

iletis.im

GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM DERGİSİ
GALATASARAY UNIVERSITY JOURNAL OF COMMUNICATION
UNIVERSITÉ GALATASARAY REVUE DE COMMUNICATION



HAZİRAN
JUNE 2023
JUN

38

Araştırma Makaleleri
**Feminist Aktivizmin Sesinin Duyurulması Sürecinde
Yeni Medya: Olanaklar ve Engellere Dair
Uzman Görüşleri Üzerinden Bir Değerlendirme**
Fatmanur Arslan, Derya Gül Ünlü

**Mapping Anti-Diyanet Oppositional Publics
During the 2018 Deism Controversy on Turkish Twitter**
Ivo Ozan Furman, Kaya Akyıldız

**İki Platform Dizisinde Sinema Tarihi Tasvirleri ve
Yeşilçam'ı Tekrar Ziyaret Etmek**
Serkan Şavk

Derleme Makale
**Dijital Çağda İkonik Fotoğraf ve
Toplumsal Hafıza İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme**
Zeynep Merve Şıvgın

Kitap Eleştirisi
**Que veulent les images ? :
Une critique de la culture visuelle**
Merve Kaptan

İleti-ş-im 38 • haziran / june / juin 2023

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Bilimsel Hakemli Dergidir.

Bu esere ilişkin olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan haklar saklıdır. Burada yer alan makalelerde ileri sürülen görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu, makalelerde ileri sürülen görüşlerden dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir.

İleti-ş-im, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından, yılda iki kez Haziran ve Aralık aylarında yayınlanan, hakemli ve açık erişimli bir akademik dergidir. İleti-ş-im, ULAKBİM TR Dizin - Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) ve Index Copernicus tarafından taranmaktadır.

İleti-ş-im is a peer-reviewed open access journal published biannually every June and December by Galatasaray University Faculty of Communication. İleti-ş-im is indexed by ULAKBİM Social and Human Sciences Database, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) and Index Copernicus.

İleti-ş-im est une revue scientifique en libre accès à comité de lecture, publiée semestriellement en juin et en décembre par la Faculté de Communication de l'Université Galatasaray. İleti-ş-im est indexé par ULAKBİM Base de données des sciences sociales et humaines, Directory of Open Access Journals (DOAJ), EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMMC) et Index Copernicus.

Editör / Editor / Directeur de la publication

Ayşe TOY PAR

Editör Yardımcıları / Assistant Editors / Secrétariat d'édition

Barış KARA

Gülşenem GÜN

Betül AYDOĞAN

Onurcan GÜDEN

Yaşar ŞEKERCİ

Dil Editörleri / Language

Editors / éditeurs de langue

Gökmen GEZER

Betay KUNAL

Sekreteryaya / Secretariat /

Secrétariat

Duru Su KADIOĞLU

Yayın Kurulu / Editorial Board / Comité de rédaction

Kerem RIZVANOĞLU / Galatasaray Üniversitesi

Ayşe TOY PAR / Galatasaray Üniversitesi

Nebahat AKGÜN ÇOMAK / Galatasaray Üniversitesi

Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ / Galatasaray Üniversitesi

Filürya YUSUFOĞLU / Galatasaray Üniversitesi

Tolga ÇEVİKEL / Galatasaray Üniversitesi

Ece VİTRİNEL / Galatasaray Üniversitesi

Özgür İlke ŞANLIER YÜKSEL / Çukurova Üniversitesi

Luca BARRA / University of Bologna

Loïc BALLARİNİ / Université de Lorraine

Yayın Danışma Kurulu / Advisory Board / Comité Scientifique

Ümit ATABEK / Yaşar Üniversitesi

Oya Şakı AYDIN / İstanbul Ticaret Üniversitesi

Suavi AYDIN / Hacettepe Üniversitesi

Abdel BENCHENNA / Université Paris 13

Mutlu BİNARK / Hacettepe Üniversitesi

Kadri BOUALEM / Université du Québec a Montréal

Michel BOURSE / Galatasaray Üniversitesi

Patrick BRUNETEAUX / Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne

Seçil BÜKER / Gazi Üniversitesi

Mete ÇAMDERELİ / İstanbul Ticaret Üniversitesi

Özden CANKAYA / Galatasaray Üniversitesi

Dilruba ÇATALBAŞ ÜRPER / Galatasaray Üniversitesi

Özlem DANACI YÜCE / Galatasaray Üniversitesi

Pierre DUMONT / Université Paul Valéry

Çiler DURSUN / Ankara Üniversitesi

Gino GRAMACCIA / Université Bordeaux Montaigne

Martine JOLY / Université Paris-Sorbonne

Raşit KAYA / Ortadoğu Teknik Üniversitesi

Şükran KUYUÇAK ESEN / Marmara Üniversitesi

Thierry LANCİEN / Université Bordeaux Montaigne

Yves LAVOINNE / Université Robert Schuman

Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN / Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Tristian MATTELART / Université Paris 8

Dominique MARCHETTI / Centre Jacques Berque

Oğuzhan ÖZCAN / Koç Üniversitesi

Ruken ÖZTÜRK / Ankara Üniversitesi

Nil ÖZÇAĞLAR TOULOUSE / Université Lille Nord de France

Tarik ŞABRY / University of Westminster

Jean-François TETU / Université de Lyon 2

Nilüfer TİMİSİ / İstanbul Üniversitesi

Nurçay TÜRKÖĞLU / Arel Üniversitesi

Billur ÜLGER / Yeditepe Üniversitesi

Ayşegül YARAMAN / Marmara Üniversitesi

Helene-Marie-MONTAGNAC / Université Bordeaux Montaigne

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi adına sahibi / Owner, in the name of Galatasaray University Faculty of Communication / Propriétaire au nom de l'Université Galatasaray Faculté de Communication

Kerem Rizvanoğlu, Dekan / Dean / Doyenne



İÇİNDEKİLER

4 **Sunuş**
Ayşe Toy Par

Araştırma Makaleleri

6 ***Feminist Aktivizmin Sesinin Duyurulması Sürecinde Yeni Medya:
Olanaklar ve Engellere Dair Uzman Görüşleri Üzerinden
Bir Değerlendirme***

Fatmanur Arslan, Derya Gül Ünlü

30 ***Mapping Anti-Diyanet Oppositional Publics During
the 2018 Deism Controversy on Turkish Twitter***

Ivo Ozan Furman, Kaya Akyıldız

59 ***İki Platform Dizisinde Sinema Tarihi Tasvirleri ve
Yeşilçam'ı Tekrar Ziyaret Etmek***

Serkan Şavk

84 ***Derleme Makale
Dijital Çağda İkonik Fotoğraf ve Toplumsal Hafıza İlişkisi
Üzerine Bir Değerlendirme***

Zeynep Merve Şıvgın

111 ***Kitap Eleştirisi
Que veulent les images ? :
Une critique de la culture visuelle***

Merve Kaptan

Sunuş

Ayşe Toy Par

2023 yılının ilk, dergimizin de 38. sayısı ile yine karşınızdayız. Bu sayı, ülkemizin içinden geçtiği zorlu bir dönemde yayına hazırlandı. 6 Şubat'ta yaşanan büyük deprem, ve deprem sonrası yaşanan süreçler hepimizi derinden sarstı. Böylesine büyük bir yıkımın acıları ancak dayanışmayla bir nebze katlanılabilir oldu. İşte bu nedenle bu sayı için makale gönderen araştırmacılara, onları titizlikle değerlendiren hakemlere ve süreçleri takip eden editör ekibine içtenlikle teşekkür ederiz.

Bu sayıda 3'ü araştırma, 1'i derleme olmak üzere 4 makale ve 1 kitap incelemesi yer almakta. Çalışmaların her biri birbirinden farklı bir içeriğe sahip olmakla beraber yeni medyanın, dijital platformların ve sosyal ağların nasıl yeni tartışma ve mücadele alanları yaratmaya olanak sağladığı, tarihe bakışımızı, toplumsal hafızayı ne şekilde yeniden dönüştürdüğü ve çevremizi algılama biçimlerimize nasıl katkı sağladığı konularında ortak bir fikir sunmakta.

Bu doğrultuda "Feminist Aktivizmin Sesinin Duyurulması Sürecinde Yeni Medya: Olanaklar ve Engellere Dair Uzman Görüşleri Üzerinden Bir Değerlendirme" başlıklı ilk makale, yeni medya aracılığıyla feminist aktivistlerin seslerini daha etkili bir şekilde duyurabilmelerinin imkanlarını araştırmakta; mevcut koşulların olanak ve engellerinin tanımlanıp, bunların nasıl iyileştirilebileceğine dair bir yol haritasının çizilmesini hedeflemekte.

"Mapping Anti-Diyanet Oppositional Publics During the 2018 Deism Controversy on Turkish Twitter" da Ivo Ozan Furman ve Kaya Akyıldız, 2018 yılında Diyanet İşleri Başkanı Ali Erbaş'ın deizm konusunda yaptığı açıklamaya istinaden Türkiye Twitter'ında yürütülen tartışmaları mercek altına almakta, sayısal veri toplama yöntemleri kullanarak oluşturulan bir veri seti ile tartışmada gündeme gelen temaları ve alınan pozisyonları analiz etmekte.

Üçüncü makalemiz ise yine, yeni medyanın yarattığı gösterim olanaklarından yola çıkarak, dijital platformlarda yayınlanan iki dizide sinema tarihi tasvirlerine ve Yeşilçam'a odaklanmakta. "İki Platform Dizisinde Sinema Tarihi Tasvirleri ve Yeşilçam'ı Tekrar Ziyaret Etmek" başlıklı çalışmada Serkan Şavk, Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı (Çağan Irmak, 2021, BluTV) ve Erşan Kureri (Cem Yılmaz, 2022,

Netflix) dizilerinde, Türk sinema tarihine ilişkin olgu ve süreçlerin nasıl ele alındığını tasvir, teleoloji ve platform kaygısı kavramları çerçevesinde incelemekte; her iki dizinin, Türk sinema tarihine ilişkin olgu ve süreçlere önkilerden farklı bir yoğunlukta yer verdiğini, ancak bunları kısmen dönüştürdüklerini iddia etmekte.

Bu sayıda yer bulan son makale ise bir derleme. Zeynep Merve Şıvgın, "Dijital Çağda İkonik Fotoğraf ve Toplumsal Hafıza İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme" adlı çalışmasında toplumsal hafızanın görsel bir kaydı olan ikonik fotoğrafları ortaya çıkaran koşulların dijital çağdaki değişimini ve bu değişimin sonuçlarını fotoğraf ve hafıza ilişkisi üzerinden tartışmaya açmakta. Ayrıca makalede farklı görme biçimlerinin dahil olabildiği bir görsel evrende, toplumsal hafızanın daha çoğulcu ve demokratik bir biçimde oluşturulma potansiyeli taşıdığı sonucuna varılmakta.

Bu makaleleri Merve Kaptan'ın Fransızca kaleme aldığı bir kitap incelemesi takip etmekte. Yazar, W.J.T. Mitchell'in 2014 yılında Fransızcaya çevrilen ve imgeler ve izleyiciler arasındaki ilişkiye eğilen, imgelerin çevremizdeki dünyayı algılayışımızı etkileme biçimlerine dair hala güncelliğini koruyan kitabı *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*'ı "Que veulent les images ? : Une critique de la culture visuelle" başlığıyla mercek altına almakta.

Bu sayının ortaya çıkmasında emeği geçen herkese tekrar teşekkür eder, keyifli okumalar dileriz.

Feminist Aktivizmin Sesinin Duyurulması Sürecinde Yeni Medya: Olanaklar ve Engellere Dair Uzman Görüşleri Üzerinden Bir Değerlendirme¹

Fatmanur Arslan

Arş. Gör.

Nişantaşı Üniversitesi İletişim Fakültesi

fatmanur.arslan@nisantasi.edu.tr

ORCID: 0000-0003-1989-2216

Derya Gül Ünlü

Doç. Dr.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi

derya.gul@istanbul.edu.tr

ORCID: 0000-0003-3936-7988

Abstract

New Media within the Process of Making the Voice of Feminist Activism Heard: An Examination through Expert Sen- timents on Opportunities and Barriers

Activist practices, which started with e-mail lists, websites and forums published to inform women, gained momentum and diversified with the emergence of social media platforms that enable each user to produce their own discourse. However, activist practices carried out through new media environments are also faced with differences/divisions in terms of access and usage skills, and threats originating from user and platform mechanism. In this

Bu araştırma Doç.Dr. Derya Gül Ünlü danışmanlığında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kişilerarası İletişim Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı'nda tamamlanarak 12.05.2022 tarihinde kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirilmesi için gereken Etik Kurul onayı T.C. İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı tarafından 02.06.2021 tarihinde verilmiştir. (Evrak Tarih ve Sayısı: 02.06.2021-224760). Evrak doğrulaması <https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-universitesi-ebv> adresi üzerinden BSDMPNDAU3 doğrulama kodu ile yapılabilir.

respect, identifying the opportunities and barriers offered by the new media to feminist activism is very important for understanding how feminist activists can make their voices heard more loudly. Based on expert sentiments, this study aims to define the current situation of digital feminist activism in Turkey, to identify the opportunities and barriers offered by the new media for feminist activism, and to draw a roadmap on how the barriers can be reduced and opportunities can be increased. For this purpose, semi-structured face-to-face interviews were conducted with 26 participants who are experts in digital feminist activism. As a result of the research, it has been determined that although the digital environment has various obstacles due to its structural features and user-generated content, it enables participation in a wide range of feminist practices.

keywords: new media, feminist activism, digital feminist activism, fourth wave feminism.

Résumé

Une évaluation des nouveaux médias dans le processus d'amplification de la voix de l'activisme féministe : Opportunités et obstacles basés sur les opinions d'experts

Les pratiques activistes visant à informer les femmes, commençant par des listes de diffusion via e-mail, sites web et forums, ont gagné en élan et se sont diversifiées avec l'émergence des plateformes de médias sociaux qui permettent à chaque utilisateur de produire son propre discours. Cependant, dans les nouveaux environnements des médias celles-ci font face à des différences/divisions en termes d'accès et de compétences d'utilisation, ainsi qu'à des menaces découlant des utilisateurs et des mécanismes de plateformes. À cet égard, il est important de déterminer les opportunités et obstacles que les nouveaux médias présentent pour le féminisme activiste afin de comprendre comment les militantes féministes peuvent faire entendre leur voix plus fort. Cette étude, menée dans cet objectif, vise à définir l'état actuel de l'activisme féministe numérique en Turquie, à identifier les opportunités et obstacles offerts par les nouveaux médias pour le féminisme activiste, et à élaborer une feuille de route sur la façon de réduire les obstacles et d'accroître les opportunités. Pour atteindre cet objectif, des entretiens semi-structurés ont été menés avec 26 participants experts. Les résultats de la recherche ont révélé que l'environnement numérique, malgré ses divers obstacles dus à ses caractéristiques structurelles et à son contenu généré par les utilisateurs, permet également de participer à un large éventail de pratiques féministes.

mots-clés : nouveaux médias, activisme féministe, activisme féministe numérique, féminisme de la quatrième vague.

Öz

Kadınları bilgilendirmek amacıyla yayınlanan e-posta listeleri, web siteleri ve forumlarla başlayan aktivist pratikler, her kullanıcının kendi söylemini üretmesini mümkün kılan sosyal medya platformlarının ortaya çıkışıyla hız kazanmış ve çeşitlenmiştir. Ancak yeni medya ortamları üzerinden sürdürülen aktivist pratikler, erişim ve kullanım becerileri bakımından farkları/bölünmeler, kullanıcı ve platform mekanizması kaynaklı tehditlerle de karşı karşıyadır. Bu bakımdan, yeni medyanın feminist aktivizme sunduğu olanakları ve engelleri belirlemek, feminist aktivistlerin seslerini nasıl daha gür bir şekilde duyurabileceklerinin anlaşılması için oldukça önem taşımaktadır. Bu odak noktasından hareketle gerçekleştirilen çalışma, uzman görüşlerinden yola çıkılarak, Türkiye'deki dijital feminist aktivizmin mevcut durumunun tanımlanıp, yeni medyanın feminist aktivizm için sunduğu olanak ve engellerin tespit edilmesi ve engellerin nasıl azaltılabileceği, olanakların ise nasıl arttırılabileceğine dair bir yol haritasının çizilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, dijital feminist aktivizm konusunda uzman olan 26 katılımcı ile yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, dijital ortamın yapısal özellikler ve kullanıcı kaynaklı içerik nedeniyle çeşitli engeller barındırmakla birlikte, geniş bir yelpazede feminist pratiklere katılımı olanaklı kıldığı tespit edilmiştir.

anahtar kelimeler: yeni medya, feminist aktivizm, dijital feminist aktivizm, dördüncü dalga feminizm.

Giriş

90'lı yıllarla birlikte, özellikle genç kadınların kendilerini ifade etmek ve daha fazla kadına ulaşmak için e-posta listeleri, bloglar, web siteleri ve forumlarda yer almaya başlamalarıyla, feminist aktivist hareketler yeni medya ortamlarına taşınmıştır. Bu dönemde bilgilenmek/bilgilendirmek ve aynı görüş etrafında bir araya gelebilmek gibi ihtiyaçlar çerçevesinde gerçekleşen aktivist pratikler, her kullanıcının kendi söylemini üretmesini mümkün kılan sosyal medya platformlarının ortaya çıkışıyla hız kazanmış ve çeşitlenmiştir. Yaygınlaşan ve artan yeni medya kullanımıyla birlikte çevrimiçi kültürün yaygınlaşması, feminist aktivizm pratiklerini de dönüşüme uğratmıştır. Günümüzde çok sayıda farklı yeni medya ortamı, feminist aktivistler için deneyimlerini aktarıp diğer bireyleri bilgilendirmekten ziyade değişimi ve dönüşümü sağlayabilmek adına örgütlü hareketlerini gerçekleştirdikleri bir araç olarak önem kazanmıştır. Yeni medya ortamlarında karşılaşılan bu yeni feminist pratikleri tanımlamak için ise hashtag feminizm, e-feminizm, ağ feminizmi ve çevrimiçi feminizm gibi çeşitli kavramlar ortaya atılmış; hatta öyle ki bu dönem dördüncü dalga feminizm olarak adlandırılmış ve feminist aktivizmde yeni bir dönemin başladığına işaret edilmiştir (Valenti, 2009). Çünkü yeni medya, coğrafi sınırları ortadan kaldırarak daha fazla bireyin aktivist pratiklerde yer almasına ve kişisel olarak feminist aktivizme katılmasına olanak sunup, feminist aktivizmi sürdürülebilir kılmıştır.

Aktivist pratiklerin yeni medya ortamlarına taşınması, feminist aktivistlerin geniş kitlelere ulaşarak kendilerini ifade edebilmesine, öznelerin konuşmacı olmasına, diğer bireylerle dayanışma kurmasına ve kamuoyu baskısı oluşturarak karşıt anlatıları yaymasına (Baer, 2016; Fotopolou, 2016; Jouët, 2018; Keller vd., 2016) olanak sunmuştur. Bu bakımdan günümüzde feminist aktivistlerin, sokağa ya da alanlara nazaran, yeni medya ortamlarında daha kolay örgütlenme ve ulusötesi kolektif eylemler gerçekleştirme (Crossley, 2015; Edward & Gerrard, 2019; Mendes vd., 2019) imkanına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Ancak diğer yandan, yeni medyada aktivizme katılmak, olanaklar kadar internete erişim ve kullanım becerileri açısından yaşanan bölünmeler ya da çevrimiçi kadın düşmanlığı gibi engeller ve tehditler de barındırabilmektedir. Bunlar doğrudan yeni medya platformlarının yapısal özelliklerinden (Bouvier, 2022; Dumitrica & Felt, 2020; Şener, 2021) kaynaklanabildiği gibi kullanıcı kaynaklı da (Jackson, 2018; Linabary vd., 2020; Megarry, 2020) olabilmektedir. Bu bakımdan, yeni medyanın feminist aktivizm pratikleri için sunduğu olanakları ve engelleri belirlemek, feminist aktivistlerin seslerini nasıl daha gür bir şekilde duyurabileceklerinin anlaşılmasında oldukça önem taşımaktadır. Söz konusu odak noktasından hareketle gerçekleştirilen çalışma, uzman görüşlerinden yola çıkılarak, Türkiye'deki dijital feminist aktivizmin mevcut durumunun tanımlanıp, yeni medyanın feminist aktivizm için sunduğu olanak ve engellerin tespit edilmesi ve olanakların nasıl arttırılıp, engellerin ise nasıl azaltılabileceğine dair Türkiye'ye özgü bir yol haritasının çizilmesi amacını taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen çalışma, dijital feminist aktivizm konusunda uzman olan 26 katılımcı ile yarı yapılandırılmış yüz yüze görüşme tekniğine dayanan bir alan araştırması niteliği taşımaktadır. Bu çerçevede aşağıda öncelikle

feminist aktivizmin dijitalleşme sürecine değinilecek, yeni medya ortamlarındaki feminist aktivizmin olanakları ve engellerine dair görüşlere yer verilecek; sonrasında ise araştırma bulguları aktarılacaktır.

