bilimi sevdirmeyi ve bilimsel merakı artırmayı hedefler. İçerikler çoğunlukla fen bilimleri, mühendislik ve teknolojiye odaklanır. Kısa, görsel ağırlıklı ve öğretici videolar sayesinde lise ve üniversite çağındaki gençlere hitap eder. Kurumsal bir yapı tarafından desteklendiği için güvenilirliği yüksektir. Kanal, deney videolarından bilim insanlarıyla yapılan röportajlara kadar geniş bir içerik çeşitliliği sunar. Bilim iletişiminin “defisit modeli”ne yakın olarak bilgi aktarımı ön plandadır, ancak gençleri etkinliklere ve yarışmalara yönlendirmesi bakımından “katılım modeli”ne de katkı sağlar. TÜBİTAK Bilim Genç, Türkiye’de kurumsal bilim iletişiminin önemli örneklerinden biridir ve resmi niteliğiyle bilimsel bilginin yaygınlaştırılmasına güçlü bir destek sunar.

12. Bilim Akademisi

Bilim Akademisi, Türkiye’de önde gelen bilim insanlarının oluşturduğu bağımsız bir kuruluşun YouTube uzantısıdır. Akademi’nin temel amacı, bilimsel düşüncenin toplumda yaygınlaşmasını ve bilimsel bilginin doğru anlaşılmasını sağlamaktır. Kanalda fizik, biyoloji, sosyoloji, ekonomi ve mühendislik gibi farklı alanlarda uzman akademisyenlerin seminerleri, konferans kayıtları ve popüler bilim söyleşileri yer alır. Bu yönüyle Bilim Akademisi,

doğrudan akademi-toplum arasında köprü kurar. İçerikler, akademik titizlikle hazırlanmış olmakla birlikte halkın anlayabileceği bir dille sunulur. Bilim Akademisi, özellikle uzman görüşlerini öne çıkararak güvenilir bir kaynak olma özelliği taşır. Aynı zamanda toplumsal meselelerde bilimin sesini duyuran bir işlev görür. Kanalin en önemli katkısı, bilim insanlarının doğrudan halka seslenebilmesi ve akademinin şeffaf bir şekilde topluma açılmasıdır. Bu özellikleriyle, Türkiye’de bilimin demokratikleşmesine katkı sağlayan önemli bir bilim iletişimi aracıdır.

13. Barış Özcan

Barış Özcan, Türkiye’de YouTube’un en popüler içerik üreticilerinden biridir ve kanalı bilim iletişiminin en geniş kitlelere ulaşan örneklerinden biri olarak kabul edilir. Teknoloji, tasarım, sanat ve bilim konularını işleyen videoları, milyonlarca izleyiciye ulaşır. Özcan’ın en güçlü yönü, hikâyeleştirme tekniğidir: karmaşık bilimsel veya teknolojik gelişmeleri basit, akıcı ve etkileyici bir anlatımla izleyiciye sunar. Kanal, yalnızca bilgi aktarmakla kalmaz, aynı zamanda izleyiciyi merak etmeye ve öğrenmeye teşvik eder. Barış Özcan, bilimin gündelik hayatla nasıl kesiştiğini örnekler üzerinden açıklayarak bilimi daha erişilebilir hale getirir. YouTube’un görsel-işitsel imkanlarını en verimli kullanan isimlerden biridir. Özellikle genç kuşak üzerinde büyük bir etkisi vardır ve teknoloji okuryazarlığının yaygınlaşmasına önemli katkı sağlar. Bu yönüyle, bilim iletişiminin “kültürel modeli”ne yaklaşır; çünkü bilimi yalnızca bilgi aktarımı olarak değil, kültürel bir deneyim olarak sunar.

14. Gelecek Bilimde

Gelecek Bilimde, genç akademisyenler, araştırmacılar ve bilim meraklılarının gönüllü katkılarıyla sürdürülen bir bilim iletişimi kanalıdır. Kanal, canlı yayınlar, söyleşiler ve popüler bilim içerikleriyle geniş bir topluluğa ulaşır. Özellikle bilimsel güncel gelişmeleri halka aktarmak ve genç araştırmacılara görünürlük kazandırmak açısından önemlidir. Kanalda biyoloji, tıp, yapay zekâ, psikoloji ve çevre gibi pek çok farklı alandan içerikler bulunur. Gelecek Bilimde’nin en önemli özelliklerinden biri, kolektif bir emekle yürütülmesidir; bu yönüyle izleyicilere bilimin bireysel değil topluluk temelli bir üretim olduğu mesajı verilir. Canlı yayınlarda izleyicilerden gelen sorular yanıtlanarak etkileşim sağlanır; bu da bilim iletişiminin katılım modeline uygun bir örnek oluşturur. Türkiye’de gönüllü akademisyenlik hareketi bağlamında öne çıkan kanal, bilim iletişimini yalnızca popüler içerik üretimi olarak değil, aynı zamanda bilimsel topluluk inşası olarak görür.

15. Khan Academy Türkçe

Khan Academy Türkçe, küresel ölçekte ücretsiz eğitim sunan Khan Academy platformunun Türkiye uzantısıdır. Milli Eğitim Bakanlığı ve STK iş birlikleriyle Türkiye’de yaygınlaşmıştır. Kanalda matematikten fizike, biyo-

lojiden bilgisayar bilimine kadar geniş bir yelpazede içerikler bulunur. Bu içerikler, genellikle animasyonlarla desteklenen kısa ders videoları şeklindedir. Khan Academy Türkçe, akademik müfredatla doğrudan bağlantılı olduğu için hem öğrencilere hem de öğretmenlere yönelik önemli bir kaynak işlevi görür. Kanalin en büyük katkısı, bilimsel bilginin yalnızca elit bir kitleye değil, herkesin erişebileceği şekilde demokratikleştirilmesidir. Özellikle eşitsizliklerin yoğun olduğu eğitim ortamında fırsat eşitliği yaratma amacı taşır. Bilim iletişimi açısından bu kanal, bilgi aktarımına dayalı “defisit modeli”ne yakındır; çünkü tek yönlü öğretici bir format tercih eder. Ancak ücretsiz ve açık erişimli yapısıyla katılımı da dolaylı olarak teşvik eder. Khan Academy Türkçe, Türkiye’de dijital eğitim devrimini ve açık kaynak kültürünü destekleyen önemli bir platform olarak konumlanır.

16. DakikaFizik

DakikaFizik, adından da anlaşılacağı üzere fizik temelli kısa ve öz bilimsel içerikler üreten bir kanaldır. Videolar, genellikle temel fizik kavramlarını anlaşılır ve gündelik yaşamdan örneklerle açıklamaya odaklanır. Kanalin en dikkat çekici yönü, izleyicinin zamanını verimli kullanmayı hedefleyen anlatım tarzıdır: birkaç dakikalık videolarda karmaşık görünen konular sadeleştirilerek sunulur. DakikaFizik, bilimsel bilginin hızlı tüketim kültürü içinde bile anlaşılır ve erişilebilir olabileceğini kanıtlayan bir örnektir. Kanalin hedef kitlesi, hem lise ve üniversite öğrencileri hem de fiziğe meraklı geniş bir izleyici grubudur. Görselleştirme tekniklerini yoğun biçimde kullanarak öğrenmeyi kolaylaştırır. Bilim iletişiminin modern yaklaşımlarına uygun biçimde, izleyicilerin sorularına yorumlarda yanıt verilmesiyle etkileşim de sağlanır. DakikaFizik, YouTube’daki Türkçe bilim iletişiminin “mikro öğrenme” trendini temsil eden kanallardan biri olarak dikkat çeker.

17. Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları

Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları kanalı, deneyler, popüler bilim hikayeleri ve bilim tarihine odaklanan eğlenceli içerikleriyle bilinir. Kanalin en önemli özelliklerinden biri, bilimin yalnızca soyut formüllerden ibaret olmadığını, aksine deneylerle somut ve eğlenceli bir hale getirilebileceğini göstermesidir. Çoğu video, günlük yaşamda kolaylıkla yapılabilecek küçük deneylerle bilimin somutlaştırılmasına odaklanır. Ayrıca tarihteki önemli bilim insanlarının yaşam öyküleri ve katkıları da aktarılır. Bu sayede bilim, hem merak uyandırıcı hem de ilham verici bir biçimde sunulur. Kanal, özellikle genç kitlelere hitap eder ve onların bilime dair meraklarını artırmayı hedefler. Eğlenceli sunum tarzı, popüler kültür öğeleriyle birleşerek bilimin daha erişilebilir hale gelmesine katkı sağlar. Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları, bilimin toplumsallaşmasında önemli rol oynayan, deneysel öğrenme ve hikâyeleştirmeyi merkezine alan bir bilim iletişimi örneğidir.

18. Dilozof

Dilozof, felsefeyi ve sosyal bilimleri eğlenceli, anlaşılır ve esprili bir dille anlatmayı amaçlayan bir kanaldır. “Bilim iletişimi” kavramı genellikle doğa bilimleriyle özdeşleştirilse de Dilozof, sosyal bilimlerin de aynı derecede önemli olduğunu hatırlatır. Kanal, felsefi kavramları gündelik yaşamla ilişkilendirerek izleyicilere sunar; örneğin Platon’un idealar kuramını günümüz kültürüyle bağlantılı örneklerle açıklar. Dilozof’un en güçlü yönü, soyut düşünceleri somutlaştırarak geniş bir kitleye ulaştırmasıdır. Mizah unsurlarıyla desteklenen anlatım tarzı, genç izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Bilim iletişimi modelleri açısından bakıldığında, Dilozof interaktif bir alan açar: yorumlarda tartışmalar yapılır ve izleyiciler içerik önerilerinde bulunur. Bu yönüyle, yalnızca bilgi aktarımı yapan defisit modelini aşarak katılım modeline yaklaşır. Dilozof, Türkiye’de felsefe ve sosyal bilimlerin popülerleşmesine önemli katkı sağlayan yenilikçi bir kanaldır.

19. Son Buzul Erimeden

Son Buzul Erimeden, Boğaziçi Üniversitesi’nden Prof. Dr. Levent Kurnaz tarafından yürütülen, iklim değişikliği ve çevre sorunlarına odaklanan bir bilim iletişimi kanalıdır. Kanalin amacı, iklim krizine dair bilimsel verileri topluma anlaşılır bir dille aktarmak ve çevresel farkındalığı artırmaktır. Videolar genellikle güncel çevre sorunlarını, sera gazı emisyonlarını, küresel ısınmanın etkilerini ve bireysel/kollektif çözüm önerilerini ele alır. Kanalin en önemli özelliği, bilimin doğrudan toplumsal sorunlarla bağdaştırılmasıdır. Bu bağlamda Son Buzul Erimeden, yalnızca bilgi aktarmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal sorumluluk bilinci oluşturmaya hedefler. Kurnaz’ın uzmanlığı sayesinde güvenilirlik yüksek düzeydedir. Kanalin dili sade ama akademik temellidir, bu da hem uzmanlara hem de geniş kitlelere hitap etmesini sağlar. Bilim iletişiminin “katılım modeli”ne güçlü biçimde yaklaşır; çünkü iklim krizinin çözümünde yalnızca bilimsel bilgi değil, toplumun aktif katılımı da gereklidir. Bu nedenle Son Buzul Erimeden, Türkiye’de çevre odaklı bilim iletişiminin en önemli örneklerinden biridir.

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye’de YouTube üzerinden yürütülen bilim iletişimi ekosisteminin çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymuştur. İncelenen kanallar, yalnızca doğa bilimlerinin popülerleştirilmesine değil; sosyal bilimler, felsefe, çevre ve teknoloji odaklı içeriklerin de geniş kitlelerle buluşmasına aracılık etmektedir. Bulgular, üç ana bilim iletişimi modelinin —defisit (bilgi açığı), katılım ve kültürel— Türkiye bağlamında eşzamanlı biçimde işlediğini göstermektedir. Eğitim amaçlı ve müfredata yakın içerik üreten kanallar (ör. Khan Academy Türkçe, kısmen TÜBİTAK Bilim Genç, Bilim 101) defisit modelinin işlevsel değerini korurken; Evrim Ağacı, Gelecek Bilimde, Dr. Umut Yıldız ve Kozmik Anafor gibi kanallar, canlı yayınlar,

soru-cevaplar ve yorum etkileşimleriyle katılım modelini öne çıkarır. Barış Özcan ve Dilozof gibi kanallar ise bilimi sanat, kültür ve gündelik yaşamla ilişkilendirerek kültürel modeli güçlendirir; bu yaklaşım bilimin toplumsal meşruiyetini ve çekiciliğini artırır.

Bu çeşitlilik, Türkiye’de bilim iletişiminin yalnızca “bilgi aktarma” faaliyeti olmadığını; kamusal tartışmalar, eleştirel düşünme ve toplumsal katılım için bir zemin sunduğunu göstermektedir. Özellikle iklim krizi gibi acil konularda (Son Buzul Erimesinden) katılım modelinin, bireysel davranış değişikliği ve kolektif farkındalık yaratmada etkili olduğu görülmektedir. Deney temelli ve uygulamalı içerikler (Basfi ile Deneysel Bilim, Çılgın Fizikçiler ve Bilim İnsanları) genç kitlelerde “yaparak öğrenme” motivasyonunu artırmakta; kısa format ve mikro öğrenme stratejileri (Hypatia Bilim, DakikaFizik) ise dijital kültürün hızına uygun, düşük eşikli bir giriş sunmaktadır.

Bununla birlikte, ekosistemin bazı sınırları vardır. Öncelikle, güvenilir kaynak kullanımı ve şeffaf atıf pratiği, tüm kanallar için eşit düzeyde değildir; bu durum yanlış bilgi riskini artırabilir. İkinci olarak, algoritmik görünürlük, popülerliği yüksek ama metodolojik derinliği sınırlı içeriklerin öne çıkmasına yol açabilir. Üçüncüsü, sürdürülebilirlik meselesi (finansman, üretim ekibi sürekliliği, uzman erişimi) birçok kanal için kırılgan bir noktadır. Bu sınırların aşılması için üç yönlü bir strateji önerilebilir: (i) sistematik kaynaklandırma ve basit “okuma listeleri” ile metodolojik şeffaflık, (ii) izleyici katılımını nitelikli kılacak yapılandırılmış formatlar (moderasyonlu SSS, tematik mini-seriler, geri bildirim anketleri), (iii) üniversiteler, STK’lar ve kamu kurumlarıyla içerik ortaklıkları. Politika düzeyinde, kamu kurumlarının ve fon sağlayıcıların açık erişim ilkeleriyle uyumlu, kaynaklı ve pedagojik değeri yüksek üretimleri teşvik etmesi ekosistemi güçlendirebilir. Eğitim alanında, öğretmenlerin bu kanalları ders içi/dışı destek materyali olarak kullanmaları, özellikle fen ve sosyal bilimlerde öğrencilerin motivasyonunu artıracaktır. Araştırma açısından, ileri çalışmalar için iki hat önerilir: (1) videoların transkriptleri üzerinden derinlemesine söylem analizi ve yanlış bilgi göstergelerinin sistematik kodlanması; (2) izleyici verileriyle (yorum ağları, izlenme-egri analizleri) katılımın niteliğinin ölçülmesi. Son olarak, platformlar arası stratejiler (podcast, kısa video, yazılı özet) bilginin erişimini genişletebilir.

Kaynakça

- Allgaier, J. (2019). Science and environmental communication on YouTube: Strategically distorted communications in online videos on climate change and climate engineering. *Frontiers in Communication*, 4(36), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2019.00036>
- Beck, U. (2012). *Risk society: Towards a new modernity*. Sage.
- Brossard, D. (2013). New media landscapes and the science information consumer. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(Suppl. 3), 14096–14101. <https://doi.org/10.1073/pnas.1212744110>
- Bucchi, M. (2021). *Science communication: A history of competing visions*. Routledge.
- Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2014). *Routledge handbook of public communication of science and technology*. Routledge.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2. baskı). Polity.
- Burns, T. W., O'Connor, D. J., & Stocklmayer, S. M. (2003). Science communication: A contemporary definition. *Public Understanding of Science*, 12(2), 183–202. <https://doi.org/10.1177/09636625030122004>
- Dağtaş, B. (2016). Medya ve bilim iletişimi: Popüler bilim dergileri üzerine bir inceleme. *İlef Dergisi*, 3(1), 75–98. <https://doi.org/10.24955/ilef.298904>
- Donzelli, G., Palomba, G., Federigi, I., Aquino, F., Cioni, L., Verani, M., & Lopalco, P. L. (2018). Misinformation on vaccination: A quantitative analysis of YouTube videos. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 14(7), 1654–1659. <https://doi.org/10.1080/21645515.2018.1454572>
- Erviti, M. C., & Stengler, E. (2016). Online science videos: An exploratory study with major professional content producers in the United Kingdom. *Journal of Science Communication*, 15(6), A06. <https://doi.org/10.22323/2.15060206>
- Goodell, R. (1977). *The visible scientists*. Little, Brown.
- Gregory, J., & Miller, S. (1998). *Science in public: Communication, culture, and credibility*. Basic Books.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Habermas, J. (1997). Kamusal alanın yapısal dönüşümü (T. Bora & M. Sancar, Çev.). *İletişim Yayınları*. (Orijinal eser 1989'da yayımlandı).
- Irwin, A., & Wynne, B. (1996). *Misunderstanding science? The public reconstruction of science and technology*. Cambridge University Press.
- Jasanoff, S. (2004). *States of knowledge: The co-production of science and the social order*. Routledge.
- Latour, B., & Woolgar, S. (1986). *Laboratory life: The construction of scientific facts*. Princeton University Press.

- Lewandowsky, S., Cook, J., & Ecker, U. K. H. (2017). Letting the public in: Communicating scientific consensus in the age of misinformation. *Public Understanding of Science*, 26(6), 671–689. <https://doi.org/10.1177/0963662516679361>
- Lewenstein, B. V. (2003). Models of public communication of science and technology. *Public Understanding of Science*, 12(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/0963662503012001413>
- Merton, R. K. (1973). *The sociology of science: Theoretical and empirical investigations*. University of Chicago Press.
- Özdemir, C. (2019). Türkiye’de bilim iletişimi ve popüler bilim yayıncılığı. *Selçuk İletişim*, 12(1), 25–42. <https://doi.org/10.18094/josc.486371>
- Suber, P. (2012). *Open access*. MIT Press.
- Weller, M. (2011). *The digital scholar: How technology is transforming academic practice*. Bloomsbury Academic.
- Welbourne, D. J., & Grant, W. J. (2016). Science communication on YouTube: Factors that affect channel and video popularity. *Public Understanding of Science*, 25(6), 706–718. <https://doi.org/10.1177/0963662515572068>
- Ziman, J. (2000). *Real science: What it is and what it means*. Cambridge University Press.



POLİSİYE SİNEMANIN İZİNDE: “KİN” FİLMİ ÖRNEĞİNDE TÜRSEL BİR DEĞERLENDİRME

“ ”

Ali Emre BİLİS¹
Leman Serda BAŞARAN²

1 Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, ORCID: 0000-0001-9892-9907, aliemrem@hotmail.com

2 Bağımsız Araştırmacı, Gazetecilik Yüksek Lisans Mezunu, ORCID: 0000-0003-4765-0097, basaranlemanserda@gmail.com

GİRİŞ

Sinema dünyasında son yıllarda öne çıkan türlerden biri polisiye film türüdür. Özellikle dijital film izleme platformlarının çoğalmasıyla birlikte farklı ülkelere ait polisiye filmler ve diziler daha büyük izleyici kitlelerine ulaşmaya başlamıştır. İlk olarak edebiyat alanında ortaya çıkan polisiye film türü suç, suçlu, kurban, adalet, polis ve dedektif gibi kavramlara yer vermektedir. Zaman içerisinde polisiye filmlerde şiddeti, gerilimi veya kovalamacayı öne çıkaran farklı yaklaşımlar da gözlemlenmiştir. Türk sinemasında en popüler türlerden biri olmasa da polisiye filmlere sıklıkla rastlanmaktadır. Polisiye film türünün gelişimine ilişkin bilgiler sunan bu çalışma çağcıl dönem Türk polisiye filmlerine *Kin* (2021) filmi örneğinde bir bakış geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bir yeniden çekim olan *Kin* filmi, yıllarını adaleti sağlamaya vermiş bir polisin adaletten kaçışını ele almaktadır. Filmde intikam, adalet ve masumiyet gibi kavramlara dair düşündürücü bir söylem bulunmaktadır. Çalışma kapsamında film polisiye türüne özgü temel temalar ekseninde içerik analizine tabi tutulmuştur. Buna göre filmde türe özgü temaların yinelenildiği ancak adalet kavramının göreceliğinin sorgulandığı tespit edilmiştir.

Yaşamın hemen her alanında olup bitenleri anlatma gücüne sahip olan sinema endüstrisi için ilginç olaylar ve sıra dışı öyküler ayrı bir önem arz etmektedir. Bu yüzden günlük yaşam rutininin dışında kalan savaşlar, çatışmalar, cinayetler, aldatmalar, doğal felaketler vb. gibi unsurlar bir sinemada bir anlatı olarak izleyicinin karşısına çıkabilmektedir. Özellikle gerek bireyler gerekse toplumsal sistemler üzerinde birçok olumsuz etkisi olan suç kavramı sinemada sıklıkla ele alınmaktadır. Kanunu ve nizamı bozan suç, suçlu, cinayet, hırsızlık, dolandırıcılık, taciz, tecavüz vb. gibi yasa dışı eylemler ve onlarla mücadele eden polis, dedektif, hâkim, savcı, asker ve ajanların yer aldığı filmler sinema tarihinde bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür polisiye film türüdür.

Zaman zaman suç filmleri olarak daha geniş bir çerçevenin bir parçası olarak görülmekle birlikte polisiye filmler edebiyat alanındaki polisiye roman türünün sinemaya yansımaları ifade etmektedir. Bu bağlamda edebiyat ve sinema arasındaki ilişki polisiye türü üzerinden daha da yakın bir hal almaktadır. Aslında sinema ve edebiyat arasında birbirlerini besleyen diyalektik bir ilişkiye bulunmaktadır. Bu ilişki, hem edebiyatın tema ve konu bakımından zenginliğinden; hem de sinemanın “kurmaca” ve “anlatısal” özelliklere sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Her iki sanat için senaryo oldukça önemlidir. Sinemada senaryo, sinematografik oluşumda en önemli öge olmakla birlikte iki şekilde meydana gelmektedir. Bunlardan ilki, “özgün senaryo” ikincisi “uyarlama”dır (Aslanyürek, s. 2007). Bununla birlikte bir sinema filminin büyük bir

maliyeti olması, filmlerin izleyici tarafından en yüksek oranda izlenmesini sağlayacak bütün tedbirlerin alınmaya çalışılması film yapımcılarını edebi uyarlamalara yönlendirmektedir. Gerek geçmişte gerekse günümüzdeki çağdaş sinemada çok okunan, çok satan “best seller” nitelikli edebi eserlerin sinemaya uyarlandığı görülebilmektedir. Bu durum çok okunan bir romandan uyarlanan bir filmin çok izleneceğine ilişkin bir beklentinin tezahürünü ifade etmektedir. Nitekim Dünya ve Türk sinema tarihinden itibaren edebiyat alanına eğilmiş ve temel kaynaklardan esinlenilerek uyarlamalara yer verilmiştir. Başta Dünya sinemasından Alain Resnais, Stanley Kubrick, Jean Renoir, Francois Truffault gibi yönetmenler ilk sırada gelmektedir (Sunal ve Kutluhan, 2021). Zaman içerisinde birçok sinemacı, roman ve hikâyelerden kolayca senaryo çıkarabilecekleri için edebi eserlere yönelmiştir. Ayrıca, edebi eserlerin tema, hikâye, diyaloglar, dekor, kostüm gibi konularda da malzeme sağladığı unutulmamalıdır. Bununla birlikte polisiye romanlar ve filmlere dair en önemli hususlardan birisi; polisiye romanlarda zamanla bir kalıp haline gelen tema, tiplere, kodlar ve anlatı tarzlarının polisiye film türünde de yinelenmesidir. Bu durumda yalnızca uyarlama polisiye filmler değil aynı zamanda bu tür filmler için özgün olarak yazılan eserlerde de polisiye romanlara özgü tema ve kodların yinelenme durumu ortaya çıkmaktadır.

Edebiyatta Polisiye Türü

Suç ve suçlu bireyin, suça dayalı olayların varlığı, polisiye roman türünün ana konusunu oluşturur. Genel itibariyle polisiye romanlarda, işlenen bir suç ve bu suçu işleyen bireylerle birlikte suçun nasıl ve kim tarafından işlendiğini ortaya çıkarmayı hedefleyen polis ve dedektifler yer alır. Polisiye romanın ana kurgusu genellikle karmaşık ve çözülmesi zor olan bir suçla başlar (Erkan ve Aytaş, 2020). Bu noktada, suçun varlığı edebiyat alanındaki romanlara da sirayet etmiştir. Bu gelişmenin kaynağı, özellikle 19. yüzyılda Avrupa’da ve Amerika kıtasında metropol kentlerin oluşması, bu civarlardaki suç oranlarını da artmasıdır. Suç oranlarının artmasına bağlı olarak bireylerin kendilerini güvensiz hissetmeleri, suç ve polisiyenin ilk örneklerinin İngiltere’de vuku bulmasını da beraberinde getirmiştir (Taraç, 2018, ss. 158-160). Böylece dünya edebiyatında ilk polisiye türü Edgar Allan Poe’nun 1841 yılında, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde *Graham Magazine* dergisinde yayımlanan ve yayımlandığı tarihten itibaren polisiye türünün edebiyat girmesini sağlayan “*Morg Sokağı Cinayeti*” adlı öyküsüdür (Türkmenoğlu, 2014: 1044). Edgar Allen Poe’nun yanı sıra Emile Gaboriau, Conan Doyle, Gaston Leroux, Maurice Leblanc gibi yazarlar bu türün diğer kurucuları arasında bulunur (Gezer, 2006, s. 20). Bu isimleri müteakip olarak ortaya çıkan yeni yazarlar polisiye edebiyatın hızla gelişmesini sağlamıştır. Dedektif ve polisiye romanların usta ismi Agatha Christie’nin yarattığı dedektif Hercule Poirot ile dünyaca ünlü yazar Sir Arthur Conan Doyle tarafından yaratılan dedektif Sherlock Holmes karakterleri edebiyat tarihine geçen en

ünlü dedektifler olarak tüm dünyaca bilinmektedir. Bu karakterlerin yer aldığı birçok roman sinemaya uyarlanmış aynı zamanda yine birçok film ve dizi karakteri bu iki isimden esinlenerek yaratılmıştır.

Agatha Christie ve Sir Arthur Conan Doyle haricinde S.S. Van Dine'in kurgusal karakteri olan "*Philio Vance*" ön plana çıkar. Philio Vance, adaleti yerine getirme isteği içerisinde olan bir karakterdir. Bir diğer kurgusal karakter ise Frederic Dannay ve Manfred B. Lee tarafından yaratılan "*Ellery Queen*" karakteridir. Polisiye edebiyatı ve özel dedektif romanı olarak sunulan Ellery Queen, olayları çözerken polis babasından yardım alır. Bu yazarlar dışında yer alan Nick Carter'da, 18 Eylül 1886 tarihli "New York Weekly" dergisinde, "*The Old Detective's Pupil, or The Mysterious Crime of Madison Square*" isimli öyküsüyle ilk çıkışını yapmıştır (Rolloff ve SeeBlen, 1997).

Diğer yandan, dikkat çeken "private eye (özel dedektif)" figürleri olan roman ve öykülerdir. Bu roman ve öykülerde yer alan private eye'lar için, belirli koşullar gereklidir. Bu doğrultuda, özel dedektiflik için başta temiz bir sicil dolayısıyla sabıkasız olmak ve en az üç yıl polis teşkilatında çalışmış olmak gerekir. Özel dedektif, sadece para ve meslek onurunu korumak için çalışır. Roman ve öykülerde yer alan Amerikalı özel dedektifler, kovboyun mitolojik devamı olarak görülür. Klasik dedektifin felsefi sorunlarını yansıtmaya aksine özel dedektif, yozlaşmaya bir yanıt niteliği taşır (Rolloff ve SeeBlen, 1997). Özel dedektif denilince Hammett'in, şefi The Old Man'ın deneyimlerine dayanarak yarattığı Continental Op'u akla gelir. 1923'te ilk kez yayımlanan öykünün birçoğu *Black Mask* dergisinde yayımlanmıştır. Hammett'in The Maltese Falcon ve The Glass Key'i de üçüncü tekil kullanarak yazdığı önemli romanlardır. Hammett'ten sonra bir diğer isim Raymond Chandler'dir. Chandler, ekonomik sıkıntılar sebebiyle polisiye edebiyata geçiş yapmıştır. İlk çalışmaları *Black Mask* dergisinde yayımlanan yazarın, *The Big Sleep* (1939) romanıyla büyük çıkış yaptığı bilinmektedir. Bu büyük çıkışla birlikte "polisiye romanının ilk büyük devrimi" gerçekleşir. Bu dönemde Belçikalı Georges Simenon'un kahramanı Müfettiş Maigret özel bir dedektifin yerini polisin alması açısından önem teşkil eder. Bu açıdan bakıldığında, klasik dedektif romanlarında artık dedektifler eksantrik ya da meraklı değildir. Aksine, dedektiflik mütevazilikten geçer ve bu meslek onların geçim kaynağını oluşturur (Rolloff ve SeeBlen, 1997).

Dünya edebiyatında bir dergi aracılığıyla tanışılan öykünün aksine Türk edebiyatında polisiye türü ilk kez tercüme romanlar aracılığıyla gerçekleşir. Böylece polisiye türünün ilk örnekleri Batı'dan farklı ve yaklaşık kırk yıl sonrasına rastlar. İlk tercüme edilen polisiye romanı, 1881 yılında Ponson de Terrail tarafından yayımlanan *Paris Faciaları* adlı eserdir. 1883 yılında ise Ahmet Mithat Efendi'nin de Emile Gaboriau'nun, "*Orcival Cinayeti*" adlı eseri tercüme ettiği görülür (Erkan ve Aytaş, 2020). Bu tercümeden bir yıl sonra Ahmet Mithat Efendi 1884 yılında, Türk edebiyatında ilk polisiye türü olarak

anlam ifade eden *Esrar-ı Cinayat*'ı romanını yazmıştır (Türkmenoğlu, 2014, s. 1044; Çetin, 2009, s. 30). Yıllar içerisinde Celil Oker, Osman Aysu gibi yazarlar polisiye türden eserler vermiştir. Günümüzde ise polisiye roman denince akla ilk gelen isim Ahmet Ümit'tir. Ahmet Ümit eserleri farklı dillere de çevrilen çağdaş polisiye edebiyatın en önemli temsilcilerinin başında gelmektedir.

Sinemada Polisiye Türü

Klasik Hollywood türleri çoğu zaman temel türler olarak kabul edilen türlerin temelini oluşturur ve bunlar genellikle melodram, komedi, aksiyon-macera, bilim kurgu, korku, Western, kara film, suç filmleri ve müzikali içerir. Ancak bu kategorilerin her birinin birçok alt türü mevcuttur. Örneğin suç filmleri genellikle gangster filmleri, gerilim filmleri, sert polisiye filmleri, casus filmleri, polis filmleri vb. olarak daha da ayrılan suç alt kategorilere sahiptir (Bondebjerg, 2015, s. 160). Sinemanın hemen ilk yıllarından itibaren polisiye film türüne dair örneklerle rastlanabilmektedir. Amerika'da, kolluk kuvvetleri ve onların suçlularla olan mücadelesi 1900'lü yıllarından başında dahi kendine yer bulmaktadır. Böylelikle polisler, suçlular, adli durumlar ve adalet sistemi seyirci tarafından görülür olmaktadır. 1900 yılında 30 saniye süren *Sherlock Holmes Baffled* film çekilmiştir. 1905 yılı yapımı *Life of an American Policeman* filmi, 14 dakikalık süresi boyunca bir polisin ailesiyle kahvaltısını, polislerin kayıp bir çocuğu bulmasını, boğulmak üzere olan bir kadına yardım etmelerini ve birtakım adli olayları seyirciye sunmaktadır. Bu başlangıç filmlerini takip eden yıllarda, sinemadaki teknik gelişmelerin de katkısıyla birçok polisiye ve suç filmi çekilmiştir. Böylelikle polisiye türüne özgü anlatı tarzları yerleşmeye başlamıştır.

Sinema tarihine bakıldığında western, gangster veya film noir/kara filmlerin yaygın anlaşılan bir kimliğe sahip olduğu görülebilmektedir. Bunun sebebi mekân, atmosfer, karakterler ve biçimsel anlatımda bu tür filmlerin ortak özelliklere sahip olmasıdır (Makal, 2014, s. 19). Ancak bu türlerin dışında kalan filmlerin türsel açıdan kategorize edilmesinde genellikle ortak bir yaklaşım belirlenmediği gözlenmektedir. Buna göre daha genel tür biçimlerini belirlemek mümkün iken alt türlerin tanımlanması daha zor görünmektedir. Günümüze doğru geldikçe farklı türlere ait kodları kullanan, temsillere yer veren melez nitelikli filmlerin ortaya çıkması da bu sürece olumlu katkı yapmamıştır. Kimi zaman iki film türüne hatta bazen üç film türüne özgü unsurları içeren bu filmler farklı zevklere sahip daha geniş bir kitleye hitap etme düşüncesini de yansıtmaktadırlar. Sinemada türlerin ve alt türlerin belirlenmesine ilişkin farklı yaklaşımlar bulunduğu tespit edilmiştir. Primasita ve Asima-Putra'ya göre (2019: 35) bir polisiye romandaki gizemli suç, davaya dedektif olarak atanan polisler tarafından soruşturulur. Bu polisler gizemleri çözümüyorlarsa polisiye bir romandan söz edilememektedir. Bu bağlamda polisiye filmlerde de bir gizemin varlığı ve bu gizemi çözen dedektif önem arz etmektedir. Bununla birlikte dedektif isimli görev

tanımı ABD veya Batı ülkelerinde mevcut olabilirken Türkiye’deki emniyet yapılanmasında böyle bir unvan bulunmamaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de çekilen polisiye filmlerde dedektifin yapacağı işleri yapan soruşturmacı bir polis figürünün varlığı polisiye türünde bir eser olduğu konusunda yeterli görülmektedir.

