

İÇİNDEKİLER

Televizyonun Yetiştirme Rolü: Ankara Çevik Kuvvet Örneği Ömer ÖZER	1.
Halkla İlişkiler ve Kamusal İletişim: Sentetik Bir Çerçeve Denemesi Tuba Asrak HASDEMİR	21.
Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası Nazmiye ERDOĞAN - İrfan ERDOĞAN	55.
Sosyal Bilimlerde Eğitimin Endüstriyel Yapıyla Bütünleşmesi: Halkla İlişkiler Örneği Esra İlkay KELOĞLU-İŞLER	83.
Amerikan Devlet Sistemi ve "Türk" İmajı (Kıbrıs Barış Harekatı ve Silah Ambargosu Örneği) İhsan Şerif KAYMAZ	105.
Kurgusal Ürün Yerleştirme Emet GÜREL - Jale ALEM	133.
1990' ların Türk Sinemasında Kamusal ve Özel Mekanların Cinsiyetçi Sunumu: Özkan' ın " <i>Bir Kadının Anatomisi</i> "nde kadın/mekan/mülkiyet ilişkilerinin analizi Önder ERKARSLAN	157.

Televizyonun Yetiştirme Rolü: Ankara Çevik Kuvvet Örneği¹

Ömer ÖZER²

Giriş

Televizyonun kullanıma sokulmasından bu yana, etkileri de merak edilmiş ve bu yönde araştırmalar yapılmıştır (Signorielli vd., 1995). Bunlar arasında Gerbner ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği, televizyonun uzun dönemli yavaş yetiştirme (cultivation) rolüne yönelik araştırmalar, yoğun eleştiriler almasına karşın, günümüze kadar getirilmiştir. Yetiştirme araştırmaları artık, dünyanın bir çok bölgesinde yapılmaktadır. Türkiye’de de bu yönde bazı araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. Türkiye’de yetiştirme araştırmalarının sürdürülmesi gerektiği yönünde bazı gerekçeler ortaya konulabilir: Yetiştirmenin sürekli olması yeni araştırmalara kapı açmaktadır ve bu durum Türkiye için de geçerlidir. Türkiye’de televizyonun yayın hayatına başlamasına paralel yetiştirme araştırmalarının yeterince yapılmadığını söylemek mümkündür. Örneğin 40 yıla yakın sürede yapılan araştırma sayısı 15 adet bile değildir. Bunların yanında, televizyonda şiddet sunumuna yönelik getirilen farklı bakış açısı yetiştirme araştırmalarının şiddet örneğinde yapılmasını önemli hale getirmektedir. Bu araştırma ise, şiddet sunumlarının meslek grupları üzerindeki etkileriyle ilgili bilgi edinme gereksiniminden hareket edilerek tasarlanmıştır. İnceleme konusu meslek grubu olarak da Ankara Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü polisleri seçilmiştir. Araştırmada, George Gerbner’in Kültürel Göstergeler Projesi’nden yararlanılmıştır.

¹ Bu araştırmanın başlangıcından tamamlanmasına kadar sunduğu öneriler ve yaptığı düzeltmeler nedeniyle Prof. Dr. İrfan Erdoğan’a teşekkür ederim.

² Yard. Doç. Dr. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü.

Kültürel Göstergeler Projesi'nin birinci sırasında yer alan kurumsal süreç çözümlenmesiyle, kitle iletişiminin diğer kurumlarla nasıl ilişkili olduğu, nasıl karar alındığı, mesaj sistemlerinin nasıl oluşturulduğu ve bir toplumda işlevlerini nasıl yerine getirdiği konuları çözümlenmektedir. Bu bileşenin önemi, kitle iletişim politikalarının, yalnızca sosyal ilişkilerin genel yapısını ve endüstriyel gelişmede bir aşamayı yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda belli tür kurumsal ve endüstriyel güçleri ve baskılarını yansıtmışından da kaynaklanmaktadır (Gerbner, 1973).

Gerbner'a göre, herhangi bir işletmede işletme yöneticilerinin, şirketi yönetmede ve karar almada serbest görünebilmesi, daha gerçekçi bir bakış açısından mesajları da içeren tüm kitlesel üretimlerin yönetildiğini gizlemeye yetmeyecektir. Kurumsal güç (iktidar), o kurumu oluşturan otoriteler, yönetim, meslektaşlar (çalışanlar), rakipler, uzmanlar ve diğerlerinin destekleri üzerine kurulmaktadır. Otoriteler, siyasi baskı kurabilirler; patronlar, para sağlayabilirler ya da çekebilirler; yönetim işe alabilir ya da işten atabilir; yardımcıları fazla mesai yapar ya da hizmeti durdurabilirler; meslektaşlar işi bırakabilirler; örgütler destek verebilir, protesto edebilir ya da boykot yapabilir ve nihayet kamuoyu okumayı, seyretmeyi, seçmeyi ya da almayı durdurabilir. Kurumsal Süreç Çözümlemesinde, görüşmeler yoluyla katılımcıların gözlemleri araştırılır. Güç rollerinin yapısını, işlevlerini ve gücü yaratan unsurları ortaya koyma amacıyla kayıtlar incelenir (1973).

İkinci bileşen mesaj sistem çözümlenmesi, önemini yetiştirme çözümlenmesine temel oluşturan sorulara kaynaklık etmesinden almaktadır. Yetiştirme çözümlenmesinde kullanılan sorular, geniş izleyici gruplarına, bebeklikten başlayarak uzun zaman boyunca sunulan televizyon mesaj sistemlerine yerleşmiş içerik görünümlerinden yansımaktadır (Gerbner, 1990: 253). Burada yapılacak yanlış bir çözümlenme en basit ve net anlatımıyla, saha araştırmasından yanlış sonuçlar elde edilmesine neden olacaktır.

Mesaj sistem çözümlenmesi, kitle iletişim süreci aracılığıyla kamuların nasıl oluşturulduğu ve kamularca en çok paylaşılan yönelimler ve önermeleri tanımlamaktadır (Morgan, 1995: 107). Gerbner'a göre mesaj, somut fiziksel ve sosyal ilişkilerin, sosyal ve tarihsel olarak belirlenmiş bir ifadesidir. Mesajlar, üretildikleri sosyal ilişkiler ve bağlamları dikkate alınarak

anlaşılabilir bakış açısı ve önermeleri içermektedir. Mesajlar aynı zamanda anılan ilişkiler ve bağlamları yeniden oluşturmaktadır. Böylece mesajlar, ürettikleri pratikler ve yapıları anlamlarını vermekte ve sonuçlarına katlanmayı sağlamaktadır (Aktaran Morgan, 1995: 104).

Gerçek dünyayla, televizyonda sunulan dünya arasında bazı eleştirel farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklara, televizyon dünyasının sistematik bir çözümlemesi sonucunda ulaşılır (Gerbner vd., 1994: 25). Mesaj sistem çözümlemesi ile televizyon içeriğinin en çok yinelenen, sabit ve amacını aşan örnekleri seçilmektedir. Bu örnekler uyumlu imgeler, görüntüler ve değerlerdir ve çoğu program türlerinde yer almaktadır. Televizyonu çok seyredenlerin, söz konusu görüntülerden kaçınması mümkün değildir. Bunlar, özel program ve türden çok, bir sistem olarak televizyona yerleşmiş toplam mesajlardır (Gerbner vd., 1986: 25).

Üçüncü bileşen yetiştirme çözümlemesi açısından yetiştirme kavramı televizyon izlemenin, izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkısını tanımlamak için kullanılmaktadır (Morgan, 1984: 500). İlk yetiştirme çalışmasında televizyon izleyicilerinin bilinçsizce, televizyon dünyasının demografik gerçeklerini edinmesi, rastlantısal ve kasıtlı olmaksızın öğrenmesi olarak tanımlanmıştır (Gerbner ve Gross, 1976: 170). Yetiştirme çözümlemesi de, izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen ve yayılmacı imge ve ideolojiler arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Gerbner vd., 1980; 1986; Morgan ve Signorielli, 1990). Yetiştirme çözümlemesi, televizyonla büyüme ve yaşamının toplam sonuçlarına yoğunlaşmaktadır (Morgan ve Shanahan, 1992: 173; Signorielli ve Morgan, 1996: 123).

Yetiştirme çözümlemesi, ilk kez 1970'lerin başlarında yapılmıştır. Araştırma, yetişkinler üzerinde saha araştırmasıyla gerçekleştirilmiştir (Gerbner ve Gross, 1976). En basit haliyle söylendiğinde, yetiştirme çözümlemesi televizyonu çok seyreden izleyicilerin (Heavy Wiever) en çok ortak ve yinelenen mesajlardan oluşan televizyon dünyasının mesajlarını, gerçek dünya olarak algıladığını ortaya koymaya çalışır. Televizyonu çok seyredenlerle az

seyredenlerin (Light Wiever) yanıtlarını demografik değişkenleri de göz önüne alarak karşılaştırır (Morgan ve Signorielli, 1990: 16).

Televizyonun yetiştirme rolünü anlamak için Gerbner ve arkadaşları, televizyonu çok izleyenlerle az izleyenlerin televizyon dünyasını yansıtan sorulara verilen televizyon yanıtları arasındaki yüzde farkına bakmaktadırlar. Çok izleyenler lehine çıkan yüzde farkı televizyonun yetiştirme rolünü vermektedir.

Gerbner ve arkadaşlarının, 1970'lerden buyana yaptıkları araştırmalardan elde ettikleri bir sonuç da, bu inceleme açısından önem taşımaktadır: Televizyonda yer verilen şiddet görüntülerine uğramak, "tehlikeli dünya" algılamasına yol açmaktadır.

Burada Kültürel Göstergeler Projesi'yle ilgili son bir açıklama yapmak yararlı olacaktır. Proje, yetiştirme kuramı olarak da anılmaktadır. Signorielli'ye göre (2004: 280), televizyonun neden sosyalleşmenin önemli bir öznesi olduğunu açıklayan bir çok kuram bulunmaktadır. Ancak özellikle sosyal biliş kuramı ve yetiştirme kuramı, sosyalleşme sürecinde televizyonun nasıl işlevsel olduğunu tanımlamaktadır. Ancak yetiştirme kuramı, televizyonun uzun dönemli yavaş ama birikimsel etkisiyle sosyal biliş kuramından da ayrılmaktadır (Signorielli, 2004: 281).

Türkiye'de, George Gerbner'ın Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirdiği Kültürel Göstergeler Projesinin tüm ya da bazı bileşenlerini temel alarak televizyon dünyasını tanımlayan ve/veya televizyonun insanların dünya algılaması ve sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına olan rolünü (yetiştirme rolü) ortaya koymaya çalışan bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmaların ilki 1980'li yılların ikinci yarısına girilirken Veysel Batmaz tarafından doktora tezi olarak gerçekleştirilmiştir (Batmaz, 1986). Çalışmada sadece yetiştirme çözümlemesi yapılmış ve televizyonun yetiştirme rolü reklamlar açısından çıkarken, şiddet açısından görülmemiştir. Ancak sözü edilen çalışma sadece yetiştirme çözümlemesi yapmakla kalmamış, farklı vurgulara da sahip olmuştur. Bu anlamda bir model denemesi yaptığını belirtmek yararlı olacaktır.

Batmaz'ın bu ilk çalışmasının tamamlandığı dönemlerde, Konca Yumlu'nun doktora tez çalışmasında, Gerbner'in projesinden geniş ölçüde yararlandığı ve televizyon içeriğini ortaya koyduğu dikkat çekmektedir (Yumlu, 1987).

1990'ların başlarında yapılan ve ortasında yayınlanan bir başka çalışmada ise mesaj sistem ve yetiştirme çözümleri bir arada kullanılmış ve televizyonun yetiştirme rolü saptanmıştır (Batmaz ve Aksoy, 1995). Bu çalışmanın nüfusunun Türkiye olması ve mesaj sistem ve yetiştirme çözümlerinin yanında Türkiye'de televizyonun ne ölçüde kullanıma sokulduğunu da (günlük yaşamın parçası olduğu şeklinde de okunabilir) ortaya çıkarması nedeniyle ayrı bir öneme sahip olduğu belirtilebilir.

2000'li yıllarda ise üç bileşeni bir arada kullanan bir çalışmada televizyonun Üniversite öğrencileri üzerinde yetiştirme rolü olup olmadığı araştırılmıştır (Özer, 2004). Bu çalışmada Türkiye'de ilk kez kurumsal süreç, mesaj sistem ve yetiştirme çözümleri bir arada yapılmış ve televizyon dünyasının belirlenmesine bağlı olarak televizyonun, ettiği mesajlarla Ankara Üniversitesi Fen Fakültesi öğrencileri üzerinde yetiştirme rolü olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmada medyanın kurumsal yapılanmasına ilişkin çözümler de yapılmıştır.

Televizyonun Ankara Üniversitesi Fen Fakültesi öğrencileri üzerinde yetiştirme rolünü ortaya çıkaran bu çalışmadan sonra, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada televizyonun yetiştirme rolü olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Özer, 2005c). Şiddet örneğinde yetiştirme rolü yakın çevreye mi yoksa televizyona mı bağlı gerçekleştiğini anlamaya çalışan bir çalışmada ise yetiştirme rolü televizyona bağlı olduğu görülmüştür (Özer, 2005). Bu çalışma, Ankara'nın şiddet yoğun bir semti olan Çin Çi'ndeki Yıldırım Beyazıt lisesi ile Tefik Fikret Lisesi'nde yapılmıştır.

Televizyonun yetiştirme rolünün çalışanlar üzerinde olup olmadığını ortaya koymayı amaç edinen ve Devlet Demiryolları Genel Müdürlüğü merkez binasında yapılan bir çalışmada da yetiştirme rolüne ulaşılmıştır (Özer, 2005a). Amacı yüksek eğitime sahip çalışanlar üzerinde yetiştirme rolü olup olmadığını anlamak olarak belirlenen ve Kültür ve Turizm

Bakanlığı'nın Emek binasında gerçekleştirilen diğer bir çalışmada da benzer durum ortaya çıkmıştır (Özer, 2005b).

Türkiye'de, İrfan Erdoğan'ın (1998), Gerbner'in düşüncelerini ve projesini geniş ölçekli eleştiren bir çalışması da yayınlanmıştır. Erdoğan, yetiştirme çözümlemesini eleştirmekle birlikte, yetiştirme kuramının önermelerinin ve kuramın oluşmasına temel olan Gerbner'in düşüncelerinin daha baştan yanlış olduğunu belirtmiştir. Erdoğan'ın vurgularından birine göre, televizyonun olumsuz etkisinden kurtulmak için, içeriğinin oluşmasını sağlayan dinamiklerin değiştirilmesi gerekmektedir.³ Dikkat edilirse, araştırmacı sayısı sınırlı olmasına karşın, Kültürel Göstergeler Projesi'ni temel alarak yapılan çalışmalar Türkiye'de de artmaktadır. Gerbner'in belirttiği gibi yetiştirme süreklidir ve yeni çalışmalarla ortaya konulmalıdır.

Yöntem

Bu çalışmada, televizyonun yetiştirme rolü George Gerbner'in geliştirdiği ve 3 bileşeni olan Kültürel Göstergeler Projesi'nin 2. ve 3. bileşenlerinden yararlanılarak incelenmiştir. Bunun için, televizyon içeriklerini belirlemek üzere bazı televizyonların ana haber bültenlerinde şiddet çözümlemesi ile bir saha araştırması yapılmıştır. Televizyon çözümlemesi, atv ve Kanal D'nin rastlantısal olarak belirlenen 14-18 Nisan 2003 tarihleri arasında kalan 5 günlük dönemdeki ana haberleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu televizyon kanalları en çok izlenenler arasında oldukları için seçilmiştir. 5 gün ve 2 kanal üzerinden 10 ana haber çözümlemesi yapılmıştır. Bunun nedeni, Gerbner ve arkadaşlarının hafta içi en çok izlenen zaman ve hafta sonu gündüz yayınlanan program içeriklerini çözümlemeleridir.

Mesaj sistem çözümlemesi, Gerbner ve arkadaşlarının geliştirdiği mesaj sistem çözümlemesi formunun şiddete ilişkin bölümü kullanılarak ve şiddet tanımları dikkate alınarak yapılmıştır. Tanıma yer vermek şiddet çözümlemesinin nasıl yapıldığına yönelik fikir

³ İrfan Erdoğan, eleştirilerini Gerbner'in, Kültür ve İletişim dergisine yazdığı makaleden (1998) hareketle yapmıştır. Erdoğan'ın eleştirilerinin tümünü burada vermek mümkün olmamaktadır. Ancak, Gerbner'in sözü edilen makalesi okunduktan sonra, Erdoğan'ın çalışmasının okunmasının yararlı olacağı önerilebilir.

verebilir. Gerbner ve Gross (1976: 184), ilk yetiştirme çözümlemesi çalışmalarında şiddeti, *“Fiziksel gücün silahlı ya da silah kullanmadan, kişinin kendisine ya da başkalarına karşı, kurbanın kendi rızası dışında, acı verecek şekilde incitilmesi, öldürülmesi ya da olayın bir parçası olarak kurban olacak derecede tehdit edilmesi unsurlarının açık bir ifadesidir”* biçiminde tanımlamıştır. Bu tanım, Gerbner vd.’nin sonraki tüm şiddet araştırmalarında geçerliliğini korumuştur. Boş tehditler, sözlü saldırılar, inandırıcı şiddet sonuçları doğurmayan jestler şiddet olarak kodlanmamaktadır (Gerbner vd., 1980: 11). Ancak, kaza ve doğal şiddet, daima belli karakterleri kurban eden amaçlı dramatik eylemler olarak kabul edildiğinden şiddet kapsamına girmektedir (1980: 12). Böyle bir kabule, Gerbner ve arkadaşlarının, şiddeti, sosyal ilişkilerin bir türü ve bir iktidar (power) dersi olarak görmelerinin etkisi büyüktür. Nitekim iktidar, insanların korkusundan, onların yakın çevrelerinin tehditlerinden, şiddet kurbanı olma korkularından vb. gelebilir ve bu da, tüm topluma yansiyacak ölçüde etkili olabilir (Gerbner vd., 1979: 196).

Çözümleme ana haberi sunan spikerin, ekranda konuşmaya başlaması ve haber bülteninin bittiğini işaret eden konuşmayı yapması arasındaki sürede gerçekleştirilmiştir.

Saha araştırması, Mayıs 2004’de Ankara’da Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü’nde yapılmıştır. Örneklem, rastlantısal olarak belirlenmiş ve yüzde 10 olarak alınmıştır. Saha araştırmasının yapıldığı dönemde Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü bünyesinde çalışan polislerin yüzde 10’unun 136 kişi yaptığı bildirilmiştir.

Yukarıdaki gerekçelerden hareket ederek, bu inceleme için geliştirilen varsayıma göre, günlük yaşamın önemli bir bölümünde değer yargıları hakkında belirgin mesajlar sunan televizyonun, şiddet içerikli mesaj sisteminin izlenme süresi arttıkça, izleyenlerin değer yargıları, televizyonun bütünsel bir ideolojik kültürel içeriği yönünde olacaktır.

Bu varsayımdan hareket edilerek, şu temel hipotez test edildi: Ankara Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü’nde çalışan polislerin, televizyonun şiddet içerikli mesaj sistemini izleme süreleri arttıkça, değer yargıları televizyonun sunduğu içerikle biçimlenen “televizyon dünyası” yönünde olacaktır.

Gerbner'in kullandığı altı (6) öge/bileşen üzerinde duruldu, ölçmeler yapıldı ve sonuçlar çıkarıldı. Bu ögeler:

- a. Tehlikeli dünya sendromu: *Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.*
- b. Güven: *Günümüzde insanlara güvenilemez.*
- c. Fırsatçılık: *Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.*
- d. Bencillik: *İnsanlar yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler.*
- a2: Tehlikeli dünya sendromu: *Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir.*
- e. Kendine Güven: *İnsanlar kendilerini güvende hissetmiyor.*

Yetiştirme Çözümlemesi için saha araştırması, Mayıs 2004'de Ankara'da Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü'nde görev yapan polisler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Müdürlük konferans salonunda toplanan 136 polis memuruna 3 yardımcıyla birlikte soru kağıtları dağıtılmış ve aynı anda açarak yanıtlamaları istenmiştir. Yetiştirme soruları anket kağıdının birinci sayfasına yerleştirilmiş ve bu soruları yanıtlamayı tamamlamadan ikinci sayfaya geçmemeleri polislere söylenmiştir. Bunun nedeni, soruların televizyondan kaynaklandığını anlamamalarıdır. Gerbner ve arkadaşlarına göre, yanıtlayıcıların soruların televizyondan kaynaklandığını bilmeleri yanıtlarını etkilemektedir (Shanahan ve Morgan, 1999).

Anketteki soruların sunduğu şıklar "Tümüyle katılıyorum, Katılıyorum, Ne katılıyorum ne de katılmıyorum, Katılmıyorum ve Tümüyle katılmıyorum" şeklindedir. Bu şıklardan "Tümüyle katılıyorum ve katılıyorum" televizyon dünyasını yansıttığından televizyon yanıtıdır.

Çözümleme yapılırken tümüyle katılıyorum ve katılıyorum şıkları, "katılıyorum"; tümüyle katılmıyorum ve katılmıyorum şıkları da "katılmıyorum" şikkı altında birleştirilmiştir.

Testlerin verdiği ilişkinin gücü konusunda bazı kategoriler geliştirilmiştir. Buna göre, r : 0.25 altı zayıf, r : 0.26-39 arası orta derecede güçlü; r : 0.40 ve üzeri güçlü ilişki olarak tanımlanmıştır. İzleme süresi olarak, 90 dakika ve altı (1.5 saat) izleme az, 91-180 dakika (1.5-3 saat arası) orta ve 180 dakikadan fazla (3 saat) çok olarak kabul edilmiştir. Gerbner ve arkadaşları, az ve çok izleyici ayırımını televizyon izleme süresi üzerinden yapmaktadırlar.

Ancak, bunun için az ve çok arasındaki sınıra yönelik herhangi bir süre vermemektedirler. Aksine, önemli olanın az ve çok izleme arasındaki fark olduğunu belirterek “kesme” işleminin yapılmasının yeterliliğine değinmektedirler (Shanahan ve Morgan, 1999).

Yetiştirme çözümlemesi için, 6 soru sorulmuş ve değerlendirilmiştir. Böylece, yetiştirme ile ilgili 6 faktörün dağılımına bakılmıştır. Test sonucunda p: 0.05 ve altı anlamlı olarak alınmıştır.

Bulgular ve Değerlendirme

1. Mesaj Sistem Çözümlemesi Bulguları

Mesaj sistem çözümlemesinden elde edilen bulgular şunlardır:

1. Kanal D’de 28, atv’de 24 şiddet haberine rastlanılmıştır.
2. Şiddet haberlerinin 51’i ciddi olay içerikli olurken 1’i komik içerikli şiddetten oluşmuştur.
3. 52 şiddet haberinin 30’u Irak’ta geçmektedir. Irak’ı 8 adetle İstanbul takip etmektedir. Diğerleri, dünyanın çeşitli yerlerinde ve Antalya’da gelişen olayların haberleridir. Filmden görüntü de yer almaktadır.
4. Şiddet olayında kullanılan aletlerden silah 25 adet ile en başta gelmektedir. Balta, uçak savar, araba kazası, taş, molotof kokteyli, iğne, kırbaç, çivi, cop gibi diğerlerinin sayıları 1’er ve 2’şer adet ile birbirine yakın dağılım göstermektedir. Sadece yumruk 6 ve yangın 4 adettir.
5. Çözümleme yapılan haberlerde 1057 şiddet unsuruna rastlanılmıştır. Şiddet yer alan haberlerin sunum süresi, 1 saat 48 dakika 9 saniyedir. Şiddete katılanların sayısı ise 123’tür. Bazı haberlerde katılanlar sayılamamış ve kodlanamamıştır.

Bulgulara bakıldığında ilk olarak Kanal D’nin atv’den 4 adet (28-24) fazla şiddet sunduğu anlaşılmaktadır. Şiddet haberlerinin neredeyse hepsi ciddi haberlerdir⁴. Şiddet olaylarının

⁴ “Ciddi haber” için, Irak savaşı ile öldürme ve yaralama olaylarının haberlerini örnek vermek mümkündür.

geçtiği yerlere bakıldığında ise, en çok Irak'ın sahip olduğu görülmektedir. Bunun nedeni çözümlene döneminin savaşın ertesine denk gelmesi olarak açıklanabilir. Irak'ı, İstanbul takip etmektedir. Türkiye'de cinayet, yaralama, kapkaç, hırsızlık vb. gibi suçların en çok İstanbul'da yaşandığı bilinmektedir. Medya kurumlarının merkezlerinin de İstanbul'da olması, bu tür olayların haberlerinin sayıca daha fazla verilmesine neden olmaktadır. Bu tür haberler de şiddet görüntüleri eşliğinde sunulmaktadır. Örneğin Başkent Ankara'dan en çok siyasi haberler verilmektedir.

Şiddet olaylarında silah en çok kullanılmıştır. Bunun da nedeni, Irak savaşı görüntülerinde silahlarla ateş edilmesidir. Haberlerde, başka aletler de kullanılmıştır. Örneğin baltayla biri öldürülmüştür. İnsanlar birbirlerini kırbaçlamaktadırlar. Bombalar, molotof kokteyli, taş, sopa, yumruk, uçaksavar. . . Bütün bunlar yan yana konduğunda, kocaman bir anlamsal buzdağı oluşmaktadır: "İnsanlar birbirlerini ve kendilerini şiddetle tüketiyorlar; aynı zamanda yeniden üretiyorlar."

Şiddet haberlerinin süresi iki saate yakındır. Ortalama beş gün üzerinden iki kanal açısından toplam haber süresi on saat olarak düşünüldüğünde, yüzde yirmiyeye yakın kısmının şiddet içerikli haber olması dikkat çekicidir. Bu tablo haberlerin şiddetle "yoğrulduğunu" vermektedir.

Bu çözümlenmelerden hareketle, televizyon dünyasının şiddet yoğun bir dünya olduğunu söylemek mümkündür. Haberlerde neredeyse her türlü fiziksel şiddet görüntüsü yer almaktadır. Bunun anlamı insanlara, onların tehlikeli bir dünyada yaşadıklarını anımsatmak olabilir. Televizyon şiddetinin verdiği ve izleyicinin beynine ektiği olgu bu yöndedir (Gerbner ve Gross, 1976, Gerbner vd, 1994). Ancak haberi yapan muhabirin kendisi bunu doğrudan düşünüyor olmayabilir.

2. Saha Araştırması Bulguları

Bu başlık altında yetiştirme test sonuçları sunulmuştur. Ancak bunlardan önce araştırma açısından önemli olan "en çok zaman ayrılan kitle iletişim aracı" ve "ilk başvuru alan enformasyon kaynağına" ilişkin frekans dağılımlarına tablolar eşliğinde yer verilmiştir.

1. Ankete katılanların 86'sı kitle iletişim araçlarından televizyona en çok zaman ayırdığını belirtmiştir. Televizyonu 23 kişiyle gazete takip etmektedir. (Tablo 1)

Tablo 1: En Çok Zaman Ayrılan KİA

	Adet
Gazete	23
İnternet	3
Kitap	6
Radyo	7
Televizyon	86
Toplam	125

2. Ankete katılanların ilk kullandıkları enformasyon kaynağı dağılımına bakıldığında (Tablo 2) televizyonu 83 kişinin seçtiği görülmektedir. Televizyonu 28 kişiyle gazete izlemektedir.

Tablo 2: İlk Enformasyon Kaynağı

	Adet
Gazete	28
İnternet	2
Radyo	9
Televizyon	83
Toplam	122

Bulgulara bakıldığında ilk elde, ankete katılanların en çok zaman ayırdıkları ve ilk enformasyon kaynağı olarak seçilen kitle iletişim aracının televizyon olduğu anlaşılmaktadır. Her iki soruda da, televizyon diyenlerin sayısı diğer tüm kitle iletişim araçlarını tercih edenlerin sayısının iki katından fazladır. Bu, anket dolduranların televizyonun mesajlarına açık olduklarını anlatabilir.

3. "Genel olarak söylesek *Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla tehlikeli dünya sendromu test edilmiştir. (Tablo 3) Test sonucunda izleme yoğunluğu ile dünyayı tehlikeli görme arasında anlamlı bir ilişki olmadığı bulunmuştur.

Tablo 3: Birinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Güven			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o Ne o	Katılıyorum	
Izleme	Az	Adet	8	1	19	28
		Yüzde	28,6%	3,6%	67,9%	100,0%
	Orta	Adet	10	5	43	58
		Yüzde	17,2%	8,6%	74,1%	100,0%
	Çok	Adet	16		26	42
		Yüzde	38,1%		61,9%	100,0%
Toplam		Adet	34	6	88	128
		Yüzde	26,6%	4,7%	68,8%	100,0%

$$\chi^2 : 8.534 \quad sd: 4 \quad p: 0.07 \quad r: -0.13$$

4. "Genel olarak söylesek *Günümüzde insanlara güvenilemez* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili ikinci yetiştirme testi sonucuna göre (Tablo 4), izleme yoğunluğu ile güven arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (p: 0.4).

Tablo 4 İkinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Güven			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o ne o	Katılıyorum	
Izleme	Az	Adet	9	10	9	28
		Yüzde	32,1%	35,7%	32,1%	100,0%
	Orta	Adet	25	15	18	58
		Yüzde	43,1%	25,9%	31,0%	100,0%
	Çok	Adet	22	7	13	42
		Yüzde	52,4%	16,7%	31,0%	100,0%
Toplam		Adet	56	32	40	128
		Yüzde	43,8%	25,0%	31,3%	100,0%

$$\chi^2 : 4.062 \quad sd: 4 \quad p= 0.4 \quad r: -0.13$$

5. "Genel olarak söylesek *Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili test sonucu da anlamsız çıkmıştır (p: 0.4). Dağılımlara bakıldığında "çok izleyenlerin" kendi içindeki

dağılımının önemli fark gösterdiği görülmektedir: Yüzde 33 katılmıyorum ve yüzde 55 katılıyorum. Az izleyenlerin kendi içindeki dağılımı ise birbirine yakın karakterdedir. (Tablo 5)

Tablo 5: Üçüncü Yetiştirme Testi Sonucu

			Dürüst			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o ne o	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	10	7	11	28
		Yüzde	35,7%	25,0%	39,3%	100,0%
	Orta	Adet	15	12	31	58
		Yüzde	25,9%	20,7%	53,4%	100,0%
	Çok	Adet	14	5	23	42
		Yüzde	33,3%	11,9%	54,8%	100,0%
Toplam		Adet	39	24	65	128
		Yüzde	30,5%	18,8%	50,8%	100,0%

$$\chi^2 : 3460 \quad sd: 4 \quad p: 0.4 \quad r: 0.09$$

6. "Genel olarak söylersek *İnsanlar yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili sonuç da anlamsız bulunmuştur (p: 0.1). Dağılıma bakıldığında ise, az izleyenlerin kendi içindeki dağılımı dikkat çekmektedir: Katılmıyorum yüzde 14, katılıyorum yüzde 64 çıkmıştır. (Tablo 6)

Tablo 6: Dördüncü Yetiştirme Testi Sonucu

			İnsanlar			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o ne o	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	4	6	18	28
		Yüzde	14,3%	21,4%	64,3%	100,0%
	Orta	Adet	15	11	32	58
		Yüzde	25,9%	19,0%	55,2%	100,0%
	Çok	Adet	17	4	20	41
		Yüzde	41,5%	9,8%	48,8%	100,0%
Toplam		Adet	36	21	70	127
		Yüzde	28,3%	16,5%	55,1%	100,0%

$$\chi^2 : 7.046 \quad sd: 4 \quad p: 0.1 \quad r: -0.24$$

7. "Genel olarak söylersek *Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir* ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili test 0.007 seviyesinde anlamlı çıkmıştır. Test, ters yönlü zayıf ilişki

vermiştir. Katılıyorum diyenlerin yüzde 20'si az, yüzde 43.4'ü orta ve yüzde 36.6'sı çok televizyon izlemektedir. Orta izleyenlerin yüzdesinin çok olması beklenen yönelimi yeterince desteklememektedir. (Tablo 7)

Tablo 7: Beşinci Yetiştirme Testi Sonucu

			Gece			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o ne o	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	7	9	12	28
		Yüzde	25,0%	32,1%	42,9%	100,0%
	Orta	Adet	27	5	26	58
		Yüzde	46,6%	8,6%	44,8%	100,0%
	Çok	Adet	18	2	22	42
		Yüzde	42,9%	4,8%	52,4%	100,0%
Toplam	Adet		52	16	60	128
	Yüzde		40,6%	12,5%	46,9%	100,0%

$$\chi^2 : 14.009 \quad sd: 4 \quad p: 0.007 \quad r: -0.20$$

8. "Genel olarak söylersek *İnsanlar kendilerini güvende hissetmiyor*du" ifadesine katılım derecenizi belirtiniz" sorusuyla ilgili test de anlamlı çıkmamıştır. (Tablo 8)

Tablo 8: Altıncı Yetiştirme Testi Sonucu

			Yalnız			Toplam
			Katılmıyorum	Ne o ne o	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	12	3	13	28
		Yüzde	42,9%	10,7%	46,4%	100,0%
	Orta	Adet	27	12	19	58
		Yüzde	46,6%	20,7%	32,8%	100,0%
	Çok	Adet	16	3	23	42
		Yüzde	38,1%	7,1%	54,8%	100,0%
Toplam	Adet		55	18	55	128
	Yüzde		43,0%	14,1%	43,0%	100,0%

$$\chi^2 : 6.715 \quad sd: 4 \quad p: 0.2 \quad r: 0.10$$

Yetiştirme testlerine bakıldığında, 6 testten beşinin anlamlı çıkmadığı görülmektedir. Sadece "Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir" sorusunun testi anlamlı çıkmıştır. Bu sonuçlar

televizyonun yetiştirme rolüne yönelik varsayımların polisler arasında geçerli olmadığına işaret etmektedir. Ancak, tek testin anlamlı çıkması, televizyonun yetiştirme rolünün bu soru bazında az da olsa desteklediğini gösterir. Gerbner ve arkadaşlarının 1979'da New Jersey'de yaptıkları çalışmada da bu soruya yönelik test anlamlı çıkmış ve televizyonu çok izleyenler, şehirde geceleri yalnız yürümeyi tehlikeli görmüşlerdir (Gerbner vd., 1979).

“Tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız; insanlara güvenilemez; birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır; insanlar yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler; insanlar kendilerini güvende hissetmiyordur” sorularının testlerinin anlamlı çıkmaması, bu sorularla ilgili varsayımların belli mesleklerde geçerliliğinin test edilmesi gerekliliğini ortaya çıkartmaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda tasarlanan başka araştırmaların yapılması gerekmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu incelemede, yazarın “Ankara'nın Şiddet Profili” genel başlığıyla 2003-2004 yılları arasında gerçekleştirdiği yetiştirme araştırmalardan biri ele alınmıştır. İncelemede George Gerbner'in geliştirdiği Kültürel Göstergeler Projesi'nin mesaj sistem ve yetiştirme çözümlerini bileşenlerinden yararlanılmıştır.

Toplam ana haber süresi içerisinde şiddet içerikli haberlere ayrılan sürenin oldukça fazla olduğu dikkat çekmiştir. Bu türden haberlerin toplam içindeki payı yüzde 20 civarındadır. Şiddet olaylarına katılanların sayıları da azımsanmayacak ölçüdedir. Şiddet adedi de yine oldukça fazla çıkmıştır.

Saha araştırmasının önemli sonuçları arasında, en çok zaman ayrılan kitle iletişim aracının televizyon olmasıdır. Bunun yanında, ilk enformasyon kaynağı olarak da televizyon öne çıkmaktadır.

Televizyonun yetiştirme rolü polislerde görülmemiştir. Anket yanıtlayanlar, tehlikeli değil de güvenli bir dünyada yaşadığını; insanların kendilerini güvende hissettiğini ve bunun koşullarını polis olarak kendilerinin sağladığını düşünmüş olabilirler. Nitekim polisin

öncelikli görevi, insanların can ve mal güvenliğini sağlamaktır. Başka bir açıdan söylenirse, ankete katılan polisler her iki soruya da katılıyorum yanıtını tercih ettiklerinde, bunun kendilerinin görevlerini yerine getirmedikleri anlamına gelebileceğini düşünmüş olabilirler. Aynı durum “insanlar kendilerini güvende hissetmiyordur” sorusu için de geçerlidir.

“Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine sizden yararlanmaya çalışır; insanlar yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler” sorularına ise ankete katılan polisler, kendi idealleştirilmiş görev tanımları açısından yaklaşmış olabilirler. Nitekim bir polisin eline fırsat geçtiğinde dürüst davranarak başkalarından yararlanmaması ve insanlara yardımcı olması gerekir.

Son olarak, televizyonun yetiştirme rolüne yönelik araştırmaların polis mesleği dahil olmak üzere diğer mesleklerle yapılmasının gerektiğini belirtmek yararlı olacaktır.

Kaynakça

Batmaz, Veysel (1986). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Siyasal ve Toplumsal Etkileri: Ampirik Bir Model Denemesi, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Doktora Tezi.**

Batmaz, Veysel ve Asu Aksoy (1995). **Türkiye’de Televizyon ve Aile**, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.

Erdoğan, İrfan (1998). “Gerbner’in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme”, **Kültür ve İletişim**, 1(2): 149-80.

Gerbner, George (1973). “Cultural Indicators: The Third Voice”, içinde **Communication Technology and Social Policy**, Ed. George Gerbner vd., John Wiley and Sons: 555-73.

Gerbner, George (1990). “Epilogue: Advancing on the Path of Righteousness (Maybe)”, içinde **Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research**, Ed. Nancy Signorielli ve Michael Morgan, Sage Publication: 249-62.

- Gerbner, George ve Lary Gross (1976). Living with Television: The Violence Profile”, **Journal of Communication**, 26(2): 173-99.
- Gerbner, George vd. (1979). “The Demonstration of Power: Violence Profile No: 10”, **Journal of Communication**, 29(3): 177-96.
- Gerbner, George vd. (1980). “The Mainstreaming of America: Violence Profile No:11”, **Journal of Communication**, 30(3): 10-29.
- Gerbner, George vd. (1986). “Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process”, içinde **Perspectives on Media Effects**, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum: 17-40.
- Gerbner, George vd. (1994). “Growing up with Television: The Cultivation Perspective”, içinde **Media Effects: Advances in Theory and Research**, Ed. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann, Lawrence Erlbaum: 17-41.
- Gerbner, George (1998). “The Stories We Tell”, **Kültür ve İletişim**, 1(1): 17-30.
- Morgan, Michael (1984). “Heavy Television Viewing and Perceived Quality of Life”, **Journalism Quarterly**, 61: 499-504.
- Morgan, Michael (1995). “The Critical Contribution of George Gerbner”, içinde **A Different Road of Taken**, Ed. John A. Lent, WestviewPress: 99-117.
- Morgan, Michael ve Nancy Signorielli (1990). “Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology”, içinde **Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research**, Ed. Nancy Signorielli ve Michael Morgan, Sage Publication: 13-34.
- Morgan, Michael ve James Shanahan (1992). “Comparative Cultivation Analysis Television and Adolescents in Argentina and Taiwan”, içinde **Mass Media Effects Across Cultures**, Ed. Felipe Korzenny vd., Sage Publication: 173-97.
- Özer, Ömer (2004). **Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1578.

- Özer, Ömer (2005). "Yetiştirme Kuramının Eleştirel Bağlamında Değerlendirilmesi: Televizyonun Rezonans Etkisine Dair Bir Araştırma", **Kültür ve İletişim**, 8(1): 127-161.
- Özer, Ömer (2005a). "The Cultivation Theory: A Research Regarding The Television's Cultural Role", Sunulmuş Bildiri, **3rd Communication in the Millenium: A Dialogue Between Communication Scholars**.
- Özer, Ömer (2005b). "Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma" **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 5(1): 75-108.
- Özer, Ömer (2005c). "Televizyonun Şiddet Özelinde Bilinç Altına Yaptığı Etkiye Yönelik Yetiştirme Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırma", Poster Sunumu, **Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi 1. Medya Okuryazarlığı Sempozyumu**.
- Shanahan, James ve Michael Morgan (1999). **Television and its Viewers Cultivation Theory and Research**, Cambridge University Press.
- Signorielli vd. (1995). "Violence on Television: The Cultural Indicator Project", **Journal of Broadcasting and Eletronic Media**, 39(2): 278-83.
- Signorielli, Nancy (2004). "Aging on Television: Message Relating to Gender, Race, and Occupation in Prime Time", **Journal of Broadcasting and Electronic Media**, 48(2): 279-301.
- Signorielli, Nancy ve Michael Morgan (1996). "Cultivation Analysis: Research and Practice", içinde **An Integrated Approach to Communication Theory and Research**, Ed. Michael B. Salven ve D.W. Staks, Lawrance Earlbaum Associates Publishers: 111-26.
- Yumlu, Konca (1987). Kitle Kültürü Oluşumunda Televizyonun Rolü, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yayınlanmamış Doktora Tezi**.

Özet

Bu araştırmada, George Gerbner'in Kültürel Göstergeler Projesinin mesaj sistem ve yetiştirme çözümlemesi bileşenlerinden hareket edilerek, polisler üzerinde televizyonun yetiştirme rolü incelenmiştir. Televizyon dünyasını belirlemek için atv ve Kanal D'nin ana haber bültenlerinin çözümlemesi yapılmış ve elde edilen verilerden hareketle hazırlanan sorulardan oluşan anket, Ankara'da Çevik Kuvvet Şube Müdürlüğü'nde görevli polislerden olasılıklı olarak seçilen 136 kişi üzerinde uygulanmıştır. Örneklem yüzde 10 olarak alınmıştır. Bulgulara göre, mesaj sistem çözümlemesi sonucunda, ana haberlerin yaklaşık olarak yüzde 20'sinin şiddet içerikli ve en çok Irak kaynaklı olduğu anlaşılmıştır. Irak'ı İstanbul takip etmektedir. Ankete katılanların ilk enformasyon kaynaklarının televizyon olduğu ve en çok televizyona zaman ayrıldığı anlaşılmıştır. Yetiştirme testlerinden beşi anlamsız ve biri anlamlı çıkmıştır. Sonuçlar, test edilen hipotezler bağlamında, televizyonun yetiştirme rolünün olmadığına işaret etmektedir.

Anahtar Sözcükler: Televizyon, Kültürel Göstergeler Projesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi, Yetiştirme Çözümlemesi, Türkiye, Polis.

Abstract

In this research, based on the Message System and Cultivation Analysis components of the Cultural Indicators Project by George Gerbner, the cultivation role of the television on the police was investigated. The analysis of the prime time news bulletins in the atv and Kanal D was carried out in order to determine the world of the television. Then the questionnaire prepared using the questions based on the results gained from this analysis carried out on the 136 police, a selection with variable probability, working in the main branch of flying squad in Ankara. The percentage of the sample taken was 10 percent. According to the findings, as a result of the message system analysis, it was found out that approximately 20 per cent of the prime time news bulletins involved violence and most of them were about Iraqi. Istanbul followed Iraqi. It was revealed that the first source of information for those who participated in the questionnaire was television and the time devoted to the television

by them was at most. The five of the cultivation tests were proved to be meaningless whereas one of them was proved to be meaningful. With regard to the hypotheses tested, it points out that the television does not have any cultivation role.

Key Words: Television, Cultural Indicator Project, Message Sistem Analysis, Cultivation Analysis, Turkey, Police.

Halkla İlişkiler ve Kamusal İletişim: Sentetik Bir Çerçeve Denemesi

Dr. Tuba Asrak HASDEMİR

Giriş

“Halkla ilişkiler ve tanıtım”, son on yıllarda sık sık karşılaştığımız uygulamalar arasında yerini almıştır. Halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamalarının ülkemizdeki geçmişi, istisnai örnekler dışında, yaklaşık yarım asırla sınırlıdır. Dünyadaki uygulamalara baktığımızda 20 yüzyıl başlarından itibaren, halkla ilişkiler ve tanıtım etkinliklerinin, süreç içinde geliştiğini ve kurumsallaştığını söyleyebiliriz. Uygulama alanındaki gelişme ve yaygınlaşmayla birlikte, bu alandaki kuramsal çalışmalar da artmakta; söz konusu etkinliğe kavramsal bir çerçeve oluşturmak yönündeki çabalar ürünlerini vermektedir. Ancak gerek uygulamada gerekse kuramsal çalışmalarda, “halkla ilişkiler ve tanıtım” denildiğinde akla genellikle özel sektörde kullanılan teknikler ve yapılan uygulamalar gelmektedir. Oysa sözü edilen etkinlik bir gövdeye benzetilirse iki kolu vardır. Özel kesimin yanı sıra kamu kesimi de halkla ilişkiler uygulamalarının alanıdır. Böyle olmakla birlikte, özel kesimdeki durumla karşılaştırıldığında, kamu kesimi kolunun daha az gelişmiş olduğu söylenebilir.

Kamu yönetimi alanında yönetim etkinliklerinin hem uygulayıcısı hem de muhatabı insandır; bir tarafta görevli diğer tarafta birey/yurttaş olarak. İnsan ve davranışlarının, kamu yönetimi uygulamaları için öneminin anlaşılmasının tarihi de çok eski değildir. 1929 Ekonomik Bunalımı sonrasındaki çözüm arayışlarıyla birlikte insan unsurunun önemi yaygın biçimde vurgulanmaya başlanmıştır. Bu yıllardan itibaren insan faktörü, şu ya da bu biçimde, hem

uygulamalarda hem de kuramsal çalışmalarda göz önüne alınan temel değişkenlerden biri olmuştur. Bu ortam halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamaları için de verimli bir zemin hazırlamıştır. Yönetim uygulamalarının gerek iç halkla ilişkiler başlığı altında, kurum içinde görev yapan insanlara anlatılmasında ve destek istenmesinde, gerekse kamuoyuna duyurulmasında halkla ilişkiler birimlerine iş düşmektedir. Halkla ilişkiler uygulamaları da insan temelli yönetim anlayışına paralel biçimde gelişmektedir. Ancak özel kesim-kamu kesimi uygulamaları arasındaki eşitsiz gelişmeye benzer bir durum burada, farklı bir boyutta, yönetim-yönetilen arasındaki etkileşimde yaşanmaktadır. Siyasi iktidarın kendisini, halka anlatması, tanıtması ve ikna etme uğraşısının tarihi çok eskilere götürülebilir, ama bunun sistemli ve kurumsallaşmış biçimde yapılmasının tarihi o kadar eski değildir. Kamu yönetimi alanındaki halkla ilişkiler uygulamalarının yaygınlığı da bu kurumsallaşmanın bir parçasıdır. Yönetim, farklı yöntemler ve mekanizmalar aracılığıyla kendisini halka anlatmakta veya anlatmaya çalışmaktadır. Daha sonra değişeceğimiz gibi, iktidarın meşruiyet arayışı içinde kaçınılmaz bir durumdur bu. Peki birey/yurttaş kendisini yönetime duyurmakta, kendi çıkar ve isteklerini dillendirmekte benzer olanaklara sahip midir?

Temsili demokrasinin kuralları ve kurumlarıyla, yoğun biçimde sorgulandığı günümüzde, bir özne olarak yurttaşın sesini yönetim katına duyurabilmesi, yönetilenlerin üretilen politikaları biçimlendirmekte daha etkili olabilmesi çerçevesinde birçok arayış ve çalışma söz konusudur. Habermas'ın kendi adlandırmasıyla "radikal demokrasi" başlığı altında toplanabilecek çalışmalar, bu arayışlar içindeki ana yönlerden biridir. Kamusal alan, kamuoyu ve iletişim konusunda öncü çalışmalar yapan düşünürün oluşturduğu kavramsal çerçeve, günümüz toplumlarında yaşayan birey/yurttaş/yönetilenlerin kendilerini yönetime anlatmaları, daha ileri giderek yönetsel uygulamaları etkileyip, değiştirme çabaları açısından önemli olanaklar sunmaktadır. Sözü edilen çerçeve halkla ilişkiler ve tanıtım etkinliklerinin daha az gelişmiş olduğu kamu kesimi alanındaki uygulamalara katkı sağlayabileceği gibi, yönetilenin yönetimi etkilemesinin alternatif mekanizmalarının irdelenmesi ve önerilerin geliştirilmesi konusunda da yararlı olacaktır.

Halk, Halkla İlişkiler ve Kamuoyunun Oluşumu

Halkla ilişkiler ve tanıtımla ilişkili uygulamaların ilk örneklerini görmek için 20.yy. başlarına uzanmamız gerekmektedir. Halkla ilişkiler ve tanıtım işlevinin sınırlarının belirlenmesi, siyasal reklam, propaganda vb. etkinliklerden farkının ortaya konması, ve söz konusu işlevin kurumsallaşması ise büyük ölçüde 2. Dünya Savaşı sonrası döneme denk gelmektedir. Halkla ilişkilerin, uygulamalı ve kuramsal çerçevesini anlamaya yönelik çalışmalara baktığımızda terimin içerdiği “halk” kelimesi ilk anda öne çıkmakta ve bu işlevin tanımlanmasında önemli bir yer tutmaktadır.

“Halk” teriminin kullanıldığı yere göre, birbirine benzemekle birlikte değişen anlamları vardır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “halk” altı ayrı maddede tanımlanmıştır¹. Görülmektedir ki bu tanımlarda “halk” terimiyle, özellikleri değişmekle birlikte geniş kitleler kastedilmektedir. Oysa halkla ilişkileri bir işlev olarak ele alırsak hedefin genellikle birbirine benzer niteliklere sahip bireylerin oluşturduğu gruplar olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda Türkçe’ye halkla ilişkiler olarak çevrilen “public relations” terimi, ilk kelimesi itibarıyla halktan daha küçük kitleleri kastetmektedir. “Public” kelimesinin “kamusal” biçiminde çevrilmesinin daha doğru olduğu da savlanmıştır (Biber, 2004, 20-21). Mıhçıoğlu, 1970’li yıllarda, halkla ilişkiler yerine, “kamusal ilişkiler” teriminin yerine getirilen işleri daha iyi anlatacağını belirtmiştir:

... ‘Halkla İlişkiler’ terimi, ‘halk’ sözcüğünün yabancı kökenli olması bir yana, bu bilim dalının ya da yönetsel uzmanlık alanının inceliklerini eksiksiz olarak yansıtmaya pek elverişli görünmemektedir. Örgütlerin ‘halkları’ yerine ‘kamuları’ndan söz edilmesi daha anlamlı olmaktadır (Mıhçıoğlu, 1976, 11).

Bu çerçevede halkla ilişkiler denildiğinde halk kelimesinin çoğul bir niteliğe sahip olduğu, burada birbirinden farklı nitelikteki kamuların söz konusu edildiğini söyleyebiliriz. Küçükkurt da “kamu”ların çokluğu konusunda şöyle demektedir:

¹ 1.Aynı ülkede yaşayan, aynı uryukta olan insan topluluğu: Türk halkı 2.Aynı soydan gelen, aynı ülkelerin uyruğu olarak yaşayan insan topluluğu: Yahudi halkı 3.Bir ülke içerisinde yaşayan değişik soylardan insan topluluklarının her biri: Sovyetler Birliği halkları 4.Belli bir bölgede veya çevrede yaşayanların bütünü: Mahalle halkı... 5.Yöneticilere göre bir ülkedeki yurttaşların bütünü: Halka doğru, halka hizmet... 6.Aydınların dışında kalan topluluk: Halktan bir adam (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, Cilt 1, s.601, Ankara, 1988).

... halkla ilişkiler açısından 'halk deyince, halkla ilişkiler faaliyetinde bulunan kurum veya kişinin özel olmayan, toplumsal olan, aleni olan eylemi veya işlerinden halihazırda **etkilenen**, geçmişte **etkilenmiş**, veya gelecekte **etkilenebilecek**; veya eylem ve işlemleriyle aktif olarak kurum ve kişiyi halihazırda **etkileyen**, geçmişte **etkilemiş**, veya gelecekte **etkileyebilecek**, kişi grup veya kurumların oluşturduğu kamular anlaşılmalıdır (Küçükkurt, 1989, 269-270).

Halkla ilişkiler işlevi, yöneldiği hedef çerçevesinde iki ana başlık altında da incelenebilir: özel kesimde halkla ilişkiler uygulamaları ve kamu kesiminde halkla ilişkiler uygulamaları. Aslında halkla ilişkiler uygulamalarının gelişimine bakıldığında özel sektördeki çalışmaların daha ön plana çıktığı söylenebilir. Ülkemizde de halkla ilişkiler ve tanıtım denilince genellikle özel kesimdeki uygulamalar akla gelmektedir. Gerek merkezi yönetim gerekse yerel yönetim kurumlarında halkla ilişkiler konusunda çalışan birimler veya kişiler olduğunu hatırlamamız için kendimizi biraz zorlamamız gerekmektedir. Çünkü bu birimlerin, yönetim kurumların günlük genel işlevişlerinde pek fazla etkin olduğu söylenemez².

Kazancı da Türkiye'de kamu yönetimi içindeki çalışmalarda ve uygulamalarda halkla ilişkiler konusuna yeterince önem verilmediğini şöyle belirtmektedir:

Ülkemizde kamu yönetiminin önemli bir sorunu olan halkla ilişkiler son yıllara kadar gereken önemin verilmediğini bilmekteyiz. Yetmişli yıllara kadar gerek akademik düzeyde gerekse yönetim içinde konuyu ele alan araştırma ve çalışmalar yok denecek kadar azdır. Halkla ilişkilerin varlığı bilinmesine karşın toplumsal ve yönetsel sistemimiz böyle bir uygulamaya gereksinme duymadığı için kamu yönetiminde halkla ilişkiler sürekli olarak bir yana bırakılmıştır (Kazancı, 2004, 11-12).

² Bir yurttaş olarak kendi gözlem ve deneyimlerime baktığımda, halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin üç farklı örnek aklıma geliyor. İlki, bir yüksek öğrenim kurumunda yaşanan olayların sonrasında alınan karar uyarınca öğrenime ara verilmesi ve bu süre içinde zorunlu olmadıkça öğretim elemanlarının dışında kimsenin okula alınmadığı bir örnekte, söz konusu kontrolü yapmakla görevli kişinin formasında, büyük harflerle "HALKLA İLİŞKİLER" yazısıyla karşılaşmamdı. "Halkımızla ilişki bu mudur?" diye düşünmüştüm. "Halkla İlişkiler" yazısıyla bir diğer karşılaşmam, uluslararası niteliği olan bir limana sahip, önemli sayıda yerli ve yabancı turisti misafiri eden ünlü bir kıyı kasabasının belediyesinde oldu. Kapısında halkla ilişkiler yazan geniş bir odada tek bir masa vardı ama görevli kimse yoktu ve masanın üstü bomboştu. Üçüncü örnek ise bir hastanedeki halkla ilişkiler birimidir ve daha çok bir danışma birimi gibi çalışmaktaydı. Ayrıca hangi birimlerde hangi işlemleri yapacağım konusunda verdikleri bilgilerin önemli bir kısmı doğru çıkmadı. Çünkü hasta bakım işlemleri değişmişti ve aradan yaklaşık bir aya yakın süre geçmesine rağmen "halkla ilişkiler" birimindeki görevlilerin değişikliklerden haberi yoktu, imdadında orada bekleyen "halk" yetiştii... Çok parlak anılarım yok gördüğünüz kadanyla...