Gelenekselden Dijitale Feminist Aktivizm

Feminist aktivist hareketin ortaya çıkışından günümüze hem gündem konularının hem de bu konularına ilişkin eylem biçimlerinin farklılaştığını söylemek mümkündür. Birinci dalga feminizmde kadınlar, eşitsiz konumlarının siyasal alanda elde edilecek haklarla düzeltilebileceğine inanmış ve bu dönemde öncelikle oy hakkı gibi siyasal talepler etrafında örgütlenmişlerdir. İkinci dalga feminizmde sadece oy hakkı gibi siyasal haklara odaklanmanın eşitsizliğin önüne geçmeyeceği anlaşılmış; ataerkil toplumsal düzene sıklıkla atıfta bulunup eleştirerek toplumsal cinsiyet, cinsiyetçilik, cinsel politika, kadın cinselliği, üreme hakları, tecavüz ve taciz gibi saklı konular gün yüzüne çıkarılmış ve hareket noktası “kişisel olan politiktir” özdeyişi ile özetlemiştir. Üçüncü dalga feminizm, bireysel farklılıkları dikkate alan bir hareket olarak feminizme yeni bir bakış açısı kazandırmış; “kişisel olan politiktir” özdeyişi “politik olan kişiseldir” şeklinde evrilererek farklılıkları dikkate almanın gerekliliği üzerinde durulmuştur. Birinci dalga feminizmden başlayarak neredeyse 90’lı yılların sonlarına kadar kadınların yüz yüze veya basın bültenleri aracılığıyla yerel, bölgesel, ulusal konferanslarda veya sokak gibi çevrimdışı eylem alanlarında bir araya geldiklerini söylemek mümkündür. Bugün içerisinde yer aldığımız ve dördüncü dalga olarak adlandırılan dönem ise 21.yüzyılın teknolojileriyle anılan çevrimiçi feminist hareketi ifade etmek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla, günümüzün feminist aktivist hareketi coğrafi sınırların ötesindeki eylemlere, oluşturulan feminist söylemlere, kampanyalara veya konferanslara katılmak için fiziksel olarak bir arada olma zorunluluğunun ortadan kalktığı dijital alanlar üzerinden de şekillenmektedir.

Feminist aktivist pratiklerin yeni medya ortamlarına taşınmaya başlaması, dijital feminist hareketlerin doğası üzerine düşünülmesini de beraberinde getirmiştir. Bu çerçevede dördüncü dalga feminizm tanımlamasının tam da dijital ortamdaki yükselen feminist aktivist sesi anlamlandırmak için kullanıldığını söylemek mümkündür. Konuyla ilgili olarak, Feministing bloğunun kurucusu Jessica Valenti ise “İkinci dalga feminist hareketinde her zaman genç kadınların ilgilenmediği duygusu vardı. Ama bu doğru değildi. Çünkü bize nasıl ulaşacaklarını bilmiyorlardı” diyerek çağdaş feminist hareketlerin artık çevrimiçi ortamda gerçekleştiğine işaret etmiştir (Cochrane, 2006). Benzer biçimde bir diğer blog yazarı Rebecca Traister de “İnsanlar her zaman feminist hareketin öldüğünü söylüyor, ama ben buna asla inanmadım. Bence feminizm modern, teknolojik bir biçim alıyor ve bundan sonra çevrimiçi ortamda daha yüksek sesli olacak” şeklindeki açıklamasıyla çevrimiçi alanların feminist hareketi daha görünür kılabacağına ilişkin yaklaşımını dile getirmiştir (Cochrane, 2006). Munro (2013, s. 23) ise, dördüncü dalga için internetin, özellikle de sosyal medyanın “çağrı kültürünü” kolaylaştırdığına vurgu yapmıştır. Dolayısıyla günümüzün feminist hareketin, tıpkı diğer aktivist hareketler gibi 2000’li

yılların başından itibaren özellikle de örgütlenme ve dayanışma gibi feminist pratikleri gerçekleştirmek amacıyla yeni medya ortamlarında kendine yer bulduğunu söylemek mümkündür.

Önceleri eylemlerin duyurularını yapmak için kullanılan yeni medya teknolojilerinden, bugün artık toplumun tüm diğer bireylerinde farkındalık yaratmak, dayanışma kurmak, karar vericilerin ve kamunun dikkatini çekmek gibi amaçlar için yararlanılmaktadır. Hatta öyle ki günümüzde kullanıcıların tweetleriyle hızla büyüyen hashtag kampanyalarından feminist bilginin kamusalına aracı olan bloglara, çevrimiçi eylemleri sokağa taşıyan protestolardan sokağın sesini çevrimiçi platformlara taşıyarak gerçekleştirilen tartışmalara kadar feminist pratiklerin neredeyse tümünde yeni medya teknolojilerinin izinin bulunduğu görülmektedir (Candemir, 2020). Söz konusu dijital feminist aktivist pratiklerin en güncel ve dikkat çekici örnekleri arasında ise tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gerçekleştirilen imza ve hashtag kampanyaları yer almaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de doğrudan dijital ortam üzerinden gerçekleştirilen çeşitli feminist aktivist eylemlerden bahsetmek mümkündür. Bunlar arasında toplu taşımalarda kadınların kişisel alanlarının korunması için başlatılan “Bacaklarını topla yerimi işgal etme” (#yerimişgaletme, #bacaklarınıtopla), üniversite öğrencisi Özge Can Aslan’ın öldürülmesi ardından başlatılan “#SendeAnlat” (#tellyourstory), kadın cinayetlerine ilişkin farkındalık yaratmayı ve meclisin dikkatini bu soruna çekmeyi amaçlayan “Kadın Katliamı Var” (#KadınKatliamıVar) ve yine çeşitli politik söylem ve kararlara tepki olarak gündeme gelen “Benim Bedenim, Benim Kararım, Kürtaj yasaklanamaz” (#benimbedenimbenimkararım), “Diren Kahkaha” (#DirenKahkaha) eylemleri ilgili örnekler arasındadır. Yine 2019 yılında “Kadınlara Yönelik Şiddet ve Ev İçi Şiddetin Önlenmesi ve Bunlarla Mücadeleye İlişkin Avrupa Konseyi Sözleşmesi”nin (İstanbul Sözleşmesi) kaldırılmasının gündeme gelmesiyle başlatılan “#İstanbulSözleşmesiYaşatır” ve 2020 yılında Türk Ceza Kanunu’nun (TCK) 103. maddesi ile ilgili af girişimlerine karşılık başlatılan “#ÇocukİstismarınınAffıOlmaz” da gerçekleştirilen dijital feminist aktivist eylemlerdendir. Dolayısıyla, günümüzde dijital ortamın hem çevrimdışı hayatta yaşanan gelişmelere tepki göstermek hem de doğrudan çevrimiçi ortam üzerinden farkındalık oluşturarak kadınların sesini duyurmak amacıyla feminist aktivist eylemlere sahne olduğunu söylemek mümkündür.

Bununla birlikte, yeni medyanın feminist aktivizm için önemli bir araç haline gelmesi araştırmacıları yeni medya ve feminizm arasındaki ilişkiyi sorgulamaya yöneltmiştir. Konuyla ilgili olarak yapılan çalışmaları, makro ve mikro olmak üzere iki farklı düzeyde ele almak mümkündür. Makro düzeydeki çalışmalar, yeni med-

2 Kadınların maruz kaldıkları taciz ve tecavüz gibi cinsel saldırıları ifşa etmek için başlattıkları MeToo hareketi (Mendes vd, 2018), 2014 yılında kadınların erkek şiddetine karşı eleştirel söylemlerini geliştirdikleri ve bu bağlamda deneyimlerini paylaştıkları bir sosyal medya kampanyası olan #YesAllWomen eylemi (Plummer & Plummer, 2016), feminist yazar Laura Bates tarafından kurulan ve kadınların maruz kaldıkları cinsiyetçi tavrı paylaşılabilecekleri bir meca olarak bugün 25 ülkeden paylaşımlar içeren Everyday Sexism projesi (EverydaySexismProject, tarih yok), cinsiyetçi bir söylemin küresel bir eyleme dönüştüğü Slutwalk protestoları, dijital feminizmin kırılma noktaları olarak kabul edilmektedir.

yanın feminist aktivizmi dönüştürme sürecini ve yeni medya ortamlarında gerçekleşen feminist aktivizmin niteliklerini anlamaya yöneliktir (Baer, 2016; Edwards & Gerrard, 2019; Fotopoulou, 2016). Mikro düzeydeki çalışmalar ise feminist aktivistlerin yeni medya ortamlarındaki deneyimleri üzerinedir (Plummer & Plummer, 2016; Jackson, 2018; Jouët, 2018; Keller, 2016; Mendes vd., 2018). Türkiye'deki alanyazına bakıldığında ise feminist aktivizmde yeni medya ortamlarının kullanım motivasyonlarına ve gündem konularına odaklanıldığı görülmektedir. Örneğin; Aksu (2017), feminist derneklerin ve feminist dijital aktivistlerin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını ve sosyal medya üzerinden nasıl örgütlendiklerini; Şen ve Kök (2017), dijital feminist kampanyaları inceleyerek söz konusu kampanyaların mücadele konularının neler olduğunu; Candemir (2020), küresel çapta yayılan dijital feminist eylemleri ve söz konusu eylemlerin Türkiye'deki yansımalarının üzerinden dijital pratiklerin feminist harekette yol açtığı tartışmaları incelemiştir. Bu kapsamda değerlendirildiğinde, feminist aktivizm ve yeni medya arasındaki ilişkinin, özellikle yeni medyanın feminist aktivizm pratikleri için sunduğu olanak ve engeller çerçevesinde değerlendirilmesinin bahsi geçen çalışmalarla ilişkilenebilmesi bakımından da önem taşıyacağı düşünülmektedir.

Dijital Feminist Aktivizm: Yeni Medya Ortamlarının Olanakları ve Engellerine Dair

Dijital ortam, günümüzde feminist aktivistler tarafından iktidara ve ana akım medyaya karşılık verme, diğer feministlerle bağlantı kurup karşılıklı ilişkiler geliştirme, feminist politikayla ilgili mesajları ve bilgileri hızlı ve anında yayma, yerel kadın örgütleriyle bağlantı kurma, bireysel veya kolektif deneyimleri kamuya açık bir şekilde paylaşma, çoğulculuğu sağlama ve tartışmaları hızla büyütme gibi amaçlarla kullanılmaktadır (Edwards & Gerrard, 2019). Bu çerçevede ele alındığında pek çok araştırmacının dijital ortamı feminist aktivist pratiklerin sesini yükselterek, kadınlar arasında farkındalık ve dayanışma kurulmasını olanaklı kılacak bir mecra olarak değerlendirildiğini söylemek mümkündür. Örneğin; feminist aktivistlerin yeni medyayı çevrimiçi alanlarda aktif olmak, içerik üreterek bu içerikleri dolaşıma sokmak ve bu sayede diğer kullanıcılar ve kadın örgütleriyle bağlantı oluşturmak ya da kişisel bir bağ kurmak için kullandıklarını ifade eden Fotopolou (2016, s. 42) gerçekleştirilen bu ağ tabanlı feminizmi "dijital kız kardeşlik" olarak adlandırmaktadır. Crossley (2015, s. 254), yeni medyada birçok kadının bir araya gelerek feminist ideolojileri geniş kitlelere yaymaları ile geleneksel yöntemlere kıyasla örgütlenme ve dayanışma bakımından aktivist pratiklerin daha da ileri seviyeye taşındığını ileri sürmektedir.

Dijital ortamın kendine özgü yapısı yeni feminist pratiklerin ortaya çıkışını da beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda Fotopoulou (2016) özellikle genç feministlerin eylemlerine yeni katılımcıları dâhil etmek için dijital medyayı kullanmalarıyla alışılmış feminist pratiklerin de dönüştüğünü; Jouët (2018, s. 133) ise resim, fotoğraf ve video gibi görsel anlatılar kullanma, mizah ve hiciv gibi alışılmadık eylemlere başvurma ve böylece kamusal alanda yankı uyandırabilecek kampan-

yaları organize etme, cinsiyetçilik üzerine tartışmalar gerçekleştirme, herhangi bir konuda kişisel deneyimleri anlatma şeklinde gerçekleşen bu yeni pratiklerin feminist kimliğin oluşmasına katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, yeni medyanın bir dayanışma ağı olarak kullanıldığı ve dolaşıma giren feminist söylemlerin genç kadınları harekete katılmaya teşvik ettiğini söylemek mümkündür. Söz konusu bağlantıların kurulması, birçok kadının, feminizm ve kadın haklarıyla ilgili içeriklere ulaşmasını sağlamakla birlikte genç kuşağı, feminist politika ile ilgili içeriklerin yalnızca tüketicisi olma konumundan çıkararak içeriği üreten ve onları topluluğun parçası yapan kimliklerinin yaratılmasına da aracı olması bakımından önem taşımaktadır.

Ayrıca yeni medya ortamlarının pek çok bölgeden, ırktan, ikili olmayan cinsiyetten kullanıcıların birbirlerini bulmasına olanak sunması da üçüncü dalganın önemle üzerinde durduğu kesişimsellik ve çoğulculuk kavramlarını akla getirmektedir. Bu durum hem bireysel farklılıklara yönelik bir içgörünün oluşturulması hem de ataerkil sistemin her kimliği farklı biçimlerde etkilemesine ilişkin farkındalık yaratılması noktasında oldukça önem kazanmaktadır. Bu bağlamda yeni medya ortamlarının çeşitli feministleri bir araya getirdiğini ve yeni bir tür “kesişime” olanak sağladığını aktaran Baer (2016), dijital platformların feminist pratiklerin genişlemesine, cinsiyet ve cinsiyetçilik hakkında yeni söylemlerin biçimlendirilmesine, feministlerin bağlantı kurmasına ve yaratıcı protestoların ortaya çıkmasına zemin hazırladığının altını çizmektedir. Ayrıca araştırmacı, yeni medyanın artan kullanımının alışlagelmiş iletişim tarzlarını, söylemlerini, dünya genelindeki aktivizm pratiklerini yeniden yapılandırarak hem çevrimiçi hem de çevrimdışı feminizmi etkileyip, değiştirerek yeniden yapılandırıldığını ileri sürmektedir.

Dijital ortam, yeni bir mizojiniyle mücadele alanı da yaratmıştır. Bu bağlamda Keller ve arkadaşları (2016, s. 33-34), kadınların giderek artan mizojini ve cinsiyetçiliğe karşı yeni medyayı, feminist eleştiri ve aktivizm için kullandıklarını söylemektedir. Günümüzde kadınlar özellikle Twitter gibi sosyal medya platformlarından “tecavüz kültürü” ve cinsiyetçiliğe karşı paylaşım yapabilmekte, kendi hikayelerini diğer kullanıcılara anlatabilmekte ve dayanışma olanağı bularak seslerini yükseltebilmektedirler. Bu yönüyle yeni medya, kadınların yaşadığı bu deneyimlerin yaygınlığını gözler önüne sererken soruna karşı harekete geçip mücadele etmek için önemli bir alan haline almaktadır. Konuyla ilgili olarak Mendes ve arkadaşları (2018) kadınların maruz kaldıkları şiddet veya saldırıları sosyal medya üzerinden hep bir ağızdan anlatmalarının kadınlar arasında dayanışma kurmanın yanı sıra daha geniş bir etkiyle şiddetin bireysel değil yapısal bir sorun olduğunu anlamaya yönelik bilinç oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Dolayısıyla yeni medyanın, kadınların güçlenmesini sağlamakla birlikte erkek şiddetini görünür kılınmaya ve böylece patriyarkanın sistematik olduğuna yönelik bir farkındalık yaratmaya olanak sunduğunu da söylemek mümkündür.

Tüm bunların yanı sıra feminist aktivizme yönelik yeni medya platformları kaynaklı engel ve tehditlerle de karşılaşmaktadır. Bunları, genel olarak, inter-

nete erişim ve kullanım becerilerindeki eşitsizlik, dijital ortamda üretilen erkek egemen söylemin yeni formları ve söz konusu platformlarda feminist politikanın değersizleştirilerek ya da çarpıtılarak aktarılması şeklinde sıralamak mümkündür. Günümüzde her bir kullanıcı dijital ortama eş düzeyde erişememekte ya da kısıtlı beceriler nedeniyle yeterli fayda sağlayamamaktadır. Ayrıca erkeklere nazaran, kadınların daha yüksek düzeyde erişim problemi yaşadığı görülmektedir (We are Social, 2020). Bu durum, dijital feminist aktivist pratiklere katılımın önündeki temel engellerden biridir. Yine, yeni medya platformlarında kullanıcı kaynaklı içerik nedeniyle cinsiyetçi dilin yeniden üretilmesi, ataerkilliği ve yapısal şiddeti görünür kılması bakımından da sorunludur. Anti-feministler tarafından üretilen dezenformasyon ya da feminist harekete yönelik küçümseyici tutum, aktivistlerin saldırıya, eleştiriye maruz kalmalarına ya da ciddiye alınmalarına neden olmaktadır. Özellikle daha çok genç feminist kuşağın aktif dijital kullanıcılar olduğu düşünüldüğünde, bireylerin maruz kaldıkları bu saldırılar, hareketin dönüştürücü gücüne olan güveninin sarsılmasını ve katılımın azalmasını beraberinde getirmektedir (Jackson, 2018). Konuyla ilgili olarak, Megarry (2020), sosyal medyada anti-feministlerin ve kadın düşmanlarının varlığının aktivistlerin konuşma alanlarını yok ettiğinden bahsetmektedir. Araştırmacıya göre sosyal medya anti-feministlere, feminist tartışmaları ve eylemleri manipüle etme, aktivistleri taciz etme, nefret ve şiddetlerini yaygınlaştırarak pekiştirme fırsatı sunmaktadır. Feministler ise seslerini duyurmaya çalışmanın yanında bir de bu davranışlardan korunmak için önemli ölçüde enerji ve zaman harcamak zorunda kalmaktadır.

Tüm bunların yanı sıra, dijital alanın yapısal özelliklerinden kaynaklanan engeller de bulunmaktadır. Kullanıcının kişiselleştirilmiş içerikle sonsuz bir akış içerisinde karşılaşmanın neden olduğu tavşan delikleri (Gül-Ünlü & Kesgin, 2021) ve platformun algoritmik yapısından (Şener, 2021) kaynaklanan filtre balonları bireylerin bir konu hakkındaki farklı görüşlerle karşılaşabilmelerini imkansızlaştırmaktadır. Bu durum hem feminist politikayla ilgilenmeyen kullanıcıların gündemlerine erişebilmeyi hem de feminist politika hakkında dezenformasyon içeren bilgilerle kuşatılmış kullanıcılara ulaşabilmeyi zorlaştırmaktadır.