Günümüzde suç ve polisiye filmler ile onların alt türü olan filmlerin yapımında en fazla ön plana çıkan ülkelerin başında ABD yani Hollywood gelmektedir. Hollywood sineması hemen her dönem önemli polisiye filmleri seyirciye sunmuştur. 1970’li yıllar bu açıdan oldukça verimli geçmiştir. Bu dönemde Clint Eastwood tarafından canlandırılan Dirty Harry karakteri, suçluların peşine düşen amansız bir polis dedektifini canlandırmaktadır. Bu yıllarda Eastwood ile birlikte Charles Bronson, Gene Hackman, Robert Blake ve Elliot Gould gibi isimler de sert ve güçlü polis imgesini pekiştiren rolleri canlandırmışlardır. Böylelikle yaratılan polis mitosunda ve ideolojisinde kadınların fazla yer almadığı görülmektedir. Nitekim polislerin düşünce ve duygu dünyalarında kadınlar ne kadar çok yer alırsa, polis film türü, asıl rotasını, mitosunu ve ideolojisini o ölçüde yitirmektedir (Roloff ve SeeBlen, 1997, ss. 339-340). Toplumda suçun arttığı bu yıllarda adalet arayışları polisiye filmler aracılığıyla yansıtılmıştır. Bu tarihten sonra *Chinatown* (1974), *The Silence of Lambs* (1991), *Seven* (1995), *Zodiac* (2007), *Deja Vu*, (2006), *Knives Out* (2019) vb. gibi birçok polisiye film çekilmiştir. Bu polisiye filmlerde kimi zaman bir seri katilin peşinde düşülmekte, kimi zaman büyük yolsuzluklarla bağlantılı cinayetler çözülmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte günümüzde Hindistan, Güney Kore, Arjantin, İspanya vb. gibi çok farklı ülkede polisiye filmler popüler bir tür olarak öne çıkmaktadır. Türkiye’de de polisiye sinema köklü bir geçmişe sahiptir.

Türk Sinemasında Polisiye Film

Türk sinemasında birçok tür olduğu bilinmektedir. Fransızca tür kelimesinin karşılığı, *genre* sözcüğüne denk gelmektedir. Türk sinemasında, korku, komedi, aksiyon vd. gibi birçok film türü olmakla birlikte bunlardan bir diğeri de “polisiye” filmleridir. Kökenini, Fransızca “policier” kelimesinden alan polisiyenin, kaynağı polisiye edebiyatıdır. Türk Dil Kurumu (TDK)’na göre tanımı “konusu polisin ilgilendiği alanlarda olan (olay, film vb.) olarak tanımlanan polisiye türünün (Akt. Taranç, 2018, ss. 158-159), Türk sinemasında polisiye filmin ilk örneklerine Tiyatrocular Dönemi’nde rastlanır. Özellikle tek yönetmenin egemenliği altında dolayısıyla Muhsin Ertuğrul dönemi olarak da bilinen bu dönem içerisinde ilk polisiye film *Kaçakçılar* (1932)’dir.

1940 yılında, tiyatrocular dönemi dışından gelen yönetmen Faruk Kenç tarafından Vala Nureddin’in eserinden uyarlanan ilk polisiye film çalışması “*Yılmaz Ali*” çekilmiştir. Filmde, zengin bir kadının evinde öldürülmesi

üzerine polis hafiyesi bir genç ve gazeteci bir kızın cinayeti araştırması anlatılır. Yılmaz Ali filminden on bir yıl sonra, gerçek bir yaşamdan uyarlanan ve İstanbul'un işgali yıllarında geçen *İstanbul Kan Ağlarken* (1951) filmiyle de yeni bir çizgi oluşturulmuştur. Tiyatrocu Kani Kıpçak'ın yönettiği film, bir istiklal mücadelesini içeren bir filmidir ancak filmin asıl konusunu, İstanbul'da yaşayan bir Rum kabadayısı ve Hrisantos ile Türk polisi Muharrem Alkor'un mücadelesi oluşturur ve bu açıdan film polisiye sınıflandırmasına girmektedir. İlk ciddi polisiye denemesi ise sinemacılar dönemine denk gelmektedir. Bu bağlamda, sinemacılar döneminin ilk polisiye filmi, Ömer Lütfi Akad'ın yönettiği toplumsal gerçekçi bir yapıda olan *Kanun Namına* (1952) adlı yapımdır. Öte yandan, Türk sinemasında, polisiye filmlerde bazı aktörler ön plana çıkarak "*Türk sinemasının polisleri*" olarak anılmıştır. Bu isimler arasında Ayhan Işık, Cüneyt Arkın, Yılmaz Güney ve Göksel Arsoy gibi isimler yer alır. Bu isimler, 1970'li yıllarda polisiye türü açısından Türk sinemasına altın çağını yaşatmışlardır. Örneğin, Ayhan Işık'ın *Kanun Benim* (1963) adlı yapımı; Cüneyt Arkın'ın *Karateçiler İstanbul'da* (1974) adlı filmi bu hususta dikkat çekmektedir (Holat, 2015, ss. 104-106).

1975'li yıllarda ise Melih Gülgen'in, Cüneyt Arkın ile yaptığı iş birliği, Türk polisiye sinemasında yeni bir döneme yelken açar. Bu bağlamda, Melih Gülgen'in Amerikan sinemasının etkilerini taşıyan mafya türü filmlere yönelmesiyle filmlerde polisler ve yeraltı dünyasının mafyaları karşı karşıya gelir. Örneğin Cüneyt Arkın'ın başrolde oynadığı *Cemil* (1975) adlı filmi bu bağlamda önem atfeder. Cüneyt Arkın haricinde bu dönem içerisinde bir diğer önemli isimden biri de Yılmaz Güney'dir. Güney, yönetmenliğini yaptığı filmlerde, kabadayı ve kanun dışı adamlara yer vermekle birlikte kendisi de filmlerde kabadayı, mert, delikanlı, hapisane kaçkını gibi rollerde oynamıştır. Böylece Yılmaz Güney'in önemli polisiye ve gangster filmleri arasında *Kahreden Kurşun* (1965), *Kan Gövdeyi Götürdü* (1965), *Krallar Kralı* (1965), *Çirkin Kral* (1966), *Vurguncular* (1971) ve *Umutsuzlar* (1971) gibi yapımlar yer alır ve dikkat çeker (Holat, 2015, ss. 105-106).

Türk sinemasının polisiye filmler açısından ise en zengin olduğu dönem 70'li ve 80'li yıllardır. Bu yılların zengin varlığı, dönemin siyasal ve toplumsal koşullarıyla yakından ilişkilidir çünkü toplumda yaşanan faili meçhul cinayetler ve adalete olan güvensizlik, polisiye filmlerin ön plana çıkmasına ve böylece bir güven oluşturulmasına zemin hazırlamıştır. Örneğin *Cemil* (1975) filminde polis halkın yanındadır ve onların adaletini sağlamaya çalışır. 1979 ve 1990 yılları arasında ise Halit Refiğ'in, konusu genç kızları uyuşturucuya alıştırıp ağına düşüren bir mafyayı ele alan *Beyaz Ölüm* (1983) adlı filmi dışında pek başarılı bir polisiye film yapılmamıştır. Ancak bu durum 2000'li yıllara gelindiğinde değişmiş ve 2000'li yıllara gelindiğinde, Türk sineması polisiye sineması açısından yeni örneklerin ve tür denemelerin gerçekleştiği bir dönem olmuştur (Holat, 2015, ss. 106-107). Böylece 2000 sonrasında da

Kabadayı (2007), *Polis* (2007), *Pars Kiraz Operasyonu* (2007), *Sis ve Gece* (2007), *Çakal* (2010), *Başka Semtin Çocukları* (2008), *Ejder Kapanı* (2010), *Av Mevsimi* (2010), *Cingöz Recai* (2017), *Cinayet Süsü* (2019) gibi polisiye filmleri izleyiciye sunulmuştur. Bu bağlamda, söz konusu filmler, Türk sinemasında polisiye filmlere olan ilginin devam ettiğini ortaya koymaktadır. Bahsi geçen filmler, kimi zaman aksiyonun, kimi zaman dramın veya bazen de komedi unsurlarının ağır bastığı anlatı yapılarına sahiptir. Bu bağlamda ortak bir dilden ziyade anlatı biçimlerindeki çeşitlilik söz konusudur.

Çalışmanın Yöntemi

Polisiye film türüne dair tarihsel süreci ve çağdaş yönelimleri tartışmayı amaçlayan çalışma kapsamında 2000’li yıllar sonrası Türk polisiye filmleri araştırma evreni olarak benimsenmiştir. Derinlemesine ve kapsamlı bir film analizi yapılması planlanması sebebiyle oldukça geniş olan araştırma evreninden bir film seçilerek analiz edilmesi uygun görülmüştür. Bu durum çalışmanın sınırlılığı olarak tanımlanabilmektedir. Bu sınırlılık kapsamında çalışmanın amacına en uygun örneklem film olarak *Kin* filmi analiz kapsamına dâhil edilmiştir. Bir Güney Kore filminin yerli uyarlaması olarak uluslararası bir niteliği bulunması, dijital bir platformda seyirciye sunulması ve polisiye türe ait tema ve kodları içermesi filmin analiz için seçilmesinde önemli rol oynamıştır. Bu tema, kod ve temsilleri ortaya koyabilmek amacıyla nitel veri analizi yöntemi tercih edilmiştir. Buna göre, nitel veri analizinde mevcut üç yoldan birisi olan betimleme aracılığıyla tematik analizin birlikte kullanıldığı yöntem tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Nitel araştırmalar verilerin toplanması ve bulguların değerlendirilmesi hususunda son yıllarda sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılmaktadır. Thorne’a (2000) göre nitel veriler, kaydedilen gözlemler, odak grupları, metinler, belgeler, multimedya, kamuya açık kaynaklar, politika el kitapları ve fotoğraflar dâhil olmak üzere çeşitli biçimlerde olabilmektedir. Bu kapsamda bir sinema filmi de analiz edilebilecek nitel verilere sahip olabilmektedir.

BULGULAR

Çalışma kapsamında analiz edilen *Kin* filmi, 2015 yılında çekilen *The Chronicles of Evil* isimli Güney Kore filminden uyarlanmıştır. Senaryosu Woon-hak Baek tarafından yazılan ve yine aynı isim tarafından yönetilen bu film Yılmaz Erdoğan’ın yazdığı uyarlama ile senaryo çekilmiş ve 2021 yılında vizyona girmiştir. Filmin kısa öyküsü şöyledir: Yılın polisi ödülünü alan Harun Başkomiser bu başarısını akşam kendi ekibinde görev yapan polis arkadaşlarıyla kutlar. Bu kutlamadan sonra eve gitmek üzere bir taksiye biner. Taksici boş bir araziye götürdüğü Harun’a bıçakla saldırır ve çıkan kavgada Harun adamı öldürür. Müdür olmaya hazırlanan Harun biraz düşündükten sonra delilleri ortadan kaldırarak olay yerini terk eder. Ertesi gün emniyet müdürlüğünün karşısında bir vinçte asılı olarak bulunan ceset Harun’un

öldürdüğü kişiye ait çıkınca olaylar karışır. Cinayet işlediği gerçeğini örtmeye çalışan Harun, cesedin oraya nasıl geldiğini çözmeye çalışır. Olaylar Harun’u geçmişte yaşadığı bir cinayet davasına götürür ve film anlatısı yıllar sonra yaşanacak bir hesaplaşmaya doğru ilerler.

Kin Filmi Künyesi

Yönetmen	: Türkan Derya
Senaryo	: Yılmaz Erdoğan
Süre	: 1 saat 44 dakika
Film müziği	: Ahmet Kenan Bilgiç
Yapımcı	: Necati Akpınar
Oyuncular	: Yılmaz Erdoğan (Harun Başkomiser), Cem Yiğit Uzunoğlu (Polis Tuncay-Emre), Ahmet Mümtaz Taylan (Polis Müdürü Cevat), Rüzgar Aksoy (Polis Yedigâr), Duygu Sarışın (Gülendam-Gül)

Polis/Kanun Adamı Figürü

Kin filminin protagonistisi yani kahramanı Başkomiser Harun’dur. Harun orta yaşlarda bir karakterdir ve izleyici için yüksek bir fiziki çekiciliğe sahip değildir. Buna karşın yılın polisi ödülüne görülen, bilgili, yetenekli, zeki ve babacan tavırlara sahip bir karakterdir. Filmin hemen başında yer alan ödül sahnesi ve Harun’un emniyetteki ofisinde genç polis Tuncay’a aktardığı bilgileri bu durumu yansıtmaktadır. Bu konuşmada Harun “*Suçtu ispat edinceye kadar herkes masumdur. Bu hukukun ilkesi. Bizim şüphelerimizi giderinceye kadar herkes biraz suçludur. Bu da bizimki... İyi olmak kolaydır. Zor olan adil olmaktır*” ifadelerini kullanır. Bu sözler ile Harun bir polisin mesleğini icra ederken şüpheli bir niteliğe sahip olması gerektiğini anlatır. Harun’un, iyi olmak kolay adil olmanın zor olduğuna dair ifadesi ise geçmişte filmde yaşayacağı olaylara gönderimde bulunmaktadır. Zira Harun bir suç işleyip adaletten kaçmak zorunda kalacaktır.

Başkomiser Harun, aldığı ödülü arkadaşlarıyla birlikte kutladığı gece evine dönerken bindiği takside uyuyakalır. Uyandığında farklı bir yere götürüldüğünü anlar ve kavga etmeye başladığı taksici tarafından ıssız bir yere götürülerek bıçaklı saldırıya uğrar. Sonradan bir suçlu olduğu anlaşılan taksici Harun’a saldırırken aynı zamanda ismini söyler ve intikamdan bahseder. Harun boğuşma esnasında bıçağı ele geçirir ve saldırganı öldürür. Seyirci bu saldırının ardında başka bir gerçek olduğunu hisseder ancak Harun’un meslektaşlarına teslim olmak yerine olayı örtbas etmeye çalışması anlatıyı karışık hale getirir. Müdür olma şansını yitirmek istemeyen ve bundan daha da önemlisi kazandığı itibarını kaybetmemek, bir suçlu olarak küçük düşmemek için cinayetle ilgili

delilleri karartmaya başlar. Bu durum klasik polisiye filmlerinden önemli ölçüde farklı bir polisiye anlatısına işaret etmektedir. Zira ortada bir suç vardır ancak suçu işleyen bir polistir. Polisiye türünde suçlunun peşinde koşan, delilleri ele geçiren bir polis karakteri mevcutken *Kin* filmindeki polis Harun cinayet işlediğini gizlemekte, delillerin polis arkadaşları tarafından bulunmasına engel olmaya çalışmaktadır. Ayrıca yine bazı filmlerdekinin aksine Harun tuzağa düşürülen, işlemediği suç üzerine yıkılmaya çalışılan bir polis değildir. Harun, kendini korumak için de olsa bir cinayet işlemiştir. Bu bağlamda *Kin* filminin klasik bir polisiye anlatısından farklılaştığı ileri sürülebilmektedir. Yine Başkomiser Harun da polisiye türünde suçlunun peşinden koşan bir polis imgesini temsil etmemektedir. Filmdeki diğer karakterler de ele alındığında filmde suçlu-suçsuz, haklı-haksız ve doğru-yanlış gibi kavramların oldukça muğlak olduğu dile getirilebilmektedir.

Suç: Polisiye film türünün en karakteristik özelliklerinin başında cinayet gibi ağır bir suç ve bu suçu soruşturan, suçluyu bulmak için mücadele eden polis veya dedektif karakteri bulunmaktadır. Bu noktada polisin temel görevi suçluyu yakalamak, cezasının belirlenmesi için hâkimlere ve savcılara teslim etmek ve böylelikle adaletin sağlanması için çalışmaktır. Polisiye filmlerde kimi zaman tek bir cinayet soruşturulabildiği gibi kimi zaman da seri cinayetler ve bunların faili olan seri bir katil söz konusudur. Bu bağlamda polisiye filmlerin dramatik yapılarında suç ve soruşturma büyük bir önem taşımaktadır. Anlatı içerisinde bulunan her delil, polis ve suçlunun (katilin) yüzleşeceği, gizemin çözüleceği final sahnesine doğru gidişi inşa etmektedir. Bununla birlikte bulunan yeni deliller suçun çözümü, suçlunun kim olduğu konusunu karmaşık hale getirebilmektedir.

Kin filminde, polisiye film türündeki klasik yaklaşımdan farklı olarak katilin ve maktulün kim olduğu izleyiciye gösterilmektedir. *Kin* filminde suçun nerede, nasıl, hangi araçla, ne gerekçeyle ve en önemlisi de kim tarafından işlendiğinin seyirci tarafından bilinmesi bir gizemi görünürde ortadan kaldırmaktadır. Bu noktada filmdeki katil, uzun yıllar boyunca emniyet müdürlüğünde başarıyla hizmet etmekte olan Harun Başkomiserdir. Harun, ödül aldığı gece evinde dönerken bindiği taksinin şoförüyle bir tartışma yaşamış ve kendini savunurken taksiciyi öldürmüştür. Böylelikle yıllarca suçluları kovalayan Harun artık bir suçlu olmuştur. Artık kendisi kovalayan değil kaçan karakterdir. Harun, cinayeti işledikten sonra parmak izleri ve delilleri ortadan kaldırarak olay yerinden uzaklaşmaktadır. Yine bu cinayeti çözme konusunda kendisi görevlendirilince soruşturmayı manipüle etmeye başlamakta ve suçlu olarak kendisinin yakalanmasını engellemeye çalışmaktadır. Bu noktada *Kin* filmi polisiye film türünde katilin kim olduğuna ilişkin bir gizeme sahip değildir. Ancak zamanla film, taksicinin Harun'a neden saldırdığı sorusuna cevap aramaya başlamakta ve geçmişle olan bir yüzleşmeye doğru ilerlemektedir.

İkilem: Kahramanın ikilemde kalması farklı tür filmlerde olduğu gibi polisiye film türünde de zaman zaman rastlanan bir durumdur. Kahramanlar çoğu zaman ahlaki bir ikilemde kalabilirler. Örneğin intikam almak için bir suçluyu öldürmek ile onu adalete teslim etmek arasında ikilemde kalabilirler. Yine bir hazineye ulaşmak yerine sevdiği insanı kurtarmak arasında kalabilirler. Doğru olana karar vermek ve ona giden yolu seçmek bir film kahramanın sınavı olarak film anlatısında ele alınabilmektedir. Bu durum da doğal olarak iki seçenek arasında kalan kahramanın hangisini seçeceğine dair izleyicide bir heyecan uyandırmaktadır. Bu bağlamda Harun'un kendi canını kurtarmak için saldırganı öldürmesi bir zorunluluk olarak tanımlanmıştır. Ancak yıllarca adaleti savunan Harun'un ondan sonra ne yapacağı işte bu ikilem durumunu ortaya çıkarır. Zira Harun, polis ekiplerine haber vermek ve olanı olduğu gibi anlatarak kendini adalete teslim etmek yerine suça ilişkin delilleri karartmayı ve kaçmayı tercih etmektedir. Cinayet gecesi aldığı ödül ve hemen yakın bir zamanda müdür olarak atanma beklentisi Harun'un ikilemi olmuştur. Harun bir hükümlü olmak, ceza almak, itibarını kaybetmek, terfi olamamak gibi bir yola girmektense kaçmak ve olayı örtbas etmek yolunu tercih etmiştir.

Polis Teşkilatı/Mekânlar: Bir film türünü oluşturan temel hususlardan birisi o türe ait filmlerde temsil edilen mekânlara dair ortaklıklar ve benzerlikler bulunmasıdır. Nitekim polisiye film türünde temsil edilen ortak mekânların başında, suçlunun yakalanma çabalarının yoğunlaştığı yerler olan emniyet teşkilatına ait mekânlar gelmektedir. Emniyetteki sorgu odaları, memurların çalışma ofisleri, şüpheliler arasındaki ilişkileri çözmeye yardımcı olan tahtalar veya mantar panolar ile kriminal testlerin yapıldığı laboratuvarlar çoğu polisiye filmde yer almaktadır. Bununla birlikte ayrı bir odası bulunan başkomiser veya üst amir karakteri de klasik temsillerden biridir. Bu amir temsili; kimi zaman despot, kimi zaman adaletin yerini bulmasından ziyade kendi konumunu ve ikbalini düşünen, bazen babacan, bazen de suçlularla iş birliği yapan bir şekilde izleyiciye sunulmaktadır. Bu amir genellikle; siyasi baskılar, basındaki aleyhte haberler veya kendi terfisi gibi çeşitli gerekçelerle soruşturmayı yürüten polisler üzerinde baskı kurarak suçlunun bir an önce yakalanmasını ister. Nitekim *Kin* filminde Gece ıssız bir yerde öldürdüğü adamın cesedi sabah emniyetin karşısındaki yüksek bir inşattaki vinçte asılı bulunur. Bunu gören Cevat Müdür, cesedin emniyet binasının karşısındaki vince asılmasını polise bir meydan okuma olarak görür ve artık haysiyet meselesi olarak ele aldığı bu cinayetin failini bir an önce bulması için Harun'u görevlendirir.

Film anlatısında katilin bulunamamasına git gide sinirlenen Cevat Amir, Ankara'dan konuyla ilgili her gün üç telefon aldığını söyleyerek siyasi baskı gördüğünü de dile getirmektedir. Böylelikle çoğu polisiye film türünde olduğu gibi *Kin* filminde de suçlunun bir an önce bulunması için baskı yapan

bir amir figürü yinelenmiş olur. Polisin hemen yaptığı soruşturmada ofise maktulün bir fotoğrafının ve onunla ilişkili kişilerin fotoğrafının da yer aldığı beyaz bir tahta konulur. Güvenlik kameraları izleme merkezindeki görüntüler incelenir. Böylelikle polisiye filmlere özgü iki temsil daha *Kin* filminde kendine yer bulmaktadır. Harun Başkomisere saldıran ve onun tarafından öldürülen kişinin başta uyuşturucu satmak olmak üzere çeşitli suçlardan sabıkası olan biri olduğu ortaya çıkar. Harun Başkomiser ve saldırgan arasındaki boğuşmada saldırganın Harun'u tanıdığı ve ona ismiyle hitap ederek ölüm zamanının geldiğini söylediği görülmektedir. Bu durumda öldürülen kişi bir cinayet amacı gütmüş, cesedi ise Harun'a ve polis teşkilatına meydan okur şekilde bir vince asılmıştır.

Suçlu: Bir tür olarak polisiyelerde anlatının en önemli unsurlarının başında suçlu figürü gelmektedir. Bu filmlerde genellikle ahlaki değerleri olmayan, psikolojik açıdan sorunlu, her türlü şekilde kaçmayı başaracak kadar zeki ve yetenekli, gaddar ve çıkarıcı suçlular bulunmaktadır. Suçlu karakterin varlığı filmin anlatı yapısının gelişmesine ve izleyicinin ilgi ve heyecan düzeyinin yüksek tutulmasına da hizmet etmektedir. *Kin* filminde gözü dönmüş bir katil, sinsî planlarla insanlara zarar veren bir gaddar bir karakter bulunmamaktadır. Bununla birlikte birisi Başkomiser Harun tarafından işlenen toplam on bir cinayet bulunmaktadır. Bu cinayetler uzun yıllar devam eden bir intikam arayışının neticesidir.

Filmin ilk sahnesinde, kendine saldıran sözde taksiciyi öldüren Harun Başkomiser bir yandan cinayeti örtbas etmeye çalışmakta diğer yandan ise olayları araştırmaktadır. Bu araştırmalar Harun'u yıllar önce yedi kişinin çorbalarına zehir katılarak öldürüldüğü bir cinayete yönlendirir. Bu cinayeti çözmeye o zaman komiser olan Cevat ile birlikte görev yapan Harun, suçlu olduğu konusunda şüpheleri olduğu bir adamın katil olarak tutuklanmasına seyirci kalır. O zaman da üst makamlardan gelen baskı Cevat ve Harun'un bu kişiyi tam emin olmamalarına rağmen suçlu olarak göstermelerine sebep olmuştur. Harun, adaleti sağlayacak gerçeğin ortaya çıkması için erdemli davranmamış, sistemin kurbanı olmasına boyun eğmiştir. Bu noktadan başlayan filmdeki cinayetlerin büyük bir kısmı, ilerleyen yaşlarında polis olan ve Harun'un ekibine Tuncay ismiyle katılan Emre tarafından işlenmiştir. Emre, babasına kötü davranan yedi kişiyi, soruşturma ekibinde bulunan üç polisi, kendisinin kim olduğunu anlayan polis Yadigarı, Cevat Müdürü öldürmüş ve filmin sonunda intihar etmiştir. Kardeşi Gülendamlar da bu cinayetlerin bir kısmına yardım etmiş ve o da uyuşturucu olarak hayatına son vermiştir. Film anlatısı işlediği tüm bu cinayetlere rağmen Emre'yi küçük yaşta büyük bir dramla karşılaşan bir ölçüde sistemin mağduru olan bir karakter olarak göstermektedir. Emre ve Gülendamlar, yaşadıkları ve cinayetlerle yaşattıkları acıya son vermek adına kendi yaşamlarına son veren karakterler olmuşlardır. Nitekim Harun

Başkomiser, intikam almak adına kendisini öldürmek yerine intihar etmeyi tercih eden Emre için üzülmekte ve gözyaşı dökmektedir.

Filmde cinayet işleyen tüm karakterler bir yandan suç işleyen suçlulardır. Diğer yandan ise olayların akışında sevdiklerini kurtarmak, adaleti sağlamak veya kendini müdafaa etmek isteyen mağdur yönleri sahiptirler. Böylelikle film suç, suçlu ve mağdur kavramlarına ilişkin kafa karıştırıcı, seyircinin sorgulamalar yapmasına sebep olacak bir söylemi inşa etmektedir. Bu söylem, klasik polisiye filmlerden belirli ölçüde farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Sinema tarihinde polisiye film türüne dair genel bir bakışın yer aldığı bu çalışma, suç olayları sebebiyle ortaya çıkan suçlu-polis çatışmasının adalet arayışları ekseninde nasıl şekillendiğine dair tespitlerde bulunmaktadır. Bu bağlamda öncelikle ortaya çıkan önemli hususlardan birisi modern edebiyatın değerlerinden biri olan polisiye roman türünün gittikçe geliştiği gerçeğidir. İnsanlar polisiye romanlara ilgi göstermişler ve bu alanda öne çıkan önemli yazarların eserleri yalnızca edebi alanda kıymet görmemiş aynı zamanda sinema için de büyük bir kazanım haline gelmişlerdir. Çalışmadaki tarihsel değerlendirmeler, polisiye türündeki romanların sinemaya uyarlanmasında bir başarı olduğunu ve böylelikle polisiye film türünün sinemadaki önemli türlerden biri olduğunu ortaya koymaktadır.

Gerek edebi eserlerin uyarlanmasına dayansın gerekse özgün senaryolardan yola çıksın polisiye filmler sinema tarihinin hemen ilk döneminden çağcıl döneme kadar seyirci tarafından ilgi görmektedir. Bu ilgi gerek ana akım sinemada gerekse dijital film platformlarında yeni polisiye filmlerin çekilmesine motivasyon sağlamaktadır. Yapılan değerlendirmelerde görülebileceği üzere polisiye filmlerde, yine polisiye romanlara özgü birtakım tiplerin, temaların, anlatı unsurlarının ve kodların yinelenme durumu söz konusudur. Buna göre polisiye filmlerde suç, suçlu, polis/dedektif, suçlu sanılan masum şüpheli, takip/kovalamaca, delil/şahit vb. gibi çeşitli temsiller söz konusudur. Bu temsiller dair klasik bir yaklaşım bulunmakta olup hatta türe özgü klişeler de zaman içerisinde ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte seyircinin ilgisini canlı tutabilecek, heyecanını üst düzeye taşıyabilecek yaklaşımlara dair sürekli arayışlar olduğu da bir gerçektir. Nitekim çalışma kapsamında polisiye film türünün çağcıl dönemdeki durumuna dair tespitler yapmak üzere *Kin* filmi analiz edilmiştir. Bu analizdeki temel amaçlardan biri de polisiye filmlere dair temsillerdeki klasik yaklaşımların veya yenilik arayışlarının nasıl ele alındığını ortaya koymaktır.

Kin filmi analizi neticesinde dile getirilmesi gereken hususlardan birisi adaletin tesis edilmesinde toplumsal ve zamana özgü birçok zorluk bulunduğu gerçeğidir. Nitekim filmin kahramanı Harun Başkomiserin yıllar

önceki bir suç dosyasında yaptığı küçük bir hata veya ihmal, yıllar sonra kendini içinde bulacağı bir suç olayının zeminini hazırlamıştır. Film gerek Harun Başkomiserin, gerek Cevat Müdürün, gerekse diğer polislerin iyi insanlar olduğunu seyirciye göstermektedir. Ancak adil olma durumları daha karmaşık olarak gösterilmiştir. Harun'un işlediği suçu gizlemeye çalışması veya ekibindeki polislerin Harun'un ayağından vurduktan sonra çatıdan düşen şüpheliyle ilgili, çatıda olmadıkları halde olayı görmüş gibi ifade vermeleri bu konudaki karmaşıklığa işaret etmektedir. Aslında bu noktada filmin temel söylemi öne çıkmaktadır. Bu söylem Harun'un genç bir polis olan Tuncay'a da ifade ettiği "iyi olmak kolaydır, zor olan adil olmaktır" sözüyle yansıtılmaktadır. Film anlatısındaki olay örgüsü de bu düşünceye paralel gitmekte ve adil olmanın ne kadar zor olduğu, yıllar geçse de adaletsizliğin acısının azalmayacağını ortaya koymaktadır.

Analizde ele alınan bir diğer önemli husus polisiye filmlerde klasik olarak var olan kişi, kavram ve temsillerin *Kin* filmindeki varlık durumu ve ele alınış biçimleridir. Buna göre suç/suçlu, polis/kanun adamı, ikilem gibi temsillerinde farklı bir yaklaşım tespit edilirken polis teşkilatının mekânları, yöntemleri, işleyişi ve siyaset ile olan ilişkisi çerçevesinde klasik temsillerdeki anlayışın yinelenildiği bir durum söz konusudur. *Kin* filminin henüz ilk bölümünde bir cinayet işlenmiştir ve bunu yapan kişi ödüllü Başkomiser Harun'dur. Bu durum polisiye film türündeki klasik suçlu temsilinden farklı bir anlatıya işaret etmektedir. Bu noktada Harun yalnızca cinayet işlemekle kalmaz aynı zamanda bunu örtbas etmeye, bu konuda delilleri karartmaya çalışır. Bu bağlamda filmde suçlu ve polis/kanun adamı aynı kişi olarak görülmektedir. Harun'un öldürdüğü kişinin cesedinin emniyet müdürlüğü karşısında bir vinçte asılı bulunmasıyla olay akışı ilerlemekte ve bu suçta başka kişi veya kişilerin parmağı olduğu anlaşılmaktadır. Bu hususta filmde ortaya çıkan asıl gerçek; yıllar önce babasına kötü davranan yedi kişiyi çorbalarına zehir katarak öldüren çocuk yaştaki Emre ve kardeşi Gülendam'ın yıllarca bir intikam/adaletin sağlanması planı yapmalarıdır. Bu suçtan ötürü babaları suçlu bulunan ve hapiste öldürülen bu iki kardeş olayı yeteri kadar araştırmayan ve Emre'nin yaptığı itirafı dikkate almayan Harun, Cevat ve diğer polislerden yıllar sonra da olsa intikam almak istemektedirler. Bu durumda Emre ve Gülendam da bir yandan suçluyken diğer yandan ise henüz çocuk yaştaki büyük acılar çeken mağdur iki kardeş konumundadırlar. Böylelikle film suç ve suçlu kavramında siyah ve beyaz gibi kesin bir ayrıma gitmekten ziyade, ne kadar iyi olsalar da şartlara bağlı olarak insanların suça karışabileceğini öne süren daha karmaşık, gri bir alan oluşturmaktadır.

Nihai olarak ifade etmek gerekirse *Kin* filmi; toplumsal faktörlerin, kişisel ikbal ve beklentilerin, duygusal ve düşünsel açıdan sorunlu durumların insanların suç kavramıyla olan ilişkisini belirlediğini ortaya koymaktadır. Şartlar ve koşullar insanların suç işlemesine ve bu suçları gizlemesine

sebepe olabilmektedir. Adaletin sağlanması ise tüm bu parametreler dikkate alındığında gerçekten çok zordur ve bu nokta tüm kurum ve kişilerin adaletin sağlanması konusunda azami dikkati göstermesini zorunlu kılmaktadır. Film anlatısı siyaset kurumunun, suçluların bulunması için adli kurumlara baskı yapmasının iyi sonuçlardan ziyade hatalara, olumsuz sonuçlara yol açabileceğini de dile getirmektedir. Toplumda her zaman var olacak suç ve suçlu kavramları sebebiyle polisiye filmler yapılmaya devam edilecek ancak değişen toplumsal yaşamlar, koşullar ve teknolojik gelişmeler vb. gibi faktörler bu filmlerde adalete dair daha karmaşık bir anlatılar seyirciye sunulacaktır.