Bununla birlikte kamu yönetiminde halkla ilişkilere ayrılan yer, geçen yıllarla doğru orantılı olarak artmaktadır. Halkla ilişkiler uygulamalarının ortaya çıkış nedenleri saptanmaya çalışılırken vurgulanan önemli bir nokta, yönetim biçimlerindeki değişimlere paralel olarak siyasal iktidarın kullanmakta olduğu iktidarı meşrulaştırmak amacıyla yönetilenlerin rızasını sağlamak zorunda oluşudur. “Zor” ile “rıza” iktidarın devamlılığının sağlanması amacıyla kullanılan, genelde birbirine karşıt biçimde konumlandırılan iki yönetime karşılık gelmektedir. Ancak bu karşıtlık her zaman geçerli değildir ve bu konuda öncü nitelikte çalışmalar yapan Gramsci'nin modelinde de incelenen tarihsel koşulların ve toplumların özelliklerine göre zor ile rıza, egemenlik ile hegemonya, devlet ile sivil toplum ilişkilerinin farklı biçimlerde olduğu alt modeller söz konusudur. Batı toplumlarına ilişkin bir “versiyonda” “rıza ile baskı beraberce devletin ortak boyutu olur” (Anderson, 1988, 43). Devlet zor kullanma tekeline sahiptir. “Zor” a başvurma yoluyla veya devletin zorun araçlarına sahip olduğunun ve yeri geldiğinde bunları kullanabileceğinin bilinmesi/bildirilmesiyle siyasal iktidarın sürdürülmesi madalyonun bir yüzüdür. Diğer yüzde “rıza” yer almaktadır. Yönetilenlerin, zor kullanma tehdidi dışında kalan yöntemlerle rızasının/onayının sağlanması, siyasal iktidarın meşruiyetinin ve buna bağlı olarak sürekliliğinin sağlanması açısından olmazsa olmaz koşullardandır (Gramsci, 1986, 186). Rızanın sağlanması açısından devletin ideolojik araçlarının önemini vurgulayan Althusser de, toplumların gelişim tarihine bakarak, kapitalist toplumun feodal toplumdan farklı olan yapısına dikkat çekmektedir. Devletin baskı araçlarıyla ideolojik aygıtlarını birbirinden ayıran düşünür, kapitalist toplumda hegemonyanın sürdürülmesinde ideolojik aygıtların çok önemli bir işleve sahip olduğunu belirtmektedir (1994, 2. bölüm). Althusser'in de belirttiği gibi meşruiyet arayışı, yönetilenlerin rızasının, onayının alınmaya çalışılması, modern kapitalizme özgü olgulardır. Bu arayış toplumların gelişim tarihinde iki temel dönüşümle ilişkilidir. Biri, klasik liberal kuramın düşünsel temellerin sağladığı, toplum-devlet ayrımının yapılabilmesini olanaklı kılan gelişmelerdir. Bir diğeri, bu ayrımın felsefi temellerini oluşturan Aydınlanma düşüncesiyle de bağlantılı olarak iktidarın meşruiyet kaynağının yer değiştirmesini, gökyüzünden yeryüzüne indirilmesini sağlayan gelişmelerdir. Devlet-toplum ayrımı, yalnızca analitik değil tarihsel bir ayrımdır ve en olgun ifadesini kapitalist toplumun

gelişim tarihinde bulmuştur. Bununla birlikte, meşruiyet arayışlarının tarihi oldukça eskidir. Ama meşruiyetin kaynağının ilahi olmaktan çıkıp yercileşmesi, “akılcı” temellere dayandırılması, kendi aklıyla hareket eden, çevresini ve çevresindeki değişiklikleri denetimi altına alabilen, yaşantısını kendi iradesiyle biçimlendirebilen “birey” anlayışının gelişmesiyle ilişkilidir. İktidarın sürdürülebilmesi bakımından ilahi kaynaklara gönderme yapmanın yerini bireylerin iradesine başvurulması/rızasının alınmasıyla bağlantılı olarak devlet de yüzünü topluma, yönetilenlere döndürmüştür.

Kamu yönetiminde halkla ilişkiler konusunda yapılmış birçok tanımlama söz konusudur. Ancak tanımlarda ortak olan önemli noktalardan biri iki kurucu öznene varlığıdır: Devlet – Toplu, Yönetim – Halk, Devlet-Yurttaş vb. tanımlardaki bir diğer ortaklık ise, Kazancı'nın belirttiği gibi “halkla ilişkiler olayının temelinde iletişimin bulunmasıdır: “Yönetimin ortaya çıkışından bu yana tasarlı ya da rasgele yürütülen halkla ilişkiler uygulamalarına rastlanır”(2004, 65). Yönetim biçimlerinin değişimiyle birlikte halkla ilişkiler değişimler, dönüşümler yaşamıştır. Nasıl zor ile rıza bileşik kaplar içindeki sıvı gibi birbiriyle ilişki içinde, iktidarın sürdürülmesini sağlıyorsa, yönetimde halkla ilişkiler uygulamasında da ikili kavramlara rastlanabilir. Burada açık bir zor kullanımından söz edilememekle beraber, yönetimin, halkı değişik biçimlerde “yönlendirdiği” halkla ilişkiler uygulamaları görülmektedir. Çalışmasında halkla ilişkiler konusundaki alternatif tanımlara da yer veren Erdoğan modern uygulamaların “manipüle” edici özelliği üzerinde durmaktadır:

Halkla ilişkiler organizasyon içi ve dışındaki insanların bilinçlerini ve davranışlarını mental çevreler inşa ederek yönetmeye çalışan bir kitle manipülasyon biçimidir. Halkla ilişkiler, dolayısıyla, kamuoyunu etkileme ve yönlendirme aracı, yolu ve yöntemidir (Erdoğan, 2008, 36).

Ancak bunun yanı sıra, yönetilenlerle “etkileşim” içinde yürütülen çalışmalardan da söz edilebilir. Bu konuda doğrusal bir gelişme olmamakla birlikte, toplumların demokratikleşme derecesiyle, sayısı fazla olmasa da, karşılıklı etkileşimin ağırlık kazandığı halkla ilişkiler uygulamalarının görülmesi arasında yakın ilişki vardır.

³ Söz konusu kitabın satışa sunulma tarihi, internet ortamında yapılan tanımlarında Eylül 2005 şeklinde düzeltilmiştir, ancak ben kitabın orijinal kütüphanesindeki tarihe sadık kaldım.

“Yönetim-yönetilen, iktidar-halk, devlet-vatandaş ikilisinin etkileşimi nasıl sağlanır?” sorusu da sosyal bilimlerin diğer alanlarında olduğu gibi halkla ilişkiler çalışmalarında da sıkça karşımıza çıkmakta ve çeşitli biçimlerde yanıtlanmaktadır. Kamuoyu kavramı ve olgusu, bu soruyla yakından ilgilidir. Ancak kamuoyundan ne anlaşılması gerektiği konusunda da fikir birliği olmadığı gibi kamuoyunun bir kurgudan ibaret olduğu, gerçekliğe karşılık gelmediği yönünde görüşler de bulunmaktadır. Neumann’a göre, kamuoyunun bir kurgu olduğu görüşü geniş yankı bulmamakla birlikte kamuoyunun ne olduğu konusunda da ortak bir fikir yoktur. 1960’lı yıllarda H. Childs yazılı kaynakları tarayarak elli ayrı tanıma ulaşmıştır (Neumann, 1998, 82-83). Kamuoyunun anlamı konusunda görüşler çeşitli olmakla beraber kamuoyunun tanımlanması çabaları belli kategoriler altında ele alınabilir. Bu konuda Pieczka, kavramın tarih içindeki dönüşümüne de vurgu yaparak ikili bir kategorilendirmeye gitmektedir. Bu çerçevede ilk olarak Rousseau’nun toplum sözleşmesi anlayışı ve ortak irade/karar kavramları kamuoyu kavramının şekillenmesinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu kategori içinde kamuoyu denilince, ortak irade/karar akla gelmektedir. Bu anlayışın tarihsel arka planını, 1791 Haklar Bildirgesi ve 1789 İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi oluşturmaktadır. Yaklaşık yüz yıllık bir süreçte kamuoyunun ortak iradeye karşılık gelen anlamı dönüşüme uğramıştır. Artık 19. yüzyılda kamuoyu, “yurttaşların çoğunluğunun düşüncesi”ne karşılık gelmektedir (Pieczka, 2002, 110-113). Yani bir konuda veya davranış hakkında oluşan kamuoyundan söz etmek için görüşlerin ortak olması yerine, kamuoyunun çoğunluğun düşüncesini yansıtması yeterlidir. Kimi yazarlar kamuoyu terimi içinde çoğunluk görüşleri gibi azınlık görüşlerinin de yer aldığını belirtmektedir. Kendi tanımını oluşturma sürecinde benzeri tanımlara değinen Kazancı ise “azınlık” veya “çoğunluk” nitelemesi yerine, görüşlerin örgütlenme, etkileme kapasitesi üzerinde durmaktadır: “kamuoyunu, yönetilenlerin ya da müşterilerin oluşturduğu, devlet ya da firma yöneticilerini etkileme amacına yönelik kanaatler olarak tanımlayabiliriz. . . **Kamuoyu bir toplumun ortak kanaati değil, en güçlü ve organize olmuş çıkar ya da çıkarların bileşkesidir**” (vurgu bana ait) (Kazancı, 2004, 58).

Daha önce değindiğimiz ikili tarihsel ayırımın yanı sıra kabul gören bir başka kategorilendirme çabası da Herbst’ten gelmiştir. Herbst’e göre, kamuoyunun

tanımlanmasında dört “tanımsal kategori” oluşturulabilir. Kategorilerin ilkinde “herkesi kapsayan” bir kamuoyu tanımlanırken, ikincisinde “çoğunlukçu” bir anlayıştan, üçüncüsünde ise kamuoyu oluşumunu “müzakere”ye, “konsensus”a dayandıran bir yaklaşımdan sözedilebilir. Son kategoride ise kamuoyu, A. İlhan’ın dizelerini hatırlatırcasına “zaten yok”tur. Bir başka deyişle bu anlayışta, kamuoyunun kurgusal niteliğe sahip bir kavram olmaktan öte bir anlam ifade etmediği anlayışı hakimdir⁴ (akt.Pieczka, 1998, 114). Buradaki ilk iki tanımlama çabasına, kamuoyunun ikili biçimde kategorilendirmesi çerçevesinde değinilmiştir. “Müzakere”ye dayalı tanımlama akla öncelikle Habermas’ı getirmektedir. Kamuoyunun ne olduğundan çok nasıl oluştuğuna önem veren, yani sonuçtan daha çok kamuoyunun oluşum süreciyle ilgilenen Habermas’a göre kamuoyu, “burjuva kamusalının kendi işlevi hakkındaki anlayışını” ele alırken kilit bir kavramdır, çünkü sözkonusu anlayış, “ ‘kamuoyu’ kavramında billurlaşmıştır” (Habermas, 1997a, 181). Türkçe’ye kamuoyu diye çevrilen kavram İngilizce yazılışında “public opinion” biçiminde iki sözcükten oluşan bir terimdir. Habermas, incelemesinde, “opinion” kelimesinin farklı dönemlerde, değişik düşünürlerce (Platon’dan Hegel’e, Hobbes’tan Kant’a varıncaya kadar) kullanılış biçimi üzerinde durarak, kamuoyu kavramının tarihini aktarmaktadır. Bununla birlikte, “opinion” teriminin, genel olarak, İngilizce, Fransızca ve Latince kullanımındaki “kanaat yahut tam olarak kanıtlanmamış belirsiz yargı” anlamını taşıdığını belirtmektedir (182). Düşünür farklı kullanım biçimleri içinde Rousseau’nun kamuoyu kavramına karşı çıkarak kendi anlayışının çizgilerini belirginleştirmektedir. Daha önce de değindiğimiz gibi Rousseau’da genel iradeye, ortak iradeye karşılık gelen kamuoyu kavramı, toplumda farklı çıkarların olabileceği anlayışını dışlamaktadır. Habermas’a göre Rousseau’da genel, ortak irade “özel çıkarlar arasındaki rekabetin bir sonucu olarak ortaya çıkmaz” (193). Bu anlayışta, kavram, farklı özel çıkarlar olma olasılığını dışarıda bırakırken aynı zamanda farklı çıkarların, görüşlerin tartışılması yoluyla bir ortaklığa varılması sürecini de dışlamaktadır. Böylece Habermas’ın kamuoyunun, eleştirel bir kamusalığın oluşumunda kurucu bir önem attığı müzakere edilme süreci dışarıda kalmaktadır. Düşünür, Rousseau’daki, önceden oluşmuş bir müzakere sürecini içermeyen genel irade kavramını

⁴ Bu görüşün etkili bir temsilcisi olarak Bourdieu örnek gösterilebilir.

kendi deyimiyle “ ‘kamusal olmayan kanaatler demokrasisi’ ” biçiminde eleştirerek, irade oluşumundaki müzakere etme sürecini meşruluğun kaynağına yerleştirmektedir. Devletten ayrı olarak kurulan kamusalığın kurucu öğelerinden olan “siyasal kamu”nun önemine de müzakere süreci dolayısıyla değinmektedir Habermas:

... ‘siyasal kamu’, vatandaşların oluşturduğu bir kamusal topluluğun müzakereye dayalı kanat ve irade oluşumunu sağlayacak iletişim koşullarının timsal olarak, normatif bir demokrasi teorisinin temel kavramı olmaya elverişlidir. (Habermas, 1997b, 43).

Meşruluğun kaynağını, kanaat ve irade oluşturan bir süreç olarak müzakerede gören düşünür için bunu sağlayacak iletişim koşullarının varolması da temel önemdedir. Daha sonraki çalışmalarında, kamusalılığı olumlamadığı anlamda dönüştüren geç kapitalizme yönelik eleştirileri çerçevesinde iletişimi, “iletişimsel eylem” kuramının kalbine yerleştiren Habermas’ın, “iletişim”in izini bu çalışmasından itibaren, yani 1960’lardan bu yana sürdürdüğünü söyleyebiliriz.

Kamuoyu, İletişim ve Aleniyet

Habermas’ın daha sonraki çalışmalarında da iletişime verdiği öneme benzer bir değer affettiği bir başka kavram da aleniyet, açıklıktır. Kamu, kamusal, kamuoyu terimlerinin anlamları keşfedilmeye çalışılırken önemli bir duraktır aleniyet. Düşünür, “kamu” sözcüğünün etimolojisinden yola çıkarak, bu terimin daha önceden kullanılan “kamusal”⁵ sıfatından, “publicite” ve “publicity” ile benzerlik kurularak 18. yüzyılda türetildiğini belirtmektedir.

Kamusal olan ve olmayan veya kamusal-özel ayırımından Antikçağ’dan bu yana sözedilmiştir. Ancak Habermas’ın sözleriyle, “kamu” 18 yüzyılda “kavramsallaştırılmayı talep ettiğine göre” bu dönemde “oluşup bir işlev üstlendiği” düşünülebilir. Düşünür, “kamu”nun “özüml olarak, aynı dönemde mal mübadelesinin ve toplumsal emeğin alanı

⁵ Fraser da, Habermas’ın kamusalılık anlayışına yönelik olarak, “toplumsal cinsiyet” temelinde kadınları dışlayıcı bir niteliğe sahip olduğu yönündeki eleştirileri özetleyerek, bir başka etimolojik yakınlığa, “kamusal” (public) ile “kaskı kemiği” (pubic) arasındaki benzerliğe dikkat çekmektedir. (2004, 107).

olarak kendi yasalarına göre kurumlaşan 'burjuva toplumuna' ait " olduğunu da eklemektedir(1997a, 59). Kamu, kamusal alan, kamuoyu kavramlarının işlevsel olabilmesi belli tarihsel, toplumsal gelişmelerin gerçekleşmesine bağlıdır:

*Kamusal olan ve kamuoyu kavramlarının ilk kez sadece 18. yüzyılda ortaya çıkması bir rastlantı değildir. Bu kavramlar özgül anlamlarını somut bir tarihsel durumdan alırlar. 'kanaat' (opinion) teriminin 'kamuoyu' (public opinion) teriminde ayrıştırılması da o zamana denk gelir. . . kamuoyu tanım itibarıyla sadece **muhakeme eden bir kamunun öncülüğü** altında varlık kazanabilir. Politik iktidarın uygulanışı hakkında, **niyet itibarıyla eleştirel olan ve kurumsal olarak garanti altına alınmış kamusal tartışmalar her daim yoktu (vurgular bana ait) (Habermas, 2004, 96).***

Görüldüğü gibi kamusal alan ve kamuoyu kavramlarının gerçek anlamda içinin doldurulması belli bir tarihsel dönemdeki gelişmeler sonucudur. Tartışan, muhakeme yeteneğini kullanan bir kamuoyunun var olabilmesi ve varlığını sürdürebilmesi, özellikle belli hakları güvence altına alan **anayasal devlet** ilkesinin hayata geçmesi ile ilgilidir. Habermas burjuva kamusal alanın oluşumunu ve gelişimini, sivil toplumu ve anayasal devletin gelişimi ile ilişkilendirerek çözümlenmektedir. Burjuva toplumunun belli bir gelişmişlik düzeyinde, devlet otoritesinin kişisel olmaktan çıktığını, diğer yandan ekonomik ve siyasal alanın birbirinden ayrı alanlar olarak tanımlanması çabasının görüyoruz. Devlet ile toplumun birbiriyle ilişkili ama kendi kuralları uyarınca yürüyecek işleyişlere sahip iki ayrı özne olarak kurulması bu döneme denk geliyor (Poggi, 1991, 115-122). Habermas'a göre aynı dönemde, kamusal ile özel olanın yeni bir ayrışmaya uğraması söz konusudur. Daha önce aile bir üretim birimiyken, modern pazar ekonomisinin doğuşu ile birlikte üretim anlamında ekonomik işlevlerinden soyunacaktır. Bu aşamadan sonra artık özel alan, ekonomik etkinliğin gerçekleştiği meta pazarı ile artık bu tür ekonomik işlevleri olmayan aileden oluşacaktır. Görüşleriyle aile ile kamusal-özel alan arasındaki ilişkiler konusundaki çalışmalara kaynaklık eden bir başka düşünür, E. Zaretsky de özel ve kamusal arasındaki ayrımın, sanayi kapitalizminin yapısında olduğunu, özellikle aile ile ekonomi arasındaki ayrımdayattığını belirtmektedir. Zaretsky'e göre, kapitalist gelişmenin temel eğilimi, üretken emeği, ailenin özel çabasından, çalışmasından ayırmak ve fabrika gibi kişisel niteliği ön plana

çıkmayan geniş ölçekli birimlerde toplamaktır. Bu çerçevede hane kendi tükettiğini üreten bir birim olmaktan çıkıp, artık kamusal alana taşınmış geniş çaplı üretimin yapıldığı yerlere işgücü sağlayan bir birim haline gelmiştir (1986). Kamusal- özel arasındaki bu ilişkiler ve dönüşümler daha sonra göreceğimi gibi, Habermas'ın kökleri özel alanda olan ama farklı biçimde işleyen kamusal alan kavramsallaştırması açısından çok önemlidir. Kamusal alan ve kamuoyunu gelişimi açısından önemli olan bir başka oluşum ise anayasal devlettir.

“muhakeme” yeteneğine sahip bir kamuoyu ve eleştireliliğe sahip bir kamusal alandan söz edilebilmesi, belli özgürlüklerin tanınmasını ve korunmasını gerektirmektedir. Toplanma, örgütlenme ile düşünce ve düşüncüyü açıklama özgürlükleri bu açıdan kilit önemdedir:

Yurttaşlar ancak, genel yarara ilişkin meseleler hakkında kısıtlanmamış bir tarzda, yani toplanma, örgütlenme, kanaatlerini ifade etme ve yayınlama özgürlükleri garantilenmiş olarak tartışabildiklerinde kamusal bir gövde biçiminde davranmış olurlar (Habermas, 2004, 95).

Söz konusu iletişimin yayılması, etkili olması için özgül araçlar gerektiğinden söz eden Habermas, devamlı, gazetelerin, dergilerin radyo ve televizyonu da “kamusal alanın iletişim araçları” olduğunu belirtmektedir. Tabii kamusal alanın dönüşüm sürecinde, yan, 20. yüzyılda kamusal alanın eleştirel gücünü yitirmesinde, kendi işlevinin de “kültür üretmek”ten “kültür tüketme”ye dönüştüğü iletişim araçlarının oynadığı olumsuz rol konusundaki eleştirilerini saklı tutarak. . .

Mutlakiyetçi dönemden modern topluma geçildiği dönemde yeni bir sınıf olarak ortaya çıkan burjuvazinin istemleri ve sınıfsal çarpışmalar, kazanımlar sonucunda devlet anlayışında bir değişiklik görülmektedir. Bu değişiklikle ilişkili olarak kamusal alan anlayışında da bir değişim yaşanmaktadır: “. . . kralın iktidarının yalnızca halkın *önünde* temsil edilmesine dayanan bir kamusal alan yerine, devlet otoritesinin halk *tarafından* bilgili ve eleştirel tartışma aracılığıyla kamusal olarak denetlendiği bir kamusal alan oluşmuş”dur (McCarthy, 2004, 91). Başka dönecek olursak, kamuoyunu kurucu bir unsur olarak “aleniyet” yeni bir sınıfın, burjuvazinin istemleri ve mücadelesi ile yakından ilişkilidir. Palazlandığı dönemde, gizli veya yalnızca belli bir kesimce bilinen kurallara göre işleyen, kralın keyfiyetine açık mutlakiyetçi

devlete karşı mücadele veren burjuvazi açısından devlet eylem ve işlemlerinin açık ve bilinebilir olması, o dönem için, mutlak önem taşımaktadır. Habermas kamuoyunun eleştirel işlevi ile aleniyet arasında ilişki olduğunu özellikle vurgulamaktadır (1997a, 58-59). Devlete ait bazı "işleyişler" in aleniliği ile kamusal eleştiri ve denetim "görevlerini yüklenen kamuoyu arasındaki bağlantıyı şöyle betimlemektedir düşünür:

'Kamuoyu' ifadesi, yurttaşların oluşturduğu kamusal gövdenin devlet biçiminde örgütlenmiş yapıya karşı, enformel olarak (ve tabii seçim dönemlerinde de formel olarak) yürüttüğü eleştiri yapma ve onu kontrol edebilme görevlerine işaret eder. Devlete ait bazı işleyişlerin 'alenî' olması gereğine dayanan düzenlemeler de (Publizitativvorschriften), mahkemelerin halka açık olmasını sağlayan düzenlemeler gibi örneğin, kamuoyunun bu işleviyle ilişkilidir (Habermas, 2004, 96).

Habermas'ın çözümlemesinde, siyasal kamusal alanın özelliklerinin belirlenmesi sürecinde kamuoyunun eleştirel niteliği ve alenilik hem tarihsel bir olgu hem de oluşturulacak bir demokrasi anlayışı açısından normatif bir ilke olarak karşımıza çıkmaktadır. Aleniyet, ilan etme, kamuya açılma, kamusal alan ile özel alanın ilişkileri çerçevesinde de önemlidir. Bu aşamada söz konusu ilişkiye biraz daha yakından bakalım.

Kamusal Alanın Fideliliği Olarak Özel Alan: Eleştirelilik, Öznellik ve Özerkliğin Taşıyıcısı Olarak Birey

Devlet-toplum ayrımı çerçevesinde, devletin dışında kalan bir kamusal alan tanımlayan Habermas için, söz konusu alana temel özelliklerini kazandıran bir düzey de özel alan ve bu alanda varolan "burjuva ailesidir. Kamusal alanın temelini oluşturan eleştirel olma niteliğine sahip birey bu aileden yetişmektedir. Bireylerin kamusal alanla ilişkisi şu tanımdan çıkarılabilir: "Burjuva toplumunda kamu, kendisini ilkin kamusal topluluk olarak bir araya gelmiş **özel şahıslar** suretinde ortaya koyar" (vurgu bana ait) (Habermas, 1997a, 93). Özerk bireylerden oluşan kamusal alana "özgür aktörler" sağlayan kurum, özel alanın çekirdeğini oluşturan burjuva ailesidir. Modernliğin bir ürünü olarak karşımıza çıkan ve aile içinde yaşanan mahremiyetin özellikleri de neden ailenin özerk bireylerin deposu olarak

görüldüğünün ipuçlarını vermektedir. “Tahakkümden bağımsız bir iletişim” ve “toplumsal zorlamaların dışında olma” özelliğiyle mahremiyet ancak aile içinde yaşanabilir. Nitekim geç kapitalist topluma ilişkin çözümlerinde oldukça karamsar olan Frankfurt Okulu’nun ilk kuşağı düşünürlerinden Horkheimer ve Adorno da bu tek tipleştirici, soluk aldırmayan toplumsal yapı içinde, bireyin, bir nebze de olsa özgürleştiği kurum olarak aileyi işaret etmektedir (Horkheimer, 2005, 273-274).

Habermas’ın daha sonraki çalışmalarında, geç kapitalist toplumun bir ağ gibi saran ideolojisi ve uygulamalarına karşı “bozulmamış bir iletişim”e affettiği önem ve yer hatırlandığında, 1960’larda yazdığı eserinde bu iletişimin kaynağı olarak aileye yaptığı vurgu öne çıkmaktadır. Burada aile, bir taraftan mahremiyetin sözü edilen özelliklerinin yaşandığı yer olarak idealize edilmekte ve diğer taraftan normatif ilkeler çıkarılmasına olanak sağlayacak bir kurum olarak resmedilmektedir. Bunun yanı sıra, yeni bir “insanlık” kavramının çıkarılmasında da bu ideal aile temel olmaktadır. Ayrıca tarihsel olarak, kamunun “siyasal işlevler üstlenmesinden önce, çekirdek ailenin mahrem alanından kaynaklanan “öznellik”, bir anlamda kendi kamusunu oluşturmaktadır (Habermas, 1997a, 96). Bu “edebi kamu”dur. 18. yüzyılda drama ve psikolojik çözümlere dayanan romanlar, bir taraftan yeni bir sınıf olan burjuvazi ihtiyaç duyduğu ahlaki normları yansıtır, aile içindeki özel ilişkileri işlerler, ailenin mahrem alanının varlığına işaret ederler. Diğer yandan söz konusu eserler, ailenin kendisine ilişkin imgesini yansıtır. Bu çerçevede ailenin mahremiyeti içinde birey kendisini, ekonomik ilişkilerden bağımsızlaşmış ve “saf” insani ilişkiler içinde hissetmektedir.

18. yüzyılda çok görülen bir edebi tür olan mektup biçimindeki romanlar da psikolojiye yönelik ilgiyi göstermektedir. Habermas, “18 yüzyılda ekonomi politiğin yanı sıra özgül burjuva bilimi olarak ortaya çıkan bilim, psikolojidir” demektedir (1997a, 96). Psikolojiye yönelik ilgi artarken birey, mektup romanlarla bir yandan kendisini kendi özneliği içinde anlama, ifade etme olanağına sahip olmaktadır. Öte yandan, mektupla, kendisini, kendi duygularını başkalarına anlatma ve düşüncelerini kamuya açmakta, bir başka deyişle aleni kılmaktadır. Burjuva bireyinin kendisini kamuya açtığı bir yer de salonlardır. Burjuva ailede oturma odası, ailenin mahremiyetinin kurulduğu, aristokrat toplumun aile yaşamında

bulunmayan bir yaşam alanıyken, ailenin kamusal alana açılmasıyla birlikte mahremiyetini kendi özelliğini de salona taşımıştır. Hane reisinin kişiliğinde temsil edilen aristokrat aileden farklı olarak baba-anne ve çocuk(lar)la birlikte bir bütün oluşturan çekirdek burjuva ailesi, oturma odasındaki mahremiyetini salona götürerek, kendi “özellikleri” içinde “toplumsallaşır”. Aileyle öznel olan ve “mahrem olan, gerek edebi eserlerle gerekse salon tartışmalarıyla kamusal alana açılmaktadır (Habermas, 1997a 117-120; 123-127).

Burjuva bireyi, aile içinde kendisini ekonomik ve siyasi zorunluluklardan özgürleşmiş hisseder, her ne kadar “aslında pazar ilişkilerine daha fazla maruz kalsa da” (Habermas, 1997a, 121). Ancak burjuva ailesinin bireyi kendisini, zorlamalara tabi kalmadan “özgür”ce karar veren, kendisini eğitip yetiştiren, sevgi bağlarıyla oluşmuş bir topluluktaki birey olarak imgelemektedir. İşte düşünürü göre, yeni bir insanlık kavramının oluşmasına bu özellikler hizmet etmiştir. Bir taraftan, burjuva ailesinin kendisi hakkındaki imgeleminin genelleştirilmesi ve bunun sonucunda “evrensel” nitelik taşıyan bir insanlık kavramı ile tanışılmaktadır. Diğer yandan mülk sahipleri kendilerini, siyasal erkin buyruklarından özgürleşmiş hissetmektedir. Bu mülkiyet sahipliği esasına dayanan özgür olma, özerklik durumudur, tüm topluma genellenemez. Ancak burjuvazi kendi çıkarlarını genel çıkarlar olarak sunma konusunda başarılıdır. Bu çerçevede, “liberal model gerçekliğe” çok yaklaşmıştır. Bu aşamada, küçük meta üretiminin egemen olduğu bir toplumsal düzende herkes, “yeteneği” ve “talihi” sayesinde mülk sahibi olabilir. Böylece herkes, “insan” statüsünü, kamusal alana girmesi için gereken nitelikleri elde edebilme konusunda eşit imkanlara sahip olacaktır (Habermas, 1997a, 176-177). Bu noktada, “bir örgütlenme ilkesi olarak kamusalılık”tan söz edilebilir. Kamuoyu çerçevesinde de Habermas Marx’ın eleştirilerine hak vermektedir. Marx’a göre kamuoyu, burjuvazinin sınıfsal çıkarlarını maskeleymektedir. Hatta öylesine saklamaktadır ki, kamuoyu “kendi gerçek karakterini yani burjuva sınıf çıkarının maskesi olduğunu bizzat kendinden gizle”mektedir (akt.

Habermas, 1997a, 229). Habermas da sivil toplum, anayasal özgürlükler ve kamuoyu, kamusalılık arasındaki ilişkileri serimleyen modelin kapitalizmin liberal aşamasına özgü olduğunu kabul etmekle birlikte kamusalılığın gerçekte var olduğunu belirtmektedir. Kamusalılığın “herkese açık olma” ilkesi her dönemin gerçekliğine uygun düşmese de,

kamusal alanın sınırlarının genişletilebileceğini iddia etmektedir. Kamusal alan, kamuoyu, düşünürün kurduğu normatif çerçevenin temel taşları olarak kalmaktadır.

Özerk Bireyler Arasındaki İletişim ve Eleştirel Kamuoyu

Habermas siyasal düşünce tarihindeki birçok düşünürün kamuoyu konusundaki görüşlerine değinmekle birlikte, Kant'ın modelini esas almaktadır. Habermas da Kant gibi devletin meşruluğunu "aydınlanmış" bir eleştirel kamuoyunun varlığına bağlamaktadır. Kamuoyunun, devlet ile sivil toplum arasındaki etkileşime dayanan modelinin Kant'a ait olduğunu belirtmektedir Habermas bu modele göre, kamuoyu, tahakkümden bağımsızlaşmış, özerk bireyler arasındaki etkileşimin bir ürünüdür. Devlet ile Halk arasındaki ilişkide kamusal alanın ve kamuoyunun konumunu ele aldığımızda, devlet, kamusal alan ile, ki aleniyet buradaki temel özelliklerdendir, kendisini halka açmaktadır. Halk da eleştirel ve aydınlanmış olma temel niteliklerine sahip bir kamuoyu dolayısıyla yanıt vermektedir (Çulha, 1997)⁶. Habermas, her türlü çıkardan arınmış, herkese açık bir kamusal alan tasarlar, kamusal alanın, devlet erkinin baskısı ve buyruklarından bağımsız, ona karşı kurulan bir alan olduğu kadar sermaye egemenliğinden ve kar güdüsünden de bağımsız olması, onu da karşısına alması gerektiğini belirtmektedir: "... demokratik bir kamusal alan, 'ilke' olarak, sadece keyfilik, baskı ve bürokratik hiyerarşileriyle devlet egemenliğine değil, aynı zamanda sermaye egemenliğine, ticarileşme ve metalaşmaya karşı kurulan, kurulması gereken bir alandır" (Özbek, 2004, 34). Habermas da gerek burjuva kamusal alanın unsurlarını incelediği gerekse söz konusu kamusal alanın olumsuz anlamda dönüşümünü ele aldığı kısımlarda sadece devletin bir egemenlik aracı olarak baskısından değil, özel çıkarların bozucu etkilerinden de söz etmektedir. Yani düşünürün hem tarihsel bir olgu hem de normatif bir kategori olarak ele aldığı kamusal alan yalnızca devletin dışında ve ona karşı kurulan bir alan değil, aynı zamanda sermaye mantığına da karşı olan bir alandır. Fraser'ın cümleleriyle kamusal alan,

⁶ Habermas'ın çok katmanlı dilini çözerek kamusal alan konusundaki çözümleme düzeylerini kavramak konusunda Çulha'nın çalışmasından, yalnız bu noktada değil metin boyunca da çok yararlandım.

... kavramsal olarak devletten ayrı olan; ilke olarak da devlete karşı eleştirel söylemlerin üretildiği ve dolaştığı bir alan. Habermasçı anlamıyla kamusal alan aynı zamanda resmi-ekonomiden de kavramsal olarak ayrı; Pazar ilişkilerinin değil, söylemsel ilişkilerin alanı; satın alma ve satmak yerine, tartışma (debate) ve müzakere (deliberate) için bir sahne (Fraser, 2004, 104-105).

Habermas'ın **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü** (KAYD) eserinin İngilizce çevirisinde, kitabın alt başlığı "Burjuva Toplumunu Bir Kategorisinin Sorgulanması" adını taşımaktadır. Düşünür eserinde, "liberal burjuva kamusal alan modeli" dediği bir modelin oluşumunu, özelliklerini ve dönüşümün, çözülmesini ele almaktadır. Bu çerçevede, burjuva kamusal alanın çözülmesi, refah devletinin korporatist bir yapıya bürünmesi ile ilişkilendirilmektedir. Liberal dönemdeki devlet-toplum ayrımının üzerinde duran Habermas, refah devleti politikaları ile devletin özel alan yönelik yoğun müdahalesi sonucu, bu ayrımın ortadan kalktığını ve kamusal alanın da yapısal bir dönüşüm geçirdiğine dikkat çekmektedir. Habermas'ın refah devletine yönelik eleştirilerini, aynı zamanda, mensubu olduğu Frankfurt Okulu'nun geç kapitalizm üzerine tahlilleriyle birlikte okumak anlamlı olacaktır. Özellikle 2. Dünya Savaşı döneminde kapitalist ülkelerin deneyimini ele alan düşünürü göre, devletin topluma artan müdahalesinin yanı sıra özel örgütlerin yönetim üzerinde etkilerini artırmaları ve bürokrasinin özel çıkarlar tarafından yönlendirilmeleriyle birlikte devlet ile toplum arasındaki ayrım silikleşmektedir. Eleştirel niteliğini yitiren kamusal alan da artık sivil toplum ile devlet arasındaki dolayım işlevini yerine getirememektedir. "herkese açık" olan ve kamuoyunu oluşturacak tartışmaların özgürce sürdürüleceği bir kamusal alan yerini çıkar gruplarının rekabetinin, mücadelesinin sürdüğü bir arenaya bırakmaktadır. Düşünürün ünlü "feodalleşme" tezi de bu değişimle ilişkilidir. Ekonomik işleyişin ve bununla ilgili olarak toplumsal üretimin devletin buyruklarından kurtarılarak Pazar mekanizmasına devredilmeye çalışıldığı, bu çerçevede devlet ile toplumun ayrışmasından, bir sivil toplumdan söz edildiği liberal dönemin aksine, siyasal iktidar ile özel çıkarların iç içe geçtiği bir ekonomik-toplumsal yapı söz konusu olmaktadır. Eleştirel niteliğini, devlet ile toplum arasındaki ayırmadan alan kamusal alan da bu süreçte, devletin karşısında konumlanma, herkese açık olma, özel çıkarlardan bağımsızlık, eleştirelilik gibi temel niteliklerini kaybetmeye

başlamıştır. Başka bir deyişle, devletin özel alana müdahalesiyle toplumsallaştığı, toplumun (veya toplum içindeki bir kesimin) devlet katında ilişkiler geliştirerek yarı siyasal niteliğe büründüğü, devletleştiği durumda, gücünü devlet-toplum ayırımından alan ve öznelere "özerk ve özgür" olduklarını düşünen bireylerin yetiştiği özel alandan sağlayan kamusal alanın dönüşümü de kaçınılmazdır. Genel olarak bakıldığında, tüm bu değişimler sonucunda, teknokratik siyaset anlayışının egemen olması, bürokrasinin güç kazanması ve özel çıkar guruplarıyla kurduğu ilişkilerle siyasal alanda belirleyiciliğinin artması, kitle kültürünün karşısında akla önem veren eleştirel kamusal alanın giderek yok olması söz konusudur. Bunun yanı sıra devlet politikalarının eleştirilmesi, denetlenmesi, etkilenmesi işlevlerini yüklenen kamuoyunun "yönlendirilmesi" de bu süreçte yaşanan dönüşümlerdendir. Fraser'ın da belirttiği gibi, Habermas, burjuva kamusal alanın dönüşümünü çözümlemekle birlikte farklı bir kamusal alan modeli geliştirme çabası içine girmemiştir (Fraser, 2004, 105). Ancak kitabı boyunca liberal kamusal alan modelini anlatırken çıkarılan normatif ilkeler, yeni bir modelin ipuçlarını verebilir ki sonraki çalışmalarında bu çabanın sonuçları görülebilir.

Kamusal Alanın Dönüşümü ya da Düşüşü

Habermas KAYD eserinin ilk sayfalarında, plebyen kamusal alan gibi farklı biçimlerden haberdar olmakla birlikte çalışmasını burjuva kamusal alanla sınırlandıracağını belirtmiştir. Tarihsel olarak farklı kesimlere ve onların deneyimlerine, çıkarlarına yer vermekle, yani toplumun katmanlı yapısını ihmal etmemekle birlikte, normatif düzeyde bireylerin özel çıkarlarını dışarıda bırakarak dahil oldukları bir kamusal alan modeli çizmektedir düşünür. Habermas, çoklu çıkarların varlığı ile kitabın ikinci kısmını ayırdığı burjuva kamusal alanın çöküşü olarak da okunabilecek dönüşümü incelerken yüzleşmiştir ve bu çöküşten herhangi bir normatif model çıkarma çabasına girmemiştir. Aslında kimi yazarların belirttiği ve vurguladığı gibi, burjuva kamusal alanın çelişkili yapısı, yalnızca çöktüğü döneme özgü değildir, baştan itibaren bu özelliği taşımaktadır (Negt ve Kluge, 1993, 2-3 ve Hansen, 2004, 161).

Habermas'ın fikren beslendiği kaynaklardan biri, mensubu olduğu Frankfurt Okulu'dur. Düşünür, her ne kadar, ilk kuşak kuramcılar kadar karamsar olmasa da Okul'un geç kapitalist toplumlardaki kitle kültürü çözümlerinden etkilenmiştir. Adorno, Horkheimer ve Marcuse gibi geç kapitalizme özgü toplumsal yapının bozulmazlığı, sarsılmazlığı, aşılabilirliği yolundaki düşüncenin izlerine Habermas'ın çalışmasında da rastlanabilir. Ancak Okul'un diğer düşünürlerinden farklı biçimde olumlu bir Aydınlanma yorumuna sahip düşünür için eleştirel akıl ve iletişim bu toplumdan kurtuluşun veya bu toplumda yaşanan olumsuzlukların önüne set çekilmesi çabasının izleklerini oluşturmaktadır. Öte yandan KAYD kitabını ithaf ettiği Wolfgang Abendroth'un düşüncelerinden de etkilenmiştir Habermas. Her ne kadar, bir makale olarak da yayınlanan, 1990 baskısına yazdığı Önsöz'de, süreç içinde Abendroth'un "programatigi"nden uzaklaşmış olduğunu belirtse de (1997b, 31), bir dönem "demokratik sosyalizm"e geçiş yolunda "kaldıraç işlevi" göreceği düşünülen sosyal devlet-refah devleti fikri önemlidir Habermas için (1997, 30). Düşünür 1960'ların başlarında "iki kutuplu dünyada üçüncü yol kabul edilen refah devleti" fikrini önemsemekteydi (Çelebi, 2004, 271). Gerek KAYD eserinde gerekse diğer çalışmalarında refah devleti uygulamalarının "demokratikleştirici" etkilerinden söz edilmektedir. Habermas'ın karşı olduğu, aslında refah devleti değil, refah devletinin daha sonradan aldığı korporatist biçimdir. Bir yönüyle özel çıkar örgütlerinin güdümüne giren refah devleti, demokratik sosyalizme geçiş için kaldıraç olma işlevini yitirmiştir. Kamusal alan için temel niteliklerden biri olan açıklık, aleniyet ise yerini "görünüşte bir açıklık gösterisine" bırakmıştır.

Büyük örgütler, mümkün olduğu her an kamusal alanın kendisini devre dışı bırakarak devletle ve kendi aralarında politik uzlaşma arayışına giderler. Ama aynı zamanda bu büyük örgütler, görünüşte bir açıklık gösterisiyle kitlelerden en azından plebisitvari bir destek almayı kendilerine garantilemek zorundadırlar (demonstrative Publizität) (Özbek, 2004, 101).

Özbek'in de belirttiği gibi, kamuya dönerek kendi politikalarını açıklama ve onaylatma çerçevesinde kamuoyu varlığını sürdürse de artık bağlamı ve niteliği değişmiştir. Artık eleştirelliğin, akılcı tartışmaların mekanı olan bir kamusal alandan söz etmek çok zordur. Buna bağlı olarak kamuoyu biçimsel olarak varlığını sürdürmekle birlikte altındaki zeminin

kaymasıyla, kamusal alandaki değişimle birlikte yönlendirilen, yaratılan bir kamuoyu halini almıştır. Habermas, reklamlar, seçim kampanyaları vb. birçok etkinliğin yanı sıra “halkla ilişkiler” uygulamalarını da kamuoyunun “yaratılması”na ve “yönlendirilmesi”ne hizmet eden uygulamalar olarak değerlendirmektedir. Kitlelerin yönlendirilmesinde, özel girişimcilerin çıkarları doğrultusunda bir kamuoyu “oluşturulması”nda diğerlerinin yanında halkla ilişkiler uygulamaları da önemli işlevler üstlenmektedir⁷.

Burjuva kamu oyu public relations tarafından biçimlendirilmesi nispetinde yeniden feodal hatlara bürünüyor: “teklif getirip götürən” ulaklar itaate hazır müşteriler önünde temsili bir debdebe yaratıyorlar. Aleniyet, temsili kamusalığın bir zamanlar bahsettiği o şahsi saygınlık ve doğüstü otorite halesinin taklidini yapıyor (Habermas, 1997a, 328).

Uysal da, refah devleti uygulamalarının, tüm grupların çıkarlarını uzlaştırma çabasından uzaklaşıp, “güçlü grupların çıkarlarına yönel”mesi, “refah devletinin tekelleşmiş çıkarlarla özdeşleştirilmesi” sonucunda halkla ilişkiler etkinliklerinin de “örgütlü grupların amacına hizmet etme ile bütünleş”tiğini vurgulamaktadır (1998, 247). Kamusal alanın dönüşümü çerçevesinde siyasal kurumların yapılarında da önemli değişiklikler olmuştur. Kamuoyunun şekillenmesinde önemli etkilere sahip olan bu değişikliklere göz atalım bu aşamada.

Siyasal Yapıdaki Değişiklikler ve Kamuoyu Üzerindeki Etkileri

Habermas, politikaların oluşturulması, yasa yapma sürecinde tartışmaların yapıldığı bir kurum olarak gördüğü parlamentoya çok önem vermektedir. Anacak kamusal alanın yok oluşunun, niteliklerinin yitirilişinin yaşandığı süreçte, devlet yapısında da önemli değişiklikler olmuştur. Siyasal güç, parlamentodan yürütmeye doğru kaymıştır. Gerçekten de gerek dünyada gerekse Türkiye’de 1980 sonrası yaşanan dönüşüme bakıldığında, neoliberal politikalara eşlik eden kurumsal değişiklik istemlerinin başında, genel olarak, devletin

⁷ Ancak Habermas KAYD eserinin 1990 baskısına yazdığı ve daha sonra bir makale olarak yayınlanan Önsöz’de görüşlerinin aradan geçen zamanda yapılan çalışmaların ve kendi gözlemlerinin sonucu değişmiş olduğunu belirtmektedir. Adorno’nun adını anarak 1960lardaki çalışmasında kitle kültürü kuramının etkileri olduğunu vurgulayan Habermas, şöyle demektedir: “Kültürel alışkanlıklarıyla sınıfsal çıkarların ötesine geçen, çoğulcu, kendi içinde geniş ölçüde ayrılmış kitlesel kamusal topluluğun direnç yeteneğini ve özellikle eleştirel potansiyelini o vakitler fazla karamsar değerlendirmişim” (s.34).

küçültülmesi vardır. Özelde de, bu isteme paralel olarak, politika oluşturma sürecinde, parlamentoların etkin konumunu yitirerek yürütme organının öne çıktığı görülebilir. “Küçük ama etkin devlet” anlayışına uygun olarak, uygulamada veya Türkiye’de olduğu gibi yasal düzenlemelerle yönetim yapısı içinde yürütme organının ağırlığı artırılmıştır (Altwater, 1985, 149-152). Türkiye örneğinde, 1982 Anayasası’yla birlikte yürütme organı yasama organı aleyhine güçlendirilmiştir (Tanör, 1986, 115-116). Ancak başkanlık sistemine geçiş konusundaki tartışmalardan anlaşılmalıdır ki, politika oluşturma sürecinde yürütmenin öne çıkarılması, bu düzeyiyle kimi çevrelerin istemlerini karşılamaktan uzaktır. Söz konusu değişimin başkanlık sistemi tarzında bir hükümet sistemine geçişle tamamlanması arzulanmaktadır. Habermas, diğer etkenlerin yanı sıra, parlamentoların yürütme organları lehine güç kaybetmeleriyle, kamusal alanın çıkar guruplarının birbirleriyle rekabet ettikleri bir alana dönüştüğünü belirtmektedir. Bu durumda “herkese açık olma”, “özel çıkarlardan bağımsız tartışmaların yürütüldüğü bir alan olma” ve kamuoyunun oluşum sürecinde yapılan tartışmalarla ulaşılabilecek “ortak çıkarı” ifade etme gibi niteliklere sahip olması gereken kamusal alan bu özelliklerini yitirecektir. Halkın devlet politikalarını eleştireceği bir süreç ve mekanizma olarak “kamuoyu” ise bu işlevlerini yerine getirmeyecektir. Bu aşamada, “toplumsal meselelerin hal[]inde demokratik kolektif iktidar kurma yöntemi olarak” kamuoyundan söz edilemez artık (Özbek, 2004, 59). Bir başka deyişle, demokratik meşruiyetin sağlanmasını sağlayan zemin sarsılmaktadır. Habermas, daha sonraki çalışmalarında da devlet erkinin meşruiyeti ile kamusal alanda sürdürülen tartışmalar arasındaki bağı vurgulamaktadır. Devletin meşruluğunun sağlanması deneyimlerinde “hukuk devlet” düşüncesi, siyasal gücün hukukla kayıtlanarak egemenliğin temelini, zordan rızaya dayalı olma yönüne doğru kaydırmayı hedeflemektedir. Ancak buradaki hukukun “meşru bir şekilde üretilmiş hukuk” olması gerekmektedir. Bu çerçevede, hukukun somutlaşmış biçimi olan yasanın oluşum süreci önemlidir. Bu konuda farklı görüşler ve yöntemler olmakla birlikte⁸, Habermas’ın yeğlediği yaklaşıma göre yasanın “tartışma ve kamusalıkle” tanımlanan bir süreç içinde oluşması, yani ortaya çıkış sürecinin

⁸ Bu konudaki farklı temel yaklaşımlar için bkz. Mithat Sancar, Demokrasi-İnsan Hakları-Hukuk Devleti: Zorlu Bir Birlikteliği Çözümleme Denemesi, *Toplum ve Bilim*, 87, 2000-2001.

demokratikliği”, yasanın meşruiyetinin temelini oluşturmaktadır (akt. Sancar, 2000-2001, 20). Tartışma için kurumsal bir olanak sağlayan parlamentonun siyasal sistem içindeki ağırlığının giderek azalmasının, yasal meşruiyetin sağlanması süreci açısından olduğu kadar kamuoyunun oluşum süreci üzerinde de olumsuz etkileri vardır. Düşünür sonraki çalışmalarında, kamusalığın temel nitelikleriyle birlikte yaşamasını engelleyen olumsuzlukların aşılması yönünde neler yapılabileceği sorusu ekseninde yeni kuramsallaştırmalara gitmektedir. İletişim ve kamusalılık, yine iki anahtar kavram olmaya devam etmektedir.

Kamusalılık, İletişimsel Eylem ve Yaşam Dünyası

Habermas, KAYD eserinden sonra yaptığı çalışmalarda da iletişimin kapitalist toplum içindeki dönüştürücü rolü üzerinde durmaktadır. Marx’taki özgürleşme anlayışından esinlenen düşünür iletişim ile özgürleşme arasındaki bağı oluşturmaya çalışmaktadır. KAYD kitabına, 1990 baskısı için yazdığı Önsöz’de de değindiği gibi, Habermas, kapitalizm ve sosyalizm dışında inşa edilmeye çalışılan “üçüncü “yol”un gerçekleşmemesiyle ilişkili olarak, kendi “demokrasi teorisi bakış açısında” birtakım değişiklikler olduğunu, bu yenilenme süreci içinde verdiği ürünleri anarak anlatmaktadır (1997b, 41-42). “Yaşam dünyası”, “sistem” ve “iletişimsel eylem”, bu düşünce sürecinin kurucu kavramlarıdır⁹.

Kapitalizmin sınıflı bir toplum yapısına sahip olduğunu ve geçerli olan teknik ve bürokratik akılclığın bireylerin yaşamları üzerinde giderek artan bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir Habermas. Zorunluluk alanı olarak tanımlanan ve toplum içindeki üyelerin bilinçlerinin önemsenmediği, geçersiz sayıldığı, bireylerin araç olduğu “sistem” alanı, para ve iktidar mekanizmalarıyla yönetilmektedir. Ancak bu alan dışında onunla eşitlenemeyecek bir alan vardır ki o da “yaşam dünyası”dır. Yaşam dünyası, özgürleşme ilgisi, merakı üzerine kurulmuştur. İletişimsel eylem de yaşam dünyasında gerçekleşir. Habermas, “yaşam dünyası” kavramını tartışmaya Durkheim, Mead ve Schutz’un yorumsamacı sosyolojik

⁹ Habermas’ın iletişim kuramının çerçevesini ve bu kurama yönelik değerlendirmeleri bütünlüklü bir biçimde anlamak konusunda, gönderme yapılan kaynakların yanı sıra, Coşkun’un çalışmasından yararlandım. M. Kemal Coşkun, Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler: Türkiye’de Demokratik Açılımlar, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, 2005.

kavrayışından yararlanarak başlamıştır. Düşünür için yaşam dünyası, Lechte'nin anlatımıyla, hem kamusal hem de özel alanları içine alan bir bilinç çevrenidir. "Benliği oluşturma" ve "iletişimsel eylem" alanıdır. İletişim, Habermas için, yaşam dünyası içinde yer alan etkinliklerin en önemlisidir, çünkü burada, ideal olarak, birey, sözlerinin geçerliliği için kabul edilmeye, tanınmaya hak kazanır. Ayrıca, burada, bu alanda, yaşam dünyasının yapısal unsurları değişikliğe uğratılabilir, yenileştirilebilir. Bu değişikliklerin de daha üstteki, araçsal akılcalığın kaynaklandığı daha geniş toplumsal sistem üzerinde etkili olacağı varsayılmaktadır (Lechte, 1994, 187-188). Bir başka deyişle, yaşam dünyası için temel önemde bir etkinlik olan iletişim yoluyla sistem üzerinde de etkili olunabilir. Yaşam dünyası, özgürleşme ilgisi, merakı üzerine kurulmuştur ancak aklın ve dilin bozulmuş biçimde kullanımı, anlamayı zorlaştırır. Bu çerçevede, konuşma, iletişim ediminin belli özelliklere, normlara sahip olması gerekmektedir. Düşünürün "ideal konuşma durumu" biçimde kavramsallaştırdığı, her iletişim eyleminde bulunduğu varsayılan normlar şöyle sıralanabilir:

1. Söylenilen şey, idrak edilebilir bir şeydir —yani, belirli sentaktik ve semantik kurallara uyar o; öyle ki diğerlerince anlaşılabilir olan bir 'anlam' ortaya çıkar. 2. Söylenilen şeyin önermesel (propositional) içeriği, doğrudur. 'Önermesel içerik', konuşmacının söylediği şeyin bir unsuru olarak, yaptığı olgusal (factual) iddialara işaret eder. 3. Konuşmacı, söylediği şeyi söylemede doğrulamıştır (justified). Diğer bir ifadeyle, dil-kullanımının (language-use) herhangi bir bağlamında konuşmanın kullanımında belirli toplumsal haklara ya da 'normlara' başvurulur. 4. Konuşmacı, söylediği şey de samimidir —dinleyeni aldatmayı amaçlamaz- (akt. Giddens, 1991, 135).

Giddens'a göre, Habermas'ın kavramsallaştırdığı ideal konuşma durumu, dilin doğasında "asli" olarak vardır. Ayrıca Habermas, ideal konuşma durumuyla, halihazırdaki toplumsal kurumların ve iletişim biçimlerinin eleştirilmesi için bir "ölçüt" sağlamaktadır (Giddens, 1991, 139). Habermas, Frankfurt Okulu çevresindeki diğer çalışmalarda da görülebileceği gibi, geç kapitalist toplumlarda, "araçsal teknokratik akıl"ın sorunlar yarattığını belirtmektedir. Bunun yanı sıra, düşünüre göre, "iletişim alanındaki toplumsal normların . . . akılcılaştırılmasının gerçekleştirilmemesi" de ilki kadar önemli bir sorundur. "Toplumsal normların akılcılaştırılması ile kastedilen şey, sağlıklı iletişim ve evrensel ve akılcı bir

oydaşıma olanak verebilecek olan katılımcı bir demokrasinin kurulmasıdır” (Coşkun, 2005, 36-37).

Habermas iletişime verdiği öneme dayanarak, geç kapitalist toplumda yaşam dünyasının korunması çerçevesinde değişik yöntemler önermektedir. “Kuşatma modeli” bunlardan biridir. Düşünür, bu modelde hedefin, devlet gücünü ele geçirmek ve yıkmak biçiminde tanımlanabilecek “klasik devrim görüşü”ne karşı çıkmayı amaçladığını belirtmektedir (akt. Carleheden, 2002, 74). Habermas kendi modelindeki hedefi de “sistemin emredici kiplerinin yaşam dünyası alanlarına dönük sömürgeleştirici tecavüzlerine set çekilmesi” biçiminde formüle etmektedir (1997b, 41). Bu hedef doğrultusunda iletişimin rolünü de şöyle tanımlamaktadır düşünür:

... dayanışmanın toplumsal entegrasyon gücü —‘üretici güç olarak iletişim’-, diğer iki yönlendirici güç olan para ve yönetsel iktidara karşı kendini kabul ettirebilecek ve yaşam dünyasının kullanım değerine odaklanmış taleplerine geçerlilik kazandırabilecektir (Habermas, 1997b, 41).

Habermas’ın kavramsallaştırdığı bir diğer yöntem de “kanal modeli”dir. “Olgular ve Değerler Arasında” adlı eserinde yer alan kanal modelinin, kuşatma modeline nazaran “çok daha geniş kapsamlı bir demokratikleşmeye dayan”diğını belirtmektedir düşünür (akt. Carleheden, 2002, 75). Siyasi düzenin bir çevre ve merkezden oluştuğu kanal modelinde, yurttaşlar, “siyasal kale”yi siyasal tartışmalar yoluyla kuşatmakla kalmamaktadır. Habermas’a göre, klasik kuvvetler ayrılığı kuramının genel algılanışında, ikincil konumda kalan yürütme (idare) ve yargı yerlerinin de “iletişim akışları”ndan etkilenmesi gerekmektedir. Çünkü günümüzde yürütme organları da (idare ve bir yürütme birimi olarak yargı) düzenleyici işlem yapmaktadırlar. Bu işlemlerin meşru olabilmesi için söz konusu “farklı katılım biçimlerine” ihtiyaç vardır. Bu bağlamda, çevrede, siyasal kamusal alanda oluşan görüşler, demokratik ve anayasal süreçlerin “aracılığıyla” (kanalıyla) çevreden merkeze, yani parlamentoya, mahkemelere, yürütme organına-idareye, aktarılırlar (akt. Carleheden ve Gabriels, 2002, 74-75; Özbek, 2004, 80-81).