Amaç ve Yöntem

Çalışma, Türkiye'deki dijital feminist aktivizmin mevcut durumunun tanımlanarak yeni medyanın feminist aktivizm için sunduğu olanak ve engellerin belirlenmesi; söz konusu engellerin nasıl azaltılabileceği ve olanakların nasıl geliştirilebileceğinin tespit edilmesi ve böylelikle yeni medyanın feminist aktivizme katılım sürecinde nasıl daha etkin kullanılabilmesine dair bir yol haritasının çizilebilmesi amacıyla taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda yanıt aranan araştırma soruları ise aşağıdaki gibidir:

AS1: Uzmanlar, Türkiye'deki dijital feminizmin gündemini ve mevcut durumunu nasıl tanımlamaktadır?

AS2: Yeni medyanın feminist aktivizmin sesinin duyurulması sürecinde sunduğu olanaklar nelerdir?

AS3: Feminist aktivizmin sesinin duyurulması sürecinde yeni medyada karşılaşılan engeller nelerdir?

AS4: Yeni medyada feminist aktivizmin sesinin duyurulabilmesi için nasıl stratejiler belirlenmelidir?

Söz konusu araştırma sorularının cevaplanabilmesi için yüz yüze/çevrimiçi ortam üzerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğine dayanan betimsel nitelikli bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda çalışmanın teorik perspektifi ile ilişkili olarak yarı yapılandırılmış görüşme soruları ve formu oluşturulmuştur. Ayrıca çalışmanın ana hatları oluşturulduktan ve saha araştırmasına geçilmeden önceki aşamada etik kurul izni alınmıştır.

Söz konusu alan araştırmasında yer alacak katılımcıların belirlenmesinde, amaca yönelik örneklemeden yararlanılmış ve Türkiye'deki dijital feminizmi daha iyi anlayabilmek, yansıtabilmek ve çok sayıda farklı görüşe ulaşabilmek için katılımcılar arasında mümkün olduğunca çeşitlilik gözetilmiştir. Araştırmada hem sahada yer alan hem de akademi ve medyada feminist aktivizm yapan/çalışan katılımcılara ulaşılmış; böylelikle Türkiye'deki dijital feminist aktivizmin mevcut durumunun uzmanlar gözünden tanımlanması ve yeni medya ortamlarının feminist aktivizme sunduğu olanak ve engellerin yine uzman katılımcıların deneyimlerinden yola çıkılarak tespit edilmesi hedeflenmiştir. Bu çerçevede araştırma kapsamında görüşlerine başvurulmuş uzman katılımcı profillerini 4 biçimde kategorize etmek olanaklıdır: (1) resmi olmayan ve sosyal medya üzerinden aktivizmini sürdüren kişiler/gruplar, (2) hem çevrimiçi hem de çevrimdışı olarak eylemlerine devam eden daha büyük platformlar/dernekler/ağlar/oluşumlar, (3) medya çalışanları ve (4) akademisyenler. Ayrıca bazı katılımcıların birden fazla kategoride faaliyet gösterdiğini de eklemek mümkündür. Örneğin, bazı akademisyenler ya da gazeteciler sivil toplum örgütlerinde de aktif olarak yer almaktadır. Görüşmeye katılan uzmanların demografik verileri ve yer aldıkları örgütler/oluşumlar/dernekler Tablo1'de aktarılmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların demografik verileri

İsim	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek/Üyesi, temsilcisi, gönüllüsü olunan feminist örgüt, oluşum ya da dernek
A.D	Kadın	62	Lise	Gazeteci
A.K	Kadın	32	Yüksek Lisans	Avukat/ Sebuka
B.Z	Kadın	30	Yüksek Lisans	Akademisyen/ Kadın, Eşitlik, Adalet Platformu
Ç.A	Kadın	29	Üniversite	Kadın Savunma Ağı
Ç.Ç	Kadın	57	Üniversite	Kadın Savunma Ağı
D.M.C	Kadın	38	Yüksek Lisans	Feminist Bellek
D.U	Kadın	27	Lise	Mor Dayanışma
D.İ	Kadın	22	Lise	Öğrenci/ Kampüs Cadıları
E.K1	Kadın	54	Üniversite	EŞİK, EŞİTİZ
E. E	Kadın	34	Üniversite	Mor Çatı
E.K2	Kadın	28	Yüksek Lisans	Akademisyen
E.K3	Kadın	26	Üniversite	Akademisyen/ KadınPod
E.B	Kadın	23	Üniversite	Feminist Gündem
E.K4	Kadın	40	Üniversite	Gazeteci
F.A	Kadın	19	Lise	Kadın Cinayetlerini Durduracağız Platformu/Kadın Meclisleri
F.S	Kadın	53	Doktora	Akademisyen
G.M	Kadın	21	Lise	Öğrenci/KA.DER
G.Ş	Kadın	47	Doktora	Akademisyen
H.S	Kadın	30	Yüksek Lisans	MentalKlitoris
İ.A	Erkek	22	Lise	Öğrenci/ Feminizm Platformu
İ.G	Kadın	24	Üniversite	Çatlak Zemin
K.A	Kadın	47	Yüksek Lisans	Şenlik Blog
M.A	Kadın	43	Üniversite	Gazeteci
S.T	Kadın	45	Doktora	Akademisyen
Ş.H	Kadın	30	Üniversite	Feminist Gündem
T.C	Kadın	34	Üniversite	Kadının İnsan Hakları Yeni Çözümler Derneği

Araştırmada yer alması hedeflenen katılımcılar öncelikle masa başı araştırmasıyla tespit edilmiş; bu kişilerle e-posta ya da sosyal medya üzerinden irtibata geçilip çalışma hakkında bilgilendirme yapılarak araştırmaya katılımları teklif edilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcılarla yer ve tarih belirlenerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca tüm görüşmelere başlanmadan önce 3 katılımcıyla pilot görüşmeler yapılmış; görüşme protokolü ve sorular kontrol

edilmiştir. Bu aşamada herhangi bir sorunla karşılaşılmamıştır. Görüşmeler, ağırlıklı İstanbul olmak üzere Türkiye'nin farklı illerinden ve yurt dışından (2 katılımcı) katılan katılımcılar ile yüz yüze ya da COVID-19 pandemisi nedeniyle çevrimiçi ortamda birebir yapılmıştır. Görüşmeler ortalama 45 dakika ile 90 dakika arasında sürmüştür; tüm veri toplama süreci dört aya (Haziran-Eylül 2021) yayılan bir zaman aralığında gerçekleşmiştir.

Görüşme esnasında ses kaydı alınan tüm cevaplar, daha sonrasında bilgisayar ortamında deşifre edilmiştir. Görüşmeler ve deşifreler bittikten sonra araştırma bulgularını yorumlama ve analiz etme aşamasına geçilmiştir. Görüşme verilerinin analizinde araştırma geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla belirli adımların izlenmesine dikkat edilmiştir. Öncelikle iç güvenilirliğin görüşme verileri kaydedilmiş, ortak görüşme protokolü korunmuş, veriler belirlenen kod ve kategorilere uygun olarak analiz edilmiştir. Dış güvenilirlik için araştırma işlemi detaylıca aktarılmış, bulgular literatürle ilişkilendirilmiş ve farklı katılımcı ifadeleri göz ardı edilmeden aktarılmıştır. İç geçerliliğin sağlanmasında veri toplanması ve analizi sürecinde çalışmanın literatürü ve alandaki ilgili araştırma bulgularından yararlanılmıştır. Yine dış geçerlilik için katılımcı ifadelerinden doğrudan alıntılara yer verilmiş, yine örneklem seçim kriterleri ve katılımcı seçimine ilişkin detaylar sunularak bulguların aktarılabilirliği sağlanmaya çalışılmıştır.

Türkiye’de Dijital Feminist Aktivizmin Gündemi ve Mevcut Durumu

Araştırma soruları doğrultusunda katılımcılara öncelikle, Türkiye’de dijital feminist aktivizmin gündeminin ne olduğu ve mevcut durumunun nasıl tanımlanabileceğine ilişkin çeşitli sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Türkiye’deki dijital feminist aktivizmin gündeminde kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin yer aldığı konusunda hemfikir olduklarını söylemek mümkündür. Örneğin; İ.A. “Gündemimiz tabii ki kadın cinayetleri. Türkiye’de her gün birden fazla vaka ile karşılaştığımız için” şeklindeki ifadesiyle artan vaka sayılarına ve konunun çözümsüzlüğüne dikkat çekmekte; E.B. ise

Gündemimiz aslında koca bir kadın mezarlığına dönüşen ülke ve biz bunu insanlara nasıl fark ettiririz meselesi. O açıdan gündemimiz hep biz bu kadın cinayetlerini unutmuyoruz. Bu kadın cinayetlerinin üzerinden 10-20 yıl geçse de biz bunun hesabını soracağız

diyerek kadın cinayetlerinin dijital feminist aktivist hareketin gündeminde yer almasının nedenine dikkat çekmektedir. Diğer yandan bazı katılımcılar tarafından kadına yönelik şiddet ve kadın cinayetlerinin durdurulamaması konusunun önemi dolayısıyla diğer konuların (trans görünürlüğü, kürtaj hakkı, cinsellik vb.) gündemde yer bulamadığının belirtildiği de görülmektedir.

Katılımcıların çoğunluğunun yeni medya ortamlarındaki feminist aktivizmin her geçen gün çeşitlendiği, farklı motivasyon ve etki alanlarına sahip bir hal aldığı noktasında hemfikir olduğundan da söz etmek gerekmektedir. Konuyla ilgili

olarak, K.A. dijital ortamda faaliyet gösteren feminist aktivistlerin çalışmalarına bakışı şöyle aktarmaktadır:

Biz aktivistleri karıncalar gibi düşünüyorum. Bütün bu kadın meselesine bulaşmış, STK olsun yayın olsun örgüt olsun ne bileyim hukuk olsun, düşünsene yani birçok platform var bu işin ucundan tutabileceğin. Onların hepsi birer böyle azimli, çalışkan karınca şeklinde o duvardaki gediği açmaya çalışıyorlar. Gedik ne kadar büyük olursa o kadar yol alacağız. Yol uzun, iş zahmetli ve ama çok umut verici.

Benzer biçimde G.Ş. ise şunları eklemektedir:

Hem kalabalıklaştık hem de çeşitlendik. Farklı kesimlerden farklı kadınlar farklı problemlerini dile getirmeye başladı ki bunda sosyal medyanın da etkisi olduğunu düşünüyorum. Farklı farklı, çeşitli çeşitli feminist gruplar ortaya çıkmaya başladı ki bence sosyal medya da bunun en hızlı, en rahat ve en ucuza yapılabilmesini sağlaması açısından desteklediğini düşünüyorum.

Buradan yola çıkıldığında, yeni medyanın, feminist mücadelede çeşitliliğe olanak sunduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcılar, Türkiye’de dijital feminist aktivizmin çoğulcu bir feminist hareketin oluşmasına altyapı sunduğunu söylemekle birlikte son yıllarda feminist mücadelenin bir tepki siyasetine dönüştüğünü belirtmişlerdir. Yani katılımcılara göre, Türkiye’de dijital feminist pratikler genel olarak, alınan kararlara, yapılan değişikliklere, ana akım haberlere ve iktidarın söylemlerine hızla tepki verme etrafında gerçekleşmektedir. Konuyla ilgili olarak T.C. sürekli reaktif politika yapmak durumunda kalındığından bahsederek şöyle aktarmaktadır:

Aslında sürekli bir reaktif politika yapmak durumunda kalıyoruz. Bir şeyler oluyor ve biz onlara tepki vermek üzerinden bir tepki siyaseti yürütüyoruz. Çünkü olan da gitmesin diye uğraşyoruz.

İ.G. ise feminist sözün tepki üzerine kurulmak zorunda kaldığını şu şekilde anlatmaktadır:

Sürekli bir savunmadasın. Yani baskı altındayken siyaset gündemini de belirlemeye çalışıyoruz. Aslında reaktif bir tepki gösteriyorsun. Bir yasa çekiliyor, torba yasada cinsel istismar yaşı indiriliyor. Hemen bunların kampanyası yapılıyor. Feminist söz yaygınlaşıyor evet ama feminist sözü, saldırıların geldiği yerden kurmaya çalışıyorsun. Mesela kürtaj hakkını da konuşmamız gerekiyor. Sığınakları da konuşmamız gerekiyor. Bu çok sıkıştırıcı bir şey. Ben kürtaj hakkını da konuşalım isterim. Cinsellik hakkında, bedenlerimiz hakkında konuşalım falan... Ama sürekli bir yasa, sözleşmeler, cinayet, ölüm gibi şeyler konuşuyorsun. Başka bir baskıdasın ve ona yönelik söz üretiyorsun. Bence biraz kısıtlayıcı bir şey bu.

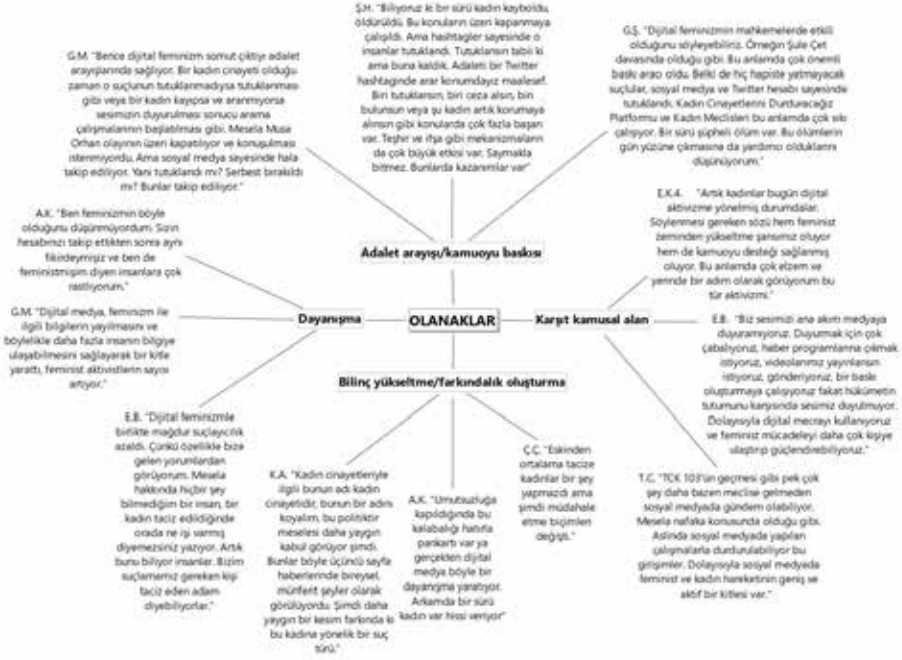
Dolayısıyla, katılımcı ifadelerinden hareketle, yeni medyadaki aktivist pratiklerin reaktif ve daha savunmacı kampanyalarla devam ettirildiğini söylemek olanaklıdır. Ancak bu durum feminist aktivistlerin sözlerini söylemekten kaçındıkları anlamına gelmemektedir. Aksi bir şekilde, yeni medyanın feminist aktivistlere anında cevap verebilme olanağı üzerinde duran katılımcılar, herhangi bir karara ya da söyleme hemen tepki gösterebildiklerini ve böylece bazı değişikliklerin yapılmasını, bazılarının ise önüne geçilmesini sağladıklarını eklemektedir.

Yeni Medyanın Feminist Aktivizme Sunduğu Olanaklar

Katılımcıların yeni medyanın feminist aktivizme sunduğu olanaklar çerçevesinde (1) karşıt kamusal alan (20 katılımcı), (2) bilinç yükseltme/farkındalık oluşturma (22 katılımcı), (3) dayanışma (18 katılımcı), (4) adalet arayışı/ kamuoyu baskısı (23 katılımcı) olmak üzere dört ana kategori üzerinde durdukları görülmektedir. Bu ana kategorilerden en öne çıkan olanak ise yeni medya ortamlarının feminist aktivistlere D.M.C.'nin ifadesiyle "feminist politika yapacak alanlar yaratması" olmuştur. Yeni medya, karşı kamulara (feministlere) hem söylem alanı (Dalaman, 2020, s. 182) hem de kamusal dayanışma olanağı sunmaktadır. Bu kapsamda katılımcıların sosyal medyayı, ana akım medyanın ulaşılmazlığını ve müdahale edilmezliğini nispeten kırabilen bir alan olarak gördüklerini; sözlerini söyleyebilecekleri, eylemlerini gerçekleştirebilecekleri ve karşıt anlatıları yayabilecekleri bir kamusal alan olarak değerlendirdiklerini söylemek mümkündür.

Yeni medyanın feminist aktivizme sunduğu olanaklara ilişkin olarak öne çıkan bir diğer kategori bilinç yükseltme/farkındalık oluşturmadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu yeni medyanın feminist dayanışmaya olanak sunduğunu ve dijital ortamdaki bir aradalığın kadınlar arasındaki bağı kuvvetlendirip onları cesaretlendirdiğini düşünmektedir. Katılımcılar, yeni medyanın taciz, erkek şiddeti, cinsiyete dayalı ayrımcılık, sistematik kadın cinayetleri gibi konulara yönelik farkındalıkların oluşmasına da olanak sunduğundan bahsetmektedirler. Bununla birlikte, katılımcıların yeni medya ortamlarının kadınlar arasında daha güçlü bir dayanışmanın kurulmasına olanak sağladığı konusunda hemfikir oldukları da görülmektedir. Bu kapsamda, D.U. yeni medyanın kadınlara kendilerini ifade etme olanağı sunmasının diğer kadınları da harekete geçirdiğini, deneyimlerini anlatan kadınların yalnız hissetmediklerini ve dayanışma kurarak görünür olduklarını belirtmektedir. E.B.'ye göre sosyal medyada feminist bilginin geniş kitlelere ulaşması ve kadınlar arasındaki dayanışma hali, toplumda var olan mağdur suçlayıcılığın azalmasını sağlamaktadır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu, dijital ortamdaki bir aradalığın ve dayanışmanın hem feminizme olan ilgiyi arttırdığı hem de her geçen gün daha fazla kadının kendini feminist olarak tanımlamaya başladığını da eklemektedir.

Tablo 2: Yeni medyanın feminist aktivizme sunduğu olanaklara dair örnek katılımcı ifadeleri



Dijital feminist aktivizme ilişkin katılımcıların üzerinde önemli durdukları bir diğer nokta da adalet arayışı olmuştur. Günümüzde dünyada olduğu gibi Türkiye’de de feminist gruplar, kadın cinayetlerini ve kadına yönelik her türlü şiddeti, mahkemelerde faillere verilen “iyi hal indirimlerini”, ana akım medyanın ilgili içeriklere yeterince yer vermeyişini eleştirmekte ve seslerini dijital ortam üzerinden duyurmaya çalışmaktadırlar. İlgili olarak, katılımcı ifadeleri göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’de dijital feminizmin adaleti sağlama ve faillerin hak ettikleri cezalara çarptırılması adına kamuoyu oluşturmada önemli bir işlev üstlendiğini söylemek mümkündür. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde, Türkiye’de kadın hakları savunucularının ve feminist aktivistlerin her türlü sömürüye, baskıya, saldırıya, şiddete karşı çözüm arama süreçlerinde sosyal medyaya yöneldiklerinden bahsedildiği görülmektedir. Böylelikle kadınlar çeşitli sosyal medya platformları üzerinden kamuoyu oluşturma ve toplumsal yargıyı kendi lehlerine çevirebilme olanağı elde etmektedir. Bu bakımdan katılımcıların özellikle sosyal medyayı kadınların hak mücadelesi ve adalet arayışlarında önemli bir baskı mekanizması olarak değerlendirdiklerini söylemek mümkündür.