KAYNAKÇA

- Aslanyürek, S. (2007). *Senaryo kuramı*. İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Bondebjerg, Ib., (2015). Film: Genres and genre theory. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 9. Oxford: Elsevier. pp. 160–164. ISBN: 9780080970868
- Çetin, N. (2009). *Roman çözümleme yöntemleri*. Ankara: Öncü Kitabevi.
- Erkan, O. & Aytaş, M. (2020). Sinematografik bir öge olarak Türk polisiye filmlerinde aydınlatma tasarımı: Av Mevsimi filmi örneğinde bir değerlendirme. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. Cilt:16. Sayı:31, ss. 4506 / 4530
- Gezer, H. (2006). *Türk edebiyatında polisiye roman ve Ahmet Ümit'in polisiye roman kurguları* (Yayınlanmış Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- Holat, O., (2015). *Türk sinemasında polisiye filmlerde değer temsili* (Yayınlanmış Yüksek lisans tezi) Ege Üniversitesi, İzmir.
- Makal, O. (2014). *Sinemada tarihin görüntüsü*, İstanbul: Kalkedon
- Öncel, G. (2008). Romandan sinemaya uyarlama örneği olarak “Mutluluk”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. 13(13), 205-213.
- Primasita, F.A., & Ahimsa-Putra, H.S. (2019). An Introduction to the Police Procedural: A Subgenre of the Detective Genre, *Jurnal Humaniora*, Vol. 31, No. 1, pp 33-40
- Roloff, B., SeeBlen, G., (1997). *Cinayet sineması polisiye sinemasının tarihi ve mitolojisi*, İstanbul: Alan yayıncılık.
- Sunal, G., & Furuncu Kutluhan, D. (2021). Sinema ve edebiyat ilişkisi bağlamında Selvi Boylum Al Yazmalım ve Ben, Tien-Şan filmlerinin türsel çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2021(54), 236-255. <https://doi.org/10.47998/ikad.933204>
- Tarañç, R., (2018). Bir film türü olarak polisiyenin ipuçları ve suç kavramı, *Sosyal Bilimler Dergisi/ The Journal of Social Science*, Yıl:5, Vol.22, ss. 157-171.
- Thorne, S. (2000). Data analysis in qualitative research. *Evidence-Based Nursing*, 3, 68–70.
- Türkmenoğlu, S. (2014). Ahmet Ümit'in ilk polisiye romanı: Sis ve gece, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, vol.9, no.6, pp.1043-1050.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık



DEZENFORMASYON VE TÜRK HUKUKUNDA DEZENFORMASYON SUÇU

“ ”

Kemal Cem BAYKAL¹

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, kcbaykal@comu.edu.tr, ORCID:
0000-0002-6879-4391.

GİRİŞ

İnternet ve özellikle de sosyal medya, 2000’li yılların başlarından itibaren büyük bir umut olarak hayatımıza girmiştir. Bu umudun gerekçesini, sosyal medyanın herkesin “söz” söylemesine imkân tanıyan, demokratik olduğu düşünülen tabiatı oluşturmaktaydı. Böylece, insana dair her konu özgür dijital forumlarda müzakere edilecek; farklı coğrafyalarda yaşayan insanların arasındaki mesafe ise tamamen ortadan kalkacaktı. Ancak, bugün gelinen noktada, internetin yarattığı olumlu etkilerden ziyade yol açtığı problemler tartışma konusu olmaktadır.

Konuya sosyolojik olarak bakıldığında, internetin yarattığı problemi bir “gürültü” meselesi olarak görmek mümkündür. 1940’lı yıllarda geliştirilen ve en çok bilinen iletişim teorilerinden olan Shannon ve Weaver tarafından geliştirilmiş olan Matematiksel İletişim Modeline göre, mesajın alıcıya ulaşmasını engelleyen, zorlaştıran veya bozan tüm unsurlara gürültü adı verilmekteydi. Bugünkü bilgi çağı ile de “aşırı ileti” yüklemesi yaşanmaya başlamış ve algılanamayan her mesaj gürültü haline gelmiştir. Artık iletişimin yokluğu değil, çokluğu bir problem haline gelmiştir. Örneğin, bir mesaj kırıntısının gürültüden sıyrılıp alıcıya ulaşabilmesi durumunda, bunun anlaşılabilirliği ya da demokrasilerin istediği anlamda bilgiye dönüşüp dönüşmeyeceği şüphelidir. Çünkü, kazana girmiş kafalar için bütün girdiler bir “çöp” olma tehlikesiyle karşı karşıyadır. Bir bakıma, doğru ile yanlış arasındaki fark ortadan kalkmış; alanın önemli düşünürlerinden McLuhan’ın ünlü önermesi “Araç mesajdır” (*The medium is the message*) önermesi, adeta “Gürültü mesajdır” (*The noise is the message*) haline dönüşmüştür (Şahin, 2024: 50-54).

Şüphesiz konu, yasal bakımdan da önem arz etmektedir. Çevrimiçi ortamlardaki paylaşımların ve etkileşimlerin bireylerin yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiş olması, başta ceza, iletişim ve bilişim olmak üzere hukukun da dikkatini bu alana yöneltmektedir. Bireylerin kimliğini gizleme ve yoğun enformasyon akışı içerisinde dikkatsiz davranabilme ihtimalinin bulunduğu bir mecra olarak sosyal medya, intikam, öfke, haksız kazanç elde etme vb. saiklerle daha rahat suç işleyebilmenin ve hâlihazırda işlenmiş suçlara demokratik bir hukuk devletinde kabul edilmeyecek biçim ve ölçüde tepki göstermenin “olağan” hale geldiği bir ortam görünümü kazanmıştır. Kısacası, dijital teknolojinin sunduğu hız, kolaylık, ulaşılabilirlik ve kimliğini gizleme gibi imkânlar, kullanıcı sayısı ülkeler ölçeğinde milyonları, dünya ölçeğinde ise milyarları bulan mecraları adeta bir “suç cenneti”ne dönüştürmüştür (Törenli & Özoktay, 2024: 217).

Bu çalışmada, yukarıda bahsedilen problemlerin bir parçası olan dezenformasyon ve dezenformasyonun Türk hukukundaki yeri ele alınmıştır. Bu noktada, özellikle dezenformasyon kavramını tanımlamak yerinde olacaktır. “Dezenformasyon” kavramının kökeni, Sovyetler Birliği döneminde rakipleri

aldatmaya yönelik faaliyetler olarak tanımlanan “*dezenformatsiya*” kelimesine dayanmaktadır (akt. Ateş, 2022: 1576). Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğüne göre ise dezenformasyon, “bilgi çarpıtma” olarak tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr, 2025). Daha detaylı ele alındığında, dezenformasyonu; belirli bir amaç ve motivasyonla, belirli bir çıkar elde etme doğrultusunda, gerçek olmadığı bilindiği halde sistematik olarak paylaşılan bilgi olarak tanımlamak mümkündür (Şahin, 2023: 284).

Dezenformasyonun yanı sıra, “*mezenformasyon*” (*misinformation*) kavramını da tanımlamak yerinde olacaktır. Mezenformasyon, kasti olmayan yanlışlarla yanlış bilginin yayılması anlamına gelmektedir. Sosyal medya kullanıcılarının, karşılaştıkları paylaşımları araştırmadan, teyit etmeden yayması buna örnek teşkil etmektedir (akt. Aytekin, 2023: 42). Bu durum, yanlış bilginin yayılması bakımından sosyal medyanın yarattığı en önemli olumsuzluklardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yukarıdaki bilgilerden yola çıkarak dezenformasyon ile mezenformasyon arasında bir niyet farkı olduğunu söylemek mümkündür. Dezenformasyon kasıtlı bir eylemin sonucu iken mezenformasyon daha çok bilinçsizlik ve dikkatsizlikten kaynaklanmaktadır. Ancak, her iki durumda yanlış ve yanlışlıcı bilgi toplum içerisinde hızla yayılmaktadır.

Gerçek dışı içerikler, geniş kitleleri etkilemekte, insanların duygu ve düşüncelerini tutsak edebilmektedir. Gerçekmiş gibi sunulan bilgi, haber, söylem ve politikaların kısa ve orta vadede yalan olduğu ortaya çıksa da ilk andaki etkisi ve kitleleri manipüle etme kapasitesi, sahte içeriklerin hakikatin yerini almasına neden olmaktadır. Gerçeğin yerine konumlandırılan dezenformatif içerikler siyasetten gazeteciliğe, turizmden kültüre, ekonomiden ulaşım, güvenlikten sağlığa, eğitimden spora kadar hemen her alanda hakikati tehdit edecek potansiyele ulaşmıştır (Altun, 2023: 18).

Çalışma üç başlıktan oluşmaktadır. İlk kısımda tarihsel süreç içerisinde dezenformasyonun ortaya çıkışına değinilmiş olup ikinci kısımda ise dezenformasyonun dijital medya ile ulaştığı yeni boyut üzerinde durulmuştur. Son kısımda ise Türk hukukunda dezenformasyon suçu, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu (TCK) ile 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun çerçevesinde ele alınmıştır.

1- TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE DEZENFORMASYON

Dezenformasyonun özellikle yaklaşık M.Ö. 4000 yılı önce Mezopotamya’da kurulan ilk devletlerde ortaya çıktığı düşünülse de bu düşüncüyü doğrulayacak belgelere ulaşmak mümkün değildir. Ancak, tarihsel süreç içerisinde kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına bağlı olarak dezenformasyon yayma imkânı da artmıştır.

Yanlış bilgi yaymanın dünyada bilinen ilk örnekleri 17. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 4-8 Ağustos 1670 tarihlerini kapsayan *The London Gazette* sayısında; Osmanlı Divanı'na gönderilen bir elçinin, kendisi hakkındaki bir mezenformasyon üzerine tutuklandığı ancak gerçeğin anlaşılmasıyla serbest bırakıldığı yazmaktadır (Aktaş, 2024: 53-54).

Avrupa'da yaşanan “Yedi Yıl Savaşları”nda (1756-1763) da dezenformasyona başvurulduğu bilinmektedir. Prusya Kralı II. Frederich, karşı karşıya geldiği İngiltere, Fransa, Avusturya, Rusya, İsveç ve diğer Alman prensliklerinden oluşan düşmanlarını savaş boyunca yanlış haberlere boğmak için gazeteleri kullanmıştır (akt. Tokgöz, 2008: 52).

Ülkemizde de dezenformasyonun ilk örneklerinden birine, yine bir savaşta rastlamak mümkündür. Büyük Taarruz öncesinde, Türk ordusunda 19. ve 20. piyade tümenleri bulunmamasına rağmen bu iki tümenin var olduğu bilgisi telsiz yoluyla bilinçli olarak Yunanlılara sızdırılmış ve Yunanlılar, Koçaeli Grubu'nun gerçek mevcudu olan 6981 askere göre değil, en az üç tümenlik bir kuvvete göre savunma düzeni almıştır (Erdoğan, 2020: 87-88).

Dezenformasyona İkinci Dünya Savaşı sırasında da yoğun olarak başvurulmuş olsa da tarihte propagandanın en başarılı uygulayıcılarından Joseph Goebbels, gerçek bilgileri mümkün olduğunca sık kullanmıştır. Goebbels'in bu endişesinin kaynağı, gerçeğin düşman tarafından ortaya çıkarılması riskiydi (Akarcılı, 2003: 68).

Soğuk Savaş yıllarında da dezenformasyonun etkin bir şekilde kullanıldığı bilinmektedir. Bu dönemde, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) bazı basın kuruluşları, ABD'deki işçi hareketleri içerisinde Sovyet dezenformasyon gruplarının örgütlendiğini yazmaktaydı. Buna karşılık, Sovyetler Birliği de Batı ülkelerini dezenformasyonla suçluyordu. Örneğin, bir Sovyet gazeteci, İsveç'te halkın iyi organize edilmiş bir dezenformasyon ile gerçeklikten koparıldığını iddia etmiştir (Aktaş, 2024: 61).

2- DİJİTAL MEDYA ÇAĞINDA DEZENFORMASYON

Dijital medya ile dezenformasyon, ağırlıklı olarak savaş dönemlerinde kullanılan bir iletişim yöntemi olmaktan çıkıp neredeyse gündelik hayatın her alanına yayılmıştır. Burada, dijital medya üzerinde durmak yerinde olacaktır. Dijital medya kavramı, web, internet üzerinden yayın yapan basın kuruluşları, dijital yayın platformları ve sosyal medya platformlarından oluşan çok geniş bir alanı temsil etmektedir. Türkiye'de 1996 yılından itibaren halka sunulan internet, bugün geleneksel medyanın da yeniden temsil edildiği en yaygın kitle iletişim aracı haline gelmiştir.

Dijital medya içerisinde dezenformasyon ile en fazla ilişkili mecra şüphesiz sosyal medyadır. “Sosyal medya” terimi, sosyal ağ siteleri, video paylaşım siteleri, blog ve mikroblog platformları ve katılımcıların kendi içeriklerini

oluşturmalarını ve paylaşımlarını sağlayan ilgili araçlar dâhil, 2000'lerin başında ortaya çıkan site ve hizmetleri kapsamaktadır (akt. Fuchs, 2020: 62).

Sosyal medya bakımından önemli bir sorun, “gerçeklik manipülasyonu” olarak karşımıza çıkmaktadır. Oxford Üniversitesi Sözlüğü’nde 2016 yılında en fazla kullanılan sözcük “hakikat sonrası” (*post-truth*) olmuştur. Giderek artan enformasyon sağanağı, önceki enformasyonlarla bağlantısı koparılmış ve bağlamı ortadan kalkmış bilgi, hakikat arayışlarına yönelik tutarlılık zemininin de kaybına yol açmaktadır. Sosyal medya ile hem üretici hem de tüketici konumunda bulunan bireyler, toplumsal bilgi üretebiliyor olma hazzını yaşayabilmekte ve etkin bireylere dönüşebilmekte (Dursun, 2023: 8 vd.) ya da dönüştüğünü zannetmektedir.

Hakikat sonrası kavramından yola çıkarak, sosyal medyanın tabiatının dezenformasyon içeriklerini artırdığı gibi bir sonuca da ulaşmak mümkündür. Bu platformların tabiatı, durdurulamaz bir hızla akan enformasyon hızı ve her bireye tanınan “söz söyleme” özgürlüğünden oluşmaktadır. Öyle ki, kimi zaman bu özgürlüğü kullanmamak insanlarda rahatsızlık yaratmakta ve yapılan paylaşımların sıklığı ile birlikte gerçeklik arka plânlara itilmektedir.

Bazı durumlarda, paylaşılmış olan bir dezenformasyonun başka kullanıcılar tarafından yeniden paylaşılması (örn. *retweet*) da doğru olmayan bilginin hızla yayılmasına hizmet etmektedir. Yapılan bir araştırmaya göre (akt. Şahin, 2023: 284), İngiltere’de sosyal medyada haber paylaşanların yüzde 42,8’i yanlış ya da yalan haber paylaştığını kabul ederken; yüzde 17,3’ü uydurma olduğunu düşündükleri haberleri paylaştıklarını kabul etmektedir.

Ticari kaygılar da dezenformasyonu tetikleyen etkenler arasında yer almaktadır. Sosyal medya platformlarının, daha fazla reklam izletmek amacıyla insanları mümkün olduğunca uzun süre ekran başında tutmak istedikleri bilinmektedir. Bunu yaparken de “*Başkan adayı Hilary Clinton küçük çocukları yedi*” gibi akla ve mantığa aykırı içeriklerin algoritmalar tarafından önerilmesi ve insanların aşırı görüşlere maruz bırakıldığı tespit edilmiştir (Say, 2022: 151).

Bazı durumlarda iyi niyetli çabalar da dezenformasyonun yayılmasına hizmet etmektedir. Örneğin, sosyal medya platformları, birçok toplumsal olayda bilginin yardım amaçlı yayılması için kullanılmaktadır. Bu durum ilk bakışta avantaj gibi gözükse de paylaşılan her bilgi asıl haberden uzaklaşıp asılsız bilgilerin üretilmesine ve sahte haberlerin yayılmasına yol açmaktadır (Gedikli, 2020: 229).

Dijital çağın ilk büyük ve tarihin en önemli dezenformasyon faaliyetlerinden biri 2016 yılında ABD seçimleri öncesinde yaşanmıştır. Oxford Üniversitesi tarafından hazırlanan ve 2018 yılında ABD Senatosu İstihbarat Ko-

misyonu'na sunulan bir raporda, İnternet Araştırma Ajansı (IRA) adlı Rus şirketinin yürüttüğü geniş bir kampanya ile sosyal medya platformlarına müdahale edildiği ve seçim sonuçlarının manipüle edilmeye çalışıldığı iddia edilmiştir. Raporda, Rusya'nın göçmenler, ırk ve silah hakkı konusundaki paylaşımlarla özellikle muhafazakarları hedeflediği; seçim süreci ile ilgili yanlış bilgiler yayarak sol eğilimli Afrika kökenli Amerikalıların oylarının zayıflatılması amaçlandığı ve böylece Cumhuriyetçi Parti ve Donald Trump'ın lehine bir sonuç yaratıldığı savunulmuştur (bbc.com, 2018).

Her ne kadar seçimlere yönelik olmasa da Türkiye'de de sosyal medya dezenformasyonu konusunda verilebilecek birçok örnek mevcuttur. Uzun yıllar hastalıkla mücadele eden ve 2013 yılında vefat eden ünlü tiyatro sanatçısı Nejat Uygur'un ölümünden uzun süre önce sosyal medyada defalarca öldüğüne dair haberler yapılmıştı. Benzer şekilde 2018 yılında vefat eden ünlü tiyatrocusu ve sinema oyuncusu Münir Özkul da sosyal medya kullanıcılarının bu tutumundan nasibini almıştır. İster bilinçli isterse de bilinçsizce yapılan bu paylaşımlar, söz konusu sanatçıların ailelerinin ve sevenlerinin üzülmelerine ve rencide olmasına yol açmıştır.

Sosyal medya mecralarının editörleri ve yazılımcıları tarafından dezenformasyon fiilleri gerçekleştiren hesapların silinmesi, haberlerin çeşitli mecralardan sistemselsel olarak teyit edilmesi gibi birtakım tedbirler alınmakta ise de yalan ölüm haberlerinin yayılmasının maalesef önü alınamamaktadır (Yerdelen & Boz, 2022: 9).

Ülkemizdeki dezenformasyon örnekleri şüphesiz bunlarla sınırlı değildir. Siyasi konularda, toplumla ve sporla ilgili konularda, başta Rusya-Ukrayna savaşı olmak üzere savaşlar bağlamında günümüzde birçok dezenformasyona rastlamak mümkündür. Hatta üniversite giriş sınavı gibi milyonlarca kişiyi ilgilendiren konularda bile bilinçli olarak gerçeğe aykırı bilginin yayıldığı; örneğin, sınav sonuçları açıklanmadan, sınavın açıklandığına dair sosyal medyada gönderiler paylaşıldığı görülmektedir.

Yukarıdaki örneklerin yanı sıra insanların hayatını ve ülkenin geleceğini etkileyen konularda dahi birçok dezenformasyon bombardımanına rastlamak mümkündür. Bunlardan ilk akla gelen 2020 yılının mart ayında başlayan ve ülkemizde de binlerce insanın ölümünde neden olan Covid-19 pandemisinde yaşanan bilgi kirliliğidir. İki yıldan fazla süren pandemi günlerinde, hastalığa yakalanma ve tedavi süreçleri, vaka ve ölüm sayıları, pandemiye önlemek için kamu otoritelerinin aldığı önlemler, maske kullanımı, aşıların etkinliği ve yan etkileri gibi daha birçok konuda fazlaca dezenformasyon yayılmıştır. Bu tür gerçek dışı bilgilerden birçok kişinin olumsuz etkilendiğini tahmin etmek güç değildir.

Virüse ilişkin yanıltıcı bilgilerin, sosyal medya platformlarında kolaylıkla yayılması, beraberinde bir bilgi fazlalığı ortaya çıkarmıştır. Dünya Sağlık

Örgütü'ne (DSÖ) göre bu durum infodemi olarak adlandırılmıştır. Bu kelime, “bilgi” ve “salgın” kelimelerinden esinlenilerek türetilmiştir (Cankurt, 2022: 143).

6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan, başta Kahramanmaraş, Adıyaman ve Hatay olmak üzere birçok ilin etkilendiği ve binlerce kişinin hayatını kaybettiği deprem felaketinde de birçok dezenformasyon dolaşıma sokulmuştur. Bazı kişilerin enkaz altında oluşuna dair yaptığı sahte ihbarlar, arama kurtarma ekiplerini yanlış yönlendiren bilgiler, yardım toplama bahanesiyle yayılan sahte IBAN numaraları bunların başında gelmiştir. Diğer yandan, Türkiye’de uzun yıllardır gerçekleştirilen terörle mücadele süreçlerinde ve sınırötesi operasyon zamanlarında gerek terör örgütlerinin gerekse yabancı devletlerin yönlendirdiği bazı grupların sosyal medya üzerinden dezenformasyon yaydığı görülmüştür. Şüphesiz bu tür durumlar, millî güvenlik bakımından ciddi problem teşkil etmektedir.

Dezenformasyonu önlemek amacıyla uygulanan birtakım çabalar mevcuttur. Bunların en bilinenlerinden biri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’na bağlı olarak faaliyet yürüten Dezenformasyonla Mücadele Merkezi’dir (DMM). Kurumun temel amacı, basında çıkan ve dezenformasyon içeren haberleri düzeltmektir. Bu amaçla kurulan başka oluşumlar da mevcuttur. Bir kamu haber ajansı olan Anadolu Ajansı’na (AA) bağlı Teyit Hattı ile özel teşebbüs olarak kurulan Teyit, Malumatfuruş ve Doğruluk Payı bunlardan en bilinenler arasında yer almaktadır.

3- TÜRK HUKUKUNDA DEZENFORMASYON SUÇU

İnternet, tabiatı gereği kontrol edilmesi zor bir alandır. Bu durumun en önemli nedeni, diğer kitle iletişim araçlarının aksine internet üzerinden mesaj üreten milyarlarca kullanıcının var olmasıdır. Dünyanın neredeyse her yerinde hukuk, bu kadar yoğun bir enformasyon akışını düzenleyip denetlemekte zorluklar yaşamaktadır.

Türkiye’deki düzenlemelere geçmeden önce, özellikle Avrupa’da ve ABD’de bu alanda yaşanan gelişmelere bakmak yerinde olacaktır. Avrupa Birliği (AB), 2018 yılında dezenformasyon konusunda ilk stratejik adımları atmaya başlamıştır. AB, dezenformasyonla mücadelede, medya okuryazarlığının güçlendirilmesi, dijital platformların daha şeffaf hâle getirilmesi ve uluslararası iş birliklerinin artırılması gibi politikalara öncelik vermiştir (Filiz & Bayraklı, 2025: 22-36). Birbirinden farklı bu politikalar, AB’nin karmaşık bir probleme çok yönlü politikalarla yaklaştığını göstermesi bakımından önem arz etmektedir.

Birçok ülke, son yıllarda yaptıkları yasal düzenlemelerle dezenformasyon ile mücadele etmeye çalışmaktadır. ABD’de, ülke dışından gelen dezenformasyon saldırılarını önlemek ve hassas konularda kamuoyunu sağlıklı

bilgilendirmek amacıyla 2022 yılında İç Güvenlik Bakanlığı'na bağlı olarak Dezenformasyon Yönetim Kurulu oluşturulmuştur. İtalya'da 2018 yılında, İngiltere'de ve Almanya'da ise 2022'de dezenformasyonu engellemek amacıyla yasal düzenlemeler getirilmiştir (Oymak, 2022: 505-506).

Fransa ise dezenformasyon konusunda seçimler ile sınırlı bir düzenlemeye başvurmuştur. Fransa'da, 2018 yılında yürürlüğe giren Bilgi Manipülasyonu ile Mücadele Hakkında Kanun, seçimlerin dürüstlüğüne bozacak ve / veya yabancı devletlerin çıkarlarına hizmet edecek nitelikteki yalan haberleri, ifade özgürlüğüne saygılı bir biçimde engellemeyi amaçlamıştır. Kanun, seçim dönemlerinde uygulanmak üzere internet platformlarına şeffaflığa ilişkin olarak önemli yükümlülükler getirmiş; görsel-işitsel ve dijital medyanın düzenlemesiyle görevli bağımsız bir otorite olan CSA'nın (*Le Conseil supérieur de l'audiovisuel*) yetkilerini artırmıştır. Ancak, Kanun 2019 yılında yapılan Avrupa Parlamentosu temsilci seçimi ve 2022 Başkanlık seçimlerinde uygulanmamıştır (Okay Tekinsoy: 2022: 221).

Türkiye'deki duruma bakıldığında, internetin halkın kullanımına sunulduğu 1996 yılından itibaren 11 yıl boyunca herhangi bir yasal düzenleme yapılmamış olması dikkat çekicidir. Kanımızca, bu durumun en önemli nedeni kanun yapıcının karmaşık bir yapıya sahip internet alanına nasıl yaklaşacağı konusundaki belirsizliklerin çokluğu olmuştur. İnternet alanını düzenleyen 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, ancak 2007 yılında kabul edilerek yürürlüğe girmiştir.

5651 sayılı Kanun'un ilk halinde dezenformasyona ilişkin herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nda yer alan "savaşta yalan haber yayma" suçunu düzenleyen hüküm (m.323) vb. birkaç özel düzenleme haricinde, 2022 yılına kadar Türk hukukunda genel bir dezenformasyon düzenlemesi mevcut değildi. Önceki başlıkta da belirtildiği üzere, özellikle 2010'lu yıllarda sosyal medyanın yükselişi ve sosyal medya kullanıcılarının sayısındaki büyük artışa bağlı olarak dezenformasyon içeriklerinde de artış gerçekleşmiş ve bu durum birçok olumsuz sonuca yol açmaya başlamıştır. Dezenformasyon konusunda yasal düzenlemeler yapma gereği de bu duruma bağlı olarak ortaya çıkmıştır.

Dezenformasyon konusunda yapılacak bir düzenlemenin ifade özgürlüğü bakımından problem yaratıp yaratmayacağı hususunu tespit etmek amacıyla öncelikle Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası sözleşmelere sonra da Anayasa hükümlerine bakmak yerinde olacaktır. 1950 yılında imzalanan ve Türkiye'nin de 1954 yılında taraf olduğu Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin (AİHS) 10/1 maddesinde, herkesin ifade özgürlüğü hakkına sahip olduğu ve bu hakkın, "kamu makamlarının müdahalesi olmaksızın ve ülke sınırları gözetilmeksizin, kanaat özgürlüğünü ve haber ve görüş alma ve de

verme özgürlüğünü de kapsadığı” hükme bağlanmıştır. Ancak, aynı maddenin ikinci fıkrasında, bu hakkın, “*demokratik bir toplumda ulusal güvenliğin, toprak bütünlüğünün veya kamu güvenliğinin korunması, kamu düzeninin sağlanması ve suç işlenmesinin önlenmesi, sağlığın veya ahlakın, başkalarının şöhret ve haklarının korunması, gizli bilgilerin yayılmasının önlenmesi veya yargı erkinin yetki ve tarafsızlığının güvence altına alınması için gerekli olan bazı formaliteler, koşullar, sınırlamalar veya yaptırımlara tabi tutulabileceğinden*” bahsedilmektedir.

Anayasa’nın 26/1 maddesi de AİHS ile benzer biçimde düzenlenmiştir. Buna göre, “*Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar*”. Ancak, aynı maddenin ikinci fıkrasında belirtildiği üzere, “*Bu hürriyetlerin kullanılması, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyetin temel nitelikleri ve Devletin ülkesi ve milleti ile bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir*”.

Gerek AİHS gerekse Anayasa’nın 26. maddesine bakıldığında, dezenformasyon gerekçesiyle ifade özgürlüğüne birtakım sınırlamalar getirmenin kamu yararı bakımından herhangi bir problem teşkil etmeyeceği açıktır. Zira her iki hukuk metninin, ifade özgürlüğünü sınırlamak için meşru saydığı gerekçelerin tamamı dezenformasyonun yaratabileceği problemler arasındadır. Ayrıca belirtmek gerekir ki gerçeğin önünde büyük bir engel teşkil eden, bireyin ve toplumun birçok konuda zarar görmesine yol açabilecek bir problem olan dezenformasyonun “suç” olarak hukuk metinlerine girmesi kamu yararı bakımından da önem arz etmektedir.

2022 yılında Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 7418 sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile dezenformasyon ilk kez “suç” sayılmıştır. Kanun’un 29. maddesi gereğince, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’na şu hükümler eklenmiştir:

“*Halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma*

MADDE 217/A- (1) *Sırf halk arasında endişe, korku veya panik yaratmak saikiyle, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı ile ilgili gerçeğe aykırı bir bilgiyi, kamu barışını bozmaya elverişli şekilde alenen yayan kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılır.*

(2) *Fail, suçu gerçek kimliğini gizleyerek veya bir örgütün faaliyeti çerçevesinde işlemesi hâlinde, birinci fıkraya göre verilen ceza yarı oranında artırılır.*”

TCK m. 217/A hükmü ile kanun koyucunun engellemeye çalıştığı hususun gerçeğe aykırı bilginin yayılması değil, bu suretle kamu barışına yönelik bir tehlikenin doğması olduğunu söylemek mümkündür. O halde, halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma suçu ile korunan hukukî değer in kamu barışı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, buradan yola çıkarak, halk arasında endişe, korku veya panik yaratma amaçlı hareket etmeyen birinin yaydığı dezenformasyon içeriklerinin suç teşkil etmeyeceği söylenebilir. Dolayısıyla, mezenformasyon durumunun da cezalandırılmayacağı açıktır (Aktaş, 2024: 152). Ancak, yargıya intikal eden bazı örneklerde failin bir kasıt dahilinde hareket etmiş olduğu açıkça belli iken bazı durumlarda failin kasıtlı mı hareket ettiği, yoksa sadece gazetecilik faaliyetinde mi bulunduğunu ya da durumun mezenformasyon kapsamında mı değerlendirilmesi gerektiğini tespit etmek kolay değildir.

Yapılan düzenlemede bazı problemler olduğunu görmek mümkündür. Örneğin, TCK m.218’de yer alan ve m.217/A’yı kapsayan diğer bir hüküm şu ifadelerden oluşmaktadır: *“Yukarıdaki maddelerde tanımlanan suçların basın ve yayın yoluyla işlenmesi hâlinde, verilecek ceza yarı oranına kadar artırılır. Ancak, haber verme sınırlarını aşmayan ve eleştiri amacıyla yapılan düşünce açıklamaları suç oluşturmaz”*. Nitekim, bu suçun büyük oranda basın ve yayın yoluyla işleneceği aşikârdır. Hal böyle iken, hükmün ayrıca bir ağırlaştırıcı hâl kapsamına sokulması, istenmese de verilen cezalarına artmasına yol açacak; ölçülülük ilkesiyle çelişecektir (Aktaş, 2024: 170).

Düzenlemede dikkat çeken hususlardan biri “gerçeğe aykırı bilgi” kavramının ne anlama geldiğidir. Metnin gerekçesinde; “gerçeğe aykırı bilgi” kavramından ne anlaşılması gerektiği açıklanmamış, sadece “yalan”, “yanlış” veya “manipülatif içerik”, “dezenformasyon”, “uydurma içerik” gibi kavramlara yer verilmiş; ancak, suçun maddi unsurunu oluşturan “gerçeğe aykırı bilgi” kavramından ne anlaşılması gerektiği konusunda bir açıklama getirilmemiştir. “Gerçeğe aykırı bilgi” kavramının kime ve neye göre, hangi ölçütler esas alınarak tespit edileceği konusu belirsizdir (Şen & Serdar & Ervan, 2022). Zira birçok konuda “gerçek”, insanların bakış açısına göre şekillenmektedir.

Yapılan düzenlemede muğlak olan tek ifade “gerçeğe aykırı bilgi” değildir. “Endişe”, “korku” veya “panik” ibarelerinden de ne anlaşılması gerektiği açık değildir. Takdir, yargı organlarının kararına bırakılmıştır. Ayrıca, maddede yer verilen “ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı” gibi soyut ifadeler, suç ve cezaların kanuniliği ilkesi uyarınca ceza kanunlarında değil, anayasal düzeyde ele alınması gereken kavramlardır (Küçük, 2024: 38).

Yukarıda bahsedilen durum, Türkiye’de kitle iletişim alanını düzenleyen mevzuat bakımından genelde karışımıza çıkan bir problemdir. Kullanılan yoruma açık ifadeler, yargı mercilerine çok geniş bir takdir yetkisi tanımakta-

dır. Özek (1978: 47), bu durumu “kamu düzeni” kavramı ile örneklendirmektedir. Bu bakımdan “kamu düzeni” kavramı, çok geniş, belirsiz ve yoruma açık bir nitelikte olup, basın özgürlüğünün ölçüsüz sınırlandırılmasına yol açabilecek niteliktedir.

Tanımlanan suçun ihlâli durumunda hürriyeti bağlayıcı bir yaptırım öngörülmüş olması, düzenlemede geçen belirsiz ifadeleri daha önemli hale getirmektedir. Kanımızca, bu sorunu çözenin en etkin yolu, TCK’nın tanımlar kısmında bu kavramların ne anlama geldiğini açıklamak olacaktır. Bu şekilde, yukarıda bahsedilen kavramlar ve bunların hangi durumlarda ihlâl edilmiş sayılabileceği hususları kamuoyu nezdinde anlaşılır hale gelecektir. Böyle bir uygulama, hem ifade özgürlüğünü başta sosyal medya üzerinden kullanacak milyonlarca kişi hem de karar verici konumda bulunan yargı mensupları bakımından sürecin daha sağlıklı işlemesini sağlayacaktır. Ayrıca, kanunda öngörülen bu kavramları daha detaylı olarak tanımlamak failin niyetinin belirlenmesinde de kolaylık sağlayacaktır.

Türk Ceza Kanunu’nda yapılan düzenlemenin yanı sıra 7418 sayılı Kanun’un getirdiği diğer bir değişiklik ise internet yayınlarını düzenleyen 5651 sayılı Kanun’u kapsamaktadır. Kanun’a eklenen hükümle, “halkı yanıltıcı bilgiyi alenen yayma” suçlarına konu internet içeriklerini oluşturan veya yayan faillere ulaşmak için gerekli olan bilgilerin yetkili makamlara ilgili sosyal ağ sağlayıcının Türkiye’deki temsilcisi tarafından adli makamlara teslim edilmesi gerekmektedir. Teslimin gerçekleşmemesi durumunda, yurtdışı kaynaklı sosyal medya platformlarının internet trafiği bant genişliğinin yüzde doksan oranında daraltılmasına Cumhuriyet Savcısının talebi üzerine Ankara Sulh Ceza Hâkimliği tarafından karar verilebilmektedir (m.5).

SONUÇ

Belli bir amaçla yanlış bilgi yayma anlamına gelen dezenformasyon, çağımızın en büyük iletişim problemlerinden biri haline gelmiştir. Dünyada ilk kullanımı 17. yüzyıla kadar dayanan dezenformasyona, dijital medya çağına kadar genellikle uluslararası ilişkiler alanında ve savaş dönemlerinde başvurulmuştur.

Dijital medya çağı adı verilen yaklaşık son on yıldaki dönemde gerek sosyal medyanın tabiatından kaynaklı olarak gerek siyasi ve ticari kaygılarla gerekse insanların kendilerini sürekli içerik üretip paylaşmak zorunda hissetmelerinden dolayı neredeyse her konuda dezenformasyon içerikler üretilmeye başlanmış ve bu problem hiç olmadığı kadar yaygınlaşmıştır.