Kamusal Alan ve İletişim: Sınırlılıklar ve Olanaklar

Habermas, KAYD kitabında gerek edebi gerekse siyasal kamusal alanın eleştirelliği, akılcılığı ile siyasi iktidar tarafından üretilen politikaların etkilenmesi, denetlenmesi amacına yönelik bir arayışın temelini oluşturduğunu belirtmektedir. Özellikle kamusal alanda müzakereye dayalı biçimde oluşan kamuoyu dolayısıyla yönetsel iktidarın politikaları eleştirel bir süzgeçten geçirilmekte, politikaların oluşumuna toplumsal kesimlerin katılımı sağlanmaktadır. Bu yolla kamusal alanın öznelere olarak yurttaşlar, siyasal sürece dahil olmakta, kendi görüşlerini aktarmaktadır. Özbek'in deyişiyle, "kamuoyu ilkesi", "toplumsal meselelerin hallinde demokratik kolektif iktidar kurma yöntemi" olarak karşımıza çıkmaktadır: "Rasyonel-eleştirel[eylem] fikir [tartışma] politika oluşumunu etkiliyor mu, ne derece dönüştürüyor?" (Özbek, 37-38?). Habermas, "sistem ve yaşam dünyası" kavramsallaştırmasıyla buna olumlu yanıt vermektedir. Bu çerçevede düşünürün koyduğu hedef, "ekonomik sistem ile bürokratik yaşamın sahip [olduğu] tahakküm sistemini ilga etmek değil; yaşam dünyasını sistemin sömürgeleştirici etkisinden kurtarmaktır" (Habermas, 1997b, . . .). Bozulmamış bir iletişim, akılcılaştırılmış ve eleştirel olma niteliklerine sahip bir iletişim [süreci], yaşam dünyasının, sistemin olumsuz etkilerinden korunması, kurtarılması bakımından kilit önemdedir. Demokratik katılımın önemini vurgulamak ve buna ilişkin mekanizmaları oluşturmak açısından Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırmasının "paradigmatik bir değeri" olduğu belirtilmektedir. Fraser, ilan edilmiş "liberal demokrasinin zaferine" karşı "geç kapitalist toplumlardaki demokrasinin sınırlarına eleştirel bir toplumsal kuram projesi" oluşturmanın gereğine işaret ederek Habermas'ın 1962'de yayınlanan KAYD kitabında merkezi bir kavram olan ve sonraki çalışmalarında da yer verdiği "kamusal alan" kavramının önemini vurgulamaktadır. Habermas'ın bu kavramı, yalnızca liberal demokrasinin eleştirilmesi açısından değil "ilerici toplumsal hareketlere" ve bu hareketlerin bağlantılı olduğu "politik kuramlara bulaşmış olan bazı zihin karışıklıklarının üstesinden gelmek için bir yol sağlıyor" demekte Fraser. Bu çerçevede "devlet aygıtları" ile "yurttaşların kamusal söylem ve birleşme/örgütlenme (association) alanları" arasından bir ayrım yapmamak bir takım sorunlara yol açmaktadır: ". . . devlet aygıtının söylemin ve toplanmanın kamusal alanıyla karıştırılması, sosyalist vizyonun katılımcı bir demokratik

biçim yerine otoriter devletçi bir biçim içinde kurumlaşmasını getiren süreçlere yol döşedi". Fraser'a göre bunun sonucu da ". . .sosyalist demokrasi fikrinin kendisinin tehlikeye atılması ol"muştur (Fraser, 2004, 104). Bu çerçevede kamusal alan kavramı, gerek bugünün egemen ideolojisi konumundaki neoliberal düşüncenin ve liberal demokrasinin eleştirisine yönelik olarak gerekse alternatif bir demokrasi modelinin kurulmasından önemli bir kavramsal araç konumundadır. Ancak bazı sınırlılıklarıyla . . .

Kamusal alan kavramı birbiriyle ilişkili iki özelliği barındırmaktadır: Siyasal iktidarın yurttaşlarca denetlenmesi, etkilenmesi ve bu yolla siyasal hakimiyetin akılcılaştırılması, meşrulaştırılması. Diğer yandan da bu süreçte, katılımcıların, kendine özgü nitelikleri olan bir etkileşimi yaşamaları. Tartışmanın herkese açık olması ve özel çıkarlardan bağımsız bir tartışmanın yürütülmesi, bu etkileşimin olmazsa olmaz koşullarındandır. Ancak bu koşulların sağlanması gerçekte mümkün olamamaktadır. Yalnızca Habermas'ın eleştirdiği geç kapitalist toplumda değil, KAYD eserinin ilk kısmında incelediği liberalizmin ilk dönemlerindeki toplum biçiminde de tartışma sürecinden dışlanan kesimler vardır, asimetrik güç ilişkileri ve uzlaşmayan çıkarlar söz konusudur. Habermas, modelinin "küçük meta üreticilerinin" egemen olduğu bir toplum için geçerli olabileceğini söyleyerek ve diğer taraftan modelinin cinsiyet temelli dışlama gibi bir zafiyeti barındırdığını kabul ederek eleştirilerin bir kısmını yanıtlamaktadır (Habermas, 1997b). Diğer taraftan Habermas'ın amacının yalnızca burjuva kamusal alanını bir olgu olarak çözümlenmek değil, aynı zamanda normatif bir çerçeve kurmak olduğu da hatırlandığında yapılan "idealleştirme" bir ölçüde anlaşılabilir. Ancak bu eleştirilerin tümüyle tüketilmesi anlamına gelmemektedir. Toplumda farklı çıkarların bulunması ve bunların uzlaşmaz nitelikte olması, "kamuyunun ölçüt"ü olabilecek "meşru bir genel irade oluşumu"na gölge düşürmektedir. Bu çerçevede Postone, yapılan siyasal tartışmanın diğer özelliklerinin yanı sıra "eşitsiz iktidar ilişkileri tarafından belirlenmemiş olması" gerektiğini belirtmektedir (Postone, 1992, 167). Habermas KAYD kitabının 1990 baskısına yazdığı Önsöz'de, birbirinden farklı çıkarlara sahip kamuların çokluğu meselesine bağlanabilecek bu meseleyi çözemediğini belirtmekle birlikte bu durumun çözümüne veya sınıflı bir toplum yapısında çözümsüzlüğüne ilişkin ipucunu, yaptığı bir söyleşide vermektedir. Kendisine, "Olgular ve Değerler Arasında" adlı

çalışmasındaki “siyasal kamusal alanın yalnızca ‘sınıfsal sınırların ötesine geçmiş ve toplumsal katmanlaşma ve sömürünün binlerce yıllık zincirlerini kırmış’ bir sivil toplumdan destek alabileceği” yönündeki değerlendirmesi hatırlatıldığında, Habermas bunu kabul ederek “ideal” kamusal alanın hangi toplumda ve hangi koşullar altında gerçekleşebileceğinin ipuçlarını vermektedir. Ve devam etmektedir düşünür: “İletişsel güç, yalnızca karşılıklı tanıma temeline dayanan bireysel ilişkilerin yaratıldığı ve iletişsel özgürlüklerden yararlanma olanağı sağlayan kamusal alanlarda oluşabilir” (akt. Carleheden ve Gabriels, 2002, 80-81).

İletişimin sağlanması açısından önemli olan bu niteliklere sahip bir kamusal alan veya bu niteliklere sahip kamusal alanı çevreleyen toplumsal koşullar yaşanan gerçeklikle bağdaşmakta mıdır? Habermas daha önceki düşüncelerinde bazı değişiklikler olduğunu vurguladığı KAYD kitabınının 1990 baskısına Önsöz’de de, daha sonra kendisiyle yapılan söyleşidekine benzer biçimde sınıfsal farklılıkların ve çelişkilerin ideal bir iletişimin yaşanmasını engellediğini belirtmektedir. Bu çerçevede ideal iletişim veya ideal konuşma durumu, “sınıfsal sınırların” aşıldığı ve buna bağlı olarak sınıfsal bir tahakkümden söz edilemeyen, “toplumsal tabakalaşma ve sömürünün” olmadığı bir sivil toplum tarafından çevrelenen siyasal kamusal alanda gerçekleşebilir (Habermas, 1997b). Bu yönüyle Habermas’ın kamusal alan, kamuoyunun oluşumu, iletişimsel eylem ve ilişkili kavramlarla oluşan kuramı, ütopyayı “çevrelendiği ‘varoluşla’ uygunluk içinde olmayan bir bilinç ütöpiktir” diyerek tanımlayan Mannheim’in tanımına uyararak söylesek “ütöpik”tir (Mannheim, 2004, 217). Habermas’ın kendi deyimiyle ise, “normatif bir niteliğe” sahiptir. Söz konusu normatif nitelik bize ne sağlamaktadır? Habermas’ın hukuki düzlem ve iletişim çerçevesinde, daha sonraki çalışmalarıyla da geliştirdiği “sivillik” politikasının eleştiren Balibar şöyle demektedir:

... uluslararası hukukun dünya çapında demokrasinin elzem bir boyutu olduğunu kabul etsem bile bir sivillik siyasetinin temelini basitçe bunun üzerinde ısrar etmekle oluşacağı fikri bana tatminkar gelmiyor. Örneğin buna bir iletişim etiği vurgusu da ekleyen Jürgen Habermas istikrarlı biçimde bu yönde hareket etti. Ama Habermas “iletişimin” kapılarının

bazen zorla, hatta bazen şiddetle açılması gerektiğini, yoksa sonsuza kadar kapalı kalacaklarını unutuyor (Balibar, 2000-2001, 41).

Balibar, şiddetin günümüzdeki sosyoekonomik sisteme yönelip sistemin ürettiği şiddetin şiddetle aşılabileceğini belirtmektedir. Ancak bu noktada önemli bir kaygısını da dile getirmektedir. Bu kaygıyı soru biçiminde formüle edersek, geçmişte, E. Hobsbaw'nın "aşırılıklar çağı" diye nitelediği 20. yüzyıldaki gibi aşırı şiddet, "özgürleştirici siyasetlerin kalbine yerleşirse ne olacak? Bugün de benzer bir tehlikeye işaret eden düşünür şöyle demektedir: " 'Medenileşmesi' veya 'sivilleşmesi' gereken yalnızca *devlet* veya *ekonomi* değil, *devrimin kendisidir de'* (Balibar, 2000-2001, 42). Bir açıdan Balibar, Habermas'ın modelinin normatif içeriğinin sağladığı katkı çerçevesinde sormuş olduğumuz sorunun yanıtını da vermektedir: İdeal olanın serimlenmesi, varolanın eleştirilmesi noktasında Habermas'ın sunduğu normatif çerçeve önemli olanaklar sağlamaktadır. KAYD eserinin ikinci kısmında, genel olarak geç kapitalist toplumlarda, toplum ile devlet ilişkisinin geçirdiği dönüşümü, özeldense halkla ilişkiler uygulamalarının da dahil olduğu kültürel alandaki dönüşümleri irdeleyen Habermas, sorunu, refah devletinin neokorporatist bir nitelik kazanmasına bağlamaktadır. Söz konusu dönüşümün tohumlarının "idealize ettiği klasik liberal dönemin toplumsal yapısında içerilmiş olduğu" noktasını yeterince çözümleyemediğini, kendisine yöneltilen eleştirilere verdiği yanıtlarda kabul etmektedir düşünür. Bu eksikliğe rağmen Habermas'ın özellikle kamusal alan kavramsallaştırması paradigmatik bir değere sahiptir. Karşı kamusal alan kavramsallaştırmalarıyla veya düşünürün modelini eksen alarak yaptıkları yenileştirmeler, eklerle Habermas'ı eleştiren düşünürler de bu değeri teslim etmektedirler (örneğin Negt ve Kluge; Fraser, Postone, Hansen vb.). Bunun yanı sıra, Habermas devlet dışı bir kamusal alan varlığını ve olanaklılığını göstererek, liberal politikaların aşılmasına ve eleştirilmesine yönelik politikaların üretilebileceği bir mekanı işaret etmektedir. Ancak sözü edilen mekanın uzlaşmaz çıkarları barındıran yapısının yanı sıra dikkate alınması gereken bir başka nokta da kapitalizmin küreselleşmesi koşullarında ulusal ölçekteki siyasal yapıların, ulus devletlerin politika üretimi sürecinde ne derece belirleyici olduklarıdır. Halihazırda ekonomiyi, "küreselleşme dinamiğinin motoru" olarak gören Benhabib, bununla birlikte, diğer alanlarda da çözümler yapılarak "eleştirel bir

model" oluşturma'nın gereğine işaret ediyor: "Sistem küresel iktisat olmasına rağmen, bunun yaşam dünyası üzerindeki etkilerini çeşitli biçimlerde çözümlenemeyen olacak" (akt. Tekin, 2003, 77).

Sonuç Yerine: Halkla İlişkiler İçin Kamusal İletişim veya *Vice Versa* . . .

Halkla ilişkiler açısından bakıldığında Habermas'ın gerek ilk gerekse kamusal alan kavramını yanında taşıyarak iletişim üzerinde yoğunlaştığı sonraki çalışmaları, bu alana, iki düzeyde katkıda bulunabilir. Halkla ilişkileri konu alan çalışmalarda, Habermas'ın kamuoyunu "imal eden", "manipüle eden" halkla ilişkiler çözümlemesinde konu edildiği etkinliklere benzer uygulamalara bir tepki olarak "iyi halkla ilişkiler" oluşturma çabası görülmektedir. Düşünürün eleştirel bir kamusal alanın varoluş koşulları ile bozulmamış iletişimin sağlanması çerçevesinde tanımladığı ilkeler, bu çabalar için bir mihenk taşı olabilir. Ayrıca halkla ilişkiler ile kamuoyunun biçimlendirilmesi konusunda Habermas'ın katkısına değinen Ehling ve arkadaşları şöyle demektedir:

(Halkla ilişkiler tarafından yaratılan) iletişim sistemi mesaj alışverişine dayanır. . . bu kamuoyunun biçimlendirilmesinde özel kanaatlerin açıklanmasının ötesine giden politikalar ve sorunsallar hakkında diyalogların ve argümanların geliştirilmesini içerir. Kamuoyuna yönelik olarak aynı vurgu Habermas'ta da vardı (akt. Pieczka, 2002, 124).

Pieczka da bu tanıma göre, halkla ilişkilerin sürdürülen kamusal tartışmalar dolayısıyla "kamuoyu ve kamusal alan için bir mekanizma sağlama"bileceğinden söz etmektedir (2002, 124). Madalyonun diğer yüzüne baktığımızda, yani kamuoyunu oluşturduğu varsayılan yurttaşlar açısından da yönlendirici halkla ilişkiler stratejilerine karşı bir tepkinin dile getirilmesinde olduğu gibi, aynı zamanda karşı stratejiler üretilmesinde de eleştirel niteliğe sahip bir kamuoyu önemlidir.

Asimetrik güç ilişkilerinin yaşandığı, toplumsal tabakalaşmanın var olduğu bir toplumsal yapıda yekpare bir kamusal alandan söz etmek olanaklı değildir. Ancak bu çerçevede, ortak veya birbirine benzer çıkarlara, amaçlara sahip öznelere, kesimlerin oluşturduğu kamu

adacıları ve bu çerçevede oluşmuş birden fazla kamuoyu olabilir. Belli amaçlar için örgütlenmiş sivil toplum örgütleri ve benzer ortaklıklar, örgütler, sözü edilen adacıların örneği olabilir. İdeal iletişim ortamı bu örgütler içinde oluşturulabilir ve eleştirel kamuoyları bu örgütler aracılığıyla biçimlendirilebilir. Bireyler ya piyasanın bir öznesi olarak ya da devletin bir yurttaşı olarak görüşlerin tepkilerini burada şekillendirebilirler. Ancak eşitsiz toplumsal ilişkiler, bireyleri olduğu gibi örgütleri de etkilemektedir, bireysel veya ortak her kanaat, politika oluşum sürecinde aynı etkiye sahip olamamaktadır. Bunun yanı sıra, “küreselleşme” koşullarında ulus devletler, politikaların oluşturulduğu tek, belirleyici sahne olmaktan çıkmış durumdadırlar. Bu noktalar unutulmadan, eleştirel kamusalılığı yaratan ilkelerle, yöneten-yönetilen arasında kurulan iletişim, yönetim yapısı içinde süregiden halkla ilişkileri uygulamalarının yeni bir çehre kazanmasına etkide bulunabilir.

Kaynakça

- Althusser, L. (1994), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Y. Alp ve M.Özışık (çev.), 4. bas., İstanbul:İletişim Yayınları.
- Altwater, E. (1985), Yeni Liberal Karşı-Devrimin Mübtezelliği, Y. S. Öner (çev.), **Kriz ve Neoliberalizm ve Reagan Dosyası**, İstanbul:Alan Yayıncılık, 42-67.
- Anderson, P. (1988), **Gramsci, Hegemonya, Doğu/Batı Sorunu ve Strateji**, T. Günersel (çev.), İstanbul:Alan Yayıncılık.
- Balibar E. (2000-2001), Bir Zulüm Topografyasının Anahatları: Küresel Şiddet Çağında Yurttaşlık ve Sivillik, M. Mutman ve M. Yeğenoğlu (çev.), **Toplum ve Bilim**, 87, 28-43.
- Biber, A. (2004), **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**, Ankara:Vadi Yayınları.
- Carleheden, M., Gabriels, R..(2002), **Siyasal Kuramın Sorunları**, R. Urgan (çev.), Kavramlar ve Bağlımlar Arasında, C. Akas (haz.), İstanbul:YKY Yayınları, 71-93.
- Coşkun, M. K., (2005), **Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler: Türkiye’de Demokratik Açılımlar**, Yayınlanmamış Doktora Çalışması, Ankara.

- Çelebi, A.(2004), Kamusal Alan ve Sivil Toplum, **Kamusal Alan**, M. Özbek (der.), İstanbul:Hil Yayınları, 237-284.
- Çulha Zabcı, F.(1997), **Siyasal Kuramda Kamusal Alan Sorunsalı: Habermas ve Arendt**, Yayınlanmamış Doktora Çalışması, Ankara.
- Erdoğan İ. (2006), **Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler**, Ankara:Erk Yayınları.
- Fraser, N. (2004), Kamusal Alanı Yeniden Düşünmek:Gerçekte Varolan Demokrasinin Eleştirine Bir Katkı, M. Özbek ve C. Balcı (çev.), **Kamusal Alan**, M. Özbek (der.), İstanbul:Hil Yayınları, 103-132.
- Giddens, A. (1991), Jürgen Habermas, **Çağdaş Temel Kuramlar**, Q. Skinner (der.), A. Demirhan (çev), Ankara:Vadi Yayınları, 129-146.
- Gramsci, A. (1986), **Hapishane Defterleri**, K. Somer (çev.), İstanbul:Onur Yayınları.
- Habermas, J. (1997a), **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü**, T. Bora ve M. Sancar (çev.), İstanbul:İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (1997b), 1990 Baskısına Önsöz, **Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü**, T. Bora ve M. Sancar (çev.), İstanbul:İletişim Yayınları, 9-56.
- Habermas, J. (2004), Kamusal Alan, M. Özbek (çev.), **Kamusal Alan**, M. Özbek (der.), İstanbul:Hil Yayınları, 96-102.
- Hansen, M. (2004), Yirmi Yılın Ardından Negt ve Kluge'nin *Kamusal Alan ve Tecrübesi*: Değişen Karışımlar ve Genişlemiş Alanlar, M. Özbek (çev.), *Kamusal Alan*, M. Özbek (der.), İstanbul:Hil Yayınları, 141-177.
- Horkheimer, M. (2005), **Geleneksel ve Eleştirel Kuram**, M. Tüzel (çev), İstanbul:YKY Yayınları.
- Kazancı, M. (2004), **Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler**, 5. bas., Ankara:Turhan Kitabevi.
- Küçük Kurt, M. (1989), Halkla İlişkiler Açısından Halk Kavramı, **Kurgu**, 5, 259-270.

- Lechte, J. (1995), **Jürgen Habermas, Fifty Key Contemporary Thinkers, from Structuralism to Postmodernity**, reprint., Newyork:Routledge, 186-191.
- Mannheim, K. (2004), **İdeoloji ve Ütopya**, M. Okyayuz (çev.), 2. bas., Ankara:Epos Yayınları.
- McCarthy, T. (2004), *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü'nün 1989 İngilizce Baskısına Giriş*, M. Özbek(çev.), **Kamusal Alan**, M. Özbek(der.), İstanbul:Hil Yayınları, 96-102.
- Mıhçıoğlu, C. (1976), *Kamusal İlişkiler Nedir?, Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Sorunları Semineri*, Ankara:Milli Prodüktivite Yayınları, 11-29.
- Negt, O. ve Kluge, A. (1993), **Public Sphere and Experience**, P. Labanyi vd. (çev.), Minneapolis:University of Minnesota Press.
- Neuman-Noelle, E. (1998), **Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi**, M. Özkök (çev.), Ankara:Dost Yayınları.
- Özbek, M. (2004), *Giriş: Kamusal Alanın Sınırları*, **Kamusal Alan**, M. Özbek (der.), İstanbul:Hil Yayınları, 19-89.
- Pieczka, M. (2002), *Kamuoyu ve Halkla İlişkiler*, S. Yıldırım Becerikli (çev.), **Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar**, J. LÉtang ve M. Pieczka, G. Işık vd. (çev.), Ankara:Vadi Yayınları, 109-125.
- Poggi, G. (1991), **Çağdaş Devletin Gelişimi**, Ş. Kut ve B. Toprak (çev.), İstanbul:Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Postone, M. (1992), *Political Theory and Historical Analysis*, **Habermas and the Public Sphere**, C. Calhoun (der.), U.S.:M.I.T. Pres, 164-177.
- Sancar, M. (2000-2001), *Demokrasi-İnsan Hakları- Hukuk Devleti: Zorlu Bir Birlikteliği Çözümleme Denemesi*, **Toplum ve Bilim**, 87, 7-27.
- Tanör, B. (1986), **İki Anayasa 1961-1982**, İstanbul:Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Tekin, S. (2003), *Şeyla Benhabib'le Yurttaşlık, Eleştirel Teori ve Modernleşme Üzerine Söyleşi*, **Toplum ve Bilim**, 98, 71-81.

Uysal, B. (1998), **Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler**, Ankara:Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü.

Zaretsky, E. (1986)., **Capitalism, the Family and Personal Life**, rev. ed., Newyork:Harper ve Row.

Özet

İçinde yaşamakta olduğumuz çağda, “halkla ilişkiler ve tanıtım” uygulamalarıyla hemen her alanda karşılaşmaktayız. Bu konuda dünyadaki uygulamaların tarihi 20. yüzyılın başlarına uzanırken Türkiye’de halkla ilişkiler ve tanıtım uygulamalarının geçmişi, istisnai örnekler dışında, yarım asırla sınırlıdır. Uygulama alanları dikkate alındığında, halkla ilişkiler ve tanıtım etkinlikleri, hem özel kesimdeki hem de kamu kesimindeki uygulamaları kapsamaktadır. Bununla birlikte, bir karşılaştırma yapıldığında kamu kesimindeki uygulamaların özel kesimdekilerin gerisinde kaldığı söylenebilir.

Siyasi iktidarın kendisini, halka anlatması, tanıtması ve ikna etme uğraşısının tarihi çok eskilere götürülebilir, ama bunun sistemli ve kurumsallaşmış biçimde yapılmasının tarihi o kadar eski değildir. Kamu yönetimi alanındaki halkla ilişkiler uygulamalarının yaygınlığı da bu kurumsallaşmanın bir parçasıdır. Yönetim, farklı yöntemler ve mekanizmalar aracılığıyla kendisini halka anlatmakta veya anlatmaya çalışmaktadır. İktidarın meşruiyet arayışı içinde kaçınılmaz bir durumdur bu. Ancak birey/yurttaş kendisini yönetime duyurmakta, kendi çıkar ve isteklerini diletmekte benzer olanaklara sahip midir? Bu ana soru çerçevesinde, makalede, yönetilenin yöneteni etkileme , giderek üretilen politikaları denetleme ve biçimlendirme konusunda oluşturulabilecek bazı kurumsal yapılar, mekanizmalar üzerinde durulacaktır.

Temsili demokrasinin kuralları ve kurumlarıyla birlikte sorgulandığı günümüzde, farklı bir yönetim anlayışının oluşturulması bağlamında, çeşitli arayışlar söz konusudur. J. Habermas’ın kamusal alan, kamuoyu ve iletişim konusundaki çalışmaları da bu arayışlara kavramsal temel sağlayan kaynakların başında gelmektedir. Makalede, düşünür tarafından oluşturulan çerçeve ve bu çerçeveye yöneltilen eleştiriler ışığında, farklı bir yöneten-yönetilen ilişkisinin kurulma olanağı ve mekanizmaları ile kamu kesimindeki halkla ilişkiler uygulamalarının bu tablodaki yeri tartışılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Halkla İlişkiler, Kamusal Alan, Kamuoyu, Aleniyet, Kamusal Alanda İletişim.

Abstract

İletişim 2005/20

We experience practices of “public relations” nearly everywhere in our times. While these practices have lasted from the first period of the 20th century in the world, the history of “public relations” was limited to the second half of this century in Turkey. Practices of public relations contain related activities in private sector as well as in public sector. However, in comparison, the activities of private sector, concerning public relations make more progress than those of public sector.

In the history of governance, persons held political power had continuously tried to explain their policies and convince them, but these attempts were institutionalized later. Widespread applications of public relations are part of this institutional process. In a search of legitimate government it is inescapable that political power should be legitimized by different ways and mechanisms. But has individual/citizen same possibilities with the persons exercising political power to express her/his demands and interests, and also make known them by the officials? Around this main question, the article focuses on the mechanisms and the institutional structure for citizens to explain themselves and furthermore, to control and shape governmental policies.

Nowadays, representative democracy is questioned along with its rules and institutions, and there are different approaches to this issue. One of them is represented by J. Habermas, and his leading works on public sphere, public opinion and communication lay conceptual foundation for the criticisms of representative democracy. In the article, the possibility of establishing alternative mechanisms for the relations between ruled and ruler, and also the position of public relations’ practices in this picture are discussed in the light of the conceptual framework provided by J. Habermas, and main criticisms directed to his analysis.

Key Words: Public Relations, Public Sphere, Public Opinion, Publicity, Communication in Public Sphere.

Ekoturizm Betimlemeleriyle İletilenlerin Doğası

Dr. Nazmiye ERDOĞAN¹

Prof. Dr. İrfan ERDOĞAN²

Giriş: Konu Ve Yöntem

*Yıl 2005. Turizm Bakanlığının düzenlediği ve bakanın da katıldığı bir “yayla turizmi” toplantısındaım. O otelin yatırımcısı ve Turizm bakanı dahil herkes, yerel hayatı ve oradaki insanları nasıl düşündüklerini ve kalkındırmak istediklerini anlatıyor. Ben kasmamak için toplantıyı bırakıp, kızımın lamalar, deve kuşları ve eski kültürel maddeler ile yeniden örgütlenmiş yapay-doğal çevreyi dolaşıyorum. Toplantının yapıldığı butik-otel binasının altında turistlere satmak için, aylığı 300 liraya çalıştırılan köylü kızlara halı dokutuluyor. Halı dokunan yerin açık iki kapısından birine doğru yürüdüm. Kapıda görevli genç bana “giremezsin, içeride turist var” dedi. Şaşırđım. Turistleri yememden falan mı korkuyorlar acaba? Dinlemedim, diğer kapıdan içeriye halı dokuyan kızların yanına girdim. İçeride Turist falan yoktu. Biraz sonra, kızımın kapıdan çıkarken karşıdan, 100 metre kadar uzakta, bir tur operatörünün gezdirdiği turistlerin geldiğini gördüm. Görevli telaşla yanıma koştu ve “hemen buradan gidin; turistler geliyor” dedi. Ben “n’olacak ki, onlar benden daha mı değerli?” dedim. Görevli “turistler buradayken, siz burada olamazsınız; otel etrafta **bizden** kimse istemiyor” dedi. Bu yerel hayat, “yayla turizmi” adı altında yabancı turistlere açılmış; ama yerel halk ve Türk insanı bu yerele ancak aylığı 300 liraya çalışan işçi ve hizmetçi olarak girebiliyor.*

¹ Başkent Üniversitesi SBMYO Turizm ve Otelcilik Programı; e-mail: nerdogan@baskent.edu.tr

² Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

Otelin dışında bir köşede, çorap gibi küçük el dokumalarını ve incik boncuğu sergileyen kasabalı satıcı da, tur operatörünün bir sürü para istediğini, veremediği için turistleri oraya getirmedeğini söylemişti bana. Hayvancılıkla geçinen ve en küçük bir turizm potansiyeli olmayan uzak bir kasabada, belediye başkanları ve ekoturizm çığırkanlığı yapan "akademisyen" kılığındaki çıkarıcı-şarlatanlar turizmle kalkınma nutukları çekiyorlar. Türkiye'de bir zamanlar pervasızca ve şimdi Makyavellice yapılan aynı şey, ekoturizm denen yapılanmada yapılıyor: Türk insanı kendinin olandan hem mahrum bırakılıyor hem de aşağılanıyor. Yakında yaylalar turizm sermayesi tarafından çitlenecek ve yaylalardaki geleneksel hayat son bulacak; kimse yaylaları eskisi gibi kullanamayacak; yaylalar seyahat ve otel sermayesinin pazarladığı mal olacak; birileri para kazanacak ve buna kalkınma diyecekler. Öyle diyorlar. Kimin kalkınması, kim için ve kimin ve neyin yoksullaştırılması pahasına? (İrfan Erdoğan).

Başlangıcından beri ekoturizmin ne olduğu, neden ortaya çıktığı, amaçları ve sonuçları büyük çoğunlukla birbirine benzer veya birbirini tamamlar biçimlerde betimlenmiş; ekoturizm, 1990'lardan beri artan bir şekilde, tanımı, amacı ve sonuçları ile yoğun bir şekilde tartışılan bir konu haline gelmiştir (Blamey, 1997; Fennel, 1999, 2001; Orams, 1995; aktaran Priskin, 2003). Araştırmaların hemen hepsi ekoturizmin ne olduğu, amacı, sonuçları ve sınırları üzerinde bir anlaşma olmadığını belirtmektedir. Tao, Eagles ve Smith'in belirttiği gibi (2004) farklı araştırmacı ve akademisyenler farklı ölçütlere dayanarak farklı kavramlarla tanımlamalar ve açıklamalar getirmişlerdir. Dolayısıyla, kavramın anlamı üzerinde bir anlaşma yoktur. Herkesçe kabul edilen somut bir tanımlı üretilmemiştir (Pforr, 2001). Kavramın hem anlam hem de kullanımında karmaşa ve anlaşmazlık sürmektedir (Weaver, 1999). Ekoturizm kavramı belirsizlik ve aitlik eksikliğinden acı çekmektedir (Cullen, Booth ve Hughey, 2003). Ekoturizm pazarının nicel çoğalması ve nitel farklılaşmasıyla birlikte tanımla, amaçla ve sonuçla ilgili konular ve sorunlar daha da karmaşıklaşmaktadır.

Bu inceleme, yukarıdaki sorundan ve ekoturizmin nasıl anlamlandırıldığı üzerinde birbirini destekleyen görüşler yanında, alternatif yorumlama ve değerlendirmelerin de olduğu gerçeğinden hareket ederek, bu farklı anlamlandırmaları ve bu anlamlandırmalarla

iletilenlerin doğasını anlamak için tasarlandı. Bu amaçla, makalede ekoturizmin çıkışı, tanımı, amaçları ve sonuçları konusunda iletilen yaygın görüşler ele alındı, açıklandı ve irdelendi. Sonra, ekoturizme farklı perspektiften yaklaşan açıklamaların genel doğası belirlendi ve bu alternatif görüşe göre yaygın görüşün ilettikleri eleştirildi. Bu eleştirmeden geçerek, aynı zamanda, ekoturizmin farklı doğası da açıklandı.

Niteliksel karakterde olan bu tasarımda, gerekli veri kaynakları olarak konuyla ilgili yazılı metinlere başvuruldu. Amaç birikmiş bilgiyle gelen nitelilerin sunulması, açıklanması ve günlük pratiklerin doğasıyla olan bağının rasyonel ve mantıksal değerlendirmesi olduğu için, içerikle ilgili herhangi bir nicel yüzde dağılımı üzerinde durulmadı: Önemli olan nicel çokluk veya azlık değil; farklı görüşlerin varlığı ve bu görüşlerin ekoturizm konusunu nasıl ele aldığı ve bu ele alıştaki ilettikleridir.

Analiz ve Tartışma

Özellikle 1970'lerde ivme kazanmaya başlayan ve 1980'lerde hızlanan çevre koruma hareketleriyle ve turizminin çıkardığı olumsuz sonuçların artmasıyla birlikte yeni çözümler de düşünölmeye başlandı. Ekoturizm 1970'lerde ve 1980'lerde çevre hareketinin içinde gelişti. Kitle turizmi ile ilgili rahatsızlıkların ortaya çıkmasıyla, çevreye yönelik ilgi ikiye katlandı. Bazılarına göre, bu durum doğal alanlarda doğaya dayalı tecrübelerle olan talebi artırdı. Az gelişmiş ölkeler ekoturizmi hem koruma hem de kalkınma hedeflerini başarma aracı olarak benimsediler (Blamey, 2001). Bazılarına göre ise, ekoturizm turizm pazarını genişletme faaliyeti olarak ortaya çıktı ve gelişti (Bandy, 1996; Duffy, 2002; Erdogan, 2003). Kitle turizmi, çevre sorunları ve alternatif turizm ile ilgili gelişmeler akademik alanda da ekoturizmin ele alınmasını artırdı. Akademideki her girişim kaçınılmaz olarak ele alınan konunun temel doğasını anlamaya çalışmak olur. Bu da öncelikle ele alınanın tanımı ve ayrıntılı olarak açıklanmasıyla başlar. Ekoturizmin ne olduğu (tanımı, amacı ve sonuçları) üzerinde tek bir görüş olmadığı gibi, birbiriyle ciddi bir şekilde çelişen görüşler de vardır. Bu görüşler iki ana gruba ayrılabilir: (1) Turizm endüstrisini ve faaliyetlerini destekleyen ve eleştirirken destekleyen yaygın görüşler ve (2) alternatif görüşler.

Yaygın Görüşler ve İlettikleri

Günümüzde, uluslararası anlaşmalar ve toplantılar başta olmak üzere ulusal ve bölgesel boyutta en yaygın olarak üzerinde durulan ekoturizm kavramı, doğaya dayalı turizm, yumuşak turizm, özel ilgi turizmi, yeşil turizm, sorumlu turizm, bilinçli turizm, kırsal turizm, alternatif turizm ve sürdürülebilir gibi türlerle birlikte veya o türler içinde ele alınır ve tanımlanır. Ekoturizm kavramının orijini kesin olarak bilinmemektedir, fakat Hetzel ilk kullananlardan biri olarak kabul edilir. Hetzel (1965, aktaran Weaver 1997) ekoturizmi 4 temel ilke ile tanımlamıştır:

- Çevresel etkileri en aza indirmek
- Ev sahibinin kültürüne saygı duymak
- Yerel topluma faydaları maksimuma çıkarmak
- Turist tatminini maksimuma çıkarmak

Ekoturizmin Hertzal'in tanımına uygun olan ve en çok kabul edilen ilk tanımı ve amacı Cabellos-Lascurain'e aittir: *"Ekoturizm bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirlenmemiş doğal alanlara yapılan seyahattir."* Dikkat edilirse, bu tanımda ekoturizm bilmek, anlamak ve tecrübelemek amaçlı yapılan bir faaliyet olarak sunulmaktadır. Kitle turizminde de insanların önemli bir kısmı çevreye hayranlık, çevreden zevk alma, görme ve bilme gibi aynı amaçlarla giderler. Tekrar aynı yere gidildiğinde ise doyum getiren deneyimin yinelenmesi vardır. Dolayısıyla, yukarıdaki tanımlamada ekoturizmin kitle turizminden tek ayırt edici özelliği bozulmamış doğal alanlara yapılan seyahat olmaktadır.

Sonraki bütün tanımlamalar ve açıklamalar Hetzel'in ve Cabellos-Lascurain'in tanımına çoğunlukla ayrınıt sunmuşlardır. Bu yaygın görüşlere göre, turizm endüstrisinin potansiyel ve ortaya çıkmış negatif çevresel sonuçları konusunda 1970'lerden beri büyüyen tartışmalar, çevresel bakımdan duyarlı bir turizm yaklaşımının araştırılması gerekliliğini de getirmiştir

(Tao, Eagles ve Smith, 2004). Bu da ekoturizmin alternatif turizm olarak çıkmasını sağlamıştır. Sonradan ekoturizm sürdürülebilir turizmin parçası olmuştur. Diğer bir deyimle, Turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasına başlanması ile doğayı gözeterek alternatif ekoturizm anlayışı çıkmış; ardından sürdürülebilirlik düşüncesi gelişip turizme de yansımış ve “sürdürülebilir turizm” konusu gündeme gelmiştir. En ideal şekliyle sürdürülebilir turizm (ve ekoturizm), sürdürülebilir kalkınma ilkeleri temeli üzerinde, gelecek için fırsatları korurken ve geliştirirken turistlerin ve misafir kabul eden bölgelerin gereksinimlerini karşılayan turizm gelişmesi olarak tanımlanır (Leung vd. 2001; Weaver, 1999). Sürdürülebilir turizm, destinasyon alanlarında yerel, doğal, kültürel, yapısal kaynakları koruyarak ve ekonomik gelişmeyi teşvik ederek kalkınmayı sağlar (Nepal 2000). Bu ve benzeri tanımlarda sürdürülebilir turizm (ve ekoturizm), doğal ve kültürel kaynakların, hem geleceği düşünerek kullanılması hem de turizm sermayesinin, mevcut ziyaretçilerin ve yöre halkının amaçlarının maksimum düzeyde karşılanması şeklinde betimlenir. Geleceğe yönelik olan sürdürülebilirlik yaklaşımında, bir yandan turizm kaynaklarının kullanımına devam edilirken, diğer yandan aynı kaynakların gelecek nesiller tarafından da kullanılabilmesini güvenceye alacak şekilde korunması gerektiği (ve korunduğu) ileri sürülür. Bu bağlamda yazılı kaynaklar sürdürülebilir turizmin amaçları olarak şunları belirlemişlerdir:

- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı
- Aşırı kullanım ve atıkların azaltılması
- Doğal, kültürel ve sosyal çeşitliliğin muhafaza edilmesi
- Yerel toplumu planlamaya dahil etme ve yerel ekonominin desteklenmesi,
- Turizm endüstrisi ve kamu arasında karşılıklı işbirliğinin sağlanması,
- Personel eğitimi, turistlerin bilgilendirilmesi,
- Bu konularda araştırmaların yapılması ve desteklenmesi.

Dikkat edilirse, sürdürülebilir turizm ekoturizmi de içine almaktadır ve tüm turizm tür ve faaliyetleri için uzun dönem yaşam ve süreklilik amacıyla düşünülmüştür. Ekoturizmin doğaya yönelik olması, doğal ve kültürel kaynaklara değer verme bağlamında, ekoturizm sürdürülebilir turizm karakteri taşımaktadır (Weaver, 1999). Bu karakter her yaygın tanımlamada vardır. Örneğin, Kanada Çevre Danışmanlığı Komisyonu ekoturizmi (1992) "*yerel toplumun bütünlüğüne saygı gösterirken, ekosistemin korunmasına katkıda bulunan aydınlatıcı doğa seyahati*" olarak tanımlamıştır.

Ekoturizmin eski ve yeni bütün tanımlarında, faaliyetin doğaya yönelik olmasının nedeni olarak, örneğin, doğaya geri dönme arzusu, doğayı deneyimleme isteği, günlük yaşamın baskılarından kaçma, doğayı yok olmadan görme isteği gibi çok daha özel ilgi ve amaçlar verilir; bu sırada, seyahat ve turizm endüstrisinin pazar genişletme amacı ya iletilmez ya da hizmet verme olarak sunulur.

Ekoturizm, aynı zamanda, alternatif turizmle ilişkilendirilir: Alternatif turizm, etkinliğin yönelimine göre doğa temelli alternatif turizm veya kültürel kaynaklara yönelen sosyo-kültürel alternatif turizm olarak ayrılır. Doğa temelli alternatif turizm ekoturizm olarak adlandırılır. Alternatif turizm, olumlu ekonomik etkiler sağlarken çok az olumsuz etkilere neden olan kitle turizminin karşısı ideal bir turizm formu olarak görülür (Priskin, 2003): Örneğin, Butler` a göre (1990), bazı alanlarda alternatif turizm, kitle turizmine alternatif bir seçenek olabilir.

Alternatif turizmi, ekoturizmi, doğa turizmini ve sürdürülebilir turizmi destekleyen yaygın anlayışa göre, turizmin çeşitlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmaların doğal yaşamın sürdürülebilirliği bağlamında yapılması gerekmektedir. Bunun için, alternatif turizmin ve ekoturizmin tanımlarında da yansıyan ilkeler konulmuş, bu ilkelere dayanan normatif kurallar, etik, ilişki ve davranış biçimleri belirlenmiş, eğitim ve sertifika programları oluşturulmuştur. Bütün bunlar öncelikle turizmle uğraşan yerel, ulusal ve uluslararası sermaye, devlet kurumları, ulusal ve yerel toplum örgütlerinde, çevreye ve insan sağlığına, uzun dönemli düşünme ve karar vermeye yönelik bir iş yapma ve çalışma kültürünün geliştirilmesiyle; bu güçler arasında dengelerin kurulması ve koordinasyonun sağlanmasıyla

gerçekleşme olasılığına sahiptir. Bunun anlamı oldukça açıktır: Çevre koruma ile sosyal ve ekonomik gelişme adı altında sunulan ekonomik çıkar yapılarının birbirinden ayrı düşünülmesi hem sürdürülebilir yaşam hem de sürdürülebilir turizm için bir engeldir. Bu gerçek büyük çoğunlukla, hiç değilse sözde veya prensip olarak, kabul edilmiştir. Sorun, birbiriyle beraber düşünülmesinin gerçek ilişkilerde ne tür bir değişim getirebileceği ve ne tür bir etkileşim oluşturacağıdır. Bu büyük çoğunlukla bir kenara itilir.

Sürdürülebilir turizm ve alternatif turizm görüşleriyle de zenginleşerek ekoturizmin yaygın tanımı zamanla daha karmaşık hale gelmiştir. Bu yeni tanımlarda ekoturizmde amaç ve sonuçlar çevre koruma için finans sağlama, bilimsel araştırma, girilmemiş ve hassas ekosistemleri koruma, kırsal alanda yaşayan insanlara fayda, fakir ülkelerde gelişmeyi teşvik, ekolojik ve kültürel duyarlılığı geliştirme, turizm endüstrisinde sosyal sorumluluğu ve çevresel bilinci işleme, turistleri eğitime ve tatmin etme ve dünya barışını kurma yolu olarak sunulur (Blamey 2001). Benzer şekilde Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (The International Ecotourism Society) ekoturizmi, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını sürdüren, doğal alanlara doğru olan sorumlu seyahat olarak tanımlayarak ne olduğunu ve amaçlanan sonuçları açıklar (Leung vd. 2001; The International Ecotourism Society, 2002).

Ekoturizmde, çevreye ve yerel halka en kötü ihtimalle minimum negatif etki ve maksimum fayda gelecektir (Nyaupane ve Thapa, 2004). Böylece ekoturizmin amacı ve sonuçları kırsal alanlar, insanlar ve çevre için faydalarla donatılarak, zengin bir imaj iletişimi yapılır.

Özellikle 1992 Dünya Zirvesinden (Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesinden) sonra, ekoturizmin bu tür zenginleştirilmiş betimlenmesine sürdürülebilir kalkınmayla ilgili ilkeler de eklenmiştir. Bu ilkeler, yaygın anlatıya göre, devletler ve ilgili endüstriler tarafından doğa temelli turizmin uzun dönemli sürdürülebilirliğinin “ancak ilkeli ve arza göre planlanmış yaklaşım benimsenirse olabileceğini anlamasıyla” önem kazanmaya başlamıştır.

2000’lerde de, “doğa temelli, çevreye duyarlı, yerel yaşama saygılı, akılcı ve ölçülü, çevre eğitimi getiren ve yerel katılımcılık gerektiren” gibi kavramsal eklemelerle ekoturizmin tanımı daha da “zenginleşmiştir”. Buna, ekoturizmi talebin yarattığı görüşüyle gelenler, Tao

ve diğerlerinin makalesinde olduğu gibi (Tao et. al.,2004a), talebin motivasyonunu, aradığı doyumları, faydaları ve tutumları da eklemiştir.

Birleşmiş Milletler "2002 Uluslararası Ekoturizm Yılı" etkinlikleri kapsamında 19-22 Mayıs 2002'de UNEP Birleşmiş Milletler Çevre Programı önderliğinde Dünya Ekoturizm Zirvesi Quebec`te toplanmıştır. Zirvede ekoturizm etkinliklerinin sürdürülebilir turizm kapsamında gelişmesine yönelik bir hazırlık ortamının oluşturulması amaçlanmıştır. Ekoturizm sürdürülebilir kalkınmanın bir parçası olarak ele alınmış ve az gelişmiş bölgelerdeki yoksullukla mücadelede ve kalkınmada bir çözüm olarak öne sürülmüştür (Lee, Lee ve Han, 1998). İlginç olan, bu çözümü öne sürenler, yerelde faaliyet gösteren seyahat ve turizm endüstrilerinin, çok özel koşullar dışında, yerel yoksulluğun nedenlerini ortadan kaldırmayacağını, hatta aksine daha fazla yoksulluğa neden olduğunu bilmemesi veya bilmiyor görünmesidir. Daha kötüsü, istisna örnekleri başarı öyküleri olarak kullanarak, istisnayı genelleştirmeleri ve endüstrilerin başarılarını sanki yerelin başarıları gibi sunmalarıdır.

Ekoturizmi bazı turizm operatörlerinin kötüye kullandığını, çevresel ve sosyal sorumluluktan yoksun olan faaliyetlerin promosyonunu yaptığını belirtenler olmuştur (Stern ve diğerleri, 2003). Bu nedenle bazıları ekoturizmi "derin ekoturizm" (deep ecotourism) ve "sığ ekoturizm" (shallow ecotourism) olarak ikiye ayırmıştır. Derin ekoturizm ekoturizmin yukarıdaki tanımlarına uyan ekoturizm olarak nitelemiştir. Bu yolla, iyi ve sorumlu faaliyette bulunanlar ile kötü, fırsatçı ve sorumsuz olanlar birbirinden ayrılarak, gündem saptırma ile tartışma ekoturizmin asıl doğasını tartışma yerine, onun varlığının doğallığını ön kabul üzerine kurulan faaliyet ele alınmaktadır.

Ekoturizmin belli bölgelerde yoğun olması son zamanlarda "kitle ekoturizmi" kavramının çıkmasına ve bununla ilgili tartışmaların başlamasına neden olmuştur.

Alternatif Görüşler ve Yaygın Olanın Eleştirisi

Alternatif görüşler ve bu görüşlere göre yaygın anlatıların iletiklerinin eleştirisine bakıldığında, ekoturizmle ilgili sunulanların anlamlarının oldukça farklı olduğu görülür.

Araştırmalarda inşa edilmeyen kuramın doğası

Genellikle yaygın görüşlerin eleştirileri ile işe başlayan alternatif anlatıya göre, yaygın görüşlerin en önde gelen sorunu epistemoloji ve yöntembilimle ilgilidir. Bunların da en önde geleni, ekoturizmle ilgili açıklamalar ve araştırmalardaki kuramsal yapı inşası yoksunluğudur: Akademik dünyada ekoturizm çoğu kez hiç bir kuramsal yapıyla ilişkilendirilmeksizin, daha doğrusu hiç bir kurama bağlı değilmiş gibi her hangi bir kuramsal sunum yapmaksızın, işin mekaniğinden hareket ederek açıklanmaktadır. Bu durum tanım, amaç ve sonuç konusunu daha da karmaşık bir görünüme sokmaktadır. Bu da, ne yazık ki, ekoturizmi ve doğasını yeterince açıklamak yerine, daha gelişkili, zor ve derin bir karaktere sahip gibi göstermektedir. Daha kötüsü, ekoturizm gerçeğini açıklamak adı altında ekoturizm yüce ve onurlu bir faaliyet gibi gösterilmekte, gerçek yerinden kopartılıp, ideal söylemler dünyasına taşınmaktadır. Bu taşıma, çoğu kez ekoturizm gerçeğinden uzakta, yanlış, temelsiz veya geçersiz klişe kavramlar ve tanımlamalarla yapılmaktadır. Bu kavramlar ve tanımlar ekoturizmi sosyal bakımdan sorumlu bir ekonomik ve kullanım çerçevesi içine sokarak endüstriyel etkinliğin asıl doğasını soruşturulması gereği düşüncesini bir kenara atmaktadırlar.

Tanımlama sorunu ve kuramsal çerçeve

Yaygın görüşlere göre, günümüzde ekoturizm trilyonlarca dolarlık bir endüstriyel faaliyete doğru gelişmiş, fakat hem teoride hem de pratikte amacı, alanı, doğası, baskın boyutları hakkında, genel olarak kabul edilen bir tanımlama üretememiştir. Bu görüş yersiz ve geçersizdir, çünkü sürekli gelişen ve farklılaşan endüstriyel bir faaliyeti yaygın görüşler bağlamında birkaç cümlelik tanımlamayla açıklamak olanaksızdır. Ayrıca, kuramsal ve ideolojik farklılıklar nedeniyle de herkesin kabul ettiği ortak bir tanıma ulaşma beklentisi de doğru değildir.

Alternatif görüşlere göre, yaygın görüşlerin sunduğu tanımlamalar farklı kuramsal çerçevelere dayanmazlar, farklı felsefeyi veya farklı epistemolojik yönelimi anlatmazlar. Hepside tarihsel üretim ilişkileri bağlamından soyutlanmış ve faaliyetleri hem meşrulaştırıran hem de evrenselleştiren idealist felsefenin statik tanımlamalarıdır. Tanımla, bir

fenomenin ve/veya fenomenler arası ilişkinin doğası betimlenir. Ekoturizm toplumsal üretimle ilişkilidir. Ekoturizmi doğru bir şekilde tanımlamanın temel koşulu, onu örgütlü yer ve zaman içinde ele almak ve hem ulus içinde hem de uluslararasıdaki ekonomik ve siyasal güç ilişkileri içinde değerlendirmektir. Böyle yapılırsa, ekoturizm tanımı ve doğası hakkında idealleştirilmiş söylemler ve prensipler üzerinde durma yerine, gerçekleri değerlendirme olasılığı ortaya çıkar. Bu yolla ekoturizmde örgütlü siyasal, ekonomik ve kültürel örgütlenme biçimleri, bu biçimleri oluşturan ve geliştiren üretim koşulları ve ilişkileri doğru bir şekilde anlaşılabilir.

Yaygın tanımlar idealist felsefe ve epistemolojiden beslenen liberal ve yeni-liberal yaklaşımlara dayanır. Tarihsel materyalist felsefeye dayanan veya ondan esinlenen alternatif görüşler ise, turizm ve ekoturizmi yaygın olan betimlemelerden farklı biçimlerde nitelerler. Son yirmi yıl içinde bu konuya eğilen bu nitelermeler, çoğunlukla ekoturizmin çıkış nedenleri ve gelişmesinin bağlı olduğu koşullar, endüstriyel yapılar ve ilişkiler, turizmde örgütlenme ve iş yapış biçimleri, ekoturizm faaliyetlerinin iddia edilenlerin ötesinde kültürel ve ekonomik sonuçları, modernleşmenin eleştirisi ve turizmle kalkınma gibi konular üzerinde dururlar (Erdoğan ve Erdoğan, 1997). Alternatif görüşlerin kendi içindeki farklılıkları kuramsal inşa farklılıklarındır ve bu da tarihsel materyalist felsefeye dayanan yaklaşımlardaki farklılıklardan, tarihsel materyalist felsefeyle başlayıp idealist felsefeye doğru yönelen yapısalcı ve post-yapısalcı yaklaşımlara kadar çeşitlilik gösterir.³ Tarihsel materyalist felsefedeki farklılıklar (eko)turizmle ilgili olarak açıklamalarda siyasal ekonomi yaklaşımları ve ideolojiye ağırlık veren yaklaşımlar olarak ayrılabilir.

Ekoturizmin çıkışı ve varlık nedeni

Alternatif anlatıya göre, turizmin popüler biçimleri endüstrileşmenin ve kentleşmenin hızlanması, bu süreçte artan yabancılaşma, merak, hoşnutsuzluk ve hayal kırıklıklarıyla dolu yaşamın olduğu modern çağla başlamıştır (Merchand, 1980; Urry, 1990, aktaran Bandy, 1996). Bu bağlamda, zenginlerin safari, av partileri ve seyahatleri, egzotik bölgelere geziler gibi macera turları yaygın bilinen bir gerçektir. Orta sınıfa ve altına turizmin yayılması

³ Bu yaklaşımların doğasıyla ilgili bilgiler için bkzn: Alemdar ve Erdoğan (2005).

seyahat ve turizm endüstrisinin gelişmesiyle oldu. 1970'lerin sonlarına gelindiğinde, modern yaşamda turizm hızla tüketim kültürü içinde bakir doğayı ve yereli seyahatle deneyimleme (veya parayla taciz ve duyarlı bir şekilde katılmayla bozma) kültürüne doğru yönelmeye başladı. Ekoturizm bu yönelime ve 1970'lerin sonlarında başlayan ve giderek hızlanan, pazarın sürdürülebilirliği sorunlarıyla birlikte gelen ve çözüm olarak sunulanlardan birine verilen ad oldu.

Yaygın görüşlere göre, ekoturizm gibi girişimlerin temel nedenlerinden biri, turizm endüstrisinde sürekliliği ve sürdürülebilirliği sağlamanın turizm amaçlı kullanılan kaynakların korunmasına ve geliştirilmesine bağlı olduğunun farkına varılmaya başlanmasıdır. Kullanım yoluyla kazanç sağlayan bir ticari faaliyet ile (ekoturizm ile), çevreyi koruma arasında kurulan bu tür ve benzeri bağlar, bir faaliyetin doğasını açıklamaktan çok, bir promosyon/özendirme, pazarlama, imaj yapılandırma ve propaganda biçimi olarak görünmektedir (Hall, 1994).

Ekoturizmle ilgili çevreci söylemin gerisinde, turizm sermayesi için kırsal ve doğal alanlarda yeni yatırım, mal ve hizmet satışı yapmak, pazar genişlemesini sağlamak, dolayısıyla yeni kar alanlarına yönelmek gerçeği yatmaktadır. Bu nedenle, turizm yatırımları son yıllarda kırsal kesimde ve yeşil doku içerisinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak çeşitli çevre ve turizm yasaları oluşturulmuş, uluslararası faaliyetler artmıştır (*Butler, 1990; Redcliff, 1991; Weaver, 1999; Faber, 1993; Thomas, 1992*).

Ekoturizmin ne olduğu ve amaç sunumları

Ekoturizmi destekleyen yaklaşımların geçerliliğini soruşturan alternatif görüşlere göre, alternatif veya ekoturizm denince akla öncelikle bir endüstriyel faaliyet gelmelidir. Alternatif turizm veya ekoturizm kendine özgü belli karakterlere sahip, yoğun bir şekilde pazarlanan ve reklamı yapılan kompleks endüstriyel faaliyetler ağından oluşur. Giannecchini'ye göre (1992:430, aktaran Bandy, 1996:338) ekoturizm bir özel ilgi seyahatini geliştirmek ve satmak için kullanılan güçlü bir pazarlama aracıdır. Bu ekonomik ağda, ekonomik mantık ve pazar amaçları tehlikeli bir şekilde küresel-yerelleşme ile korunan alanlara, milli parklara, doğası çekici olan yerlere ve yerel yaşam içine sokulur. Buna, uluslararası

kuruluşlar, Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve devletler/hükümetler teşvik edici, kaynak hazırlayıcı, kaynak aktarıcı ve yasal düzenleyici olarak katılırlar. İletişim medyası dahil tüm kültür endüstrileri ve akademi de bu faaliyetin popülerleştirilmesini sağlarlar.