Feminist Aktivizmin Yeni Medyada Karşılaştığı Engeller

Katılımcıların yeni medya ortamlarında feminist aktivizmin karşılaştığı engellere dair (1) algoritmalar ve topluluk kuralları (10 katılımcı), (2) troller ve anti-feministler (18 katılımcı), (3) dijital bölünme/uçurum (14 katılımcı) olmak üzere üç ana unsur üzerinde durdukları görülmektedir. Bilindiği üzere, bireylerin kendi görüşlerini destekleyen görüşlere, haberlere, içeriklere, mesajlara, kişilere, sayfalara, reklamlara maruz kalmasına sebep olan algoritmalar, bireyleri farklı görüşlerden mahrum bırakarak toplumsal farklılıklara ilişkin farkındalıklarının oluşmasına engel olmaktadır. Bu durum, “yankı odalarına”, “sınırlı yayıncılığa”, internette yer alan toplulukların kutuplaşmasına ve toplumda zaten var olan eşitsizlikler ile ayrımcılıkların daha da derinleşmesine yol açmaktadır (Şener, 2021, s. 83-84; 81). Konu hakkında çalışmada yer alan katılımcılar da “sansasyonel olmayan” (İ.G) konular dışındaki bazı konularda kendileriyle aynı görüşleri paylaşanlarla konuştuklarına yönelik bir değerlendirme ortaya koymaktadır. Ayrıca algoritmalar ve filtre balonları yüzünden bireysel motivasyonu olmayan ve feminizmle ilgilenmeyen kullanıcıların ilgisini çekebilmenin daha da zorlaştığını eklemektedirler. Buna ek olarak, sosyal medya platformlarında nasıl davranılması gerektiğine ve hangi içeriklerin paylaşılıp paylaşılamayacağına yönelik topluluk kuralları bulunmaktadır. Topluluk kurallarına göre denetlenme, feminist aktivistlerin paylaşımlarının sınırlandırılmasına neden olabilmektedir.

Dijital feminizm pratiklerine bir başka engel ise troller ve anti-feminist gruplardır. Sosyal medya, toplumsal muhalefet için olmazsa olmaz bir iletişim ve örgütlenme aracı haline gelirken ayrımcı görüşlere de nefretlerini yayma, pekiştirme ve benzer düşünceye sahip diğer bireylerle bir araya gelme imkânı sunmaktadır. Çevrimiçi ağlar üzerinden diğer bireylerin tepkisini çekmek için bilerek yanlış ya da kışkırtıcı paylaşımlar yapmayı kapsayan trollük de (Mercimek v.d., 2016, s. 70) bu çabalardan biridir. Görüşülen katılımcıların da sıklıkla üstünde durduğu troller, feminist aktivistlerin çevrimiçi faaliyetlerini zorlaştırmaktadır.

Dijital ortamda feminist aktivistleri ve kadınları taciz eden trollerin ya da anti-feminist grupların, karalamaya yönelik cinsiyetçi hakaretler ve abartılı şiddet görünümlerine yer verme, küfür gibi benzer davranış örüntüleri bulunmaktadır. Tüm bu saldırganlıklar düşmanca bir tavırla ortaya çıkmakta ve bazen doğrudan bir tehdit olarak kendini göstermektedir. Kadınları hedef alan gruplar özelinde bakıldığında ise mesajlar genellikle akılsızlık, histeri ve çirkinlik üzerinden kurulmakta; daha sonrasında ise şiddet içeren cinsel saldırılara yönelik tehdit ve/veya fantezilerle saldırı şeklinde devam etmektedir (Jane, 2012, s. 533). Bu kapsamda katılımcı ifadeleri de dijital ortamda karşılaşılan düşmanca tutumu doğrular niteliktedir. E.B. kendisine gönderilen düşmanca içeriklerden şöyle bahsetmektedir:

Biraz önce Instagram’a gelen bir mesaja baktım. Bir fotoğraf var ve fotoğrafta kaslı bir adam duruyor. Erkek adam dediğin feminist s*kmeli lanet olasılar yazmış adamın sözüymüş gibi. Bunu birisi bize gönderiyor. Mehmet adında bir kullanıcı ki büyük ihtimalle kendi

adı da değil. Çünkü fake (sahte) bir hesap büyük ihtimalle. İnsanlar direkt bir düşmanlıkla bu tarz içerikler gönderebiliyorlar.

Feminist aktivistlerin dijital ortamda karşılaştıkları saldırılar, çevrimiçi taciz ve zorbalığı kapsayan anti sosyal davranışlar olabildiği gibi çevrimdışı taciz ve şiddet tehditlerine kadar uzanabilmektedir (Cheng vd., 2017, s. 1217). Bunu destekler biçimde doğrudan tehdit edildiklerini ifade eden katılımcılarla da karşılaşılmaktadır. Örneğin, M.A. sürekli saldırılara maruz kaldığından bahsetmekte; cinsiyetçi küfürler, aşağılamalar dışında tehditler aldığı da söylemektedir. Bu saldırıların arasında kendisini en çok etkileyen tehdidi şöyle paylaşmaktadır:

Bir şey söylemek istiyorum. Senin ananı avradını, sülaleni gelmişini geçmişini s*kerim. Beni çıldırtma sonu çok kötü olur. Ağzına 50 cm'lik rambo bıçağı sokarım yazmıştı biri mesela. Ben rambo bıçağı nedir, nasıl bir şeydir diye internetten açıp bakıyorum. İşte bu hallerde buluyorum kendimi.

Yeni medya ortamları feministlere çeşitli olanaklar sunmakta, ancak diğer yandan anti-feministlerin de feministleri gözetleyebilecekleri, saldırabilecekleri ve taciz edebilecekleri yeni alanlar yaratmaktadır. Dijital ortamın görünürlük ekonomisine karşı mücadele eden feministler, bir yandan da trollerin yapıcı tartışmaları bozma girişimleri ve anti-feministlerin saldırılarıyla karşılaşmakta; seslerini duyurabilmek için daha fazla çaba harcamak zorunda kalmaktadır. Dolayısıyla, yeni medyada aktivizme katılmak, algoritma ve topluluk kuralları gibi yapısal özellikler nedeniyle karşılaşılan engellerin yanı sıra anti-feministlerin saldırıları ve trollerin manipülasyon, dezenformasyon, provoke edici girişimleri şeklinde de engeller barındırmaktadır. Ayrıca bu durum, kadınların çevrimiçi ortamda güvende hissetmelerinin önünde de bir engel olarak ortaya çıkabilecek ve yeni medyada feminist aktivist eylemlere katılımı zayıflatabilecektir (Jackson, 2018; Megarry, 2020).

Tablo 3: Yeni medyanın feminist aktivizme sunduğu engellere dair örnek katılımcı ifadeleri



Yeni medya ortamlarındaki feminist aktivist eylemlere katılımın önündeki önemli engellerden biri de internete erişimdeki eşitsizlik ve dijital medyayı kullanma becerilerindeki eksiklik olmuştur. Katılımcılara göre, çevrimiçi ortamda aktivizme katılmanın bir gerekliliği olan dijital araçlara ve internete erişim, dijital feminizmin bir sınırlılığı olarak akılda tutulmalıdır. Katılımcılara göre, bu durum sınıfsal bir sorun olmakla birlikte dijital feminizmin kapsayıcılığını da etkilemektedir. Ekonomik sorunlar, kullanım beceri ve eğilimlerindeki farklılaşmalar, dijital feminist aktivizme katılımı doğrudan belirlemektedir. Buradan yola çıkıldığında, çevrimiçi alanların, çeşitli feminist seslerin görünür olmasına olanak sunarken; kamusal söylemlere eşit derecede katılmanın önünde bir engele dönüştüğünü söylemek mümkündür. Araştırmada yer alan katılımcıların çoğu, dijital teknolojilere ve internete erişimin eşit olmamasının dijital feminizmi belirli gruplarla sınırlandırdığı konusunda hemfikirdir.

Dijital Feminist Aktivistlerin Seslerinin Duyurulması İçin Neler Yapılmalı?

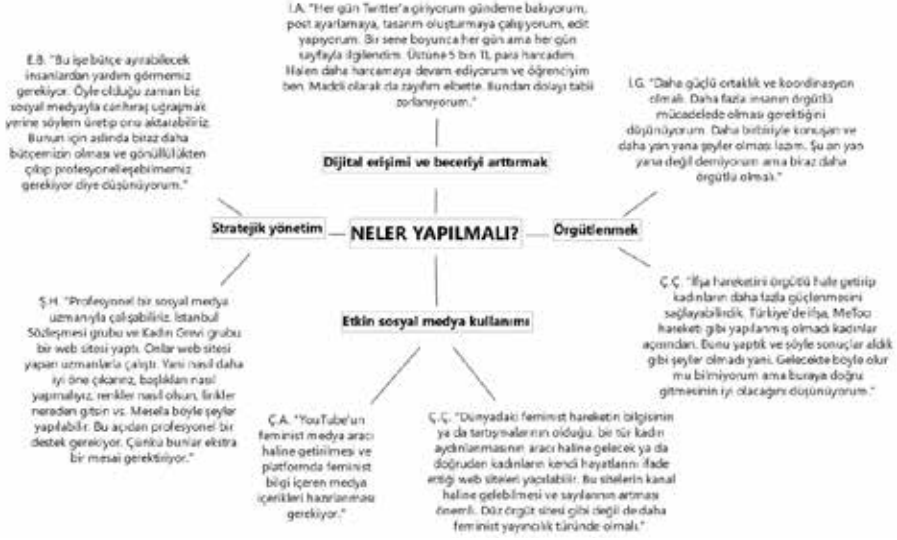
Yeni medya ortamlarının feminist aktivist pratiklere ilişkin olanakları ve engellerinin yanı sıra katılımcılara dijital ortamlarının söz konusu pratikler için nasıl daha etkin kullanılabileceğine yönelik de çeşitli sorular yöneltilmiştir. Bu kapsamda, üzerinde en çok durulan başlıkların daha fazla örgütlenmek ve dijital becerileri arttırmaya yönelik eğitimleri yaygınlaştırmak olduğu tespit edilmiştir. Yukarıda ele alınan katılımcı ifadelerinden Türkiye’de dijital feminist pratiklerin ortak ve koordine bir şekilde hareket etmediği ve sosyal medya kullanımlarında belirli stratejileri olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca sosyal medya platformları her ne kadar ücretsiz bir şekilde erişime açık olsa da aktivist hareketleri gerçekleştirebilmek ve sosyal medyayı daha etkin bir şekilde kullanabilmek, stratejik yönetim (kısıtlı bütçeyi, zamanı, emeği organize edebilmek için) ihtiyacını gerekli kılmaktadır. Bu bakımdan, feminist aktivizmin sesinin duyurulması sürecinde yeni medyadan yararlanabilmek adına derneklerin, genç aktivistlerin, gazetecilerin, resmi oluşumların, örgütlü hareketlerin ve bireysel aktivistlerin bir araya gelerek koordine bir şekilde hareket etmeleri ve dijital pratikleri daha stratejik yürütmeye yönelik ilkeleri belirlemeleri önemli bir adım olarak görülmektedir.

Örneğin, Ç.Ç.’ye göre Türkiye’de dijital feminizm, ifşa hareketleri, kayıp kadınları arama, kadın cinayetlerine karşı kamuoyu oluşturma vb. eylemler üzerinden aktivizmi sürdürürken Avrupa ve Latin Amerika’da daha örgütlü ve stratejik planlarla devam edilmektedir. Katılımcı, Everyday Sexism, MeToo veya Ni una menos gibi örgütlü feminist hareketlere atıfta bulunarak Türkiye’deki dijital feminist pratiklerin “kaç beğeni almışız, ne kadar yayılmışızın dışına çıkarak” feminist örgütlenme yaratabilmenin bir parçası haline gelmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Türkiye’de feminist aktivistlerin ve kadın hakları savunucularının öncelikli amacı yalnızca dijital alanda yer edinebilmek değil dijital medyada da örgütlü ve sürekli mücadeleyi yaratabilmek için bu teknolojileri nasıl daha etkin kullanacaklarına yönelik stratejileri birlikte belirlemek ve bununla ilgili çata oluşumlar oluşturmak olmalıdır.

Ayrıca katılımcılar, feminist aktivistlerin sosyal medya kullanımının da bir strateji çerçevesinde yapılmadığını ve bunun profesyonelleşmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu profesyonelleşme, dijital medya kullanım becerilerinden tasarım süreçlerine, sosyal medya yönetiminden iyi bir sosyal medya yönetiminde hangi araçlara ihtiyaç olduğuna, çevrimiçi ortamda hedef kitleye nasıl ulaşılabacağından dijital medyanın algoritma mantığını öğrenmeye kadar uzanmaktadır. Bu durum, her dijital platformun içerik ve kullanıcı yapısına uygun efektif kullanımı olanaklı kılması bakımından önem taşımaktadır. Yine bu süreçte bütçe eksikliğinin giderilmesi de önemli bir faktör olarak aktarılmaktadır. Katılımcılar, feminist aktivistlerin sosyal medyadaki içeriklerin hazırlanması, grafik tasarım, web sitelerinin kurulması vb. bütçe gerektiren işleri gönüllülük esasında gerçekleştirdiklerini söylemektedirler. Buradan yola çıkıldığında özellikle resmi olmayan, kişisel olarak aktivizmini sürdüren genç aktivistlerin fon ihtiyacı olduğu anlaşılmakta; bu fon ihtiyacı sosyal medya kullanımının profesyonelleşebilmesi için de gereklidir.

Katılımcıların üzerinde durduğu bir diğer konu ise dijital teknolojilerin kullanımına ilişkin eğitimler düzenlemek ve bu eğitimleri geniş kitlelere ulaştırmak olmuştur. Ayrıca bu eğitimlerin çeşitli şemsiye örgütler tarafından düzenlenmesi ya da konuyla ilgili bir çatı kuruluş oluşturulması gerekliliği de vurgulanmaktadır. Buradan yola çıkıldığında, birçok derneğin ve oluşumun kendi çapında bahsi geçen konularda çevrimiçi eğitimler ve konferanslar düzenlediği görülse de bu eğitimlerin sürekliliğinin sağlanabilmesi için şemsiye kurumlar oluşturularak daha geniş kitlelere ulaştırılması ve yerel kadın örgütleriyle iş birliği içerisinde olunması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu durum, dijital ortamda karşılaşılan çevrimiçi taciz gibi sorunların azaltılabilmesi ve dijital güvenliğin feminist öz savunmaya sahil edilerek bütünsel bir söylem yaratılabilmesi açısından da önemlidir.

Tablo 4: Dijital feminist aktivistlerin seslerini yükseltbilmeleri için yapılabileceklerle ilişkin örnek katılımcı ifadeleri



Ek olarak, katılımcıların çevrimiçi ortamları güvenli alanlar haline getirebilmek için atılacak adımların gerekliliği konusunda hemfikir oldukları görülmektedir. Bunlar kapsamında çevrimiçi ortamda karşılaşılabilecek şiddete yönelik dijital güvenlik eğitimlerinin (anonim olabilmek, kişisel verilerin korunması ve veri güvenliği, siber zorbalık, internet hukuku, dijital hak ve sorumluluklar vb.) verilmesinden ve kullanıcıların bu gibi durumlarda hangi adımları izleyebileceğine ilişkin rehberler hazırlanmasından bahsetmek mümkündür. Yine çevrimiçi şiddete maruz kalan kadınların, lgbti+ların ya da kız çocuklarının maruz kaldıkları tacize karşı neler yapabilecekleri, bu ihlalleri nerelere bildirebilecekleri, nasıl raporlandırabilecekleri ve ne tür yardım alabilecekleri konusunda bilgiseller oluşturularak çevrimiçi ortamda güvenli alanlar yaratmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmesi de vurgulanmaktadır. Erişim ve dil engelinin aşılabilmesi için ise kullanıcı merkezli açık kaynak çeviri ağları oluşturulması, feminist politika ile ilgili bilgilerin ve tartışmaların daha fazla kişiye ulaştırılmasının sağlanması ulaşılan öneriler arasındadır.

Tüm bu öneriler çerçevesinde, bilginin daha sistemli yayılabildiği ve birbirinin taklidi olmayan içeriğe erişimi olanaklı kılan dijital platformlarının artırılması ve yaygınlaştırılması da feminist aktivizmin kapsayıcı hale gelebilmesi için belirtilen temel noktalar arasındadır. Böylece, farklı ve mikro düzeydeki seslerin kendilerini anlatabilmeleri ve doğru bilgi temelinde tartışmalara katılabilmeleri de imkanı hale gelebilecektir. Dolayısıyla, hem doğru bilgiye erişim yollarının yaygınlaştırılması hem de konu hakkında bilgi arayan kullanıcıların bilinçlendirilmesi dijital ortamdaki feminist sesin yükseltilebilmesi için bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Çalışma bulgularının gösterdiği üzere, yeni medya, feministler için seslerini duyurmalarına ve söylemlerini görünür kılarak dolaşıma sokmalarına olanak tanıyan karşıt kamusal alanlar olarak görülmektedir. Ayrıca yeni medya, feministlerin dayanışma kurmaları için bir altyapı sunarak kadınlar arasındaki bağın kuvvetlenmesinde ve yanındalık hissinin oluşturularak deneyim paylaşımının olanaklı kılınmasında bir aracı niteliği taşımaktadır. Bununla birlikte, feminist bilginin kamusallaşmasını sağlayan dijital ortam, hem farkındalık yaratılarak feminist bilinç oluşturulması hem de kadın cinayetleri, kadına yönelik şiddet gibi suçlara ilişkin ihtiyaç duyurulan kamuoyu baskısının oluşturulması noktasında önemli bir işlev üstlenmektedir. Dolayısıyla, Türkiye’de feminist hareketlerde yeni medya, bir olayın duyurulması, kadınlar arasında dayanışma kurulması, diğer bireylerde farkındalık yaratarak kamuoyu baskısı oluşturulması gibi geniş bir yelpazede feminist pratikleri gerçekleştirmeye olanak sunarak feminist hareket için kamusal alanı genişleten önemli bir güçtür.

Diğer yandan ilgili literatürün ve araştırma özelinde ulaşılan bulguların gösterdiği üzere, yeni medyada feminist aktivizme katılım, platform özellikleri (algoritmalar, topluluk kuralları), erişim ve kullanım becerileri bakımından farklar/bölünmeler ve kullanıcı kaynaklı (troller ve anti-feministler) nedenler dolayısıyla çeşitli tehditler de barındırmaktadır. Çünkü yeni medya platformları, her ne kadar kullanıcıya görünür olmayı vaat etse de dijital ortamın yapısal özellikleri, algoritma mantığı, dijital bölünme ve çevrimiçi ortamda da giderek yaygınlaşan kadına yönelik şiddet, feminist aktivizme katılımı sınırlandırabilmekte; hatta engelleyebilmektedir. Bu bağlamda ulaşılan bulgulara göre, algoritmaların oluşturduğu fanuslar ve topluluk kuralları, feminist aktivistlerin seslerini diğer bireylere duyurmalarını zorlaştırmaktadır. Yine çevrimdışı eylemlerin bir uzantısı olan kadın düşmanlığı ve kadına yönelik şiddet, çevrimiçi ortamda da giderek artmakta ve bu durum, feminist aktivistlerin saldırılara maruz kalmasına hatta bazı durumlarda doğrudan tehdit edilmelerine dahi sebep olmaktadır. Tüm bunların dışında dijital feminist aktivizme katılımı belirli gruplarla sınırlandırabilecek bölünme ise feminist aktivist mücadelenin sınıfsal niteliğine dikkat çekmektedir.