Ülkemizde de ünlü kişilerin öldüğüne dair sahte bilgilerden Covid-19’a, 6 Şubat depremlerinden savaşımlara ve siyasi olaylara kadar sosyal medyada birçok dezenformasyon içerik yayınlanmaktadır. Bu içerikler insanların gerçeklik algısını ortadan kaldırmakta, bir güvensizlik ortamı oluşturmakta; kimi

zaman ise şeref ve haysiyet başta olmak üzere kişilik hakkı ihlallerine yol açmaktadır.

Türkiye’de internet alanını düzenleyen 5651 sayılı Kanun 2007 yılında yürürlüğe girmesine rağmen Kanun’un ilk halinde dezenformasyona yönelik bir hüküm bulunmamaktadır. Bu konudaki ilk düzenleme 2022 yılında 5237 sayılı TCK’ya eklenen hükümler ile yapılmıştır. Bu düzenlemeyle, “Sırf halk arasında endişe, korku veya panik yaratmak saikiyle, ülkenin iç ve dış güvenliği, kamu düzeni ve genel sağlığı ile ilgili gerçeğe aykırı bir bilgiyi, kamu barışını bozmaya elverişli şekilde alenen yayan kimsenin, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezasıyla cezalandırılacağı hükme bağlanmıştır (m.217/A).

Öncekle, dezenformasyon probleminin Türk hukukuna girmesinin yararlı bir gelişme olduğunu söylemek mümkündür. Düzenlemenin amacının kamu barışını korumak olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, ilgili kanun maddesinde suçun işlenmesi için “kasıt” şartı aranmış ve mezenformasyon içerikler suç kapsamına dâhil edilmemiştir.

Yapılan düzenlemede bazı problemler de mevcuttur. Örneğin, TCK m.218’de öngörüldüğü üzere, bu suçun basın yoluyla işlenmesi durumunda verilecek ceza yüzde elli oranında artırılmaktadır. Ancak, bu suçun tabiatı gereği çok büyük oranda basın yoluyla işleneceği düşünüldüğünde verilecek ceza artışı ölçülülük ilkesiyle çelişebilecektir.

Diğer yandan, kanun maddesinde geçen “gerçeğe aykırı bilgi”, “endişe”, “korku”, “panik”, “kamu düzeni” ve “genel sağlık” ibareleri farklı şekilde yorumlanmaya açık kavramlardır. Dolayısıyla hem ifade özgürlüğünün sağlıklı bir şekilde kullanılabilmesi hem de bu düzenleme kapsamında yapılacak yargılamaların objektif işleyebilmesi bakımından Kanun’un tanımlar kısmında bu kavramlardan ne anlaşılması gerektiğinin somut bir biçimde açıklanmasında yarar bulunmaktadır. Böylece, failin iyi niyetle hareket edip etmediği de daha kolay anlaşılacaktır.

KAYNAKÇA

- Akarcalı, S. (2003). 2. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Aktaş, C. (2024). İnternet Üzerinden İşlenen Dezenformasyon Suçları, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Altun, F. (2023). Giriş, Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına, Ed: Fahrettin Altun, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Ateş, A. (2022). Dezenformasyonla Mücadele: Kavramlar ve Kurumlar. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(3), 1574-1586.
- Aytekin, M. (2023). "Dijital Platformlarda Dezenformasyon ve Manipülasyon: Netflix Üzerine Bir İnceleme, Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına, Ed: Fahrettin Altun, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Cankurt, E. (2022). "İnfodemi", İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele, İstanbul: Onikilevha Yayınları.
- Dursun, Ç. (2023). "Hakikat Sonrası Post-Truth", Medyada Güncel Kavramlar, Ed: Filiz Aydoğan, Ankara: Nobel Yayınları.
- Erdoğan, S. (2020). Büyük Taarruz Öncesinde Bir Dezenformasyon Başarısı: 'Deli' Halit Bey'in 19. ve 20. Tümenleri. Harp Tarihi Dergisi (1), 73-93.
- Filiz, Ş., & Bayraklı, E. (2025). Avrupa Birliği'nin Dezenformasyonla Mücadele Stratejisi (2018-2024). TRT Akademi, 10(23), 10-41.
- Fuchs, C. (2020). Sosyal Medya, 2. Baskı, Çev: Diyar Saraçoğlu & İlker Kalaycı, İstanbul: Notabene Yayınları.
- Gedikli, Ahmet Taha (2020). Karşılaştırmalı Hukukta İnternet Ortamındaki Asılsız Bilgi Paylaşımlarının Önlenmesi. Bilişim Hukuku Dergisi (2), 221-256.
- Küçük, T. S. (2024). Halkı Yanıltıcı Bilgiyi Alenen Yayma Suçunun Anayasallığı. Türk-Alman Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 6(1), 3-48.
- Okay Tekinsoy, Ö. (2022). "Dezenformasyonla Hukuki Mücadelede Fransa Örneği", İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele, İstanbul: Onikilevha Yayınları.
- Oymak, H. (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası Olarak Bilinen, 7418 Sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" un Getirdikleri. Yeni Medya, 2022(13), 504-514.
- Özek, Ç. (1978). Türk Basın Hukuku, İstanbul: İ.Ü. Hukuk Fakültesi Yayını.
- Törenli, N. & Özoktay, A. (2024). "Hukukun Araçsallaştırılması: Düşünce ve İfade Özgürlüğü-Basın Özgürlüğü Açısından 'Dezenformasyon Yasası' ve Düşündürdükleri", Dijital Teknoloji Sorguluyor, Ed: Nurcan Törenli & Ayçin Özoktay, Ankara: Nika Yayınevi.
- Say, C. (2022). Yeni Dünya Yeni Ağ, 8. Baskı, İstanbul: Destek Yayınları.
- Şahin, H. (2024). Dijital Tufan, İzmir: Biz Kitap.

Şahin, Z. B. (2023). Dezenformasyonla Mücadelede İfade Özgürlüğü: İçeriğin Korunması ve 29. madde. *Yeni Medya* (15), 282-299.

Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*, 2. Baskı, Ankara: İmge Yayınları.

Yerdelen, E. & Boz, B. (2022). “Yalan Ölüm Haberlerinin Cezalandırılabilirliği”, *İnternet Hukukunda Dezenformasyonla Mücadele*, İstanbul: Onikilevha Yayınları.

İnternet Kaynakları

BBC, 18.12.2018. ABD Senatosu'na sunulan raporda Rusya'ya 'sosyal medyaya müdahale' suçlaması, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46569331>, Erişim Tarihi: 04.10.2025.

Türk Dil Kurumu (TDK), Güncel Türkçe Sözlük (2025). <https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 02.10.2025.

Şen, E. & Serdar, C. & ERvan, M. V. (2022). Halkı Yanıltıcı Bilgiyi Alenen Yayma Suçu, <https://sen.av.tr/tr/makale/halki-yaniltici-bilgiyi-alenen-yayma-sucu>, Erişim Tarihi: 06.10.2025.



SAĞLIK İLETİŞİMİNDE KİŞİSEL GÖRÜNÜM VE KOZMETİĞİN ROLÜ

“ ”

Tuğçe YILDIRIM DAL¹

1 Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Saç Bakımı ve Güzellik Hizmetleri Bölümü, Tokat, Türkiye. ORCID: 0000-0001-8732-6932, e-mail: tugce.yildirimdal@gop.edu.tr, Tel: 0561 610 4634

1. GİRİŞ

Kişisel görünüm, bireyin bedeniyle ilgili bakım düzeyi, giyim tercihleri, kozmetik uygulamaları ve genel dışa vurumuyla toplum içinde sergilediği imajı ifade eder. Bu görünüm, hem bireysel kimliğin ayrılmaz bir parçası hem de toplumsal ilişkilerde güçlü bir iletişim göstergesidir. Sağlık bağlamında kişisel görünüm, yalnızca nesnel sağlık göstergeleri (örneğin cilt sağlığı, hijyen) ile değil, aynı zamanda sağlıklı görünüm algısı gibi sembolik öğelerle de ilişkilidir. Dolayısıyla kişisel görünümün sağlık iletişimi kapsamında ele alınması, tıbbi ya da klinik bilginin aktarımından çok daha geniş bir alanı kapsar. Görünüm, sağlık mesajlarının kodlanması ve algılanmasında aracılık etmekte; bireylerin sağlık davranışlarını, bakım tercihlerine yönelik kararlarını ve sağlık hizmetlerine erişimlerini etkilemektedir.

Tarihsel ve kültürel bağlamda kişisel bakım pratikleri toplumdan topluma farklılık gösterse de, modern dönemde kozmetik ve bakım ürünleri kitlesel tüketim nesnelere dönüşmüştür. Kozmetik tüketimindeki artış beraberinde hem sağlık risklerini hem de yeni iletişim stratejilerini gündeme getirmiştir. Bu durum, sağlık profesyonellerinin, düzenleyici kurumların ve iletişim uzmanlarının kozmetik ürünlerin yararları ve olası risklerini hem bilimsel düzeyde hem de kamuya yönelik platformlarda aktarabilme ihtiyacını artırmıştır (Yaşar & Akdeniz, 2020; Şen, 2021).

Medya ve iletişim kuramları, kişisel görünümün sağlıklı ilişkilendirilme biçimlerini anlamada önemli kavramsal araçlar sunmaktadır. Marshall McLuhan'ın "araç mesajdır" önermesi, iletişim ortamlarının yalnızca mesajın iletim biçimini değil, aynı zamanda onun toplumsal etkilerini ve algılanışını da dönüştürdüğünü vurgular (McLuhan, 1964). Bu çerçevede, görünümle ilgili sağlık söylemleri, mesajın yayıldığı mecraaya göre farklı anlamlar ve sonuçlar doğurabilmektedir. Stuart Hall'un kodlama/kod açımı yaklaşımı da sağlıklı ilişkili, görünüm merkezli mesajların üretilme ve alımlanma süreçlerinde farklı yorumlara açık olduğunu, dolayısıyla hegemonik, müzakereci ya da muhalif okumaların ortaya çıkabileceğini göstermektedir (Hall, 1980).

Türkiye'de yapılan çalışmalar, yeni medya mecralarının özellikle sağlık bilgisinin yayılmasında ve halkla iletişimde belirgin bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Pandemi sürecinde bu rol daha da artmış; sosyal medya platformları hem bilgilendirici hem de yanıltıcı içeriklerin aktarıldığı mecralar haline gelmiştir (Berber, 2024; Yılmaz & Günay, 2022). Öte yandan, kozmetik ve kişisel bakım ürünlerinin içeriklerine bağlı sağlık riskleri de literatürde tartışılmaktadır. Bu alandaki çalışmalar, bazı kimyasal bileşenlerin potansiyel olumsuz sağlık etkilerine dikkat çekmektedir (Yaşar & Akdeniz, 2020). Türkiye'de kozmetik ürünlerinin reklamlarında bilimsel söylemler üzerinden 'sağlıklı kadınlık' imajının inşası yeni medya çağının değil, Cumhuriyet'in erken dönemlerinden itibaren var olan bir olgudur (Tunçer, 2024).

Bu bölümün amacı, kişisel görünüm, kozmetik uygulamaları ve kişisel bakım pratiklerini sağlık iletişimi bağlamında hem kuramsal hem de uygulamalı boyutlarıyla ele almaktır. Bu çerçevede, bir yandan medya ve iletişim teorilerinin sunduğu kavramsal çerçeveler üzerinden görünümün nasıl anlamlandırıldığı incelenecek; diğer yandan kozmetik endüstrisinin söylemsel stratejileri, sağlık okuryazarlığı açısından değerlendirilmesi, toplumsal cinsiyet perspektifi ve Türkiye’den örnek çalışmalar tartışılacaktır. Ayrıca yanıltıcı sağlık söylemleri, düzenleyici ve etik meseleler ile uygulamaya dönük iletişim stratejileri üzerinde durulacaktır.

Metodolojik açıdan bu çalışma, kuramsal bir inceleme ve sistematik literatür taraması yaklaşımıyla hazırlanmıştır. Uluslararası klasik kuramlar metinsel olarak tartışılmış; Türkiye özelindeki çalışmalar ise Tunçer 2024, Yılmaz 2025, Yıldırım Dal 2025, Özer & Yazar, 2025, Özarslan, 2024 çalışmaları yanında, YÖK Tez Merkezi ve hakemli dergilerden seçilerek analize dâhil edilmiştir. Bölümde yer verilen örnekler ve vaka tartışmaları hem uluslararası hem de yerel literatüre dayandırılmıştır.

Sonuç olarak bu bölüm üç düzeyde katkı sunmayı hedeflemektedir: Birincisi, kişisel görünüm ile sağlık iletişimi arasındaki kavramsal ilişkiyi netleştirmek; ikincisi, kozmetik ve bakım pratiklerinin sağlık söylemlerine nasıl dâhil edildiğini medya ve kültür kuramları çerçevesinde ortaya koymak; üçüncüsü ise uygulayıcılar için iletişim stratejileri ve politika önerilerinin geliştirilmesine temel teşkil edecek sentezleyici bir perspektif sunmaktır.

2. SAĞLIK İLETİŞİMİ: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sağlık iletişimi, bireylerin ve toplumların sağlıkla ilgili bilgiye ulaşmalarını, bu bilgiyi anlamlandırmalarını ve davranışlarına yansıtmalarını sağlayan çok boyutlu bir süreçtir. Disiplinlerarası bir alan olarak sağlık iletişimi; iletişim bilimleri, tıp, sosyoloji, psikoloji ve halk sağlığı gibi birçok disiplinin kesişiminde yer almakta, bu yönüyle hem kuramsal hem de uygulamalı açıdan geniş bir zemin üzerinde şekillenmektedir. Bernard Berelson’un (1964) iletişimi “bir bireyin davranışını diğerinin davranışı aracılığıyla değiştirmesi” şeklindeki tanımı, sağlık iletişiminde temel kabul edilen ikna, etkileme ve davranış değişikliği boyutlarına işaret etmektedir. Bu açıdan sağlık iletişimi, yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda bireylerin sağlıkla ilgili inançlarını, tutumlarını ve pratiklerini dönüştürmeye yönelik stratejik bir süreci ifade eder (Yılmaz, 2024c). Sağlık iletişiminde estetik ve kozmetik uygulamaların ele alınışı, yalnızca fiziksel değil, psikolojik ve toplumsal sağlıkla da bağlantılıdır (Özarslan, 2024).

Marshall McLuhan’ın (1964) “araç mesajdır” yaklaşımı, sağlık iletişiminde kullanılan her türlü mecranın yalnızca mesajın taşıyıcısı değil, aynı zamanda mesajın anlamını dönüştüren bir unsur olduğunu göstermektedir. Örneğin, televizyon ekranında yayınlanan bir kamu spotu ile sosyal medyada

dolaşıma giren bir sağlık kampanyası aynı içeriğe sahip olsa dahi, alıcı üzerinde oluşturduğu etki, mesajın algılanışı ve ikna gücü bakımından farklılaşmaktadır. Stuart Hall'un (1980) kodlama/kod açımı modeli de sağlık iletişimi bağlamında önemlidir; çünkü sağlık mesajlarının üretilmesi, dolaşıma sokulması ve hedef kitle tarafından yorumlanması her zaman aynı doğrultuda gerçekleşmez. Alıcılar mesajları egemen, müzakereli veya muhalif okumalarla değerlendirebilirler. Bu çerçevede sağlık iletişimi yalnızca mesajın gönderimi değil, aynı zamanda toplumsal bağlamda yeniden üretimiyle ilgilidir.

Türkiye'de sağlık iletişimi alanında yapılan araştırmalar, bu kuramsal çerçevenin yerel bağlamda nasıl çeşitlendiğini göstermektedir. Yılmaz'ın (2024a) "Korkunun İkna Gücü" başlıklı çalışması, aile sağlığı merkezlerinde görev yapan sağlık çalışanlarının aşı reddinde bulunan ebeveynlere yönelik ikna yaklaşımlarını incelemekte ve korku stratejisinin ikna sürecindeki rolünü tartışmaktadır. Bu bulgu, sağlık iletişiminin yalnızca bilgi aktarımı değil, duygulara da hitap eden bir süreç olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde Hülür'ün (2016) araştırması, sağlık haberlerinde medyanın dilinin bireylerin risk algısını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Aygun ve Cerim'in (2020) dediği gibi bireylerin doğru bilgiye ulaşma kapasiteleri ile sağlık iletişimi arasında güçlü bir ilişki olduğu iddiası, Yeşildal ve Kaya'nın (2021) Konya örneğinde yapılan çalışmada sağlık okuryazarlığı ile dijital okuryazarlık arasında pozitif bir korelasyon bulunmasıyla desteklenmektedir. İlgili çalışmada sağlık okuryazarlığı düzeyi yüksek bireylerin koruyucu sağlık davranışlarını daha fazla benimsediği görülmüştür.

Kurumsal boyutta, Yılmaz'ın (2025a) kamu hastanelerinde halkla ilişkiler algısını Grunig-Hunt modelleri bağlamında incelediği araştırma, iki yönlü simetrik modelin idealize edilmesine rağmen uygulamada çoğunlukla tek yönlü ikna edici stratejilerin öne çıktığını göstermektedir. Bu bulgular, sağlık kurumlarında demokratikleşme ve katılımcılık açısından hâlen sorunlu alanlar bulunduğunu işaret etmektedir. Benzer şekilde, Dondurucu ve Uran'ın (2022) içerik analizinde COVID-19 döneminde kamu hastanelerinin dijital sağlık iletişimi uygulamalarının değişkenlik gösterdiği; güvenilir, çift yönlü ve şeffaf iletişim kurmada eksiklikler bulunduğu raporlanmıştır. Uluslararası raporlar ve derlemeler de pandemi iletişiminde şeffaflık ve güven inşasının kritik olduğunu vurgulamaktadır.

Kültürel boyutta ise Yılmaz'ın (2025b) kozmetik reklamlarında kadın temsiline ilişkin bulguları, sağlık iletişiminin toplumsal cinsiyet perspektifiyle de değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu çalışma, kişisel bakım ve kozmetik reklamlarının yalnızca tüketim pratiklerini değil, sağlık algısını da dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Buna ek olarak, Bazancir (2022), dergilerde sağlık içerikli reklamlarda kadın bedeninin kullanımını göstergebilimsel bir bakış açısıyla analiz etmiş; sağlık, gençlik ve güzellik söylemlerinin kadın bedenini idealize eden ve tüketime yönlendiren kültürel

bir boyuta dönüştüğünü ortaya koymuştur. Ayrıca sosyal medya söylemleri ve bedensel görünüm odaklı reklamların, kadın bedenini hem estetik hem de kültürel bir sembol olarak yeniden üretmeye devam ettiği gözlemlenmektedir (Çakır, 2020).

Uluslararası literatürle birlikte ele alındığında, sağlık iletişiminin güncel yönelimleri arasında dijitalleşme, risk iletişimi ve güven inşası öne çıkmaktadır. Castells'in (2009) ağ toplumu kuramı, sağlık iletişiminin dijital ağlar üzerinden yeniden biçimlendiğini; Beck'in (1992) risk toplumu yaklaşımı, modern toplumlarda sağlık iletişiminin belirsizlik ve risk algısı etrafında yapılandığını; Bourdieu'nun (1984) habitus kavramı ise sağlık davranışlarının toplumsal konum, kültürel sermaye ve alışkanlıklarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Yılmaz ve Sezgin'in (2023) internet medyasının çocukluk çağı aşı reddi üzerindeki etkilerini inceleyen çalışması, dijital ortamlarda yanlış bilginin hızla yayılabildiğini ve bu nedenle sağlık iletişiminde yeni ikna stratejilerinin geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu noktada, Türkiye'de sağlık haberlerinin sunumuna dair yapılan bazı analizler medyada yanlış bilgilendirme riskine dikkat çekmektedir; örneğin, Instagram'da kozmetik reklamlarının görsel ve dilsel öğeleri üzerine yapılan çalışma, ürünlerin etkinliğiyle ilgili abartılı söylemlerin genç izleyici üzerinde beklentileri yükseltebileceğini göstermektedir (Özer & Yazar, 2025).

Sonuçta sağlık iletişimi, kavramsal düzeyde yalnızca bilgi aktarımına indirgenemeyecek kadar çok boyutlu bir olgudur. Kuramsal çerçeveler, sağlık iletişiminin toplumsal, kültürel ve psikolojik boyutlarını anlamamıza yardımcı olurken; Türkiye'de gerçekleştirilen çalışmalar, yerel uygulamaların güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymaktadır. Günümüzde sağlık iletişimi, kişisel görünümünden toplum sağlığı politikalarına uzanan geniş bir alanda güven inşası, ikna ve davranış değişikliği üretme potansiyeliyle kritik bir rol üstlenmektedir.

2.1. İkna ve Davranış Değişikliği Modelleri

Sağlık iletişiminin temel amaçlarından biri, bireylerin sağlıkla ilgili bilgi, tutum ve davranışlarında olumlu yönde değişiklikler meydana getirmektir. Bu süreç yalnızca doğru bilginin aktarılmasından ibaret değildir; aynı zamanda bireyleri harekete geçmeye ikna etmeyi gerektiren karmaşık bir psiko-sosyal mekanizma içerir. Bu noktada ikna kuramları, sağlık iletişimi stratejilerinin tasarlanmasında kilit bir rol oynar.

Bernard Berelson'un (1964) iletişimi "bir bireyin davranışını diğerinin davranışı aracılığıyla değiştirmesi" şeklindeki tanımı, sağlık iletişiminde ikna unsurunun merkezi önemine işaret eder. Sağlık iletişimi çalışmalarında sıklıkla başvurulanan ikna modellerinden biri Irving Janis ve Carl Hovland'ın Uyum (Yale) Yaklaşımı'dır. Bu modele göre iknanın etkinliği; kaynağın özellikleri (uzmanlık, güvenilirlik, çekicilik), mesajın yapısı (korku temelli mi,

mantıksal mı, tek ya da çift taraflı mı) ve alıcının bireysel özelliklerine (ilgi, ihtiyaç, benlik saygısı) bağlı olarak değişir. Örneğin, bir diş hekiminin ağız hijyeni konusundaki uyarıları, aynı mesajı veren bir magazin dergisindeki yazıdan daha ikna edici olabilmektedir.

Bir diğer önemli kuram, Fishbein ve Ajzen'in Planlı Davranış Teorisi'dir (Theory of Planned Behavior). Bu teoriye göre bireyin belirli bir davranışı sergileme niyeti; davranışa yönelik tutum, öznel normlar (sosyal çevrenin baskısı) ve algılanan davranışsal kontrol (davranışı gerçekleştirme yeteneğine dair inanç) tarafından belirlenir. Örneğin, güneş kremi kullanımını teşvik etmeyi amaçlayan bir kampanya yalnızca güneş ışınlarının zararlı etkilerini anlatmakla (tutum) sınırlı kalmamalıdır. Kampanya aynı zamanda “çevremdeki herkes kullanıyor” mesajı vererek (öznel norm) ve ürünü kolay ulaşılır ve uygun fiyatlı göstererek (algılanan davranışsal kontrol) davranış niyetini güçlendirmelidir.

Prochaska ve DiClemente'in Değişim Aşamaları Modeli (Transtoeoretik Model) ise davranış değişikliğini statik bir olay değil, dinamik bir süreç olarak ele alır. Modele göre bireyler değişim sürecinde düşünme öncesi, düşünme, hazırlık, eylem ve sürdürme aşamalarından geçer. Bu model, sağlık iletişimi uygulayıcılarına kritik bir strateji sunar: Hedef kitlenin hangi aşamada olduğunu tespit etmek ve mesajları bu aşamaya uygun şekilde uyarlamak. Örneğin, sigarayı bırakma konusunda düşünme öncesi aşamadaki bir bireye, sert korku temelli mesajlar itici gelebilirken, küçük bir adım atmaya teşvik eden bir söylem daha etkili olabilmektedir.

Türkiye bağlamında yapılan çalışmalar, bu kuramsal modellerin pratikte nasıl işlediğini ortaya koymaktadır. Yılmaz'ın (2024a) ve Övet'in (2024) aşı kararsızlığı üzerine araştırması, sağlık çalışanlarının ebeveynleri ikna etmek için hem uzmanlık kaynaklarını (doktorlarla görüşme imkânı) öne çıkardıklarını hem de sosyal normları güçlendiren stratejiler (“komşunuz da aşı oldu”) kullandıklarını göstermektedir. Benzer şekilde Şantaş ve Şantaş'ın (2018) organ bağışına yönelik ikna edici iletişim stratejilerini incelediği çalışma, bireylerin tutumlarının ve algılanan sosyal normların karar verme süreçlerinde belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular, ikna modelleri çerçevesinde “öznel normlar”, “kaynağın güvenilirliği” ve “behavioral kontrol” gibi kavramların Türkiye'deki sağlık iletişimi uygulamalarında da önemli olduğunu göstermektedir. Ancak hâlâ sigara bırakma kampanyalarında, kozmetik/endüstriye dair görünüm odaklı ikna stratejilerine dair sistematik, standartlı saha çalışmaları sınırlıdır ve bu alanda daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır.

Sonuç, ikna ve davranış değişikliği modelleri, sağlık iletişimi kampanyalarının etkinliğini artırmak için vazgeçilmez kılavuzlar sunmaktadır. Bu modeller, iletişimcilere hedef kitlenin zihninde ve sosyal çevresinde nasıl bir

yol izleneceği konusunda stratejik çerçeveler sağlayarak, kişisel görünüm ve kozmetik ürünler gibi hassas alanlarda dahi daha etkili, ölçülebilir ve sürdürülebilir davranış değişiklikleri yaratma imkânı tanımaktadır.

2.2. Medyanın Dönüştürücü Rolü: Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya

Sağlık iletişiminin doğasını ve etkisini anlamak için kullanılan mecraların kendisini analiz etmek elzemdir. Marshall McLuhan'ın "araç mesajdır" (the medium is the message) şeklinde özetlenen ikonik önermesi, bir mesajın anlam ve etkisinin onu taşıyan mecradan bağımsız düşünülmemeyeceğini vurgular. McLuhan'a (1964) göre her iletişim teknolojisi, toplumsal ilişkileri, algıları ve dünyayı deneyimleme biçimimizi yeniden şekillendiren bir "uzantı"dır. Bu bağlamda, sağlık mesajlarının geleneksel kitle iletişim araçlarından (TV, radyo, gazete) dijital ve sosyal medya platformlarına göçü yalnızca bir kanal değişikliği değil, iletişimin kendisinin dönüşümüdür.

Geleneksel Medyada Sağlık İletişimi: Tek Yönlü Bir Söylem

20. yüzyılın büyük bölümüne damgasını vuran geleneksel medya, sağlık iletişiminde genellikle tek yönlü, merkeziyetçi ve otoriteye dayalı bir model benimsemiştir. Televizyondaki kamu spotları, gazetelerdeki sağlık köşeleri veya dergi reklamları; mesajı üreten (sağlık bakanlıkları, doktorlar, firmalar) ile mesajı alan (halk) arasında keskin bir ayrım varsayımına dayanıyordu. Türkiye'deki kozmetik reklamları, yalnızca estetik bir güzellik ideali sunmakla kalmamış, aynı zamanda 'sağlıklı kadınlık' algısını bilimsel otorite diliyle pekiştirmiştir (Tunçer, 2024). Bu modelde mesaj, profesyonel editörler ve düzenleyiciler tarafından kontrol edilir, standardize edilir ve kitlesel bir kitleye aynı içerikle ulaştırılırdı. Stuart Hall'un (1980) kodlama/kod açımı modeli burada devreye girer: Geleneksel medyada "tercih edilen okuma" (preferred reading) baskındır ve izleyicinin mesajı hegemonik çerçevede anlaması beklenirdi. Örneğin, devlet kanalında yayınlanan, uzman bir doktorun sunduğu aşı kampanyası genellikle meşru ve otoriter bir çağrı olarak algılanırdı.

Dijital Medyanın Yükselişi: Çok Yönlü, Katılımcı ve Kaotik Bir Ortam

İnternet ve sosyal medyanın yükselişi, McLuhan'ın öngörüsünü yeniden gündeme taşıyarak sağlık iletişiminin temel varsayımlarını altüst etmiştir. Dijital medya iletişimi çok yönlü, yatay, merkeziyetsiz ve katılımcı hale getirmiştir. Manuel Castells'in (2009) "ağ toplumu" kavramıyla betimlediği bu yeni yapıda, bilginin akışı merkezden çevreye değil, dağınık düğümlerden oluşan ağlar boyunca gerçekleşmektedir. Sağlık iletişimi artık yalnızca resmi kurumların tekelinde değildir; bir Instagram fenomeni, YouTube içerik üreticisi ya da WhatsApp grubu, geleneksel otoritelerle yarışan hatta çoğu zaman onlardan daha etkili sağlık mesajları üretebilmektedir.

Bu dönüşüm, Hall'un modelindeki "müzakereci" ve "muhalif" okumaların alanını genişletmiş, mesajların kontrolünü büyük ölçüde kullanıcıya dev-

retmiştir. Aynı aşı mesajı bir Twitter gönderisinde paylaşıldığında, yorumlar, yeniden paylaşımlar ve algoritmik dağıtım sayesinde beklenmedik anlamlar kazanabilmekte; yanlış bilginin hedefi haline gelebilmekte ya da belirli topluluklarca sahiplenilebilmektedir. Yılmaz ve Sezgin'in (2022) internet medyasının aşı reddi üzerindeki etkilerini incelediği araştırma, dijital ortamların yanlış bilginin hızla yayılmasına aracılık ettiğini ve geleneksel ikna stratejilerinin bu ortamda yetersiz kalabildiğini göstermektedir. Benzer biçimde, Taylan ve Ünal (2017) Türkiye'de sağlık haberlerinin medyada sunumunu analiz ederek, yanlış bilgilendirme riskine dikkat çekmişlerdir.

Türkiye Bağlamında Bir Karşılaştırma

Türkiye'de bu geçişin etkileri oldukça belirgindir. Geleneksel medyada TRT veya ana akım kanallardaki sağlık programları hâlen otoriteye dayalı bir iletişim modelini sürdürürken, özellikle pandemi döneminde sosyal medya başat bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Berber (2024), bu süreçte sosyal medyanın sağlık bilgisinin dolaşımında hem bilgilendirici hem de yanıltıcı içeriklerin merkezi mecrası haline geldiğini vurgulamaktadır. Sağlık Bakanlığı'nın Twitter paylaşımları, hekimlerin Instagram yayınları veya hasta gruplarının WhatsApp sohbetleri, bilginin anlık, doğrudan ve çoğu zaman filtresiz şekilde dolaşıma girdiği yeni bir iletişim ekosistemi oluşturmuştur. Kaya ve Doğan'ın (2020) sağlık okuryazarlığına ilişkin çalışması, bireylerin bu hızlı bilgi akışını değerlendirme kapasitelerinin iletişimin etkinliği açısından kritik bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak McLuhan'ın teorik mirası, geleneksel medyanın tek yönlü ve kontrollü yapısından, dijital medyanın çok sesli, katılımcı ve çoğu zaman kaotik ortamına geçişin sağlık iletişimini kökten dönüştürdüğünü göstermektedir. Mecra, mesajın ölçeğini, hızını, bağlamını ve nihai etkisini belirlemektedir. Bu nedenle günümüz sağlık iletişimcileri, yalnızca mesajın içeriğini değil, aynı zamanda bu mesajın hangi dijital ağlarda, hangi algoritmik mantıklarla ve hangi kullanıcı grupları tarafından nasıl yeniden şekillendirileceğini de dikkate almak zorundadır. Geleneksel medyanın otoritesi ile dijital medyanın demokratikleştirici ancak kırılabilir doğası arasındaki bu gerilim, modern sağlık iletişiminin en temel dinamiklerinden birini oluşturmaktadır.

2.3. Türkiye'de Sağlık İletişimi Çalışmalarından Örnekler

Türkiye'de sağlık iletişimi alanında yürütülen akademik ve uygulamalı çalışmalar, küresel kuramsal çerçevelerin yerel bağlam, kültürel kodlar ve kurumsal yapılarla nasıl kesiştiğini anlamak açısından zengin bir perspektif sunmaktadır. Bu çalışmalar, alanın disiplinlerarası doğasını yansıtarak, iletişim kuramlarından halkla ilişkilere, medya araştırmalarından tıp sosyolojisine kadar uzanan geniş bir yelpazede gelişmektedir.

Kurumsal İletişim ve Halkla İlişkiler Perspektifi

Sağlık kurumlarının iletişim pratikleri, Türkiye’deki araştırmaların önemli odaklarından biridir. Yılmaz’ın (2025a) kamu hastanelerinde halkla ilişkiler algısını Grunig ve Hunt’ın dört modeli (basın ajansı, kamuyu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik, iki yönlü simetrik) bağlamında incelediği araştırma, idealize edilen iki yönlü simetrik modelin uygulamada çoğunlukla tek yönlü ikna edici iletişim ve kamuyu bilgilendirme stratejilerine dönüştüğünü göstermektedir. Bu bulgular, hasta-hekim ilişkisindeki güç dinamiklerini açığa çıkararak iletişimin hâlen “yukarıdan aşağıya” bilgi aktarımı çerçevesinde işlediğini ortaya koymaktadır. Benzer biçimde, Taylan ve Ünal’ın (2017) sağlık haberlerinin sunumuna ilişkin çalışması, medyanın sağlık konularındaki toplumsal algıyı şekillendirmede kritik bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

İkna, Korku ve Davranış Değişikliği

Sağlık iletişiminin temel işlevlerinden biri olan ikna ve davranış değişikliği, Türkiye’de özellikle aşı kararsızlığı ve sigara bırakma gibi halk sağlığı sorunları bağlamında incelenmiştir. Yılmaz’ın (2024a) “Korkunun İkna Gücü” başlıklı araştırması, aile sağlığı merkezlerinde aşı reddiyle karşılaşan sağlık çalışanlarının kullandığı stratejileri analiz etmiş; korku temelli mesajların belirli koşullarda etkili olabileceğini, ancak hedef kitlenin özelliklerine göre yeniden tasarlanması gerektiğini göstermiştir. Bu bulgu, Planlı Davranış Teorisi’nin (Fishbein & Ajzen) algılanan davranışsal kontrol ve öznel normlar boyutlarının Türkiye bağlamındaki pratik yansımalarını açığa çıkarmaktadır.