Akademisyenlerin bazıları sermayenin gönüllü misyonerleri gibi, sempozyumlarda bir çanta ve bedava gezme ve lüks otellerde bir iki gün kalma gibi ufak faydalarla da teşvik edilerek, Türkiye'nin korunan alanlarını, yereli ve bakir doğayı kullanıma açmak için canla başla çabalamaktadır.

Ekoturizmle ilgili yapılan sunumların hepsi turizm endüstrisinin doğal ve kırsal alanlara yaygınlaşma ve dolayısıyla pazar geliştirme stratejisinin bilinç yönetimi parçasıdır. Bu bağlamda, tüketicilerin yönlendirilerek yeni pazarlar yaratılmak istenmesi alternatif turizmin ve ekoturizmin ne olduğunu ve neden çıkıp geliştirildiğini özetler. Bu görüşlere göre, yaygın görüşlerde sunulan tanım, ekoturizmin amaç ve ilkeleri hakkında sunulanlarda olduğu gibi, yakalayıcı ve çekici sözler kullanılarak, ekoturizmin gerçek amacı idealleştirilmiş tanımlamalar ve betimlemeler içine çöktürülmüştür. Ekoturizmin amacı, turistin istekleri bağlamında ele alındığında tanımlamalarda görülen bilme, görme, yardım, doğaya saygı, doğanın kıymetini bilme gibi amaçlar doğru gibi görünür. Ulusal ve uluslararası sermaye bağlamında ele alındığında ekoturizmin amacı yeni kazanç alanları demektir. Ekoturizm endüstrisinin varlığı, kullanılacak doğanın ve doğayı kullanacak insanların varlığına bağlıdır. Fakat ekoturizmin egemen amaç yapısını belirleyen ne doğadır ne de turistlerdir: Doğa ve turistler yoluyla sermaye birikimini sağlamaktır. Ekoturizm ile turizm endüstrisinin diğer amacı, dikkatleri sürdürülebilirlik sorunları olan kitle turizminden alıp daha az zararlı görünen ekoturizm gündemine kaydırma çabası olmaktadır.

Yaygın anlatıda temel tanımlayıcı öğelerin anlamı

Hetzl'den başlayarak ekoturizmle ilgili bütün tanımlarda kullanılan her kavram üzerinde "neden?" diye düşünülürse, cevap olarak o kavramın gerekliliğini ortaya çıkartan bir durumun varlığı akla gelir. Bu kavramlardan en önde gelenleri:

- (a) Çevresel etki: Hassas ekosistemleri ve çevreyi koruma, ekolojik duyarlılığı geliştirme, çevresel bilinci işleme. Ekoturizmin çevresel olumsuz etkisi var ki, bu nedenle bu etkinin en aza indirilmesi amaçlanmaktadır.
- (b) Yerel kültüre saygı: Kültürleri yok ederken veya dönüştürürken, aynı zamanda kültürel duyarlılığı geliştirme. Yerel kültüre etkisi var ki, bu nedenle saygı prensibi getirilmektedir.
- (c) Yerele ekonomik fayda: yerel topluma ekonomik gelir sağlama, refah seviyesini artırma, fakir ülkelerde gelişmeyi teşvik gibi. Yerel topluma faydası olmadığı için yerel topluma fayda ilkesi sunulmaktadır.
- (d) Turist tatminini maksimuma çıkartma.
- (e) Sorumlu seyahat: Turizm sorumlu seyahat olmadığı için, sorumluluk ilkesi getirilmektedir.

Bunların özlü anlamı şudur: Günlük ilişkinin egemen doğası bu tür imaj ve biliş yönetimini gerekli kılmıyorsa, bunların hiçbiri sunulmazdı. Turistlerin tatmininin maksimuma çıkartılması, beklentilerinin karşılanmasını ve buna göre tesis ve hizmetlerin biçimlendirilmesini gerektirir; bu da, talep merkezli bir hizmet verilmesi gerektiği ilkesini getirir. Sorumlu seyahat kavramı dikkatleri sorumsuz davranan seyahat edenler, yani turistler üzerinde toplar ve turizmin istenmeyen etkilerinin nedeni olarak turistleri gösterir; bu da turistleri eğitime “çözümünü” ve tatmin etme gereksinimini öne çıkartır. Böylece, sermayenin örgütlediği kar amaçlı ticari faaliyet demokratikleştirme ve “dünya barışını kurma yolu” olarak nitelenmeye kadar götürülür. Buna “turizm endüstrisinde sosyal sorumluluğu ve çevre bilincini geliştirme” eklenir; bu yolla bazı sorumsuz ve bilinçsiz tur operatörleri, seyahat acentaları ve hizmet sunanlar olduğu ve turistler gibi onların da öğrenmesi gerektiği belirtilir. Hollywood filmlerinde bir zamanlar çok sık gördüğümüz senaryo gibi: Amerikan yerlilerinin soykırımı hep birkaç kötü Beyaz ve birkaç kötü Kızılderili yüzünden olmuştur.

Ekoturizm ilkelerinin anlamı

Ekoturizmin belirtilen amaçlarına bağlı olarak ziyaretçiler, yerel halk ve yerel iş yerlerinin etkinliklerini içeren tanım, genel ayırt edici özellikler ve sonuçlar hakkında çeşitli ilkeler sunulur. Ekoturizmin ilkeleri ekoturizmin yapıldığı bir alanda değerlendirme ölçüsü olarak kullanılabilir. Bunun için her ilke açıkça belirtilmeli; her ilkeyi oluşturan faktörler saptanmalı; her faktörün işlevsel tanımlaması yapılmalı; böylece ölçülebilir hale getirilerek ölçmeler yapılmalı ve sonuçlar değerlendirilmelidir. Buna örnek olarak, ekoturizmi altı ilkeyle inceleyen Wallace ve Pierce'in çalışması (1996) verilebilir:

1. Çevre ve yerel halk üzerinde an az olumsuz etkiyi yapacak kullanım tarzını belirleme
2. Alanın doğal ve kültürel sistemine karşı duyarlılığı ve bilinci artırma
3. Yasal olarak yönetilen korunan alanlar ve diğer doğal alanların yönetimi ve korunmasına katkıda bulunma
4. Alanda yapılacak turizm miktarı ve türünün belirlendiği karar verme aşamasında ve uzun dönemde yerel halkın katılımını sağlama ve artırma
5. Yerel halka ekonomik ve diğer faydalar sağlama

Yukarıdaki öneri, oldukça gerçekçi ve anlamlı görünmektedir. Fakat bu öneride ve Wallace, Pierce ve benzerlerinin sunumunda, ekoturizm gibi bir olgunun asıl doğasını anlamaya yönelik ciddi epistemolojik ve metodolojik hatalar vardır. Bu hatalar alternatif görüşlerin sunduğu eleştirilerde açıkça ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda bir diğer hata da şudur:

“Kullanılan tanım ekoturizmi destekleyen prensiplerin uygulamasından daha az önemlidir” (Wright, 1997) demek tanımın asıl anlamını ve işlevini en azından görmezlikten gelmektir. Tanımla bir faaliyet açıklanmaya çalışılır. Bu açıklama asıl faaliyeti değil de idealleştirilmiş, olması gerekeni betimliyorsa ve bu betimleme, yaşanan örgütlü hayatta olanlar ile uyşmuyorsa, sorun öncelikle hayatta olanda değil, açıklamadadır: Tanımla açıklanmak istenen açıklanmamakta; onun yerine idealleştirilmiş faaliyetler, amaçlar ve sonuçlarla doldurulmuş bilinç yönetimi işlevi gören ve sahte imajlar yaratan açıklamalar getirilmektedir. Ekoturizmin yaygın tanımlarının hepsi bu tür içerikle yüklüdür. Wright ve

benzeri düşüncede olanlar bu idealleştirilmiş ve normatif (etik dahil) prensipleri hareket noktası olarak almakta, endüstriyel faaliyetlerin çoğunun bunlara uyduğunu belirtmekte, sadece bazı tur operatörlerinin buna uymadığı üzerinde durmakta, uyulması gereken prensipler ve sertifika programları geliştirmekte ve çözüm olarak daha çok ekoturistlerin eğitimi üzerinde vurgu yapmaktadırlar. Bu vurgu da ekoturizmin yaygın tanımındaki ekoturist profiliyle çelişmekte, dolayısıyla, bu vurguyu yapanlar açıklamalarında tutarsızlığa düşmektedir: Eğer ekoturist doğayı bilinçli olarak seçen turist ise, ki yaygın tanımlamalardaki varsayım budur, o zaman onları çevre duyarlılığı ve davranışı kazanması bağlamında eğitmenin anlamı kalmaz. Aslında, eğer bir eğitim gerekliyse, asıl eğitilmesi gerekenler ekoturizm faaliyetlerini düzenleyen ve ondan doğrudan veya dolaylı olarak kar elde eden güç yapılarıdır. Bu güç yapılarına uluslararası dev firmalardan, tur operatörlerine, yasal düzenlemeyi yapanlardan uygulayanlara, yerel idarelerden yerel sermayeye ve “kullanılmayan malın (yani doğanın, tarihi değerlerin, inancın, geleneğin, kültürel ürünün) faydası ne?” diye soran bazı “akademisyenlere” kadar herkes dahildir.

Bozmadan kullanma ve etki bağı

Son yirmi yıl içinde alternatif turizm, ekoturizm, doğa turizmi ve bilinçli turizm gibi sayısı elliye aşan turizm türleri yaratılmıştır. Bu turizm türlerine çevrecilik boyutu yüklenmiş ve korunan, doğal ve kırsal alanlara doğru yoğunlaşan bir yayılma başlatılmıştır. Bu çevrecilik söylemine göre, bu türler doğayı değiştirmeden, bozmadan ve kaynakları tüketmeden kullanmayı amaçlar. Böylece sürdürülebilir bir turizm faaliyeti oluşur.

Kullanım daima her hangi bir tüketmeyi veya etkiyi ortaya çıkarır; kullanmak demek, dönüştürmek, değiştirmek ve etkilemek demektir. Bu kaçınılmazdır. Bu kaçınılmazlık ekoturizm veya her hangi bir turizm türünde ilk gereksinimle birlikte başlar. Bu gereksinim turistin geleceği yerde veya yakın çevresinde kalma, yeme içme ve eğlenme gibi ihtiyaçları karşılayan tesislerin kurulmasını beraberinde getirir. Bu da doğal peyzajın teknoloji kullanılarak yeniden biçimlendirilmesi demektir. Dolayısıyla, sorun turistle ve turistin davranışıyla veya birkaç sorumsuz tur operatörüyle başlamamakta ve bitmemektedir. Bozmadan ve kaynakları tüketmeden kullanım olasılığı pratik olarak olmadığı için,

1990'dan beri ekoturizmin ve benzerlerinin yerel doğaya ve topluma ciddi olumsuz etkileri olabileceği ve olduğu üzerinde tartışmalar ve araştırmalar olmaktadır (Johnson, 1990; Berle, 1990; Hall, 1994; bandy, 1996).

Koruma ve gelişme uyumsuzluğu

Ekoturizm ve sürdürülebilirlik anlayışında temel iletilen görüşe göre, ekosistem korunurken ve yerel koşullar geliştirilirken, ekonomik pazarın büyümesi ve gelişmesi sağlanacaktır. Bandy'e göre (1996:325) bu görüş aynı anda heyecan verici ve tüyler ürperticidir: Ekoturizm (ve sürdürülebilir turizm) ekosistemi ve yereli sözde koruyan ve yöneten girişimleri temsil ederken, aynı zamanda, yağmacı, talancı, açgözlü ve yırtıcı güçlerin ekonomik, siyasal ve kültürel egemenliklerini sürdürmek ve güvenliğini sağlamak için daha etkin yollar/araçlar olarak hizmet etmektedir. 1987'deki Brundtland Komisyonundan, 1992 Dünya Zirvesiyle sunulan Agenda 21'e ve oradan 2002 Ekoturizm Yılı'nın ilanı ve sonrasındaki bildiriye ve alınan kararlara kadar bütün metinler, süper-sömürüyle, doğanın gaspı ve homojenleştirilmesiyle, yoğunlaşan borçlar ve sürdürülebilirlik krizleriyle (Escobar, 1995; Bandy, 1996:326), yerelin asıl sorunlarıyla ve doğal alanların ve ekosistemin korunmasıyla gereğince ilgilenmedi ve ilgilenmede başarısız kaldı.

Doğal çevre ve yerel ile turizm sermayesi arasındaki uyumsuzluk "sorumlu yönetim ve çevresel etik ilkeleriyle" çözülmeye çalışılmaktadır (Holden, 2003). Aslında, ekoturizmle ilgili sonuçlar (ve sorunlar) ne yönetim, ne bilgi, beceri, deneyim ve eğitim azlığı (Lagarensse, 2003) ve etik sorunlarıdır; ne de uygun politikalar ve yönetimle ve etik standartlara uymayla çözülebilir; çünkü sonuçlar küresel pazarın "çalışma tarzından" (modus operanti) kaynaklanmaktadır.

Eko ön eki: Ekonomik ve ekolojik kalkınma

Genellikle yerel halkın ekonomik faydalarını maksimuma çıkarma ve ülke ekonomisine katkı bakımından, ekoturizmdeki "eko" önekinin "ekoloji" kadar "ekonomiye" de karşılık geldiği ifade edilir. Ekoturizm, ekonominin ekolojiyle, ekolojinin rızası dışı evliliğinin bir ürünü olarak da düşünülebilir. Hatta ekonominin eko kavramına yüklenen ekoloji anlamı içinde görünmez yapıldığı, saklandığı da söylenebilir. Sadece ekoturizmin yerel halka gelir

sağlaması ve yerel refaha katkıda bulunması ilkesiyle ekonomi konu edilmektedir. Bu ilkenin ne denli geçerli olduğu şüphelidir; çünkü ekoturizmin yerele olan ekonomik faydaları ve iş yaratması yoğun bir şekilde soruşturulmaktadır (Healy, 1994; McLaren, 1998; Bookbinder, 1998; Lindberg et al., 1996; aktaran Stern ve diğerleri, 2003). Araştırmalara göre, yerel halk için görece birkaç iş yaratılmaktadır ve herhangi bir tür turizmden yerel halk çoğu kez çok az veya hiç fayda elde etmezler. Turizmde elde edilen karların/zenginliklerin yerelde kalmadığı, çoğunun uluslararası şirketlere ve bir kısmının da yerel olmayan ulusal şirketlere gittiği bilinmektedir (Che, 2005; Stone and Wall, 2004; Stem et. al., 2003; Duffy, 2002; Scheyvens, 1999; Honey, 1999; Lindberg et.al, 1996; Mansperger, 1995:). Gerçekte, ekoturizm seyahat acenteleri, tur operatörleri, hava yolları şirketleri ve büyük otel zincirlerine sahip yatırımcılar için yüksek gelir sağlar; emtialaşmış kültür, eğlence ve deneyim paketinin parçası olarak pazarlanan yerel yaşam ve doğa bu gelirin elde edildiği, ama düşük saygınlıktaki kaynaktır (Welford and Ytterhus, 1998; Campbell 1999; Loon and Polakow 2001; Jones, 2005; Stem et. al. 2003: 325). Ekoturizm faaliyetleri “dışarıdan olanlar (yabancılar)” tarafından başlatılır, yönetilir ve ortak-yönetilir (Belsky 1999; Wearing and McDonald 2002, aktarany Jones, 2005). Hiç kimse, Kenya, Cosa Rica ve Ekvador gibi birkaç marjinal yerel örnekler ve ayrıntılı bölüşüm göstermeyen “yılık turizm gelirlerinde artış” istatistikleri ötesinde, turizmin ve ekoturizmin düzenli olarak yerel halkın refahını artırdığını gösteren güvenilir data sunamaz.

Ekoturizm bir veya birkaç yatırımcı ve yerel iş adamı için fırsatlar, birkaç yerel genç için mevsimsel düşük ücretler, yerel yaşam biçiminin yok edilmesi veya marjinal duruma düşürülmesi nedeniyle oluşan yaygın işsizlik ve yoksulluk, yerelden göç gibi sonuçlar getirir.

Yerel kültüre saygı iletilisiyle gelenler

Ekoturizmin yaygın görüşteki tanımına göre, ekoturizm yerel kültüre saygılı turizmdir: yani yerel kültür ile turistlerin kültürü beraberce birbirine saygılı bir şekilde ilişkiye girerler. Bu iddianın aksine, ekoturizmle yerel kültürün emtialaştırıldığı (kültürel ürünlerin, değerlerin ve ilişkilerin kazanç için pazarda alınıp satılan mal yapıldığı) (Bandy, 1996) ve cemaat dayanışmasının eridiği sonuçları çıkmaktadır (Honey, 1999; McLaren, 1998; aktaran Stern

ve diğerleri, 2003). Farklı kültürdeki insanlar birbiriyle sürekli ilişkiye girdiklerinde ilişkideki güç, egemenlik ve mücadele yapısına bağlı olarak kültürler etkilenecek, dönüşüme uğrayacak ve hatta ortadan kalkacaktır. Hall'a göre (1994:154) ekoturizmin gelişmesiyle yerel kültürler üzerine Avrupa kültürünün değerlerinin yüklendiği muhtemel bir ekolojik emperyalizm biçimiyle karşı karşıyayız. Ekolojik emperyalizm veya değil, kültürel etkileşimin başladığı andan itibaren "koruma ve saygı" kavramı artık anlamını yitirir; "eko" takısını usta bir şekilde kullanan turizm ve reklam endüstrisinin ve ondan faydalanan diğer endüstrilerin propaganda ve imaj yaratmayla bilinç yönetimi de buna katılarak yerelin geleneksel yaşam tarzının aleyhine bir dönüşüm başlar. Böylece yerel el işinden yerel oyunlara, yerel doğadan yerelin insanlarına kadar her şey kullanılacak emtia yapılarak pazarlanır. Dolayısıyla, ekoturizm ekosistem ve yerel hayata ekonomik ve kültürel tecavüzün yoğunlaşmasını ve her şeyin emtialaştırılmasını, yerelin ve çevrenin pazar yapılarak marjinalleştirilmesini temsil eder (Cater, 1993; Berle, 1991, aktaran Bandy, 1996; Cater and Lowman 1994; Bandy, 1996). Bu temsilde, doğa ve yerel olan her şey, birilerinin materyal zenginliği için küresel tüketim kültürünün "seyrederek, gezerek, görerek tükettiği popülerler" arasına katılır. Böylece, yerelin küresel pazar içine katılması sağlanır. Bu katılma ile, küresel pazardaki sömürü ve yoksun ve yoksul bırakma, yerele bu şekilde de taşınır. Yerelin küresel pazara bu tür katılması, alternatif yaklaşımlara göre, yeni bağımlılığı ve yeni sömürgeciliği anlatır.

Doğaya dayalı seyahatin anlamı

Yaygın görüşte ekoturizm, başlangıçtan beri çevre eğitiminin vurgulandığı, bozulmamış doğal alanlarda doğaya dayalı seyahat olarak sunulmaktadır. Eğer ekoturizm faaliyetlerini düzenleyen, yöneten ve belirleyen güç çevre bilinciyle hareket eden turistin kendisi olsaydı, bu tanımlama yeterince geçerli olabilirdi; ama değil.

Ekoturist tanımıyla iletilenlerin anlamı

Ekoturizm kavramı ile beraber ekoturist kavramı da gündeme gelmiştir. Aynı zamanda ekoturistin tanımı üzerinde de farklı görüşler ortaya çıkmıştır (Kerstetter, Hou & Lin, 2004). Ekoturistler ile kitle turisti arasındaki en temel ayırım ekoturistlerin daha çok "doğa için

gelmiş” olmasında yatar. Teorik olarak ekoturist çevreye duyarlı olan turisttir. Çevresel bakımdan hassas turistler daha az tüketici ve daha az çevre üzerinde kirletici etkilere sahip olmaktadır. Fakat ekoturizm destinasyonu olarak bilinen bir yere giden her turistin çevreye duyarlı olacağı da beklenemez. Ekoturizmde doğanın kıymetini bilme, doğayı seyretme, bozmadan kullanma, doğayla iç içe olma, doğadan bir şekilde zevk alma gibi amaçların teorik olarak belirlenmesi, ekoturizm faaliyetlerinin bu amaçlar doğrultusunda yapıldığı anlamına gelmez. Operatörlerin ve ekoturizm adı altında seyahat edenlerin hepsinin çevreye duyarlı olduğu beklenemez. Yapılan araştırmalar bu bağlamda da önemli farklılıkların olduğunu göstermektedir. Doğa temelli turizm faaliyetlerinde bulunan turistler davranış, amaç, çevre duyarlılığı ve ekoturizm hakkında bilgi ve yönelim bakımlarından homojen bir grup oluşturmazlar. Genel doğa temelli turistler ile ekoturistleri de ayırt etmek oldukça zordur (Priskin, 2003). Özellikle daha çok hizmet ve rahatlık bekleyen yumuşak (veya sığ) ekoturizmle birlikte kitle turizminin altyapısı doğal alanlara taşınmaktadır. Örneğin Weaver’ın görüşüne göre (2001) bu bir tezat teşkil etmeyebilir, fakat bunun anlamı doğal olanın yapay düzenlemelerle yeniden biçimlendirilmesi ve doğal olandan uzaklaşmadır. Kuş gözlemi yapan ekoturistler çevreye çok duyarlı olabilirler, fakat diğer ekoturistlerin böyle olacağını herhangi bir garantisi yoktur (Richins ve Weiler, 1995).

Turist tercihleri ve konaklama anlatılarının ilettikleri

Doğa, kültür ve macera ile ilgilenen turistlerin konaklama arzuları ile ilgili araştırmalar, çok çeşitli konaklama tercihleri olduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmalar çoğunlukla daha samimi, kırsal ve yerel konaklamayı, otel ve motellerden daha çok tercih ettiklerini göstermektedir. Aynı zamanda çevreye duyarlı faaliyetler aramaktadırlar. Bununla beraber bazı yerlerde bu talepler karşılanamamaktadır. Yönelim daha geniş ve uluslararası otel türü lüks konaklama ya da vahşi doğada modern konaklama yerleri yönünde olmaktadır (Wight 1997). Turistlerin önemli bir kısmı çevresel sürdürülebilirlik yerine daha çok “tecrübeleme” ve “bilme” amaçlı olarak seyahat etmektedirler. Kerstetter, Hou ve Lin’in yaptıkları incelemenin sonucuna göre (2004), örneğin, insanların % 60’ı çevreyi tecrübeleme ve bilme amaçlı macera turizmi yapmaktadır. Örneğin Nepal hükümeti yerel halk ve ziyaretçilerin

doğrudan etkileşimini kısıtlamak ve sınırlı yerel kaynaklar üzerindeki etkiyi önlemek için kamplı trekçileri teşvik etmektedir (Wallace vd. 1996).

Reklam ve promosyon nedeniyle turizm endüstrisi turistlerin eğitilmesi konusuna önem vermeye başlamışlardır. Fakat bu eğitimin doğasında çekici imajlar yaratma mı, yoksa ekoturizmle ilgili öne sürülen amaçlar ve sonuçlarla mı ilgilenmenin egemen olduğu sorusuna cevaplar oldukça çelişkilidir. Örneğin operatörlerin çevresel eğitimle ilgili reklamlarının içerik analizi yapıldığında, çevresel eğitimle ilgili vurgunun olmadığı görülmektedir (Price, 2003).

Sonuç

Ekoturizmin tanımı, amaç ve sonuçlarıyla ilgili sunular ve tartışmalar bizi ekoturizm hakkında şüpheye düşürmekte ve dolayısıyla ekoturizm konusuna çok daha dikkatli ve bilinçli bir şekilde yaklaşmamız gerektiğini ima etmektedir.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) gibi uluslararası büyük kuruluşlar, yabancı yatırımcılar, tur operatörleri, Dünya Bankası ve Avrupa Birliği ekoturizm hareketini geliştirmekte olan ülkelerde özellikle teşvik etmektedir. Türkiye gibi birçok ülke, turizmi ve ekoturizmi lider kalkınma aracı olarak görmekte ve ekonomilerine çok büyük katkı sağlayacağını sanmaktadır. Doğal kaynakları uzun dönem çıkar hesapları doğrultusunda satın almak ve kullanmak isteyen yabancı yatırımcıların, yerel toplumun kalkınması için ekoturizmin zorunlu olduğu imajını yerleştirme ve yayma konusunda hem kendi aralarında hem de gittikleri ülkelerdeki ortaklarıyla birleşmeleri normaldir. Bu yerleştirme ve yayma işinde, gelişmenin sadece tüm yerel toplum boyunca yayılması değil aynı zamanda çevresel konuların en yüksek öncelikte olması gerektiği belirtilmektedir. Çevre eğitimi yoluyla yerel halkın ve diğer yöntemlerle hükümetin tutumlarını değiştirme gerekliliği öne sürülmektedir. Sanki kırsal, doğal ve korunan alanlarda doğa yok ediliyormuş gibi, doğa korumayı geliştirmek ve doğayı korumak gerekçeleriyle birlikte, kurtarıcı olarak ekoturizmin promosyonu yapılmaktadır. Eğer, ulusal ve yerel stratejinin bir parçası olarak ekoturizm planlanacaksa, en azından turizm tesislerinin kurulması ve geliştirilmesi

aşamalarında çevre kaynakları üzerindeki etkilerinin rutin olarak izlenmesi ve değerlendirilmesi; turizm endüstrisinin günlük pratikleri, yönlendirdiği etkinlikler ve bu etkinliklere katılan turistlerin etkilerini izleyecek ve kontrol edecek yasaların oluşturulması ve uygulanması gerekir (Erdoğan 2003).

Ekoturizm ve doğa turizmi gibi isimlerle, gittikçe kırsal alana, orman içine ve korunan alanlara yayılan turizm ve 1980'lerden beri hızla artan pazar konsantrasyonuna (tekelleşmeye, yatay ve dikey örgütsel büyüme) karşı gibi görünen fakat onu aslında destekleyen "küresel-yerellik" (glocalism) düşünüş tarzı ciddi bir şekilde soruşturulmalıdır. İster kitle, ister yumuşak ister ekoturizm olsun, bu turizm biçimleriyle gelen büyük veya küçük turizm sermayesinin ve endüstrisinin uygulamalarının kendiliğinden çevre dostu bir biçime dönüşeceğini ummak yanlıştır. Ayrıca ekoturizmin başlangıç sınırları içinde kalacağını da beklemek doğru değildir. Turizm, hangi adla adlandırılırsa adlandırılınsın, ekonomik bir kaynak olarak ele alınınca, kurulan tesisler ve ilişkilerle gelen kullanımlar sonucu ekolojik tahrip ve bozulmalar olacaktır. Kitle turizmi, ekoturizm ve diğerleri arasındaki fark etki ve bozulma biçimi ve kapsamıdır. Bu fark da statik değil, yayılmaya ve büyümeye yönelik dinamik bir yapıya sahiptir. Nerede insan girişimi ve kullanımı varsa, belli ölçüde bozulma vardır. Şunu kesinlikle akıldan çıkarmamak gerekir; turizm özellikle turizme dayanan yerel alanlarda çevre bozulmasını neden olan en önde gelen faktörlerden biridir.

Alternatif turizm türlerinin, çevresel duyarlılık söylemlerinin tersine çevresel bozulmaya yol açacak şekilde gelişmesine uluslararası turizm pazarından birçok örnekler vermek mümkündür. En başta gelen konu, özellikle "yeşil ürün" pazarlaması yapan seyahat acenteleri ve tur operatörlerinin bir kısmının katalog ve broşürlerinde "temiz, bozulmamış çevre" olarak sattıkları yerlerin aslında doğal çevre açısından hiçbir değeri olmayan yerler olduğudur. Kitle turizmi yapan acentalar ve tur operatörleri aynı zamanda ekoturizm de yapmakta; aynı turistleri hem denize hem de doğa içine otobüslerle ve 4x4 jeep kervanlarıyla taşımaktadır. Doğa içinde aynı otel zincirleri ve sermaye tesisler kurmakta ve korunan alanlara kadar değerli her yeri meşrulaştırılmış işgalle çitlemektedirler. Bu yollarla, turizm endüstrisi aslında pazarını kırsal alanlara hızla genişletmektedir. Bu sırada da ağırlıklı olarak kalkınmayla, çevresel, kültürel, yerel ve doğal değerleri korumayla ve

desteklemeyle ilgili söylemleri de artırmaktadırlar. Bu söylemlerin geçerliliği turizm endüstrisinin (turistlerin değil) faaliyetlerinin doğasına bakarak saptanmalı ve bu faaliyetlerin asıl doğasını yansıtan açıklamalar getirilmelidir. Bu açıklamalar da politikaların yeniden gözden geçirilmesi için kullanılmalıdır.

Kaynakça

- Alemdar, K. ve İ. Erdoğan (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk.
- Bandy, J. (1996). Managing the Other of Nature: Sustainability, Spectacle, and Global Regimes of Capital in Ecotourism. *Public Culture*, 8 (3):539-566.
- Belsky, J. (1999). Misrepresenting Communities: The Politics of Community-based Rural Ecotourism in Gales Point Manatee, Belize. *Rural Sociology*, 64:641–666.
- Berle, P. A. (1990). Two faces of ecotourism. *Audobon*, 92 (2) s.6.
- Blamey, R. K. (1997). Ecotourism: The Search for an Operational Definition, *Journal of Sustainable Tourism*, 5 (2):109-130.
- Blamey, R. K. (2001). Principle of Ecotourism, *The Encyclopedia of Ecotourism*. New York: CAB International.
- Burger, J. (2000). Landscape, Tourism, and Conservation, *The Science of The Total Environment*, 249 (1-3): 39-49.
- Butler, R. (1990). Alternative Tourism, Pious Hope or Trojan Horse?, *Journal of Travel Research*, 28 (3): 40-45.
- Butler, R. (1991). Tourism, Environment and Sustainable Development, *Environmental Conservation*, 18 (3): 201-209.
- Campbell, L. (1999). Ecotourism in Rural Developing Countries. *Annals of Tourism Research*, 26:534–553.
- Cater, E. (1993). Ecotourism - A Sustainable Option? *Geographical Journal*, 159: 114-115.

Che, D. (2005). Developing Ecotourism in First World, Resource-Dependent Areas. *Geoforum*, (baskıda).

Conservation International 2003. <http://.conservation.org/xp/CIWEB/programs/ecotourism/ecotourism.xml>

Cullen, Booth, Hughey (2003). Ecotourism issues and options for New Zealand. *Tourism Recreation Research*, 28 (2): 89-93.

Duffy, R. (2002). *A Trip Too Far: Ecotourism, Politics and Exploitation*. London: Earthscan Publications.

Erdoğan N. (2003). *Çevre ve (Eko)turizm*, Ankara: Erk Yayıncılık.

Faber, D. (1993). *Environment Under Fire*. NY: Monthly Review Press.

Hall, C. M. (1994). Ecotourism in Australia, New Zealand and South Pacific: Appropriate tourism or a new form of ecological imperialism? İçinde: Cater, E. ve Lowman, G. (1994) (eds.). *Ecoturizm: A sustainable Option?* New York: John Wiley & Sons. s. 137-158.

Holden, A. (2003). In Need of New Environmental Ethics for Tourism? *Annals of Tourism*, 30 (1):94-108.

Honey, M. (1999). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* Washington: Island Press.

Johnson, B. R. (1990). Introduction: Breaking out of the tourist trap. *Cultural Survival Quarterly*. 14 (1): 12–25.

Jones, S. (2005). Community-Based Ecotourism: The Significance of Social Capital. *Annals of Tourism Research*, 32 (2): 303–324.

Kanada Çevre Danışmanlığı Komisyonu (1992). *Canadian Tourism Council Report on Ecotourism*. <<http://206.191.33.50/tourism/trdc/form.html>>

Kerstetter, D. L., Hou, J. S. & Lin, C. H. (2004) Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism management*, 25 (3): 491-498.

- Lagaranse, B. (2003). Community based ecotourism development to reduce climate change and manmade coral bleaching: The case of Bunaken national park. *Asena Journal on Hospitality and Tourism*, 2 (1): 61-70.
- Lee, C. H., Lee, J. H. & Han, S.Y. (1998). Measuring the economic value of ecotourism resources: The Case of South Korea. *Journal of Travel Research*, 36 (4): 40-47.
- Leung, Y. ve diğerleri (2001). The Role of Recreation Ecology in Sustainable Tourism and Ecotourism. İçinde: McCool, S. ve R. N. Moisey (eds.), *Tourism, Recreation, and Sustainability: Linking Culture and the Environment*. New York: CAB International.
- Lindberg, K., J. Enriquez and K. Sproule (1996). Ecotourism Questioned: Case Studies from Belize. *Annals of Tourism Research*, 23 (3): 543–562.
- Loon, R., and D. Polakow (2001). Ecotourism Ventures: Rags or Riches? *Annals of Tourism Research*, 28:892–907.
- Mansperger, M. C. (1995). Tourism and Cultural Change in Small-scale Societies. *Human Organization*, 54(1): 87-94.
- Middleton, V. T. & Hawkins C. (1998). *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Nepal, K. S. (2000). Tourism in Protected Areas The Nepalese Himalaya, *Annals of Tourism Research*, 27(3): 661-681.
- Nyaupane, G. P. Ve B. Thapa, (2004). Evaluation of ecotourism: a comparative assessment in the Annapurna Conservation Area Project, Nepal. *Journal of Ecotourism*, 3 (1): 20-45.
- Orams, M. B. (1995). Towards a More Desirable Form of Ecotourism, *Tourism Management*, 16 (3-8):142.
- Pfarr, C. (2001). Concepts of sustainable development, sustainable tourism, and ecotourism: Definitions, Principles, and linkages. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1 (1): 68-71.

- Price, G. G. (2003). Ecotourism Operators and environmental education. *Tourism Analysis*, 2003, 8 (2-4): 143 -148.
- Priskin, J. (2003). Characteristics and Perceptions of Coastal and Wildflower nature-based Tourists in the Central Coast region of Western Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6): 499-529.
- Redcliff, M. (1991). *Development and Environmental Crisis*. N. Y.: Routhledge.
- Richins, H. ve Weiler, B. (1995). Extreme, extravagant and elite: A profile of ecotourists on earthwatch expeditions. *Tourism Recreation Research*, 20 (1): 29 — 37.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 20: 245 — 249
- SDEC (2002). Sustainable Development of Ecotourism Conference: Final Report April 2002. <http://www.planeta.com/ecotravel/tour/2002ecotourismreport.html>.
- Stem, C.J., J.P. Lassoie, D.R. Lee, and Deshler, D.J. (2003). How 'eco' is ecotourism? A Comparative Case Study of Ecotourism in Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (4): 322-347.
- Stone, M. and G. Wall (2004). Ecotourism and Community Development: Case Studies from Hainan, China. *Environmental management*, 33 (1): 12-24.
- Tao, C. H., Eagles, P. F. ve Smith, S. L. J. (2004). Profiling Taiwanese Ecotourists Using a self-definition Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 12 (2): 149-169).
- Tao, C. H., Eagles, P. F. ve Smith, S. L. J. (2004a). Implications of alternative definitions of ecotourists. *Tourism Anaysis*, 9 (1/2): 1-13).
- The International Ecotourism Society, (2002). The definition of ecotourism. <http://www.ecotourism.org/index.htm>.
- Thomas (1992). *Environment in international relations*. London: Chameleon Press.
- Wallace, G. N. & Pierce M. S. (1996). An Evaluation of Ecotourism In Amazonas, Brazil, *Annals of Tourism Research*, 23 (4): 843-873.

- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of Ecotourism in Costa Rica and Kenya, *Annals of Tourism Research*. 26(4): 792-816.
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism as mass tourism: contradiction or reality? *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, vol 42 (2): 104-113.
- Wearing, S., and M. McDonald (2002). The Development of Community-based Tourism: The Relationship Between Tour Operators and Development Agents as Intermediaries in Rural and Isolated Area Communities. *Journal of Sustainable Tourism* 10:191–206.
- Welford, R and B. Ytterhus (1998). Conditions for the Transformation of Eco-Tourism Into Sustainable Tourism. *European Environment*, 8 (6): 193-195.
- Wright, P. (1997). Ecotourism Accomadition Spectrum: Does Supply Match The Demand, *Tourism Management*. 18(4):209-220. Canada.

Özet

Bu makalede turizm sektöründe sürdürülebilirlik ve turizmin doğal alanlara doğru yayılmasıyla gelen ekoturizm olgusunun ele alınış biçimleri irdelendi. Bu amaçla önce ekoturizm ortaya çıkışı, tanımı, amaçları ve sonuçları konusunda iletilen yaygın görüşler ele alındı ve açıklandı. Sonra, alternatif görüşlerin temel yaklaşım tarzı sunuldu ve yaygın görüşün ilettikleri irdelendi. Sonuçta, yaygın ele alış biçimlerinin ekoturizm olgusunu açıklamada çok yetersiz, yanlı ve bilimsel yapıdan ciddi bir şekilde yoksun olduğu belirlendi.

Anahtar sözcükler: Sürdürülebilir turizm, ekoturizm, alternatif turizm, ekoturist

Abstract

The dominant and alternative ways of articulating ecotourism issues emerging from the expansion of tourism to natural areas and sustainability in tourism are discussed in this article. First, the dominant perspectives about the origin, definition, objective and outcome of ecotourism are presented and discussed. Then, critical evaluations of ecotourism and dominant paradigm are delineated. It was concluded that mainstream explanations are highly inadequate, biased and seriously impoverished in terms of scientific nature.

Key words: Sustainable tourism, ecotourism, alternative tourism, ecotourist, protected areas.

Sosyal Bilimlerde Eğitimin Endüstriyel Yapıyla Bütünleşmesi: Halkla İlişkiler Örneği

Esra İlkay KELOĞLU-İŞLER*

Giriş

Bilim ve resmi eğitim, belli zaman ve yerde toplumsal üretim tarzı ve ilişkilerinin bütünleşik bir parçası olmuştur. Bilim ve resmi eğitim güç merkezlerinin bulunduğu egemen konumda yer alır. Bilimin üretimi toplumsal üretim ve ilişkileriyle birlikte biçimlenir ve gelişir. Günümüzde endüstriyel yapılar ve üniversiteler bilginin üretiminde önemli rol oynamaktadırlar. Endüstri ve üniversite ilişkilerinin doğası sonucu bilim belli yönde biçimlenmekte ve gelişmesine devam etmektedir. Sosyal bilimler eğitimi de bu gelişmeye göre şekillenmekte ve bu sırada çözülmesi gereken ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu inceleme endüstri ve akademi arasındaki sorunlar ve çözümler üzerinde daha çok durulması ve bu bağlamda araştırmaların yapılması, hangi disiplin ya da alana ait olursa olsun, sosyal bilimler eğitimi doğasının egemen eğiliminin somut olarak belirlenmesi gereksiniminden hareket ederek tasarlandı. Bu amaçla, Türkiye'deki sosyal bilimler eğitiminin durumu halkla ilişkiler eğitimi örneğinden yola çıkılarak ve Amerika'daki durumla karşılaştırılarak incelendi. İncelemede, ilk olarak bu konuyla ilgili bilgi birikimi tartışıldı. Sonra üniversite ve endüstri bağı üzerinde duruldu ve ardından halkla ilişkiler eğitimi tipik örnek olarak ele alınıp endüstri üniversite bağı irdelendi. Böylece, sosyal bilimler eğitiminde endüstriye bütünleşmenin doğası açıklanmaya çalışıldı.

* Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

Bu çalışma konu hakkında yapılan tartışmalarda sunulan egemen sunumların yetersiz, eksik ve gereğinden fazla idealleştirilmiş olmasından dolayı mevcut gerçeklerin sözü edilmeyen ya da bilinçli olarak inceleme dışı bırakılan taraflarını da aydınlatılabilmek açısından önemlidir. Bu amaçla bu konuda yapılmış incelemeler ve ilgili yazılı materyaller incelendi. Söz konusu sosyal bilimler eğitiminde endüstriyel bir pratikten gelişen kökeni ile akademia içinde konumlanarak radikal bir örnek oluşturan Halkla İlişkiler bağlamında konu tartışıldı. Böylece halkla ilişkiler eğitimi örnek olarak alınarak sosyal bilimler eğitiminin mevcut durumu tespit edildi ve irdelendi.

Yöntem

Niteliksel bir değerlendirme olan bu araştırma tasarımında değerlendirmeyi yapmak için gerekli kaynak olarak Türkiye’de ve Amerika’da üniversitelerdeki ders programları ve bu üniversitelerin web sitelerinde halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili olarak yaptıkları açıklamalar kullanıldı. Ayrıca, ampirik bir tasarımdan uzak durulduğu için, herhangi bir frekans dağılımı sunulmadı. Onun yerine, daha önce niceliksel ve niteliksel olarak sunulan birikmiş bilgilerden yararlanıldı. Dolayısıyla, incelemede, daha önce yapılan ve bu incelemeye ilişkin veriler ve bilgiler sunan kaynaklardan yararlanıldı.

Analiz ve Tartışma

Endüstriyle akademinin bütünleşmesi üzerinde duran araştırmaları başlıca iki ana yaklaşıma ayırarak incelemek mümkündür. Bunlardan ilk yaklaşımı akademi içinde eleştirel yaklaşımı benimsemiş olan akademisyenlerin değerlendirmeleri oluşturur. İkinci ana yaklaşımda pozitivist ya da yapısal işlevselci yaklaşımı benimsemiş olan akademisyenler yer almaktadır: İlk grupta yer alan Kellner, Özuğurlu, Engel, Erdoğan, Apple&Weis, Freire, Spring, Barnett gibi araştırmacılar konuyu eleştirel bir biçimde ele alırken, üniversitenin endüstriyle bütünleşmesini kapitalist sistemin yapısal gelişmesinin bir sonucu kaçınılmaz görmekte ve bu gelişmenin, en azından, klasik liberal eğitim geleneğine aykırı düştüğünü ileri

sürmektedirler. Örneğin, Hogan'a göre (1982) eğitim konuları başlıca dört temel sorun içinde ele alınabilir: Bu sorunlardan ilki, okulların ekonomiyle uyumunun doğası ve gücü etrafında dönen yapısal siyaset tartışmasıdır ki buna örnek olarak liberal eğitimin mi yoksa mesleki eğitimin mi olması gerektiği hakkındaki tartışma verilebilir. İkincisi; üniversitenin yönetim yapısındaki çatışmaya örnek olarak otoritenin merkezileşmesi, YÖK kurumu ile olan çatışma, ya da öğretim üyelerinin Eğitim-Sen gibi örgütler içinde sendikalaşması ile devlet arasındaki çatışma gibi durumlar bu sorunun Türkiye'deki yansımaları oluşturmaktadır. Üçüncü sorun olarak Türkiye'de vakıf üniversiteleri olarak anılan özel üniversiteler ile devlet üniversitelerinin sayıca dengede olmasından dolayı ender olarak rastlanan ama Amerika'da oldukça yoğun olarak karşılaşılan insan sermayesidir (human capital). Bu konuda aileler ve çevre verilen eğitimle ilgili olarak çocukların ne kazandıkları hakkındaki tartışmalar yapılmaktadır. Dördüncü olarak, kültür sermayesi politikası, bu tartışmalar tamamen hangi derslerin verileceği, içeriğin ne olacağı, hangi kitapların okutulacağı gibi bilginin doğası üzerine olan çatışma ve sorunlardır.

Halkla ilişkiler eğitimi sosyal bilimler eğitimi bağlamında ele alan eleştirel incelemelere ise ender rastlanır. Bu alanı dolaylı olarak inceleyen hem ana akım hem de eleştirel incelemeler daha çok alana katkıda bulunan sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji gibi ana bilim dallarından gelmektedir. Halkla ilişkiler alanında yapılan özellikle eğitimle ilgili ana akım incelemeler temel olarak ikiye ayrılabilir. Birinci yönelimde Wakefield, Gibson, Kent, Taylor ve Falb gibi araştırmacılar, halkla ilişkiler alanının sosyal bilimler temel kuramsal konuları içeren liberal gelenek içinde eğitim yapmasını önerirler. İkinci akımda, Grunig & Hunt, Zappala, Stacks- Turk – Botan, Martinson ve Kruckeberg gibi araştırmacılar ana akım içinde halkla ilişkilerin tamamen endüstriye kalifiye eleman yetiştirmesi gerektiğini ve bu amaçla donanımın hangi şekilde daha uygun olacağı üzerinde yoğunlaşırlar. Örneğin, Martinson, Grunig & Hunt'ın daha önce önerdikleri gibi birilerinin öne çıkıp alanı analiz etmesi gerektiğini, meslekle ilgili araştırmalar yaparak alanda çalışan uygulamacıları pratik yarara sahip yeni fikirlerle sürekli beslemesi gerektiğini doğrulayarak eğitimciler ve uygulamacıların beraber çalışmalarının gerekli olduğu öne sürmektedir (Martinson, 2003). Bu yaklaşımda, halkla ilişkiler programlarının promosyonunu yapan okul bültenlerinde

halkla ilişkiler dersi alan öğrencilerin halkla ilişkileri günlük işlerinde kullanan kurumlar ve şirketlerin çeşitliliği karşısında (iş bulma olasılığıyla) heyecanlandıkları belirtilir. Halkla ilişkiler derslerinde örneğin uygulamacıların değişik alanlarda iş buldukları ve yüzlerce farklı halka ulaşmaya çalıştıkları, bilgisayar üreticisinden hastaneye ve sanat müzesine kadar halkla uğrasan bütün ticari ve ticari olmayan örgütlerin halkla ilişkiler hizmeti ve rehberliğine ihtiyaç duydukları anlatılır (Zappala, 1993). Biraz abartılarak idealleştirilen bu “gerçeklerle” öğrencilere halkla ilişkilerde kariyer çeşitliliği sunulurken, aynı zamanda halkla ilişkiler pratiklerindeki nüanslar gösterilmektedir (Keloğlu, 2003).

Akademi ve Endüstri Bağı

Taner Timur’un da belirttiği gibi (2000), üniversitenin herkes tarafından kabul görece tanımlarından biri, gerçekleri arayan, “bilim” üreten ve onu yayan kurumlar olduğudur. Fakat eğitim ve öğrenme faaliyetinin ilk çıktığı dönemden yola çıkarak detaylı ve eleştirel bir sorgulamayla konuya bakıldığında bu kurumun iktidar ve güç ilişkilerine çok yakın bir yere konumlandığını görmek mümkündür. Barnett’e göre, kraliyet ve kilise tarafından ortaçağda kurulduğundan beri üniversiteler ev sahibi topluluğun yerel menfaatleri üstüne temellenmektedir. Üniversitenin doğruyu arama, bilgiyi elde etme, öğrenme ve eleştirel akıl gibi evrensel çıkarlara hizmet etmesi beklenmişti oysa üniversite sadece kısmi olarak bunlarla ilgilendi (Barnett, 2005). Akademi ve endüstri işbirliğini, doğa bilimlerinin yükselişiyle endüstrinin gelişmesiyle başladığını söylemek mümkündür. Özuğurlu’nun işaret ettiği gibi (1998) “bu oluşum, İngiliz Sanayi Devriminin sağladığı zemin üzerinde gerçekleşti ve 19. yüzyılın ortalarından itibaren ivme kazanarak sürdü”. Günümüze gelindiğinde akademik eğitim faaliyetinde başlıca iki temel yaklaşım belirginleşti: Bunlardan ilki akademinin yalnızca toplum için bilim yapmak üzere var olduğu idi, ikinci yönelim ise akademinin endüstrinin yararına bilimi üretmesi oldu. Endüstrinin ikinci yönelimi desteklemek için çeşitli bilimsel araştırmalara maddi destek sağlaması, burslar, iş olanakları sağlayarak akademinin eğitim faaliyetleri üzerinde etkiye başlamasını beraberinde getirdi. Gelişmeler sonucunda endüstri ve akademi yakın ilişkilerini korudu ve

bütüncül bir yapı oluşturdular. 20. yüzyıla girerken eğitim sistemi “hem devlet hem de şirketler için itaatkar hizmetçiler üretme sorumluluğu” yüklenmektedir (Spring, 1997:18).

Eğitim sisteminin öğrenci yetiştirmek faaliyeti sürecinde hem pozitif bilimler hem sosyal bilimler eğitiminde endüstrinin ihtiyacına yönelik işlevsellik egemen oldu. Pozitif bilimlerdeki gelişme, sanayi devrimine doğru bir ilerlemeye katkıda bulunurken, aynı zamanda sanayi devrimi sonrasında “akademi”, toplum için bilimin ürettiği yer olmak yerine, endüstri için bilimin ürettiği yer olmaya doğru seyretti. Bu sırada, endüstrinin gerek meşruluğunu sağlamak gerek daha fazla gelişmek için akademiyle iş birliği yapması ya da akademisyenlerin araştırmalarına endüstri kaynaklı finansal destek araması, karşılıklı faydaya dayanan bir işbirliğinin kurulup gelişmesine yardım etti. Bu dönüşümle, 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde, doğa bilimlerindeki gelişme sanayileşmeyle ileri noktalara doğru ilerlerken, artı değer yaratılması için fedakarlık yapmak zorunda bırakılan kitleler, çeşitli yollardan demokratik haklarını aramayı artırdılar. Bu durum, sanayicilerin baskıyı devreye sokmalarını getirdi. Örneğin 19’uncu yüzyılın ikinci yarısından beri artan işçi talepleri ve direnişleri karşısında sanayiciler orduyu, polisi ve özel detektif büroları kullandılar. Yine Amerika’da Rockefeller ve Carnegie gibi büyük iş adamlarının özel kolluk kuvvetleriyle zorla-ikna yöntemini kullanmaları en bilinen uygulamalara örnektir. Fakat terör ve korku yaratmaya yönelik tedbirler daha çok sorunların çıkmasına neden oldu. Kaçınılmaz olarak, farklı tekniklerin seçilmesi gerekliliği ortaya çıktı. İşte bu noktada sosyal bilimciler de devreye girdi. Sosyolojinin, psikolojinin, sosyal psikolojinin, siyaset biliminin önde gelen bilim adamları iletişimle ikna ve rıza kazanma üzerine eğilmeye başladılar. Erdoğan’a göre Halkla ilişkilerin meslek olarak günümüzdeki şekliyle oluşup gelişebilmesi için Amerikan tarzı bir siyasal ve ekonomik yapının olması gerekir. Diğer bir deyişle, profesyonel meslek olarak halkla ilişkilerin çıkıp hızla gelişmesi burjuva demokrasiden ayrı olarak düşünülemez (Erdoğan, 2006:85). Propaganda ve halkla ilişkiler önem kazanmasıyla, kapitalizm, insanların “rızasını imal etmek” için son derece işlevsel bir araç keşfetmiş oldu.

Halkla İlişkiler örneği

Halkla ilişkiler eğitiminde günümüzde temel tartışma sosyal bilim derslerinin azlığı ya da olmaması, endüstriyi desteklemesi, endüstri için gerekli mesleki pratikleri vermekten başka bir kaygı gütmeyen, pek de akademik olmayan bir eğitim olduğu ekseninde dönmektedir.

Endüstrinin büyümesi ve gelişmesiyle birlikte oluşan kötü iş ve yaşam koşullarına kitlelerin tepkileri ve sendikalaşma hareketleri karşısında alınan baskıcı tedbirlerin yanında, insanları ikna ile yönetmenin daha etkili olacağı düşüncesi gelişti. Bu düşünceye bağlı olarak o zamanlar yaygın olan basın ajanları halkı en etkin kitle iletişim aracı olan gazeteler yoluyla yönlendirmeye çalışıyorlardı. Basın ajanlığı yoluyla, eski gazeteciler yeni bir meslek edinerek, henüz adı halkla ilişkiler olmayan bir alanın ilk öncüleri oldular. 1917’de Amerikan halkını Birinci Dünya Savaşına katmak için yoğun propaganda yapan Creel Komisyonu deneyimiyle de zenginleşen ve büyük holding sahiplerini “yardımsever” imajıyla satan bir halkla ilişkiler mesleği oluşmuştu. Ortaya çıkan bu yeni meslek kapitalist endüstrinin giderek gelişerek büyümesiyle paralel olarak büyüdü ve gelişti. Bir süre sonra her kurum içinde halkla ilişkiler bölümleri açılmaya başlandı. Bölüm kuramayan kurumlar ise dışarıdan halkla ilişkiler hizmetini kiralama yoluna gittiler. Halkla ilişkiler hizmeti veren şirketler giderek çoğaldı. Halkla ilişkiler sektörünün endüstriyle beraber hızla büyümesi bu alanda yetişmiş kalifiye elemana duyulan ihtiyacı arttırdı. Sonuç olarak halkla ilişkiler dersleri üniversitelerde verilmeye başlandı (Keloğlu, 2003). Tamamen endüstriden çıkan bir pratik olarak halkla ilişkiler akademide daha çok iletişim alanında yer buldu.

Erdoğan’a göre, kapitalizmde halkla ilişkilerin oluşumu birbirini tamamlayan ve destekleyen birkaç alanda olmuştur: Siyasal ve kamusal alanda sömürgeciliğin yayılması, göçe teşvik, savaşa yönlendirme, seçimlerde oy avcılığı olarak başlamış ve gelişmiştir. Özel teşebbüs alanında izleyici/seyirci çekme, satış, soyguncu baron olarak nitelenen zenginleri ve firma faaliyetlerini “tanıtımla iyi gösterme” biçimde başlamış ve gelişmiştir. Eğitim alanında yukarıdaki iki alanı destekleme ve kendini yeniden üreterek geliştirme biçiminde olmuştur (Erdoğan, 2006:51). Üniversite eğitiminin meslek eğitimi anlamına geldiği mevcut durumda, kendilerine meslek arayan gençler için iletişim eğitimi geniş ve cazip iş

umutlarıyla öğrenci için en popüler seçeneklerden biridir. İletişim eğitiminde Türkiye’de, genellikle günümüz bilim dünyasında egemen olan Amerikan trendi izlenirken, aynı zamanda bu örneğin birebir kopya edilmeye çalışılması durumu da söz konusudur. Bunun nedenini Timur’un da belirttiği gibi, kalkınmakta olan ülkelerin yakın zamana kadar sömürge ya da yarı sömürge olmasından dolayı, yüksek öğrenim kurumlarının sömürgeci ülkeler tarafından kurulmasında ya da yeniden düzenlenmesinde bu düzenlemenin de “bilim için bilim” kriterine ya da yerli halkın çıkarlarına göre değil metropolün çıkarlarına göre yapılmasında aramak doğru olacaktır (Timur, 2000).