Söz konusu engellerin azaltılıp olanakların nasıl daha efektif kullanılabilceğine ilişkin çeşitli önerilerden de bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki, dijital ortamı herkese erişebilir kılmak ve bu ortamlarda yeterli düzeyde temsiliyet bulamayan grupların seslerini duyurmalarını sağlamaktır. Ayrıca sadece erişimin ötesinde dijital ortama dair bilgi ve kullanım becerisine sahip olmak da oldukça önem taşımaktadır. Bu bakımdan, daha fazla kadının dijital teknolojilere erişimi sağlanmalı, bu teknolojilerin kullanımına ilişkin eğitimler artırılmalı ve yerel kadın hareketlerinin güçlenebilmesi için çeşitli işbirlikleri yapılmalıdır. Yine bu işbirliklerinin feminist aktivizm sürecinde dijital ortamın nasıl bütünlüklü kullanılabilceğine dair stratejilerle genişletilmesi ve çatı oluşumların hayata geçirilmesi de önem taşımaktadır. Bu kapsamda, derneklerin, genç aktivistlerin, gazetecilerin, resmi

oluşumların, örgütlü hareketlerin ve bireysel aktivistlerin bir araya gelerek koordine bir şekilde hareket etmeleri ve dijital pratikleri daha stratejik yürütmeye yönelik ilkeleri belirlemeleri gerekmektedir. Ayrıca feminist aktivistlerin dijital ortamdaki içerik üretim pratiklerinin de iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü bulgular, bazı dijital platformlarda çok fazla içerik paylaşımı yapılırken bazılarının (YouTube gibi) göz ardı edildiğini ve üretilen içeriklerin çoğu zaman uygun hedef kitleye de ulaşmadığını göstermektedir. Dolayısıyla dijital platformlardaki feminist aktivist içerik üretim sürecinin de profesyonelleştirilmesi gerekmektedir. Bu profesyonelleşme, hem dijital medya kullanım ve tasarım becerilerinin geliştirilmesini hem dijital ortamda medya planlama ve ilgili platform algoritmasının çalışma mantığının öğrenilmesini hem de bütçe ihtiyacının karşılanabilmesini kapsamaktadır. Tüm bunlara ek olarak, çevrimiçi ortamları güvenli alanlar haline getirecek çeşitli politikalar da geliştirilmelidir.

Sonuç olarak, dijital ortamda feminist aktivizme katılmak çok boyutlu, parçalı ve karmaşık bir süreç olmakla birlikte birçok toplumsal pratiği dönüştürebilecek bir niteliğe sahip olması bakımından önem taşımaktadır. Birbirinden farklı özelliğe sahip çok sayıda dijital platform, farklı feminizmler tarafından farklı motivasyonlarla kullanılmaktadır. Bu bakımdan, medya ve feminist aktivizm arasındaki ilişkiyi farklı merceklerden inceleyen çalışmalara ihtiyaç duyulmakta; alanda gerçekleştirilecek her nitelikli araştırmanın feminist aktivist sesin duyurulmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Etik Kurul Onay Bilgisi

İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı'nın 02.06.2021 tarih ve 224760 sayılı kararı çerçevesinde araştırmanın gerçekleştirilmesi etik açıdan uygun bulunmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Katkı oranı birinci yazar için %60, ikinci yazar için %40 olarak belirtilmiştir.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Çalışma herhangi bir destek almamıştır. Teşekkür edilecek bir kurum veya kişi bulunmamaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

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

Kaynakça

- Aksu, O. (2017). Yeni Toplumsal Hareketler Bağlamında Dijital Aktivizm: Dijital Feminizm Örneği. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34.
- Barker-Plummer, B., & Plummer, D. B., (2016). #YesAllWomen, Digital Feminisms, and New Dynamics of Social Change, *International Communication Association*, Fukuoka.
- Bouvier, G. (2022). From 'echo chambers' to 'chaos chambers': Discursive coherence and contradiction in the # MeToo Twitter feed. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 179-195.
- Candemir, D.M. (2020). Türkiye'de feminist hareketler ve dijital aktivizm. *İçinde Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Tarihi: Feminizm*. (Ed. F. Saygılıgil & N. Berber). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Cheng, J., Bernstein, M., Danescu-Niculescu-Mizil, C. & Leskovec, J. (2017). Anyone can beacome a troll: Causes of trolling behavior in online discussions. *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing - CSCW '17*. s.1217-1230.
- Cochrane, K. (2006). The third wave- at a computer near you. <https://www.theguardian.com/world/2006/mar/31/gender.uk> adresinden alındı.
- Crossley, A.D. (2015). Facebook feminism: Social media, blogs, and new technologies of contemporary U.S. feminism. *Mobilization: An International Quarterly*, 2(20), 253-268.
- Dalaman, Z.B. (2020). Türkiye ve Tunus'ta Feminist Alternatif Medya ve Kadın Hareketi. İstanbul: Milenyum Yayınları.
- Dumitrica, D. & Felt, M. (2020). Mediated grassroots collective action: Negotiating barriers of digital activism. *Information, Communication & Society*, 23(13), 1821-1837.
- Edwards, L., Philip, F. & Gerrard, Y. (2019). Communicating feminist politics? The double-edged sword of using social media in a feminist organization. *Feminist Media Studies*, 1-18.
- EverydaySexismProject. (tarih yok). <https://everydaysexism.com/> adresinden alındı.
- Fotopoulou, A. (2016). Digital and network by default? Women's organisations and the social imaginary of networked feminism. *İçinde Feminist Activism and Digital Networks: Between Empowerment and Vulnerability*. (Ed. A. Fotopoulou), London: Springer Nature.
- Gül-Ünlü, D. & Kesgin, Y. (2021). Tavşan deliği ve siyasal radikalleşme: YouTu-

be kullanıcı önerileri üzerinden bir değerlendirme. İçinde Gelenekselden Dijitale Siyasal İletişim Çalışmaları. (Ed. Aslı Aydemir), Konya: Eğitim Yayınevi, s.67-78.

Jackson, S. (2018). Young feminists, feminism and digital media. *Feminism & Psychology*, 28(1), 32-49.

Jane, E.A. (2012). "Your a ugly , whorish, slut" Understanding E-bile. *Feminist Media Studies*, 14(4), 531-546.

Jouët, J. (2018). Digital feminism: Questioning the renewal of activism. *Journal of Research in Gender Studies*, 8(1), 133-157.

Keller, J. (2016). Making activism accesible exploring girls' blogs as sites of contemporary feminist activism. İçinde *Girlhood and the Politics of Place* (C. Mitchell, & C. Rentschler), New York: Berghahn Books, s.262-278.

Keller, J., Mendes, K. & Ringrose, J. (2016). Speaking unspeakeble things: Documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27(1), 22-36.

Linabary, J.R., Corple, D.J. & Cooky, C. (2020). Feminist activism in digital space: Postfeminist contradictions in #WhyIStayed. *New Media & Society*, 22(10): 1827-1848.

Megarry, J. (2020). *The Limitations of Social Media Feminism No Space of Our Own*. Cham: Palgrave Macmillan.

Mendes, K., Ringrose, J. & Keller, J. (2019). *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*. Oxford: Oxford University Press.

Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236–246.

Mercimek, B., Yaman, N.D., Kelek, A. & Odabaşı, H.F. (2016). Dijital dünyanın yeni gerçeği: Troller. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 66-77.

Munro, E. (2013). Feminism: A fourth wave?. *Political Insight*, 4(2), 22–25.

Şen, A. F., & Kök, H. (2017). Sosyal medya ve feminist aktivizm: Türkiye'deki feminist grupların aktivizm biçimleri. *Atatürk İletişim Dergisi*, 73- 86.

Şener, G. (2021). Algoritmalara karşı aktivist taktikler. İçinde *Algoritmaların Gölgesinde Toplum ve İletişim*. (Ed. Oğuz Kuş). Ankara: Alternatif Bilişim. s.81-97.

Valenti, J. (2009). Questions for Jessica Vaalenti: Fourth-Wave Feminism. <https://nyti.ms/3yJTG6T>.

We are social, (2020). *Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media*. [shorturl.at/EGNV5](https://www.egnv5.com).

Araştırma Makalesi / Research Article / Article de Recherche

Mapping Anti-Diyanet Oppositional Publics During the 2018 Deism Controversy on Turkish Twitter

Ivo Ozan Furman

Assistant Prof. Dr.

Faculty of Communication, Bilgi University

ivo.furman@bilgi.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7538-2694

Kaya Akyıldız

Assistant Prof. Dr.

Faculty of Communication, Bahçeşehir University

kaya.akyildiz@eas.bau.edu.tr

ORCID: 0000-0002-9586-5386

Abstract

Amidst rumors that deism - a form of agnosticism that rejects organized religion - was becoming popular amongst students attending religious schools in Turkey, Ali Erbaş, the head of the Religious Affairs Directorate, made a public statement wherein deists were described as adhering to “a perverse and heretic philosophy”. Soon afterwards, social media was abuzz with responses to Erbaş’s controversial statement. Using computational data collection strategies to amass a dataset of 21,674 tweets sent out by 15,226 distinct Twitter users within 48 hours of the event, this study examines the positions and themes through which the controversy was discussed on Twitter. It relies on both qualitative analysis as well as social network analysis to present evidence on how the controversy turned the Turkish Twittersphere into a temporary dialogical space for the a) enunciation of “deconversion narratives” from Islam, b) expression of grassroots civil activism attempting to hold government actors accountable for Erbaş’s comments, c) voicing of rationalized collective critique towards the policies of Ali Erbaş and the Diyanet.

keywords: religion in turkey, deism, Twitter, computational methods, social network analysis, content analysis.

Résumé

Cartographier les publics opposés à Diyanet lors de la controverse au sujet du déïsme en 2018 sur Twitter turc

Au milieu des rumeurs selon lesquelles le déïsme - une forme d'agnosticisme qui rejette la religion organisée - devenait populaire parmi les étudiants fréquentant les écoles religieuses en Turquie, Ali Erbaş, le chef de la Direction des affaires religieuses, a fait une déclaration publique dans laquelle les déïstes étaient décrits comme adhérant à "une philosophie perverse et hérétique". Peu après, les médias sociaux ont été envahis par les réactions à la déclaration controversée d'Erbaş. En utilisant des stratégies de collecte de données computationnelles pour rassembler un ensemble de 21 674 tweets envoyés par 15 226 utilisateurs distincts de Twitter dans les 48 heures suivant l'événement, cette étude examine les positions et thèmes à travers lesquels la controverse a été discutée sur Twitter. Elle s'appuie à la fois sur une analyse qualitative et sur une analyse de réseaux sociaux pour montrer comment la controverse a transformé la twittersphère turque en un espace de dialogue temporaire pour a) l'énonciation de "récits de déconversion" de l'islam, b) l'expression d'un activisme civil de base tentant de rendre les acteurs gouvernementaux responsables des commentaires d'Erbaş, c) l'expression d'une critique collective rationalisée à l'égard des politiques d'Ali Erbaş et de la Diyanet.

mots-clés : religion en Turquie, déïsme, Twitter, méthodes informatiques, analyse des réseaux sociaux, analyse de contenu.

Öz

2018'de Türkiye Twitter'ında Diyanet Karşıtı Muhalif Kamusalılıkta Vuku Bulan Deizm Tartışmasını Anlamak

Deizmin Türkiye'de imam hatip okulu öğrencileri arasında yaygınlaştığına dair tartışmalar sürerken Diyanet İşleri Başkanı Ali Erbaş 12 Nisan 2018 tarihinde deistleri "sapık ve batıl felsefi bir düşüncenin takipçileri" olarak tanımladığı bir açıklama yaptı. Açıklamanın ardından sosyal medya, A. Erbaş'ın beyânatına verilen sert tepkiler ve kısmen de olsa destek açıklamalarıyla dolup taştı. Erbaş'ın açıklamasının tetiklediği bu tartışmayı anlamlandırabilmek amacıyla Twitter'da beyâattan sonraki 48 saatlik süreyi mercek altına almaya karar verdik. Sayısal veri toplama yöntemlerini kullanarak elde ettiğimiz 15.226 farklı Twitter kullanıcısına ait 21.674 tweetten oluşan bir veri seti ile tartışmada gündeme gelen temaları ve alınan pozisyonları analiz ettik. Hem niteliksel içerik analizi, hem de sosyal ağ analizi kullanarak gerçekleştirdiğimiz araştırmamızın bulguları, Twitter'da A. Erbaş'ın tetiklediği deizm tartışması vesilesiyle 3 temel sonucun ortaya çıktığını göstermektedir. Bu sonuçlar şöyleözetlenebilir: a) Twitter "dinden (Sünnî İslâm) dönme hikâyeleri"nin dile getirildiği geçici bir diyalojik alana dönüşmüştür; b) Twitter A. Erbaş'ın ve Diyanet'in politikalarına yönelik eleştirileri yapabilmek bir fırsat penceresi açmıştır; ve c) Twitter kullanıcıları A. Erbaş'ın açıklamalarından sadece A. Erbaş'ı değil hükümet aktörlerini doğrudan sorumlu tutmuştur.

anahtar kelimeler: Türkiye'de din, deizm, Twitter, sayısal yöntemler, sosyal ağ analizi, içerik analizi

Introduction

It can be argued that the so-called “deism controversy” began on the 17th of March 2018, when a talk given by conservative Islamic theologian İhsan Fazlıoğlu was leaked onto the Internet. In his talk, Fazlıoğlu (2018) tells of his encounters with growing numbers of pious university students who have turned away from Islam to become atheists. He argues that this transformation has been caused by “the actions of those who represent Islam in public” and accuses religious authorities of setting a bad example for the youth. Fazlıoğlu concludes by warning of serious consequences if no action is taken against the growing tide of unbelief amongst the pious youth of Turkey.

Soon after Fazlıoğlu’s talk, the findings of a report commissioned by the Konya Directorate of National Education were presented in a workshop titled “Youth and Faith”. The findings of the report (2018) suggests that deism, a form of agnosticism that rejects the teachings and practices of organized religion, is spreading amongst pious youth attending religious Imam Hatip schools. Furthermore, the report suggests that the main cause behind this trend is the inconsistency between official curriculum and daily religious practices. Youth undergoing religious education find it hard to associate with the official theological curriculum and as a result, begin to feel alienated and disenfranchised from Islam. However, as interviews included in the report demonstrate, rather than giving up on organized religion wholesale and becoming atheists, youth alienated from official Islamic education begin to define themselves as deists. Within the context of the report, deism is defined as both a religious philosophy rejecting the practices of Islam while retaining monotheistic belief as well as a form of adolescent angst. In the case of the latter, the report presents conversion into deism as a rebellious response to the current hegemony of pious conservatism in Turkish society, drawing a parallel to the trend of youth from secular families becoming pious in previous decades. Fatigue from the demands of Islam, or what has been described by theologian Ayşe Böhürler (2017) as “religion fatigue” is presented as a key catalyst for conversion into deism. The report concludes by proposing that deist youth find it particularly difficult to associate with theological teachings that refer to issues such as ethics, fate, and social deviance.

The report made national headlines on the 4th of April after conservative media pundit and columnist Elif Çakır (2018) published a newspaper article citing its findings. In the article, she accuses public authorities of preaching a form of Islam that is not only outdated but also inconsistent with their own behavior in public. In her concluding remarks, she writes, “when wanting to bring up a pious, conservative youth, did we end up creating a deist generation?”. In the days following the publication of Çakır’s article, a few politicians and religious authorities felt obliged to make public statements about deism.

In the first of these statements, Devlet Bahçeli (2018), leader of the ultra-nationalist Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), criticized the findings of the report and suggested that deism is a conspiracy against the Turkish nation. Subsequently, President Recep Tayyip Erdoğan interrupted a Justice and Development Party (Adalet ve Kalkınma Partisi, AKP) parliamentary hearing to call upon İsmet Yılmaz, the minister responsible for education, and inquired about the published report. Soon after, the minister publicly declared the findings of the report to be bogus and stated that the AKP's opinion on the matter was in line with Devlet Bahçeli's earlier statement. Yet one can argue that the proverbial straw that broke the camel's back occurred on the 12th of April, after the comments made by Ali Erbaş, the President of Religious Affairs (Diyanet İşleri Başkanlığı, from here on referred to as Diyanet) on the 12th of April. Towards the end of a program on TRT Haber (a state television channel), Erbaş (2018) claimed that:

No individual of our nation would ever give the benefit of the doubt to such a deviant and heretic belief. No one dares slander our nation, our youth. After this statement, I doubt that any of our youth will consider following this deviant and heretical philosophical thought.

In his statement, Erbaş declared deism to be a form of both "superstition" (batıl inanç) and "heresy" (sapkınlık). Only hours after these comments, deism became a national trending topic on Twitter, with thousands of tweets being posted in response to Erbaş's comments.

We believe that the deism controversy is important insofar as it signals both a break and a continuity with historical trends. On one hand, it can be seen as a continuation of the Turkish state's intervention in the religious sphere. Historically speaking, the Turkish state has used the Diyanet to apply pressure on individuals and communities it considered to be threats to the nation building project. Yet the situation of other religious (like Alevis) or non-religious communities have dramatically worsened in the past decade. This has led scholars to describe Diyanet's current policies as "Sunni Supremacist" (Akyıldız, 2022). These policies as well as the current government's uncompromising defense of Sunni Islam has led to a public backlash and the emergence of oppositional social groups. With mainstream mass media almost entirely under the control of pro-government corporations and business circles, Twitter has inevitably become the main arena for the expression of oppositional reactions to the Diyanet and state-imposed religiosity. As such, this study offers a snapshot into both the discursive content as well as the communicative network through which opposition to the religious policies of the state is articulated on Twitter.

Using computational data collection strategies to amass a dataset of 21,674 tweets sent out by 15,226 distinct Twitter users within 48 hours of the event, this study examines the positions and themes through which Erbaş's comments were discussed on Twitter. It relies on both qualitative content analysis as well as social network analysis to present evidence on how

Erbaş's controversial comments turned the Turkish Twittersphere into a temporary dialogical space for the a) enunciation of "deconversion narratives" from Islam, b) expression of grassroots civil activism attempting to hold government actors accountable for Erbaş's comments, c) voicing of rationalized collective critique towards the policies of Ali Erbaş and the Diyanet. The concluding remarks to this article connect the controversy surrounding Erbaş's comments to a wider discussion on hegemony, religion, and non-conformism in contemporary Turkish society.

Religion in Contemporary Turkey

In secular regimes, the relationship between state authority and its citizens is expected to be democratic in nature when it comes to religion, rituals, and religiosity. For this matter, freedom of belief/religion and freedom from belief/religion all existed within the same body of freedoms and rights. The state authority in this sense plays the role of protector and arbiter at the same time. The state is not supposed to impose any form of religion or non-religion, it must refrain from any gesture or policy that would look like it is prioritizing certain groups and their beliefs.

Despite being a secular regime, the modern Turkish state has tried through various ways to regulate religion. The Directorate of Religious Affairs (Diyanet) was founded in 1924 to control the religious field and to teach a desired version of Sunni Islam to citizenry, "good Islam" (Azak, 2010). Although it is financed by taxpayers, the Diyanet as an institution never catered non-Muslims, Alevis, deists, atheists, or any other non-Sunni group since its foundation. The creation of "good" Sunni Muslim citizens was the goal of state authority and Diyanet was the tool to perform this task. During its early years, ordinary Sunni citizens were mostly satisfied with Diyanet while certain Islamists were highly critical of its mission to impose a state-centric understanding of Muslim Sunniness on the Turkish population. On the other hand, non-Sunni Turkish citizens tended to be dissatisfied with the discriminatory policies of Diyanet. The state's imposing its own form of acceptable Sunni Islam on its citizenry through Diyanet has made religion always a controversial subject in contemporary Turkey. This was more or less the state of affairs in Turkey until the authoritarian turn of the AKP (Tuğal, 2016).