Medya Temsilleri, Toplumsal Cinsiyet ve Kozmetik Söylemleri

Kişisel görünüm ve sağlık iletişiminin kesişim noktalarından biri, medyadaki temsiller ve toplumsal cinsiyet rolleri olmuştur. Yılmaz’ın (2025b) kozmetik reklamlarında kadın temsiline ilişkin feminist medya eleştirisi, reklam söylemlerinde “sağlıklı” ve “güzel” olma hallerinin nasıl iç içe geçirilerek kadının bedeninin metalaştırıldığını ve toplumsal cinsiyet normlarının yeniden üretildiğini göstermektedir. Bazancir (2022) kadın bedeni temsillerine ilişkin feminist eleştirisi de bu bulguları desteklemektedir. Bu çalışmalar, kişisel bakım ve kozmetik ürünler üzerinden inşa edilen sağlık söylemlerinin toplumsal cinsiyet kodlarıyla derinden ilişkili olduğunu göstermektedir.

Dijitalleşme, Yanlış Bilgi ve Sosyal Medya

Son dönemde, özellikle pandemi sürecinde, dijital medyanın sağlık iletişimindeki rolünü inceleyen çalışmalar hızla artmıştır. Yılmaz ve Sezgin’in (2022) internet medyasının çocukluk çağı aşı reddi üzerindeki etkilerine odaklanan araştırması, dijital platformların yanlış bilginin hızla yayılmasına aracılık ederek ailelerin karar alma süreçlerini olumsuz etkilediğini ortaya koymuştur. Berber (2024) ise Türkiye’de yeni medya ve sağlık iletişimi üzerine yürütülen çalışmaları analiz ederek, alandaki tematik boşlukları ve

gelecek araştırma yönelimlerini haritalandırmıştır. Bu bulgular, Castells'in (2009) ağ toplumu kuramının Türkiye'deki sağlık iletişimi pratiklerindeki yansımalarını anlamak açısından değerlidir.

Değerlendirme ve Sonuç

Türkiye'deki sağlık iletişimi literatürü, küresel kuramlarla yerel saha bulgularını birleştirme potansiyeli taşımaktadır. Yapılan araştırmalar, Grunig ve Hunt, Hall veya McLuhan gibi klasik kuramların Türkiye'deki sağlık iletişimi pratiklerine nasıl uyarlanabildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, literatürde niceliksel çalışmaların ağırlıkta olduğu, niteliksel ve eleştirel perspektiflerin ise daha sınırlı kaldığı söylenebilir. Özellikle kişisel görünüm, kozmetik tüketimi ve dijital kültür kesişiminde etnografik araştırmalar ile söylem analizlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kitap bölümü de bu boşluğu doldurmayı hedeflemekte; kişisel görünüm odaklı sağlık iletişimini kuramsal ve eleştirel bir bakış açısıyla derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır.

3. KİŞİSEL GÖRÜNÜM VE İLETİŞİM SÜRECİ

Kişisel görünüm, bireylerin toplumsal ilişkilerinde ve iletişim süreçlerinde hem sözlü hem de sözsüz mesajlar taşıyan çok boyutlu bir olgudur. Kişisel bakım, giyim, beden dili, kozmetik kullanımı ve dışavurum, bireyin kimliği, değerleri ve toplumsal konumuna dair ipuçları verir; bu nedenle görünüm yalnızca estetik bir tercih değil, toplumsal algı, güven ve etkileşim biçimlerini doğrudan etkileyen bir iletişim aracıdır. Sağlık iletişimi bağlamında kişisel görünüm; bireysel sağlık davranışları, sağlık algısı ve sağlıklı ilgili normların iletilmesi açısından hem gösterge hem de söylemsel bir alandır.

Erving Goffman'ın "benliğin sunumu" (presentation of self) kavramsallaştırması, kişisel görünümü toplumsal sahnedeki performans olarak okumamıza imkân sağlar; bireyler, görünüm araçlarını sosyal beklentilere uygun olarak düzenleyerek kabul görmeyi, statü kazanmayı ve aidiyet sağlamayı amaçlar. Bu kuramsal perspektif çerçevesinde kozmetik uygulamaları, giyim tercihleri ve beden bakımı stratejik, etkileşim odaklı davranış biçimleri olarak ele alınır. Pierre Bourdieu'nun kültürel sermaye ve habitus kavramları ise görünüm tercihlerini toplumsal konum ve kültürel pratiklerle ilişkilendirerek, "sağlıklı görünmenin" toplumsal bir sermaye türü olduğunu gösterir.

Sağlık iletişiminde görünüm aynı zamanda ikna edici bir unsur olarak işlev görür. Sağlık çalışanlarının dış görünüşü, giyimi ve beden dili hastalarda güven ve profesyonellik algısını güçlendirebilir. Bu bağlamda, sağlık kurumlarında yürütülen halkla ilişkiler ve hasta iletişimi uygulamalarına dair yerel bulgular, çalışan tutumlarının ve görünümünün hasta algısı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Benzer biçimde, Yıldırım Dal'ın (2025) güzellik salonlarında iletişimin stratejik rolüne dair çalışması, görünüm odaklı sektörlerde iletişimin yalnızca estetik deneyimi değil, aynı zamanda müşteri

memnuniyeti, sadakat ve ekip dinamiklerini de belirlediğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, kişisel görünümün iletişim süreçlerinde çok katmanlı işlevler taşıdığını ve sağlık kurumları ile kozmetik odaklı hizmet alanlarının ortaklaştığı noktaları göstermektedir.

Kişisel görünümün toplumsal kodlarla örülmüş olması, medyanın bu alandaki rolünü kritik kılar. Medya ve reklam dilinde “sağlıklı” ile “güzel” temsiliinin örtüşmesi, kozmetik söylemlerinin sağlık algısı ile ilişkilendirilmesine yol açar; bu, bireylerin görünüm tercihlerini sadece estetik motivasyonla değil, aynı zamanda sağlıklı ilişkilendirilmiş normlara uygunlaşma eğilimiyle de şekillendirir. Yılmaz’ın (2025b) ve (2025c) kozmetik reklamları ve toplumsal temsillere dair çalışmaları ile bu ilişkiyi Türkiye bağlamında göstermektedir; dijital mecralar ise bu söylemleri hızlandırarak görsel normların kitlesel dolaşıma girmesini sağlar. Dijital ortamın görünüm üzerindeki etkileri ayrıca psikososyal sonuçlar doğurur: idealize edilmiş beden imgeleri ve filtrelenmiş temsiller beden memnuniyetsizliğini, yanlış sağlık inançlarını ve sağlıklı ilgili davranış baskılarını artırabilir. Bu açıdan sağlık iletişimi pratikleri, yalnızca doğru bilgi vermekle kalmamalı, görsel temsillerin yarattığı beklentileri ve bunların sağlık sonuçlarını da dikkate alacak şekilde yapılandırılmalıdır. Dijital medya ortamında sağlığa ilişkin mesajların tasarımında görsel etiğe, şeffaflığa ve sağlıklı beden çeşitliliğinin vurgulanmasına öncelik verilmesi gerekir.

Sonuç olarak, kişisel görünüm sağlık iletişiminin merkezi bir bileşenidir: görünüm hem bireysel sağlık pratiğinin göstergesi hem de toplumsal sağlık söylemlerinin taşıyıcısıdır. Bu nedenle görünüm bağlamı iletişim stratejileri, kuramsal çerçeveler (Goffman, Bourdieu vb.) ve yerel saha bulgularını (ör. Yılmaz’ın aşı/ıkna çalışmaları) entegre ederek tasarlanmalıdır. Böylece hem bireylerin sağlık davranışlarını destekleyici hem de toplumdaki yanıltıcı görsel söylemlerle başa çıkmayı hedefleyen, daha kapsayıcı ve etik iletişim uygulamaları geliştirilebilir (Yılmaz, 2024a; Yılmaz, 2024b).

3.1. Beden Sosyolojisi ve Benliğin Sunumu

Kişisel görünümün sağlık iletişimindeki rolünü anlamak, onu yalnızca yüzeysel bir estetik tercih olarak değil; toplumsal bir inşa ve kimlik performansı olarak ele almayı gerektirir. Beden, sosyolojik açıdan toplumsal normların, değerlerin, iktidar ilişkilerinin ve kültürel kodların üzerine yazıldığı bir “metin”tir (Turner; Bourdieu). Bu nedenle kişisel bakım ve kozmetik uygulamaları, bireyin toplumsal düzene uyum sağlama, statü talep etme veya bir gruba aidiyetini ilan etme çabalarının somut tezahürleridir (Bazancir, 2022).

Erving Goffman’ın dramaturjik modeli (sahne önü / sahne arkası) görünümün performatif boyutunu açıklamada hâlen temel bir araçtır: sahne önü (front stage) izleyiciye yönelik, düzenlenmiş görünüm unsurlarını içerirken; sahne arkası (back stage) kişisel bakım uygulamalarının, hazırlıkların

ve emeğin gerçekleştirildiği alandır (Goffman). Bu iki alan arasındaki ayrım, sağlık çalışanlarının profesyonel görünümünü ve bireylerin “sağlıklı görüne” çabalarını anlamlandırmada açıklayıcıdır (Bazancir, 2022).

Bourdieu’nun habitus ve kültürel sermaye kavramları, “sağlıklı görünenin” hangi sosyal gruplar tarafından nasıl bir sermaye olarak kullanıldığını gösterir: belirli sınıfsal konumlar, görünüm pratiklerini ve bu pratiklerin algılanışını biçimlendirir. Türkiye bağlamında dijital mecralarda beden ve görünüm pratiklerinin incelendiği etnografik/nitel çalışmalar, genç kentliler arasında “bakımlı olma” normunun sosyal sermaye olarak yürütüldüğünü belgeliyor; örneğin Instagram üzerinden beden ve sağlık temsillerinin üretildiğine ilişkin yüksek lisans/doktora çalışmaları mevcuttur (Gülcan, 2023).

3.2. Sözsüz İletişim ve Görünümün Dili (güncellenmiş, kaynaklı)

İletişim yalnızca sözcüklerden ibaret değildir; kişilerarası etkileşimde sözsüz kanalların rolü geniştir (Knapp & Hall). Kişisel görünüm —giyim, hijyen, beden duruşu, makyaj— sözsüz iletişimin en güçlü ve hızlı öğelerindendir ve izleyicide anında sağlık, statü, aidiyet ve güvenle ilgili çıkarımlar yaratır. Bu statik (giyim, genel bakım) ve dinamik (mimik, jest, duruş) öğelerin birleşimi, sözlü mesajları güçlendirir veya zayıflatır (Turan vd., 2024).

Sağlık iletişiminde hijyen ve düzenli görünümün sözsüz mesajı, hastanın sağlık çalışanına olan güvenini etkileyebilmektedir. Türkiye’de sağlık kurumları ve hasta algıları üzerine yürütülen saha çalışmaları, personel görünümünün (ehliyet simgeleri, temiz/özenli üniforma vb.) profesyonellik ve güven algısına etkisini ortaya koyuyor. Ayrıca sosyal medya temelli araştırmalar, paylaşılan bakım rutinleri ve ‘fit/ışılıtlı’ görsellerin, izleyicide hem ideal beden normları oluşturduğunu hem de sağlıkla ilgili yanlış varsayımları pekiştirebildiğini gösteriyor (Turan vd., 2024).

Türkiye’de yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanımının kadınlarda beden imajı ve benlik saygısı üzerinde belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformlarda yürütülen nitel tez çalışmaları, kişisel görünümün sözsüz dilinin psikososyal etkilerine dair ampirik kanıtlar sunmaktadır. Bu çalışmalar, dijital platformların görünüm kodlarını hızla dolaşıma soktuğunu ve bireylerde beden memnuniyetsizliği ile karşılaştırma eğilimini artırdığını göstermektedir. Ayrıca kadınların estetik müdahaleler aracılığıyla toplumsal normlara uyum sağlamasının, yalnızca bir uyum stratejisi değil, aynı zamanda beden üzerinde öz-belirlemler ve özgürleşme deneyimlerini de içerebileceği vurgulanmaktadır (Özarslan, 2024).

3.3. Dijital Çağda Görünüm: Sosyal Medya ve “Filter” Gerçekliği

Dijital medyanın yükselişi, kişisel görünümün anlamını, işlevini ve toplumsal inşasını köklü biçimde dönüştürmüştür. Sosyal medya platformları,

bireylerin benliklerini sergilemek için yeni bir “sahne önü” oluştururken, bu sunumun doğası algoritmalar, beğeniler ve dijital manipülasyon araçları tarafından yeniden şekillendirilmiştir. Bu bağlamda, Goffman’ın (1959) “benliğin sunumu” yaklaşımı dijital ortama uyarlanabilir: sahne önü artık artırılmış gerçeklik efektleri ve filtrelerle yeniden kurgulanmakta; Bourdieu’nun (1984) kültürel sermaye kavramı ise “dijital estetik sermaye” biçiminde yeniden üretilmektedir.

Dijital Bedenin İnşası ve “Filter” Gerçekliği

Instagram ve Snapchat gibi platformlarda kullanılan filtreler, yüz simetrisini düzeltmek, cildi pürüzsüzleştirmek veya yaşlanma belirtilerini gizlemek amacıyla yaygınlaşmıştır. Bu durum, literatürde “filter gerçekliği” olarak adlandırılan, dijital olarak manipüle edilmiş ve çoğu zaman ulaşılması imkânsız bir beden ve güzellik standardını doğurmuştur. Araştırmalar, filtrelenmiş dijital benlik ile gerçek yaşam deneyimi arasındaki uçurumun özellikle gençler arasında beden imajı kaygılarını artırdığını ve “Snapchat dismorfisi” gibi psikolojik rahatsızlıklara zemin hazırladığını ortaya koymaktadır (Ramphul & Mejias, 2018).

Sosyal Onay Ekonomisi ve Sağlık Söylemlerinin Metalaşması

Dijital platformlarda görünüm, sosyal onay ekonomisinin temel birimi haline gelmiştir. Beğeni, yorum ve takipçi sayıları, bireyin dijital bedeninin değerini ölçen göstergeler olarak işlev görmektedir (Marwick, 2015). Bu bağlamda sağlık söylemleri de metalaşarak, “sağlıklı yaşam influencer”ları tarafından belirli görsel standartlarla paketlenmektedir. “Glow up” anlatıları, “fit vücut” idealini destekleyen içerikler veya “bir günde ne yiyorum” videoları, sağlıklı yaşamı dar bir görünüm kalıbına indirgeme eğilimi taşımaktadır. Bu tür içerikler, yalnızca estetik beklentileri değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet normlarını da yeniden üretmektedir (Tiggemann & Slater, 2017).

Türkiye’den Bir Örnek: “Bakımlı Olmak”ın Dijital Temsili

Türkiye’de sosyal medya fenomenleri ve güzellik içerik üreticileri, “bakımlı olmak”ı dijital bir norm haline getirmenin başlıca aktörleri arasında yer almaktadır. Instagram’da #bakımrutini, #ciltbakımı veya #sağlıklıyaşam gibi etiketler altında paylaşılan marka içerikleri ve influencer iş birlikleri, belirli kozmetik ürünlerin kullanımını ve görsel estetiği öne çıkaracak biçimde kurgulanmaktadır. Yapılan çalışmalar, bu tür içeriklerin özellikle genç kullanıcıların beden algısı ve satın alma eğilimleri üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Özer & Yazar, 2025; Beyaz, 2022; Kıyak vd., 2025). Bununla birlikte, bu bulguları tüm kullanıcı gruplarına genellemek yerine, platform-temelli içerik analizleriyle daha ayrıntılı ve bağlamsal değerlendirmeler yapmak gereklidir.

Bu tablo, Beck'in (1992) "risk toplumu" kavramıyla da açıklanabilir. Modern bireyler, görünmeyen risklere — yaşlanma, kilo alma, cilt sorunları gibi — karşı kozmetik ürünleri ve dijital bakım pratiklerini bir tür kontrol stratejisi olarak kullanmaktadır. Ancak bu kontrol illüzyonu çoğu zaman ekonomik sermaye gerektirdiği için, erişim imkânı bulunmayan bireylerde yetersizlik ve dışlanmışlık duygusunu besleyebilmektedir (Özarslan, 2024).

Sağlık İletişimi Açısından Çıkarımlar

Dijital görünüm kültürü sağlık iletişimi açısından hem fırsatlar hem de riskler barındırmaktadır:

- **Fırsatlar:** Sağlık kurumları sosyal medyanın görsel gücünden yararlanarak, geniş kitlelere ulaşabilmekte ve etkileşimli içeriklerle sağlık mesajlarını daha çekici hale getirebilmektedir.

- **Zorluklar:** Dijital görünüm idealleri, gerçekçi olmayan sağlık beklentileri doğurmakta; yanlış bilgi, "mucizevi" zayıflama ürünleri ya da dermatolojik olarak kanıtlanmamış kozmetik içerikler aracılığıyla hızla yayılabilmektedir.

Dolayısıyla, sağlık okuryazarlığının yalnızca geleneksel medyayı değil, aynı zamanda dijital içerikleri ve görsel manipülasyonları eleştirel bir gözle okuma becerisini de kapsaması gerekmektedir (WHO, 2021).

Sonuç itibarıyla sosyal medya, kişisel görünümü demokratikleştirirken aynı zamanda onu yeni bir baskı ve metalaştırma alanına dönüştürmüştür. "Filter gerçekliği", sağlık ve güzellik normlarını radikal biçimde dönüştürerek bireyleri ulaşılamaz dijital ideallerin peşinde koşmaya yönlendirmektedir. Bu nedenle sağlık iletişiminin dijital çağdaki başarısı, yalnızca doğru mesajları üretmeye değil, aynı zamanda bu mesajların görsel manipülasyonlar ve algoritmik dinamikler aracılığıyla nasıl dönüştürüldüğünü anlamaya bağlıdır.

4. KOZMETİK, SAĞLIK VE TOPLUMSAL ALGI

Kozmetik ürünler ve kişisel bakım uygulamaları, modern toplumlarda sağlık ve güzellik arasındaki sınırların giderek daha fazla iç içe geçtiği bir alanı temsil etmektedir. Kozmetik yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda bireylerin sağlık algılarını, toplumsal rollerini ve kimlik inşalarını şekillendiren güçlü bir iletişim aracıdır. Sağlık iletişimi bağlamında kozmetik, bireylerin görünürlüklerini artıran, sosyal kabul görmelerini kolaylaştıran ve çoğu zaman toplumsal normlara uyum sağlamalarını teşvik eden bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Kozmetik endüstrisi, özellikle medya ve reklam aracılığıyla sağlık ve güzellik kavramlarını birbirine eklemektedir. "Doğal", "organik" ya da "dermatolojik olarak test edilmiştir" gibi söylemler, ürünlerin yalnızca estetik fayda değil aynı zamanda sağlık yararı sağladığı izlenimini güçlendir-

mektedir (Yaşar & Akdeniz, 2020; Şen, 2021). Yılmaz'ın (2025b) ve Tunçer'in (2024) çalışmaları, farklı dönemlerdeki kozmetik reklamlarında kadın bedeninin toplumsal cinsiyet kodlarıyla nasıl yeniden üretildiğini ve sağlık-güzellik ilişkisinin toplumsal algılar üzerinden nasıl meşrulaştırıldığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kozmetik ürünler, yalnızca bireysel bakım araçları değil, aynı zamanda toplumsal normların, değerlerin ve cinsiyet rollerinin taşıyıcıları olarak işlev görmektedir.

Toplumsal algı açısından kozmetik kullanımı, sağlıklı görünüm ile ideal güzellik arasında köprü kurmaktadır. Medyada yer alan reklamlarda ve sosyal medya paylaşımlarında sıkça karşılaşılan “ışıltili cilt” veya “fit beden” imgeleri, bireylerin sağlıkla ilgili davranışlarını yönlendirmekte ve güzellik standartlarını sağlıkla özdeşleştirmektedir. Bu durum, sağlık iletişiminin bir yandan bireyleri sağlıklı yaşam tarzına teşvik ederken diğer yandan gerçekçi olmayan beklentiler ve beden memnuniyetsizliği üretebileceğini göstermektedir. Beck'in (1992) risk toplumu yaklaşımı, bu bağlamda önemli bir analitik çerçeve sunar: bireyler, sağlıklarını korumak adına kozmetik ürünlere yönelirken aslında endüstrinin dayattığı riskleri ve belirsizlikleri de tüketmektedir. Kozmetiklerde kullanılan kimyasal içerikler ya da aşırı estetik kaygılar, bireylerin sağlıklarını olumsuz etkileyebilmekte; bu da sağlık iletişiminde çelişkili bir durum yaratmaktadır (Yaşar & Akdeniz, 2020).

Pierre Bourdieu'nun (1984) habitus ve kültürel sermaye kavramları, kozmetik kullanımının toplumsal farklılıklarla nasıl ilişkili olduğunu anlamamıza yardımcı olur. Orta ve üst sınıfların estetik kaygılarla kozmetik tüketimlerini artırmaları, kişisel görünümü bir statü göstergesine dönüştürmektedir. Bu durum, sağlık iletişiminde eşitsizliklere yol açabilmektedir; zira sağlıklı görünüm ve estetik bakımın erişilebilirliği, ekonomik olanaklarla doğrudan bağlantılıdır. Böylelikle kozmetik, yalnızca bireysel bakım aracı değil, aynı zamanda toplumsal eşitsizliklerin yeniden üretildiği bir alan haline gelmektedir.

Dijital medya, kozmetik ve sağlık algısını küresel ölçekte dolaşıma sokan en önemli mecra haline gelmiştir. Instagram, YouTube ve TikTok gibi platformlarda yayılan “bakım rutinleri”, “güzellik tüyoları” veya “sağlıklı yaşam içerikleri”, bireylerin sağlık ve görünüm ilişkisini algılayış biçimlerini dönüştürmektedir. Yılmaz ve Sezgin'in (2023) internet medyasının aşı reddine etkisini ele aldıkları çalışmada olduğu gibi, dijital medya yalnızca sağlık bilgisi aktaran bir mecra değil, aynı zamanda yanlış bilgi ve beklentilerin de hızla yayıldığı bir ortamdır. Bu çerçevede kozmetik ve sağlık iletişimi, dijitalleşmeyle birlikte hem daha kapsayıcı hem de daha riskli bir hale gelmektedir.

Sonuç itibarıyla kozmetik, sağlık ve toplumsal algı arasındaki ilişki, iletişim bilimleri açısından çok boyutlu bir inceleme alanı sunmaktadır. Kozmetik ürünlerin sağlıkla özdeşleştirilmesi, toplumsal cinsiyet rollerinin pe-

kiştirilmesi, ekonomik ve kültürel eşitsizliklerin görünür kılınması ve dijital medyanın etkisi, bu alanı hem teorik hem de pratik açıdan tartışmaya açık kılmaktadır. Sağlık iletişimi perspektifinden bakıldığında, kozmetik yalnızca bireylerin kendilerini ifade etme biçimleri değil, aynı zamanda toplumsal düzenin, normların ve güç ilişkilerinin de yeniden üretildiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.1. Sosyal Medya Fenomenleri ve “Miracle Product” Söylemleri

Dijital çağın sağlık iletişimindeki en belirgin dönüşümlerinden biri, bilgi otoritesinin geleneksel uzmanlardan (hekimler, akademisyenler) sosyal medya fenomenlerine ve influencer'lara doğru kısmen kaymasıdır. Bu yeni aktörler, kişisel görünüm ve kozmetik bağlamında, genellikle bilimsel kanıtla ziyade kişisel deneyim ve ticari çıkarı önceleyen bir iletişim ekosistemi yaratmışlardır. Bu ekosistemin en baskın ve en sorunlu söylemlerinden biri, “mucize ürün” (miracle product) anlatılarıdır.

“Mucize” Söyleminin Retoriği ve İnşası: Sosyal medya fenomenleri, ürün pazarlamasını genellikle kişisel bir hikâyeye veya dönüşüm anlatısı içine yerleştirerek yapar. Bu anlatıların retoriği şu ortak öğeleri içerir:

1. Bir “Sorun”un Dramatik Betimlemesi: “Çok problemlili bir cildim vardı”, “Hiçbir ürün işe yaramıyordu”, “Kendimden nefret ediyordum” gibi ifadelerle, izleyicide empati ve aciliyet duygusu uyandırılır.

2. “Mucize” ile Karşılaşma Anı: “Ta ki bu ürünle tanışana kadar!” gibi bir geçişle, ürün bir kurtarıcı olarak sunulur. Burada ürünün keşfi, kişisel ve şans eseri bir buluş gibi gösterilir; oysa bu çoğunlukla bir ticari iş birliğidir (#reklam etiketi çoğu zaman küçük yazıyla veya gözden kaçacak şekilde konur).

3. Hızlı ve Çarpıcı Dönüşüm Vurgusu: “1 haftada 5 kilo”, “3 günde sivilcelerden kurtuldum”, “İlk kullanımda anında farkı hissettim” gibi iddialarla, bilimsel olarak imkânsız veya şüpheli sonuçlar vaat edilir. “Before & after” (öncesi-sonrası) fotoğrafları, ışık, açı ve hatta fotoşop manipülasyonlarıyla bu dönüşüm abartılır.

4. Bilimselliğe Yapay Referanslar: “Klinik olarak test edilmiştir”, “Dermatolog onaylı”, “İçerik %100 doğal” gibi, tüketicide güven uyandıran ancak çoğu zaman belirsiz, yanıltıcı veya bağlamından kopuk terimler kullanılır. Fenomenler, karmaşık bilimsel terminolojiyi (örneğin, “hiyalüronik asit”, “anti-oksidan”, “peptit”) anlamlarını tam olarak açıklamadan, ürünü meşrulaştırmak için bir süs olarak kullanır.

Türkiye Sosyal Medyasından Örnekler: Türkiye’de sosyal medya fenomenleri ürün tanıtımlarında takipçiler üzerinde güven ve samimiyet oluşturmada önemli roller oynarlar. Örneğin, Servet Büyükküşoğlu’nun (2017)

çalışmasında anneliğin Instagram üzerinden performatif olarak inşa edilmesi ve annelik kimliğinin, ideal anne imajları üzerinden güven oluşturma aracı olarak kullanılması tartışılmıştır. Ayrıca, Tanrıkulu (2022) Türkiye’de fenomen pazarlamasının ürün tanıtımlarında tüketici tutumu ve satın alma niyeti üzerindeki etkilerini incelerken, fenomenin güvenilirliği algısının bu ilişkide önemli rol oynadığını bulmuştur. Bu pazarlama stratejisi, tüketim kültürünü ‘samimi’ ve ‘güvenilir’ bir kisveye büründürerek eleştirel bakışı devre dışı bırakabilmektedir. Bu olgu, Featherstone’un (1991) tüketim kültürü analizinde vurguladığı beden estetikleştirilmesi sürecinin ve Wolf’un (1991) ‘güzellik miti’ kavramsallaştırmasının dijital çağdaki yeni bir tezahürü olarak değerlendirilebilir.”

Sağlık İletişimi Açısından Riskler ve Sonuçları: “Mucize ürün” söylemlerinin yaygınlaşması, sağlık iletişimi açısından ciddi riskler barındırır:

1. Yanlış Bilginin Yayılımı: Bilimsel olarak kanıtlanmamış iddialar, hızla geniş kitlelere yayılarak halk sağlığını tehdit eder. Örneğin, zayıflama çayları bağırsak problemlerine, bazı “doğal” denen cilt ürünleri ise alerjik reaksiyonlara neden olabilmektedir (Yaşar & Akdeniz, 2020; Yılmaz & Yıldırım Dal, 2025).

2. Hasta-Hekim İlişkisinin Aşınması: Tüketiciler, sosyal medyada gördükleri ürünleri hekimlerine danışmadan kullanmakta, hekimler ise bu ürünlerin etkileri ve ilaç etkileşimleri konusunda bilgisiz kalabilmektedir. Bu durum, tedavi süreçlerini aksatabilmekte ve güveni zedeleyebilmektedir.

3. Ekonomik Sömürü: Umut tacirliği yapan bu ürünler, genellikle yüksek fiyatlarla satılarak, özellikle hassas grupları (kronik hastalığı olanlar, beden imajı kaygısı yüksek olanlar) ekonomik olarak sömürür.

4. Eleştirel Sağlık Okuryazarlığının Önemi: Bu durum, bireylerin sosyal medyadaki sağlık iletilerini eleştirel bir gözle okuma, kaynak sorgulama ve bilimsel kanıt arama becerilerinin (eleştirel sağlık okuryazarlığı) nedensel hayati olduğunu gösterir (WHO, 2021).

Sonuçta sosyal medya fenomenlerinin “mucize ürün” söylemleri, kişisel görünüm kaygılarını istismar eden, bilimi arka plana atan ve ticari çıkarı önceleyen bir iletişim modelidir. Bu model, sağlık iletişiminin temel ilkeleri olan doğruluk, şeffaflık ve kanıta dayalılıkla doğrudan çelişmektedir. Sağlık iletişimcilerinin ve düzenleyici kurumların, bu dijital tehdide karşı koymak için daha etkin dijital iletişim stratejileri geliştirmesi, fenomenlerle iş birliği yapmak yerine onların manipülatif taktiklerini deşifre eden karşı-anlatılar oluşturmaları ve eleştirel sağlık okuryazarlığını toplum genelinde yaygınlaştırması gerekmektedir.

4.2. Vaka Analizi: Danla Bilic Örneğinde Bir “Kozmetik Gurusu”nun İletişim Stratejilerinin ve Etkisinin İncelenmesi

Amaç ve Yöntem

Bu vaka analizi, Türkiye’nin en tanınmış güzellik influencer’larından biri olan Danla Bilic’in iletişim stratejilerini, onu takipçileri nezdinde inandırıcı kılan unsurları ve akademik çalışmalara da konu olan etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Analiz, Bilic’in Instagram içeriklerinin yanı sıra, onu konu alan akademik literatürün (Bilis & Şen, 2023; Kol & Eskicumalı, 2023; Demirci, 2021; Demirci, 2019; Özdemir, 2020) sistematik bir incelemesine dayanmaktadır.

Kimlik İnşası ve Güven Oluşturma Stratejileri

Danla Bilic, kariyerine YouTube’da “sıradan bir kullanıcı” olarak başlamış, deneyimlerini samimi bir dille paylaşarak geniş bir kitleye ulaşmıştır. Demirci’nin (2019) çalışması, onun takipçileri üzerindeki en güçlü etki kaynağının bu “sıradan”, “abla-kız kardeş” samimiyeti olduğunu ortaya koyar. Bu durum, Goffman’ın dramaturjik teorisindeki “sahne arkası” performansına ve izleyicide yarattığı güvene işaret eder. 2023 yılında Maybelline New York gibi global bir markanın Türkiye yüzü olması ise onun “amatör” konumundan “profesyonel uzman” konumuna geçişini simgeler. Bu iş birliği, Bourdieu’nün teorisindeki ekonomik ve sembolik sermayenin birbirine dönüşümünün somut bir örneğidir; takipçilerden gelen sosyal sermaye (güven ve sevgi), kurumsal bir anlayışla ekonomik sermayeye dönüşmüştür.

“Mucize Ürün” Anlatısını Dengeleme Stratejisi

Bilis ve Şen (2023) tarafından yapılan çalışmada vurgulandığı üzere, Danla Bilic gibi güzellik YouTuber’ları, takipçilerinde “hedonist tüketim” (hazza dayalı tüketim) ve “beğenilme arzusu”nu tetikleyerek bir ihtiyaç yaratır. Ancak Bilic, bu arzuyu aşırı “mucize vaatleriyle” değil, daha çok “kişisel deneyim” ve “ürünü gerçekçi koşullarda test etme” retorikleriyle yönetir. Kol ve Eskicumalı (2023) tarafından yapılan araştırma, Instagram kullanıcılarının influencer’lardan satın alma kararında en kritik faktörün “güvenilirlik ve samimiyet algısı” olduğunu gösterir. Bilic, #reklam etiketini kullansa bile, “Bu ürün çok pahalı, alternatif olarak şunu deneyebilirsiniz” veya “Bu benim cildime iyi geldi ama siz yine de patch test yapın” gibi ifadelerle ticari kaygıyı samimi bir tavsiye perdesinin arkasına ustalıkla gizler. Bu strateji, Wolf’un “güzellik miti” eleştirisindeki baskıyı, “dostane bir öneri” formatında sunarak meşrulaştırır.

Akademik Bulgular Işığında Toplumsal Etki ve Eleştiriler

Özdemir (2020) tarafından Bourdieu perspektifinden yapılan analize göre, Danla Bilic gibi influencer’lar, “doğal” ve “mükemmel” görünüm ide-

allerini normalleştirerek, bu ideallere ulaşamayan bireyler üzerinde bir “simgesel şiddet” uygulanmasına aracılık edebilir. Paylaştığı lüks tüketim nesneleri ve estetik kaygılar, belirli bir sınıfsal habitusun ve ekonomik sermayenin varlığını varsayar. Demirci (2021) tarafından yapılan çalışma, influencer’ların tüketici satın alma niyetinde güvenilirlik, çekicilik ve uzmanlık algısının doğrudan etkili olduğunu ortaya koyar. Bilic’in 6.1 milyonluk takipçi kitlesi, onun bu etki gücünün bir göstergesidir. Takipçiler, onun önerdiği bir ürünü, bir dermatologun önerisinden daha hızlı ve duygusal bir bağla satın alma eğilimindedir.

Tartışma ve Sonuç

Danla Bilic vakası, dijital çağda kişisel markalaşmanın, güvenin nasıl inşa edildiğinin ve tüketici davranışlarının nasıl yönlendirildiğinin karmaşık bir haritasını sunar. Onun stratejisi, katı “mucize anlatılarından” ziyade, “dengelenmiş bir samimiyet ve ticari çıkar performansı”na dayanır. Bu analiz, iki önemli sonuca işaret eder. Birincisi, bir influencer ne kadar samimi görünürse görünsün, iletişiminin ardında her zaman ticari ve toplumsal dinamikler (sınıf, habitus, sermaye) vardır. Tüketicilerin bu dinamiklerin farkında olması (eleştirel sağlık/güzellik okuryazarlığı) esastır. İkincisi, #reklam etiketinin kullanımı, sağlık/kozmetik iddialarının denetimi ve influencer’ların sorumluluğu konusunda daha sıkı ve şeffaf bir düzenleyici çerçeveye ihtiyaç duyulmaktadır. Danla Bilic, modern tüketim toplumunda “güzellik” ve “güven”in nasıl pazarlanabildiğini gösteren, hem başarılı bir iletişimci hem de akademik anlamda incelenmesi gereken çok katmanlı bir olgudur.