Halkla ilişkiler eğitimi genel resmi eğitimin bir parçasıdır. Halkla ilişkiler eğitimi de diğer bütün alanlarda olduğu gibi öğrenme etkinliğinin güç ve iktidar ilişkileri içindeki yerinden ayrı bir şekilde konumlanamaz. Ayrıca halkla ilişkilerin doğası gereği egemen sistemin içinde işlevsel bir uygulama olarak ortaya çıkmış olması da halkla ilişkiler eğitiminin doğasını büyük ölçüde belirler. Halkla ilişkiler eğitimi, disiplinler arası bir alan olarak önce 1920’lerde Amerika’daki üniversitelerde başlamıştır (Keloğlu, 2003). Akademiye sıçraması o zamanın en meşhur halkla ilişkiler uzmanı Edward Bernays tarafından New York Üniversitesi, Gazetecilik Bölümünde, Ticaret Okulunda, Muhasebe ve Finans’da verilen ilk derslerle 1923’de başladı. Erdoğan’a göre iki yıl süren bu derslerde gazeteler, periyodik basın, sinema ve diğer yollarla halka ulaşmanın teknik ve yöntemleri hakkında konuşmuştur. Böylece halkla ilişkilerin profesyonelleşmesi yönünde üniversiteler de rol oynamaya başlamıştır. Aslında Bernays’dan önce halkla ilişkilerde ilk ders “tanıtım teknikleri” adıyla 1920’de University of Illinois’da Jos F. Wright tarafından verilmişti (Cutlip, 1961:364; Grunig, 1991, aktaran Erdoğan, 2006). Halkla ilişkiler hizmeti veren şirketlerin giderek çoğalması, halkla ilişkiler sektörünün endüstriyle beraber hızla büyümesi ile bu alanda yetişmiş kalifiye elemana duyulan ihtiyaç arttı. Sonuç olarak halkla ilişkiler dersleri üniversitelerde verilmeye başlandı ve alan olarak en başta gazetecilik bölümleri içinde yer aldı. Bir süre sonra çeşitli üniversitelerde ve büyük şirketler içinde halkla ilişkiler bölümleri açılmaya başlandı. Bölüm kuramayan veya kurmayı seçmeyen firmalar ve kurumlar ise dışarıdan halkla ilişkiler hizmetini kiralama yoluna gittiler. Üniversitelerde gazetecilik veya iletişim okulları içinde önce halkla ilişkiler dersleri verilmeye başlandı sonra da halkla

ilişkiler bölümleri kuruldu. Reklamcılık ile birlikte halkla ilişkiler üniversite içinde liberal eğitimin “uygulamalı” bir parçası olarak görülmeye başlandı. Uygulamalı kavramı iş hayatına, yani reklam ve halkla ilişkiler ve onlara bağlı endüstrilere hizmet için ilk formasyon derslerini almış ve beceri kazanmış eleman yetiştirme anlamında kullanılır. Firmalar için Halkla ilişkiler işi yapan Edward Bernays’dan başlayarak, üniversitede halkla ilişkiler eğitimi veren öğretim üyeleri ya doğrudan ya da dolaylı olarak ya halkla ilişkiler ve reklam firmaları yoluyla dışarıda iş yaptılar ya da şirketlerin üniversiteye verdiği araştırma fonlarıyla tutum, değer, kültür, davranış, tercihler gibi alanlarda şirket dünyasının pazarlama, reklam, bilinç yönetimi, yönlendirme faaliyetleri için yararlı veya yararı olmayan çeşitli araştırmalar yaptılar. Üniversitelerin sanayi ile entegre oluşu o denli yaygınlaştı ki, özel fonlar alan üniversite üyeleri üniversiteye işe alınmada aranır oldu. Gözde öğretim üyeleri üniversiteye para getirenler oldu. Üniversiteler, endüstriye yönelik eğitimlerine sertifika eğitimlerini eklediler. Aynı zamanda yaz aylarında 3, 4 veya 5 haftalık beceriyi geliştirmeye yönelik kurslar açtılar. Bu kurslarla üniversiteler arası rekabet endüstrinin en iyi ve meşhur isimlerini ders ve kurs vermeye, misafir öğretim üyesi olarak getirmeye gitti.

Amerika’da 1920’ler ve 30’lar halkla ilişkilerin üniversiteye girmesinin başlangıç yılları olurken, Erdoğan’a göre, Basın Yayın Yüksek Okulu’nu İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü, Ankara Özel Başkent, İstanbul Özel Vatan gazetecilik okulu izlemiştir. Özel okulların devletleştirilmesinden sonra Ankara, İstanbul ve İzmir Ticari İlimler Akademileri bünyelerinde dört yıllık Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Okulları faaliyete geçmiştir. ODTÜ, Anadolu ve Boğaziçi Üniversiteleri, Türkiye ve Ortadoğu Amme Enstitüsü, Bankalar Birliği Ankara ve İstanbul Eğitim Merkezi, Ankara Hukuk Fakültesi, Bankacılık Enstitüsü öğretim programlarında halkla ilişkiler dersleri eklenmiştir (Erdoğan, 2006). Amerika’da İkinci dünya savaşından sonraki yıllar halkla ilişkilerin üniversitelerde yaygınlaşması dönemi oldu. Türkiye’de bu 1990’larda oldu. Amerika ve dünyada 1980’lerin ortalarından sonra endüstriye halkla ilişkiler eğitiminin tümüyle entegrasyonu için baskılar arttı ve bunun sonucu olarak özellikle Türkiye gibi ülkelerde 2000’lere gelindiğinde bu entegrasyon çabaları eğitim müfredatına yeniden düzenleme ve uyum adları altında halkla ilişkiler eğitiminde ciddi dönüşüm getirdi. Bu tür dönüşümler örneğin hukuk ve Siyasal

bilgiler fakültelerinde liberal geleneğin yavaş dönüşümü yanında meslek okulları doğasına uygun yeni bölümlerin açılması veya var olanların ders içerikleri bazında değişmeler olmasını da getirdi. Türkiye’de endüstrilerin yaygın olduğu bölgelerde ve gelişmiş kentlerde özel üniversiteler kurulmaya başladı ve bu üniversitelerin açtıkları ilk bölümler endüstriyel yapıya işlevsel olan alanlarda eğitim veren ve fazla yatırım gerektirmeyen bölümler ve fakülteler oldu. Bunlarda biri de, stüdyolar gerektiren radyo-televizyon ve film değil, fazla alt-yapı yatırımı gerektirmeyen halkla ilişkiler bölümü oldu. Bu sırada, Endüstrinin çıkarını gözetmek için kurulmuş olan meslek cemiyetleri, örneğin halkla ilişkiler cemiyeti endüstri ile akademi arasındaki bağı kuran ve geliştiren diğer bir aktif eleman olarak faaliyetlerini yoğunlaştırdı.

1980’lerin sonuna gelindiğinde Amerika’da halkla ilişkiler bölümleri, etiklerinin gazetecilik etiğinden farklı olması (yani kamuya değil de özel çıkarlara hizmet vermesi) gerekçesiyle bazı gazetecilik bölümlerinden dışlanmaya başladı. Buradan ayrılan halkla ilişkiler kendilerine İşletme Okullarında yeni bir sığınak yer buldu. Elbette, halkla ilişkilerin işletme bölümlerinin altında yer almasının tek nedeni bu değildir. Yukarıda belirtilen gelişmeler sonucu doğal olarak, halkla ilişkiler eğitiminin gelişmesi, sosyal bilimler disiplinleriyle beslenmekten giderek uzaklaşarak işletme, pazarlama, yönetim bilimleri altında işlevsel olarak çalışan bir alana doğru kaydı. Bunun önde gelen diğer nedenleri, halkla ilişkilerin yönetsel bir faaliyet olması yanında, halkla ilişkilerin gerçekleri yansıtmayan biçimde idealleştirilmesi ve verilen eğitimin bu idealleştirilen halkla ilişkileri gerçek gibi yansıtmak üzere tasarlanmasıdır. Bu yolla halkla ilişkiler dahil sosyal bilimler eğitimini halkla ilişkiler ve ilgili endüstriler kendi gereksinimlerini kendilerine en ucuz ve en verimli bir şekilde karşılaması yönünde biçimlendirmektedir. Böylece hem bilinç hem de beceri bağlamlarında endüstri en az masraf ve çaba ile en fazla faydayı elde etmeye çalışmaktadır. Dünya görüşü ve becerisi bakımından endüstriye entegre bir elemanın üniversitelerden çıkıp gelmesi isteği endüstrilerin faydacı dünya görüşlerinin bir yansımasıdır. Bu nedenle kurulan ilişki ve dönüştürme mekanizmalardan geçerek, eleştirel görüşleri barındıran bir eğitim yerine, ilişkiyel gerçekleri farklı biçimde sunan, kendisine “daha verimli olma” yolunda çıkış yolları arayan ve sosyal bilimleri bu yolda belli amaçları gerçekleştirme aracı olarak gören bir

eğitim halkla ilişkiler alanında baskın hale gelmektedir. Kent ve Taylor'a göre, pek çok uygulamacının ve lisans öğrencisinin düşündüğünün tersine ve yakın zamanda yapılan halkla ilişkiler araştırmalarının da gösterdiği gibi, liberal sosyal bilim eğitimi, bir beceri eğitimi değildir. Bu eğitimin temelini oluşturan felsefe, toplumun değerli üyeleri olacak çok yönlü eğitim almış öğrencilerin yetiştirilmesidir. Ayrıca pek çok profesör yüksek eğitim entelektüel gelişmenin yeri olmak yerine şirketlerin eğitim sahası olmasından üzüntü duymaktadır. Yüksek eğitim eleştirel düşünme ve akıl yürütme yerine beceri eğitimine odaklandığı takdirde öğrencilerin halkla ilişkiler alanında başarılı ve yeterli olmaları daha az rastlanır bir durum olmaktadır (Kent&Taylor, 2005). Fakat bu görüşler halkla ilişkiler eğitimi alanında düşünen akademisyenler içinde çok azınlıkta kalan bir ifade olmaktadır. Alana egemen olan görüşler halen uygulamacıların akademiye etkileme çabalarından gelmektedir.

Yukarıdaki açıklamalarda halkla ilişkiler örneğiyle sosyal bilimler eğitiminin endüstriyle bütünleşmesinin doğasıyla ilgili ipuçları verildi. Dikkat edilirse, öğrenme etkinliğinde derslerin neler olacağı, aktarılan bilgilerin doğası, hatta neyin kim tarafından nasıl bir yöntemle öğretileceği, belli egemenlik ilişkilerinin ve bu ilişkilerin olduğu örgütlü çıkar yapılarının işlevsel ifadeleri olmaktadır. Örneğin Public Relations Society of America kendi web sayfasında yüksek öğrenim danışmanlığı bölümüne yer ayırmıştır. Burada amaçlanan halkla ilişkiler profesyonellerinin lehine yüksek öğretim kurumlarının niteliğine ve statülerine, ders programlarına odaklanmaktadır (PRSA, 2005). Tarihsel bağlamda bakıldığında bu durum daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Tarih boyunca din ve devlet ideolojilerinin eğitimden geçerek mevcut durumlarını sağlamlaştırdığı görülür. O halde eğitimin, insanları eğitmek gibi masum bir idealin dışında çok önemli bir yönetsel işlev yüklediğini görülmektedir. Bu işlevi Louis Althusser eğitimin devletin ideolojik aygıtlarından biri olduğunu belirterek açıklamıştır (Althusser, 1991). Bu varsayımın temelinde kapitalizm öncesi dönemde, yalnızca öğretimsel işlevleri, " kültür " ve haberleşme işlevlerinin büyük bir bölümünü de kendinde toplayan, devletin ideolojik aygıtlarından birinin de, öğrenme etkinliğinin başladığı yapılardan kilise olduğu düşüncesi yatmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitiminin doğasının belirlenmesinde halkla ilişkiler endüstrisinin çeşitli yollardan geçerek yaptığı etkiler vardır. Eğitimde "halkla ilişkilerle ilgili cemiyetlerin ve

kuruluşların halkla ilişkiler eğitimi hakkındaki görüşlerinin ne olduğu” sorusuyla ilgili toplanan veriler özellikle Amerika’da ve akreditasyon programlarıyla, Amerika güdümlü Avrupa’da etkinin oldukça yönlendirici ve kapsamlı olduğu görülmektedir. Erdoğan’a göre, Avrupa Birliği Altıncı Çerçeve Programı gibi programlarla gelen egemenlikle, Avrupa’da ve Türkiye gibi ülkelerde halkla ilişkiler müfredatında liberal eğitim anlayışı çöktürülmekte ve onun yerini endüstrinin çıkarına uygun “iş becerisi öğretene” müfredat getirilmektedir (Erdoğan, 2006:201). Halkla ilişkiler eğitimi yönlendirmek için; ders programlarından, içeriklere, konulara, staj yeri ve eğitim süresine kadar eğitim sistemini yeniden düzenlemek bağlamında ciddi anlamda çaba gösterilmektedir. Amerika’da halkla ilişkiler alanında uygulamacıların kurduğu ve çok etkili olan IPRA ve PRSA gibi dernekler endüstrinin bir anlamda sözcülüğünü yaparak okullara ders programıyla ilgili öneriler yapmışlar ve hatta komisyonlar oluşturarak kendi yaptıkları programları kabul ettirmeye çalışmışlardır. Bu kuruluşlarda akademisyenler önemli ölçüde yer aldıkları ve bu kuruluşlar yoluyla da endüstriden fon bulma ve iş elde ederek kendisine ve üniversiteye ek gelir sağlama gibi çerçeveler içinde işbirliğine girdikleri için, etki çok büyük olmaktadır. Etki ve kontrol çabaları özellikle halkla ilişkiler eğitiminde durum tespitiyle başlayarak pozitivist mantığa uygun bir şekilde yapılmaktadır. Bu kuruluşlar tarafından hem Avrupa’da hem de Amerika’da halkla ilişkiler eğitiminin yönelimini ve içeriğini belirlemeye yönelik pek çok araştırma yapılmıştır.

Halkla ilişkiler eğitimi Amerika, Avrupa ve Türkiye’de hangi fakülte içinde yer alırsa alsın aslında ders konuları, içerikleri ve bölümün belirtilen amaçlarında çoğunlukla ciddi farklılıklar taşımaz, çünkü hepsi de kapitalist bir pazar yapısı ve bu yapının kuramsal çerçevesiyle (ve ideolojik ve dünya görüşüyle) sıkı sıkıya bağlıdır. Fark ve baskılar ideolojik destekle gelen stratejik bir nitelik göstermektedir. Aslında endüstrinin daha çok mesleki eğitimi içeren ders programları oluşturulmasına yönelik baskısı her zaman vardı ama özellikle 1980’lerden sonra bu baskı giderek artmıştır. İşletme ve benzeri yönetsel alanların dışındaki bölümlerin pek çoğu bu baskıya “sosyal bilimler” eğitimi geleneğinden kopmamak için direnmeye devam etmektedir, fakat direnç Türkiye gibi ülkelerde uyum programları, çağdaşlaşma, demokratikleşme ve güncelleşme gibi gerekçelerle 2000 yıllarında hızla kırılmaktadır (Keloğlu, 2003). Bunun yansımasına bir örnek olarak Ankara

Üniversitesinde İletişim Fakültesinde 2000'in başlarından beri üç kez müfredat düzenlemesi yapılması verilebilir. Uyum politikaları altında gelen tüm bu düzenlemelerin altında yatan esas amaca uygun olarak, küresel pazarın çıkarına ve endüstriyel yapının gereksinimlerine yönelik derslerin giderek çeşitlendirilmesi, sosyal bilimler derslerinin azalması veya bu derslerdeki içeriğin, en iyi şekliyle, öğrencinin sosyal pratikle bağ kurmasını getirmeyen, materyal ilişki ve faaliyetlerden kopuk "eleştirel olma" ile doldurulmuştur. Harvard Üniversitesi eski Dekanı Henry Rosovsky, standart kültür eğitimlerini tanımlarken, "eğitilmiş insanın evren, toplum ve kendisine ilişkin bilgi edinme yolları konusunda *eleştirel bir anlayış* bulunmalıdır demektir (Rosovsky, 2000). Oysa, çoğu okullarda okutulan derslerin adı ve içeriğine bakıldığında, sosyal bilimler karakterinden yoksun olmaya doğru bir yönelim olduğu işletmeciler mantığının egemen olmaya başladığı görülür. Bu amaç çerçevesinde sunulan gerekçelerde halkla ilişkiler eğitimindeki değişim çok normal olarak nitelenmektedir, çünkü eğitimin amacı gençleri hayata hazırlamaktır ve hayat da kapitalist üretim tarzı ve ilişkilerinin belirlediği şirket çıkarını merkeze alan hayat olarak tanımlanmaktadır. Eğitimde küreselleşmenin başat söylemiyle gelen ideolojik biçimlendirmede "kendisi serbest olan sermayenin" (düşünen post-modern aydınının) çoğulculuğun, akıcılığın, sürekli değişimin, tutarsızlığın ve geçiciliğin olduğu, dolayısıyla genel geçer bilimsel kuralların olamayacağı, büyük teorilerin artık geçersiz olduğu bir pazar olduğu sürekli vurgulanmaktadır. Barnett'e göre (2005), Üniversite fikri, bilmek, hakikat, öğrenmek, insanın gelişmesi ve eleştirel akıl gibi evrensel temalar üzerinde durmaktadır. Evrensellik bitirilmiştir; bir yanda postmodern çağda evrensel temalar "geçmiş" olarak nitelendirilmiştir; "bilgi toplumunda" bilgi olarak çoğul ve hatta yerel olan verilmekte, öte yandan küreselleşme süreçleri kolonileşmenin yeni bir aşaması olarak değerlendirilmektedir. Pazar ilişkilerinde sermaye serbest olurken pazardakiler de "post-modern çoğulcu ve belirsiz durum" iddiası ile gelen küresel tekellerin pazarı olmaktadır. Bu pazardaki eğitim de doğal olarak "köhnemiş klasik-liberal" veya "işlevsel olmayan eleştirel" sosyal bilimler eğitim ve teorilerin değil, "post-modern durumdaki esnekliğe" yani sendikalaşmanın kaldırıldığı ve işgücünün sermayenin arzusuna göre kolayca kullanıldığı üretim ilişkilerine uyumu sağlamaya yönelik olmalıdır. Bunun

sonucu olarak da eğitimde mesleki derslere yönelim artarken, sosyal bilimlere ilişkin eleştirel bir dünya görüşünü oluşturacak temel dersler giderek müfredatlardan çıkarılmaktadır.

Spring, eğitim teorilerinin aynı zamanda toplumun değişmesinde rol oynadığını ifade ederek iki modelden bahsetmektedir. Ona göre modellerden biri daha düzenli toplumsal planlama ve daha yüksek teknolojik ve rasyonalist bir yönetime sahiptir. Bu yirminci yüzyılda ideolojik sınırlar taşıma eğilimindeki modeldir; liberal, faşist ve komünist ülkeler tarafından aynı şekilde benimsenmiştir. Bu model öncelikle üretkenliğin artması ve toplumda istikrar ile ilgilidir. Toplum, verimli işleyiş hedefine sahip bir makine olarak görülür. İnsanlar, değerleri toplumsal makinenin pürüzsüz işleyişine katkılarıyla belirlenen “insani kaynaklar” haline gelir (Spring, 1997). Görüldüğü gibi insanların birer kaynak olarak şekillendirildiği toplumlarda halkla ilişkilerin ilk başlangıçlarında görülen görünürlük ve zorla ikna etme yöntemlerine gerek kalmamaktadır. Halkla ilişkiler eğitiminde (ve diğer alanlarda) mesleki eğitim gerekliliği son zamanlarda moda olan Wallerstein’in da belirttiği gibi “insan sermayesi” (human capital) teorisiyle desteklenmektedir. İnsan sermayesi, elbette yetiştirilen bir sermayedir ve onu yetiştirilecek yer de okullardır. Bu teoriyle, eğitim sisteminin görevi insanları özel ve kamu sektörleri için profesyoneller, teknisyenler ve yöneticiler olarak (kalifiye elemanı olarak) yetiştirmektir (Wallerstein, 1991:150). Dolayısıyla bu düşünce bazında halkla ilişkiler eğitiminde ilgi; derslerin gerçek hayat olarak nitelenen endüstriyel faaliyetlerin nasıl olduğu ve bu faaliyetlerin mekaniğini en iyi şekilde nasıl öğretileceği merkezinde dönmektedir. Dikkat edilirse insanları “kullanılacak sermaye” olarak niteleyen bir sistemde, bu sistemin egemen eğitim anlayışı kaçınılmaz olarak sisteme düşünen ve sorgulayan bireyler değil sadece verilen işi yapan fonksiyonerler yetiştirmek olacaktır. Eğitim veren okullardan veya bu okulların bazılarından bu amaca yönelik yeterli bireyler yetiştirilmediği görülünce veya düşünülünce, normal olarak sektörde faaliyet gösteren IPRA, PRSA, AHİD gibi derneklerden “eğitim kurumlarının gençleri hayata hazırlama görevini yapmadığı; gerçek hayatla ilgisi olmayan tarih, felsefe gibi bir çok kuram dersleri okuttuğu ve bir basın bülteninin nasıl hazırlandığını bilmeyen mezunlar verdiği” gibi şikayetler yükselmektedir. Bu şikayetlerin ardında eğitim sistemini genel insanlığın yararına ve insanlığın daha iyi gelecek elde etmesi yönünde yetiştirilmesine yönelik uzun dönemli

bilinç ve beceri kazandırma yerine, egemen yapıların kısa dönemli çıkarlarının gerçekleştirilmesine ve sorunlarının çözülmesine yönelik bir eğitim biçimi arayışı vardır. Kent ve Taylor'a göre, Kolej yada üniversitedeki liberal eğitimin amacı, toplumun üretken bir bireyi olması için öğrenciyi entelektüel olarak eğitmektir yoksa tanıtım mektubu yada basın bülteninin nasıl yazıldığını öğretmek değildir (Kent ve Taylor, 2005). Halkla ilişkiler eğitimi bu arayışın bir sonucudur. Fakat "ne yazık ki" halkla ilişkiler eğitimi mesleki okul karakterini taşımayan dört yıllık iletişim okulları ve özellikle sosyal bilimler eğitimine ağırlık veren gazetecilik dalı içinde geliştiği için reklam ve halkla ilişkiler endüstrilerinin beklentilerini karşılamamıştır. Bu da doğal olarak endüstri ve endüstri yanlı eğitimcilerle sosyal bilimler eğitimi taraftarları arasında, özellikle de ABD'de çekişmeye neden olmuştur. Endüstri yanlı halkla ilişkiler öğretim üyeleri iletişim okullarında yer bulamamaktadır veya yer bulmuşlarsa doğal olarak kendilerini dışlanmış ve rahatsız hissetmektedir. Bu rahatsızlık, onların halkla ilişkiler eğitimcisi olarak daha rahat hissettikleri kamu yönetimi ve işletme gibi okullara gözlerini çevirmeye götürmüştür. Bu nedenle, bu öğretim üyeleri halkla ilişkilerin yerinin iletişim fakültesi veya gazetecilik okulu olmadığını ısrarla savunmuşlardır. Bazıları iletişim okullarını bırakarak rahat hissettikleri okullardaki halkla ilişkiler bölümlerine gitmişler, bazıları da rahatsızlık ve tedirginlikler içinde halkla ilişkiler eğitimini "gençleri hayata hazırlamayı endüstriyel yapıya uzman, teknisyen, kalfa vb yetiştirmeye indirgemeyi" savunarak bölümlerinde kalmaktadır (Keloğlu, 2003). Bunu savunan elbette sadece onlar değildir. Aynı zamanda halkla ilişkiler bölümlerinin iletişim ve gazetecilik okullarına ait olmadığını söyleyen sosyal bilimcilerdir (Keloğlu 2003). Bu sosyal bilimciler halkla ilişkilerinin varlığının ve doğasının iletişim ve gazetecilik bölümleri olmadığı varsayımından hareket ederek halkla ilişkileri dışlamaktadır. Bazıları bu doğayı "etik" ile bağdaştırarak, "halkla ilişkilerin doğasıyla" gazeteciliğin etiğinin uyuşmadığını belirtmekte ve halkla ilişkilerin başka yere, özellikle işletmeye taşınması gerektiğini belirtmektedir (Keloğlu 2003). Elbette gazetecilik okullarının öğretim üyelerinin bazılarının gazetecilik eğitim etiğini, halkla ilişkiler eğitim etiğiyle karşılaştırarak halkla ilişkilerin eğitim etiğinin etikten yoksun olduğu, sahtekarlığın veya yalanın imaj yapılandırma ile satıldığı gibi değerlendirmeler yapması gazetecilik okullarının benzerini yapmadığını anlatmaz. Örneğin 'gazetecilik etiğinin

“dördüncü güç olma” ile bağdaştırılması günümüzde sahte bilinç yaratma ve sürdürme ötesine (yani eleştirilen halkla ilişkiler veya propagandanın ötesine) gitmez. Fakat bu gerçek, asla halkla ilişkilerin bu tarz eleştirilmesini geçersiz yapmaz. Green de bir yanda iş yerinde başarılı olma oranlarını artırmak ve endüstrinin isteklerini karşılayacak dersler vermek konusunda kendini baskı altında hisseden üniversiteden, öte yanda kendilerine saygın bir meslek statüsü arayan gazetecilerden bahsederek eğitim konusunda eğer söz konusu gazetecilik eğitimi toplumun yararınaysa, endüstri ve akademi arasındaki bağın formal olmadığı bir sisteme doğru taşınması gerektiğini çözüm yolu olarak sunmaktadır (Green, 2003).

Endüstriye hizmete yönelik eğitim anlayışına göre halkla ilişkiler eğitiminde beş sonuç elde edilmek istenmektedir. Gibson’un ve onu destekleyenlerin öne sürdüğü bu sonuçlar tümüyle endüstrilerin çıkarları yönünde biçimlendirilmiştir (Gibson, 1992). Bu görüşe göre eğitimin birinci sonucu işe ve halkla ilişkiler pratiğine uygun tutumlar geliştirmektir. İkincisi, öğrenciye iletişim, analiz, araştırma ve yönetim becerileri vermektir. Bu nedenle giriş (formasyon) derslerinin bu yönde biçimlenmesi gerekmektedir. Üçüncüsü, öğrenciler etik, iletişim teorisi, ikna, kitle iletişimi, halkla ilişkiler, sosyal psikoloji, psikoloji ve işletme bilgisine sahip olmalıdır. Elbette bu bilgiler endüstriyel faaliyetleri anlatan ve meşrulaştıran bir şekilde olmalıdır. Dördüncü olarak profesyonel meslek örgütlerine üyelik olmalıdır. Profesyonel üyelik yoluyla eğitime etki ve eğitmenlerle endüstri arasında çıkar bağı kurmak kolaylaşır. Böylece uyum içinde birlikte çalışma ortamı yaratılır. Öğrencilerin üyeliği de benzer şekilde işlevsellik getirir. Beşinci olarak eğitim öğrencilerin özgeçmiş ve iş dosyası (resume ve portfolio) hazırlamaları sağlamalıdır. Ücretsiz staj, öğrencileri ücret politikalarına ve iş hayatına alıştıırır. Dikkat edilirse, endüstriye hizmet bilinciyle çerçevelenen halkla ilişkiler eğitiminden öğrencilerin elde edecekleri sonuç (fayda) onları endüstriye düşünce, tutum, davranış, bilgi ve beceri bakımından hazırlamaktır. Bu da, örneğin öğretim üyelerinin dersin başarısını “sınıfın hayatı taklit etmesi” biçiminde şekillendirilmesinde aramasını getirmektedir. Bu da doğal olarak derslerin vaka incelemesi, simülasyon, oyun, meslek pratiğini öğrenme, halkla ilişkiler endüstrisinde başarılı olan kişilerin öğretim elemanı olarak tercih edilmesi veya misafir konuşmacı olarak getirilmesi gibi var olan pratikleri yüceltmeye

yönelik eğitim stratejilerini popüler yapmaktadır. Public Relations Society of Amerika ve The Public Relations Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication ve onların Türkiye'deki benzerleri gibi endüstriyel yapıyla bütünleşmiş akademik ve profesyonel örgütler halkla ilişkilerin tanımından, faaliyetlerine ve halkla ilişkilerin nasıl öğretileceğine kadar yönlendirici bilgiler vermektedir, sempozyumlar, eğitim seminerleri, toplantılar düzenlemektedirler (Keloğlu, 2003).

Dönüşümü destekleyen, teşvik eden ve körükleyen bir diğer faktör de, üniversitenin finans kaynaklarıyla (bütçesiyle) ilgilidir: Avrupa 'da kamu okullarının bütçeleri planlı bir şekilde belli alanlar dışında kesilmektedir. Türkiye gibi ülkelerde kamu zenginliklerinin bir kısmını dağıtan devletin kam parasını kamu üniversitelerine vermesi yerine, tam aksine özel üniversitelere vermesi ve kamu üniversitelerini finans bazında muhtaç durumda bırakması, kaçınılmaz olarak bu üniversitelerin kendi kaynaklarını kendilerinin yaratması durumuna düşürmektedir. Diğer bilimler bunda başarılı olabilir, fakat sosyal bilimler için tek seçenek özel kurumlar ve firmalar için araştırma yapmak ve endüstrinin istekleri yönünde faaliyetlerde bulunarak gelir elde etmek zorunda bırakılmışlardır. Aynı zamanda, bu gelir elde etme yönelimi sanki bir üniversitenin öz faaliyetlerinden biriymiş gibi teşvik edilmekte ve bilinçler bu yönde şekillendirilmektedir (Keloğlu, 2003).

Sonuç

Özellikle 1980'lerden beri hızla artan bir biçimde ve şimdiye kadar görülmemiş derecede demokratik olduğunu iddia eden antidemokratik bir fikirler sistemi (pazar ideolojisi) hemen hemen tümüyle eğitim politikalarının koşullarını belirlemeye başlamıştır. Eğitim reformlarının patikası bu şekilde çizilmektedir (Engel, 2000:3). 2003 yılına gelindiğinde pazar sisteminin mantığı akreditasyon, uyum, güncelleştirme, yenileme, gelişme ve küreselleşme adı altında eğitim yapıları endüstriyel çıkarlara işlevsel şekilde dönüştürülmektedir. Eğitimin mevcut durumu ve geleceği hakkındaki politikalar ve tartışmalar bireysel gelişme, bireysel başarı, serbest rekabet, tercih, ekonomik büyüme, ulusal güvenlik, okulların özelleştirilmesi ve özel eğitim gibi serbest pazar kriteri ve

söylemleriyle yapılmaktadır. Bu baskın yönelimle birlikte, eğitimde artan neo-liberal politikalar sonucu, bilim derslerine öncelik veren liberal eğitim ile mesleki eğitim arasındaki çekişmede "liberal eğitim" düşüncesi büyük ölçüde güç kaybına uğratılmaktadır. Freire'ye göre, yanlış yoldaki sistemde, yaratıcılık, dönüşüm, ve bilgi yoksunluğu yüzünden "rafa kaldırılan" bizzat insandır. Çünkü kendileri araştırmadan, praxis olmaksızın, insanlar hakikaten insan olamazlar. Bilgi ancak ve ancak, buluş ve yeniden buluş yoluyla, dünya içindeki ve insanların durmak bilmeyen sürekli umut dolu araştırmalarıyla peşinden koşmalarıyla meydana gelir (Freire, 1995).

Halkla ilişkilerde bu kayıp artan meslek dersleri ve sosyal bilimler derslerin içeriğinde pazar ideolojisinin egemenliği biçiminde olmaktadır (Keloğlu, 2003). Bu egemenlik pazar güçlerinin siyasal örgütlenmesi, siyasal etkisi/nüfuzu ve eğitimcilerin çekici promosyonlar ve artı gelir olanaklarına ya da ideolojik olarak pazar yapısına uygun olmalarına bağlı olarak artmaktadır. Bu egemenlik ve baskı son zamanlarda Avrupa Birliğine uyum çabasına zorlanan üniversitelerde çok daha belirgin olarak görülmektedir. Demokratikleşme adı altında yapılan bu değişimler Kuttner'in belirttiği gibi (Kuttner, 1997, aktaran Engel, 2000:6) pazarı kutlama siyasal demokrasiyi gizli küçümseme/aşağılama şekli olmuştur. Ekonomi ve demokrasiyi aynı anlamda kullanan bir ideolojik çevrede, eğitim konusunda serbest pazar baskınlığı, bu pazarın okullardaki demokratik katılım ve seçime yönetilmesiyle çok daha etkin olduğu iddiasıyla özelleştirme eğitime getirilirken, seçime ve çoğunluğun iradesine dayanan demokrasinin işlevsel olmayan bir yapı olarak reddedilmesi ilginçtir.

Halkla ilişkiler eğitiminin karakteriyle ilgili durum kaçınılmaz olarak bazı ciddi soruları da beraberinde getirmektedir. Örneğin Halkla İlişkiler eğitimi iletişim fakültelerindeki eğitimi geliştirmekte midir, yoksa akademik karakterini yok etmek için yeni ve güçlü bir etken mi olmaktadır? İlgili incelemelere ve egemen eğitim yapısına bakıldığında, iletişim fakültelerinde eğitimin yönetsel ve mesleki yöne doğru kaydığı ve akademik karakterin gittikçe yok edildiği görülmektedir. Amerika'da University of Oregon tarafından 1984'de sunulan ve "The Oregon Report," olarak bilinen raporda gazetecilik okullarının gazetecilik, halkla ilişkiler ve reklamcılığı birleştirmesi teşvik edilmiştir. Gazetecilik öğretim üyelerinin büyük çoğunluğu halkla ilişkiler, reklamcılık ve gazeteciliğin aynı okulda okutulmaması

gerektiğiyle karşılık vermişlerdir. Tartışmalar daha sonra devam etmiştir ve hala da devam etmektedir. University of Maryland's College of Journalism 1998'de önce reklamcılık programını ve sonra on oydan dokuzunun kabulüyle halkla ilişkiler programını kaldırmıştır. Gazetecilik okulu dekanı Reese Cleghorn, bu programların kaldırılmasının altında yatan nedenin halkla ilişkiler ve reklamcılığın amaçlarıyla iyi gazetecilik ilkelerinin çatıştığını belirtmiştir. Dekan New York Times gazetesine verdiği demeçte "Gazetecinin görevi gerçeği söylemektir. Bir şey satmak değildir. Halka bir şey satmak ve halkı da bir şeye satmak değildir. Gazetecinin görevi gerçeği bulmak ve sorumlu bir şekilde gerçeği yaymaktır" diyerek farkı vurgulamıştır (Keloğlu, 2003).

Süregelen bu tartışmada, endüstrinin çıkarları yanında olanlar halkla ilişkilerin işletme okulları altında yer almalarını ve mesleki derslerin ağırlık kazanmasını kutlamışlardır. Örneğin, Public Relations Society of America'nın halkla ilişkiler yöneticisi Richard George, halkla ilişkilerin işletme veya liberal sanat okullarında kolayca yaşayacağını belirterek, halkla ilişkilerin iletişim okullarından ayrılmasının kayıptan çok bir kazanç olacağını belirtmiştir. Bu gelişmeye bağlı olarak, günümüzde örgüt iletişimi ve halkla ilişkiler işletme fakülteleri/bölmelerinde önemli oranda yer almaktadır. Halkla ilişkiler özellikle pazarlama dersi içinde verilmektedir. Halkla ilişkiler bu sunumlarda bir organizasyonun (veya pratisyenin) etkinliği, amacına en verimli şekilde ulaşması, verimliliği artırması, etkin iletişim kurması gibi mekaniksel amaç gerçekleştirme bağlamında ele alınıp incelenmektedir.

Halkla ilişkiler eğitiminin aitliği tartışmasında "disiplinler arası olduğunu" öne sürenlerin önemli bir kısmı, nereye ait olduğundan çok işletme, gazetecilik ve kitle iletişimi becerilerini bütünleştiren bir eğitim olması gerekliliği üzerinde durmaktadır (Prepon, 1993).

Halkla ilişkiler endüstriyel bir yapının bütünleşik bir parçasıdır. Hem kendisi hem o yapı için vardır. Kendisinin varlığı o yapının varlığına bağlıdır. Dolayısıyla halkla ilişkiler (bir firmada veya kurumda bölüm olarak veya kendisi bir firma olarak) aynı anda iki şeyi birden yapar; kendinin devamlılığını sağlamak ve içinde bulunduğu sistemin sürekliliğini sağlamak. Çünkü ancak böylece var olabilir. Bu durum bir sınıfta ders sırasında öğrencilerle yapılan

“simülasyon ile” açıklamaya çalışıldığında, bir halkla ilişkiler uzmanı/pratisyeni rolündeki öğrenci egemen endüstriyel yapının (yani toplumsal üretim biçiminin, yani toplumun egemen yapısının) onu ne tür bir çıkmaz içine soktuğunu görmektedir. Bu çıkmazda endüstriyel yapı seçim özgürlükleri söylemi altında aslında bireye seçim hakkı tanımamaktadır. Bu yapının kişiye tanıdığı alternatif seçenek işsiz kalmaktır, dolayısıyla çok risklidir. Freire’ye göre çözüm onların içinde ezildikleri yapıya entegre edilmesi değildir, bu yapıyı “kendileri için varlıklar” haline getirebilecek şekilde dönüştürmeleridir (Freire, 1995). Öte yandan endüstriyel yapı bireyi “her koyun kendi bacağından asılır” şeklinde düşünmeye ve biçimlendirmeye yönlendirmektedir. Bu yönlendirmeye birlikte sistem kendi kaçınılmazlığından geçerek kendini meşrulaştırır ve sorunu etik sorunu içine yerleştirerek dikkatleri çözülmesi daha kolay görünen ve bireysel davranışa indirgenebilen şekle sokmaktadır.

Halkla ilişkiler eğitimi bir uzmanlık alanında uzman pratisyenler yetiştirsin veya yetiştirmesin, doğal olarak o alandan mezun olanların yetiştirildikleri dallarda veya ilgili dallarda iş bulmaları beklenmektedir. Bu beklenti Türkiye gibi uzmanlığa ve eğitimle gelen gelişmeye saygı duymayan bir ortamda büyük ölçüde geçersizdir. Türkiye’nin en önde gelen fakültelerinden birinden alınan diplomanın bile halkla ilişkilerle ilgili bir yerde çalışmak için kapıları açacağı beklentisi yok denecek kadar azdır. Özellikle, önemli olan halkla ilişkiler okulunu bitirmek değildir, önemli olan “halkla ilişkiler gülümsemesi” ile satış yapabilmektir. Dolayısıyla, fiziki olarak güzel, satış becerisi olan, girişken, ağız laf yapabilen herkes halkla ilişkiler işinde çalışabilmektedir. Bu nedenle de halkla ilişkiler eğitimi Türkiye gibi ülkelerde sosyal bilimlerdeki diğer dallardaki eğitim gibi ve hatta onlardan çok daha fazla, iş dünyasında işe alınmak ve kullanılmak için bir anlam taşımamaktadır. Türkiye’deki halkla ilişkiler eğitimiyle ilgili bir diğer gerçek ise, 1965’de BYYO kurulduğu ve iki sene sonra halkla ilişkiler öğrencileri kabul edilmeye başladığı dönem incelendiğinde, okulun açılmasının nedeninin Anadolu’daki üretim biçimi ve ilişkilerinin bir sonucu ve gereksinimi olmadığı görülür. Diğer alt ve üst yapılar gibi dışarıdan ve dışarının uluslararası politikalarına göre planlanmış ve kurulmuştur.

Elbette bütün bunların anlamı eğitimin gereksizliği veya faydasızlığı değil, eğitilmiş insana gerek duyan ve gereken ücreti ödeyen bir endüstriyel bilincin olmaması veya eksikliğidir.

Bu makalede, sosyal bilimler eğitiminin endüstriye bütünleşmesi halkla ilişkiler eğitimi örneğiyle incelendi ve sonuç olarak halkla ilişkilerin, özellikle sosyal bilimlerin yönetsel alanlarında olduğu gibi, özel ve ayrıksı bir konumda olduğu; bu konumun endüstriyel yapılara bütünleşmeye en uygun bir karakter taşıdığı ve bu karakteri yansıtan bir bütünleşmeye gitmenin doğası açıklandı. Bu niteliksel incelemenin ele aldığı sorun nicel tasarımlarla ele alınıp daha fazla incelenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Barnett, Ronald, (2005), "Recapturing the Universal in the University", *Educational Philosophy and Theory*, vol.37, no 6
- Engel, M., (2000), *The Struggle For Control Of Public Education: Market Ideology vs Democratic Values* (Philadelphia: Temple University Press).
- Erdoğan, İ., (2006), *Teoride ve Pratikte Halkla İlişkiler*. Ankara:Erk.
- Freire, Paulo, (1995), *Ezilenlerin Pedagojisi*, (ikinci baskı), İstanbul: Ayrıntı.
- Gibson, D. C., (1992-3), "ASK/PR: An outcome perspective on public relations education" *Public Relations Quarterly*, 37(4), 45-48.
- Green, Kerry, (2003), "The need to synthesise industry academy ambition" *Pacific Journalism Review*, (9) 160-169.
- Grunig, J.E. (1991), *Public Relation Research: A Legacy of Scott Cutlip*. *Public Relations Review*, 17 (4):337 – 376.
- Grunig, James E. & Hunt Todd, *Managing Public Relations*(New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984) p. 80.
- Hogan, D., (1982), "Cultural and Economic Reproduction in Education: Essays on Class, Ideology and the State" Michael W. Apple, (Eds) *Education and Class Formation: The Peculiarities of the Americans* (Boston: Routledge and Kegan Paul).

- Keloglu, E., (2003), Halkla İlişkilerde Tanım, Tarih, Kuram Bağı ve Eğitimin Doğası Üzerine Eleştirel Bir İnceleme (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kent L. Michael, Taylor Maureen, (2005), "Taking Your Public Relations Experience from the Boardroom into the Classroom", *Public Relations Quarterly*, Spring 2005.
- Martinson, David L. (2003). PR Educators define "telling the truth" in PR. <http://amar.colostate.edu/~ajeimcpr/teach.htm>.
- Özğürlü, M., (1998), "Üniversite – sanayi İşbirliği Programı Üzerine Bir Eleştiri", *Kültür ve İletişim Dergisi* 1998 1(2) Yaz.
- Prepon, L., (1993), "Schools of Thought on Education" *Public Relations Journal* 49(11): 12-14.
- PRSA (2005) http://www.prsa.org/_Resources/topic/highered.asp
- Rosovsky, Henry, (2000), *Üniversite, Bir Dekan Anlatıyor*, Ankara:Tübitak.
- Spring, J., (1997), *Özgür Eğitim (İstanbul: Ayrıntı) (Çev., A. Emekçi)*.
- Timur, Taner, (2000), *Toplumsal Değişme ve Üniversiteler*, Ankara:İmge.
- unesdoc.unesco.org/images/0011/001173/117316m.pdf
- Wallerstein, I., (1991), "The Bourgeois(ie) as Concept and Reality" içinde: Etienne Balibar ve Immanuel Wallerstein. *Race, Nation, Class: Ambiguous Identities*. Trans. of Balibar by Chris Turner. London: Verso: 135-52; aktaran Central Europe and the Nationalist Paradigm, Katherine Arens, University of Texas at Austin, March 1996, Working Paper 96-1. 1997, Center for Asian Studies.
- Zappala, Joseph M. (1993). *Topics Course Provides Unique Learning Experience*. Published by the Public Relations Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. No. 30.

Özet

Bu niteliksel çalışmada sosyal bilimlerde eğitim ile endüstri ilişkisi halkla ilişkiler eğitimi örneğinden yola çıkılarak irdelendi; akademi ve endüstri arasındaki ilişkideki yapının doğası açıklandı. Halkla ilişkiler örneğiyle, sosyal bilim eğitiminin endüstriye bütünleşmesi üzerinde duruldu. Bu amaçla, Türkiye’de ve ABD üniversitelerdeki ders programları ve bu üniversitelerin web sitelerindeki sayfalarındaki bilgiler araştırmaya kaynak olarak kullanıldı. Araştırmanın bulgularına göre, öğretim sürecinde ne tür derslerin verileceği, aktarılan bilgilerin doğası, kim tarafından nasıl öğretileceği belli egemenlik ilişkilerinin bir fonksiyonu olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde, akreditasyon, uyum, güncelleştirme, yenileme ve gelişme adı altında getirilen kontrol ve yönetim mekanizmalarıyla, eğitim endüstriyel çıkarlara çok daha işlevsel biçime dönüştürülmektedir. Bu işlevselliğe uygun olarak, eğitimin mevcut durumu ve geleceği hakkındaki politikalar ve tartışmalar bireysel gelişme, bireysel başarı, serbest rekabet, tercih, ekonomik büyüme, ulusal güvenlik, okulların özelleştirilmesi ve özel eğitim gibi serbest pazar kriteri ve söylemleriyle yapılmaktadır: Eğitimde artan neo-liberal politikaların egemenliğini anlatan bu baskın yönelim, bilim derslerine öncelik veren liberal eğitimin gerilemesini ortaya çıkartmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Ders Programı İçeriği, Eğitim Sistemi, Halkla İlişkiler

Abstract

This qualitative study, using public relations as typical example, examined the nature of relationship between the industry and social science education, and investigated the integration of social science education into industrial structure. Course schedules and information provided in the web pages of universities in Turkey and the USA are used as bases for evaluation. It was found that the kind of courses to be provided, the nature of courses to be given, the type of educational techniques and the orientation of educators emerge as the function of certain relations of domination. Today, public relations education became highly functional for the industrial interests by means of the control and management mechanisms brought under the name of accreditation, structural adjustment, course updating, adaptation and development. Thus, classical liberal education is being regressed under the increasing domination of neo-liberal policies in education.

Key Words : Syllabus, Education System, Public Relations.

Amerikan Devlet Sistemi ve "Türk" İmajı

(Kıbrıs Barış Harekatı ve Silah Ambargosu Örneği)

İhsan Şerif KAYMAZ*

Giriş

A.B.D.'de "Türk"e bakış Batı dünyasının geri kalanından farklı değildir; yani genelde olumsuzdur. Ancak dünya çapında "global" stratejik çıkarları olan bir büyük devlet, duygusal motiflerle yönetilemez. Gerçekçi olmak zorundadır. Amerikan devleti de, -Bush yönetiminin işbaşına gelmesinden buyana yaşananları istisna kabul ederse- büyük devlet olmanın gereklerini yerine getiren bir yapıdır. "Büyük devlet" in ilk anda hoş gitmeyen, hatta rahatsız edici kimi özellikleri vardır. Buna karşılık, onu duygusallıktan uzak, objektif ve gerçekçi kılan yönleri de vardır.

Amerikan kamuoyunda, özellikle Türk düşmanlığı ekseninde faaliyet gösteren Rum ve Ermeni lobilerinin etkisiyle olumsuz bir "Türk" imajı yerleşmiştir. Ancak Amerikan devlet yapısı, bu olumsuzluğun Türkiye ile ilişkilerine yansımaları engelleyecek güvenlik mekanizmalarına sahiptir. Bu hususun sınındığı en dikkat çekici tarihsel örnek, 1974'de Türk Ordusu'nca gerçekleştirilen Kıbrıs Barış Harekatı ve onu izleyen dönemde A.B.D. tarafından Türkiye'ye uygulanan silah ambargosudur. Konu, bu süreçte A.B.D. yönetimi ile Rum-Yunan lobisinin baskısı altındaki Kongre arasında yaşanan çatışma bağlamında incelenmiştir.

1. Amerikan Devlet Sistemi ve Lobicilik

* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yard.Doç.Dr.; ihsankaymaz@hotmail.com.

Amerikan devletinin yapısı 18. yüzyıl sonlarında hazırlanan ve dünyanın ilk yazılı anayasası olma özelliğini taşıyan A.B.D. Anayasası gereğince **güçler ayrılığı** ilkesine dayandırılmıştır. “**Kurucu babalar**” (= *founding fathers*) denilen A.B.D. Anayasası’nın hazırlayıcıları güçler ayrılığı ilkesinin üç temel unsuru olan **yasama, yürütme** ve **yargı** erklerini (= *legislative, executive, jurisdiction*) birbirlerine rakip değil, birbirlerinin dengeleyicisi olarak düşünmüşlerdir. A.B.D. Anayasası’na göre yasa yapma yetkisi **Kongre** (= *Congress*)’ye ait olmakla birlikte, **Başkan** (= *President*), Kongre’den gelen yasaları veto edebilir. Uluslararası antlaşmalar yapma yetkisi Başkan’a ait olmakla birlikte, **Senato** (= *Senate*), Başkan tarafından imzalanan antlaşmaları onaylamayabilir. **Yüksek Mahkeme** (= *Supreme Court*) ise, Başkan’ın ya da Kongre’nin kararlarını Anayasa’ya aykırılık gerekçesiyle iptal edebilir.

Güçler ayrılığı ilkesinin, Anayasa’nın hazırlanmasından buyana geçen 200 yılı aşkın süre boyunca, zaman zaman başlangıçta öngörülen temel işlevinden farklı biçimlerde uygulandığı görülmüştür. Son 60 yılda ise, dengeleme işlevinin büyük ölçüde ortadan kalktığı ve bunun yerini güçler arasında rekabet ve çatışmanın aldığı bir uygulamanın giderek ağırlık kazandığına tanık oluyoruz. Söz konusu çatışma ve rekabet daha çok yasama erkini elinde bulunduran Kongre ile, yürütme erkini elinde bulunduran Başkan arasında yaşanmakta, yargı erkini kullanan Yüksek Mahkeme genelde bu sürecin dışında kalmaktadır. Çatışmanın temel nedeni, özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra çok fazla güçlenen Başkanlık kurumunun, yani yürütmenin, güç dengesini kendi lehine belirgin bir biçimde bozmuş olmasıdır. Dengenin bozulması belli başlı iki nedenden kaynaklanmaktadır.

Birinci neden, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, özellikle Soğuk Savaş döneminde A.B.D.’nin politikalarına giderek daha fazla egemen olduğu gözlemlenen *bipartisanship* ilkesidir. Söz konusu ilke, devletin dış politikasının hükümet değişikliklerine bağlı olarak değişmemesi gerektiği mantığına dayanmaktadır. Bir başka deyişle, dış politikada süreklilik esastır ve dış politika, iç politikadaki çekişmelerden etkilenmemelidir. Bu ilkeyi savunanlar, karşı tarafta Sovyetler Birliği gibi güçlü merkezi otoriteye dayanan çok hızlı bir karar verme mekanizması varken, A.B.D.’nin de buna ayak uydurması gerektiğini, aksi takdirde uluslararası sistemde zemin kaybına uğranacağını ileri sürmüştür; karşı çıkanlar ise, bu anlayışın Kongre’yi devre dışı bırakarak A.B.D. dış politikasını bütünüyle yasama denetiminin dışına çıkarmayı amaçlayan

anti-demokratik bir yaklaşım olduğunu vurgulamışlardır. 1990'larda Sovyetler Birliği'nin ortadan kalkması, Doğu Bloku'nun dağılması ve Soğuk Savaş'ın sona ermesi, ilk anda *bipartisanship* ilkesi yandaşlarının elini zayıflattıysa da, bir süre sonra "Yeni Dünya Düzeni" anlayışı ve sistematiği içinde yeni dış düşmanlar tanımlanarak, adı geçen ilkenin A.B.D. dış politikasına egemen olmayı sürdürmesi sağlanmıştır.

Güçler ayrılığı ilkesiyle kurulması öngörülen dengenin bozulmasına yol açan ikinci neden, Amerikan Anayasası'nda yeri olmayan devlet-içi ve devlet-dışı bazı kurumların güçlerini ve etkinliklerini çok fazla artırarak, yasama ve yürütme organları üzerinde, bunların Anayasa ile tanımlanmış olan işlevlerini etkisiz kılacak bir ağırlığa ulaşmalarıdır. Bu kurumların başta gelenleri **lobiler, siyasi partiler ve Ulusal Güvenlik Konseyi (=National Security Council)**dir. Özellikle, faaliyetlerini Ulusal Güvenlik Konseyi'ne bağlı olarak sürdüren güvenlik ve istihbarat birimleri çok kalabalık bürokrasi kadroları ile çalışmakta ve diğer Anayasa dışı kurumlarla işbirliği halinde, kimi zaman Başkan'a dahi bilgi vermeden ya da eksik-yanlış bilgi vermek suretiyle siyasi mekanizmayı doğrudan yönlendirebilmekte, devlet sistematiği dışında re'sen kararlar üretip uygulayabilmektedirler. Hatta bu kuruluşlar, kimi zaman dünyanın çeşitli yerlerinde askeri operasyonlar dahi düzenleyebilmektedirler. Anayasa'ya göre Başkan'ın dış politikasını denetleme görevine sahip olan Kongre ise, "güvenlik gerekçesi" ile çoğunlukla sürecin bütünüyle dışında tutulmakta, uygulamaları, her şey olup bittikten sonra medyadan öğrenmektedir.

Kısacası A.B.D.'nin dünya çapındaki global çıkarları, bunların korunup sürdürülmesinin seçilmişlere bırakılmayacak bir nitelik taşıdığı ve ancak uzmanların bu işin üstesinden gelebilecekleri inancının yerleşip kurumlaşmasına yol açmıştır. Bu koşullar altında Başkan'ın ya da Kongre üyelerinin Türkiye ve Türkler hakkındaki bireysel görüş ve kanaatlarının, A.B.D.'nin Türkiye'ye ilişkin dış politikasını önemli ölçüde etkilediği söylenemez. Bir başka deyişle, söz konusu bireysel görüş ve kanaatların olumsuz bir duygusallık içermeleri ya da önyargılı bir nitelik taşımaları, A.B.D.'nin Türkiye'ye yönelik dış politikasını değiştirmesi sonucunu doğurmaz. Bu açıdan, A.B.D. ile Avrupa devletleri arasında oldukça belirgin bir farklılık olduğu söylenebilir. Bu ise, Avrupa'nın, bütünleşmiş haliyle dahi, büyük devlet kimliği taşımaktan uzak olduğunun en somut göstergesidir.

Ancak, A.B.D. yönetim kademelerinde yer alan kişilerin Türkiye hakkındaki bireysel görüşlerinin bu ülkenin Türkiye ile ilgili dış politikasını fazlaca etkilemediği gerçeği, söz konusu görüşlerin niteliğinin sorgulanmasını gereksiz kılmaz. Bu tür bir araştırma, en azından Amerikan kamuoyundaki "Türk" imajını yansıtmaması bakımından yararlı bilgiler sağlar. Bu konuda yapılacak bir araştırma ise, karşımıza, Amerikan siyasal yaşamında çok önemli yerleri bulunan lobileri çıkarır. Amerikan toplumunun büyük ölçüde depolitize edilmiş olması, yani bireylerin özellikle dış politika konularında bilgi ve görüşlerinin bulunmaması, lobilerin ağırlığını artıran başlıca etkidir. Kamuoyunun ve siyasilerin belli konularda görüş oluşturmalarında ve bazı davranış kalıpları şekillendirmelerinde lobilerin payı büyüktür. Bu nedenle öncelikle Amerikan siyasal sistemindeki lobicilik faaliyetleri üzerinde kısaca durmak uygun olacaktır.

Lobicilik, A.B.D.'de devletin kuruluşundan beri süregelen bir uygulamadır. Amerikan devleti kurulurken, toplumdaki çatışan çıkarları dengelemek üzere düşünülüp, geliştirilmiş bir yöntemdir. Lobiler, başlangıçta gerçekten de kendilerinden beklenen işlevi yerine getirmişler, hatta bazı teknik bilgileri sağlamak suretiyle Kongre'ye ve Başkan'a görevlerini yapmalarında yardımcı da olmuşlardır. Ama giderek lobicilik faaliyetleri Kongre üyeleri ve hatta Başkan üzerinde, aralarında tehdit, şantaj ve rüşvetin de yer aldığı her türlü yöntemle sonuca ulaşmayı amaçlayan bir mekanizmaya dönüşmüştür. Bu konudaki yakınmalar daha 1865 yılında, yani Amerikan İç Savaşı bittiği sıralarda başlamıştır. Fakat uzun süre lobicilik faaliyetleriyle ilgili yasal bir düzenleme yapılmamıştır. Bu konuda ilk adım 1946 yılında atılmış ve lobiciliğin kural ve sınırları belirlenmeye çalışılmıştır. Sonraki yıllarda bunu başka yasalar izleyecektir. Fakat bu yasal düzenlemelerin hiçbiri lobiciliğin yukarıda belirtilen gayri-meşru niteliğine bürünmesini engelleyememiştir.

Lobicilik faaliyetlerinde en iyi örgütlenenler, doğal olarak, en geniş maddi kaynaklara sahip olan kesimlerdir; ve yine doğal olarak bunların da başında iş ve sermaye çevreleri gelir. Bu çevrelerin istemleri karşısında ne Başkan, ne de Kongre direnemez. Dolayısıyla temel ülke politikalarının belirlenmesinde zengin kesimlerin tekeli bir denetime sahip olduklarını söylemek yanlış olmaz. Sıradan insanların lobilerde etkinlik sağlamaları düşünülemez. Bu ise, halkın politikadan kopmasına, zamanla depolitize olmasına yol açmıştır. Söz konusu

saptama, Amerikan politikasını karakterize eden temel belirleyicilerden birisidir. Halkın politikadan dışlanması olgusu, süreç içinde, liberal demokrasinin uygulandığı tüm ülkelerde -bu arada Türkiye’de de- karşılaşılan temel sorunlardan birisidir.

Bizim konumuz bakımından önemli olan, A.B.D.’de etnik esasa göre örgütlenmiş lobilerdir; ve bunların da başında Yahudi, Ermeni ve Rum lobileri gelir.