With the consolidation of the AKP's grip over the state and consecutive electoral victories from 2010 onwards, the state budget allocated to the Diyanet began to gradually increase, leading to what some describe as the golden age of the Diyanet (Lord, 2018). It is during this period that the number of religious İmam Hatip schools increased in unprecedented numbers, and large numbers of academically unsuccessful students were directed to these schools. The appointment of Ali Erbaş in 2017 as the head of the Diyanet led to the intensifica-

tion of state imposed religious indoctrination on the Turkish public.¹ After the appointment of Erbaş, the Diyanet began to be more visible in public and institutionally asserted itself in areas that it had not previously been involved in. The increasingly religious nature of the Turkish state was compatible with the AKP's "New Turkey" vision to produce a religious, conservative Sunni citizenry.²

The aspirations of the AKP to establish a new religious status quo within Turkish society have also led to oppressive religiosity, polarization, and corrupt conservative elites. These aspirations have also led to "religious fatigue".³ Hence, the controversy around deism needs to be understood as a reaction by pious conservative youth to this new wave of state-sponsored Islamization from above. As such, we argue that deism signals deep discontent with increased visibility of Islamic piety by pro-government public figures as well as the Diyanet not by the secular segments of society but rather by youth subjectivized within the framework of "New Turkey". As such, deism needs to be understood as a reactionary identity to the cultural policies imposed by the government through institutions like the Diyanet. It is likely that the AKP sees deism as an existential threat to the monopoly they've established over the hearts and minds of the pious conservatives. This makes deism a particularly noteworthy topic of study within the context of religion and non-conformism in contemporary Turkey as it offers evidence that AKP's hegemonic project is not as successful as some imagine it to be.

Deism can be defined as "(...) a sense of religion that is based on reason, not on authority (revelation), ignoring the natural direction of religion". It is a "rationalist doctrine" that accepts God as only the first cause and does not know any qualities and powers to God. It is a philosophical system that rejects all religions and believes in only a limited understanding of God" (Başçı 2018:33). Academic studies about the subject tend to focus on the historical genealogy of deist beliefs in Turkey or how deism constitutes a break from orthodox Islamic belief (see for instance, Dormen, 2021; Düzgün, 2021; Kardaş, 2022). Rather than discussing the historical or theological aspects of the controversy, our study chooses to adopt a media studies approach. In doing so, our study focuses on social media and more specifically on Twitter. It contributes to our understanding

1 Compared to predecessor directors, Ali Erbaş proved to be an extremely polarizing figure, often making controversial actions and discriminatory remarks in public. For instance, during the 2018 Hagia Sophia mosque opening, Ali Erbaş delivered a sermon (hutbe) holding a sword wherein he indirectly targeted Mustafa Kemal Atatürk, the founder of the republic. Some argue his behavior in public resembles an Ottoman Shaykh al-Islam (Şeyhülislam) rather than a state bureaucrat.

2 For a detailed analysis about "New Turkey" please check the introduction of Hecker, Furman and Akyıldız's *The Politics of Culture in Contemporary Turkey* (2022).

3 The concept of religious fatigue has been formulated by Necdet Subaşı (2017) and influential conservative such as Ayşe Böhürler, Elif Çakır and Nihal Bengisu Karaca. Religious fatigue is generally used to describe the state of apathy or weariness towards organized religion, religious institutions, beliefs, and practices. Necdet Subaşı amongst others have argued that religious fatigue is both causing more general disassociation from Islam amongst conservative youth in Turkey. Fatigue from Islam is also the reason as to why deism is spreading in Turkish society.

of how Twitter users challenge pious conservatism and official state discourses on the freedom from belief in Turkey.

Twitter in Turkey

In media studies literature, Twitter is widely seen as an arena wherein public discourses are created, and maintained or contested (Bruns & Burgess, 2016). The platform's affordances (particularly microblogging, hashtags, and retweeting) facilitate the instantaneous circulation of media content at a massive scale. Furthermore, the networked structure of communication on Twitter is characterized by asymmetrical connections and different ways of interaction (i.e., tweeting, retweeting, mentions, and replies) and facilitates the formation of networked publics on the basis of ad hoc issues (Bruns & Moe, 2014). Here, it is argued that the emergence of social media platforms like Twitter created the possibility for hitherto passive and silent audiences to aggregate collectively online (Arvidsson et. al, 2015) and form networked public(s) (Boyd, 2011). Regardless of longevity or potential to create lasting socio-political change, it has been demonstrated that networked publics are able to influence public discussions for short periods of time within a wide variety of contexts including natural disasters (Sakai et al., 2010), terror attacks (Eriksson, 2016), elections (Al-saqaf & Christensen, 2019) or protests (Özduzen & McGarry, 2020; Siapera, 2014).

Scholars familiar with Turkish society need no introduction on how Twitter usage has exploded throughout the country since the 2013 Gezi Park Protests. Although the numbers are not fully accurate, it is estimated that out of Turkey's 85 million population, around 69 million are active social media users (We are Social 2022).⁴ As of January 2022, there were roughly 16.10 million regular Twitter users (We Are Social, 2022).

Academic research on Twitter usage in Turkey indicates that most use the medium to follow the public agenda and access information not normally found on mass media (Sözeri C., 2011). This is perhaps because Twitter, as a micro-blogging service, is well suited for the fast and efficient sharing of information (Kwak et al. 2010). It offers the possibility to construct an alternative to mass media narratives and valorize the voice of marginalized political actors operating in asymmetric environments overdetermined by the political economy of mass media (Murthy, 2011).

The ability of Twitter users in Turkey to produce counter-narratives to the establishment has been particularly well documented (see Tunç, 2014). Although the establishment has been relatively slow to catch up, politicians, activists, opinion leaders and journalists have begun to use the platform for political means. In this respect, it can be argued that the political establishment have only just started to understand the importance of Twitter within the daily routines of millions of

4 <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>

people in the post-Gezi period. Reaching out to their respective audiences directly and without the help of mass media, actors such as activists, academics, analysts and journalists attempt to manage perceptions and influence public opinion.

Another category of Twitter users who have appeared in the post-Gezi period are political trolls (Bulut and Yörük, 2017; Saka, 2018). Either voluntary or employed, trolls use Twitter as a space to feverishly conduct propaganda on behalf of the political or religious movements they belong to (Sözeri E.F 2015; Ural 2021). Evidence from the dataset collected for this study suggests that all the actors mentioned above were active on social networks emerging around Ali Erbaş's controversial statement.

Computational Methodologies and Twitter Research on Turkey

Before proceeding further, it is important to note that using computational methodologies for online research is a relatively new phenomenon (see Puschmann and Burgess, 2014). Increasing public availability of online digital data as well as the advent of automated data collection techniques challenge, in a very radical way, the standard research practices within the social sciences, and the application of these practices to digitized, online environments. As Savage and Burrows (2007) have argued, social science methodologies have not adequately risen to the challenge of confronting the possibilities afforded by abundant online data. Accordingly, both call upon social science researchers to develop innovative methodologies that use social media platforms as a resource (Burrows and Savage 2014). Over the past decade, a new generation of methodologies stemming from very different disciplines have led to the creation of what can be broadly described as computational social science (Cioffi-Revilla, 2014; Lazer et al., 2009).

Although the deeply interdisciplinary nature makes it difficult to present a definite bibliography of literature about computational methodologies, Giglietto et. al (2012) provides a useful analytical framework to situate these methods. Their paper proposes that the new wave of computational methodologies is distinguished from ethnographic and statistical approaches by their reliance on algorithms to optimize the analysis of large-scale datasets (Giglietto et. al, 2012:147). As such, computational methods refer to the study of social phenomena using digitized information as well as methods drawn from computer science (Furman 2022).

In contrast to international trends, Twitter studies that use applied social network analysis remains an emerging subfield within Turkish media studies research. Social network analysis tends to be mostly used to study news, political polarization and agenda setting on Twitter. For instance, Demir and Ayhan (2020) apply SNA to map agenda setters active in the Turkish Twittersphere. İspir and Deniz (2017) deploy SNA to analyze the impact of newspaper columnists on the

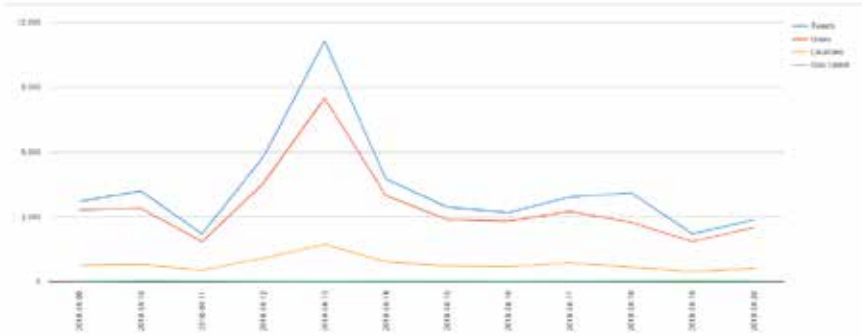
Twitter agenda during the November 2015 general elections. Similarly, Doğu and Mat (2019) use SNA to test whether news media in Turkey can still set the political agenda in a highly polarized political environment. In their study, they apply the network agenda-setting model to Twitter and compare the issues on the media and political agendas in Turkey. Another study by Doğu (2017) uses the SNA approach to map out Turkey's polarized news media landscape in the aftermath of the Gezi protests. Furman and Tunç (2019) use SNA to explore political polarization within the context of the 2017 Constitutional Referendum. Irak (2016) uses SNA to map political concentration in Turkey's public media by means of an analysis of the Twitter interactions of Anadolu Agency (AA) board members, between August 2011 and February 2015.

The study of networked social movements on Twitter is another area where one can find Turkish media studies adopting the SNA approach. Doğu (2019) uses SNA to map the framing practices of actors involved in Cerattepe ecological protests. In a similar manner, Kobak (2022) uses SNA to explore hashtag activism and map actors involved in a local Twitter initiative to ban Tictoc usage in Turkey. Sevgi (2021) applies SNA to compare worker union activities in Turkey and the Netherlands. Lastly, Büyük and Bozkurt (2020) apply SNA to explore networked resistance on Twitter against the 2016 coup attempt in Turkey.

The data collection methodology used in this study relies on TCAT, an adaptation of the open-source Twitter Capture and Analysis Tool (see Borra and Reider, 2014). The Twitter Capture and Analysis Tool (TCAT) platform allows data collection strategy based on hashtags/keywords and has a number of in-built features which provide basic frequency-based metrics as well as statistical analysis.

Prior to Ali Erbaş's statement, data collection from Twitter had already begun on the 4th of April, with a list of hashtags and keywords that were related to the themes of deism and atheism conversations on Twitter. A snowballing technique based on co-occurrence of hashtags was used to compile this list. Using TCAT, 21,674 tweets sent by 15,226 unique users within 48 hours of Ali Erbaş's statement were retrospectively identified. This figure corresponded with the sharp increase of tweets observed between the 12th and 14th of April 2018 (graph 1). Yet at the same time, one can see that the response to Erbaş's comments weakens within 48 hours of the event. This seems to be in line with Ural's (2021) observation that the capacity for Turkish online public to generate long lasting counter-discourses on Twitter is limited, making them ephemeral, volatile, and episodic in character.

Figure 1: Tweet and user activity for atheism / deism debates between 9.4.2018 - 20.4.2018. The spike in the middle corresponds to the period immediately after Erbaş’s comments.



An important characteristic of Twitter is that it offers a range of different interactions, both amongst users and between users and tweets. Within the scope of this paper, mention networks as well as status reply chains are included in the analysis. A mention network connects users if one has mentioned another in a tweet and includes tweet replies. On the other hand, a status reply chain connects users if one has replied to the status update of another. Both networks are directed which means that the relationship between two nodes is non-reciprocal (Watts and Strogatz, 1998).

To measure patterns of communication, social network analysis (SNA) was applied to the collected dataset. Social network analysis focuses specifically on identifying and forecasting connections, relationships, and influence among individuals as well as groups. It is mostly based on the visualization of the “who is following who?” graph that highlights the structure of the network’s relationships (Grandjean, 2016). The SNA approach has proven to be particularly popular within the realm of Twitter research, with much of the empirical studies focusing on the networks and patterns of interaction that emerge from user engagement with specific hashtags or keywords.

Alongside social network analysis, qualitative content analysis techniques were also applied to study content tweeted in the aftermath of Erbaş’s comments. Content analysis can be defined as “the systematic, objective, quantitative analysis of message characteristics” (Neuendorf, 2017). It is an approach that examines the symbolic connotations in media texts, thus encouraging an in-depth understanding of a particular context (Krippendorff, 2018). As such, one can argue that qualitative content analysis is concerned with “meaning and interpretation of symbolic material,” where the context helps determine meaning through an iterative procedure (Schreier, 2012, p. 173). Accordingly, the symbolic and contextual qualities of qualitative content analysis make it the perfect counterbalance to SNA, which prioritizes relationality over attributes.

One issue impeding the application of qualitative content analysis was the large number of duplicate messages and retweets (RT) in our dataset. A filtering process was introduced to resolve this issue and eliminate unwanted tweets. Therefore, all duplicates and retweets as well as any non-Turkish tweets were eliminated from the dataset. After filtering, 5325 tweets remained. The remaining data was fed into MAXQDA, a software designed for qualitative research, for manual collaborative coding. In keeping with ethical guidelines outlined for Twitter research (see Williams et. al, 2017), no data from private accounts were used in this study. Private accounts on Twitter are accounts that have restricted access to their tweets and information. When an account is set to private, only the people who follow that account can see the tweets and information that it shares. On the other hand, public accounts on Twitter are accounts that are open to the public and anyone can see the tweets and information that they share. This means that anyone can view the tweets, follow the account, and engage with the content shared on the account.

Multiple coders were used to ensure coding reliability. The coders were primarily from social science backgrounds and had in-depth knowledge of contemporary Turkish society, effectively allowing them to work with intercoder reliability. Yet particular attention was paid to identifying areas of disagreement between coders and retaining consistency over time.

Results and Analysis

Content analysis of tweets in the dataset reveals that the deism controversy opened a space for the circulation and enunciation of what Théo Malçok describes as “deconversion narratives”.⁵ In his ethnographic study (2022), Malçok suggests that deconversion is something experienced by those born into faith, rather than those who come from irreligious backgrounds. Building on this, he argues that these narratives are important insofar as they open the path to a form of secularization wherein authentic (ir)religious identities are built upon on the premise of personal choice rather than inherited confessional traditions. As such, during public debates on religious/confessional identities, deconversion stories provide a strong response (or an alternative) to the argument of the belief in God is something “natural” or that atheism is ontologically impossible.

In Malçok’s work, one common leitmotif of deconversion narratives is that the theological aspect of religious disaffiliation is emphasized at the expense of sociological context. In other words, deconversion is presented as something caused by religion and not society. Furthermore, deconversion narratives tend to follow certain structural patterns; there often are several catalysts that cause the protagonist to quit organized religion. For instance, one interviewee (“Emre”) in

5 According to Malçok, the term “deconversion” was first used by Richard Dawkins Foundation’s website to describe personal stories of religious disaffiliation. In his research, Malçok borrows the term to describe religious disaffiliation in Turkey.

Malçok's article (2022, p. 12) discusses three events that led him to renounce his faith and quit a tarikat: endless controversies about metaphysical issues with his master, the re-reading of the Quran in Turkish, and the encounter of internet forums discussing atheism.

In contrast to the deconversion narratives featured in Malçok's research, society, and politics (namely the AKP, Diyanet and political Islam) are frequently cited as the primary catalysts for deconversion in our Twitter dataset:

After "armored Mercedes" Mehmet [former head of Diyanet], as students of Fatih - Çarşamba Imam Hatip high school, decided to become deists.

After Erbaş's statement, I also decided to become a deist. Whatever you call perversion is a good thing. How come you do not criticize those [...] wanting to marry a 6-year-old child, those who steal, those who harbor sick thoughts towards their mothers.

I became a deist with the AKP. That was their biggest contribution. I learned from you that religion is an instrument to rob, exploit, rob and deceive. Allah is mine, you can keep religion! [Allah benim, din sizin olsun!]

I'm a #deist because of these freaks. The AKP is something temporary. Religion and the prophet are also the same. There is even a verse in the Quran about this. Stay strong and even if you lose everything don't lose faith in the #Creator!

After seeing what the AKP's understanding of religion looked like, I became a deist. Out of #courtesy

I'm not an extreme deist-atheist. I even sometimes go to Friday prayers so that my family will be happy. What is true however is that Islam lost its legitimacy in this country on the day it was turned into ideology.

This is important insofar as it suggests that the catalyst for deconversion stems from political rather than religious motives. In other words, loss is not caused by the demands of Islam per se, but instead by the demands of a regime which instrumentalized religion and tries to impose a form of governance mandated by the tenets of religion. While tweets are not "full" or complete narratives, their demarcation of politics as the catalyst for deconversion suggests a break with the ethnographic findings of Malçok's study. Accordingly, one may argue that the perceived anonymity and safety of Twitter created the conditions for users to openly express identities and their true opinions about subjects in a manner that might be unsuitable or taboo in public life. In any case, the deconversion tweets in our dataset need to be understood as anti-conformist statements for those coming from conservative, pious backgrounds. Similar to the images of unveiling posted under #10yearchallenge hashtag (Çavdar, 2021), the rejection of

organized religion is a provocation meant to irk those pertaining to pious conservative ideology of the AKP regime. Furthermore, these tweets play to the politics of (in)visibility, contesting the silence of mass media around this topic.

This silence around the topic of deism is largely caused by the pressure of politics on mass media institutions in Turkey. As numerous commentators (Baybars-Hawks, 2012; Yeşil, 2018) have repeatedly pointed out, mainstream mass media is almost entirely under the control of pro-government corporations and business circles. Furthermore, an increasingly draconian and security oriented legalistic framework makes it extremely difficult for journalists working in mass media to pursue any form of news coverage that goes beyond kowtowing to ideological boundaries delineated by the state regulatory institutions such as RTÜK or the Directorate of Communications. As a result, the public backlash to Erbaş's comments were mostly ignored by mainstream media outlets. Instead, social media became the primary (and only) space wherein the public were able to tell their stories and speak for themselves. As such, stories of de-conversion and enunciations of deist identity on Twitter are in fact, thinly veiled contestations of hegemonic social exclusion from Turkey's public sphere.

The silence of both Ali Erbaş's personal and Diyanet's institutional Twitter accounts in the aftermath of Erbaş's comments made it impossible for Twitter users to directly confront either actor via replying to their status updates. Instead, users expressed their reactions through the mentions (@). On Twitter, a mention is a tweet containing another account's username anywhere in the body of the post. Mentions are used to a) get the attention of another Twitter account, b) draw public attention to another Twitter account, c) reply to another user's post or d) as a matter of "tagging" a user in a post (i.e., to say that "I was here"). Evidence from our dataset suggests that mention tweets were used as a ruse to attract the attention of both Ali Erbaş's personal and Diyanet's institutional Twitter accounts as well as draw the attention of other users to the ongoing controversy. The following examples help illustrate how mentions were used in this manner:

@DIBAliErbas how dare you call me a pervert? #deism

@diyanetbasin @DIBAliErbas Damn those who attack others' beliefs. There are millions of deists in this country #DiyanetKapatılsın

@diyanetbasin @DIBAliErbas deism, atheism, agnosticism, are not perversions but freedoms of belief and non-belief. If you are looking for perverts, check the Ensar Foundation right under your nose.

@diyanetbasin @DIBAliErbas Have you considered becoming a deist? It would chill you out a little, I recommend.