4.3. Yanlış Bilginin Yayılımı ve Başa Çıkma Stratejileri

Dijital iletişim ortamının doğasında var olan hız, algoritmik yankı odaları ve düzenleme eksikliği, kişisel görünüm ve kozmetik ürünlerle ilgili yanlış bilginin (misinformation) ve kasıtlı dezenformasyonun (disinformation) benzeri görülmemiş bir hızla yayılmasına olanak tanımaktadır. Bu durum, bireylerin sağlık kararlarını doğrudan etkilemekte, maddi zarara uğramalarına neden olmakta ve halk sağlığını ciddi şekilde tehdit etmektedir. Bu başlık altında, yanlış bilginin yayılım dinamikleri ve bu sorunla başa çıkmak için geliştirilebilecek iletişim stratejileri ele alınacaktır.

Yanlış Bilginin Yayılım Dinamikleri:

1. Duygusallığın Sömürülmesi: Kişisel görünümle ilgili kaygılar (sivilce, yaşlanma, kilo, saç dökülmesi) son derece duygusal ve hassas konulardır. “3 günde sivilcelerden kurtulun”, “1 haftada 10 yaş gençleşin” gibi başlıklar, umut ve korku gibi güçlü duyguları harekete geçirerek, bireyin eleştirel analiz yeteneğini baskılar ve bilginin doğruluğunu sorgulamasını engeller (Zillmann & Brosius, 2000 - Duygusal tepki çekme üzerine).

2. Algoritmik Amplifikasyon (Yükseltme): Sosyal medya platform-

larının algoritmaları, kullanıcıları platformda tutmak için yüksek etkileşim alan içerikleri öne çıkarır. Şaşırtıcı, korkutan veya aşırı vaatlerde bulunan içerikler, daha fazla yorum, paylaşım ve tepki aldığı için algoritmalar tarafından otomatik olarak daha geniş kitlelere yayılır. Bu, yanlış bilginin organik olarak “viral” olmasını sağlar (Castells, 2009 - Ağ toplumunda güç dinamikleri).

3. Güven İlişkinin İstismarı: Mikro-influencer’lar veya “sıradan insan” görünümlü hesaplar, takipçileriyle daha güçlü bir güven bağı kurabilir. Bu güven, “Arkadaşınız gibi birinin tavsiyesi” formatında sunulan, aslında ticari iş birliği olan yanıltıcı ürün tavsiyelerinin daha inandırıcı kabul edilmesine yol açar.

4. Yarı-Doğrular ve Bilimsel Jargonun Kötüye Kullanımı: İçerik üreticileri, “doğal”, “kimyasal içermez”, “dermatolog onaylı” gibi belirsiz veya yanıltıcı terimlerle birlikte, “antioksidan”, “peptit”, “hiyalüronik asit” gibi bilimsel terimleri, anlamlarını tam olarak açıklamadan, içeriğe meşruiyet kazandırmak için birer süs olarak kullanır. Bu, yanlış bilgiyi tespit etmeyi zorlaştırır.

Başa Çıkma ve Mücadele Stratejileri: Yanlış bilgiyle mücadele, yalnızca bilginin düzeltilmesinden değil, proaktif iletişim stratejilerinden oluşan çok yönlü bir yaklaşım gerektirir.

1. Proaktif Doğruluk Aşılama (Prebunking): En etkili stratejilerden biridir. Bu yöntem, yanlış bilgi yayılmadan önce, bireylere olası yanlış iddialar ve onları nasıl tanıyacakları hakkında bilgi vererek bir “bağışıklık” kazandırmayı hedefler.

2. Şeffaf ve Erişilebilir Bilgi Sunumu: Resmi sağlık kurumları, dermatologlar ve eczacılar, sosyal medyada daha aktif ve erişilebilir bir dil benimsemelidir.

3. Eleştirel Medya Okuryazarlığının ve Kaynak Kritisinin Teşviği: Tüketicilere “Kaynağını Sorgula”, “Etiketi Kontrol Et” gibi basit ama etkili mesajlar yaygınlaştırılmalıdır (WHO, 2021 - Sağlık okuryazarlığı).

4. Platformlar ve Düzenleyiciler ile İş Birliği: Sivil toplum kuruluşları ve meslek örgütleri, sosyal medya platformlarıyla iş birliği yaparak yanıltıcı içeriklerin bildirim mekanizmalarını güçlendirmeli ve Reklam Kurulu’nun denetimlerini sıkılaştırması için baskı oluşturmalıdır.

Kişisel görünüm ve kozmetik alanındaki yanlış bilgi, bireysel ve toplumsal sağlığı tehdit eden ciddi bir iletişim sorunudur. Bu sorunla mücadele, reaktif düzeltmelerden ziyade, proaktif eğitim, şeffaf iletişim ve eleştirel okuryazarlığı teşvik eden bütünlük bir strateji gerektirir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, kişisel bakım, kozmetik ürünler ve sağlık iletişimi arasındaki ilişkiyi toplumsal algı ve iletişim kuramları ışığında incelemiştir. Bulgular göstermektedir ki kişisel görünüm, yalnızca estetik bir tercih değil; aynı zamanda kimliğin toplumsal sunumu, sağlık algısının inşası ve bireyler arası iletişimin önemli bir boyutudur. Kozmetik kullanımının bireylerin özsaygısı, toplumsal kabulü ve sağlıkla ilgili öznel değerlendirmeleri üzerinde doğrudan etkili olduğu görülmektedir.

Sağlık iletişimi bağlamında, kişisel bakım pratikleri bireylerin hem kendilerine hem de topluma verdikleri mesajların bir parçasıdır. Örneğin, düzenli bakım ve kozmetik ürün kullanımı, sağlıklı olma, özenli yaşam ve toplumsal normlara uyum göstergesi olarak algılanmaktadır. Bu durum, Berelson'un kitle iletişiminde işlevselcilik yaklaşımı ve McLuhan'ın medyanın biçimlendirici etkisine ilişkin görüşleriyle de örtüşmektedir.

Toplumsal düzeyde, kozmetik ve sağlık söylemlerinin medya aracılığıyla dolaşıma girmesi, bireylerin güzellik ve sağlık standartlarını içselleştirmelerine neden olmaktadır. Bu bağlamda Bourdieu'nün habitus ve sembolik sermaye kavramları, kozmetik ürünlerin yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal değerler ve sınıfsal konumlarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Beck'in risk toplumu yaklaşımı ise modern bireyin kozmetik ve sağlık ürünlerini yalnızca güzellik için değil, aynı zamanda görünmeyen sağlık risklerini azaltma motivasyonu ile kullandığını ortaya koymaktadır.

Çalışmada ayrıca dijital medyanın dönüştürücü rolü dikkat çekmektedir. Sosyal medya platformları, sağlık ve güzellik söylemlerinin hızla dolaşıma girdiği, bireylerin hem tüketici hem de içerik üreticisi konumuna geçtiği mecralar haline gelmiştir. Bu durum, bireysel deneyimlerin küresel ölçekte görünürlük kazanmasına ve sağlık iletişiminin sınırlarının genişlemesine katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak, kişisel bakım ve kozmetik ürünler yalnızca estetik tercihler değil, aynı zamanda sağlık iletişimi süreçlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu alanın hem bireysel hem toplumsal düzeyde incelenmesi, sağlık politikalarının, medya içeriklerinin ve iletişim stratejilerinin daha etkili biçimde geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Gelecek çalışmalarda, kozmetik ve sağlık iletişimi ilişkisi özellikle üç yönde derinleştirilebilir: (1) Sosyal medya fenomenleri ve dijital kampanyaların etkisi, (2) yerel kültürel kodların sağlık ve güzellik algısındaki rolü, (3) farklı yaş ve cinsiyet gruplarında kişisel bakımın sağlık iletişimi üzerindeki yansımaları. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalar, hem akademik literatüre katkı sunacak hem de toplum sağlığının geliştirilmesine yönelik pratik öneriler sağlayacaktır.

Bu bulgular, iletişim kuramlarıyla da uyumlu bir çerçeve sunmaktadır. Berelson'un (1952) kitle iletişiminde işlevselcilik yaklaşımı, kozmetik ve kişisel bakım pratiklerinin toplumsal düzenin sürdürülmesine hizmet eden işlevsel bir araç haline geldiğini göstermektedir. McLuhan'ın (1964) medyanın biçimlendirici etkisine ilişkin görüşleri, dijital platformların sağlık ve güzellik algılarını yeniden kurarak bireylerin gündelik yaşam pratiklerini şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Bourdieu'nün (1984) habitus ve sembolik sermaye kavramları, kozmetik tüketiminin yalnızca bireysel tercih olmadığını, aynı zamanda sınıfsal farklılıkları yeniden üreten kültürel bir pratik olduğunu vurgulamaktadır. Beck'in (1992) risk toplumu yaklaşımı ise modern bireylerin kozmetik ve sağlık ürünlerini, yalnızca güzellik ideallerine ulaşmak için değil, aynı zamanda görünmeyen sağlık risklerini yönetme aracı olarak kullandıklarını göstermektedir. Bu kuramsal çerçeve, kozmetik ve sağlık iletişimi ilişkisinin bireysel, toplumsal ve yapısal boyutlarını birlikte değerlendirmeyi mümkün kılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aygun, O., & Cerim, S. (2021). The relationship between general health behaviors and general health literacy levels in the Turkish population. *Health Promotion International*, 36(5), 1275-1289. DOI: 10.1093/heapro/daaa151
- Bazancir, M. (2022). *Sosyal medyada kadın bedeninin inşası: Instagram örneği* (Master's thesis, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. Sage.
- Berber, F. (2024). Sağlık iletişimde yeni medya ve yanlış bilgilendirme: Türkiye'de sosyal medya içeriklerine yönelik bir inceleme. *Tirebolu İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 55-74.
- Berelson, B. (1964). *Human communication theory*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Beyaz, R. (2022). Influencer güvenilirliği, dürtüsel satın alma ve alışveriş sonrası pişmanlık davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Busbed)*, 12(24), 589-606.
- Bilis, A. E., & Şen, S. (2023, 15 Aralık). Popüler Kültürde Hedonist Kavramlar Olarak Güzellik ve Beğenilme Arzusu: Güzellik Youtuberları Üzerine Bir Analiz. *11th International Communication in the New World Congress*, New York, Amerika Birleşik Devletleri, 98-109.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Büyükküşoğlu, S. (2017). *Influencers on Instagram Turkey: performing the 'iconic' womanhood and motherhood*. Sabancı University Master Thesis.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford: Oxford University Press.
- Çakır, H. (2020). Sosyal medyada bedensel dış görünüm söyleminin kadın bedenini inşası: Sosyolojik bir değerlendirme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 3(2), 261-272. <https://doi.org/10.47948/efad.791652>
- Demirci, D. (2019). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: YouTube fenomeni Danla Bilic takipçileri üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, ProQuest]. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirci, Ş. (2021). *Influencer (nüfuz) pazarlamasında tüketici satın alma niyetini etkileyen faktörler: sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirtaş, H. (2021). Pandemi döneminde kamu hastanelerinde sağlık iletişimi: Şeffaflık ve güven bağlamında bir değerlendirme. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 8(3), 213-225. <https://doi.org/10.5455/sad.20210412>
- Dondurucu, Z., & Uran, A. B. (2022). COVID-19 pandemisi sürecinde kamu hastanelerinin ve özel hastanelerin Instagram'da dijital sağlık iletişimi çalışmaları üzerine bir içerik analizi. *Intermedia International E-journal*, 9(16), 1-22. <https://doi.org/10.56133/intermedia.1022653>

- Featherstone, M. (1991). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage.
- Gülcan, D. (2023). *Kadınların sağlıklı bedeni kavrayışı: Instagram örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). London: Hutchinson.
- Hülür, A. B. (2016). Sağlık iletişimi, medya ve etik: Bir sağlık haberinin analizi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1).
- Kıyak, S., Korkmaz, Z. N., Kozan, M., Keçeci, Ü., & Bostan, B. (2025). Relationship between social comparison and body image in pregnant women using Instagram. *Anatolian Journal of Health Research*, 6(2), 116-122. <https://doi.org/10.61534/anatoljhr.1596028>
- Kol, Y., & Eskicumalı, A. (2023). Instagram Kullanıcılarının Online Alışverişlerinde Influencer'ların Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Sakarya İletişim*, 3(2), 141-161.
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160. <https://doi.org/10.1215/08992363-2798379>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Övet, C. Türkiye'de aşı kararsızlığı ve bilim iletişimi: Tıbbi ve sosyolojik bir yaklaşım. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 16(2), 184-207. <https://doi.org/10.55978/sobiadsbd.1331672>
- Özarslan, B. (2024). Toplumsal normlar ve tüketim kültürünün estetik müdahaleler üzerindeki etkisi: Kadın bedeni üzerine yansımalar. *Community & Physician/Toplum ve Hekim*, 39(5), 366–369.
- Özdemir, M. (2020). Bourdieu perspektifinden sınıfsal ilişkileri okumak: Youtuberların simgesel şiddetin üretimine etkisi. *Intermedia International E-Journal*, 7(13), 299-316. DOI NO: 10.21645/intermedia.2020.83
- Özer, N. P., & Yarar, A. E. (2025). Instagram'daki kozmetik reklamları üzerine bir analiz. *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 9(1), 40–56.
- Ramphul, K., & Mejias, S. G. (2018). Is “Snapchat Dysmorphia” a real issue?. *Cureus*, 10(3). e2263. doi: 10.7759/cureus.2263
- Şantaş, G., & Şantaş, F. (2018). Türkiye'de organ bağışının mevcut durumu ve organ bağışında stratejik iletişimin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 163-168. <https://doi.org/10.22312/sdusbed.298160>
- Şen, N. (2021). Tüketicilerin kozmetik ürün kullanma alışkanlıklarının irdelenmesi, Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, 2(1), 15-25.
- Tanrikulu, A. (2022). *Tüketicilerin sosyal medyadaki fenomenlerin ürün tanıtımlarına ilişkin tutumlarının satın alma niyetlerine etkisi*. İstanbul Üniversitesi Tez Merkezi.
- Taylan, A., & Ünal, R. (2017). Ana akım medyada sansasyonel habercilik: Sağlık iletişimi örneği. *Atatürk İletişim Dergisi*, (14), 27-44.

- Tiggemann, M., & Slater, A. (2017). *Facebook and body image concern in adolescent girls: A prospective study*. *International Journal of Eating Disorders*, 50(1), 80-83. <https://doi.org/10.1002/eat.22640> PubMed
- Tunçer, F. (2024). 1929–1980 yılları arası kozmetik reklamlarında bilim ve teknoloji söylemi üzerinden inşa edilen kadınlık temsilleri: Akşam Gazetesi örneği. *Antropoloji Dergisi*, (49), 71–85. <https://doi.org/10.33613/antropolojidergisi.1592883>
- Turan, İ., Erdemoğlu, Ç., Özkan, S. A., & Özkan, T. K. (2024). Sosyal Medya Kullanımının Kadınlarda Beden İmajı ve Benlik Saygısına Etkisi. *Aydın Sağlık Dergisi*, 10(3), 269-286.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York: Harper Perennial.
- World Health Organization [WHO]. (2021). *Digital health literacy*. WHO.
- Yaşar, F., & Akdeniz, S. (2020). Kozmetikler ve kişisel bakım ürünlerinin sağlığa olumsuz etkileri ve hemşirenin rolleri: Literatür derleme. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 63–72.
- Yaşar, Ö., & Akdeniz, Ş. (2020). Kozmetikler ve kişisel bakım ürünlerinin sağlığa olumsuz etkileri ve hemşirenin rolleri: Literatür derleme. *Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(3), 118–125.
- Yeşildal, M., & Kaya, Ş. D. (2021). Yetişkin bireylerde dijital okuryazarlık ve sağlık okuryazarlığı arasındaki ilişki: Konya örneği. *Sağlık Bilimleri Dergisi*, 30(2), 174-181. <https://doi.org/10.34108/eujhs.774808>
- Yıldırım Dal, T. (2025). Güzellik salonlarında iletişimin stratejik rolü: müşteri memnuniyeti, sadakat ve ekip dinamikleri üzerine bir değerlendirme. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 267-281. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16786241>
- Yılmaz, D. (2024a). Korkunun ikna gücü: Aile sağlığı merkezi çalışanlarının aşı reddinde bulunan ebeveynlere yönelik ikna yaklaşımları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(3), 1372–1402. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.959423>
- Yılmaz, D. (2024b). Persuasion strategies of healthcare professionals regarding childhood vaccine rejectors: A qualitative examination of religious influences. *Toplum ve Hekim*, 39(4), 275–292.
- Yılmaz, D. (2024c). Sağlık İletişimi. İçinde İletişim Ansiklopedisi. İletişim ve Toplum Araştırmaları Merkezi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10804028>
- Yılmaz, D. (2025a). Kamu hastanelerinde halkla ilişkiler algısı: Sağlık çalışanları ve hastaların Grunig-Hunt modelleri perspektifinde karşılaştırması. *Niksar Akademik Çalışmalar Dergisi*, 2(1), 1–25.
- Yılmaz, D. (2025b). *Kozmetik reklamlarda kadın temsili: Feminist medya eleştirisi çerçevesinde bir değerlendirme*. In *Proceedings of the 14th International Communication in the New World Congress* (pp. 170–177). Kütahya Dumlupınar University,

Kütahya, Türkiye. ISBN: 979-8-89695-062-2.

Yılmaz, D. (2025c). Doğal ve organik kozmetik ürünlerde tüketici algısı: Toplumsal cinsiyet ve medya etkisi bağlamında nitel bir inceleme. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 18(3), xxx-xxx.

Yılmaz, D., & Günay, M. A. (2022). Türkiye’de sağlık iletişimi: Sağlık çalışanları üzerine yapılmış bir araştırma. *İNİF E-Dergi*, 7(1), 75-91. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.977601>

Yılmaz, D., & Sezgin, M. (2023). Persuasive solutions for addressing the impact of internet media on childhood vaccine rejection. *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, 5(4), 353-360. <https://doi.org/10.35365/ctjpp.23.4.08.ktppdergisi.com+1>

Yılmaz, D., & Yıldırım Dal, T. (2025). Doğal ve organik kozmetik ürünler: Tüketici eğilimleri ve düzenleyici çerçeve. *Balkan 13th International Conference on Social Sciences Proceeding Book* (ss. 242-248). Skopje. ISBN: 978-625-5962-64-5.



**SAHTE AİLEDE GERÇEK ROLLER: AİLE
ARASINDA FİLMİNDE KURMACA AİLE
KURGUSUNUN JUDİTH BUTLER'İN
PERFORMATİF CİNSİYET YAKLAŞIMI
BAĞLAMINDA ANALİZİ**

“ ”

Zeynep AKPINAR¹

Murat AŞIK²

Zeynep Benan DONDURUCU³

1 Zeynep Akpınar, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, zynepakpinar@gmail.com, ORCID ID: 0009-0009-3005-9867

2 Murat Aşık, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, muratasik1993@gmail.com, ORCID ID: 0009-0006-9623-8225

3 Zeynep Benan Dondurucu, Doç. Dr., İletişim Fakültesi Kocaeli Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, zdondurucu@yahoo.com, ORCID ID: 0000-0002-2634-1001

GİRİŞ

“Toplumsal cinsiyet” kavramı biyolojik farklılıkların ötesinde, kültürel, ideolojik ve söylemsel olarak şekillenen bir kavramdır. Feminist kuram çerçevesinde 20. Yüzyılın son dönemlerinde önemli bir kırılma yaratan Judith Butler (1990), “toplumsal cinsiyet” olgusunu sabit bir kimliğin ötesinde devamlı olarak tekrar eden performanslar yoluyla inşa edilen bir yapı olarak değerlendirmektedir. Butler’a (1990)’a göre “kadınlık” ve “erkeklik” kimlikleri, temelde bireylerin toplumsal cinsiyet normlarına uygun bir biçimde rol yapması ile inşa edilmektedir. Bu roller hem gündelik yaşamda hem de sinemada parodi mizah gibi anlatılar aracılığı ile kırılmakta ve sorgulanabilir bir özellik kazanabilmektedir. Bu bağlamda sinema, toplumsal cinsiyetin hem sahnelenme hem de performatif olarak inşa biçimlerini irdelemek için kritik bir alan oluşturmaktadır.

Toplumun aynası olarak kabul edilen sinema, sosyal yapıları, değerleri ve bu yapılar içerisindeki rolleri hem yansıtmaya hem de yeniden üretme gücüne sahip önemli bir kültürel araçtır. Özellikle aile kurumu ve bu kurum içerisinde şekillenen toplumsal cinsiyet rolleri, Türk sinemasında sıklıkla ele alınan ve farklı perspektiflerle işlenen temalardandır. Ancak, modern Türk toplumunda aile, evlilik ve cinsiyet rolleri, hızlı toplumsal değişimlerin etkisiyle dönüşüm geçirmekte ve bu dönüşümün sinemaya yansımaları da çeşitlilik arz etmektedir. Bu bağlamda, Gülse Birsal’ın kaleminden “Aile Arasında” (2017) filmi, alışlagelmiş anlatıların ötesine geçerek bu temaları mizahi bir üslupla ele almakta ve modern Türk toplumundaki aile, evlilik ve cinsiyet rollerine eleştirel bir bakış sunmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden inşası ve pekiştirilmesinde Türk Sineması temel bir işlev üstlenmektedir. Türk sosyal yaşantısı ve geleneksel cinsiyet rollerinin izlerinin görüldüğü Türk filmlerinde ataerkil bir bakış açısı başattır. Türk filmlerinin genel anlatısı içerisinde kadınların ana karakterler olarak ön planda olmadığı, yan rollere sıkıştığı veya hikaye kurgusunda başlatıcı bir rol üstlendiği görülmektedir. 2017 yapımı Aile Arası filmi de temelde bu klasik anlatıya, görece karşıt bir perspektiften yaklaşmaktadır. Film, geleneksel Türk aile yapısı ve cinsiyet rollerine yönelik mizahi bir üslup çerçevesinde eleştirel yaklaşmaktadır. Yerli komedi filmlerinin tek boyutlu yapısından görece sıyrılarak, “aile” ve “namus” gibi bir takım yerleşik sosyal olgulara eleştirel olarak yaklaşması ve anlatıyı “kadın” ve “erkek” olarak ikili cinsiyet örüntülerinin ötesine taşıması, LGBTI gibi cinsel yönelimleri nedeniyle ötekileştirilen bireylere temsil imkanı tanınması (Kasap, Dolunay & Solman, 2018; Türkavcı & Şahin, 2021) filmi toplumsal cinsiyet örüntüleri bağlamında incelemeyi anlamlı kılmaktadır.

Alanyazında, gösterime girdiği yıl yüksek bir gişe başarısı elde eden Aile Arasında filmine yönelik gerçekleştirilen çeşitli akademik araştırmalar bu-

lunmaktadır. Akkaya & Dinler (2021) filmi hicivsel erkeklik temsilleri bağlamında analiz ettikleri çalışma sonucunda, filmdeki karakterler üzerinden farklı erkeklik biçimleri arasında kurgusal bir çatışma yaratıldığını ve ana karakterlerden biri olan Fikret'in "akışkan erkeklik" performansının hem hegemonik erkeklığı modern anlamda yeniden üreten, hem de görece karşıt bir erkeklik biçimi inşa ettiğini saptanmıştır. Türkavcı & Şahin (2021) ise, filmdeki karakterleri toplumsal cinsiyet rollerinin temsili ve sahip oldukları cinsel kimlikler bağlamında inceledikleri çalışmalarında, filmde farklı cinsel kimliklerin temsil imkanı elde ettiğini, kadın ve erkek karakterlerin ise geleceksel cinsiyet örüntülerinin ötesine geçerek farklı roller ve kimlik biçimleri sergilediğini tespit etmiştir. Doğan (2022) ise, filmde ırkçılık, türcülük ve cinsiyetçilik örüntülerini incelediği çalışmasında, Aile Arasında filmde sosyal düzlemde dışlanan kişi ve grupların eşitlikçi bir bakış açısıyla temsil edildiğini ve sosyal dışlanmayla cezalandırılmadığını ortaya koymuştur. Görüldüğü üzere, Aile Arasında filmi kurmaca bir aile kurgusu üzerinden mizahi bir biçimde "anne", "baba", "evlat" gibi kimlikleri sorgulamasına bağlı olarak, toplumsal cinsiyet örüntülerinin çözümlenmesi açısından değerli bir anlatı sunmaktadır. Ancak, literatürdeki çalışmalarının filme "erkeklik", "kadınlık", "cinsiyetçilik" "temsil" perspektifinde yaklaştıkları göz önüne alındığında, filmde yaratılan sahte aile kurgusunun da incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada "Aile Arasında" filmde yaratılan sahte aile kurgusu çerçevesinde film, Butler (1990)'ın toplumsal cinsiyetin performatifliği" yaklaşımı temel alınarak, tematik analiz yöntemi ile çözümlenmiştir.

1. Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Kuramsal Yaklaşımlar

Toplumsal cinsiyet (gender), bireylerin toplum içerisindeki kadın veya erkek rolleri, kimlikleri ve sorumlulukları bağlamında konumlandırılmasını ifade etmektedir. Bu kavram, sıklıkla biyolojik cinsiyet (sex) ile eş anlamlı kullanılsa da aslında doğuştan gelen fiziksel özelliklerden ziyade, toplumun bu özelliklere yüklediği kültürel ve sosyal anlamları ifade etmektedir (Oakley, 1972; Lorber, 1994). Oakley (1972), biyolojik farklılıkların toplumsal pratikler ve inanç sistemleri aracılığıyla toplumsal cinsiyet rollerine dönüştüğünü ileri sürmektedir. Bu görüşe göre, toplumsal yapının güçlü kültürel normları, bireylerin cinsiyet şemalarını katı bir şekilde şekillendirerek; bireysel özgürlükleri kısıtlamakta ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum, bireysel ilişkilerden kamusal alanda, gündelik yaşamdan medyaya temsillerine kadar, cinsiyet temelli eşitsizliklerin yeniden üretilmesine neden olmaktadır (Butler, 1990; Connell, 1995).

Psikoanalitik kuramcı Nancy Chodorow (1978), kız çocuklarının anneleriyle kurduğu özdeşim üzerinden kadın kimliğini ve annelik rolünü içselleştirdiğini ileri sürmektedir. Chodorow (1978)'in görüşlerinden hareketle, Butler (1990)'ın geliştirdiği toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı; toplumsal cinsiyetin hem nasıl şekillendiğini hem de bireyler tarafından nasıl

yaşandığını anlamak için temel bir çerçeve sunmaktadır. Butler (1990) hem cinsiyeti hem de toplumsal cinsiyeti bir tekrarlama olarak değerlendirmektedir. Bu bağlamda kadın ve erkekliğe yönelik tüm kabul gören davranışlar, doğal olarak oluşmamaktadır. Bu davranışların oluşumunda süreklilik kazanan performans edimleri belirleyicidir. Bu inşa süreci temelde bir bebeğin dünyaya gelişi ile başlamakta olup; doğacak bebekler için yapılan ilk hazırlıklar bile bu roller örüntüsünün bir parçasıdır. Çocukların cinsiyetine göre renk, kıyafet, oyuncak seçimleri, temelde toplumsal cinsiyet rollerine uygun tutumlar ve davranışlar inşa etmenin aşamalarını oluşturmaktadır (Öz & Aksel, 2024; Yılmaz, 2018).

Toplumsal cinsiyet örüntülerinin biyolojik olarak, tamamen sosyal süreçlerle inşa edildiğini savunan sosyal inşacılık perspektifi (Berger & Luckmann, 1966), Butler (1990)'ın performatiflik kuramıyla önemli ölçüde örtüşmektedir. Sosyal inşacılık perspektifine göre toplumsal cinsiyet rolleri, dil, etkileşim ve kültürel pratikler gibi birtakım araçlar yardımı ile öğrenilerek yeniden üretilmektedir. Butler (1990) için de cinsiyet ve toplumsal cinsiyet, bir tekrarlama alanına bağlı olarak oluşmaktadır. Butler (1990)'a göre, kadınlık ve erkekliğe atfedilen tüm davranışlar, doğuştan gelen bir öze bağlı olarak meydana gelememektedir. Aksine bu davranış örüntüleri, sürekli tekrarlanan performatif eylemler ve söylem çerçevesinde inşa edilmektedir.

Toplumsal Cinsiyet Şeması Teorisi (Gender Schema Theory), toplumsal cinsiyet ile ilgili yapıların bireylerin zihninde nasıl şekillendiği ve davranışa dönüştüğünü irdeleyen bilişsel bir yaklaşımdır. Bem (1981) tarafından geliştirilen bu yaklaşıma göre, bireylerin cinsiyete yönelik bilgilerin içselleştirilmesinde doğdukları andan itibaren gerçekleştirdikleri gözlemler belirleyici olmaktadır. Zamanla bireyler bu bilgileri içselleştirmekte ve bu bilgilerde zihinlerinde organize edilen “şema”lara dönüşmektedir. Bu şemalar bireyin kendisini erkek veya “kadın” olarak algılamasında belirleyici bir rol oynamakta ve bu doğrultuda davranışlar sergilemesine neden olmaktadır. Örneğin kız çocukların bebeklerle oynaması, erkekler çocukların ise otomobillerle oynaması gibi şemalar, çocukların kimlik inşasında doğrudan belirleyici şemalar haline gelmektedir. Bu şemalar bireylerin gelecek yaşamlarındaki davranışlarını, ilgi alanlarını, kariyere yönelik seçimlerini ve duygusal ilişkilerini şekillendirebilmektedir. Butler (1990)'ın ise toplumsal cinsiyet rollerinin performatif olarak dışsal düzeyde sürekli olarak yeniden inşa edildiği savı ile Bem (1981)'in bireyin zihinsel süreçlerine vurgu yapan “Toplumsal Cinsiyet Şeması Teorisi”; toplumsal cinsiyete yönelik iki farklı yaklaşım gibi görünmekle birlikte, birbirilerini tamamlayıcı bir özellik göstermektedir. Bem (1981)'in yaklaşımı, toplumsal cinsiyet örüntülerinin inşasında bilişsel ve zihinsel süreçlere odaklanırken; Butler (1990) sosyal eylem ve söylemleri merkeze almaktadır.

Connell'in (1995)'in “hegemonik erkeklik” kavramı da erkekliğin bas-

kın bir toplumsal norm olarak inşa edildiğini ve diğer toplumsal cinsiyet kimliklerini dışladığı savını merkeze almaktadır. Bir erkeklik biçimi olarak “Hegemonik erkeklik” varlığını sürdürülebilme için, kadınlarla birlikte, alternatif erkeklik biçimlerine yönelik dışlayıcı eril tahakküm mekanizmalarını devreye sokmaktadır. Butler, (1990)’ın cinsiyetin performatifliği yaklaşımı, hegemonik erkeklik biçimlerinin sürekli inşasını anlamak açısından önemli bir perspektif sunmaktadır. Çünkü, erkeklik tekil ve sabit bir kimlik olmaktan ziyade; kültürel, politik ve yapısal güçler tarafından şekillendirilen, geleneksel cinsiyet örüntüleri bağlamında iktidar ilişkileri ve sosyal düzen içerisinde kurulan bir yapıdır (Connell, 1995; Connell & Messerschmidt, 2005; Kimmel, 1996; Kimmel, Hearn, Connell, 2005). Bu bağlamda, Judith Butler (1990)’ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı ile Connell’in (1995)’in hegemonik erkeklik anlayışı birbiri ile kesişim göstermektedir. Çünkü, toplumdaki “aktörler” erkekliğe yönelik beklentileri davranışları ve rolleri ile performatif olarak sürekli yeniden üreterek, hegemonik erkeklik rollerini güçlendirmektedir.

Jagose (1996) “Queer” kuramı ise, cinsiyet şemalarına bağlı olarak oluşan zihinsel kategorileşme süreçlerini eleştirel bir bakış açısı ile ele almaktadır. Bu kuram “kadın” ve “erkek gibi ikili cinsiyet kategorilerinin evrensel ve doğal gerçekler olarak görünmesini irdelemektedir. Bu bağlamda, yaklaşım iki cinsiyet kategorilerini doğal olarak değil, heteronormatif sosyal düzen tarafından inşa edilen ve sürdürülen yapılar olarak ele almaktadır. Bu eleştirel yaklaşım, Judith Butler’ın (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği anlayışı ile örtüşmektedir. Butler (1990)’ın toplumsal cinsiyetin söylem ve eylem yoluyla sürekli yeniden üretildiğine yönelik yaklaşımı, “Queer” kurama benzer bir biçimde cinsiyet kimliklerini doğallaştıran yapıyı irdelemekte ve toplumsal cinsiyeti yapay olarak üretilen bir kurgu olarak ele almaktadır. Toplumsal cinsiyetin kültürel, toplumsal ve bilişsel düzeyde inşasını inceleyen kuramsal çerçeve ve Butler (1990)’ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı, aile kurumunun toplumsal cinsiyet rollerini üretim ve sürdürme mekanizmalarını anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır.

2. Toplumsal Cinsiyet Örüntüleri Bağlamında “Aile” Kurumu

Giddens (1991), toplumsal cinsiyet rollerinin biyolojik farklılıklar temelinde değil, sosyal düzlemde oluşturulduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda, bireylerin toplumsal cinsiyet de dahil olmak üzere edindikleri tüm roller, içerisinde yaşadıkları toplumun kültürel, sosyal, ekonomik ve politik yapısına bağlı olarak şekillenmekte ve zaman içerisinde değişim gösterebilmektedir. Aile kurumu ise, sosyal rollerin hem erken yaşta öğrenildiği hem de aktarıldığı bir toplumsal yapı olarak ön plana çıkmaktadır. Her toplumsal yapı kendinden önceki dönemlere kıyasla gelişme, dönüşme ve değişim gösterme eğilimindedir. Toplumsal değişimin tarihsel süreç içerisinde bir temel bir gerçeklik olduğu düşünüldüğünde, birtakım değerler ve gündelik hayat

pratiklerinin şekil değiştirdiği görülmektedir. Ancak, bazı değerler, normlar ve uygulamalar görünüşte değişime uğrarken, özünde aynı kalabilmektedir. Türkiye toplumu açısından bakıldığında da bireysel ve toplumsal yaşam içerisinde modernleşmeye bağlı olarak bazı değişimler olduğu görülmektedir. Ancak, sosyal yapı içerisinde baskın olan geleneksel kodlar ve ataerkil yapının bazı pratiklerde etkisini sürdürdüğü ve hatta bazı alanlarda belirgin bir biçimde varlığını sürdürdüğü gözlemlenmektedir (Korkmaz, 2022). Geleneksel cinsiyet örüntüleri ve ataerkil yapının baskın olduğu alanlardan biri de ailedir.