Yahudi Lobisi, etnik lobilerin en güçlüsüdür. Gücünü A.B.D.’deki zengin ve etkili Yahudi cemaatinden alır. Yahudi lobisinin A.B.D. yönetimi üzerindeki etkinliği bilinen ve uzun süredir yakınma konusu olan bir husustur. 1960 yılında Senatör Fullbright’ın öncülük ettiği bir Senato araştırması sonunda yayınlanan raporda Yahudi lobisinin eylemlerinin A.B.D.’nin ulusal çıkarlarıyla bağdaşmadığı kanıtlarıyla ortaya kondu. 1962’de Yahudi lobisinin A.B.D.’de topladığı paraları İsrail’deki siyasi partilere ve siyonist kuruluşlara aktardığı Amerikan Maliyesi’nce (= *Treasury Department*) saptanınca bu kez bir Kongre araştırması başlatıldı. Araştırma sonucunda düzenlenen raporda bir kez daha Yahudi lobisine yönelik suçlamalar yapıldı. 1964’de A.B.D. Dışişleri Bakanlığı (= *State Department*), Yahudi lobisini İsrail’le ilişkileri konusunda resmen uyardı. Fakat tüm bu gelişmeler Yahudi lobisinin etkinliğini azaltmadı.

Rum lobisi, özellikle 1950’lerden sonra güçlenmiştir. Osmanlı İmparatorluğu’nun çözülme sürecine girdiği 1880’lerde başlayan A.B.D.’ye yönelik Rum göçü, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra hızlandı. Bugün, Kuzey Amerika kıtasındaki Rum-Yunan kökenlilerin sayısı 3 milyon civarında tahmin edilmektedir ve bunun büyük çoğunluğu da A.B.D.’de yaşamaktadır. Rumlardaki tarihsel Türk düşmanlığı, Rum asıllı Amerikalılar’da da belirgin bir biçimde görülmektedir. Nedenlerine aşağıda değinilecek olan bu tarihsel düşmanlık, özellikle 1974 Kıbrıs Barış Harekati’nden buyana Rum-Yunan lobisinin faaliyetlerinin eksenini oluşturmaktadır.

Ermeni lobisi, A.B.D.’deki sayıları yarım milyonu ancak geçen ancak Amerikan orta sınıfı içinde çok güçlü bir konuma sahip olan Ermeni asıllılara dayanmaktadır. Ülkenin önde gelen zenginleri arasında birçok Ermeni asıllı Amerikalı bulunmaktadır. Ermenilerin A.B.D. ile yakınlıkları, 19. yüzyılın sonlarında Amerikalı misyonerlerin Anadolu’daki faaliyetleri

sırasında başlamıştır. 1970’li ve 1980’li yıllarda Türk diplomatlarına yönelik ASALA terörünü örgütleyen, ASALA eylemcilerinin avukatlık masraflarını karşılayan Ermeni lobisinin terörle olan bağlantısı A.B.D. yönetimince de bilinmekte ve bu faaliyetler A.B.D. yasalarına aykırı olmasına karşın Ermeni lobisinin üzerine gidilememektedir. Çünkü Ermeni lobisi, tıpkı Yahudi lobisi gibi, yasaların ve yönetimin ulaşabileceği düzeyin çok üzerinde bir etkinliğe sahiptir. Ermeni lobisi de, Rum lobisi gibi eylemlerini Türk düşmanlığı eksenine oturtmuş durumdadır. Ermeni lobisinin en büyük hedefi, 24 Nisan gününün “Soykırım Günü” olarak ilan edilmesini ve sözde Ermeni soykırımının A.B.D. yönetimince tanınmasını sağlamaktır. Gerek Avrupa’daki Ermeni diasporasının, gerekse A.B.D.’deki Ermeni lobisinin bu yöndeki çabalarında son yıllarda önemli mesafeler kaydettikleri görülmektedir.

A.B.D.’deki lobicilik faaliyetleri ile bağlantılı olarak üzerinde durulması gereken bir husus da medyanın konumudur. Lobiler, Kongre üyeleri ve Başkan üzerinde doğrudan etkileme yöntemlerine ağırlık vermekle birlikte, gerek yönetim kademelerindeki insanları, gerekse kamuoyunu arzuları doğrultusunda yönlendirmek için medyayı da etkin bir biçimde kullanırlar. A.B.D.’de sayıları binlere varan basın-yayın kuruluşları **yerel** ve **ulusal basın** (*local press / state press*) olarak ikiye ayrılırlar. İnsanların büyük çoğunluğu yerel basını izler. Ancak bu ayırım ve sayının fazlalığı, ülkede medya alanında dikkate değer bir çok sesliliğin bulunduğu yanılgısını yaratmamalıdır. Çünkü sermaye kesimi medya üzerinde tekeli bir denetime sahiptir ve ister yerel, ister ulusal olsun, Amerikan medyası hemen bütünüyle **kamuoyu yapıcıları** (= *Public Opinion Makers*) denilen ve söz konusu sermaye çevrelerince görevlendirilen az sayıdaki kişinin elindedir. Bu kişiler **basın zinciri** (= *press chain*) aracılığıyla tüm Amerikan medyasını yönlendirme gücüne sahiptirler. Herhangi bir köşe yazarının makalesi aynı anda yüzlerce gazetede birden yayınlanır. Muhalif sesler ya hiç duyulmaz, ya da kısa sürede susturulur. Kamuoyu yapıcıları ile lobiler arasında sıkı bir bağ vardır. Dış politika ile ilgili konularda, lobilerin ve **CIA, ISIS** gibi istihbarat kuruluşlarının belirgin bir ağırlıkları vardır. Bunların görüşlerine ters düşen yayınların yapılması neredeyse olanaksızdır. Lobiler, üniversiteler üzerinde de etkindirler. Kimi “bilim adamları”na parayla kendi görüşlerinin doğruluğunu kanıtlayan “bilimsel” yazılar yazdırır, bunları yayınlattır, dağıtımlarının yapılmasını da sağlarlar.

A.B.D. yönetimi ve kamuoyu üzerinde lobilerin etkin bir konuma sahip oldukları ve bunlar arasında, faaliyetlerini Türk düşmanlığı ekseninde sürdüren güçlü lobiler bulunduğu bilinmektedir. Yaklaşık 200 yıla ulaşan Türk-Amerikan ilişkileri tarihinin özellikle belirli dönemlerde, bu gerçeklerin ağırlığı fazlasıyla hissedilmiştir.

2. Tarih Boyunca Türk – Amerikan İlişkileri

1656 yılında Osmanlı Sultanı IV. Mehmet, kendisinden istenmesi üzerine, ipek böceği kozacılığını öğretmeleri için iki Ermeni'yi, o zamanki adıyla İngiliz Amerikan Sömürgesi'ne göndermiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun Yeni Dünya ilk teması budur. Osmanlı Devleti ile A.B.D. arasındaki ilk resmi antlaşma 1830 tarihinde yapılmıştır ve bu antlaşma ile Amerikalı misyonerlere Osmanlı ülkesinde faaliyet gösterme izni verilmiştir. Söz konusu misyonerlerin öncelikli hedef kitlesini Ermeniler oluşturmuştur. Ermenilerin, özellikle 19. yüzyılın sonlarından başlayarak Osmanlı yönetimine karşı ayaklanmalarında ve tedhiş eylemlerine girişmelerinde Amerikan misyonerlerinin propaganda çalışmalarının rolü büyüktür.

Osmanlı İmparatorluğu yıkılıp, Türkiye Cumhuriyeti kurulduktan sonra, yeni devleti en geç tanıyan ülke A.B.D. olmuştur. Lozan'da İsmet Paşa ile Joseph Grew arasında imzalanan ikili antlaşmanın özellikle kapitülasyonların kaldırılmasıyla ilgili hükümlerine karşı çıkan Amerikan Senatosu söz konusu antlaşmayı onaylamamıştır. 1920'li ve 1930'lu yıllarda Türkiye Cumhuriyeti, Sovyetler Birliği ile birlikte, A.B.D.'nin resmen tanımadığı iki devletten biriydi. A.B.D. ancak İkinci Dünya Savaşı arifesinde, yaklaşan savaş tehlikesi nedeniyle ilişkileri normalleştirmeye dönük adımlar atmıştır.

Savaşın sonra değişen koşullar iki ülkenin yakınlaşmasına yol açmıştır. A.B.D.'nin yalnızcılık politikasını terk etmesi ve liberal değerlerin şampiyonluğunu yapan bir dünya devleti -savaş sonrası tabiriyle **süper güç**- olarak uluslararası sisteme ağırlığını koyması, bu arada Orta Doğu'da İngiltere'nin boşaltmak zorunda kaldığı alanı doldurmaya yönelmesi, Türkiye'yi onun ilgi alanına sokmuştur. Türkiye'de ise, savaş döneminde ve sonrasında yerli sermaye sınıfının ağırlığı artmış, iç siyasi dengeler bu sınıf lehine değişmiştir. Palazlanan

yerli sermaye sınıfının ve onunla işbirliği içindeki dönemin tek parti yönetiminin tercihi, ulusalçı-devletçi Kemalist modeli terk ederek, ekonomik ve siyasal sistemi, değişen dünya gerçekleri doğrultusunda, liberal değerlere uygun bir anlayışla yeniden şekillendirmek yönünde olmuştur. Bu düşünceden hareketle, Stalin rejiminin savaş sonrasında Türkiye'ye yönelttiği tehditler, ülkede abartılı bir korku psikolojisinin yaratılmasına vesile yapılmış, bu psikoloji Türkiye'nin, Batı'nın ekonomik, siyasal ve askeri sistemine dahil edilmesini sağlamak için gösterilen yoğun çabaların gerekçesi olarak kullanılmıştır.

12 Mart 1947 tarihli **Truman Doktrini**, Türkiye'nin Batı'ya -yani A.B.D.'ye- tek yanlı bağımlılık sürecini başlatan bir dönüm noktasıdır. Bu tarihten, **Johnson Mektubu**'nun yazıldığı 1964 yılına dek iki ülke arasında, eşitsizlik temelinde aldatıcı bir bahar havası yaşanmıştır. Johnson Mektubu, Türk tarafının, A.B.D. ile sürdürdüğü ilişkilerin niteliğinin kendisine zarar verebileceğini anlamasını sağlayan bir dönüm noktası olmuştur. Bundan sonra, 1980 yılına dek, Türkiye A.B.D.'ye daha kuşkucu ve mesafeli yaklaşmıştır. 1974 Kıbrıs Barış Harekati ve onu izleyen Amerikan silah ambargosu, ilişkilerin dibe vurduğu dönemdir.

Ancak Türk-Amerikan ilişkilerine soğukluğun egemen olduğu zamanlarda bile, ne A.B.D.'nin Türk siyasal sistemi üzerindeki ağırlığı ortadan kalkmıştır; ne de Türkiye'nin Batı'ya tek yönlü bağımlılık politikasında köklü bir geri dönüş yaşanmıştır. Çünkü sosyo-ekonomik ve sosyo-politik gücünü her geçen gün daha çok artıran, üstelik Batı sermayesine her geçen gün daha çok eklenen yerli sermaye sınıfı *her ne pahasına olursa olsun* Türkiye'nin Batı ile bütünleşmesini istemekteydi. Bu hedefe ulaşılması onlara göre Türkiye'nin ulusal çıkarlarının gereği idi. 12 Eylül 1980 darbesiyle birlikte bu anlayış (sermaye sınıfının çıkarları = Türkiye'nin ulusal çıkarları anlayışı) Türkiye'ye tam anlamıyla egemen oldu. Ardından gelen ANAP iktidarı, Batı ile bütünleşme sürecinde cesur ve kararlı adımlar attı. Dönemin başbakanı Turgut Özal, A.B.D.'ye stratejik ortaklık dahi önerdi. Ama onun bu istemi kabul görmedi.

Genel olarak Batı dünyasında var olan Türk karşıtı hava Amerikan kamuoyunda da bulunmaktadır. Elbette bunda, yukarıda belirtildiği gibi, Türk düşmanlığı ekseninde faaliyet

gösteren lobilerin payı büyüktür; fakat Türk karşıtlığını yalnızca bu lobilere bağlamak sorunu hafife almak olur. Yine de en azından, bu karşıtlık A.B.D.'de Avrupa ölçüsünde güçlü ve yönetim üzerinde etkili bir nitelik taşımamaktadır. Türkiye'nin 1974 Barış Harekati ile Kıbrıs'ta Yunanistan karşısında elde ettiği askeri ve siyasi avantaj, söz konusu karşıtlığın açığa çıkmasına ve A.B.D. yönetim mekanizmalarına taşınmasına vesile olmuştur. A.B.D.'de "Türk" imajının incelenmesinde özellikle bu örnek olaydan yararlanılmasının nedeni budur. Fakat önce, Yunanlılardaki ve genel olarak Batı dünyasındaki bu Türk karşıtlığının -daha doğrusu düşmanlığının- nedenleri üzerinde kısaca durmak gerekir.

3. "Batı"Da Ve Yunanlılarda Görülen "Türk Düşmanlığı"nın Tarihsel Temelleri

Yunanlılardaki Türk düşmanlığının altında yatan temel etken, tıpkı -Ermenilerde, Sırlarda, Araplarda, vb olduğu gibi- bu ulusun kendisiyle ilgili kimlik sorunudur. Batı Avrupa'da uluslar, burjuvazinin gelişim sürecine koşut olarak yaşanan ve Reformasyon, Rönesans, Aydınlanma, Endüstri Devrimi gibi aşamalardan geçerek pekişen çok uzun bir zaman dilimi içinde oluştu. Oysa Osmanlı İmparatorluğu içindeki çeşitli topluluklar, daha önce uluslaşan Avrupa devletlerinin müdahalesiyle manipüle edilen gecikmiş bir süreci yaşadılar. Bunlar, dağılmakta olan Osmanlı İmparatorluğu içinde kendilerini güvenlikte görmedikleri için, dışarıdan sağlanan destek ve kışkırtmalarla tek tek İmparatorluk'tan ayrılıp, kendi bağımsız devletlerini kurdular. Uluslaşma süreci arkadan geldi. Örneğin 1827 yılında Yunan devleti kurulduğu zaman henüz ortada bir Yunan ulusu yoktu. İşte yukarıda sözü edilen kimlik bunalımının altında yatan gerçek budur.

Yunanlılar, kendi kendilerine "biz kimiz?" sorusunu sordular ve karşılık olarak da kendilerini Antik Yunan ve Bizans ile özdeşleştirdiler. Aslında bugünkü Yunanlıların söz konusu tarihsel unsurlarla kültürel ve etnik olarak bir bağları kalmamıştır. Ama kimlik edinme kaygısı, Avrupalı banilerinin de yönlendirmesiyle, onları, eski Yunan uygarlığı ile aralarında bir süreklilik olduğu kurgusunu benimsemeye itti. Eski uygarlıklarla aralarında bazı yapay bağlar kurdular, hatta bu yapay bağlara dayanarak, kendilerine bazı üstün özellikler de

vehmettiler. Eski ve köklü *Helén* uygarlığının ve onun devamı saydıkları Bizans'ın mirasçısı olmak kurgusu kimliklerinin olumlu ögesini oluşturdu. Ulusal olsun olmasın, her kimlik kavramının olumlu ögesinin karşısında bir de olumsuz ögenin yer alması gerekir ki, bu da, uygarlıklarını yıkan ve yüzyıllarca kendilerine hükmeden *Türk*ten başkası olamazdı. Bu konuda da onlara esin kaynağı olan yine Avrupalı banileri idi. Çünkü yüzyıllarca İslam'ın bayraktarlığını yapan *Türk*, aynı dönemde Avrupa'da gelişen Avrupalılık ve Hıristiyanlık kimliğinin de olumsuz ögesini oluşturmaktaydı.* Yapay olarak yaratılan "Yunan ulusal kimliği" işte bu olumlu ve olumsuz öğelerin karşıtlığı üzerine kuruldu.¹

4. Kıbrıs Barış Harekati ve A.B.D.

İçte ciddi siyasal ve ekonomik sorunlarla karşı karşıya bulunan Gizikis liderliğindeki Yunan askeri cuntası, üzerindeki baskıyı hafifletmek ve içeride sarsılan otoritesini görkemli bir dış başarıyla yeniden kazanmak amacıyla 1974 Temmuzunda Kıbrıs'ta *Enosis* hayalini gerçekleştirme planını uygulamaya koydu. 1960'da kurulan Kıbrıs Cumhuriyeti'nin, kendisi de *Enosis* yanlısı olmakla birlikte Yunan askeri yönetimiyle yıldızı bir türlü barışmayan Cumhurbaşkanı Başpiskopos Makarios, Nikos Sampson adlı bir *EOKA* teröristinin liderliğinde Atina tarafından tezgahlanan darbe sonucunda 15 Temmuz 1974 günü devrildi. Yönetime el koyan Sampson, Kıbrıs'ın Yunanistan'a ilhakını (= *Enosis*) sağlayacak bazı adımlar attı. Bu gelişmeler karşısında, Kıbrıs Cumhuriyeti'nin kuruluş antlaşması gereğince garantör ülke statüsü taşıyan Türkiye, diğer garantörler olan İngiltere ve Yunanistan nezdinde girişimlerde bulunarak, ortaya çıkan hukuk dışı durumun giderilmesi için ortak müdahalede bulunulmasını önerdi. Darbeyi tezgahlayan Yunanistan'daki cunta yönetiminin bu öneriyi kabul etmesi doğal olarak beklenemezdi. Görüşmeler, İngiltere'nin de Yunanistan ile aynı

* Pek çok gösterge, bu anlayışın günümüzde halen değişmediğini göstermektedir.

¹ Buraya kadar olan bölümlerin yazılmasında Prof. Dr. Türkkaya Ataöv'ün, 1994-95 yıllarında verdiği A.B.D. dış politikası ile ilgili doktora dersinin yayınlanmamış ders notları ile birlikte şu eserlerden yararlanılmıştır: V.O. Key Jr., *Southern Politics in States and Nation*, Alfred A. Knopf, New York, 1949; V.O. Key Jr., *Politics, Parties and Pressure Groups*, 5th Ed., Thomas Y. Crowell, New York, 1955; Cecil V. Crabb Jr., *Bipartisan Foreign Policy: Myth or Reality?* Evanston, Row and Peterson, New York, 1957; Carol S. Greenwald, *Group Power: Lobbying and Public Policy*, Praeger, New York, 1977; Thomas R. Dye, L. Harman Zeigler, *The Irony of Democracy: An Uncommon Introduction to American Politics*, 3rd Ed., Duxbury, North Scituate, Massachusetts, 1975; Thomas R. Dye, *Understanding Public Policy*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1975; Paul R. Viotti, *American Foreign Policy and National Security*, A Documentary Record, Prentice Hall, Pearson, 2004; <http://clerkhouse.gov/pd/houseID.html>.

çizgideki bir hareket tarzını benimsediğini ortaya koydu. Bunun üzerine adaya re'sen müdahale etmeye karar veren Türk hükümeti, 20 Temmuz 1974 günü Türk Ordusu'na bu yönde gereken emri verdi. Barış Harekatı adı verilen askeri operasyon, hem Atina'daki cuntanın, hem de Lefkoşe'deki darbecilerin yönetimden düşmeleri sonucunu doğurdu. Yunanistan, 7 yıl sonra ilk kez Karamanlis liderliğinde sivil bir yönetime kavuşurken, Kıbrıs'ta da Makarios Cumhurbaşkanlığı görevini yeniden devraldı. Müdahale sonrasında üç garantör devlet arasında yapılan görüşmelerde, İngiltere ve Yunanistan'ın Türkiye'ye karşı oyalama taktiği içinde oldukları ve asıl amaçlarının adada darbe öncesi eşitsizlikçi duruma geri dönülmesini sağlamak olduğu anlaşılınca, Türk Ordusu hükümetin emriyle 15 Ağustos 1974'de İkinci Barış Harekatı'nı gerçekleştirerek adanın üçte birini ele geçirdi.

Kıbrıs'ta bu gelişmeler yaşanırken, A.B.D., ülke tarihinin en büyük siyasi - hukuki skandalını yaşıyordu. **Watergate Skandalı** diye bilinen ve Başkan Nixon'un istifasına varan olaylar silsilesi Amerikan yönetimini bunaltmış durumdaydı. İç gelişmeler, A.B.D. yönetiminin ve kamuoyunun Kıbrıs'taki olaylara yönelik ilgisinin ilk anda sınırlı düzeyde kalmasına yol açtı. Bu durum, Türkiye'nin Kıbrıs'ta geniş bir manevra alanı kazanmasına yardımcı oldu ve dönemin Türk hükümeti de bu alanı başarıyla kullanmasını bildi. Ancak İkinci Barış Harekatı'nın başlamasıyla birlikte, Washington yönetimi hareketlendi. Rum lobisi tarafından yönlendirilen birçok Kongre üyesi, yeni Başkan Gerald Ford'a karşı çok yönlü bir eleştiri kampanyası başlatarak, onun üzerinde siyasi baskı kurdular. Başkan'dan, Kıbrıs'ta ortaya çıkan ve Türk tarafına avantaj sağlayan yeni durumun giderilmesi için harekete geçmesini istediler. Rum yanlısı Kongre üyeleri, Türk müdahalesinin, NATO antlaşmaları çerçevesinde A.B.D.'den sağlanan askeri malzeme kullanarak yapıldığını gerekçe göstererek, Türkiye'ye karşı silah ambargosu uygulanmasını istiyorlardı. Bundan sonraki süreçte, Amerikan kamuoyundaki Türk karşıtlığının açığa çıkarak, A.B.D. yönetimi üzerinde ciddi bir baskı oluşturduğuna, uzun vadeli stratejik önceliklerine dayalı daha gerçekçi bir bakış açısına sahip bulunan yönetimin ise, baskılar karşısında sergilediği direnme çabasına tanık oluyoruz. Bu olay, A.B.D. tarihinde, Kongre ile yürütme organı arasında yaşanan en şiddetli

mücadelelerden birini oluşturması bakımından da ilginçtir. Yaşanan mücadelenin aşamaları özetle şöyledir:²

19. 9.1974: Amerikan Senatosu, Başkan'dan Türkiye'ye yapılan askeri yardımın derhal kesilmesini isteyen bir önergeyi 27'ye karşı 64 oyla kabul etti.
24. 9.1974: Amerikan Temsilciler Meclisi, aynı yöndeki bir tasarımı 26'ya karşı 374 oyla kabul etti.
- 14.10.1974: Başkan Ford, Kongre'de kabul edilen tasarımı veto etti.
- 16.10.1974: Başkan'ın, Türkiye'ye yapılan askeri yardımı 10 Aralık 1974 tarihinden itibaren durdurmasını öngören yeni bir tasarı Senato ve Temsilciler Meclisi'nde sırasıyla 23'e karşı 45 ve 30'a karşı 287 oyla kabul edildi.
- 17.10.1974: Başkan Ford, yeni tasarımı da veto etti.
- 17.10.1974: Senato ve Temsilciler Meclisi, Başkan'ın Türkiye'ye yapılan askeri yardımı 10 Aralık 1974 tarihinden itibaren, Kıbrıs'ta çözüme ulaşılması koşuluna bağlı olarak durdurmasını öngören yeni bir tasarımı kabul etti.
- 18.10.1974: Başkan Ford, üçüncü kez önüne gelen tasarımı imzalamak zorunda kaldı.
- 17.12.1974: Başkan'ın ve yönetimin yoğun girişimleri sonucunda Senato, ambargonun başlangıç tarihini 5 Şubat 1975'e erteleyen bir kararı 43'e karşı 49 oyla kabul etti.
- 18.12.1974: Aynı karar Temsilciler Meclisi tarafından da 189'a karşı 209 oyla kabul edildi.
- 30.12.1974: Başkan Ford, Kongre'nin her iki kanadında kabul edilen erteleme kararını onayladı.
5. 2.1975: Türkiye'ye karşı uygulanan silah ambargosu resmen başladı.

² Congressional – Executive Relations and the Turkish Arms Embargo, Foreign Affairs Committee Print, Congress and Foreign Policy Series, No. 3, June 1981, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1981, s. 37-60.

31. 7.1975: Türkiye'nin sert tepkisi ve A.B.D. yönetiminin yoğun girişimleri sonucunda Senato, ambargonun kısmen kaldırılmasını öngören bir tasarımı 46'ya karşı 47 oyla kabul etti.

2.10.1975: Aynı tasarı Temsilciler Meclisi tarafından da 176'ya karşı 237 oyla kabul edildi..

4.10.1975: Başkan Ford tasarımı imzaladı.

Türkiye'ye uygulanan kısmi ambargo 1978 yılına kadar sürdü.

5. Başkan İle Kongre Arasında Yaşanan Taktik Savaşımın Seyri

Türkiye'ye silah ambargosu uygulanması için mücadele verenlerin başını Rum-Yunan lobisi ve onun tarafından yönlendirilen Kongre üyeleri çekiyordu. Dolayısıyla bu, adı geçen lobinin niteliğinden ötürü özünde Türk düşmanlığı temeline dayanan bir eylemdi. Ancak ambargoyu savunanlar Türkiye'ye karşı tavırlarının Türk düşmanlığı ile ilgisi olmadığını kanıtlamak ya da bu hususun açığa çıkmasını engellemek için yoğun çaba harcadılar. Bunun için de argümanlarını, "A.B.D. yasalarına ve uluslararası hukuka uyum gereği", "saldırganı teşvik etmekten kaçınılması gerektiği" gibi hukuksal ve insancıl gerekçelere dayandırmaya özen gösterdiler. Bunlar, A.B.D. kamuoyunun Watergate Skandalı'nın şokunu henüz atlattığı bir ortamda dikkatle seçilmiş, söylemlerdi. A.B.D. yasalarına ve uluslararası hukuka uyma gereği dillendirilirken söz konusu edilen yasalar, Birleşmiş Milletler Antlaşması, NATO Antlaşması, A.B.D. ile Türkiye arasındaki özel yardım antlaşması, 1961 tarihli Dış Yardım Yasası ve 1968 tarihli Dış Askeri Satışlar Yasası idi. Aşağıda bununla ilgili birkaç örnek verilmiştir:

Eugene Rossides, Rum lobi kuruluşlarından AHEPA'nın başkanı:

“Türkiye’nin A.B.D. silahlarını kullanarak Kıbrıs’ta gerçekleştirdiği müdahale, A.B.D. yasalarının ihlalidir. Bu nedenle engellenmelidir. Türkiye’ye uygulanması istenen ambargo, yasal ve anayasal bir gerekliliktir. Bu bir “Yunan meselesi” değildir.”³

Thomas Eagleton, Senatör (Demokrat Parti):

“Biz hukukun üstünlüğü ilkesine dayanan bir tarihe sahibiz. Politikacılarımız Türkiye’ye uygulanması öngörülen ambargo konusunda bu gerçeği göz ardı etmemelidirler.”⁴

Andrew Tegeris, Rum lobi kuruluşlarından UHAC’ın sözcüsü:

“Asıl sorun Türk-Yunan uyumsuzluğu değil, A.B.D.’nin temel yasalarının çiğnenmiş olmasıdır.”⁵

Benjamin Rosentahl, Temsilciler Meclisi üyesi (Cumhuriyetçi Parti):

“Yalnızca kendi yasalarımızın çiğnenmesi durumuyla değil, Birleşmiş Milletler Antlaşması, NATO Antlaşması ve Türkiye ile aramızdaki ikili antlaşmaların ihlali ile de karşı karşıyayız. Çünkü Türkiye’nin Kıbrıs’ta kullandığı silahların % 80-90’ını biz sağladık.”⁶

Adelai Stevenson, Senatör (Demokrat Parti):

“Türkiye Kıbrıs’a müdahale etmekle A.B.D. ile arasındaki askeri antlaşmaları çiğnemiştir. A.B.D. yönetimi de Türkiye’ye askeri yardımı sürdürmekle, yasadışı bir faaliyet içerisindedir.”⁷

Edward Kennedy, Senatör (Demokrat Parti):

³ Suspension of Prohibitions Against Military Assistance to Turkey, Hearings Before the Committee on International Relations, Ninety-Fourth Congress, First Session, July, 10, 1975, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975, s. 108.

⁴ Laurence Stern, The Wrong Horse, Times Books, New York, 1977, s. 144’den aktaran Paul Y. Watanabe, Ethnic Groups, Congress and American Foreign Policy, The Politics of the Turkish Arms Embargo, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1984, s. 112.

⁵ Suspension..., s. 141.

⁶ Remarks Delivered in the House of Representatives, September 24, 1974’den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 113.

⁷ Congressional Digest, No 51 (April 1975), s. 114-116.

"Türkiye'nin Kıbrıs'a müdahalesi sürerken ona askeri yardım yapılması, 1961 Dış Yardım Yasası ve 1968 Dış Askeri Satışlar Yasası ile bağdaşması olanağı bulunmayan bir durumdur."⁸

Türkiye'ye yardımı sürdürmenin saldırganı teşvik etmek anlamına geleceği savını içeren konuşmalara ilişkin örnekler aşağıdadır:

John Brademas, Senatör (Cumhuriyetçi Parti):

"Eğer biz Türkiye'ye silah vermeyi sürdürürsek, bu, A.B.D.'den yardım alan diğer ülkelerin de aynı tür saldırgan girişimlerini teşvik eden tehlikeli bir yaklaşım olur. A.B.D. saldırganı cesaretlendirme politikasına son vermelidir."⁹

George Ball, Eski Dışişleri Sekreteri:

"Türkiye'ye askeri yardımın sürdürülmesi, saldırganın ödüllendirilmesi anlamına gelir."¹⁰

Donald Riegle, Temsilciler Meclisi üyesi (Cumhuriyetçi Parti):

"Saldırganla karşı çıkmak A.B.D. dış politikasının temel ilkesidir."¹¹

Stanley Karnow, Gazeteci:

"Saldırganla kurbanı tarafsız davranmak, saldırganın tarafını tutmak anlamına gelir. A.B.D. yönetiminin yaptığı budur."¹²

Thomas Eagleton, Senatör (Demokrat Parti):

"A.B.D. yönetiminin pasif tutumu yüzünden, her geçen gün sorunun çözümü zorlaşmaktadır. Türkiye anayurdundan adaya insanlar getirip yerleştiriyor. Savunma

⁸ Humanitarian Problems on Cyprus, Part II, Hearings Before the Subcommittee to Investigate Problems Connected with Refugees and Escapees, Ninety-Third Congress, Second Session, December 17, 1974, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975, s. 39.

⁹ Suspension..., s. 76.

¹⁰ Suspension..., s. 46.

¹¹ Watanabe, a.g.e., s. 118.

¹² Stanley Karnow, "Foul-up in the Mediterranean," New Republic, September 7, 1974'den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 121.

altyapısını oluşturuyor. Anayurda güçlü bağlarla bağlı siyasal bir altyapı kuruyor. Hatta kendi posta pullarını bile bastılar. Bu durum böyle devam etmemelidir.”¹³

Senato Adalet Komitesi, Göçmenler Alt Komitesi'nin Raporu:

“A.B.D. yönetiminin saldırganla kurbanı eşit davranması sonucu, Kıbrıs Adası'nda çözüm olanağı giderek zayıflayan ciddi bir sorun oluşmuştur.”¹⁴

Bu eleştiriler karşısında A.B.D. yönetiminin, “A.B.D.'nin stratejik çıkarları” söylemine dayalı bir savunma taktiği uyguladığını görüyoruz. Aşağıda bununla ilgili birkaç örnek verilmiştir.

Linwood Holton, Dışişleri Sekreter Yardımcısı:

“Dışişlerimiz, yasal yükümlülüklerle dış politika gereklerini dikkatle karşıladıktan sonra, Türkiye'ye yapılan askeri yardımın daha fazla kısılmasının, Türkiye ve Yunanistan'ın Kıbrıs sorununda doğrudan görüşmelere girmelerini engelleyeceği kanaatine varmıştır.”¹⁵

Mike Mansfield, Senatör (Cumhuriyetçi Parti):

“Eğer Türkiye'yi doğrudan karşımıza alırsak ne olur? Türkiye Sovyetler Birliği'ne eğilim gösterebilir. Sovyetler Birliği ile 1600 millik sınırı olan bir müttefikimizi oradaki nükleer savaş başlıklarımızla üslerimizi kaybedebiliriz. Ya da Müslüman bir ülke olan Türkiye'nin Orta Doğu'ya yönelmesine yol açabiliriz. Bu konuyu daha dikkatli düşünmeliyiz.”¹⁶

Henry Kissinger, Dışişleri Sekreteri:

“Ulusal çıkarların yasalardan üstün olduğu zamanlar vardır. Ulusal çıkarlarımız Doğu Akdeniz'de istikrarın sürdürülmesini gerektirmektedir. Bu ise Türkiye'nin düşmanlığı pahasına gerçekleştirilmesi olanağı bulunmayan bir hedeftir.”¹⁷

¹³ Remarks Delivered in the Senate, December 4, 1974'den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 123.

¹⁴ Senate Committee on the Judiciary, Crisis on Cyprus, 1974. A Study Mission Report Prepared for the Use of the Subcommittee to Investigate Problems Connected with Refugees and Escapees of the Committee on the Judiciary, Ninety-Third Congress, Second Session, October 14, 1974, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1974, s. 51.

¹⁵ Humanitarian..., s. 41.

¹⁶ Stern, a.g.e., s. 152'den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 131.

¹⁷ Lesly Gelb, “The Kissinger Legacy,” New York Times Magazine, October 31, 1976, s. 13.

Joseph Sisco, Başkan Yardımcısı:

"Türkiye 450-500 bin kişilik ordusuyla NATO sorumlulukları açısından vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Doğu Akdeniz'deki bu güç, NATO'nun güney kanadında anahtar konumundadır. Sovyetler Birliği ile olan ortak sınırı Türkiye'nin önemini daha da artırmaktadır. Türkiye'de bizim kullandığımız çok önemli askeri kolaylıklar ve üsler vardır. Bunlar bizim ulusal çıkarlarımız bakımından stratejik öneme sahiptir. Bütün bunları göz önüne alırsanız ve Orta Doğu ile Doğu Akdeniz'deki bir istikrarsızlığın nelere malolabileceğini görebilirsanız, Türkiye'ye uygulanmakta olan silah ambargosunun sürmesi konusundaki endişemizi anlarsınız. Türkiye ile A.B.D. arasındaki geleneksel bağları yeniden kurmalıyız."¹⁸

Gerald Ford, Başkan:

"Kongre Türkiye'ye uygulanan silah ambargosunu gevşetmelidir. Aksi halde A.B.D.'nin Doğu Akdeniz'deki güvenlik çıkarları onarılmaz biçimde zarar görür. 5 Şubat'tan sonra ambargoya tepki olarak Türkiye'nin A.B.D.'ye ve NATO'ya sağladığı askeri kolaylıklar bu ülke tarafından askıya alınmıştır. Ambargo sürerse Türkiye'deki üslerimizin varlığı da tehlikeye düşer. Bu üsler bizim için yaşamsal önemi haizdir. Ambargo, A.B.D. ve NATO çıkarlarını olumsuz yönde etkilemekle kalmamakta, Kıbrıs sorununa yapıcı bir çözüm için görüşmelere başlama fırsatını da ortadan kaldırmaktadır. Türkiye ile aramızdaki bağları daha fazla gevşetmek, Batı ittifak sisteminin zararına olacaktır."¹⁹

Yönetimin A.B.D.'nin stratejik çıkarlarına vurgu yapan yaklaşımı karşısında ambargo yanlıları, Yunanistan'ın da Türkiye gibi önemli bir stratejik konuma sahip olduğunu ileri sürdüler. Ancak Yunanistan'ın stratejik önemini Türkiye'ninki ile karşılaştırmaya kalkışmak pek ciddiye alınır bir yaklaşım değildi; zaten A.B.D. yönetimi de, AHEPA sözcüsü Elies Vlanon, Senatör John Brademas, eski dışişleri bakanı John Ball ve General James A. Van

¹⁸ Suspension..., s. 11.

¹⁹ Authorization of Appropriations for the Board for International Broadcasting and Partial Lifting of the Turkish Arms Embargo, Hearings Before the Committee on International Relations, Ninety-Fourth Congress, First Session, September 17, 1975, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975, s. 4.

Fleet tarafından dile getirilen bu savları hiç ciddiye almadı. Gelişmeler, A.B.D. yönetiminin Türkiye'nin sahip olduğu stratejik konuma gerçekten çok büyük önem verdiğini ve Türkiye'yi kaybetmemek için etnik lobilerin baskısına boyun eğmemeye kararlı olduğunu gösterdi.

Ancak A.B.D. yönetimini böylesine kararlı bir duruş sergilemeye zorlayan asıl neden Türkiye'nin kararlı duruşuydu. Türk hükümeti, daha 1974 sonlarında ambargo konusu tartışılmaya başladığı zaman, ambargo uygulanırsa ülkedeki NATO üslerinin kapatılabileceği mesajını vermiş, hatta bu konuda bazı somut adımlar da atmıştı. Türkiye'nin bu tavrı Amerikan Kongresi'nde özellikle ambargo yanlılarının sert tepkilerine yol açmıştı.

Charles Rangel, Temsilciler Meclisi üyesi (Cumhuriyetçi Parti):

“Bir müttefikimizin bizi ülkeden kovmakla tehdit etmesi son derece endişe verici bir durumdur.”²⁰

Thomas Eagleton, Senatör (Demokrat Parti):

“Kişisel olarak Türkiye'deki NATO üslerinin kapatılmasını istemem. Ancak bu tür bir diplomatik zorbalığa da boyun eğmemeliyiz. Bu şantajı karşı Kongre derhal yasal ve ahlaki değerlerine uygun karşılığı vermelidir.”²¹

Ancak Rum lobisi temsilcilerinin tüm girişimlerine karşın, Türkiye'nin kararlılığı, A.B.D. yönetimini ambargo konusunda açıkça Türkiye'den yana tavır koymaya zorladı. A.B.D. yönetiminin bu yaklaşımı, Türk hükümetinin hoşnutluğunu kazandı. Başbakan Bülent Ecevit A.B.D. yönetiminin yaklaşımını övdü ve Dışişleri Bakanı James Callaghan aracılığıyla Türkiye'yi Cenevre kararlarını ihlal etmekle suçlayan İngiliz yönetiminin tavrı ile karşılaştırıldığında A.B.D. yönetiminin çok daha duygusallıktan uzak bir duruş sergilediğine dikkat çekti. Ecevit, Amerikan basınına verdiği demeçte, “A.B.D. yönetiminin baskılara aldırmaksızın sorunu objektif bir biçimde değerlendirmesinin memnuniyet verici olduğu” yorumunu yaptı.²²

²⁰ Suspension..., s. 97.

²¹ Suspension..., s. 149.

²² “Bülent Ecevit's statement,” Washington Post, August 17, 1974.

1975 yılından başlayarak Türkiye'ye uygulanan ambargo gevşetildi. Bu durumdan rahatsız olan ambargo yanlıları, yıl boyunca A.B.D. yönetimine, özellikle de yönetimin Türkiye yanlısı tavır almasından sorumlu tuttıkları Dışişleri Sekreteri Henry Kissinger'in kişiliğine yönelik eleştirilerini yoğun biçimde sürdürdüler:

Clifford Hackett, Senatör (Cumhuriyetçi Parti):

"Kissinger'in ambargo konusundaki görüşleri Yunanistan, Türkiye ya da Kıbrıs'la ilgili değildir. O başkanlığa oynuyor. Onun bütün hesabı budur."²³

Thomas Eagleton, Senatör (Demokrat Parti):

"Kissinger, Soğuk Savaş döneminde yaşamadığımızı artık anlamalıdır. Ortak amaçlar ve ortak bir düşmandan söz edemeyiz. Son 10 yıldaki en büyük dış politika hatamız, kurumsal dengelerin dışlanması olmuştur. Yönetim, Vietnam, Hindistan-Pakistan Savaşı, Şili ve Kıbrıs sorunlarında Amerikan halkının seçilmiş temsilcilerinin oluşturduğu Kongre'yi devre dışı bırakmıştır."²⁴

Fakat A.B.D. yönetiminin tutumu değişmedi. Yönetimin açıkça Türkiye'den yana ağırlık koyması, Yunanlı Amerikalıların ve onların desteklediği lobilerin siyaset yapma sürecinden dışlandıklarını hissetmelerine yol açtı; bu da zaman içinde ambargo yanlısı cepheyi parçalayıp dağıttı. Yine de tüm süreç boyunca -hatta yenilgiye uğradıktan sonra bile- Rum-Yunan lobisinin girişimlerini ısrarla sürdürdüğünü görüyoruz. Ambargo konusunda uğranılan yenilgi adı geçen lobiyi yeni bir anlayışla ve çok daha katı bir Türk düşmanlığı çizgisinde örgütlenmeye yöneltti. Rum-Yunan lobisinin örgütlenmesi ve kullandığı yöntemler üzerinde kısaca durmakta yarar vardır.

6. Rum-Yunan Lobisinin Süreçteki Rolü

Kongre ile yürütme arasındaki mücadele sürerken, Rum-Yunan lobisine bağlı örgütler ve onlarla çıkar birliği içindeki çevreler, Amerikan medyası aracılığıyla yoğun bir Türk karşıtı

²³ Interview with Clifford P. Hackett, September 1977 aktaran Watanabe, a.g.e., s. 128.

²⁴ Stern, a.g.e., s. 151'den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 129.

propaganda gerçekleştiriyorlardı. Basın-yayın organlarında, Kıbrıs'taki Türk hareketi sırasında "çok sayıda sivil ölümlerin olduğu", "duygusuzca gaddarlıkların yaşandığı", "büyük yıkımların ve kitlesel göçlerin gerçekleştiği" biçiminde Türkiye'yi suçlayan abartılı haberler yer alıyordu. Rum-Yunan lobisi ile bağlantılı medya organları genellikle bu haberleri "dirty Turks" nitelemesiyle veriyorlardı. Söz konusu medya organlarının **Muratağa, Sandallar ve Atlılar** katliamlarından hiç söz etmediklerini belirtmeye gerek yok. Propaganda eylemini planlayan ve yürüten başlıca Rum-Yunan lobi kuruluşları şunlardı:

Yunan Ortodoks Kilisesi: Yunan asıllı Amerikalı sosyolog Evangelos Vlachos, Amerika'daki Rum-Yunan topluluğunu birleştiren temel kurumsal yapının Yunan Ortodoks Kilisesi olduğunu belirtir. Ortodoks Kilisesi, Rum-Yunan topluluğunu, güçlü grup ritüeli ve üstlendiği toplumsal işlevleriyle yapısal olarak; ahlaksal ve dinsel ideallere dayalı söylemiyle de moral olarak birleştirmektedir. Amerika'da yaşayan Rum-Yunan topluluğu üyelerinin kendilerini ifade ettikleri ortak kimlik ögesi Ortodoks inancıdır. Bu birleştiricilik işlevi, Türkiye'nin gerçekleştirdiği Kıbrıs Barış Harekatı boyunca etkili biçimde ortaya çıkmıştır. Ortodoks Kilisesi'nin ağırlığı, özellikle Rum-Yunan asıllı Amerikalıların yoğun biçimde yaşadıkları New York, Massachusetts, Illinois, Pennsylvania, California, Ohio, New Jersey, Florida ve Michigan eyaletlerinde çok fazladır. Kilise, Kıbrıs hareketini izleyen bir yıl içinde A.B.D.'de yaşayan Ortodoks cemaatinden 1 Milyar doları aşkın nakit, çok miktarda da aynı yardım toplamıştır. Yunan Ortodoks Kilisesi Başpiskoposu Yakovas ile Senatör Edward Kennedy arasında çok yakın iş ve çıkar ilişkisinin bulunduğu bilinmektedir.²⁵

AHEPA (The American Hellenic Educational Progressive Association): Yunanlı Amerikalıların kurdukları en eski örgüttür. 1922'de kurulan örgütün bugünkü üye sayısının 100 bine yaklaştığı, yan kuruluşlarıyla birlikte 100 bini de geçtiği tahmin edilmektedir. Kıbrıs Barış Harekatı başlayınca **Kıbrıs için Adalet Komitesi (=Justice for Cyprus Committee)** adlı bir yan örgüt kurdu. Bu örgüt çalışmalarını Senatör Thomas Eagleton'ın Capitol Hill'deki bürosunda sürdürdü. Bu durum bile, Rum-Yunan lobisi ile bazı Kongre üyeleri arasındaki yakınlığın derecesini göstermesi bakımından ilgi çekici bir örnektir.²⁶

²⁵ Watanabe, a.g.e., s. 139-142; <http://www.oca.org>.

²⁶ Watanabe, a.g.e., s. 142-144; <http://www.ahepa.org/ahepa>.

AHI (The American Hellenic Institute): Kıbrıs Barış Harekati üzerine kurulan bir örgüttür. Amacı A.B.D. ile Yunanistan ve Kıbrıs arasındaki ticareti geliştirmektir. Kurucusu olan Eugene Telemachus Rossides aynı zamanda eski A.B.D. dışişleri bakanlarından General William Rogers'ın iş ortağıdır.

UHAC (The United Hellenic American Congress): A.B.D. dış politikasını Rum-Yunan çıkarları doğrultusunda etkilemek amacıyla 1975'de kurulmuştur. Kurucusu Ortodoks Kilisesi Başpiskoposu Yakovas'tır. Örgütün başkanlığına, A.B.D.'nin en büyük entegre çelik şirketlerinden Metron Steel Corporation'un da sahibi olan ve Senatör Charles Percy ile yakın çıkar ilişkisi bulunan Andrew Athens getirilmiştir.

HCA (The Hellenic Council of America): A.B.D.'de görev yapar Rum-Yunan asıllı akademisyenleri bir araya toplamak amacıyla 1974'de kurulmuştur. Columbia Üniversitesi profesörlerinden Phoebus Dhrymas tarafından kurulmuş örgütün başkanlığını da aynı kişi yapmaktadır.

A.B.D.'deki Rum-Yunan lobisini oluşturan diğer örgütler şunlardır:

- . Pan Hellenic Emergency Committee
- . Pan Hellenic Liberation Movement
- . Free Cyprus Coalition
- . Americans for Cyprus Committee
- . United Hellenic Association
- . Action Group for Greece and Cyprus
- . Cyprus Solidarity Committee²⁷

Rum-Yunan lobisinin medyayı etkin bir biçimde kullandığına yukarıda değinilmişti. Yönetim ile Kongre arasındaki ambargo mücadelesinin doruğuna ulaştığı 1975 yılında A.B.D. genelinde Rum-Yunan asıllı Amerikalılar tarafından çıkarılan gazete sayısı 22 idi. Bunlardan Yunanca ve iki dilde yayınlananların toplam tirajı 120 bin, İngilizce yayınlananların toplam tirajı ise 64 bindi. Bu yayınlar içinde en yüksek tiraja sahip olan 32.717 ile **Hellenic**

²⁷ Watanabe, a.g.e., s. 144-149; <http://www.aheworld.com/lobby.html>; <http://www.americanhellenic.org>.

Chronical idi. Tirajları bakımından ikinci ve üçüncü sıralarda **AHEPAN** ve **Washington Report** yer alıyordu. Her üçü de 1974 Temmuzundan 1975 sonlarına kadar sürekli olarak Türk karşıtı birer propaganda aracı olarak yayın yaptılar.

Rum-Yunan lobisi doğrudan kendi denetiminde olan basın-yayın organlarının yanı sıra, diğer ulusal yayın organlarındaki kimi yazarları da amaçları doğrultusunda kullandı. Özellikle **Washington Post**'ta Laurence Stern ve **New Republic**'de Stanley Karnow, bu dönemde yazılarıyla Rum-Yunan lobisine önemli hizmetlerde bulundular.²⁸

Lobinin, doğrudan ve dolaylı olarak denetlediği medya aracılığıyla Amerikan Kongresi ve yönetimi üzerinde baskı oluşturmak için kullandığı temaların başında, yaklaşan seçimlerde, Türkiye'ye silah ambargosu uygulanması konusunda kendileriyle işbirliği yapmayan Kongre üyelerine oy verilmeyeceği tehdidi geliyordu. Theodore Coulombis ve Sallie Hics tarafından yapılan bir araştırmaya göre bu tehdit Kongre üyeleri ve yönetim üzerinde sanıldığından ve umulduğundan çok daha az etki yaptı. Ancak yine de bazı Kongre üyelerinin açıklamaları, tehdit ve şantaj yönteminin sınırlı da olsa belli bir etkisinin bulunduğunu ortaya koydu. Temsilciler Meclisi Uluslararası İlişkiler Komitesi Avrupa ve Orta Doğu Alt Komitesi Direktörü Michael van Dusen, Türkiye'ye ambargo uygulanması konusunda Kongre üyelerinin Yunan-Amerikan cemaatinden çok ağır baskı gördüklerini açıkladı. Bir Kongre üyesi, "eğer yanlış oy kullansaydım Yunanlı Amerikalılar çok kızarlardı" derken, bir diğeri de "kendimi daha fazla baskı altında hissettiğim başka bir görüşme olmamıştır" değerlendirmesini yaptı. Rum-Yunan lobisine bağlılığı ile tanınan Kongre üyesi John Brademas ise, "Yunan cemaatinin desteği olmasa ambargo kararını çıkartamazdık" ifadesini kullandı.²⁹

A.B.D. yönetimi ise, söz konusu baskılardan dolayı büyük rahatsızlık duyuyordu ve her fırsatta rahatsızlığını dile getirmekten çekinmiyordu. Özellikle kendisi bir strateji uzmanı olan Dışişleri Bakanı Henry Kissinger, Rum-Yunan lobisini ve onun bayraktarlığını yapan Brademas, Sarbanes, Eagleton, Kennedy, Rosentahl gibi Kongre üyelerini etnisite üzerine politika yapmakla ve dar görüşlü olmakla suçluyordu. Benzeri tepkiler Kongre içinden de yükseliyordu. Bir Kongre üyesi, "etnik renge ve dinsel inançlara göre oy verme çağının

²⁸ Watanabe, a.g.e., s. 150-152.

²⁹ Watanabe, a.g.e., s. 152-158.

geçtiğini" belirterek Rum-Yunan lobisine angaje durumda bulunan Kongre üyelerini uyarıyordu. Basından da aynı yönde tepkiler geliyordu. **Washington Star**'dan Charles Bartlett, **Baltimore Sun**'dan Russel Warren Howe ve Sarah Hays Trott, **Washington Post**'tan Rowland Evans ve Robert Novak ve **Christian Science Monitor**'dan Joseph C. Harsch bu tepkileri dile getiren yazarlardan birkaçıydı. Örneğin Harsch, "anlamadıkları konularda sık sık duygusal tepkiler veren etnik grupların fazlalığından ve bunların ulusal çıkarlara ters düşen tavırlarından" yakınıyordu.³⁰

Sonuç

A.B.D.'de devlet, büyük sermaye çevreleri ile iç içe girmiş durumdadır. Tüm kitle iletişim araçları büyük sermaye çevreleri ile devletin denetimi altındadır. Dolayısıyla herhangi bir konuda özgürce oluşan bir kamuoyunun varlığından söz etmek olanaksızdır. Sistem, kamuoyu yapıcılarını aracılığıyla, kitle iletişim araçlarını istenilen konularda ve istenilen doğrultuda kamuoyu oluşturmak için kullanma olanağına sahiptir ve bu olanağı de en etkili biçimde değerlendirmektedir. Sonuçta ortaya güdümlü bir kamuoyu çıkmaktadır. Aslında pek çok ülkede gözlemlenebilecek olan bu durum, A.B.D.'de daha belirgindir. Sayıları binlerle ifade edilebilecek olan basın-yayın kuruluşları bir bütün olarak ve tek tek bu güdümlü yapının aktörleridir.

Bununla birlikte sistemi etkileyen unsurlar arasında her zaman ve her konuda tam bir uyum olduğu da söylenemez. Öze ilişkin konularda genel bir mutabakat vardır; zaten bu genel mutabakata katılmayanı sistem dışlar. Ancak ikincil konularda, sistemin unsurları arasında zaman zaman çatışmalar yaşanabilmektedir. Bu çatışmaları yönlendiren de genellikle lobi denilen çıkar grupları olmaktadır.

Amerikan siyasal sistemi içindeki en etkin kurumlardan olan lobilerin gücü çok büyük olmakla birlikte sistem, devletin global stratejik çıkarlarıyla bağdaşmayan kimi baskıları

³⁰ Charles Bartlett, "Vote on Turkey Shows Undisciplined Congress," *Washington Star*, July 28, 1975; Russel Warren Howe, Sarah Hays Trott, "The Inside Working of the U.S. Greek Lobby," *Baltimore Sun*, September 7, 1975; Rowland Evans, Robert Novak, "Ethnic Foreign Policy," *Washington Post*, April 7, 1975; Joseph C. Harsch, "The Circle Around Cyprus," *Christian Science Monitor*, June 24, 1975'den aktaran Watanabe, a.g.e., s. 157-160.

etkisizleştirecek güvenlik sübaplarına sahiptir. *Bipartisanship* ilkesini benimsemiş olan kalabalık yönetim bürokrasisi, kimi zaman lobilerin baskılarına direnebilmektedir.

Lobiler arasında etnik temelde örgütlenmiş olan, yani güçlerini ülkede yaşayan bazı etnik gruplardan alanlar da bulunmaktadır. Etnik lobilerden ikisi -Rum-Yunan lobisi ile Ermeni lobisi- tarihsel ve kimlik sorunlarıyla bağlantılı psikolojik nedenlerle faaliyetlerini Türk düşmanlığı ekseninde şekillendirmişlerdir. Bu lobiler, Türk düşmanlığını Amerikan kamuoyuna maletmek ve yönetim mekanizmalarına taşımak için özellikle belli dönemlerde etkin çaba içine girmişlerdir. 1974 tarihindeki Kıbrıs Barış Harekati ve onu izleyen olaylar, Rum-Yunan lobisinin bu yöndeki çabalarının doruğuna ulaştığı bir örnek oluşturmaktadır. Söz konusu dönemde Rum-Yunan lobisi, Kongre üzerinde uyguladığı yoğun baskı ile Türkiye'ye silah ambargosu uygulanmasını ve bu yolla hem Türkiye'nin cezalandırılmasını, hem de askeri gücünün zayıflatılmasını sağlamaya çalıştı. Kongre ile Amerikan yönetimini karşı karşıya getiren bu süreçte yönetim, Rum-Yunan lobisinin baskılarına karşı kararlı bir direniş sergiledi. Kongre'nin aldığı ambargo kararı önce yumuşatıldı; bir süre sonra da kaldırıldı. Kuşkusuz, A.B.D. yönetimini Rum-Yunan lobisine ve onun etkisi altındaki Kongre'ye karşı böylesine kararlı bir direniş göstermeye zorlayan temel etken, dönemin Türk hükümetlerinin ortaya koydukları kararlı duruştu.

Sonuç olarak, 1974 Kıbrıs olaylarında ve sonrasında yaşananlara bakarak, A.B.D. yönetimi nezdindeki "Türk" imajının, kamuoyundaki kimi duygusal değer yargılarını değil, Amerikan devletinin stratejik çıkarlarını ön plana alan nesnel bir nitelik taşıdığı değerlendirilmesini yapmamız yanlış olmaz.

Kaynakça

Resmi Yayınlar

İletişim 2005/20

Authorization of Appropriations for the Board for International Broadcasting and Partial Lifting of the Turkish Arms Embargo, Hearings Before the Committee on International Relations, Ninety-Fourth Congress, First Session, September 17, 1975, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975.

Congressional Digest, No 54 (April 1975).

Congressional-Executive Relations and the Turkish Arms Embargo, Foreign Affairs Committee Print, Congress and Foreign Policy Series, No 3, June 1981, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1981.

Humanitarian Problems on Cyprus, Part II, Hearings Before the Subcommittee to Investigate Problems Connected with Refugees and Escapees, Ninety-Third Congress, Second Session, December 17, 1974, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975.

Senate Committee on Judiciary, Crisis on Cyprus: 1974. A Study Mission Report Prepared for the Use of the Subcommittee to Investigate Problems Connected with Refugees and Escapees of the Committee on Judiciary, Ninety-Third Congress, Second Session, October 14, 1974, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1974.

Suspension of Prohibitions Against Military Assistance to Turkey, Hearings Before the Committee on International Relations, Ninety-Fourth Congress, First Session, July 10, 1975, U.S. Government Printing Office, Washington D.C., 1975.

Kitaplar

Crabb, Cecil V., Jr., *Bipartisan Foreign Policy: Myth or Reality?* Evanston, Row and Peterson, New York, 1957.

Dye, Thomas R., L. Harmon Zeigler, *The Irony of Democracy: An Uncommon Introduction to American Politics*, 3rd Ed., Duxbury Press, North Scituate, Massachusetts, 1975.