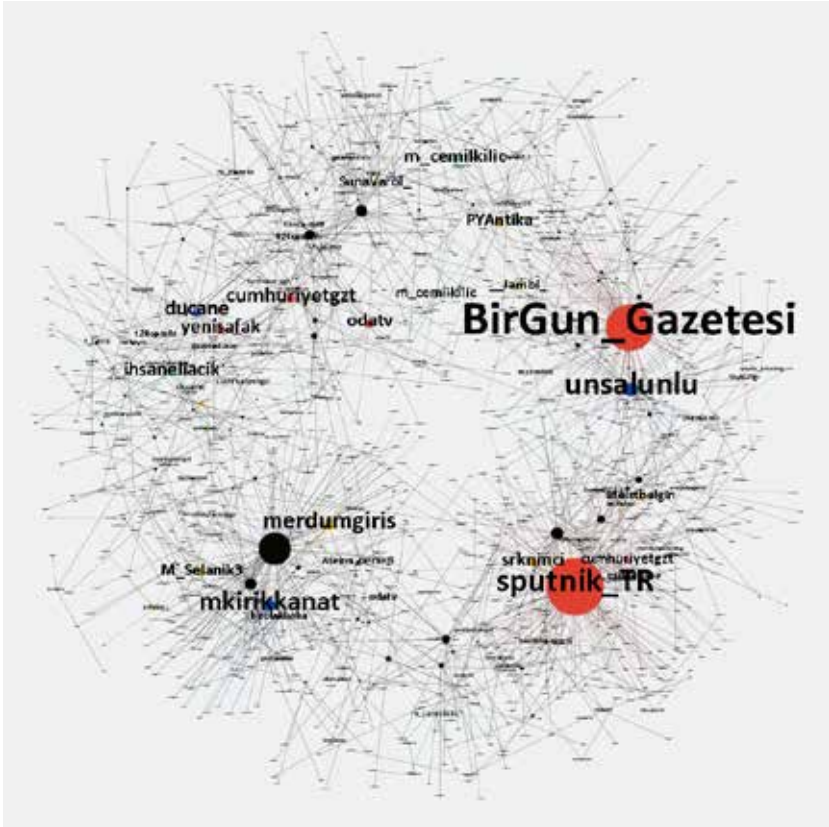
@DIBAliErbas I BELIEVE WHATEVER I WANT. I DON'T NEED TO BE A MUSLIM. RESPECT MY CHOICE!

The usage of mentions in such a manner can be interpreted as individual efforts by angry Twitter users to hold Ali Erbaş and the Diyanet accountable for Erbaş's controversial comment. As such, our findings seem to be in line with Conover et al. (2011) who suggest that mentions on Twitter represent ideological opposition.

Yet ultimately one can argue that these efforts were for the most part futile as almost none of the tweets mentioning @DIBAliErbas or @diyanetbasin are retweeted or liked by other users. Similarly, neither @DIBAliErbas nor @diyanetbasin reply to the tweets that mention them. Regardless of what they achieve, such tweets are important insofar as they demonstrate the willingness of some Twitter users to demand accountability from political actors. As such, they constitute an example of how online publics can use social media to hold government actors accountable for their actions. When channeled towards responsive and responsible political actors, this willingness can lead to positive social change (Ceron, 2017; Tufekci, 2017).

Stories of deconversion and grassroots demands for political accountability constitute an important part of content found in our dataset. Yet not all tweets are about accountability or identity politics. Quite a sizable portion of tweets demonstrate the presence of an angry yet rationalized collective critique. The presence of rationalized, collective critique is particularly visible in status reply networks. The graph shown in Figure 2a is a visualization of status reply networks and has 1426 nodes, 1259 edges. This means that there are roughly 1426 actors interacting a total of 1259 times with another.

Figure 2a. Status Reply Network (1,426 nodes and 1,259 edges)



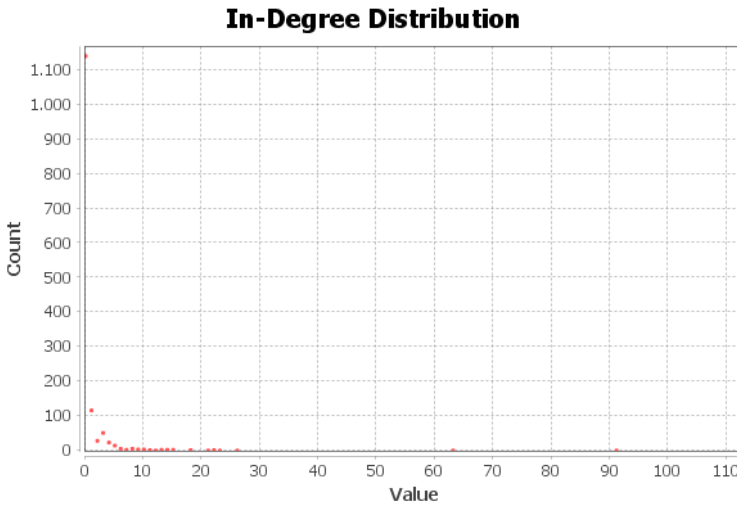
Yet as the size of the different nodes in Figure 1b suggest, not all actors interact the same number of times; neither do they interact with other nodes in an equal manner. In-degree and out-degree centrality can be applied to measure how attention is distributed across a network.

Figure 2b. Status Reply Network Close-up



Taken as a whole, the graph represents a broadcast network with a visible “hub-and-spoke” structure wherein most engagement occurs around a number of central nodes. This structure indicates that most users in the network are replying to content from a small number of central sources (hubs) without otherwise interacting with each other.

In graph theory and network analysis, centrality metrics are used to assign numbers or rankings to nodes within a graph corresponding to their positional value in a network. Degree Centrality is one of the most commonly used centrality measurement for mention and status reply networks. Degree centrality can be defined as the number of links connecting a node to the wider network. Simply put, a node with a high degree ranking is more central in a graph. In many instances high degree centrality can be interpreted as a sign of popularity. Being the most popular actor also creates certain risks, for instance being the most susceptible to being infected by whatever is flowing through a network (such as a virus, or some information). In the case of a directed network (where ties have direction), in-degree and out-degree centrality metrics are applied to measure two different types of popularity in a network. Indegree is a count of the number of ties directed to the node and outdegree is the number of ties that the node directs to others. Within directed networks when ties are associated with some positive aspects such as attention or friendship, indegree is often interpreted as a form of popularity, and outdegree as gregariousness.

Table 1. In-degree Distribution of Status Reply Network

The distribution of the in-distribution metric suggests that the conversation is strongly focused around several accounts/nodes. The accounts with the highest in-degree rankings are as follows:

Table 2. In-degree Distribution Ranking of Status Reply Network

Nodes	In-Degree
Sputnik (Digital News Agency)	112
Birgün Gazetesi (National Newspaper)	91
Ünsal Ünlü (Journalist)	26
Mine Kırkkanat (Journalist)	21
Merdumgiris (Troll)	26
Dücanec. (Popular Philosopher)	15
Cumhuriyet (National Newspaper)	15
Cemil Kılıç (Popular Religion Expert)	14
Yeni Şafak (National Newspaper)	14
İhsan Eliaçık (Popular Religion Expert)	14
Serkan İnci (Social Media Celebrity)	13
PYAntika (Social Media Celebrity)	12
M_Selanik3 (Troll)	11
Suna Varol (Social Media Celebrity)	10
Ateistbelgin (Troll)	9
Ateizm Derneği (Civil Society Organization)	6

Although research about hubs on Twitter broadcast networks suggests that such sources tend to often be mainstream elites (Smith et al, 2014), evidence from our study paints a slightly different picture. What our findings suggest is that within the context of Ali Erbaş's comments, Twitter users chose to engage either with news stories covering the comments, or with public intellectuals, social media celebrities, trolls or journalists commenting on the news stories. Other than the two anonymous troll accounts (M_Selanik3 and Ateistbelgin), most of these central sources are what Jackson and Welles (2016) have identified as "counterpublic elites" or individuals who hold influential positions or have significant expertise within alternative or oppositional public spheres. They may be activists, intellectuals, artists, or other types of cultural producers who are highly regarded within their own counterpublics and have the ability to shape opinions and mobilize social action. Unlike traditional elites, who hold power and influence within mainstream public spheres, counterpublic elites challenge the dominant discourses and values of society and may operate outside of traditional power structures. However, they still hold significant cultural and symbolic capital within their own counterpublics and can use this influence to advocate for social change and challenge dominant power structures. Serkan İnci, the founder of urban dictionary İnci Sözlük, retired bank board director Piraye Antik (PYAntika), opposition activist Suna Varol, independent journalist Ünsal Ünlü, opposition columnist Mine Kırıkkanat as well as theologian İhsan Eliaçık (known for his heterodox and socialist interpretations of Islam) belong in this category.

Looking at the comments posted by these counterpublic elites, one can argue that their role in the network was to act as "initiators of online dissent" (Jackson and Welles, 2016). For instance, in the immediate hours following Erbaş's comments, theologian İhsan Eliaçık posted a tweet that was retweeted 1,066 times and liked 3,795 times:

Unlike what the President of Religious Affairs claims, a person is not a pervert by being a deist or atheist. On the contrary, being a murderer, a thief, a swindler, a briber, a rapist, etc. is perverse. Religion is not belief, ritual, or identity; it is behavior. Anyone with good behavior will be saved.

Initiators can be defined as an active and highly committed group of actors who engage with a controversy in its initial stages and eventually assume a leadership role. Initiators draw online attention and support to controversies and motivate the engagement of establishment elites, potentially creating the condition for the discussion to diffuse into the mainstream.

More apolitical and mainstream elites also involved in the deism controversy include pop philosopher Dücan Cündioğlu and pop theologian Cemil Kılıç. In contrast to the initiating actions of counterpublic elites, both actors take up

the role of “explaining” the sociological implications of deism to their Twitter followers. For instance, Cündioğlu in a series of tweets, frames deism as a third way to both Kemalist secularism and pious conservatism:

Deism is not an intellectual but an emotional reaction, liberating faith from all its historical burdens (religion), rituals, priests, institutions, and being content with a tired god... (...) Because religion is perceived by the state as either as a social necessity or a political danger, faith has never been the subject of intellectual criticism, it has instead been either humiliated or glorified, and blessed. Deism is an ideology of a new political beginning, it is the ‘future’. (...) Deism is a fatigue of faith, a holiday fantasy for those who are tired of keeping vigilant and of being led.

One can argue that such roles are taken up voluntarily and in an organic manner as most of the actors doing the explaining do not profess deist beliefs. For example, Cündioğlu openly defines himself as a Muslim and not a deist.⁶

News accounts active in the status reply network include national opposition newspapers *Cumhuriyet* and *Birgün*. Despite being a Russian-affiliated digital news agency, *Sputnik*’s editorial policy for national news tends to be oppositional (see Furman et. al, 2023) and thus can be included onto the list of oppositional media. Perhaps surprisingly, the pro-government Islamist *Yeni Şafak* newspaper is the only account on the list who belongs to the establishment elite. This is partly because *Yeni Şafak* was one of the first news sources to publicize the contents of Ali Erbaş’s speech. While a few of the replies posted to *Yeni Şafak*’s tweet are retweets, the overwhelming majority are quite confrontational:

Even if the Diyanet does not agree with deism, it should be respectful to those who are deists... The Diyanet’s statement on this issue is sheer ignorance!

You think so, Ali Erbaş.... those who see you are becoming deists.... because nothing you do is compatible with Islam....

It is noteworthy that Diyanet as well as Ali Erbaş’s Twitter account are conspicuously absent from this list. This means that Twitter users chose not to engage directly with government authorities. In comparison, the Atheism Foundation (*Ateizm Derneği*) is on the list. This is because the Foundation released a press statement criticizing Erbaş’s comments soon after the TRT Haber television program.

For content analysis, TCAT’s conversation detection algorithm was used

6 <https://twitter.com/ducane/status/954979436771926016?s=20>

to detect a total of 167 conversations.⁷ The following example helps illustrate how a typical conversation on a status reply chain unfolds:

The deist beliefs that are becoming popular amongst young people today need to be interpreted as an objection to Umayyad Islam, to sects, congregations, and cults, not to Muhammadian Islam. I find this objection very valuable. (Original tweet from Cemil Kılıç, popular religion expert)

When I was a Muslim, I rejected Umayyad Islam. Not sects, but the logical errors in the Quran is the reason why people become deists. Nevertheless, thank you. As a theologian, you are the defender of deist youth. (Reply from Follower 1)

You are wrong. Deism is not a part of Islam. Tired of repeating myself. (Reply from Follower 2)

How did the Turks become Muslims? Are we really a Muslim country now? Whether we are deists or atheists may be due to our pre-Islamic religion, Shamanism.

Young people become deist or atheist because they read the Quran. Let's be realistic, they are fleeing from Muhammadian Islam. (Reply from Follower 4)

He thinks deism is an objection to the sects, congregations, and cults of Umayyad Islam. Truth is people become deists because they know about Muhammadian Islam. (Reply from Follower 5)

In this conversation thread, followers of Cemil Kılıç (a popular theologian) are replying to Kılıç's tweet about deism. Here, using theological logic, Kılıç contends that the emerging trend of deism constitutes a return to the original precepts of Islamic religion, one wherein spirituality rather "sects, congregations and cults" (mezhep, cemaat and tarikat) dominate. Some of Kılıç's followers agree with this interpretation while others disagree or offer alternative explanations. Nevertheless, what is striking about this conversation is how Kılıç's tweet sparks off a public and relatively democratic discussion about deism amongst his followers. In certain instances, the dialogue sparked off by Twitter pundits attain a more sophisticated form of rational critique typical of a Habermassian public sphere. For instance, some tweets criticize the institutional policies of the Diyanet while others question the constitutional legality of Erbaş's comments:

Neither deism, atheism, nor any other belief is a perversion. The real source of unrest in Turkey is caused by those bullies who think that

⁷ A key question here is the minimum number of nodes required for a status reply chain to count as a conversation. Typical convention dictates that at least 2 nodes (or 1 dyad) is required for a reply chain to qualify a conversation. Quite commonly, qualitative analysis of the posted content on status reply networks reveals the ideal number of nodes needed for a meaningful conversation. Within the context of this chapter, 4 was the chosen minimum number. It is also important to note that from 167 conversations, 94 were without roots, meaning that the original tweets stimulating these conversations were either deleted by the tweeter or not collected by TCAT.

Allah needs a discriminatory, divisive Minister of Religious Affairs with an 8 billion TRY budget.

Those who have increased the number of religious schools (Imam Hatip) throughout the country 10-fold still unabashedly complain about deism. Maybe it is because you are forcing people into religious schooling?

Ali Erbaş declares deist and atheist youth are “perverts”. You are in flagrant violation of the constitutional principle of secularism. You propagate the religion of Tayyip to everyone, regardless of their beliefs. Who are you, man? What the hell!

Although these tweets, amongst thousands of others, do fall short of stipulating a political demand, they nonetheless suggest the presence of aggregated collective dialogue and opinion. Hence, Erbaş’s comments open a temporary, dialogical space, replete with experts, journalists as well as ordinary users expressing their opinions on deism, atheism, and the state of religion in Turkey.

The refreshing albeit slightly chaotic manner of the conversation on Twitter stands in stark contrast with the silence one encounters in the traditional bastion of the public sphere, namely mass media such as television and newspapers. As such, one may argue that the dynamism of the conversation as well as the characteristics of content tweeted, carries the characteristics of what has been described as a counterpublic. According to social theorist Nancy Fraser (1992), counterpublics can be defined as spaces “where members of subordinated social groups invent and circulate counter discourses to formulate oppositional interpretations of their identities, interests, and needs”. Other counterpublic sphere theorists like Felski (1989) or Asen and Brouwer (2001), have illustrated how traditionally marginalized groups create and maintain their own, alternative publics with the express goals of both legitimizing and communicating their lived realities and pushing the mainstream public sphere to acknowledge and respond to these realities. When applied to social media and the online realm more broadly, the term refers to the unique sites and methods members of subordinated groups use to produce non-dominant forms of knowledge (Jackson and Welles 2015). As such, it has been suggested that the goal of a counterpublic is creating mass agitation of, and eventual shifts in, the status quo (Jong, et al., 2005).

Conclusion

This study relied on both qualitative content analysis as well as social network analysis to examine the positions and themes through which Erbaş’s controversial statement on deist beliefs were discussed on Twitter. It used computational data collection strategies to amass a dataset of 21,674 tweets sent out by 15,226 distinct Twitter users within 48 hours of the event. The findings of our study can be summarized as such:

1. Content analysis of tweets in the dataset suggests that the deism controversy opened a space for the circulation and enunciation of “deconversion narratives” on Twitter. Within the context of academic research on religion in Turkey, these narratives are unique insofar as they present politics (and not theology) as the primary catalyst for deconversion from Islam. Furthermore, the voicing of deist and atheist identities on Twitter need to be interpreted as a challenge to the silence of Turkish mass media on this topic. Social media become the primary (and only) space wherein the public are able to tell their stories and speak for themselves.

2. The silence of both Ali Erbaş’s personal and Diyanet’s institutional Twitter accounts in the aftermath of Erbaş’s comments made it impossible for Twitter users to directly confront either actor via replying to their status updates. Instead, users expressed their reactions through the mentions (@). Regardless of the engagement created, these tweets constitute an example of how grassroots civil activism in Turkey uses social media to hold government actors accountable for their actions.

3. Quite a sizable portion of tweets demonstrate the presence of an angry yet rationalized collective critique. The presence of rationalized, collective critique is particularly visible in status reply networks. Twitter users chose to engage either with news stories covering Erbaş’s comments, Ateizm Derneği or with the counterpublic elite. Twitter users chose not to engage directly with government authorities. As such, one may argue that the dynamism of the conversation as well as the characteristics of content tweeted, carries the characteristics of what has been described as a “counterpublic”. During the immediate hours after Erbaş’s comments, the counterpublic elite functioned as initiators of online dissent.

Our findings demonstrate that Erbaş’s comments opened a temporary, dialogical space on Twitter replete with experts, journalists as well as ordinary users all expressing their opinions on deism and the state of religion in Turkey. During the first 48 hours of the controversy, Twitter functioned as both a counterpublic and a prefigurative free space - open to expressing values that radically differ from those characterizing mainstream society. Accordingly, one can conclude that in societies such as Turkey wherein public discussions on agnosticism, non-belief, or the right to freedom from religion are frowned upon and considered to be taboo, social media facilitate the freedom of speech and the expression of counter-hegemonic discourses.

Within the wider framework of religion in contemporary Turkish society, the deism controversy signals both a break and a continuity with historical

trends. On one hand, it can be seen as a continuation of the Turkish state's intervention in the religious sphere. Historically speaking, the Turkish state has used the Diyanet to apply pressure on individuals and communities it considered to be threats to the nation building project. Naturally, those marginalized by the Diyanet have evolved alongside shifts in the Republican nation building project. As such, the deism controversy constitutes as a break insofar as it is one of the first instances wherein the Diyanet targeted and criminalized people from within Turkish society. Although describing it as a turning point signaling the collapse of AKP's hegemonic project might be an exaggeration, the deism controversy does offer a compelling portrayal of one of these moments in which workings of counter-hegemonic rejection materialized against the AKP's hegemony project.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No plagiarism detected.

Ethics Committee Permission

Ethics Committee Permission is not required for this study.

Author Contribution Statement

The contribution rate was stated as 60% for the first author, and 40% for the second author.

Funding

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Declaration of Conflict of Interests

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

References

- Akyıldız, K. (2022). The affirmation of Sunni supremacism in Erdoğan's 'new Turkey'. In: Hecker, Furman & Akyıldız (Eds.) *The politics of culture in contemporary Turkey*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press, pp. 277– 291.
- Al-Saqaf, W., & Christensen, C. (2019). Tweeting in precarious times: Comparing Twitter use during the 2013 general election in Kenya and the 2012 presidential election in Egypt. In *Media, Communication, and the Struggle for Democratic Change* (pp. 133-157). Palgrave Macmillan, Cham.
- Arvidsson, A., Caliandro, A., Airoidi, M., & Barina, S. (2016). Crowds and value. *Italian directioners on Twitter*. *Information, Communication & Society*, 19(7), 921-939.
- Azak, U. (2010). *Islam and Secularism in Turkey: Kemalism, Religion and the Nation-State*. I.B. Tauris Press.
- Asen, R., & Brouwer, D. C. (Eds.). (2001). *Counterpublics and the state*. Albany: SUNY Press
- Başçı, V. (2018). Deizm Kavramı ve Ortaya Çıkardığı Problemler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(1), 33-40.
- Baybars-Hawks, B., & Akser, M. (2012). Media and Democracy in Turkey: Toward a Model of Neoliberal Media Autocracy. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 5(3), 302–321.
- Borra, E., & Rieder, B. (2014). Programmed method: Developing a toolset for capturing and analyzing tweets. *Aslib Journal of Information Management*, 66(3), 262–278.
- Boyd, D. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39–58). Routledge.
- Böhürler, A. (2017, September 30). Din yorgunu gençler! Yeni Şafak. <https://www.yenisafak.com/yazarlar/ayse-bohurler/din-yorgunu-gencler-2040378>
- Burrows, R., & Savage, M. (2014). After the crisis? Big Data and the methodological challenges of empirical sociology. *Big Data & Society*, 1(1).
- Büyük, K. & Bozkurt, A. (2020). A Social Network Analysis of the July 15 Coup Attempt: Social Resistance, Network Patterns, and Collective Discourse. *Bilig*, (93), 1-28.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2016). Methodological innovation in precarious spaces: The case of Twitter. In *Digital methods for social science* (pp. 17-33). Palgrave Macmillan, London.
- Bruns, A., & Moe, H. (2014). Structural layers of communication on Twitter. *Twitter and society Digital formations*, 89, 15-28.