Aile bireysel özgürlükler ile toplumsal düzen arasında bir tampon görevi üstlenmektedir. Dolayısıyla aile kurumu, yalnızca bireysel düzlemde üyelerin hayatlarını sürdürdüğü doğal bir yapı değildir. Bir yönüyle aile, ataerkil ilişkilerin sürekli ve yeniden üretildiği bir alandır. Özellikle “geleneksel aile” modelinin heteroseksüel bir kadın ve bir erkekten oluşan bir çift ve biyolojik çocuklar temelinde şekillendiği göz önüne alındığında, ailenin yapısal bir örgütlenmenin ötesine geçerek, normatif bir sosyal ideal olarak kodlandığı görülmektedir. Bu özellikleri ile aile ataerkil yapının sürekli olarak yeniden inşa edildiği bir araç işlevi kazanırken; eril düzeni sürdürmek amacıyla kadınları ötekileştirmekte ve ücretsiz emek sömürsünü normalleştirmektedir. Bu bağlamda “aile” kavramına yönelik eleştirel görüşler idealize edilen “aile” kurgusunun toplumsal eşitsizlikleri pekiştirme gücü ve yarattığı sosyal denetim/düzenleme etkisine yoğunlaşmaktadır. “Aile” kurumu zaman içerisinde piyasa düzeni ve bireylerin değişen ihtiyaçlarına bağlı olarak yapısında birtakım değişikliklere gidebilmektedir (Delphy & Leonard, 1992; Dedeoğlu, 2000). Ancak, bu değişimlerin toplumsal cinsiyet örüntüleri çerçevesinde şekillenen geleneksel aile yapısı üzerindeki uzun dönemli etkileri bir tartışma konusudur.

Ailenin doğallığı ve değişmezliğine yönelik ön yargı Judith Butler (1990)’ın performatif cinsiyet yaklaşımı bağlamında irdelendiğinde, cinsiyetle ilgili de toplumsal normların hem devamlı olarak yeniden inşa edildiği, hem de bireylerin birtakım normlar dahilinde yaşamaya zorlandığı bir yapı olduğu görülmektedir. Butler (1990)’a göre aile kurumu içerisinde kadınlara atfedilen itaatkar, şefkatli ve duygusal yapı “annelik” rollerini; erkeklere atfedilen “sert”, “güçlü”, mantıklı yapı “babalık” rollerini şekillendirmektedir. Bu bağlamda, geleneksel ailenin sadece kadınlar için değil erkekler için de bir takım toplumsal roller dayattığı görülmektedir. Ailenin temelinde ebeveynlerle birlikte, çocukların da yer aldığı düşünüldüğünde, toplumsal cinsiyet örüntüleri ve ataerkin hem erkekleri hem de oğlan çocuklarını negatif etkilediği görülmektedir (Oakley, 2005). Kadınlar ve kız çocuklarına yönelik kalıpyargılara benzer bir biçimde, erkekler ve oğlan çocuklarına atfedilen pozitif tutum, davranış ve norm ve rol kalıpları çerçevesinde davranış stereotipleri oluşmaktadır. Bu bağlamda Connell (1995)’in vurguladığı üzere

hegemonik erkeklik hem erkek hem de kadınlara yönelik toplumsal cinsiyet kalıpyargılarının inşasına, sürdürülmesine ve güçlendirilmesine aracılık etmektedir (Ecevit & Karkıner, 2011). Butler (1990)'a göre toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı bağlamında ile kurumu incelendiğinde, normatif bir yapı olarak aile, bireylerin aile içerisindeki rolleri içselleştirilmesi ile toplumsal cinsiyet rollerinin içselleştirilmesine aracılık etmektedir. Dolayısıyla aile, toplumsal cinsiyet örüntülerinin de sürekliliğini ve aktarımı sağlayan bir işlev edinmektedir (McClintock, 1993).

Aileler, toplumsal cinsiyet örüntülerin hem inşasında hem aktarımında hem de öğrenilmesinde birincil bir rol oynamaktadır. Çünkü, toplumsal cinsiyet rollerinin öğreniminde, temelde ebeveyn davranışları ve beklentileri belirleyici olmaktadır. Ayrıca, ev içi iş bölümü ve evlilikte rol beklentileri de, ailenin çocukluk döneminden itibaren toplumsal cinsiyete yönelik algıların şekillenmesi üzerinde etkili olan bir yapı olduğunu ortaya koymaktadır (Hussain vd., 2015; Atkinson, 1987). Aile kurumunu güçlendiren unsurlardan biri de heteroseksüelliğin hem geleneksel hem de modern aile yapılarında toplumsal cinsiyet normlarını güçlendiren yapısıdır. Bu normatif sistem, kadın ve erkek arasında doğal görülen bir cinsel çekimi temel alan, evlilik ve aile desteklenen bir ahlak ve değer örüntüsü üzerine temellenmektedir (Warner, 1991). Bu bağlamda, normalize ve idealize edilen aile yapısı, geleneksel toplumsal cinsiyet örüntülerini bozan her kimliği ve yapıyı dışlamaktadır.

Ancak, iktisadi, politik ve sosyal dönüşümler, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında aile kurumunda da birtakım kırılmalara neden olmaktadır. Geleneksel aile yapısından daha esnek ve eşitlikçi bir yapıya geçiş süreci, bazı toplumlarda ev içi iş bölümünde karar mekanizmalarına kadar cinsiyet rollerinin daha dengeli bir yapıya evrilmesine neden olmaktadır. Kadınların iş gücüne aktif katılımından da etkilenen bu süreçte, tek ebeveynli gibi alternatif aile yapılarının yaygınlaşması da belirleyici olmaktadır. Bu değişim, hem toplumsal cinsiyet rollerinin gündelik yaşamda davranış örüntülerine yansımalarını, hem de yeni kuşakların cinsiyete yönelik algılarının daha farklı bir yapıda şekillenmesine etki etmektedir (Alexander vd., 2024; Chen, Tang & Saba, 2023; Russell & Yang, 2024). Ancak, toplumsal cinsiyet rollerinin aile yapısı içerisindeki dönüşümü, ülkelerin kültürel, sosyal, siyasal ve iktisadi yapılarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Bu yapısal farklılıklar, sinema, dizi, sosyal medya, geleneksel medya ve diğer tüm popüler kültür ürünlerinde hem ailenin hem de aile kurgusundaki bireylerin toplumsal cinsiyet örüntüleri bağlamında temsil edilme biçimlerini etkilemekte ve çeşitlendirmektedir.

3. Türk Sinemasında Komedi Türü ve Toplumsal Cinsiyet Örüntüleri Bağlamında Aile Temsilleri

Toplumsal cinsiyet rollerinin aktarımı bağlamında aile, kültür gibi değişkenler önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, bu kodların yeniden inşa-

sı ve iletiminde rol alan araçlardan biri de hem sosyal yapıyı yansıtan hem de bu yapıyı etkileme gücüne sahip olan sinemadır. Türk sinemasında aile temsiline ilk dönemlerde, sosyal yapının güçlü bir taşıyıcısı olarak kutsiyet atfedildiği görülmektedir. İlk dönem sinemada ataerkil tahakkümün izleri net bir biçimde görülebilmektedir. Bu dönemde özellikle, köy ve taşra hayatını konu alan filmlerde, geleneksel aile yapısı içerisinde kadınların “baba”, “koca” ya da “erkek kardeş” rolünde bir adamın kontrolü ve gözetimi altında hayatlarını sürdürdükleri görülmektedir. Göç, kentleşme, modernleşme merkezli filmlerde ise, kadınların bağımsızlık arayışı genelde olumsuz bir biçimde yansıtılmakta ve kendilerinden beklenen “kadınlık” rollerini yerine getirmemeleri, ataerkin temsilcisi olarak resmedilen erkek aile bireyleri tarafından cezalandırılmalarına neden olmaktadır. Şehir hayatını konu alan filmlerde ise, görece daha modern bir dünyada tasvir edilen kadın, “güzel”, “sadık”, “uyumlu” bir karakter olup; aile kurma ve evlilik isteği ile toplumsal yapı ile çelişmeyen bir nitelik taşımaktadır. 1960’lı yıllara kadar genelde hem köy hem de şehir hayatını konu alan Yeşilçam hikayelerinde, aile yapısı içerisinde, farklı kurgular ve biçimlerde erkek karakterler “egemen”, kadın karakterler “pasif” olarak resmedilmektedir. 1970’li ve 1980’li yıllarda da bu klasik anlatıyı sürdüren filmler çekilmekle birlikte, özellikle 1980’li yıllarda, geleneksel aile ve toplumsal cinsiyet kurgusunun görece değişmeye başladığı görülmektedir. Bu dönemde kadının ekonomik bağımsızlık isteği ve erkek egemen sisteme yönelik yükselen eleştiri, özellikle Feminist sinema örneklerinde, daha karmaşık, dirençli ve aykırı kadın karakterlerin temsil edilmesine olanak sağlamıştır. Bu dönemde sinemada marjinal, bunalımlı ve kentli karakterlerin temsilinin de yükseldiği ve hikayelerin daha “bireysel” bir zemine kaydığı görülmektedir. 1990’lı yıllar ise, Türk sinemasının önemli bir dönüşüm içerisine girdiği yıllar olarak ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde, filmlerde sistem eleştirilerinin bireysel hikayelerle iç içe geçtiği, toplumsal cinsiyet, kimlik ve ötekileştirme tartışmalarının sinemasal anlatının merkezine yerleştiği görülmektedir. Ancak, “aile” kurumun temsilinin 1980’li ve 1990’lı yıllarda çelişkili bir yapı taşıdığı da altını çizmek gerekmektedir. 1980’li yıllar öncesinde Türk sinemasında orta sınıf aile değerleri yüceltilirken, bu dönemden sonra kadın temsilinin de kırılması ile “aile” kurumuna yönelik eleştirel bir temsilin de görünürlük kazandığı görülmektedir. 1980’li yıllarda çekilen “Mine” ve “Bir Yudum Sevgi” gibi filmlerde de aile teması yer almakla birlikte, Yeşilçam anlatısından farklı olarak bu filmlerde kadınlar “anne” rolü ile pasif bir yapıya indirgenmemekte, cinselliği ve bireyselliği olan karakterler olarak resmedilmektedir. Ancak, bu dönemde aile kurumunun kutsandığı, aile içi çatışmaların yok sayıldığı ve ailenin üyeleri üzerinde yarattığı baskılara rağmen bu kurumun sürdürülmesinin gerekliliğinin vurguladığı örnekler de varlığını sürdürmüştür. Bu örnekler, geleneksel cinsiyet örüntüleri ile, sınıfsal ve kültürel kalıp yargıların da meşruiyetine katkı da bulunarak, aile kurumunu toplumsal değerlerin taşıyıcı ve koruyucu olarak yüceltmeye de-

vam etmiştir. 2000’li yıllardan itibaren ise, Türk sinemasında kadın karakterlerin daha bağımsız, daha özgürlükçü ve ataerkil yapıya direnen bir biçimde tasvir edildiği örneklerin çeşitlendiği görülmektedir. Özellikle bağımsız sinemada, kadının temsil biçimlerinin dönüşümü ile “aile” kurumunun da kutsal ve korunması gereken bir yapıdan ziyade, bir baskı ve denetim mekanizması olarak irdelendiği ve toplumsal cinsiyet rollerinin üretimindeki rolünün sorgulandığı görülmektedir. Bu dönem, Aile kurgusunun temsil biçimi açısından da Türk sinemasında köklü değişimlerin yaşandığı bir dönem olarak ön plana çıkmaktadır. Aile kurumunun anlatıda ciddi bir biçimde eleştirildiği bu dönem filmlerin bir bölümü, aile içi gerilimlere ve aile kaynaklı mutsuzluğa odaklanmaktadır. Aile temsiline bu radikal dönüşümü, Türk sinemasında hem kadınlık hem de erkeklik biçimlerinin geleneksel değil alternatif biçimlerde sunumu ile de ilintilidir (Çetin Özkan, 2022; Dönmez Colin, 2008; Evren, 1990; Güven, 2024; Karadaş, 2020; Karavar Öz, 2018; Kaplan, 2003; Yağbasan & Ateş, 2018; Scognamillo, 1998; Serttaş & Çelik, 2020; Suner, 2010; Şendur Atabek, Sönmez & Bilge, 2015; Sevinç, 2014). Türk sinemasında aile ve toplumsal cinsiyet rolleri, çoğunlukla melodramatik ve dramatik anlatılar aracılığıyla temsil edilse de komedi türü de geleneksel aile yapısının ve cinsiyet temelli normatif kalıpların yeniden üretildiği önemli bir anlatı alanı olarak dikkat çekmektedir.

Farklı sanat dalları içerisinde komedi, bireylerin davranışlarını, sosyal yapıyı, iktidarları veya tarihsel dönemleri eleştirel bir biçimde ele alabilmektedir. Diğer sanat dallarına benzer bir biçimde sinema filmleri içerisinde de mizah toplumsal değişimleri hem yansıtmak hem de çözümlemek için bir alan oluşturmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de komedi filmleri geniş bir izleyici kitlesi tarafından ilgiyle takip edilmekte; insanları eğlendirirken toplumlar ve kültürlerle yönelik bir izdüşüm sunabilmektedir (Kesici & Gültekin, 2025; Özmen, 2022). Türk sinemasının ilk dönem örnekleri arasında da komedi türündeki filmlerin de bulunduğu görülmektedir. Günümüzde de en çok izlenen filmler arasında komedi türlerinin de sıklıkla tercih edilmesi dikkat çekicidir. Bu bağlamda, Türk sinemasında komedi türü, toplumsal yapı ve cinsiyet örüntülerini çözümlemek açısından da temel bir anlatı alanı işlevi taşımaktadır (Orta, 2020; Kesici & Gültekin, 2025; Şah, 2018).

Türk komedi sinemasının gelişimi, diğer film türlerinde olduğu gibi Cumhuriyet’in kuruluşu ile başlayan modernleşme anlayışı ile ilişkilidir. 1950’li yıllara kadar Türk Sineması’nda tiyatro kökenli oyuncuların ağırlığı görülmüştür. Ancak, 1950’lerden itibaren Yeşilçam’ın yükselişi; komedi türündeki filmlerin de gelişmesini sağlamıştır. Özellikle 1960-1975 arası dönemde karamsar olarak nitelendirilebilecek filmlerde bile mizahi öğelerden yararlanıldığı görülmektedir. Ayrıca, bu dönem Yeşilçam’da “aile güldürüleri” olarak tanımlanan filmlere sıklıkla çekildiği bir dönemdir. Bu yıllarda film senaryoların halkın gündelik alışkanlıkları ve yaşam tarzlarını temele

almasına bağlı olarak da mizah güçlü bir anlatı ögesi olarak ön plana çıkmıştır. Bu dönemde, sinemada özellikle aile güldürülerinin baskın bir güldürü türü haline dönüşmesi, Arzu film ekolü ile de bağlantılıdır. Kemal Sunal, Zeki Alasya, Metin Akpınar, Adile Naşit, Ayşen Gruda, Halit Akçatepe gibi oyuncular, aile komedileri içerisinde ön plana çıkan ve sevilen figürlere dönüşmüştür (Kaşıkçı, 2025; Ünal, 2018).

Yeşilçam anlatısı içerisinde, ailenin genelde korunan ve yüceltilen bir kurum olarak ele alındığı görülmektedir. Komedi filmleri içerisinde de aile kurumu, çok sayıda filmde anlatının merkezinde yer almıştır. İlk dönem örneklerde bile olay örgüsü bağlamında hem ailenin hem de geleneksel cinsiyet örüntülerinin bir komedi unsuru olarak hikayeye entegre edildiği görülmektedir. Yerli komedi filmlerinde erkeklerin kadın kılığına girmesinin mizahi bir unsur olarak kullanımının tarihi, 1923 yılında Muhsin Ertuğrul'un yönetmenliğini yaptığı Leblebici Horhor filmine kadar götürülebilir. 1950-1960 arası dönemde de mizahı olay ve diyalogların hikaye örgüsünün bir kısmına dahil edildiği görülmektedir. Ancak, 1970'li yıllarda yükselişe aile güldürüleri; dramatik ve mizahi öğeleri harmanlayan yapıları ile günümüzde bile hala izlenebilen popüler eserlere dönüşmüştür ve komedi filmlerine yönelik ilgiyi artırmıştır. 1980'lerde ise, dönemin politik, toplumsal ve iktisadi şartları hicveden, mizahi açıdan güçlü ve eleştirel filmlerin yükselişe geçtiği görülmektedir. 1990'lı yıllarda ise, özel televizyonların yaygınlık kazanması ile, geçmiş dönem komedi filmlerinin farklı yayın kuşaklarında sıklıkla gösterilmeye başladığı ve bu filmlere yönelik ilginin yeniden canlandığı söylenebilir (Abisel 2005; Değirmen, 2023; Kaşıkçı, 2025; Özgüç, 1988; Türkavcı & Şahin, 2021). 2000'li yıllarda ise, Türk sinemasında popüler komedi filmlerinde işlenen konular arasına erkekliğe yönelik hicivler ve erkeklik krizleri de girmeye başlamıştır. Neredesin Firuze (2004), Maskeli Beşler (2005), Çakallarla Dans (2010), Düğün-Dernek (2013) gibi örneklerde kadınsı davranışlar gösteren erkek karakterlerin melez yapısı mizahın temel kaynağı olarak sunulmuştur. Ancak 2000'ler, Recep İvedik (2008) gibi komedi filmlerde temelsiz, cinsiyetçi ve kaba mizahın gişede karşılık bulduğu; ancak sinematik diğer açısından tartışmalı bir zemine kaydığı bir dönem olmuştur. Ayrıca, 2000'lerde yaşanan hızlı toplumsal dönüşüm, absürd komediler ve parodiye kayan skeçleri merkeze alan senaryoların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu dönem çekilen filmlerde komedi anlayışı; 1970 ve 1980'li yıllardan farklı olarak toplumsal mesaj kaygısı taşımayan bir yapı göstermektedir. Bireysel çıkarların ön plana alındığı ve kaba mizahın öncelendiği bu senaryo anlayışı içerisinde "lumpenlik" ve "lumpen" karakterlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu tarz filmlerde kaba ve nobran davranışlar sergileyen erkek kahramanlar, aynı zamanda geleneksel cinsiyet rollerini de yeniden üreten figürlere dönüşmüştür. Son dönemlerde yaşanan dijital dönüşüm ise; İnternet ve sosyal medyayı komedi için temel mecralara dönüştürürken; dijital akış (streaming) plat-

formlarının yükselişi; romantik komedilerin de sinema filmleri içerisinde görünürlüğüne artmasına neden olmuştur. Bu türdeki komedi filmlerinin odak noktasını evlilik ve kadının aile kurma isteğinin oluşturması, bu filmlerin toplumsal cinsiyet çalışmaları bağlamında irdelenmesine neden olmaktadır. “Evlilik” ile bağlantılı olarak özünde aile ilişkilerini merkeze alan komedi filmleri arasında ön plana çıkan “Kocan Kadar Konuş” (2015) ve “Etilerin Savaşı” (2020) gibi örnekler; geleneksel aile yapısı kırılmaları, akrabalık ilişkileri, kadınlık biçimleri ve evlilik baskısı gibi konuları mizahi bir biçimde irdelleyerek; hem toplumsal cinsiyet normlarını yeniden üretmekte, hem de eleştirmektedir (Akkaya & Dinler, 2021; Bilis & Bilis, 2024; Değirmen, 2023; Kargın & Elmacı, 2023; Yıldırım Önk Türkavcı, 2021).

4. “Aile Arasında” Filminin Toplumsal Cinsiyetin Performatifliği Yaklaşımı Bağlamında Tematik Analizi

Bu çalışmada, modern Türk toplumundaki aile, evlilik ve toplumsal cinsiyet rollerini hiciv ve mizah yoluyla problematize eden “Aile Arasında (2017) filmini, Judith Butler (1990)’ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı doğrultusunda incelenmiştir.

4.1. Amaç, Örneklem ve Sınırlılıklar

Bu analiz, toplumsal cinsiyetin biyolojik determinizmle değil, kültürel pratikler ve söylemsel tekrarlar yoluyla inşa edildiğini savunan Butler (1990)’ın yaklaşımı üzerinden, filmdeki karakterlerin “kurmaca” aile yapısı içerisinde benimsedikleri rolleri çözümleyerek, normatif aile ve cinsiyet algılarına bir bakış sunmayı hedeflemektedir. Böylece çalışma, son yıllarda giderek daha fazla tartışılan toplumsal cinsiyet olgusunu, aile kurumunun dönüşen yapısı çerçevesinde ele alarak, toplumsal cinsiyetin kültürel olarak nasıl üretildiğine dair literatüre teorik bir katkı sağlayacaktır.

Bu analiz kapsamında, 2017 yılında vizyona giren Aile Arasında filmi incelenmiştir. 2017 yılında çekimleri gerçekleştirilen, senaryosunu Gülse Birsal’in yazdığı Aile Arasında filminin yönetmenliğini Ozan Açıktan üstlenmiştir. Filmde Fikret karakteri (Engin Günaydın), 21 yıllık eşinden boşanmış ve hayatı alt üst olmuş bir adamdır. Fikret’in yolu kendisi gibi talihsiz olaylar yaşayan ve sevgilisinden ayrılan Solmaz (Demet Evgar) ile kesişmesi ile hikaye başlamaktadır. Solmaz’ın kızı Zeynep (Su Kutlu)’nun Adanalı zengin bir ailenin oğlu olan Emirhan (Fatih Artman)’la evlenmek istemesi sonucu, Solmaz Fikret’ten kız isteme töreninde baba rolünü oynamasını ister. Fikret’in baba rolünü kabul etmesi ile başlayan süreçte, İstanbul’dan Adana’ya doğru bir dizi olay gelişir ve Fikret de dahil olmak üzere başka karakterlerin de sahte kimliklerle yer aldığı düğün hazırlıkları başlar. Kız tarafının inşa ettiği sahte aile kurgusu, geleneksel toplumsal cinsiyet beklentileri bağlamında bir takım absürt ve komik olaylara yol açar (Beyazperde, 2017). Bu filmin analiz edilme nedeni, Akkaya & Dinler (2021), Türkavcı & Şahin (2021) ve Doğan (2022)’in

de vurguladığı üzere, filmin mizahi bir dille modern Türk toplumundaki aile, evlilik ve toplumsal cinsiyet rollerini sorgularken, aynı zamanda farklı cinsel kimliklerin temsiline de olanak tanıyan bir anlatı yapısını benimsemiştir. Görece eşitlikçi bakış açısı ve karakterlerin toplumsal cinsiyet rollerinin aşındırılığ, yeniden şekillendirildiği olay örgüsü, filmi yalnızca popüler bir komedi ürünü olmanın ötesine taşıyarak, toplumsal cinsiyet örüntülerine dair tartışılmaya değer bir kültürel metne dönüştürmektedir.

Çalışmanın temel sınırlığı ise, analizin tek bir film üzerinden gerçekleştirilmesidir. Dolayısıyla, analiz üzerinden toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında aile kurumunun Türk sinemasında temsiline yönelik genel bir genelleme yapılması zorlaşmaktadır. Ayrıca çalışma, Judith Butler (1990)'ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı üzerine temellendirilmiştir ve elde edilen bulgular bu teorik çerçeve merkezinde değerlendirilmiştir.

4.2. Yöntem

Çalışma da nitel araştırma yöntemlerinden tematik analiz tekniği benimsenmiştir. Tematik analiz, nitel verilerin incelenmesi ve yorumlanması amacıyla bir içerikte yinelenen tema ve kalıpları belirlemeyi ve çözümlemeyi hedefleyen esnek bir araştırma tekniğidir. Altı aşamalı olarak gerçekleştirilen tematik analizin birinci aşaması veri setlerinde bulunan örüntülerin keşfi amacıyla veriye aşinalık, ikinci aşama ilk kodların oluşturulması, üçüncü aşama veri setinde tanımlanan kodların oluşturularak temaların inşası, dördüncü aşama temaların gözden geçirilmesi ve örüntülerin birbirileri ile tutarlılığın belirlenmesi, beşinci aşama temaların isimlendirilmesi ve son aşama ise temaların veri setleri ile ilişkilendirilmesi, analizi ve yorumlanmasıdır (Braun & Clarke, 2006). Bu bağlamda çalışmada incelenen Aile Arasında filminin tematik olarak incelenmesinde şu adımlar izlenmiştir. Veriye aşinalık aşamasında film araştırmacılar tarafından iki defa izlenmiş; karakterler, mekan, olay örgüsü ile ilgili notlar alınmıştır ve kodlar belirlenmeye çalışılmıştır. İkinci aşamada sahneler bağlamında kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada “Erkeklik”, “kadınlık”, alternatif cinsel kimlik performansları, aile ilişkileri/dinamikleri, sahte aile kurgusu dinamikleri gibi kodlar belirlenmiştir. Üçüncü aşamada ise, sahneler ve kodlar birleştirilerek aile, toplumsal cinsiyet, kimlik gibi olay örgüsünü şekillendiren temel olgulara yönelik genel temalar belirlenmeye çalışılmıştır. Dördüncü aşamada, belirlenen temalar gözden geçirilerek, bazı temaları birleştirilmiştir. Temaların tanımlanması ve isimlendirilmesini içeren beşinci aşamada ise sahte aile kurgusunda toplumsal cinsiyet örüntülerinin performatif olarak yeniden üretimi bağlamında altı ana tema belirlenmiştir. Bulguların analizini içeren son aşamada ise, filmde seçilen sahneler ilgili temalarla ilişkilendirilerek çözümlenmiştir. Aşağıdaki tabloda, bu çalışmada gerçekleştirilen tematik analize temel oluşturan altı tema ve açıklamaları yer almaktadır.

Tablo 1: Aile Arasında Filminde Yer Alan Temalar

TEMA	TANIM
Gündelik Hayat Performansları Yoluyla Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İnşası	Bu tema, toplumsal cinsiyetin biyolojik ya da doğal bir gerçeklik değil; tekrar eden davranışlar, gündelik yaşamdaki söylemler ve toplumsal roller aracılığıyla inşa edilen bir kimlik biçimi olduğunu temel almaktadır. Filmde bu tema, Zeynep karakterinin “iyi aile kızı” rolüne hızla adapte olmasıyla belirginleşmektedir. Karakterin annesinin sahneye çıkan bir şarkıcı olması ve babasıyla evli olmaması gibi gerçekleri gizleyerek oluşturduğu sahte aile kurgusuna, gündelik yaşam pratiklerinde kolaylıkla uyum sağlaması, toplumsal cinsiyet kimliğinin ne denli esnek ve bağlama göre performatif biçimde kurgulanabildiğini gösteren somut bir önektir.
Geçici ve Gerçek Kimlik Çatışması	Bu tema, bireyin sabit ve değişmez bir kimliğe sahip olmadığı; aksine, toplumsal bağlam ve beklentilere göre çeşitli roller üstlenerek farklı kimliklere bürünebildiği anlayışına temel almaktadır. Filmde, Fikret karakterinin, gerçek kimliğinden farklı roller olarak Zeynep’in babası ve Solmaz’ın kocası rollerini üstlenmek zorunda kalması ve bu süreçte yaşadığı rol karmaşası, bu çatışmanın somut örneğidir.
Heteronormatif Aile Kurgusunun Mizahi Bir Performans Nesnesine Dönüşümü	Bu tema, toplumun norm olarak benimsediği heteronormatif aile yapısının (anne-baba-çocuk üçlüsü ve cinsiyet rollerine dayalı görev dağılımı) anlatı içerisinde parodileştirilerek eleştirel bir görünürlük kazanmasına odaklanmaktadır. Filmde, düğün sahnesinde damadın biyolojik babasının aniden ortaya çıkmasıyla yaşanan kriz, bu heteronormatif yapının mizahi biçimde altüst edilmesinin somut bir örneğini sunmaktadır.
Toplumsal Cinsiyet Rollerinde Oyun ve Bozulma	Bu tema, toplumsal cinsiyet rollerinin sabit, ciddi ve değişmez yapılar olmadığı; aksine oynanabilir, esnetilebilir ve zaman zaman parodileştirilebilir kurgular olduğu varsayımına dayanmaktadır. Filmde, bu tema çerçevesinde Fikret’in Adanalı damat tarafı erkeklerinin arasında kendisinden beklenen “erkeklik performansını” sergilemek zorunda kalması ve doğasına aykırı biçimde otoriter ve sert tavırlar takınmaya çalışması ve bu süreçte yaşanan absürtlükler, toplumsal cinsiyet rollerinde sahnelenmesinde yaşanabilecek dalgalanmalarının somut bir örneğini ortaya koymaktadır.
Sosyal Onay Amacıyla Toplumsal Cinsiyet Performansının Sürdürülmesi	Bu tema, bireyin toplumsal cinsiyet örüntüleri bağlamında kimliğini sürekli olarak başkalarının beklentileri ve toplumsal onay beklentisiyle şekillendirmek zorunda kalmasını temel almaktadır. Filmde, Solmaz’ın kızının isteme töreninde toplumun, yani Emirhan’ın ailesinin onayını kazanabilmek için Fikret’i kendi eşi ve Zeynep’in babası olarak tanıtmayı ve düğün hazırlıkları boyunca bu sahte aile kurgusunu sürdürmesi, bu sürekli onay arayışının somut bir örneğini oluşturmaktadır.
Alternatif Aile Yapıları ve Cinsiyet Rollerinin Temsili	Bu tema, çekirdek aile modeline ya da ikili cinsiyet sistemine uymayan birey ve yapılar üzerinden alternatif aile ve kimlik anlayışlarının temsilini merkeze almaktadır. Trans bir oyuncunun filmde bir aile üyesini canlandığı ve Solmaz’ın kadınlar merkezinde oluşturduğu alternatif aile yapısını merkeze alan sahneler, anlatının geleneksel toplumsal cinsiyet örüntülerini dönüştüren ve kapsayıcı bakış açısını somutlaştırmaktadır.

5. Bulgular

Aile Arasında filmine yönelik olarak gerçekleştirilen tematik analiz bulguları aşağıda yer almaktadır. Belirlenen temalar doğrultusunda, sahneler, diyaloglar ve karakterler, toplumsal cinsiyet performansları, aile yapısı ve kimlik inşası bağlamında çözümlenmiştir.

Tablo 2: Gündelik Hayat Performansları Yoluyla Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İnşası Bağlamında Sahne Analizleri

Kız İsteme Töreninde Fikret ve Solmaz'ın Karı Koca Rolü Sahnesi 	Kız isteme sahnesinde Fikret, toplumun “baba” rolüne ilişkin beklentilerine uygun şekilde davranmak zorunda kalmaktadır. Karakter, damat tarafını “gerçek bir baba” olduğuna ikna edebilmek için konuşma biçimi, beden dili ve jestleriyle bu rolü performe etmektedir. Bu noktada Fikret’in kimliği, özsel bir babalık deneyiminden değil, toplumsal beklentilerin ve normların yeniden üretiminden beslenmektedir. Karakter, kız babası rolünü üstlenirken ses tonu, oturuş biçimi, jestleri ve konuşma tarzı aracılığıyla erkekliğe ve otoriteye dair kültürel kodları, kendi gerçek kimliğine ait olmasa da “mış gibi” yaparak sahnelemektedir. Sahte aile kurgusu içerisinde bu sahneleme ve karakterin rolünü benimsemesi, toplumsal cinsiyetin performatif doğasını görünür kılmaktadır.
Zeynep'in Sahte Bir Aile Kurgusuna Dahil Olma Sahnesi 	Zeynep karakteri, sevgilisiyle evlenme aşamasına gelmiş genç bir kadındır; ancak bu evliliğin gerçekleşebilmesi için toplumun onayladığı geleneksel aile yapısına sahipmiş gibi görünmesi gerektiğine inanmaktadır. Toplumsal baskı mekanizmaları, bireyleri bu “doğru/idealize edilmiş aile” performansına uymaya zorlamakta ve bu kalıpların dışına çıkmak, dışlanma, reddedilme ya da utandırılma gibi olumsuz sonuçlarla karşılaşma korkusunu beraberinde getirmektedir. Zeynep'in “kendi ailesinden utanarak”, önce ayrılmak istemesi ardından alternatif bir aile kimliği kurgulaması ve bu kurgu doğrultusunda davranışlarını, konuşma biçimini ve sevgilisine sunduğu geçmiş anlatısını şekillendirmesi, onun toplumsal normlara uygun bir “iyi aile kızı” kimliğini performatif olarak sahnelediğini göstermektedir.



Aile Arasında – Kız İsteme Sahnesinde Haşmet’in Sözleri

Haşmet karakterinin “Ben horozumu saldım, tavuğu olan düşünsün” repliği eril performansın günlük dil aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğine dair çarpıcı bir örnektir. Replikte “Horoz” metaforu, erilliğin simgesel gücünü temsil ederken; “tavuk” ifadesi kadını pasif, edilgen ve sahip olunacak bir nesne olarak konumlandırmaktadır. Bu söz aracılığıyla Haşmet, kendisini “güçlü/ ataerkek erkek” kimliği içinde tanımlamakta ve erkek babası olmaktan geldiğine inandığı gücü doğalmış gibi sunmaktadır. Ancak bu ifade, özsel bir özellikten ziyade, toplumsal olarak öğrenilmiş ve tekrar yoluyla pekiştirilen bir erkeklik performansını yansıtmaktadır.