Dye, Thomas R., *Understanding Public Policy*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1975.

Greenwald, Carol S., *Group Power: Lobbying and Public Policy*, Praeger, New York, 1977.

Key, V.O., Jr., *Politics, Parties and Pressure Groups*, 5th Ed. Thomas Y. Crowell, New York, 1955.

Key, V.O., Jr., *Southern Politics in States and Nation*, Alfred A. Knopf, New York, 1949.

Viotti, Paul R., *American Foreign Policy and National Security, A Documentary Record*, Prentice Hall, Pearson, 2004.

Watanabe, Paul Y., *Ethnic Groups, Congress and American Foreign Policy: The Politics of the Turkish Arms Embargo*, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1984.

Makaleler/İnternet siteleri

Ecevit, Bülent, (his statement), *Washington Post*, August 17, 1974.

Gelb, Leslie, "The Kissinger Legacy," *New York Times Magazine*, October 31, 1976.

<http://clerkhouse.gov/pd/house1Dhtml>.

<http://www.oca.org>.

<http://www.ahepa.org/ahepa>.

<http://www.aheworld.com/lobby.html>.

<http://www.americanhellenic.org>.

Özet

Sıradan Amerikalının -ve sıradan Avrupalı'nın- kafasındaki Türk imajı genellikle olumsuzdur. Bu sağlıklı bakış açısı, Türklerin yüzyıllarca Hıristiyan dünyasına karşı İslam'ın

bayraktarlığını yapmış olmalarından kaynaklanır. Ayrıca, Rum ve Ermeni lobilerinin A.B.D.'deki Türk karşıtı propagandaları da söz konusu olumsuzluğu körükleyen bir etkidir. Fakat Amerikan devlet sistemi içinde bu tür duygusal yönlendirmeleri etkisiz kılan bazı emniyet sübapları vardır. Aşağıdaki makalede, Türk ordusunun 1974 yılında Kıbrıs'ta gerçekleştirdiği Barış Harekati ve onu izleyen gelişmeler bağlamında Amerikan devlet sistemi üzerindeki Rum lobisinin baskısı ve sistemin bu baskıya direnişi ele alınmış ve son çözümlemede, A.B.D.'nin Türkiye'ye yönelik dış politikasının şekillenmesinde etnik lobilerin baskılarının değil, bu ülkenin global stratejik çıkarlarının belirleyici olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Türk imajı, Dış Politika, Lobi.

Abstract

Ordinary American -like ordinary European- does not generally have a positive picture of the "Turk" in his mind. This mentality of ill-feeling originates from the historical fact that the Turks, as the leading warriors of Islam, fought against Christianity for centuries. Besides, anti-Turk activities of some ethnic lobbies -namely the Greek and the Armenian lobbies- in the U.S. incite the negation. However there are some safety valves in the state-system of the U.S., especially in the executive, that eliminate such effects and prevent being driven by sentiment. In the following article, 1974 Peace Operation of the Turkish Army in Cyprus and the developments lived afterwards are taken as an example, and the working-out of American state-system under the pressure of Greek lobby is examined. It has been seen that in the final analysis the global strategic interests of the U.S. -not the pressure of the ethnic lobbies- are determinative in the policies pursued by that country towards Turkey.

Key Words : Image of Turk, Foreign Policy, Lobby.

Kurgusal Ürün Yerleştirme

Emet GÜREL - Jale ALEM *

1. Giriş

Günümüzün rekabet yoğun ortamı, tüketicilerin reklam mesajlarına maruz kalma oranlarının her geçen gün artmasına ve tüm yaşam alanlarının markalar tarafından istila edilmesine neden olmaktadır. Reklamverenlerin yaratıcılıklarının sınırlarını zorlayarak tüketicilere ulaşmanın yeni yollarını bulmaya çalıştıkları bu dönemde, ürün yerleştirme etkili ve güçlü bir pazarlama iletişimi tekniği olarak dikkat çekmektedir. Bununla birlikte sahip olduğu dinamik nitelik, yeni ve güncel bir uygulama olmasına rağmen evrimmesi ve farklı boyutlara uyarlanması sonucunu doğurmaktadır. Bu noktada ürün yerleştirmenin gelişimine ilişkin bir kilometre taşı olarak değerlendirilebilen kurgusal ürün yerleştirme (fictional product placement) uygulamalarının, pazarlama iletişimi literatüründe önemli bir yer edinmeye aday olduğunu ileri sürmek mümkündür.

2. Ürün Yerleştirme

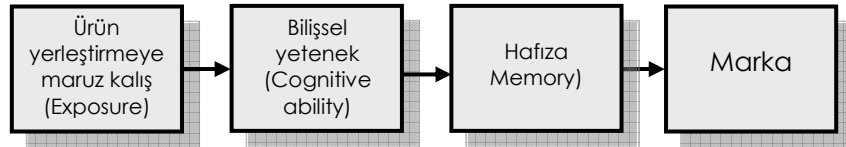
Markalı ürünlerin sinema filmleri başta olmak üzere televizyon dizi ve programları, müzik klipleri, video ve bilgisayar oyunları, kitaplar gibi iletişim ortamlarıyla bütünleştirilmesi olarak tanımlanabilen *ürün yerleştirme -product placement-*; temelde reklam amaçlı bir pazarlama iletişimi faaliyetidir. Diğer bir ifadeyle ise, "ürün yerleştirme iletişim ortamlarına

* Emet GÜREL, Yard. Doç. Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü - emet.gurel@ege.edu.tr
Jale ALEM, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Reklamcılık Programı Yüksek Lisans Öğrencisi - jalealem@superonline.com

işitsel ve/veya görsel şekilde markalı ürünlerin ve marka belirleyicilerinin belirli bir bedel karşılığında dahil edilmesi sürecidir” (Karrh; 1998; 33).

Kitle iletişim araçlarının yaşanan teknolojik değişimlere paralel olarak çeşitlenmesi, iletişim ortamlarının kalite düzeylerinin yayın ve içerik bazında yükselmesi geçmişten bu yana örneklerine rastlanan ürün yerleştirme uygulamalarının daha profesyonel bir düzlemde yürütülmesini ve farklılaşmasını sağlamıştır. Ürün yerleştirme uygulamalarının gelişim süreci incelendiğinde; önceleri üretici firmaların talebi olmaksızın, ürün ya da markanın yapımcılar tarafından rastgele seçilmesiyle gerçekleştirilen ürün yerleştirmelerin zamanla bilinçli ve amaçlı çabalar haline dönüştüğü görülebilmektedir. Artan rekabet koşulları uyarınca pazarlama iletişimi faaliyetlerinin görece önemlerinin artması, reklamveren firmaların ürün yerleştirme uygulamalarına yönelmeleri sonucunu doğurmuştur. Bu bağlamda günümüzde ürün yerleştirmenin, reklamveren firmalara ve dahil edildiği iletişim ortamına büyük getiriler sunan etkili bir pazarlama iletişimi tekniği olarak kabul gördüğünü ileri sürmek mümkündür.

Ürün yerleştirme sürecinin tüketici düzeyindeki işleyişi, çizim. 1.'de de görüldüğü gibi tüketicilerin çeşitli iletişim ortamlarında ürün yerleştirme uygulamalarına maruz kalmaları ile başlamaktadır. Tüketiciler sahip oldukları bilişsel yetenek çerçevesinde, karşılaştıkları ürün ya da markaları algılamakta ve kendilerine dolaylı yollardan sunulan ürün ya da markaya ilişkin mesajları anlamlandırmaktadır. Bu bağlamda tüketiciler geçmişte edindikleri bilgi ve deneyim doğrultusunda markayı ve vaatlerini analiz ederek, iletişim ortamının referansı ile hafızalarında belirli bir yere konumlandırmaktadırlar. Markanın tercih edilmesi, benzerlerinden sıyrılması, rekabet üstünlüğü elde etmesi ve satın alınmanın gerçekleşmesi ise ürün ya da markanın tüketici hafızasında ürün yerleştirme uygulaması aracılığıyla edindiği konum ile doğru orantılıdır.

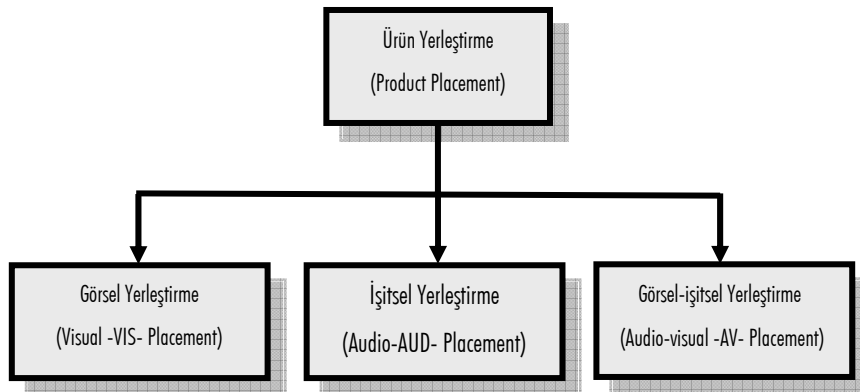


Çizim. 1. Ürün Yerleştirme Sürecinin Tüketici Düzeyindeki İşleyişi

Kaynak: Susan Auty - Charlie Lewis; "Exploring Children's Choice: The Reminder Effect of Product Placement"; **Psychology & Marketing**; Volume: 21; Number: 9; September 2004; s. 712'ten uyarlanmıştır.

Ürün yerleştirme uygulamalarının tüketici kitleyi etkileme oranlarının yüksekliği ve reklamveren firmalara sunduğu getiriler, geleneksel yöntemlere kıyasla tercih edilmelerini ve çeşitli araştırmalara konu olmalarını sağlamaktadır. Bu doğrultuda gerçekleştirdikleri araştırmalarla literatüre önemli katkılarda bulunan DeLorme ve Reid, elde ettikleri bulgulardan hareket ederek ürün yerleştirme uygulamalarının bu denli etkili olmasının temel nedeninin, özellikle X kuşağı için önem arz eden *gerçeklik -realism-* ve *aşinalık -familiarity-* gibi değerlere katkıda bulunmaları olduğunu ileri sürmektedir (1999: 71-93).

Çocuklar ve yetişkinler olmak üzere mevcut ve potansiyel tüm tüketicilerin dikkat ve ilgi alanına giren ürün yerleştirme uygulamaları, söz konusu değerlere yönelik katkılarının yanı sıra sahip oldukları stratejik bilgi kapasitesi ile de dikkat çekmektedir. Bu bağlamda ürün yerleştirme uygulamaları başarıyla ve profesyonelce gerçekleştirildikleri takdirde markanın; iletişim içeriğinde yer alan karakterlerin nitelikleri ve gücüyle özdeşleşmesini sağlamakta, tüketicinin markaya yönelme konusundaki karşı çıkışlarını azaltmakta ve zihinsel bazda gerçekleşmesi olası bir içsel zapping -*internal zapping-* durumunu ortadan kaldırmaktadır (Auty ve Lewis 2004: 701).

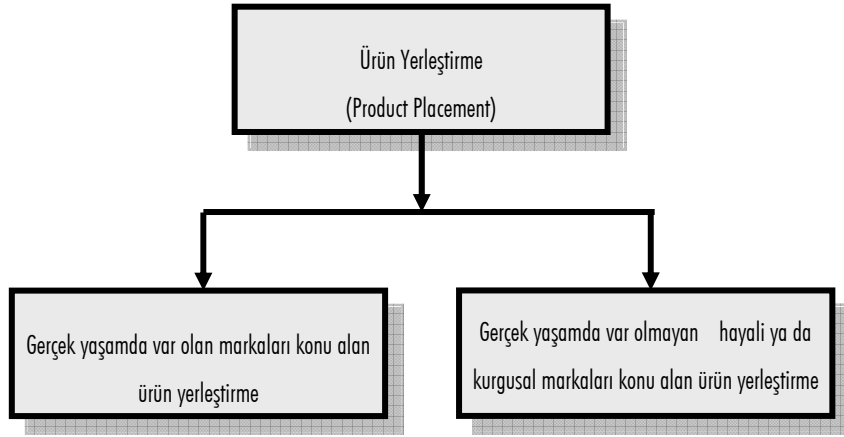


Çizim. 2. Uygulama Bazında Ürün Yerleştirme Türleri

Çizim. 2.'de de görülebildiği gibi uygulama bazında ele alındığında ürün yerleştirmelerin; *görsel (visual - VIS)*, *işitsel (audio - AUD)* ve *görsel-işitsel (audio/visual - AV)* olmak üzere üç şekilde hayata geçirildiği görülmektedir. *Görsel yerleştirmeler*; dikkati doğrudan ürün ya da markaya yöneltecek herhangi bir sözlü mesaj olmaksızın, ürünün kendisini ya da marka kimliğine ilişkin görsel belirleyicileri *-brand identifiers-* içermektedir. Dolayısıyla bu tür yerleştirmelerin, markaya ilişkin mesajları görsel yöntemlerle tüketicilere ilettiklerini ve marka imajını tüketici zihnine görsel boyutta kazıdıklarını ifade etmek mümkündür. Ürün yerleştirmelerin ikinci türünü oluşturan *işitsel yerleştirmeler* ise; ürün ya da markanın ekranda gözükmesizin, sözlü olarak tüketiciye sunulması ve iletişim içeriğinde yer alan karakterlerin markaya ilişkin mesajları tüketicilere sözel bir şekilde iletmesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda görsel yerleştirmelerin aksine bu tür yerleştirmelerde; ürün ya da marka herhangi bir görsel katkı olmaksızın, yalnızca sözlü ifadelerin yardımıyla tüketicilerin zihnine konulanmaktadır. Son yerleştirme türünü tanımlayan *görsel-işitsel yerleştirme* ise, ilk iki yerleştirme türünün bir kombinasyonu olarak nitelenebilmektedir. Dolayısıyla bu tarz ürün yerleştirmeler; hem ürün ya da markanın gösterilmesi, hem de telaffuz edilmesi şeklinde hayata geçmektedir (Gupta ve Lord 1998: 48-49). Her iki tür ürün yerleştirmenin avantajlarına sahip olması nedeniyle görsel-işitsel yerleştirmelerin, son derece etkili olduklarını ve marka mesajının diğer iki türe kıyasla daha kolay ve daha başarılı şekilde tüketiciye ulaşmasını sağladıklarını ifade etmek mümkündür. Bu nedenle de görsel-işitsel yerleştirmeler, reklamverenler tarafından sıklıkla kullanılmakta ve diğer iki tür ürün yerleştirmeye kıyasla daha çok tercih edilmektedir.

3. Kurgusal Markalar Ve Kurgusal Ürün Yerleştirme

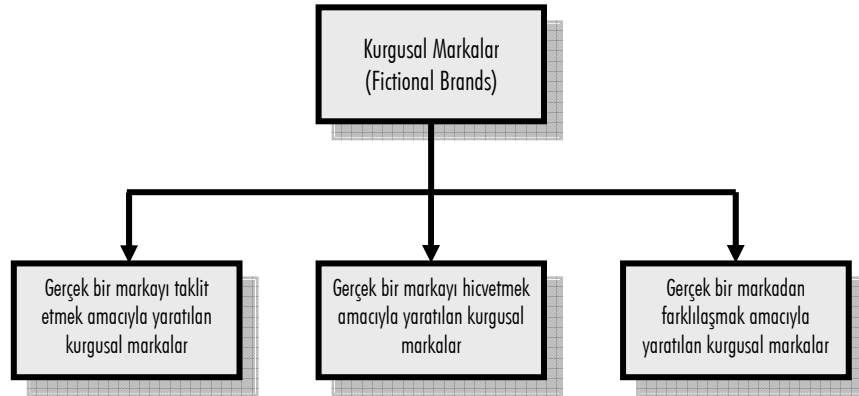
Temelde reklam amaçlı bir uygulama olan *ürün yerleştirme -product placement-*, reklamveren firmanın ürün ya da hizmetlerini belirli bir bedel karşılığında iletişim ortamlarında görünür kıldığı bir ortaklığı ifade etmektedir. Dinamik yönü dikkat çeken bir pazarlama iletişimi tekniği olarak ürün yerleştirme, yaşanan değişimlere paralel olarak evrimmekte ve yeni uygulama alanlarıyla gelişimini sürdürmektedir. Bu noktada hayali ya da diğer bir ifadeyle kurgusal markalar temelinde gerçekleşen *kurgusal ürün yerleştirme*, ürün yerleştirme uygulamalarında yeni bir aşamayı ifade etmektedir.



Çizim. 3. Ürün ya da Markanın Realite Düzeyine Göre Ürün Yerleştirme Türleri

Çizim. 3.'de de görüldüğü gibi ürün yerleştirme uygulamaları, *gerçek yaşamda var olan markaları konu alan ürün yerleştirme* ile *gerçek yaşamda var olmayan hayali ya da kurgusal markaları konu alan ürün yerleştirme* olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda ürün yerleştirme uygulamalarında farklı bir boyut olarak nitelenebilen *kurgusal ürün yerleştirme -fictional product placement-*, gerçek yaşamda var olmayan ürün ve markaların iletişim ortamlarına yerleştirilmesi anlamına gelmektedir. Ürün yerleştirmenin hayali boyutunu tanımlayan kurgusal ürün yerleştirme, günümüzde *taklit -fake- markaların* yaratıldığı ve kullanıldığı milyon dolarlık bir endüstri halini almıştır (<http://www.gamespot.com>, 11.8.2004).

Kurgusal ürün yerleştirme, hayali ya da diğer bir ifadeyle *kurgusal markalar -fictional brands*-temelinde gerçekleşen bir uygulama olarak temelde soyut bir niteliğe sahiptir. Bilindiği gibi marka; ürün ya da hizmetlere kimlik kazandıran ve rakiplerinden farklılaşmasını sağlayan terim, sembol, şekil, isim ya da tüm bu unsurların kombinasyonu olarak tanımlanmaktadır. "Tüketiciye ürün ya da hizmeti satın alması durumunda benzersiz bir yarar vaad eden markayı, marka yapan üç temel nitelikten söz edilebilmektedir. Bu nitelikler yaratılan izlenimlerin *işselleştirilmiş* bir özeti, tüketici zihninde *ayrıcılık* bir konum, algılanmış *duygusal* ve *işlevsel* getiriler şeklinde açıklanabilmektedir (Knapp 2000: 7). Gerçekten var olmamaları, diğer bir deyişle hayali olmaları nedeniyle gerçek markalardan farklılaşan kurgusal markalar, marka yönetimine ilişkin tüm değerleri içermekte ve gerçek yaşamda var olan markaların profesyonel düzlemde tabi oldukları tüm aşamalara uygun bir şekilde yaratılmaktadırlar. Bu gerçeklerin ışığında kurgusal markaların; çizim. 4.'de de görülebildiği gibi gerçek bir markayı taklit etmek, gerçek bir markayı hicvetmek ya da gerçek markalardan farklılaşmak olarak sıralanabilen üç amaca yönelik olarak kullanıldıklarını ileri sürmek mümkündür.



Çizim. 4. Kurgusal Marka Türleri

Gerçek bir markayı taklit etmek amacıyla yaratılan kurgusal markalar, olay örgüsüne ya da konuya daha fazla gerçeklik duygusu kazandırmak için kullanılmaktadır. Bu tür kurgusal markalar, olay örgüsünü oluşturma aşamasında yazara yardımcı olabilecek tanımlayıcı

detayları içeren ve izleyicinin zihninde belirli bir imaja sahip olan gerçek markalardan yararlanılması sonucunda yaratılmaktadır.

Gerçek bir markayı hicvetmek amacıyla yaratılan kurgusal markalar, bireysel ya da toplumsal bazda eleştirel nitelikleri öne çıkan gerçek bir markanın abartma ya da yalınlaştırma yoluyla yerilmesi amacıyla yaratılmaktadır. Bu bağlamda genellikle “türünün ilk örneği olan ve ürün türünü yaratan markalar olarak tanımlanabilen” (Gülsoy 1999: 220-221) jenerik markalar yeğlenmekte ve söz konusu markalar yergi ya da alay yoluyla hicvedilmektedir. Matt Groening tarafından yaratılan ve son derece geniş bir izleyici kitlesine sahip olan çizgi dizi *Simpsonlar -The Simpsons-*’ da yer alan kurgusal bir marka olan *Malibu Stacy* bebekleri, Barbie bebeklere ilişkin bir hiciv olarak değerlendirilebilmektedir.

Gerçek bir markadan farklılaşmak amacıyla yaratılan kurgusal markalar ise; tüketici zihninin gerçek hayata ve gerçek markaya yapacağı olası bir atfı önleyerek, olası hukuki bir sorunu daha doğmadan engellemek amacını taşımaktadır. Bu nedenle gerçek bir markadan farklılaşmak amacıyla yaratılan kurgusal markalar; herhangi bir çağırışma neden olmaması, gerçek markalarla karıştırılmaması ve benzer markalardan ayrılması için farklı özelliklerle donatılmaktadır.

Gerçek hayatta var olmayan bir markanın yaratılması; yaratılan hayali markanın yazılı, görsel ve sözlü unsurlarla desteklenmesi; söz konusu markaya ilişkin pazarlama iletişimi uygulamalarının detaylandırılması ve tüm bu çabaların kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının gerçekleştirileceği iletişim ortamına uyumlandırılması oldukça zorlu çalışmalar gerektirmektedir. Marka yaratmanın ve marka yönetmenin ne denli zor bir süreç olduğu düşünüldüğünde, kurgusal marka yaratmanın yüksek düzeyde yaratıcılığın yanı sıra pazarlama iletişimi bilgisi de gerektirdiğini ifade etmek olanaklıdır.

Kurgusal marka yaratım aşamasında dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, kurgusal markanın gerçekten gerekli olup olmadığının ve sunabileceği olası avantajların sorgulanması aşamasıdır. Bu aşamada ürün yerleştirme uygulamasında kullanılacak gerçek marka ve yaratılabilecek kurgusal marka, bilanço hesabıyla karşılaştırılmalı ve vaad ettikleri getiriler bazında değerlendirilmelidir. Bununla birlikte bazı istisnai durumlarda,

gerçek markanın sahip olduğu çağrışımlar ve imaj öyle yoğunudur ki, alternatif bir markanın tercih edilmesi ya da hayali bir markanın yaratılması gibi tüm çabaları gereksiz kılmaktadır. Amerika ile Sovyetler Birliği arasındaki kutuplaşmayı ve soğuk savaş döneminin konu alan *Dr. Strangelove, Ya da: Endişelenmeyi Bırakıp Bombayı Sevmeyi Nasıl Öğrendim - Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb* filmi, konuya ilişkin ilginç bir örneği içermektedir. Yönetmenliğini Stanley Kubrick'in yaptığı, Peter Sellers'in ise üç ayrı rolde oynadığı 1964 yapımı filmde Coca Cola otomatının görüldüğü sahnede, Coca Cola haricinde kullanılacak hiçbir gerçek markanın ve yaratılabilecek hiçbir kurgusal markanın bu denli etkili olamayacağını ileri sürmek mümkündür.

4. Kurgusal Ürün Yerleşirmenin Getirileri

Pazarlama iletişimi literatüründe yeni ve güncel bir uygulama olarak kendine önemli bir yer edinen ürün yerleşirmenin bir alt dalı olarak nitelenebilen kurgusal ürün yerleşirme; ilginç ve farklı bir uygulama olarak dikkat çekmektedir. Kurgusal markaların yaratılması ve kurgusal ürün yerleşirme sürecinin profesyonel bir şekilde yürütülmesi, iletişim ortamının pek çok kazanımlar elde etmesini sağlayacaktır. Bu noktada kurgusal ürün yerleşirmenin getirilerini şu şekilde özetlemek mümkündür:

- Ürün yerleşirme uygulamalarında gerçek markaların, ortamı daha doğal kılmak ve ortama belirli bir atmosfer katmak amacıyla kullanıldığı bilinmektedir. Ancak amaç ne olursa olsun tüm kullanımlar, reklamveren firmaların yapımcılara belirli bir bedel ödemesini gerektirmektedir. İzleyicilerin bu durumun farkında olmaları ise, ürün yerleşirme uygulamalarının ticari niteliğini daha fazla önemseyerek eserin sanatsal ve entelektüel değerini azımsamalarına neden olmaktadır. Bu durum ise ürün yerleşirme uygulamalarında, gerçek marka kullanımından kaçınılması sonucunu doğurmakta ve yapımcıları kurgusal marka kullanımına yönelmektedir.
- Genellikle izleyiciler üzerinde olumlu bir etki uyandıran kurgusal ürün yerleşirmenin en önemli getirisi, iletişim ortamına ilişkin realite duygusunu kuvvetlendirmesidir. Bu anlamıyla ürün ya da hizmetin bir markasının olması, gösterime gerçeklik duygusu katmakta ve

kurgusal bir varoluştan içinde yaşadığımız reel dünyaya taşımaktadır. Dolayısıyla film ya da dizi karakterlerinin; üzerinde 'soda' veya 'kola' yazan bir şişeden içeceklerini yudumlamalarındansa, üzerinde marka ismi bulunan bir ürünü tüketmeleri, izlenilenin hayal ürünü olduğu düşüncesini yok etmekte ve belirli bir realiteye kavuşturmaktadır. Bu gerçekten hareket eden birçok sinema filmi, edebi eser, elektronik oyun, televizyon dizi ve şovu kurgusal ya da diğer bir deyişle hayali markalar yaratmakta ve kullanmaktadır.

- İletişim ortamına kattıkları gerçeklik duygusunun yanı sıra kurgusal markalar, olay örgüsünün oluşturulması sürecinde betimleyici detayların yaratılması ve geliştirilmesi konularında da yardımcı olabilmektedir. Bu noktada kurgusal marka karakterle ilişkilendirilebilmekte *-örneğin karakter gerçekte var olmayan, ancak iletişim içeriği dahilinde var olan hayali bir kitabın yazarı olabilir-*; olay örgüsüne bağlanabilmekte *-örneğin dedektif, şüpheli tarafından içilmiş bir sigara markasından yola çıkarak ipuçları elde edebilir-* ya da kurgusal markaya göndermeler yapılarak *-örneğin kurgusal markaya ilişkin billboardlar arka fonda görülebilir-* iletişim ortamında sunulan hayali dünyaya ilişkin bütünsel bir bakış oluşturulabilmektedir (<http://www.wordiq.com>, 11.8.2004). Bu bağlamda kurgusal markalar yapımcılara, ayrıntılar geliştirebilme ve detayları dilediklerince şekillendirebilme konularında sonsuz bir yaratıcılık sunmaktadır.

- Ürün yerleştirmenin temelde reklamveren firma ya da ürün sponsoru ile yapımcı şirket arasında belirli kural ve koşullara dayanan bir iş anlaşması olduğu gerçeğinden hareketle; reklamveren firma ürün ya da markanın sunumuna ilişkin belirli sınırlar ortaya koyabilmektedir. Ürün ya da markanın yanlış anlaşılmalara neden olacak ve tüketiciyi olumsuz etkileyebilecek şekilde gösterilmemesi talebinde bulunabilen reklamveren firma, bu isteğini yasal yaptırımlarla koruma altına alabilmektedir. Örneğin "üretici firmanın aldığı karar doğrultusunda Mercedes otomobilleri kötü ışık altında, bagajında parçalanmış insan cesetleriyle ve emniyet kemeri gibi güvenlik parçaları kullanılmıyorken gösterilememektedir" (Brennan 2001: 24). Bu doğrultuda kurgusal markalar yapımcılara, reklamveren ya da üretici firmanın koyduğu kısıtlar olmaksızın özgürce hareket edebilme olanağı vermektedir.

- Gerçek ticari markaların çeşitli amaçlarla izinsiz kullanımı, yasal yaptırımların devreye girmesine neden olabilmektedir. Özellikle olumsuz bir çağrışıma ve pazar payının düşmesine neden olabilecek bir gösterimin söz konusu olması, yasal süreci tetiklemektedir. Bu bakış açısı uyarınca gerçek markaların kullanımı, sahip olduğu marka üzerinde belirli hak ve imtiyazlara sahip olan üretici firmanın yazılı iznini gerektirmektedir. Aşılması gereken bu zorluklar, kurgusal markaların yaratılmasını gerektirebilmektedir.
- Kurgusal bir markanın sağladığı bir diğer avantaj ise; sahip olduğu tüm ayrıntıların icat edilebilir, yaratılabilir ya da oluşturulabilir olmasıdır. Bu bağlamda *kurgusal marka yöneticisi* konumunda olan yazar ya da yaratıcı ekip, tüm ayrıntıları dilediğince belirleyebileceği kurgusal bir ürün ya da marka icat etme şansına sahiptir. Böylece varolan bir markaya dair ayrıntıların incelenmesine ve olay öyküsüyle örtüştürülmesine gerek kalmayarak zaman, enerji, para gibi konularda önemli tasarruflar yapılabilmektedir. Örneğin gerçek bir otomobil markasının olay örgüsüne monte edilmesi, ürün ya da markaya ilişkin detaylı araştırmaların gerçekleştirilmesi için yeterli zaman ve kaynağın olmaması gibi durumlar, yazar ya da yaratıcı ekibin bir otomobil markası ya da modeli icat etmesi sonucunu doğurabilmektedir.
- Kurgusal markanın tercih edilmesinin bir diğer nedeni ise, bazı durumlarda ürün ya da markanın olay örgüsü kapsamında önemli bir rol üstlenebilmesidir (<http://www.wordiq.com>, 11.08.2004). Gerçek bir markanın sahip olduğu ve tüketici nezdinde de bilinen karakteristik, kimlik ve ruh gibi özellikleri nedeniyle hayali bir dünyaya uyum sağlayamadığı noktada, kurgusal bir marka tüm bu dezavantajları ortadan kaldırılabilmektedir. Bugs Bunny ve Tweety gibi çizgi filmleri bünyesinde barındıran Looney Tunes serisinde yer alan *Road Runner* çizgi dizisinde kullanılan *Acme* markası bu kapsamda örnek verilebilmektedir. Geniş bir izleyici kitlesine sahip olan dizinin temel karakterlerinden biri olan Wile E. Coyote'nin amansız düşmanı *Road Runner*'ı yakalamak için postayla sipariş vererek satın aldığı ürünler, gerçek yaşamda herhangi bir alternatifinin olmaması nedeniyle yaratılan ve hayali bir niteliğe sahip olan *Acme* markasını taşımaktadır. Bu bağlamda *her şeyi üreten şirket -A Company Making Everything-* şeklinde bir açılıma sahip olan ve etimolojik köken itibarıyla zirve, doruk, en yüksek nokta anlamına gelen İngilizce *acme* sözcüğüne yönelik bir ironi

olarak nitelenebilen (<http://www.wordiq.com>, 20.12.2004) Acme ürünleri arasında deprem pilleri, roket kızakları, portatif delikler, kaplan kapanları, jet pervaneli kaykaylar, süper bacak vitaminleri gibi gerçek yaşamda hiçbir işlevi ve talebi olmayan ürünler bulunmaktadır (<http://home.nc.rr.com>, 20.12.2004).

- Olay örgüsünün gerçek marka kullanımına uygun olmadığı durumlarda, kurgusal markalar son derece önemli getiriler sunmaktadır. Örneğin konu uzak bir gelecekte ya da tamamen kurgusal bir evrende geçiyorsa, diğer bir ifadeyle gerçek markanın var olmasının zaman ve mekân bazında olanaksız olduğu bir durum söz konusuysa kurgusal bir markanın yaratılması daha uygun bir seçim olarak gündeme gelmektedir. Bu bağlamda yapıcılığını Matt Groening'in üstlendiği çizgi dizi *Futurama*, kurgusal markaların gelecek odaklı yaratımına yönelik birçok örneği içermektedir. İngilizce *gelecek* anlamına gelen *future* kavramına *alaycı - cynical*- bir bakış açısı getiren dizi, 3000'li yılların dünyasını anlatmaktadır. Geleceğe ilişkin olumlu bir ütopya olarak nitelenebilen *Jetgiller -The Jetsons*- gibi benzer içerikli çizgi dizilerin aksine, daha ortalama bir ideali temel alan *Futurama*; New York City'de yaşayan insanların halen yirminci yüzyıla özgü temel sorunlarla boğuşmalarını konu etmektedir. İnsanların, robotların ve uzaylıların bir arada yaşadığı bir dünyayı tasvir eden dizide, teknolojik gelişmeler nedeniyle çeşitlenen ve kişisel kullanıma göre farklılaşan pek çok hayali ürün yer almaktadır (<http://www.gotfuturama.com>, 20.12.2004). Bu doğrultuda yanlarına yaklaşmadan objelere ilişkin kötü kokuları atabilen *Smell-o-Scope*, 'eğer ki' ile başlayan soru cümlelerin cevaplarını öngörmeye yarayan *What if Machine*, bozuk parayla çalışan intihar kulübeleri -*coin-operated suicide booths*- olarak tanımlanabilen *Stop 'n' Drop*, ışıkları uzak mesafeden yakabilmek için parmaklara takılan bir çubuk olan *Finglonger* ve her içene göre tadı değişik algılanan *Soylent Cola* gibi markalar günümüz dünyasında son derece ütopik bir niteliğe sahip olmalarına rağmen dizide kullanılan kurgusal markalara örnek teşkil etmektedir.

5. Kurgusal Ürün Yerleştirmeye İlişkin Örnekler

Ürün yerleştirmenin henüz yeterince araştırılmamış ve derinlemesine incelenmemiş bir alanı olan kurgusal ürün yerleştirme hikaye ve romanlardan sinema filmlerine, televizyon şov ve dizilerinden çizgi roman ve çizgi filmlere dek tüm yaratıcı eserlerde karşımıza çıkmaktadır. Bu gerçekten hareket ederek çalışmanın bu bölümünde, kurgusal ürün yerleştirme kavramının gelişimine ilişkin kilometre taşları olarak nitelenebilecek örnekler yer verilmiştir. Hikaye ve romanlar, kurgusal markaların yaşam alanı bulunduğu ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarına yoğun olarak rastlanabilen önemli iletişim ortamları arasında yer almaktadır. Hikaye ve romanların gerçeğin sınırlarını zorlamaya ve yüksek düzeyde yaratıcılığa açık doğaları, hayali ürün ve markalarla yürütülen pazarlama iletişimi faaliyetleri olarak nitelenebilen kurgusal ürün yerleştirmeler için elverişli bir platform sunmaktadır. Dorothy Sayers'ın *Montague Egg* (Sayers 2002) ve *Murder Must Advertise* (Sayers 1959) hikayeleri, Harold Robbins'ın aynı isimle beyazperdeye aktarılan ünlü romanı *The Betsy* (Robbins 1971), Vladimir Nabokov'un imkânsız aşkı anlattığı ünlü romanı *Lolita* (Nabokov 2003), Terry Pratchett'in *Discworld* roman serisi (Pratchett 2003), Harry Harrison'un *Soylent Green* ismiyle beyazperdeye aktarılan bilim kurgu romanı *Yer Açın! Yer Açın -Make Room! Make Room!-* (Harrison 1996) kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının hikaye ve romanlarda kullanımına yönelik ilkler arasında yer almaktadır.

Alkollü İçecekler	Plummett & Rose Wines & Spirits (Montague Egg - Dorothy L. Sayers) Old Vinyards (Yüzüklerin Efendisi - J. R. R. Tolkien) Victory Gin (Bindokuzyüzseksendört - George Orwell) Bearhugger's Whisky (Discworld - Terry Pratchett) C.M.O.T. Dibbler's Genuine Authentic Soggy Mountain Dew (Discworld - Terry Pratchett) Turbot's Really Odd Real Ale (Discworld - Terry Pratchett) Winkle's Old Peculiar Real Ale (Discworld - Terry Pratchett)
--------------------------	--

<p>İçecekler</p>	<p>Brotherhood's Sparkling Pomayde (Murder Must Advertise ve Montague Egg hikayeleri - Dorothy L. Sayers) Twentyman Teas (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Mrs. Arbiter's Ginger Beer (Discworld - Terry Pratchett) Bucket's Bovine-, Ovine- and Caprine-Based Drinks (Discworld - Terry Pratchett) Curly Mountain Straight - Klatchian coffee (Discworld - Terry Pratchett) Lord Green çay (Discworld - Terry Pratchett) Red Desert Special (Discworld - Terry Pratchett)</p>
<p>Gıda Ürünleri</p>	<p>Bunbury's Wholemeal Flour (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Bunbury's Breakfast Bran (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Peabody's Piper Parritch (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Tomboy Toffee (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Farley's Fashion Footwear (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Soylent Green (Soylent Green - Harry Harrison) Soylent Red and Soylent Yellow (Soylent Green - Harry Harrison) Bucket's Dairy Products (Discworld - Terry Pratchett) Clammer's Beefymite Spread (Discworld - Terry Pratchett) Ironcrust's Dwarf Bread (Discworld - Terry Pratchett) Merkle and Stingbat's Very Famous Brown Sauce (Discworld - Terry Pratchett) Bertie Bott's Every Flavour Beans (Harry Potter - R. K. Rowling) Captain Eightpanther's Travellers Digestives (Discworld - Terry Pratchett) Mrs. Muldoon's Expectorant Lozenges (Discworld - Terry Pratchett) Wienrich and Boettcher (Discworld - Terry Pratchett) Higgs and Meakins (Discworld - Terry Pratchett)</p>

Giyim Eşyaları	Boggi's (Discworld - Terry Pratchett)
Tütün Ürünleri	Gasperettes (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Puffin Cigarettes (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Whifflets (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Blackheart çiğneme tütünü (Discworld - Terry Pratchett) Jolly Sailor pipo tütünü (Discworld - Terry Pratchett) Necromancer Cigarettes (Discworld - Terry Pratchett) Pantweed's Thin Pantellas (Discworld - Terry Pratchett) Drome Cigarettes (Lolita - Vladimir Nabokov) Victory cigarettes (Bindokuzyüzseksendört - George Orwell) Longbottom Leaf and Old Toby's tütün yaprağı (Yüzüklerin Efendisi - J. R. R. Tolkien)
Kişisel Bakım Ürünleri	Dibbler's Homeopathic Shampoo (Discworld - Terry Pratchett) Mere and Stingbat's Herbal Wash (Discworld - Terry Pratchett) Rinse 'n' Run Scalp Tonic (Discworld - Terry Pratchett) Sonky's Preventatives (Discworld - Terry Pratchett)
Ulaşım Araçları	Melmoth (Lolita - Vladimir Nabokov) The Betsy (The Betsy - Harold Robbins)
Ev Ürünleri	Darling's Household Appliances (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Sanfect Dezenfektan (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers) Sopo (Murder Must Advertise - Dorothy L. Sayers)

Tablo. 1. Hikaye ve Romanlarda Yer Alan ve Ürün Kategorilerine Göre Sınıflandırılmış Kurgusal Markalar

Kaynak: "List of Fictional Brands";

http://www.wordiq.com/definition/List_of_fictional_brands; 11.8.2004'den derlenmiştir.

Bunların yanı sıra George Orwell'in kara ütopya olarak nitelenebilen kült romanı *Bindokuzyüzseksendört - Nineteen Eightyfour*- (Orwell 2001), J. R. R. Tolkien'in edebiyat tarihinin en detaylı ve en uzun masalı olarak nitelenebilen ünlü eseri *Yüzüklerin Efendisi - The Lord of the Rings*- (Tolkien 2001), J. K. Rowling'in tüm dünyada geniş bir okur kitlesine sahip olan ünlü romanı *Harry Potter* (Rowling 2004) kurgusal ürün yerleştirmelere rastlanan

önemli edebi eserler arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda hikaye ve romanlarda yer alan ve ürün kategorilerine göre sınıflandırılmış kurgusal markalar, tablo. 1.'de sunulmuştur.

Yönetmenliğini Richard Fleisher'in üstlendiği, başrollerini ise Charlton Heston ile Leigh Taylor-Young'un paylaştığı 1973 yapımı bilim kurgu filmi *Soylent Green* de yer alan *Soylent Green* marka yiyecekler kurgusal ürün yerleştiriminin beyazperdede kullanımına ilişkin ilk örnekler arasında bulunmaktadır. Tarihsel kronoloji açısından yönetmenliğini John Landis'in yaptığı, başrollerini ise Marilyn Joi ile Saul Kahan'ın üstlendiği 1977 yapımı bir komedi olan *The Kentucky Fried Movie* filminde yer alan *Willer Birası* ve yönetmenliğini Daniel Petrie'nin yaptığı, başrollerini ise Laurence Oliver ile Robert Duvall'ın üstlendiği 1978 yapımı *The Betsy* filminde kullanılan *The Betsy* marka ulaşım aracı kurgusal markaların sinema eserlerinde yavaş yavaş yer edinmeye başladıklarına yönelik bir kanıt olarak değerlendirilebilmektedir.

Yönetmenliğini Ivan Reitman'ın yaptığı, başrollerini ise Bill Murray ve Dan Aykroyd'un üstlendiği 1984 yapımı *Hayalet Avcıları -Ghostbusters-* filminde görülen *Starpuf Marshmallows*, bir Disney klasiği olan ve yönetmenliğini Stephen Herek'in yaptığı, Glen Close'un ise başrolde oynadığı 1996 yapımı *101 Dalmaçyalı -101 Dalmatians-* filminde kullanılan *Cannie Crunchies* mısır gevreği; Irwin Kershner'in yönetmenliğinde çekilen ve başrollerinde John Glover ve Mario Machado'nun olduğu *Robocop 2* (1990) filminde yer alan *Magnavolt* marka otomobil güvenlik sistemleri kurgusal markaların sinema eserlerinde kullanımına ilişkin diğer örneklerdir.

1995 tarihli bir Pixar yapımı olan ve yönetmenliğini üstlenen John Lasseter'e özel Oscar ödülü kazandıran *Oyuncak Hikayesi -Toy Story-* filminde; *Buzz Işıkyılı, Uzay Kovboyu -Buzz Lightyear, Space Ranger-* oyuncakları, bir ev ürünü olan *Binford Tools* ve *Pizza Planet* markaları kurgusal ürün yerleştirmeye ilişkin başarılı örnekler arasında gösterilebilmektedir. Bu bağlamda *Pizza Planet* markası; Arnold Swarzenegger, Sylvester Stallone ile Bruce Willis'in sahibi olduğu ve dünyanın dört bir yanında şubeleri bulunan restoranlar zinciri *Planet Hollywood* markasına yönelik bir gönderme olarak da dikkat çekmektedir. John Lasseter, Ash Brannon ve [Lee Unkrich](#)'in yönetmenliğinde çekilen ve müzikal/komedi dalında

Altın Küre ödülü kazanan 1999 yapımı *Oyuncak Hikayesi 2 - Toy Story 2*- filminde ise, *Cowboy Crunchies* mısır gevreği kurgusal markalara yönelik bir diğer örnektir.

Ürün yerleştirme uygulamalarının gelişiminde önemli bir yere sahip olan ve en iyi erkek oyuncu, en iyi yardımcı erkek oyuncu ve en iyi müzik dallarında üç Altın Küre ödülü kazanan *The Truman Show* kurgusal markaların da yoğun olarak kullanıldığı filmler arasında bulunmaktadır. Bu bağlamda Peter Weir'in yönetmenliğini yaptığı, Jim Carey ile Ed Harris'in başrollerinde oynadığı 1999 yapımı filmde *Mococoa* marka içecek ile *Kaiser Chicken* marka gıda ürünü kurgusal ürün yerleştirme kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Joel Coen'in yönetmenliğini üstlendiği, başrollerinde ise Holly Hunter, John Goodman ve George Clooney gibi isimlerin bulunduğu 2000 yapımı *O Brother Where Art Thou?* filminde kullanılan kişisel bakım ürünleri *Dapper Dan Pomade* ve *Fop Pomade*, Steve Carr'ın yönetmenliğini yaptığı, Eddie Murphy ile Jeff Garlin'in başrollerini paylaştığı 2003 yapımı bir komedi olan *Afacanlar Yuvada -Daddy Day Care-* filminde görülen *Veggi-O's* marka mısır gevreği kurgusal markalara ilişkin örnekler arasında önemli bir yere sahiptir.

Quentin Tarantino ile Roger Avarı'ye en iyi senaryo Oscar ödülünü getiren, sekiz dalda İngiliz Akademi Ödülü BAFTA kazanan ve Cannes Film Festivali'nde En İyi Film Altın Palmiye Ödülü alan; John Travolta, Bruce Willis, Uma Thurman gibi isimlerin başrollerinde oynadığı 1994 yapımı *Ucuz Roman -Pulp Fiction-* filminde ise kurgusal bir marka olan *Red Apple Cigarettes* yer almaktadır. *Red Apple Cigarettes*, Tarantino'nun son filmi olan *Bill'i Öldür -Kill Bill-* de de görülmektedir. Başrollerinde Uma Thurman ile Lucy Liu'nun oynadığı 2003 yapımı filmde kullanılan bir diğer kurgusal marka ise *Tenku Bird* dır.

Kurgusal markaların televizyon şovlarında kullanımı incelendiğinde, 1975 yılından bu yana yayınlanan *Saturday Night Live Show*'un önemli bir örnek teşkil ettiği görülebilmektedir. Televizyon tarihinin önemli yapımlarından biri olan ve Lorne Michaels tarafından yaratılan şovda yer alan kurgusal markalar arasında *A.M. Ale* birası; *Swill* maden suyu; *Colon Bolow*, *Super Colon Bolow* ve *Quarry* markalı mısır gevrekleri ile *Little Chocolate Donuts* bulunmaktadır.

Kurgusal markalara sıklıkla rastlanılan bir diğer iletişim ortamı olan televizyon dizilerine göz atıldığında ise; 1966 yılından bu yana yayınlanan ve televizyon dünyasının en uzun soluklu dizileri arasında kabul edilen *Uzay Yolu -Star Trek-* serisinde *The Jupiter 8* marka ulaşım aracı ve serinin 1993-1999 tarihleri arasında yayınlanan *Star Trek-Deep Space Nine* başlıklı versiyonunda *Slug-o-Cola*; David Jacobs tarafından yaratılan ve 1978-1991 yılları arasında yayınlanan kült dizi *Dallas'ta Valentine* marka iç çamaşırları; zamanda yolculuk yapan bir doktoru konu alan bilimkurgu dizi *Doctor Who'da Cloud Nine* marihuana sigarası ile *Bubbleshake* ve *Fizzade* marka içecekler; Larry David ile Jerry Seinfeld tarafından yaratılan ve 1990-1998 yılları arasında yayınlanan Amerikan yaşam tarzını konu alan *Seinfeld'ta Carl Farberman* mobilyaları, *Kefflon* mutfak ocakları, *Ori-dent* elektrikli diş fırçaları; David Crane ile Marta Kaufman tarafından yaratılan 1994-2004 yılları arasında yayınlanan *Sıkı Dostlar -Friends'-te Mockolate* çikolata; Drew Carey ile Bruce Helford yayınlanan ve 1995'ten bu yana yayınlanan komedi dizisi *The Drew Carey Show'da Buzz* marka bira dikkat çekici örnekler arasında yer almaktadır.

Chris Carter tarafından yaratılan *Gizli Dosyalar -The X Files-* ile *Millennium* isimli dizilerde de, kurgusal markalara rastlamak mümkündür. Bu bağlamda ABD'de 1993-2002 yılları arasında yayınlanan, David Duchovny ve Gillian Anderson'un başrolleri paylaştığı *Gizli Dosyalar* ile 1996-1999 yılları arasında yayınlanan, Lance Henriksen ve Brittany Tiplady'nin başrollerini üstlendiği *Millennium* dizilerinde kullanılan *Morley Cigarettes* kurgusal ürün yerleştirmelerin benzer konseptli eserlerde bütünsel bir yaklaşım içinde kullanılmasına yönelik önemli bir örnektir.

Okuyuculara bir hayal dünyası vaad eden çizgi romanlar, kurgusal markaların yoğun olarak kullanıldığı bir diğer iletişim ortamı olarak dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bünyesinde üç bine yakın çizgi karakter barındıran *Marvel Comics'de Roxxon* petrol ürünleri; çizgi roman sektöründe önemli bir pazar payına sahip olan *DC Comics'de Koul-Brau* birası, *Choos* şekerlemeleri, *Mad Mod* giyim eşyası, *Lexoil* petrol ürünleri; *Ralf König* çizgi romanlarında erkek iç çamaşırı markası *Manslip Collection*, *Superman* serisinde *Soder Cola*, *Batman* serisinde *Zesti Cola* çizgi romanlarda kullanılan kurgusal markalara yönelik örneklerdir. Bunun yanı sıra Leonardo, Donatello, Michelangelo ve Raphael isimli dört kaplumbağanın

maceralarını anlatan *Ninja Kaplumbağalar* -Teenage Mutant Ninja Turtles- çizgi romanında yer alan *Cowboy Cola* bir diğer kurgusal marka olarak öne çıkmaktadır.

<u>Alkollü İçecekler</u>	Bendërbrau Cold-Fusion Steam Beer (Futurama) Klein's Beer (Futurama) Löbrau Beer (Futurama) Olde Fortran Malt Liquor (Futurama) Pabst Blue Robot (Futurama) Sam Adams' Head Boston Lager (Futurama) St. Pauli Exclusion Principle Girl Beer (Futurama) S'more Schnapps (South Park) Alamo Beer (King of the Hill)
<u>İçecekler</u>	Jammin' Orange Blast (Futurama) Slurm (Futurama) Soylent Cola (Futurama) Extreme Walrus Juice (Futurama) Shiz! (Futurama) Purple Flurp (The Adventures of Jimmy Neutron: Boy Genius)
<u>Gıda Ürünleri</u>	Bachelor Bar (Futurama) Bachelor Chow (Futurama) Glagnar's Human Rinds (Futurama) Gobble Wieners hindili sandviç (Futurama) Kibbles 'n' Snouts evcil hayvan yemi (Futurama) Motron's Salt (Futurama) Soylent Chow (Futurama) Third & Third & Third (Futurama) Admiral Crunch (Futurama) Archduke Chocula (Futurama) Styro-Pak Cookies (Futurama) Cheesy Poofs (South Park) Chocolate Salty Balls (South Park) Snacky Cakes (South Park)
<u>Giyim Eşyaları</u>	Faster Than Light Briefs iç çamaşırları (Futurama)
	Kentucky Slims Chicken-Flavored Cigarettes (Futurama)

<u>Sigara ve Purolar</u>	Dutch Butts Cigars (Futurama) Le Grand Cigars (Futurama) Royal Kooparillo Cigars (Futurama) Zuban Cigars (Futurama)
<u>Kişisel Bakım Ürünleri</u>	Robo Fresh (Futurama) Dr. Flimflam's Miracle Cream (Futurama)
<u>Petrol Ürünleri</u>	π -in-1 Oil (Futurama) Mom's Old-Fashioned Robot Oil - (Futurama)
<u>Ulaşım Araçları</u>	Beta Romeo uçan otomobil (Futurama) Ford Thundercougarfalconbird uçan otomobil (Futurama) Plymouth V'ger uçan otomobil (Futurama) Scooty-Puff Jr. çocuklar için olan tek kişilik uzay aracı (Futurama) Scooty-Puff Sr. yetişkinler için olan tek kişilik uzay aracı (Futurama)

Tablo. 2. Çizgi Filmlerde Yer Alan ve Ürün Kategorilerine Göre Sınıflandırılmış Kurgusal Markalar

Kaynak: "List of Fictional Brands";

http://www.wordiq.com/definition/List_of_fictional_brands; 11.8.2004'den derlenmiştir.

Tıpkı çizgi romanlar gibi çizgi filmler de, kurgusal marka ve kurgusal ürün yerleştimele ilgili etkili bir ortam sunmaktadır. Bu kapsamda Greg Daniels ile Mike Judge tarafından yaratılan ve 1997'den bu yana yayınlanan *King of the Hill*, Matt Stone ve Trey Parker tarafından yaratılan ve 1997'den bu yana yayınlanan *South Park*, Matt Groening tarafından yaratılan ve 1999-2003 yılları arasında yayınlanan *Futurama*, John A. Davis ile Steve Oedekerk tarafından yaratılan ve 2002'den bu yana yayınlanan *The Adventures of Jimmy Neutron: Boy Genius* gibi çizgi filmlerde kurgusal ürün yerleştime örneklerine sıklıkla rastlamak mümkündür. Söz konusu çizgi filmlerde yer alan ve çeşitli ürün kategorilerine göre sınıflandırılmış kurgusal markalar, tablo. 2'de sunulmuştur.

6. Sonuç

Kurgusal ürün yerleştirme, gerçekte var olmayan hayali markaların yaratılması ve iletişim ortamına entegre edilmesi anlamına gelmektedir. Hikaye ve romanlarda, sinema filmlerinde, televizyon şov ve dizilerinde, çizgi roman ve çizgi filmlerde karşımıza çıkan kurgusal ürün yerleştirme uygulamaları hem bütünleştikleri eserlere getirileri, hem de markanın günümüz toplumunda sahip olduğu konumu sergilemeleri nedeniyle önemlidir. Marka yönetiminin ne denli zorlu ve uzun soluklu bir süreç olduğu bilinmektedir. Bu noktada kurgusal markaların yaratılması ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının gerçekleştirilmesi, iletişim ortamının profesyonellik düzeyine ve ayrıntılara gösterdiği özene ilişkin bir kanıt olarak değerlendirilebilmektedir. Bu gerçekler ışığında kurgusal ürün yerleştirme uygulamalarının, pazarlama iletişimi literatüründe önemli bir yere sahip olacağını ve görece öneminin artacağını öngörmek mümkündür.

Kaynakça

- Auty, Susan ve Lewis, Charlie (2004). "Exploring Children's Choice: The Reminder Effect of Product Placement." *Psychology & Marketing* 21 (9): 699-715.
- Brennan, Judith I. (2001). "Movie Magic Is Elusive." *Advertising Age* 72 (15): 24.
- De Lorme, Denise E. ve Leonard N. Reid (1999). "Moviegoers Experiences and Interpretations of Brands in Films Revisited." *Journal of Advertising* 28 (2): 71-95.
- Givoni, Sharon (2000). "Capitalising On Stars' Selling Power." <http://www.bandt.com.au/news/4b/0c00304b.asp?print=true>, 8.12.2000.
- Gupta, Pola B. ve Kenneth R. Lord (1998). "Product Placement In Movies: The Effect Of Prominence And Mode On Audience Recall." *Journal of Current Issues and Research in Advertising* 20 (1): 41-58.
- Gülsoy, Tanses (1999). *Reklam Terimleri Ve Kavramları Sözlüğü*. İstanbul: Adam Matbaacılık.

- Harrison, Harry (1996). *Yer Açın! Yer Açın!*. Çev., İrma Dolanoğlu. İstanbul: Metis Yayınları.
- Hodge, Barry (1995). "King-Size Homer Ideology&Representation." <http://www.snpp.com/other/papers/bh.paper.html>, 29.10.1995.
- Karrh, James A. (1998). "Brand Placement: A Review." *Journal of Current Issues and Research in Marketing* 20 (2): 31-49.
- Knapp, Duane E. (2000). *Marka Akli*. Çev., Azra Tuna Akartuna. Ankara: Mediacat Kitapları.
- Nabokov, Vladimir (2003). *Lolita*. Çev., Fatih Özgüven. İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Orwell, George (2001). *Bin Dokuz Yüz Seksen Dört*. Çev., Nuran Akgören. İstanbul: Can Yayınları.
- Pratchett, Terry (2003). *Discworld Series*. New York: Harper Collins Publisher.
- Robbins, Harold (1971). *The Betsy*. Simon & Schuster Publisher.
- Rowling, J. K. (2004). *Harry Potter Özel Set: Felsefe Taşı/Sırlar Odası/Azkaban Tutsağı/Ateş Kadehi/Zümrüdüanka Yoldaşlığı*. Çev., Ülkü Tamer, Sevin Okyay ve Kutluhan Kutlu. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Sayers, Dorothy L. (1959). *Murder Must Advertise Harper & Row*. Harper Publisher.
- Sayers, Dorothy L. (2002). *Dorothy L. Sayers: The Complete Stories*. Perennial Publisher.
- Tolkien, John Ronald Reuel (2001). *Yüzüklerin Efendisi Tek Cilt Özel Basım: Yüzük Kardeşliği/İki Kule/Kralın Dönüşü*. Çev., Çiğdem Erkal İpek ve Bülent Somay. İstanbul: Metis Yayınları
- (2004) "Product Placement Is Here." <http://www.gamespot.com/features/6080520/p-6.html>, 11.8.2004.
- (2004) "[Topher's List of Fictional Cereals](http://www.lavasurfer.com/cereal-fictional.html): Fictional Cereals." <http://www.lavasurfer.com/cereal-fictional.html>, 11.8.2004.
- (2004) "Fictional Medicine And Drugs." http://www.wordiq.com/definition/Fictional_chemical_substance, 10.9.2004.

(2004) "List Of Fictional Brands."

http://www.wordiq.com/definition/List_of_fictional_brands, 11.8.2004.

(2004) "Longest Running Primetime Cartoon Series."

http://www.guinnessworldrecords.com/gwr5/content_pages/record.asp?recordid=51695,
15.9.2004.

(2004) "The Acme Corporation."

http://www.wordiq.com/definition/Road_Runner_cartoon#The_Acme_Corporation,
20.12.2004.

(2004) "The Original Illustrated Catalog Of Acme."

<http://home.nc.rr.com/tuco/looney/acme/acme.html>, 20.12.2004.

(2004) <http://www.dccomics.com>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.gotfuturama.com>, 20.12.2004.

(2004) <http://www.imdb.com>, 8.9.2004.

(2004) <http://www.kill-bill.com>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.looneytunes.com>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.lordoftherings.net>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.startrek.com>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.terrypratchettbooks.com>, 16.12.2004.

(2004) <http://www.thexfiles.com>, 16.12.2004.

Özet

Bu çalışma kapsamında, ürün yerleştirmenin yeni boyutu olarak nitelenebilen kurgusal ürün yerleştirme konu edilmektedir. Pazarlama iletişiminde geleneksel yöntemlerin geçerliliklerini yitirmelerine paralel olarak gündeme gelen ve rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen firmalara etkili bir platform sunan ürün yerleştirme, gelişimini sürdürmekte ve iletişim ortamlarının niteliklerine bağlı olarak çeşitlenmeye devam etmektedir. Ürün yerleştirmenin bir alt dalı olarak nitelenebilen kurgusal ürün yerleştirme, en yalın ifadeyle gerçekte var olmayan markaların yaratılması ve iletişim içeriğine dahil edilmesi anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda öncelikli olarak ürün yerleştirme kavramı üzerinde durulmakta, ardından kurgusal marka ve kurgusal ürün yerleştirme kavramlarına açıklık getirilmektedir. Bunun yanı sıra çalışma kapsamında, ürün yerleştirmeye son derece yaratıcı bir bakış açısı getiren kurgusal ürün yerleştirmenin getirileri konu edilmekte ve kurgusal ürün yerleştirme uygulamaları örnekler bazında ayrıntılandırılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Pazarlama İletişimi, Ürün Yerleştirme, Kurgusal Marka, Kurgusal Ürün Yerleştirme.

Abstract

The fictional product placement as the new dimension of the product placement is taken into consideration in scope of this study. The product placement, which offers an effective platform the companies intending to gain the competitive advantage in parallel to the traditional methods which became invalid in the marketing communication, continues to develop and goes on increasing the variety depending on the quantitative features of the mass media. The fictional product placement that may be evaluated as one of the sub-branches of the product placement means to create and to include the non-existing brands in real briefly. Thus the priority is given particularly to the concept of product placement and the fictional brands and fictional product placement concepts were focused in details. Furthermore, the benefits of the fictional product placement that brings an extreme creative approach to the product placement are pointed out in respect of this study and the implementations of fictional product placement are illustrated by the applicable examples.

Key Words: Marketing Communication, Product Placement, Fictional Brand, Fictional Product Placement.

1990' ların Türk Sinemasında Kamusal ve Özel Mekanların Cinsiyetçi Sunumu: Özkan' ın *"Bir Kadının Anatomisi"*nde kadın/mekan/mülkiyet ilişkilerinin analizi *

Dr. Önder ERKARSLAN**

Türk sinemasında kalıplaşan kadın kimliği paylaştığı mekanlarla vücut bulur. Bu çalışmada, sinemada kamusal mekanların cinsel kimliklerle nasıl bir bağ kurduğu araştırılmaktadır. Özellikle kadın kimliği ve onun evle olan ilişkisi, önemli bir nokta olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireysel konutun yalıtma ya da güvenli bir mekan olma özelliğinden sıyrılması, kadının giderek artan biçimde kamusal mekanlarla, bizzat şehrin kendisiyle paylaşım kurması sinemada farklı biçimlerde temsil edilmiştir. 80li yıllardan sonra feminist söylemin Türk sineması için yeni bir ilgi odağı oluşturduğu gözlenir. Daha önceki dönemlere oranla 80li yıllar kadının toplumsal ve evsel rollerinin yeniden sorgulandığı, cinselliğın yeniden yorumlandığı bir dönemdir.

Mekan, yer, yerellik, peyzaj, çevre, ev, kent, bölge, ortam, coğrafya gibi oylum anlamına gelen kavramları ifade eden sözcükler tek anlamlı değildir. Bu kavramlar gerçekte kolayca birbirlerine dönüşür ve keskin sınırlarla birbirinden ayrılmaz (Erkarıslan 2003). Mekan ister gerçek, isterse imgesel olsun, değişik açılardan incelenebilecek çok katmanlı bir yapıya

*Türkiye Kültür Araştırmaları Grubu ve Yüzüncü Yıl Üniversitesi' nin 3-5 Eylül 2003 tarihlerinde Van' da düzenlediği "Türk(ıye) Kültürleri" Ulusal Kültür Araştırmaları Sempozyumunda sunulan "Sinemada Ortak Kültür Mekanları Olarak Kamusal ve Özel Alanların Kullanımında Cinsiyetçi Tercihler" başlıklı bildiri metninin genişletilmiş biçimidir.

** İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü

sahiptir. Mekana ilişkin farklı okumaların birleştiği ortak payda, toplumsal kontrolün bir aracı olarak mekan tasarımının ideolojik bir işlevi olduğu savında yatar. Ataerkil ve heteroseksüel toplumsal yapı, yapılaşmış çevrenin de şekillenmesinde egemen rol oynamıştır¹. Toplumsal kurumların örgütleniş biçimleri ve bireylerin bu düzen içerisinde yüklendikleri roller sebebiyle kadınlar kamusal alandan soyutlanmıştır. Bu soyutlanma, kadınların iş yaşamına girerek geleneksel sorumluluk alanları olan evlerinden dışarı çıkmalarıyla azalsa dahi, son bulmamıştır. Kamusal alanlar dünyanın pek çok yerinde hala kadınların güvenliğini sağlamaktan yoksundur. Yapılan pek çok araştırmada kadınların fiziksel olarak tacize uğradığı mekanların kamusal açık alanlar olduğu ortaya konulmaktadır². Bu güvenlik tehdidi kadınların potansiyel tehlike olan mekanlardan uzak durarak kendileri için güvenli alanlar arayışına yöneltmiştir.

Kadınların tasarlanmış çevrenin sunduğu olanaklardan erkekler kadar yararlanamaması küresel bir sorundur ve coğrafi, kültürel farklılıklar göstermesine karşın temelde cinsiyet eşitsizliğinin mekansal yansımaları, her zaman ve mekanda karşımıza çıkabilir (Soja 1996, Weisman 2003).

Kent ve konutun cinsiyetçi imgeleri, kamusal, özel ayrımının belirgin olarak ayrıldığı modern döneme rastlar. Konut, endüstrileşmiş kentin kaos, kirlilik ve yoğunluğundan kaçış anlamında kullanılagelmiştir. Nancy Duncan'ın da belirttiği gibi kamusal/özel dikotomisi hem politik hem de mekansal olarak çoğunlukla cinsiyet farklılıklarını geleneksel ataerkil heteroseksüel güç ilişkileri olarak tanımlamak, kontrol etmek, kuramsallaştırmak, ve kuşatmak amacıyla kullanılmıştır (Baydar 2003). Postmodern feminist eleştirinin sosyal bilimler dünyasına tanıttığı cinsiyet söylemleri, öncelikle ayrımcılığı saptamak ve kanıtlamakla uğraşmıştır. Cinsiyet eşitliğine dayalı bir yapılaşmış çevre için alternatif modeller ise daha henüz emekleme aşamasındadır³.

Postmodern entelektüel gelenek, cinsiyetçi sunumlara iki farklı açıdan yaklaşır. Birincisi, disiplinlerin geleneksel yapısını yeniden yapılandırarak "ötekilik" eleştirisini içselleştirirken, çevrenin cinsiyetçi sunumlarına bilgi-iktidar ilişkileri ve egemen kültür-alt kültür ilişkileri çerçevesinden bakar. İkincisi ise, daha dolaysız bir yaklaşımdır ve çareyi kalıplaşmış günlük

yaşam pratiklerinin kökünden değişmesinde; yaşam çevrelerinin cinsler arası eşitsizliği ortadan kaldıracak biçimde yapılanmasında görür. Her iki bakış açısı da eşitliği farklı yorumlar; birinci bakış açısı kadınlara özel alanda eşitlik talep ederken, ikincisi kamusal alanda eşitlik talep eder. Feminist eleştirinin her iki yaklaşımı da aynı zamanda yapılaşmış çevrenin yalnız gerçek sunumları ile değil, kurgusal yansımalarını da ele alır (Kallus 2000). Bu konuma göre çevrenin inşası, tasarımcıların ve kullanıcıların farketmeden kuşatıldığı kültürel sunumlara dayanır ve cinsiyet ayrımcılığının mekansal yansımaları, yalnız gerçek yaşamda ve kentte değil sanatsal ürünlerde de kendini gösterir⁴.

Sinemanın hipergerçekliği içerisinde yapılaşmış çevrenin cinsler arası eşitliğe aykırı yönleri ile yüzleşmek olasıdır. Sinema kimi zaman eşitsizliğin başka biçimleri ile (ırksal, kültürel, ekonomik) yüzleşirken bile eşitsizliğin mekandaki yansımalarını görmezden gelmiş, kimi zaman da bunların ayırıcısına vararak muhalif görüşleri yansıtmıştır. Özellikle 90'lı yıllardan sonra sinema üzerine yapılan okumalar toplumdaki asimetric güç ilişkilerinin (zenginlik yoksulluk, kent köy, merkez çeper) nasıl kodlandığı ile giderek daha çok ilgilenmeye başlamıştır. Bunlar üzerinde feminist eleştiri ve cinsiyet söylemlerinin etkileri belirgin olarak göze çarpar. Öte yandan bu okumalar çoğunlukla bireyler arası ilişkilerin nasıl kodlandığı ile daha çok ilgilenir (Demiray 1999, Büker 2001, Bayram 2001); ki bunlara paralel olarak sinemasal mekandaki yansımalarına bakılması da olasıdır.

Bu çalışma kadınların gerçek mekanlarda hangi tür toplumsal önermeler ile karşılaştığı noktasından hareketle, Türk sinemasında kadın/mekan ilişkilerinin sunumlarını inceler. Çalışma yöntemsel açıdan, dönemsel farklılıkların etkilerinden kaçınmak ve dönemsel sıçrama yapmak yerine 1990'larda yapılmış filmler ile sınırlandırılmıştır. Bunun yanı sıra Türk sinemasında toplumsal cinsiyetin belirgin bir tema olarak işlendiği ilk film örneklerinin 80li yıllara rastladığını belirtmek gerekir. 1980 ile 1990 yılları arasında Türk sineması cinsellik konusunda o döneme kadar işlediği klişeleri bir kenara koyarak daha farklı toplumsal cinsiyet rollerine yönelmiştir. Dönemin paradigmaları içerisinde yer alan kadın özgürleşmesinin etkileri artık daha yoğun hissedilir olmuş ve heteroseksüelliğin dışındaki cinsel eğilimler de sinemasal evrenin ilgi konuları içerisine girmeye başlamıştır. Bu filmlerden bazılarını saymak gerekirse, Mine (Atif Yılmaz, 1982), Göl (Ömer Kavur, 1982),

Seni Kalbime Gömdüm (Feyzi Tuna, 1982), Ah Güzel İstanbul (Ömer Kavur, 1981), Aile Kadını (Kartal Tibet, 1983), Güneşin Tutulduğu Gün (Şerif Gören, 1983), Şalvar Davası (Kartal Tibet, 1983), Firar (Şerif Gören, 1984), Fahriye Abla (Yavuz Turgul, 1984), Bir Yudum Sevgi (Atif Yılmaz, 1984) ilk akla gelenler arasında yer almaktadır.

Öte yandan 90lı yıllar feminizmin yorumlanması açısından da daha farklı karaktere sahiptir. 90lı yıllarda çeşitliliğin, çoğulculuğun, hoşgörü ve ılımlılığın politik arenadaki yansımaları ve toplumbilimin ötekilik üzerine yoğun ilgisi, hatta gelişen ekolojik ve sürdürülebilir çevre kavramları feminizmin karakterini derinden etkilemiştir. Dolayısıyla sinema yönetmenlerinin henüz farklı toplumsal cinsiyet rollerine bir "klinik vak'a" olarak baktıkları ve kadın özgürleşmesinin ardında yatan toplumsal eşitsizliği yakalayamadıkları filmler ile 90lı yılların filmlerini birbirinden ayırdetmek gerekir.

Kadınların mekanlarda karşılaştıkları toplumsal önermeleri şu şekilde sınıflamak olasıdır: dışlama, ayırma, baskılama... Dışlama ve ayırma daha çok kamusal mekanlar için kullanılabilecek bir kategori iken baskılama özel mekanlar için de kullanılabilir.

Kamusal ve özel alanlarda kadınlar ve erkekler arasındaki fırsat eşitsizliğinin derecesi coğrafi ve kültürel farklılıklar göstermektedir. Modern öncesi kentlerde kadınların girmesinin yasak olduğu mekanların sayısı, modern toplumlara göre daha fazladır. Evinde kendine özel bir mekandan yoksun kalan ve kamusal alana katılımında zorluk çeken kadın dışlanmaya maruz kalmıştır. Buna karşılık kadınlar dışlandıkları kamusal mekanların negatifini yaratma arayışında olmuşlardır. (Bir mekanın diğerinin negatifi olması, o mekana atfedilen özelliklerin ters yüz edilerek yeniden kurgulanması anlamındadır. Bu durumda ters yüz edilen mekanı kullanımda egemen olan ve dışlanan cinsiyet grupları yer değiştirmiştir). Erkek egemen mekanlara karşılık kadınlara özel mekanlar yaratılması bu anlayışın ürünüdür. (Kahvehanelere karşılık kadın kahvehaneleri, berberlere karşılık kuaförler, meyhanelere karşılık kadın günleri vb...). Dışlama ve ayırma cinsler arası eşitsizliğin yansımasıdır, ancak kolaylıkla cinsler arası çatışmaları hızlandıran bir güdülemeye de neden olabilir. Mekandaki dışlama ve ayırma statüleri, gerçekte cinslerin özerk ve

özgürlüğünden çok, erkeklerin hareket özgürlüğünü kutsar. Kendilerine özgü mekanları yaratarak kadınlar istemeden de olsa ayrımcılığın keskinleşmesini hızlandırır.

Geleneksel yaşam örüntüleri içerisinde erkeklere atfedilen mekanların başında kahvehaneler, oyun salonları gibi erkeklerin boş zamanlarını geçirdikleri mekanlar gelmektedir. Bu mekanların ayırdedici nitelikleri kadınlara yasaklanmış sınırlarının iç mekana açılan kapıdan önce, önündeki kaldırımdan başlamasıdır. Bu tür yerler erkek egemenliğini simgeleyen kentsel alt mekanlardır. Anadolu kasabalarından, alt orta sınıfın yaşamının geçtiği gettolara varıncaya değin pek çok kent öyküsü sinemasal mekanda kahvehanenin simgelediği ataerkil düzeni temsil etmek için kullanılmıştır. Yasaların değil, toplumsal normların uyguladığı yasaklama kadını bu tür erkek egemen mekanlardan uzak durmaya koşullar⁵.

Gemide (Serdar Akar, 1999) filmi, dört gemicinin tacizine uğrayan bir Rus kadın etrafında kurgulanmıştır. Gemi, geleneksel olarak kadına yasaklanmış bir mekandır. Bu filmde gemicilerin kaçırdıkları Rus kızı sadece milliyeti ve Laleli'de bulunuyor olmasından dolayı fahişe zannedilmiştir; ancak tecavüz sırasında bakire olduğu anlaşılır. Sembolik olarak Laleli, ahlaklı bir kadının olmaması gereken bir yerdir ve söz konusu kadın erkekleri tahrik edici giysiler giyer. Filmde bu iki simge bir araya geldiğinde bir kadının 'fahişe' olarak okunması simgesel-rasyonel diyebileceğimiz bir bağlama oturur. Benzer bir biçimde, *Bir Kadının Anatomisi* (Yavuz Özkan, 1995) filminde de kadın, şantiyelerde mini etek giydiği için eşi tarafından horlanır ve aşağılanır. İnşaat şantiyeleri, atölyeler, gemiler geleneksel olarak erkek dünyasına ait mekanlar olarak temsil edilmektedir ve bu mekanlar ahlaklı kadınlara yasaklanmıştır. Yasağa karşı gelmenin bedeli horlanma, darp, taciz veya tecavüz olabilir...

Ayrımcılık statüsü, ortak mekanların cinsler tarafından dönüşümlü olarak veya ayrı girişler/kapılar ile kullanılmasını zorunlu olduğu hallerdir. Örneğin ibadethaneler, kutsal yerler, hamam, tuvalet gibi temizlik mekanları, kız ve erkek okulları, halka açık, kız ve erkek yurtları, vb... Ayrımcılık, bir çok feminist eleştirmen tarafından da desteklenen bir görüş olmakla beraber, aslında konservatif toplumsal yapıların doğurduğu bir olgudur. Bugün bir çok Avrupa metropolünde kadınlar kendileri için ayrılmış otopark alanlarını talep etmektedir.

Çözüksüzlük içerisinde çözüm gibi görünen cinslerin mekansal ayrılığı, kıskırtılmış erkek egemen düzeni besler ve güçlendirir. Öte yandan kamusal mekanlarda erkeklere tanınan olanaklardan mahrum olan kadınların bir ölçü de olsa benzer olanaklara ulaşmasını sağlar. Aslında ayrımcılık ilkesi ile çevrenin düzenlenmesi kamusal mekanlarda kadınların uğradığı baskı ve taciz olaylarının sayısını azaltabilir, ancak bu riski hiç bir şekilde yok edemez. Geleneksel Türk yaşamının mekansal düzeni büyük ölçüde zaten ayrımcılık ilkesine dayanır. Kültürel üretimlerin esin kaynağı olan toplumsal yaşamın gerçekleri bu ayrımcılığı pek çok karede keskinleştirir. Kırsal yerleşimlerde çeşme başı geleneksel olarak kadınlara ait yerlerdir. Fılsel öykünün kamusal mekanı temsil eden ve köylü kadının günlük yaşamın pratiklerine dahil olabildiği pek az mekandan biridir. Çeşme başı, erkeklerin de kullanabildiği bir kamusal mekan içerisinde kadınların egemenliği altına aldığı bir alt mekandır. Buna benzer bir ayrıntı *Güneşe Yolculuk* (Yeşim Ustaoglu, 1998) filmindeki bir kadın tarafından işletilen kuru temizlemeci dükkanında karşımıza çıkar. Bu mekan, gerçekte ticarethane niteliği ile kuramsal olarak yarı-kamusal bir alandır. Ancak, işletmecisinin kadın olması sebebiyle kadınların egemenliğinin hissedildiği bir alt mekan olarak sunulur. Kadının patronajı yalnız yanında çalışan genç kızlar üzerinde değil, dükkana gelen erkekler üzerinde de bir çekince yaratır. Anaç bir disiplin ve kadınlararası dayanışma bu mekanı kadınlara ait bir mekan kılar.

Kaotik bir toplumsal ortamda yaşayan bireyler için huzur ve güvenliğin esas kanıtı, mahremiyetini sonsuza dek yaşayabileceği bir iç mekanın varlığıdır. Ev doğrudan doğruya yer duygusunun derinlik kazandığı içsel farklılaşma süreçlerine karşılık gelmektedir.

Mimarlıktan ödünç alınan terimlerle ifade etmek gerekirse cinsel kimliğin 'inşası' biyolojik olmakla birlikte cinsiyete ilişkin davranış kalıpları ya da toplumdaki kadın ve erkeğe giydirilen cinsiyetçi roller biyolojik eğilimlerden çok tarihsel ve kültürel olarak üretilir. Bu anlamda mimarlık ve tasarım cinsiyet farklılıklarını pekiştiren akademik bir disiplin ve uygulama alanıdır. Ev kadınlarına yönelik tasarlanan ve pek çok filmde de kadına referans veren klişeleşmiş bir mekan olan mutfak, donanım ekipmanlarının yanında ölçek olarak da ortalama bir kadının antropometrik ve ergonomik özellikleri dikkate alınarak tasarlanır. Yine cinsiyetçi bir mekanın temsili olarak görülen ve erkeğe referans veren otomobil garajında

da benzer tasarım kriterleri önceliklidir. Ev, geleneksel düzende sorumluluk olarak kadınlara, mülkiyet olarak erkeklere aittir. Ayrıca evsel ortamın kişisel ve duygusal anlamda kadınlara tanıdığı olanaklar sınırlıdır.

Mekan/kadın ilişkisinde, kadına özel mekanlar olarak kabul gören mutfak, arka bahçe gibi mekanların kadın kimliğini özgürleştiren ya da kısıtlayan mekanlar olarak temsil ettiğini öne sürerek genelleştirme yapmak oldukça zordur. Bu zorluk sadece mekana atfedilen ikincil derecedeki anlamları kabul edilebilir kılmaktan önce kadının kentli, köylü, gecekondu gibi sınıfsal farklılıklarını gözönünde bulundurmaya gerektirir. "Kendine ait bir oda" (Virginia Wolf), feminist söylemin klişeleşmiş sloganlarından biri olarak zaman zaman feminist sinemanın da kullandığı simgelerden biri olmuştur. *İki Kadın* (Yavuz Özkan, 1992) filminde, bir otel odasında devlet bakanının tecavüzüne uğradığı için dava açan bir telekız ile bakanın karısı arasında oluşan dostluğun öyküsü anlatılır. Fiksel öyküde şehir dışındaki bir eve çağrılan telekızın, tecavüzüne uğradığı bakanın karısı ile karşılaşması aktarılır. Bu ev, önceleri kadınsı bir çekişmenin sonradan da zor bir dostluğun simgesi olarak kullanılmıştır. Bu mekan aynı zamanda bakanın karısı için evliliğini bir kenara atarak kendisini sorgulamasının sembolüdür. Filimde "Kendine ait bir oda" çağrışımı ile göl kenarındaki evde kadınların bireysel özgürlüklerini keşfettiklerine tanık olunur.

Sosyo ekonomik dönüşümler sonucu kadınların işgücüne katılımındaki niteliksel ve niceliksel değişimler (1980'ler), kadınların kentsel alanı kullanmalarında da artış gözlenmektedir. Kadınla özdeşleştirilen ve yeniden üretimin gerçekleştiği özel alan ile üretimin gerçekleştiği ve erkeğe ait kamusal alan arasında olduğu varsayılan kesin ayırım aşılmadan, kadın ve mekan etkileşimlerinin dinamiğine dair çözümler yetersiz olacaktır. Doğal olarak toplumsal cinsiyet ve mekan etkileşimi konut ölçeğini aşar (Kayasü, 2002; 101-105).

Aslında kadın ve mekan etkileşimlerine yönelik kavramsallaştırmaları etkileyen en önemli olgu, kadınların işgücüne katılımıdır (Kayasü, 2002; 101-105). Kentsel alanlarda ise kadınların giderek daha fazla biçimde iş yaşamına katılması ister istemez onların kamusal alanlardan daha fazla yararlanması anlamına gelmesine yol açmıştır. Bununla beraber erkek egemen bakış açısı çalışan kadının bile kamusal mekanlar ile ilişkisini görmezden

gelme taraftadır. *İtiraf* (Zeki Demirkubuz, 2001) filminde eski bir olayın iç hesaplaşmasını yaparken evliliklerinde güven bunalımına düşen bir çift konu alınmaktadır. Film, çiftin sorunlarını karısının kendisini aldattığından şüphe eden erkeğin bakış açısından kurgular. Bu filmde temsil edilen kadın aktif bir iş yaşamı olan iyi eğitilmiş, bir iş kadınıdır. Ancak, öyküde ima edilen çalışan kadın imajının tersine, film boyunca kadın -bir tek sahnenin dışında- ev ortamının dışında gösterilmez. Kadın eşini bir başka erkek için terkettiğinde statüsü değişir, işini kaybeder ve kent merkezindeki refah modern konutundan gecekondu semtindeki bir konuta taşınır. Konutun içerisi kadının bir önceki yaşamında sunulanın tam tersini işaret eder. Böylelikle filmde kadın sosyal bağlamından tamamıyla kopartılarak yalnızca bir eş olarak hataları merceğe altına alınarak izleyiciye sunulur.

90'ların Türk sinemasında geleneksel ataerkil ve ahlakçı aile normlarını sorgulayan ve güvenle kuşatılmış aile yapısının çözülmesini yansıtan filmler, bu anlamda konutun rolü ile de değerlendirme yapılmasına olanak tanır. *Yengeç Sepeti* (Yavuz Özkan, 1994) bu türün örneklerinden birisi olarak aile içi çekişmeleri ve hesaplaşmaları, zayıflayan bağları aktarıırken konutu bir mücadele alanı olarak temsil eder. Konutun sürdürülmeye çalışılan bir düzenin göstergesi olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu imajın aktarılması açısından filmsel mekan tek katlı, avlulu, domestik bir kır evi olarak seçilmiştir. Bu, sembolik olarak masumiyeti ve geleneksel aile yaşamını işaret eden, klişe bir gösterimdir. Konutun iç mekanlarında ailenin dirlik ve düzeni esas alınarak ilişkilerin uzlaşma, barışma, anlaşma temaları ile kurulmasına karşın avlu ve ahır hesaplaşmaların geçtiği mekanlar olarak aktarılır. *Yengeç Sepeti* gibi aile filmleri doğrudan konutun cinsiyetçi sunumunun eleştirisi olmamakla beraber, konut ve kadın kişilerinin çözülmesini dolaylı olarak ele almışlardır.

Bir Kadının Anatomisi Filminde Kadın/Mekan İlişkisi

Kadının geleneksel eylem alanı olarak temsil edilen ev, kişisellikten çok birlikteliği temsil eder. Ancak bu birlikteliklerde mülkiyet kadının temel sorunsalıdır. Mülkiyeti aidiyet izler. *Bir Kadının Anatomisi* (Yavuz Özkan, 1995) adlı film özellikle evsel ortam, aidiyet ve mülkiyet kavramlarını cinsel kimlikler özelinde sorgulayan bir film olarak 90lı yıllar filmleri içerisinde

belirginleşir. Başrollerini Hülya Avşar, Mehmet Aslantuğ, Uğur Polat ve Taner Birsel'in paylaştıkları bu film Sibel (Hülya Avşar) adlı bir tasarımcı kadının başından geçen üç evliliğin öyküsüdür. Eleştirel olarak kadının ev ile olan aidiyet temelli ilişkisi sunulmaktadır. Evler Sibel'in beraber olduğu erkeklere aittir ve ilişki sonlandığında kadın ya eşyaları toplarken ya da paketlerinden açarak yerleştirirken görülür. Sözü edilen filmde de kadın için ev, kimliğini taşıması gereken yeni bir alandır. Kadın evi sahiplenirken, evi paylaştığı erkeğin onun benliğini sahiplenmesine izin vermediği için mücadeleye girer. Böylece ev, kadın için iş yaşamının yanı sıra özel bir mücadele alanı olarak temsil edilir.

Bu filmde kadının yaşadığı evlerin mekan konseptleri beraber olduğu erkeğin kişiliği ile örtüştüğü görülür. İlk ev iddialı bir endüstri ürünleri tasarımcısı ile paylaştığı ve minimalist olarak döşenmiş bir mekandır. Beyaz koltuklar, metal ve cam konstrüksüyondan yemek masası ve sandalyeleri, metal indirekt aydınlatma elemanları ve ahşap parke soğuk bir modernizmi ve maskülen kimliği temsil etmektedir. İkinci eşin evi bir önceki mekandan tamamen farklı olarak klasik ağır salon perdelerinin boğaz manzarasına açılan pencereleri çerçevelediği bir mekandır. Bu ev, ahşap ve bambu ağırlıklı dömi-klasik döşemi ile kentsoylu bir entelektüel erkeğin kişiliği ile örtüşmektedir. Çok fazla sayıda mobilya ve yarı değerli antikaların yer aldığı evde müzisyen eşin ağırlığını hissettiren kuyruklu piyano, mekanın merkezidir. Kadın ve konutun mahremiyeti de aynı filmde sorgulanması gereken bir noktadır. Öyküde kadının yaptığı telefon görüşmeleri kocası tarafından kayıt edilir. Kadın, kendini en güvende hissettiği evinde bile mahremiyetini koruyamamaktadır. Üçüncü ev, İstanbul dışında büyük şantiyelerde çalışan romantik bir inşaat mühendisi ile paylaşılan tek katlı prefabrik bir yapıdır. Başlangıçta sadece pratik gereksinimlere yanıt verebilecek bu sıradan konutun, kadının taşınmasından sonra, duvarları parlak renklerle boyanmış sevimli bir iç mekana dönüştüğü izlenir. Bu ev, kadının bir eş ve ev hanımı olarak yeni konumuna referans vererek geleneksel evselliği temsil eder. Yukarıda kısaca özetlenen kadın, mekan ve aidiyet üçlemesini filmde alınan farklı dikey kesitler ile inceleyeceğiz. Bu kesitler filmde sunulan toplumsal cinsiyet rollerini tartışabileceğimiz dört ayrı mekan- birey ilişkisi olarak seçilmiştir: işyeri, mutfak, aidiyet ve taşınma...

1. İşyeri:



Bir tasarımcı olan Sibel, ilk eşi Metin (Uğur Polat) ile beraber aynı ofis ortamını paylaşmaktadır. Bu ofis beyaz yakalı İstanbul iş kesimini ve onların yaşam örüntülerini temsil etmektedir. Açık büro

peyzaj olarak tasarlanmış çok katlı yapı, çelik cam ağırlıklıdır. Dönemin metropol iş yaşamının bir klişesi olan bu tür ofislerde, giyim kuşamları ile olabildiğince 'prezentabl' görünmeye çalışan kadın, erkek çalışanlar, kıyasıya rekabet ortamını paylaşır. Beyaz



yakalıların ofis mekanı ve giyim kuşam açısından aşırı görselleştirilmiş toplumsal davranış normları burada mercek altındadır. Metin, bu ofiste üst düzey yöneticidir, özel bir ofise sahiptir. Ancak filmsel öyküde Sibel'in de kendine ait

bir ofiste görüntülendiği tek sahneden yönetici pozisyonunda çalıştığı anlaşılmaktadır.

Metin'in aşırı kariyerist kişiliği, hırsı ve karizması ile bu şirkette kendisine daha üstün bir pozisyon sağlama gayreti ima edilir. Bu şirkette tüm toplantılar Metin'in ofisinde



geçmektedir. Bu sahnelerde Metin, erki temsil eden ofisinde görülürken, buna masasının çevresinde ona hizmet eden bir çok mini etekli kadın imgeleri eşlik eder. Burada hala ikincil pozisyonda görülen iş kadınları,

bedenleri ile mekanı süsler ve erkek egosuna hizmet eder. Ofis ve cinsellik olgusu, bu filmde bir sahne ile sınırlı kalmaz; Metin'in çalıştığı bir şantiyede eşi Sibel'e zorla cinsel tacizde bulunması ile eleştirel dozu artan bir şekilde işlenir.

2. Mutfak:



Evsel ortamın belki de en çok kadınlar ile özdeşleştirilen mekanı olan mutfak, bu filmde Sibel'in üç evliliğinde de farklı anlamlar ifade eder. Mutfak mekanları bu evliliklerin doğasını aktaran araçlar olarak

karşımıza çıkar. Sibel ilk evliliğini tasarımcı Metin ile yapar; evliliğinde mutfakta geçen



sevişme sahneleri, mutfağı cinsel mekan olarak fetişize eder. Raflara uzanan mini etekli bir kadın imgesi erkeğin fantezilerine seslenir. Burada sevişme sahnelerinde kadının boyun eğen, isteklere razı olan tavrı mekan ile özdeşleşir. İkinci evlilikte yani müzisyen eş ile

paylaşılan evde cinsellikten uzak duran Sibel'in, mutfağı kaçış olarak kullandığı görülür.

Ailesini ve arkadaşlarını mutfağa toplayan kadın için burası bir tampon mekandır; cinsellik ile arasına koyduğu sınırı simgeler. Üçüncü evlilikte maço kültürü temsil eden mühendis eş ile Sibel arasında geçen erk mücadelesi izlenir. Üçüncü mutfak izleyiciye aile içi şiddetin yaşandığı bir mücadele alanı olarak sunulur; şiddet ve cinsellik iç içe geçer.

3. Aidiyet:



İlk eşinin trafik kazası geçirek ölmesinden sonra, birlikte yaşadıkları evin mülkiyetinin Sibel'e geçtiğini evlilikler arasında bu mekana dönmesinden anlarız. Ancak yönetmenin bize özellikle göstermek istediği şey, bu mekanın geçirdiği değişimdir. Radikal kararlar almaya hazırlandığı sırada Sibel'in bu evin yaşama mekanının düzenini değiştirdiğini görürüz. Eşler arasında telefonda geçen bir tartışma sırasında Sibel eline geçirdiği bir vazoyu yemek masasının hemen arkasındaki duvarda yer alan büyük postere fırlatır. Camı kırılan poster duvarda kayar ve Sibel hemen orada bulunan yemek takımının sadalyelerinden birine çöker.

Tam bu sırada kapı çalınır ve eşinin trafik kazasında öldüğü haber verilir. Sözü edilen yemek masası ve poster daha sonra bir daha gözükmez. Salonun bu köşesi filmsel öyküde Sibel'in yaşamına giren farklı kişileri ve kesitleri temsil ederek hızlı bir değişim gösterir. İlk değişimde duvara daha önce camı kırılan posterin yerine başka resimler asıldığı ve bir koltuğun yerleştirildiği görülür. Bir başka sahnede eve gelen konuklardan birinin bu duvara



Sibel'in düşey olarak yerleştirdiği bir soyut resmin konumunu yatay olarak değiştirirken görülür. Değişim giderek ivme kazanır, yaşamın değişimine paralel olarak yeni kararlara başlamanın, yer değiştirmenin simgesi olur. İlerideki sahnelerde Sibel yeni evlerine taşınırken eşyalar bu duvarın önünde kolilenir, duvardaki resimler çıkartılarak paketlenir.

Sibel'in düşey olarak yerleştirdiği bir soyut resmin konumunu yatay olarak değiştirirken görülür. Değişim giderek ivme kazanır, yaşamın değişimine paralel olarak yeni kararlara başlamanın, yer

4. Taşınma:



Bu filmde kadının yaşadığı mekan ile ilişkisi evliliğe koşut olarak anlamlandırılmıştır. Evden taşınma sahnelerinin ağırlıkta olduğu gözlemlenmektedir. Bu sahnelerde Sibel'i yeni evini kurarken büyük bir heyecan ve telaş içerisinde izleriz. Bu sahnelerde taşınmayı yöneten ve organize eden kadındır. Pek çok sahne paketleme, kolilerin araçlara yüklenmesi ve yeni evde ortak bir yaşamın kurulma çabasına tanık olunur. İzleyici, erkeklerin



taşınma işinde isteksiz olduğunu hisseder; eve yeni gelen kadın mevcut düzeni değiştirmekte

ve erkek egemenliğini bir anlamda tehdit etmektedir. Müzisyen eşin evine taşınma sahnesinde emirler vererek erkek kardeşini ve onun arkadaşlarını çalıştırırken kocasının rahatsızlığı mimiklerine ve jestlerine yansır. Her yeni evde çiçekler, posterler, perdeler Sibel'in benliğinden bir parça olarak bir evden diğerine taşınır. Böylece paylaşılacak eve dişil kodlar taşınır.

Sonuç

90'ların Türk sinemasında geleneksel ataerkil ve ahlakçı aile normlarını sorgulayan ve güvenle kuşatılmış aile yapısının çözülmesini yansıtan filmler, bu anlamda konutun rolü ile de değerlendirme yapılmasına olanak tanır. Kadın evi sahiplenirken, evi paylaştığı erkeğin onun benliğini sahiplenmesine izin vermediği için mücadeleye girer. Böylece ev, kadın için iş yaşamının yanı sıra özel bir mücadele alanı olarak temsil edilir. Kadının geleneksel eylem alanı olarak temsil edilen ev, kişisellikten çok birlikteliği temsil eder. Ancak bu birlikteliklerde mülkiyet kadının temel sorunsalıdır. Mülkiyeti aidiyet izler. Bu filmlerde konut bir mücadele alanı olarak temsil edilir.

Evin ontolojik olarak yaşamın devamını ve neslin sürekliliğini işaret ettiği düşünülürse, dişi doğurganlığı ile konutun daha çok kadınlara atfedildiği görülür. Evsel yaşamın ritüelleri olan temizlik, yemek, ütü gibi işler geleneksel olarak kadın tarafından yürütülür ve görünür olarak bu işlerden anlayan kadın dolaylı olarak erk sahibidir. Ancak bu erkin sorgulanabilir olduğu temeli ve konut - kamusal mekan dikotomisi kadının mekansal özgürlüğünü eleştiri aracı olmaktadır. Yaşadığı mekana ortak olmak isteyen kadının mekanı değiştirme istemi yukarıdaki filmde açıkça görülmektedir. Ancak mekana getirilmek istenen dişil kodlar erkek dünyası için neler ifade etmektedir? Konutun kadın ile olan organik ilişkisine erkekler tarafından müdahale edilmesi, yirminci yüzyıl mimarlık tarihi ile başlayan bir süreçtir. Modernist mimarlar, kadını irrasyonel olmakla suçlayarak hijyen ve bir makine gibi işleyecek⁶ modern konutu yaratmak için manifestolar vermiştir. Gerçekte kadınların konutun fiziksel özelliklerinde önem verdiği nesnelerin pek çoğu erkekler için anlamsızdır. İrrasyonellik rasyonellik karşılığı konutun cinsler arası mücadelesine aracılık eder. Bu

yüzdendir ki, işlenen filmlerde taşınmanın başlangıcında kadının mekandaki müdahalelerine isteksizce geçit veren erkekler temsil edilmektedir.

Konutun mülkiyeti, sorumluluğu ve korunaklılığı yukarıda işlenen filmlerde tartışılan temel konulardır. Eşler arası ortak yaşamı simgeleyen konut, kadın için güvenli bir yer olarak geleneksel olarak benimsenmiş olduğu halde, gerçekte kadının örtük biçimde saldırıya uğradığı yerler olabilmektedir. Kamusal alanda kadına karşı işlenen suçlar daha kolay deşifre olabilen ve cezalandırılan yerler olduğu halde, konutun içinde işlenen şiddet örtük kalmaktadır. Konutun gerçekte kimin için daha güvenli olduğu sorusu ile yüzleşen yukarıda anılan filmler, cinsler arası eşit(siz)lik ve mekan kavramlarının birlikte okunmasına olanak tanır. Görünürde daha çok eğitimsiz ve kırsal kesime atfedilen maço kültürünün kentsel, eğitilmiş ve kariyer sahibi erkeklerin de ortak toplumsal cinsiyet rollerine yansıdığı gerçeği de yukarıdaki filmler eşliğinde tartışılabilir.. *Bir Kadının Anatomisi* filminde girişimci iş adamının temsil eden endüstri ürünleri tasarımcısı, sanatçı ruhu temsil eden müzisyen ve akli temsil eden mühendis aralarında ayırım olmaksızın maço kültürü ile temsil edilmiştir. Aile içi şiddet *İtiraf* adlı filmde de evinde ağır tahrik altında kalan ve sessizce direnen kadın imgesi ile de örtüşmektedir.

Konut dışındaki alanlardaki güvensizlik de yine rastlanan bir ortak yargıya işaret etmektedir. 80li yılların feministleri eşitlik için kadınlara eğitim, iş ve erkekler ile kamusal alanda rekabet için start vermiş olduğu halde 90lı yıllarda hala kadının ev dışındaki yaşamının sorgulanabilir olduğunun altı çizilmektedir. Kamusal alanda kadının ne kadar güvende olduğu ve iş yaşamında ne kadar eşitlik elde ettiği soruları yine bu filmlerde aktarılan ortak sorulardır.

Evsel ortam kadına düzenin gerçek sorumluluğunu yüklemekle beraber, aynı zamanda onu kamusal dünyadan kopartır, gizler. Konut kadın için bir tür sahte güvenlik, ya da yalancı bir hapisane olarak mekan cinsiyet çalışmaları için en verimli alanlardan birisidir.

Dipnotlar

¹ Aslında ortaçağda bile çevrenin cinsiyetçi sunumlarının eleştirileri yapılmıştır. Venedikte doğmuş bir Fransız kadın olan Christine de Pizan'ın *The Book of the City of Ladies* adlı yapıtı 1364 yılında yazılmıştır. Bu kitap kadın ve kent üzerine yazılmış ilk kitaptır ve kadınları kentsel mekandan soyutlayan düzene karşılık kadınlar için yeni bir kenti idealize eder. Aynı kitabın tıpkı basımı: Christine de Pizan, *The Book of the City of Ladies*, E. J. Richards (çev.), New York: Persea Books, 1982. Ancak bu daha çok edebi bir allegoridir.

Leslie Kanes Weisman, geleneksel coğrafi terimlerin içerisinde bile cinsiyetçi ayrımların olduğuna işaret eder. Bu iddiaya göre 'üst, sağ, ön' erkeğe atfedilen terimler iken, 'alt, sol ve geri' kadınlara atfedilen terimlerdir. Weisman, bu çıkarsamanın etnoğrafik tarafından yapıldığını ve evrensel bir saptama olduğunu ekler. Weisman Batı kültüründe kadının ölümü, erkeğin yaşam ve canlılığı sembolize ettiğini de ekler. Amerikan kentininin de bu dikotomik yapıya oturduğunu, 'güç, öfke, tehlike, anlamlı işler ve önemli dünya'yı sembolize eden kent merkezinin erkeksi bir çevre olduğunu, buna karşılık kadınsı banliyönün görece daha 'güvenli, evsel, doğayla barışık, dingin ve kaygıya gerek olmayan' bir ortam olduğunu savunur. Buna göre banliyö, Freudvari bir dişliliği temsil etmektedir: pasif, entelektüel açıdan sessiz, öz kimliğinde dışlanmış... Mimarlık tarihçisi Lewis Mumford ise erkek sembolizması ve soyutlamasının kararlı düz çizgiler, dikdörtgen, prizma, fallik kule ve obelisk (dikili taş anlamında kullanılan bir mimari terim) olarak fiziksel çevrede yansıtıldığını düşünür. Toplumsal yaşamda bireyler çocukluktan itibaren mekansal üstünlük öğretisi ile yetiştirilir. Erkek çocuklar toplumda mekansal olarak üstün konum almaya teşvik edilir. Maceraperest, keşfe ve icat etmeye yönlendiren oyunlar ve oyuncaklar onlara daha geniş bir hareket alanı tanıtır. Erkek çocuklar kısa süre içerisinde beden dilini kullanarak da kız çocuklardan daha fazla yer kaplamayı öğrenirler. Kız çocuklar bacalarını bitişterek hanımefendi gibi oturmayı öğrenirken, erkek çocuklar bacalarını açarak oturma ve yürümeyi, omuzlarını yayararak hareket etmeyi öğrenir. Günümüzde hala erkeklerin otomobil sahiplenme oranı kadınlardan fazladır. Oysa ki demografik veriler kadınların sayıca çoğunluğunu bize göstermektedir. Weisman Leslie Kanes, "A Feminist Critique of the Man-Made Environment", *Progressive Architecture*, 74/3: 117, 1993.

² Bu araştırmalarda kadınların özellikle kamusal açık alanları kullanmaktan çekindikleri, bu alanlar içerisinde kendileri için daha "güvenli" alanları araştırarak onları tercih ettiklerini belirtilmektedir. Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde yapılan bu araştırmalar kent merkezinde bulunan kamusal açık alanların banliyölerdekilere oranla daha fazla çekinilen yer olduğuna işaret etmektedir:

Loafland L., *Women and Urban Public Space*, *Women and Environments*, 6: 12-14, 1984.

Day K, "Embassies and Sanctuaries: Women's Experience of Race and Fear in Public Space", *Environment and Design D: Society and Space*, 17:307-328, 1999.

³ Bu konuda ayrıntılı okumalar için:

Barbara Hooper, "Split at the Roots: A Critique of the Philosophical and Political Sources of Modern Planning Doctrine", *Frontiers: A Journal of Women Studies* 13 (1992), 45-80.

Dolores Hayden, *The Grand Domestic Revolution: A History of Feminist Designs for American Homes, Neighborhoods, and Cities*, Cambridge MA: MIT Press, 1982.

Redesigning the American Dream: The Future of Housing, Work and Family Life, Cambridge MA: MIT Press, 1984.

The Power of Place: Urban Landscapes as Public History, Cambridge MA: MIT Press, 1984.

⁴ Ayrıntılı okumalar için:

Gillian Rose, *Feminism and Geography: The Limits of Geographical Knowledge*, Cambridge UK: Polity Press, 1993.

Teresa de Lauretis, *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film and Fiction*, London: Mac Millan, 1987.

⁵ *Arabesk* (Ertem Eğilmez, 1988) filminde Müjde Ar, bir kahvehaneye yardım istemek için girdiği halde tecavüze uğrar. Bir diğer klişeleşmiş erkek egemen mekan berberlerdir. *Ağır Roman* (Mustafa Altoklar, 1997) filminde berber mekanı bu cinsiyetçi kurguyu güçlü olarak simgeler.

⁶ Makine benzeşmesi burada Le Corbusier'in atfen, *A Machine to Live in* adlı yapıtına atfen kullanılmıştır.

Kaynakça

- Abisel, Nilgün (1994). "Popüler Yerli Filmlerde Kadının Kadına Sunuluşu: Aşk Mabudesi". **Türk Sineması Üzerine Yazılar**. Ankara: İmge.
- Baydar, Gülsüm (2003). "Spectral Returns to Domesticity". **Society and Space**, 21/1: 27-47.
- Bayram, Nazlı (2001). "Onun Arzuladığı Kadın Olmak: Romantik Güldürü Filmlerinde Arzu İlişkileri ve Cinsiyetçi Temsiller". **İletişim**, 10: 83-101.
- Büker, Seçil (2001). "Önce Melodramın Sonra Tayyarenin Yıldızı: Göksel Arsoy", **İletişim**, 10: 257-261.
- Demiray, Emine (1999). **Türk Sinemasında 1960-1990 Yılları Arasında Çekilmiş Filmlerde Kentsel Aile**. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Erkarlan, Önder (2003). "Otobüs Yolcuları Filminin Modern Konut ve Kent Kavramları Açısından İncelenmesi". **İletişim**, 15: 23-40.
- Kallus, Rachel (2000). "Making Space For Women: Perspectives and Paradoxes in Obtaining Urban Safety". **Open House International**, 25/4: 27-37.
- Kayasü, Serap. 2002. "Kadın ve Mekan Etkileşimi", **Mimarlık ve Kadın Kimliği**, İstanbul: Boyut Yayınları.
- Edward, Soja (1996). **Thirdspace**. Londra: Blackwell Publishing.
- Weisman, Leslie Kanes (1993). "A Feminist Critique of the Man-Made Environment". **Progressive Architecture**, 74/3: 117.

Özet

Bu çalışma kadınların gerçek mekanlarda hangi tür toplumsal önermeler ile karşılaştığı noktasından hareketle, Türk sinemasında kadın/mekan ilişkilerinin sunumlarını inceler. Yöntemsel olarak feminist anlayışın 80lerde ve 90lardaki farklılıklardan kaçınmak amacıyla incelenecek filmlerde dönemsal sığrama yapmak yerine 1990'larda yapılmış filmler ile sınırlandırılmıştır. Kadınların mekanlarda karşılaştıkları toplumsal önermeleri şu şekilde sınıflamak olasıdır: dışlama, ayırma, baskılama... Dışlama ve ayırma daha çok kamusal mekanlar için kullanılabilecek bir kategori iken baskılama özel mekanlar için de kullanılabilir. Bu çalışmada konutun kadın için mülkiyet, sorumluluk ve güvenlik açılarından yeniden tartışılmasına olanak tanıyan filmler eşliğinde mimarlık ve cinsiyet çalışmaları disiplinlerinden yararlanılmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Türk sineması, cinsiyetçi mekan, kamusal/özel dikotomisi, dışlama, ayırma, baskılama.

Abstract

This study tries to figure out the gendered representation of built environment in some of the Turkish films belong to the 90s period in line with the actual problems that the women come across. The study focuses on the 90s period in order to get rid of some of the problems that could be derived from the difference of the gender theories in 80s and 90s. The actual problems that women are faced with in their surroundings can be itemised as follows: they are either omitted, separated from or oppressed in the built environment. While the first two categories can generally be discussed for the public sphere, the second is definitely designated for the private sphere. In this study the disciplines of architecture and gender studies became reference points for the analysis of the selected films that allow us for the reconceptualisation of the "house" from the points of possession, responsibility and security.

Keywords: Turkish cinema, gendered space, public/private dichotomy, exclusion, discrimination, oppression .

Kaynakların Düzenlenmesi

Metin içinde kaynak gösterme

- 1- Ana metindeki tüm göndermeler metin içi dipnot sistemi ile belirtilir. Metinde uygun yerde parantez açılarak, yazarın veya yazarların soyadı, yayın tarihi ve alıntılanan sayfa numarası belirtilir. Aynı kaynaklara metinde tekrar gönderme yapılırsa yine aynı yöntem uygulanır, a.g.e., a.g.m. gibi kısaltmalar kullanılmamalıdır. Örnek: (Okay, 2000:71-76)
- 2- Alıntılanan yazarın adı, metinde geçiyorsa, parantez içinde yazarın adını tekrar etmeye gerek yoktur. Örnek: Özer (1995:57), düşünce alışkanlıklarının "Ben" değeri toptancılığının ve tiryakiliğinin, en dolaysız ifadesi olduğunu söylemektedir.
- 3- Gönderme yapılan kaynak iki yazarlı ise, her iki yazarın da soyadları kullanılmalıdır. Örnek: (Postman ve Powers, 1996:122)
- 4- Yazarlar ikiden fazlaysa ilk yazarın soyadından sonra "vd." ibaresi kullanılmalıdır. Örnek: (Keyman vd., 1996:149)
- 5- Gönderme yapılan kaynaklar birden fazlaysa, göndermeler noktalı virgülle ayrılmalıdır. Örnek: (Erdoğan, 1997:150; Gürbilek, 1993:61)
- 6- Metin içinde yer alması uygun görülmeyen açıklamalar için sayfa altı dipnot yöntemi kullanılmalı ve bu notlar metin içinde 1,2,3, şeklinde sıralanmalıdır. Bu not içinde yapılacak göndermelerde de yukarıdaki yöntem uygulanmalıdır.

Kaynakçanın Düzenlenmesi

- 1- Kaynakçada, sadece yazıda gönderme yapılan kaynaklara yer verilmeli ve yazar soyadına göre alfabetik sıralama izlenmelidir.
- 2- Bir yazarın birden çok çalışması kaynakçada yer alacaksa yayın tarihine göre eskiden yeniye doğru bir sıralama yapılmalıdır. Aynı yılda yapılan çalışmalar için "a", "b", "c," ibareleri kullanılmalıdır ve bunlar metin içinde yapılan göndermelerde de aynı olmalıdır.

Kitap

Bostancı, M. Naci (1995). **Toplum, Kültür ve Siyaset**. Ankara: Vadi Yayınları.

Çeviri Kitap

Postman, Neil ve Steve Powers (1996). **Televizyon Haberlerini İzlemek**. Çev. Aslı Tunç. İstanbul: Kavram Yayınları.

Derleme Kitap

Tufan, Hülya, der. (1995). **Kamuoyu Kimin Oyu?** İstanbul: Kesit Yayıncılık.

Derleme Kitapta Makale

Bourdieu, Pierre (1995). "Kamuoyu Yoktur". Çev. Hülya Tufan. **Kamuoyu Kimin Oyu?**, der. Hülya Tufan. İstanbul: Kesit Yayıncılık.

Dergide Makale

Üstünler, Fahriye (2000). "Türkiye'de Demokrasi Tartışmalarının Düşünsel Arka Planı: 1845-1950". **ODTÜ Geliştirme Dergisi**, 27(1-2):183-206.

Yayınlanmamış Tez

Yıldırım Becerikli, Sema (1999). **Örgüt Kültürü Oluşumunda Örgüt İçi İletişimin Rolü: Departmanlı Mağazacılık Sektöründe İç Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme: Beğendik A.Ş. Örneği**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tebliğ

Kaymas, Serhat (2001). "Küreselleşme, Etnik Göç ve Ulus Devlet Üzerine Bir Değerlendirme", **ODTÜ 7. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi**, 21-23 Kasım, Ankara.

İnternette Makale

Atabek, Ümit (1998). "İletişim Teknolojileri". <http://www.ilet.gazi.edu.tr>. 28.10.1998.

İletişim Dergisinin Temin Edileceği Şahıslar ve Üniversiteleri

Anadolu Üniversitesi: Yrd. Doç. Dr. Banu Dağtaş, **Atatürk Üniversitesi:** Yrd. Doç. Dr. Hüseyin Köse, **Başkent Üniversitesi:** Öğr. Gör. Serpil Aygün Cengiz, **Ege Üniversitesi:** Ar. Gör. Olcay Canbudak, **Fırat Üniversitesi:** Öğr. Gör. Basri Barut, **Kocaeli Üniversitesi:** Ar. Gör. İhsan Karlı, **İstanbul Üniversitesi:** Ar. Gör. Ayşe Cengiz, Ar. Gör. Selçuk Hünerli, **Selçuk Üniversitesi:** Ar. Gör. Aldullah Koçak, **Maltepe Üniversitesi:** Yrd. Doç. Dr. Pınar Erkarlan, **Marmara Üniversitesi :** Yrd. Doç. Dr. Zeynep Çetin Aras

Katkılarından dolayı kendilerine teşekkür ederiz.

Yazı Teslim Kuralları

- 1- Dergiye gönderilecek yazılar, Word 6.0 ve üstü versiyon (IBM uyumlu) programında yazılmış olmalıdır.
- 2- Bir buçuk aralıklı olarak Times New Roman yazı karakteriyle 12 punto olarak yazılan ve sayfanın tek yüzüne basılan yazılar 3 kopya olarak bir adet disketle birlikte yayın kuruluna teslim edilmelidir.
- 3- Makalelerin kaynakça ile birlikte 20 sayfayı geçmemesi tercih edilir. Makalelerin 150 kelime civarında İngilizce ve Türkçe özetleri de yazıyla birlikte gönderilmelidir. Özette, araştırmanın kapsamı ve amacı belirtilmeli, kullanılan yöntem tanımlanmalı ve ulaşılan sonuçlar kısaca verilmelidir.
- 4- Yazıda paragraflar girintili olmalıdır.
- 5- Dergiye gönderilecek yazıların başka bir yerde yayınlanmamış olması ya da yayın için değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekir.
- 6- Yazar ismi ya da isimleri makalede değil, makaleye ilişirilecek kapak sayfasında yer almalıdır. Bu kapak sayfasında, yazar isimleri dışında metin başlığı, yazarın adresi, telefon varsa e-posta veya faks numaraları yer almalıdır.
- 7- Hakem raporları doğrultusunda yazarlardan, yazılarında bazı düzeltmeler yapmaları istenebilir.
- 8- Yazının yayımlanması konusunda son karar yayın kuruluna aittir. Yayın kurulu kararına ilişkin bir mektup, hakem değerlendirmelerinin birer fotokopisiyle birlikte en kısa sürede yazarlara gönderilir.

Yazıların Gönderileceği Adres:

İletişim Dergisi

G.Ü. İletişim Fakültesi, Bişkek Cad. 81. Sok. 06510 Emek/ANKARA