Tabloda yer alan sahneler, Judith Butler’ın (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, toplumsal cinsiyetin sabit ya da özsel bir kimlik değil; gündelik hayat pratikleriyle sürekli olarak inşa edilen bir performans olduğu açıkça görülmektedir. Fikret’in kendisine geçici olarak yüklenen “baba” rolünü, toplumsal beklentilere uygun biçimde canlandırmaya çalışması; Zeynep’in sevgilisinin ailesine kendini kabul ettirebilmek için “iyi aile kızı” kimliğine uygun davranışları hızla içselleştirmesi ve Haşmet’in gündelik bir konuşma içerisinde çok da üzerinde düşünmeden eril tahakkümü yeniden üreten bir atasözünü kullanması, toplumsal cinsiyet örüntülerinin sosyal yapı tarafından belirlenen roller aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu sahneler, cinsiyet kimliklerinin sahneye konan roller yoluyla sürdürüldüğünü ve toplumsal kabul görmek adına bireylerin bu rolleri “ oynamaya” zorlanarak gündelik yaşamda performatif bir davranışlar bütünü sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Tablo 3: Geçici ve Gerçek Kimlik Çatışması Bağlamında Sahne Analizleri

Kına Gecesinde Solmaz’ın Sahneye Çıkıp, Şarkı Söylediği Sahne



Solmaz, gerçek yaşamında modern, özgür ruhlu, tek başına çocuk yetiştirmiş, bağımsız bir kadındır. Ancak kızının düğünü sürecinde, toplumsal onay alabilmek adına geleneksel normlara uygun bir “anne” kimliğine bürünmek zorunda kalmaktadır. Damadın ailesinin muhafazakâr çevresinde kabul görebilmek için, kendi kimliğini geçici olarak gizleyerek daha makbul görülen bir “kadınlık” formunu performe etmektedir. Ancak kızının kına gecesinde dayanamayarak şarkı söylemesi, bu geçici kimliğin çatladığı ve bastırılmış gerçek kimliğin yüzeye çıktığı anı temsil etmektedir. Bu sahne, Solmaz’ın toplumsal bağlama göre şekillenen sahte ve gerçek kimlikleri arasında nasıl gidip geldiğini ve bu kimliklerin performatif olarak nasıl çatıştığını açık biçimde göstermektedir.



Aile Arasında- Fikret'in Haşmet ve Diğerlerine Silah Doğrultması Sahnesi

Bu sahnede Fikret, rol yaparak kazandığı geçici kimliğin çok katmanlı bir örneğini sergilemektedir. Gerçek kişiliğiyle örtüşmeyen ancak toplumsal beklentileri karşılamak üzere üstlendiği “erkeklik” ve “otorite” performansı, “Emniyet Müdürü” rolünü sahte bir kimlikten öteye taşıyarak, güçlü, cesur ve otoriter bir erkek figürünün teatral bir ifadesine dönüştürmektedir. Ancak Fikret bu performansın ardından kendi davranışlarını sorgulamakta ve eski kimliğine geri dönmektedir. Çünkü bu rol onun için kalıcı değil, toplumsal baskılarla şekillenmiş geçici bir kimliktir. Bu sahne izleyiciye toplumda kabul gören kimliklerin, özsel bir gerçeklikten ziyade, sosyal etki yaratmak için oynanan ve sürdürülen performatif roller olduğunu ve çoğu zaman gerçek kimlikle çatışma yarattığını göstermektedir.



Behiye'nin Nejdet'e Saldırdığı Sahne

Behiye, düğün hazırlıkları devam ederken ailenin “aklı başında büyüğü” kimliğine uygun, ölçülü ve kontrollü bir biçimde uygun davranmaktadır. Bu role uygun olarak, gerçek Necdet'in düğüne gelmesiyle ortaya çıkan krizi çözmek için, ilk etapta adamı ikna etmeye çalışmaktadır. Ancak, Solmaz ile Necdet arasında kavga çıkmasıyla birlikte, Behiye ailesi olarak gördüğü karakterleri korumak için duruma fiziksel olarak müdahale etmektedir. Bu noktada, karakter daha önce sergilediği kadını rolden uzaklaşarak, eril özellikler taşıyan koruyucu ve sert kadın rolüne geri dönmektedir. Bu geçiş, Behiye'nin toplumsal cinsiyet rollerini bağlama göre nasıl dönüştürebildiğini ve bir tehlike anında gerçek kimlik performansının nasıl geçici kimliğin önüne geçebildiğini göstermektedir.

Tabloda yer alan sahneler, Judith Butler'ın (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği kuramı doğrultusunda değerlendirildiğinde, kimliğin toplumsal bağlam çerçevesinde sürekli olarak yeniden inşa edilen bir yapı olduğu net bir biçimde görülmektedir. Solmaz'ın kına gecesinde şarkı söylemesi sonucu bastırdığı gerçek kimliğinin ortaya çıkması, Behiye'nin kriz anında erkeksi hareketlerini engelleyememesi ve Fikret'in sadece geçici bir süreyle otoriter erkek rolünü benimseyebilmesi geçici kimlik performanslarının bireyin öz kimliğini uzun dönemli olarak bastıramayacak/çatışmalı performanslar olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Heteronormatif Aile Kurgusunun Mizahi Bir Performans Nesnesine Dönüşümü Bağlamında Sahne Analizleri

 Nişan Bohçası Sahnesi	Bu sahnede hem erkek hem de kız tarafı nişan bohçası hazırlamaktadır. Erkek tarafının özellikle baba karakterinin eril söylemleri ve davranışları, geleneksel evlilik anlayışındaki karşılıklı toplumsal rollerin altını çizerken, bu rollerin abartılı biçimde sahnelenmesiyle birlikte mizahi bir eleştiriye dönüşmektedir. Geleneksel aile yapısına ait “ciddi” ritüeller, abartılı tepkiler ve cinsellik iması taşıyan ifadelerle kırılarak parodileştirilmektedir. Damat karakterinden utangaç, mesafeli ya da sessiz bir tutum sergilemesi beklenirken, iç çamaşırını neşeyle göstererek sergilemesi, bu geleneksel ritüelin içindeki absürtlük ve yapaylık gözler önüne serilmektedir.
 Damadın Biyolojik Babasının Başkası Çıkması Sahnesi	Filmin son sahnelerine kadar geleneksel, muhafazakâr ve toplumsal normlara uygun bir heteronormatif “ideal” in taşıyıcı konumunda bulunan damadın ailesinin kimliği, damadın biyolojik babasının başkası çıkması ile kırılmaya uğramaktadır. “Maço” ve otoriter bir adam olan Haşmet’in karısı Mükerrerem’in geçmişteki bu yasak ilişkisinin ortaya çıkış, bu sahnede absürt ve mizahi bir biçimde aktarılmaktadır. Mükerrerem’in makbul eş ve anne imajının çatlamasıyla, örnek aile” olarak sunulan yapının temelleri sarsılmakta ve aile kurumunun görüldüğü kadar ideal olmadığını gösteren bir kırılma yaşanmaktadır.
 Düğün Alışverişi Sahnesi	Düğün alışverişi sahnesinde Haşmet’in dekoltesi kıyafetlere “Bizim bir raconumuz var, böyle giyinmek bize ters” diyerek tepki göstermesi, toplumun heteronormatif düzen içerisinde kadınlara biçtiği rollerin bir erkek figürü tarafından nasıl sahiplendiğini ve korunduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Ancak filmin bu sahneyi ciddi bir eleştiri zemini üzerinden değil mizahi olarak kurgulaması, Haşmet karakterini ataerkil düzenin temsilcisi olmaktan ziyade, karikatürize edilmiş bir düzen aparatına dönüştürmektedir.

Tabloda yer alan sahneler, heteronormatif aile yapısının sinemasal anlatı içinde nasıl mizahi bir performans nesnesine dönüştürüldüğünü açık biçimde ortaya koymaktadır. Butler (1990)’ın belirttiği gibi toplumsal cinsiyet performanslarının abartılı ve bazen de absürt sergilenme biçimleri; Nişan bohçası ve düğün alışverişi sahnelerinde geleneksel cinsiyet rollerinin abartılı

sunumu ile birleştiginde yapay hatta saçma bir performans oluşturmaktadır. Buna karşın, damadın biyolojik babasının başka biri çıkması ve bu gerçeğin mizahi bir dille işlenişi; kutsallaştırılan geleneksel aile yapısındaki çatlakları görünür hale getirmekte ve eleştirilebilir bir konuma taşımaktadır.

Tablo 5: Toplumsal Cinsiyet Rollerinde Oyun ve Bozulma Bağlamında Sahne Analizleri

 Fikret'in "Baba" Rolüne Mecburen Girdiği Sahne	Fikret, biyolojik olarak Zeynep'in babası olmamasına rağmen, isteme töreninin ani şekilde gerçekleşmesi nedeniyle görünürdeki aile bütünlüğünü sağlamak adına bu rolü üstlenmek zorunda kalmaktadır. Üstelik bu rol, onun kişilik özellikleriyle çelişmesine rağmen, çeşitli aksaklıklar ve uyumsuzluklara karşın Fikret'in kendisi tarafından sürdürülmeye çalışılmaktadır. Sahnedeki absürt ve garip davranışlarla çelişen Fikret'in "baba gibi davranma" çabası, bu rolün doğallığını değil; aksine toplumsal normlara uygun yapay bir oyun gibi kurgulandığını göstermektedir.
 Fikret'in "Baba ve Koca" Rollerinde Davranmaya Çalıştığı Sahneler	Fikret, kız isteme töreninde Emirhan'ın ailesi karşısında Solmaz ve ailesinin ezilmemesi için ses tonunu ve mimiklerini değiştirmektedir. Karakterin sesini kalınlaştırmaya çalışması, mimiklerini daha erkeksi hale getirmesi ve otoriter görünme çabası, cinsiyetin toplumsal olarak öğrenilen ve sahnelenen bir performans/bir oyun olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Ancak karakterin bu rol ile kendi gerçek kimliği arasında sürekli bir çatışma yaşaması ve performansındaki dalgalanmalar, toplumsal cinsiyet rollerinin bazı durumlarda yapay ve komik bir oyuna dönüşebileceğini göstermektedir.
 Fikret'in Erkeklik Performansı	Fikret, Adanalı damat tarafı erkeklerinin ortasında kendisinden beklenen "erkeklik performansını" sergilemek zorunda kalmaktadır. Bu sahnede Fikret'ten kendi doğasına aykırı bir şekilde otoriter, dik konuşan, "ağır abi" gibi davranması beklenmektedir. Bu sahnede erkeklik, yalnızca biyolojik değil, topluluk içinde yeniden "kanıtlanması gereken" bir rol haline gelmektedir. Fikret'in bu rolü oynarken düştüğü trajedi-komik durumlar ve bu oyunu sürdürmekte zorlanması, erkekliğin aslında doğal değil, dışarıdan yüklenen bir performans olduğunu ve bu performansın kolayca başarısızlığa uğrayabileceğini göstermektedir.

Bu sahnelerde, Butler (1990)'ın performatif yaklaşımı bağlamında, toplumsal cinsiyet rollerinin belirli mekanlar ve topluluklarının gözetimi altında performatif edildiği ve aynı bir oyun gibi sürekli yeniden sahnelendiği görül-

mektedir. Fikret'in gerçekte Solmaz'ın kocası veya Zeynep'in babası olmamasına rağmen, bu rolü üstlenerek sergilemek zorunda kaldığı erkeklik performansları ve yaşadığı traji-komik başarısızlıklar; geleneksel erkeklik rollerinin ne kadar yapay, kırılğan, oynanabilir ve bozulabilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6: Sosyal Onay Amacıyla Toplumsal Cinsiyet Performansının Sürdürülmesi Bağlamında Sahne Analizleri

Solmaz'ın Sahte Aile İnşa Sahnesi 	Solmaz, kızının isteme ve nişan töreninde Emirhan'ın ailesinin onayını almak yani "sosyal kabul" elde etmek amacıyla Fikret'i "eşi" ve Zeynep'in "babası" olarak sunmaktadır. Buradaki aile görüntüsü tamamen kurmaca olmasına rağmen toplum tarafından hızla kabul edilmekte ve görüntü, gerçekliğin önüne geçmektedir. Solmaz'ın kurduğu ve filmin sonuna kadar sürdürdüğü "sahte" aile yapısı; filmin absürt kurgusu ve karakterlerin yaşadığı sorunlar bağlamında değerlendirildiğinde, toplumsal cinsiyet rollerin kolayca üretilmesine rağmen sürdürülmesinin güçlüğü gözler önüne sermektedir.
Fikret'in İsteme Töreni Öncesi Alyans Takma Sahnesi 	Fikret kız isteme töreni öncesi çok stresli olup, bu rolü oynayıp oynayamayacağından endişe duymaktadır. Bu nedenle, yüzüğü sol eline takarak evli erkek rolüne bürünmeye çalışmaktadır. Bu an, toplumsal cinsiyet performansının küçük göstergelerle topluma sunulduğunu örneklemesi açısından önemli bir göstergedir. Sahte bir evliliğin göstergesi olan "alyans"ın filmin sonuna kadar Fikret tarafından takılmaya devam etmesi ise, sosyal kabulün semboller ve detaylar aracılığı ile gerçekliğin önüne geçerek kolayca inşa edilebileceğini ortaya koymaktadır.
İsteme Töreninde Fikret'in Bohça Sözü Verme Sahnesi 	İsteme töreninde Emirhan'ın babası Haşmet, alaycı ve üstünlük belirten bir tonla iki tarafın da bohçasını hazırlayabileceklerini ifade etmektedir. Bu konuşmayla Haşmet, kendi ataerkil üstünlüğünü mali imkanları üzerinden gelin tarafında kabul ettirmeyi amaçlamaktadır. Bu noktada Fikret, normalde utangaç ve çekimser bir karakter olmasına rağmen beklenmedik biçimde nişan bohçasıyla ilgili bir konuşma gerçekleştirir. Bu konuşma esnasında, karakterin yarattığı "ataerkil, baskın" koca/baba rolünü filmin sonuna kadar sürdürmek zorunda kalması, kurmaca durumlarda bile toplumsal cinsiyet performanslarının bireylerin davranışları üzerindeki kısıtlayıcı etkisini ortaya koymaktadır.

Tablodaki sahneler, Butler (1990)'ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı bağlamında incelendiğinde, başta Fikret olmak üzere tüm karakterlerin sahte aile kurgusunun gerekliliklerini düzenli olarak hem eylemsel

hem söylemsel düzlemde yerine getirmeye çalıştığı görülmektedir. Karakterlerin kendilerinden beklenen cinsiyet normlarına uyum sağlamaya çalışması, kurmaca bir ailenin bir noktada performans yoluyla gerçekliğe yaklaştığını göstermektedir. Çünkü karakterlerin, film boyunca zaman zaman başarısızlıklarla ve absürt durumlarla karşılaşmalarına rağmen, kendilerinden beklenen toplumsal cinsiyet performansını yerine getirmeyi çalışmakta vazgeçmemesi, cinsiyet rollerinin tekrarlarla içselleştirilen bir kurgu olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 7: Alternatif Aile Yapıları ve Cinsiyet Rollerinin Temsili Bağlamında Sahnelerin Analizi

Behiye'nin Zeynep'in Halası Gibi Davrandığı Sahne 	Filmde yer alan Behiye karakteri kız isteme sahnesinde trans bir birey olarak ailenin “halası” konumunda rolünü üstlenmektedir. Emirhan'ın ailesi onun dış görünüşünü, sesini ve hareketlerini bazen sorgulamakla birlikte; kabul etmektedir. Karakterin trans bir birey olarak filmin hikayesine entegrasyonu geleneksel aile yapısının ötesinde, alternatif aile yapılarının da mevcut olduğunu ve toplumsal cinsiyet rollerine yönelik ön-kabullerin değişebileceğini göstermektedir.
Leyla'nın Zeynep'in Nikah Şahidi Olduğu Sahne 	Filmde Leyla karakterinin Zeynep'in nikah şahidi olduğu görülmektedir. Leyla geleneksel cinsiyet normlarına uymayan, giyimi, kuşamı ve damat tarafını tarafından davranışları garip karşılanan bir karakterdir. Ancak, nikah sahnesinde bu karakterin dışlanmaması ve şahit olarak konumlandırması ve isteme, düğün hazırlıkları sürecinde Solmaz ve kızına destek olan bir figür olarak, normatif toplumsal cinsiyet örüntülerine alternatif bir toplumsallaşmanın biçiminin de mevcudiyetine vurgu yapmaktadır.
Fikret ve Zeynep'in Düğün Öncesi Yaptığı Duygusal Konuşma Sahnesi 	Sahnede, Fikret, düğün öncesi Zeynep ile duygusal bir konuşma gerçekleştirmektedir. Bu sahnede, karakter içten bir şekilde her zaman Zeynep'in yanında olacağını belirtmektedir. Bu sahne, biyolojik bağlara dayanmayan ama duygusal olarak kurulmuş bir baba-kız ilişkisinin görünür olduğu andır. Sahne, hem alternatif bir erkeklik biçimlerinin inşasını mümkün kılması hem de geleneksel aile yapısının tek boyutlu yapısını kırarak, duygusal bağlara dayalı yeni aile çeşitlerine alan açması açısından önemlidir.

Tabloda yer alan sahneler, hem alternatif kadınlık ve erkeklik rolleri hem de alternatif bir aile kurumunun mevcudiyeti açısından, belirgin temsil örnekleri sunmaktadır. Kadın, erkek ve trans bireylerin, ataerkili toplumsal örüntülere sıkışmadan ve dışlanmadan temsiline imkan tanıyan bu kurgu;

farklılıkları görünür kılarken geleneksel aile yapısının sabitliğini sorgulamakta ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretilebilir, esnetilebilir ve dönüştürülebilir olduğunu ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma kapsamında Aile Arasında (2017) filmi, Judith Butler (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı çerçevesinde, tematik olarak analiz edilmiştir. Altı tema çerçevesinde filmdeki olaylar, sahneler ve karakterler, detaylı bir biçimde çözümlenmiştir. Analizde, ilk olarak “Gündelik Hayat Performansları Yoluyla Toplumsal Cinsiyet Rollerinin İnşası” teması ele alınmıştır. Çözümleme sonucunda, filmdeki sahnelerde toplumsal cinsiyetin sabit bir kimlikten ziyade, gündelik yaşam pratikleri ile sürekli olarak yeniden üretilen bir pratik olarak kurgulandığı ortaya konmuştur. Filmde bu pratiğin inşası, Fikret’in baba/koca rolünü günlük hayat dinamiklerine entegre etme uğraşında, Zeynep’in sevgilisinin ailesine kendine kabul ettirebilmek kimliğini ve davranış biçimlerini kurgusal olarak inşa edilen bir sahte aile üzerinden yeniden dizayn etme çabasında ve Haşmet’in ataerkil kimliğini, gündelik hayatta sıradan eylemleri ve söylemleri ile sürekli olarak yeniden inşa ettiği sahnelerde görülmektedir. İkinci tema olarak belirlenen gerçek/geçici kimlik çatışması ise, Solmaz’ın inşa etmeye çalıştığı makbul ve mazbut anne/eş imajının kızının kına gecesinde şarkı söylemesiyle ortaya çıkan şarkıcı kimliği ile çarpışması, Behiye’nin Solmaz ve ailesinin tehlike olduğunu düşündüğü bir anda çizmeye çalıştığı oturaklı/ağır başlı kadın karakterinin Necdet’e fiziksel olarak saldırmaya çalışması ile aşınmasına bağlı olarak net bir biçimde görülmektedir. Ayrıca, Fikret karakterinin Zeynep’in babası, Solmaz’ın kocası olarak inşa etmeye çalıştığı otoriter/sert erkek imajının traji-komik ve absürt olaylarla zarar gördüğü sahnelerin tamamı da bu çatışmanın görünür olduğu anlar arasında yer almaktadır. Üçüncü tema olarak ele alınan heteronormatif aile yapısının sinemasal anlatı içerisinde mizahi olarak dönüşümü ise, filmdeki karakterler, olay örgüsü ve diyaloglarda oldukça belirgindir. Bu tema, nişan bohçalarının sergilenirken damat tarafı ve damadın gerçekleştirdiği absürt ve abartılı davranışları Haşmet karakterinin gelin tarafından kadınların giyim/kuşamlarını kontrol altına alma amaçlı gerçekleştirdiği ataerkil söylem ve tavırların karikatürize tasviri gibi çok sayıda sahnede net bir biçimde işlenmektedir. Ancak, filmde ataerkil aile yapısının karikatürize edildiği en önemli sahne, damadın biyolojik babasının bir başkası olduğunun mizahi bir kurguyla sunulduğu sahnedir. Bu sahne, geleneksel ve idealiye edilen ailenin temelini oluşturan “anne, baba, çocuk” gibi rolleri ters yüz ederken, aileye atfedilen kutsallığı da sorgulanabilir bir zemine taşımaktadır.

“Toplumsal Cinsiyet Rollerinde Oyun ve Bozulma” teması bağlamında film analiz edildiğinde ise, zaten temelde filmin hikayesinin bir oyun/kandırma üzerine şekillendiği görülmektedir. Ancak, damadın ailesinin onayını alma amacıyla inşa edilen bu kurgunun, özellikle Fikret karakterinin yüz-

leşmek zorunda kaldığı traji-komik olaylara yol açması ve kendisinin sürekli olarak kendi kimliği ile çelişen erkeklik performansları sergileme zorunluluğu; geleneksel cinsiyet rollerinin yapay, kırılğan, sapma ve bozulmalara açık bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır. Bu temsil, cinsiyet rollerinin sabit kimlikler değil; sosyal onay, beklenti ve tekrarlar yoluyla sürdürülen geçici performanslar olduğunu göstermektedir. Toplumsal cinsiyet performanslarının sosyal onay amacıyla sürekli yeniden üretimi ve sürdürülmesi ise, kız tarafını oluşturan karakterlerin nerdeyse tamamının eylemleri ve söylemlerinde belirgin bir biçimde görülmektedir. Çünkü, kurmaca bir aileyi performatif cinsiyet örüntüleri ile gerçeğe yaklaştıran olay örgüsü içerisinde, karakterlerin sahte aile kurgusu benimsedikleri görülmektedir. Bu nedenle, hikayede karakterler kendilerinden beklenen toplumsal cinsiyet rollerini yerine getirirken zaman zaman sapmalar ya da başarısızlıklar yaşamalarına rağmen, bu performanstan vazgeçmemekte, tekrar yoluyla sahte kimliklerini gerçek kimliklerine eklemektedir. Ailenin ve cinsiyet rollerinin alternatif temsilleri çerçevesinde ise, filmin hikaye, karakter, sahneler ve diyaloglar çerçevesinde çok boyutlu kimlik inşalarına olanak tanıdığı; geleneksel heteronormatif kalıpların ötesine geçen, farklı cinsel kimliklerin ve aile yapılarının temsili mümkün kılan kapsayıcı bir anlatı sunduğu görülmektedir.

Analiz bulguları Butler (1990)'ın toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, filmdeki kimlik ve temsillerin özsel değil; tekrar, toplumsal beklenti ve rol yapma pratikleri yoluyla inşa edildiği görülmektedir. Ancak filmde karakterlerin kendilerine biçilen rolleri oynarken, bu rollerin getirdiği sosyal yükümlülükleri mizahi bir dille sorgulamaları ve anlatının alternatif aile biçimleri ile toplumsal kimliklerin temsiline olanak sağlaması, filmin bir popüler kültür ürünü olmanın ötesinde, eleştirel bir boyut da taşıdığını göstermektedir. Bu analizde, filmde geleneksel ve sahte aile kurgusu içerisinde erkek karakterlerin hem hegemonik, hem de destekleyici rollerde temsil edildiğinin saptanması, Akkaya & Dinler (2021)'in aynı filmi hicivsel erkeklik temsilleri bağlamında incelediği analiz sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Ayrıca analizde, makbul cinsel kimliklerle uyuşmadıkları için genelde kamusal alanda ve sosyal ilişkilerde dışlanan kadın ve trans karakterlerin bu filmde dışlanmadıkları saptanmıştır. Bu karakterlerin, hikayede Solmaz ve Zeynep'in yakın çevreleri içinde aile dostları olarak temsil edilmeleri ve isteme, nişan, düğün gibi geleneksel ritüellerin gerçekleştiği kamusal alanlara bir kısıtlamaya tabi tutulmadan dahil edildiklerini görülmektedir. Bu bulgular, Türkavcı & Şahin (2021) ve Doğan (2022)'nin aynı filmi geleneksel cinsiyet örüntüleri bağlamında incelediği ve anlatıda "kadın" temsil biçimlerinin çeşitlendiğini ortaya koyduğu analiz sonuçlarını desteklemektedir.

Bu analiz, "Aile Arasında" filmini sahte aile kurgusu bağlamında çözümlemektedir. Ancak, bulgular söz konusu kurmaca yapının karakterler

tarafından zamanla içselleştirilen bir gerçekliğe dönüştüğünü ve bu süreçte esnek/çoklu temsiller yoluyla geleneksel cinsiyet örüntülerinin katı yapısının esnetildiğini göstermektedir. Ayrıca çalışmada ulaşılan bir diğer önemli sonuç, filmin heteronormatif düzende idealize edilen tek bir aile yapısını ya da kimlik biçimlerini değil; alternatif kadınlık, erkeklik ve aile modellerini de kapsayıcı bir çerçeve sunduğudur. Bu bağlamda, filmin farklı kimlik ve aile temsillerini önceleyen yapısı, Butler'ın (1990) toplumsal cinsiyetin performatifliği yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, filmin elde ettiği gişe başarısının da etkisiyle, izleyicinin geleneksel cinsiyet rollerini meşrulaştırma yönelimi taşıdığına yönelik ön kabullerini ters yüz ettiği görülmektedir. Zira filmin gişe başarısı, farklı performanslar aracılığıyla 'aile' ve toplumsal cinsiyet rollerinin çoğulcu, esnek ve müzakereye açık biçimlerde inşa edilebileceğini ve bu pozitif performatifliğin izleyici tarafından özümseme potansiyeli taşıdığını göstermektedir.

Özünde popüler bir komedi filmi olmakla birlikte, *Aile Arasında* (2017), geleneksel cinsiyet örüntülerini çoklu aile ve kimlik temsilleri üzerinden sorgulamakta ve cinsiyeti sabit, doğal ve değişmez olarak önceleyen geleneksel, tek boyutlu anlatıyı kırmaktadır. Ancak bu analiz, tek bir komedi filminde sahte aile kurgusu üzerinden sunulan cinsiyet temsillerine odaklanması nedeniyle sınırlı bir çözümleme çerçevesi sunmaktadır. Gelecek araştırmalar, popüler kültür ürünlerinde toplumsal cinsiyet ve aile temsillerini queer kuram, beden politikaları ve normatif olmayan ilişki biçimleri çerçevesinde ele alarak bu alandaki kuramsal çeşitliliği derinleştirebilir. Ayrıca, toplumsal sınıf, etnisite ve kültürel bağlam gibi etkenlerin toplumsal cinsiyet performansları üzerindeki belirleyiciliği, karşılaştırmalı film analizleri gibi daha kapsamlı çalışmalarda incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Abisel, N. (2005). *Türk sineması üzerine yazılar*. İmge Yayınları.
- Akkaya, Ö., & Dinler, M. (2021). Akışkan erkekliğin değişmeden değişim arzusu: *Aile Arasında*. *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 367-400.
- Alexander, A. J., Dufur, M. J., Cope, M. R., Jarvis, J. A., & Read, A. R. (2024). Family structure and youth gender ideologies in Germany and South Korea. *Sage Open*, 14(3). 1-15.
- Atkinson, J. (1987). Gender roles in marriage and the family. *Journal of Family Issues*, 8(1), 5-41.
- Bem, S. L. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 88(4), 354-364.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Beyazperde (2017). <https://www.beyazperde.com/filmler/film-257931> (Erişim Tarihi: 10.08.2025).
- Bilis, P. Ö., & Bilis, A. E. (2024). Türk güldürü sinemasında kahramanın bakış açısından toplumsal eleştiri. *The Journal Of Academic Social Science*, 153, 34-49.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Chen, I., Tang, P., & Saba, P. (2023). The development of gender roles: from two-parent families to single-parent families with one gender role missing. *Open Journal of Social Sciences*, 11(06), 376-395.
- Chodorow, N. (1978). *The reproduction of mothering: Psychoanalysis and the sociology of gender*. University of California Press.
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. University of California Press.
- Connell, R. W. & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829-859.
- Çetin Ozkan, Z. (2022). Geçmişten günümüze Türkiye Sinemasında sosyo-kültürel değişim sürecinde aile olgusuna genel bir bakış. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Sanat Araştırmaları*, 1(2), 149-169.
- Dedeoğlu, S. (2000). Toplumsal cinsiyet rolleri açısından Türkiye'de aile ve kadın emeği. *Toplum ve Bilim*, 86, 139-170.
- Değirmen, F. (2023). Ideological transformations of family discourses produced in popular comedy films in Turkey. *Türkiye Film Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 166-182.
- Delphy, C., & Leonard, D. (1992). *Familiar exploitation: A new analysis of marriage in contemporary Western societies*. Polity Press.

- Doğan, M. (2022). Aile Arasında film analizi: Sinema, ırkçılık, türçülük ve cinsiyetçilik ilişkisi. G. Parlayandemir (Der.), *Türk sinemasından örneklerle sinema sosyolojisi* içinde (s. 133–150). Ankara: Eğitim Yayınevi.
- Dönmez-Colin, G. (2008). *Turkish cinema: Identity, distance and belonging*. Reaktion Books.
- Ecevit, Y. & Karkiner, N. (2011). *Toplumsal cinsiyet sosyolojisi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Evren, B. (1990). *Türk sinemasında yeni konumlar*. Broy Yayınları.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Güven, Z. C. (2024). Gurbet Kuşları (1964) filminde “kadın olma” biçimleri. *Medeniyet ve Toplum Dergisi*, 8 (Özel Sayı), 113-125.
- Hussain, M., Naz, A., Khan, W., Daraz, U., & Khan, Q. (2015). Gender stereotyping in family. *Sage Open*, 5(3).
- Jagose, A. (1996). *Queer theory: an introduction*. NYU Press.
- Kaplan, F. N. (2003). Toplumsal konumu ve bu konumunun değişimiyle Türk sinemasında kadın. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 2(4), 149-173.
- Karadaş, N. (2020). *Türk sinemasında feodal aile yapısı içerisinde erkek kimliğinin inşası*. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(3), 1255-1270.
- Karavar Öz, H. (2018). Cumhuriyet dönemi Türk sinemasında kadın temsili. *Atatürk Yolu Dergisi*, 16(62), 85-106.
- Kargın, G., & Elmacı, T. (2023). *Aşk Taktikleri* filmi bağlamında romantik komedi türü ve feminist film eleştirisi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(2), 318-332.
- Kasap, F., Dolunay, A., & Solman, A. (2018). Toplumsal cinsiyet rolleri ve Türk sinemasında kadının sunumu temelinde *Mustang* film incelemesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 8(4), 627-646.
- Kaşıkcı, S. (2025). Türkiye’de sinema kültürünün değişimi ve komedi filmlerinin sinema salonlarındaki etkinliğini kaybetmesi üzerine sayısal bir değerlendirme. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 15, 103-115.
- Kesici, Ö., & Gültekin, G. (2025). Toplumsal Değişimin Türk Komedi Filmlerine Yansıması: 1960’tan Günümüze Örnek Filmler Üzerinden Gülünç Olanın Dönüşümü. *İnsan ve İnsan*, 12(40), 105-122.
- Kimmel, M. S. (1996). *Manhood in America: a cultural history*. Oxford University.
- Kimmel, M. S., Hearn, J. & Connell, R. W. (2005). *Handbook of studies on men and masculinities*. Sage.
- Korkmaz, H. (2022). Modern dönemde geleneksel kültür kodlarının/ataerkil yapının aile hayatına yansıması. *Antakiyat*, 5(1), 54-71.
- Lorber, J. (1994). *Paradoxes of gender*. Yale University Press.

- McClintock, A. (1993). Family feuds: Gender, nationalism and the family. *Feminist Review*, 44(1), 61-80.
- Oakley, A. (1972). *Sex, gender and society*. Temple Smith.
- Oakley, A. (Ed.). (2005). *The Ann Oakley reader: Gender, women and social science*. Policy Press.
- Orta, N. (2020). Komedi filmlerinde şiddetin sunumu: Türkiye’de en çok izlenen komedi filmleri üzerine içerik analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34, 354-376.
- Öz, R., & Aksel, H. S. (2024). Judith Butler’a göre kadının özneliği problemi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 128-139.
- Özgüç, A. (1988). *Türk sinemasında cinselliğin tarihi*. Parantez Yayınları.
- Özmen, Ş. Y. (2022). Trabzon’un sinemada sunumu: Komedi filmlerine yönelik bir analiz. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 29-63.
- Russell, W. L. & Yang, Y. (2024). The evolution of patriarchal structures in contemporary families: a qualitative inquiry. *Journal of Psychosociological Research in Family and Culture*, 2(2), 25-32.
- Scognamillo, G. (1998). *Türk sinema tarihi*. Kabalcı Yayınevi
- Serttaş, A., & Çelik, D. (2020). Türk sinemasında aile kurumunun temsili ve dönüşümü. *Anasay*, 14, 17-42.
- Sevinç, Z. (2014). 2000 sonrası yeni Türk sineması üzerine yapısal bir inceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40, 97-118.
- Suner, A. (2010). *New Turkish cinema: Belonging, identity and memory*. IB Tauris.
- Şah, F. (2018). Yeşilçam dönemi seri komedi filmleri: *Cıralı İbo* ve *Turist Ömer* örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(6), 331-342.
- Şendur Atabek, G., Sönmez, S., & Bilge, D. (2015). Değişen Sinema Anlayışları Çerçevesinde Türk Filmlerinde Evlilik ve Boşanma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (41), 299-312.
- Türkavcı, E., & Şahin, E. (2021). *Aile Arasında* (2017) filmindeki toplumsal cinsiyet rollerinin temsili. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 423-439.
- Ünal, M. (2018). 1960-1990 yılları arasında toplumsal eleştiri perspektifinden Türk güldürü sineması. *Sosyoloji Dergisi*, 37, 21-39.
- Warner, M. (1991). Introduction: Fear of a queer planet. *Social Text*, 29, 3-17.
- Yağbasan, M., & Ateş, U. (2018). 1980 öncesi ve 2000 sonrası Türk sinemasında ailenin temsili. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 67, 26-40.
- Yıldıran Önk, Ü., & Türkavcı, E. (2021). Türk güldürü sinemasında lümpenliğin değişen yüzü. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 316-333
- Yılmaz, S. (2018). Toplumsal cinsiyet rollerinin günlük hayattaki yansımaları: Çorum/Alaca örneği. *İmgelem*, 2(2), 59-79.