Bulut, E., & Yörük, E. (2017). Mediatized populismsl digital populism: Trolls and political polarization of Twitter in Turkey. *International Journal of Communication*, 11, 25.

Çakır, E. (2018, April 3). Dindar Gençlik İsterken. *Karar Gazetesi*. <https://www.karar.com/yazarlar/elif-cakir/dindar-genclik-isterken-6626>

Ceron, A. (2017). *Social media and political accountability: Bridging the gap between citizens and politicians*. Springer.

Cioffi-Revilla, C. A. (2014). *Introduction to computational social science: Principles and applications*.

Çavdar, A. (2022). Never Walk Alone: The Politics of Unveiling in 'New Turkey.' In *The Politics of Culture in Contemporary Turkey* (pp. 172–190). Edinburgh University Press.

Cumhuriyet Gazetesi. (2018). Bahçeli'den "deizm" çıkışı. *Cumhuriyet Cumhuriyet*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bahceliden-deizm-cikisi-956415>

Jong, W. D., Shaw, M., & Stammers, N. (2005). *Global activism, global media*. Pluto Press.

Demir, Y. & Ayhan, B. (2020). Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi . *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020 (51) , 1-19 .

Doğu, B. (2020). Turkey's news media landscape in Twitter: Mapping interconnections among diversity. *Journalism*, 21(5), 688–706.

Doğu, B. (2019). Environment as Politics: Framing the Cerattepe Protest in Twitter. *Environmental Communication*, 13:5, 617-632

Dogu, B., & Mat, O. (2019). Who Sets the Agenda? Polarization and Issue Ownership in Turkey's Political Twittersphere. *International Journal of Communication*, 13, 22.

Dorman, E. (2021). Tarihsel ve Teolojik Açıdan Deizm ve Eleştirisi. *MİSBAH: Çağdaş Din Çalışmaları Dergisi*, 10(18).

Düzgün, Ali, Ş. (2021). Deizm: Öncü İsimler ve Temel Doktrin. *MİSBAH: Çağdaş Din Çalışmaları Dergisi*, 10(18).

Eriksson, M. (2016). Managing collective trauma on social media: The role of Twitter after the 2011 Norway attacks. *Media, Culture & Society*, 38(3), 365-380.

Fazlıoğlu, İ. (2018). Prof. İhsan Fazlıoğlu: Mesele ciddi, başörtülü ateistler var! <https://www.dailymotion.com/video/x6hx6h6>

Felski, R. (1989). *Beyond feminist aesthetics: Feminist literature and social change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Furman, I. (2022). Challenges & opportunities of computational methodologies for Media Studies. 2. International Mediterranean Scientific Research and Innovation Congress, 1147–1153.

Furman, I., & Tunç, A. (2019). End of a Habermassian Ideal? Political Communication on Twitter during the night of the 2017 Turkish Constitutional Referendum. *Policy & the Internet*, 11(3).

Furman, I. O., Gürel, K. B., & Sivaslıoğlu, F. B. (2023). "As Reliable as a Kalashnikov Rifle": How Sputnik News Promotes Russian Vaccine Technologies in the Turkish Twittersphere. *Social Media + Society*, 9(1).

Fraser, N. (2011). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In C. J. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (Nachdr.). MIT Press.

Giglietto, F., Rossi, L., & Bennato, D. (2012). The Open Laboratory: Limits and Possibilities of Using Facebook, Twitter, and YouTube as a Research Data Source. *Journal of Technology in Human Services*, 30(3–4), 145–159.

Grandjean, M. (2016). A social network analysis of Twitter: Mapping the digital humanities community. *Cogent Arts & Humanities*, 3(1).

Gençlik ve İnanç. (2018). İKDAM Eğitim Derneği ve Uluslararası Öncü Eğitimciler Derneği. <https://www.ikdam.org/genclik-ve-inanc-calistayi-sonuc-bildirisi/>

Hecker, P. Furman, I. and Akyıldız, K. (2022). *The Politics of Culture in Contemporary Turkey*. Edinburgh University Press.

Jackson, S. J., & Foucault Welles, B. (2015). Hijacking #myNYPD: Social Media Dissent and Networked Counterpublics. *Journal of Communication*, 65(6), 932–952.

Jackson, S. J., & Foucault Welles, B. (2016). #Ferguson is everywhere: initiators in emerging counterpublic networks. *Information, Communication & Society*, 19(3), 397–418.

İspir, N. B. & Deniz, K. (2017). Kasım 2015 Genel Seçimleri nde Köşe Yazarlarının Twitter Gündemi ne Yönelik Bir Sosyal Ağ Analizi Uygulaması. *Kurgu*, 25 (1) ,

Irak, D. (2016). A close-knit bunch: Political concentration in Turkey's Anadolu Agency through Twitter interactions. *Turkish Studies*, 17(2), 336–360.

Kardaş, M. Ö. (2023). The 'ascendance' of deism in Turkey: Context, drivers and debate. *Southeast European and Black Sea Studies*, 1–21.

Kobak, K. (2022). #TikTokkapanın Hareketi: Twitter'da Sosyal Ağ Analizi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (1) , 309–319 .

- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th Ed.). Beverly Hills: SAGE Publications.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network, or a news media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web. WWW'10*, New York.
- Lazer, D., Pentland, A., Adamic, L., Aral, S., Barabasi, A.-L., Brewer, D., Christakis, N., Contractor, N., Fowler, J., Gutmann, M., Jebara, T., King, G., Macy, M., Roy, D., & Van Alstyne, M. (2009). SOCIAL SCIENCE: Computational Social Science. *Science*, 323(5915), 721–723.
- Lord, C. (2018). *Religious Politics in Turkey: From the Birth of the Republic to the AKP*. Cambridge University Press.
- Malçok, T. (2022). Enquêter sur la reconnaissance des sensibilités athées en Turquie contemporaine. *European Journal of Turkish Studies. Social Sciences on Contemporary Turkey*.
- Murthy, D. (2011). Twitter: Microphone for the masses?. *Media, Culture & Society*, 33(5), 779–789.
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. SAGE Publications.
- Ozduzen, O., & McGarry, A. (2020). Digital traces of “twitter revolutions”: Resistance, polarization, and surveillance via contested images and texts of Occupy Gezi. *International Journal of Communication*, 14, 2543-2563.
- Puschmann, C., & Burgess, J. (2014). Big Data, Big Questions! Metaphors of Big Data. *International Journal of Communication*, 8(0).
- Saka, E. (2018). Social Media in Turkey as a Space for Political Battles: AKTrolls and other Politically motivated trolling. *Middle East Critique*, 27(2), 161–177.
- Sakaki, T., Okazaki, M., & Matsuo, Y. (2010). Earthquake shakes Twitter users: Real-time event detection by social sensors. 851.
- Savage, M., & Burrows, R. (2007). The Coming Crisis of Empirical Sociology. *Sociology*, 41(5), 885–899.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE Publications.
- Sevgi, H. (2021). Sosyal Ağ Analizi İle İşçi Konfederasyonlarının Twitter Etkinliğinin İncelenmesi: Hollanda Ve Türkiye Örneği. *Sosyal Güvence*, 0 (18) , 374-396.
- Siapera, E. (2014). Tweeting# Palestine: Twitter and the mediation of Palestine. *International Journal of Cultural Studies*, 17(6), 539-555.
- Smith, M., Rainie, L., Shneiderman, B., & Himelboim, I. (2014). *Mapping Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters*. Washington, DC, USA: Pew Research Center, in association with the Social Media Research Foundation.

- Sözeri, C. (2011). Does social media reduce “corporate media influence” on journalism?: The Case of Turkish Media. *Estudos Em Comunicação*, 10, 71.
- Sözeri, E. K. (2015). Mapping Turkey’s Twitter-troll lynch mobs. <https://www.dailydot.com/layer8/turkey-twitter-trolls/>
- Subaşı, N. (2017). Din yorgunluğu ya da gündelik popüler kültürün tükettiği “İslâmî” yorumlar. İçinde M. Ak & H. Cansız (Eds.), *Gelenek ve modernite arasında İslam yorumları*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları.
- TRT. (2018, April 12). Diyanet İşleri Başkanı Erbaş’tan önemli açıklamalar. In TRT Haber. <https://www.diyamet.gov.tr/tr-TR/Kurumsal/Detay/11462/diyamet-isleri-baskani-erbastan-trt-haberde-onemli-aciklamalar>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Tuğal, C. (2016). *The Fall of the Turkish Model: How the Arab Uprisings Brought Down Islamic Liberalism*. Verso Books.
- Tunç, A. (2014). *Can Pomegranates Replace Penguins? Social Media and the Rise of Citizen Journalism in Turkey*. Freedom House.
- Ural, H. (2021). The Resonant Chants of Networked Discourse: Affective Publics and the Muslim Self in Turkey. *International Journal of Communication*, 15, 21.
- Watts, D. J., & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of ‘small-world’ networks. *Nature*, 393(6684), 440–442.
- Williams, M. L., Burnap, P., & Sloan, L. (2017). Towards an ethical framework for publishing Twitter data in social research: Taking into account users’ views, online context and algorithmic estimation. *Sociology*, 51(6), 1149-1168.
- Yeşil, B. (2018). Authoritarian Turn or Continuity? Governance of Media through Capture and Discipline in the AKP Era. *South European Society and Politics*, 23(2), 239–257.

Araştırma Makalesi / Research Article / Article de Recherche

İki Platform Dizisinde Sinema Tarihi Tasvirleri ve Yeşilçam'ı Tekrar Ziyaret Etmek

Serkan Şavk

Dr. Öğr. Üyesi
İzmir Ekonomi Üniversitesi, Sinema ve Dijital Medya Bölümü
savkserkan@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-3926-8384

Abstract

Depictions of the History of Cinema in Two Platform Series and Re-visiting Yeşilçam

The aim of this article is to examine how historical facts and processes related to Turkish cinema are addressed in Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı (Çağan Irmak, 2021, BluTV) and Erşan Kurneri (Cem Yılmaz, 2022, Netflix) series. For this purpose, I focus on the narratives of the series, their connections with the media platforms on which they are broadcast, and the transformation of the cinema-TV-platform axis in media history. I use the concepts of tasvir, teleology, and platform anxiety to understand how historical facts and processes are constructed and represented. I particularly prefer tasvir, since it allows us to understand how the narrative elements are mapped according to the importance and value attributed to them. As a result, I demonstrate that both series include facts and processes related to the history of Turkish cinema with an intensity that we have not seen before; however, they partially transform them. I argue that the creators of both series are constructing their own Yeşilçam truths like a tasvir artist, and that a teleological perspective dominates the construction processes in question.

keywords: Turkish cinema, Yeşilçam, streaming media platforms, Netflix, BluTV.

Résumé

Représentation des figures de l'histoire du cinéma dans deux séries de plate-formes numériques et une revisite de Yeşilçam

Cet article examine comment les phénomènes concernant l'histoire du cinéma turc sont traités dans les séries *Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı* (Çağan Irmak, 2021, BluTV) et *Erşan Kureri* (Cem Yılmaz, 2022, Netflix). A cette fin, je considère les récits des séries, leurs rapports à leurs plate-formes médiatiques et la transformation dans les relations entre le cinéma, la télévision et la plate-forme. Pour comprendre la représentation et la construction des phénomènes et processus historiques, j'utilise les concepts de *tasvir* (description), téléologie et anxiété de la plate-forme. Je préfère surtout *tasvir* parce que ce concept nous permet de mieux comprendre non seulement la représentation et le récit, mais il va également au-delà de ces derniers pour inclure la façon dont les éléments du récit peuvent être cartographiés en fonction de leurs significations et valeurs. En conclusion, je démontre que les deux séries traitent des phénomènes et des processus concernant l'histoire du cinéma turc à un niveau jusqu'alors pas vu, tout en les transformant en partie. Je prétends que les créateurs de ces séries, comme les artistes de *tasvir*, construisent leurs propres vérités et qu'une perspective téléologique guide leurs constructions.

mots-clés : Cinéma turc, *Yeşilçam*, plate-formes de diffusion multimedia, Netflix, BluTV.

Öz

Bu makalenin amacı, *Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı* (Çağan Irmak, 2021, BluTV) ve *Erşan Kureri* (Cem Yılmaz, 2022, Netflix) dizilerinde, Türk sinema tarihine ilişkin olgu ve süreçlerin nasıl ele alındığını incelemektir. Bu amaçla, dizilerin anlatılarına, yayınlandıkları süreğen medya platformlarıyla ilişkilerine ve medya tarihinde sinema-TV-platfom eksenindeki dönüşüme bakıyorum. Tarihsel olgu ve süreçlerin nasıl inşa ve temsil edildiklerini anlamak için *tasvir*, teleoloji ve platfom kaygısı kavramlarını kullanıyorum. Tasviri, temsil ve anlatıyı kapsayan ama bununla sınırlı kalmayıp anlatı öğelerinin onlara atfedilen önem ve değere göre nasıl haritalandığını anlamamızı sağlayan bir kavram olduğu için özellikle tercih ediyorum. Sonuç olarak her iki dizinin de, Türk sinema tarihine ilişkin olgu ve süreçlere daha önce görmediğimiz yoğunlukta yer verdiğini, ancak bunları kısmen dönüştürdüklerini ortaya koyuyorum. Her iki dizinin yaratıcılarının birer musavvir gibi kendi *Yeşilçam* hakikatlerini inşa ettiklerini, söz konusu inşa süreçlerine teleolojik bir bakış açısının hakim olduğunu iddia ediyorum.

anahtar kelimeler: Türk sineması, *Yeşilçam*, süreğen medya platformları, Netflix, BluTV.

Bir film yaparım, hastalar iyileşir, mevsim değişir.

Semih Ateş

Siz surlardan atlamış olun diye, surlardan atladım. Kılıç sallamak istiyorsunuz diye kılıç salladım. (...) Aya gideli 13 sene oldu daha, ben başka galaksiye gittim.

Sırf siz görün diye.

Erşan Kureri

Yeşilçam dönemini ele alan iki ayrı platform dizisinin 2021-2022 yıllarında birkaç ay arayla yayınlanması, sinema tarihçileri için heyecan verici bir gelişme oldu. Her ikisi de platformların kendi yapımları olan bu dizilerden ilki BluTV'de yayınlanan Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı (BSH),¹ diğeri de Netflix'te yayınlanan Erşan Kureri'dir. Yukarıdaki replikler bu iki dizinin Yeşilçam tarihine monte ettiği kurmaca karakterler Semih Ateş (Çağatay Ulusoy) ve Erşan Kureri'ye (Cem Yılmaz) ait. İlki daha muktedir ve kendine güvenen, ikincisi ise dargın ve sitemkâr bir tonda söylenen bu sözlerin ortak noktası Yeşilçam filmlerinin gücüne ve izleyici nezdindeki hükmüne vurgu yapmasıdır. Semih ve Erşan'ın düsturları niteliğinde olan bu sözler, her iki dizinin Yeşilçam'a yeniden değer biçme çabasının rafine bir yansımasıdır. Türkiye'de medyanın Yeşilçam'la bugüne kadar kurduğu ilişki göz önüne alındığında, söz konusu yeniden değer biçme çabasının tesadüf olmadığını düşünüyorum.

1990'ların başında Türkiye'nin sinema ortamı daha önce görülmemiş biçimde, Hollywood yapımları tarafından domine edilmişti. Bu filmlerin işçiliğini TV'de gördükleri eski Yeşilçam filmleriyle kıyaslayan yeni nesil izleyiciler arasında, Yeşilçam filmlerinin çocuksu, ilkel ve değersiz olduğu yolunda yaygın bir algı oluştu. Bu algı, sinema filmlerinden TV reklamlarına kadar birçok görsel-işitsel üründe karşılık buldu. Yeşilçam'la absürt komedi çerçevesinde daha olgun bir hesaplaşma içine giren Arabesk (Eğilmez, 1988) ve bir Yeşilçam arkeolojisi niteliğinde olan Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni (AFUY, Turgul, 1990) filmleri müstesna, Yeşilçam'ı tiye alan birçok film yapıldı. Üstelik bu filmlerin bir kısmı Yeşilçam kökenli sinemacılara aitti (Dünyayı Kurtaran Adamın Oğlu, Tibet, 2006; Ömerçip, Alasya, 2003; Kahpe Bizans, Müjde, 2000). 2000'li yıllarla birlikte, Hababam Sınıfı serisi gibi bazı filmlerin Türkiye'nin sinema kanonunda kalıcı bir yer edinmesine ve bu filmler etrafında yeni bir nostalji hatta asr-ı saadet dalgası oluşmasına karşın Yeşilçam'ı değersiz bulma eğilimi kısmen devam etti. BSH ve Erşan Kureri dizilerinin, Yeşilçam'a ilişkin yeni nostalji dalgasının etkisini taşıyan ama bunun ötesinde Yeşilçam'la tarihsel olgu ve süreçlerin ışığında daha sağlıklı ve tutarlı bir ilişki kurmaya çalışan anlatılar olduğunu düşünüyorum. Bu makalenin amacı, BSH ve Erşan Kureri dizilerinde, Türk sinema ve medya tarihine ilişkin olgu ve süreç-

¹ BluTV arayüzünde ve jenerikte dizi sadece Yeşilçam olarak adlandırılıyor. IMDb'de ise dizinin ayrıca Yeşilçam: Bir Sinema Hayvanı adıyla bulunduğu belirtiliyor: <https://www.imdb.com/title/tt13592218/>, erişim: 30 Nisan 2023. Dizinin lansmanı bu uzun isimle yapılmış ve ilk haberler bu şekilde çıkmıştır. Makale boyunca, endüstri olarak Yeşilçam'la karışmaması için dizi Bir Sinema Hayvanı adıyla ve BSH kısaltmasıyla anılacaktır.

lerin nasıl ele alındığını incelemektir. Bu amaçla dizilerin anlatılarına ve medya tarihinde sinema-televizyon-platform eksenindeki dönüşüme bakıyorum. Tarihsel olgu ve süreçlerin nasıl inşa ve temsil edildiklerini anlamak için tasvir kavramından yararlanıyorum. Tasvir kavramını, temsil ve anlatıyı kapsayan ama sadece bununla sınırlı kalmayıp metinlerarası bağlantıları, anlatı öğeleri arasındaki mesafeyi ve olguların nasıl haritalandığını anlamamızı sağladığı için özellikle tercih ediyorum. Birinci bölümde, süregelen medya platformlarına kısa bir giriş yaparak sinema tarihine odaklanan iki platform yapımını nasıl ele almamız gerektiğini tartışıyorum. İkinci bölümde, hakikat, tasvir ve teleoloji arasındaki ilişkiye odaklanıyorum. Takip eden dört bölümde, dizilerin tarihsel olgu ve süreçleri nasıl tasvir ettiğini analiz etmek için televizyon teknolojisi, gayrimüslim karakterler, Yeşilçam'ın uluslararası bağlantıları ve milli sinema konularına odaklanıyorum.

Birer dönem yapımı olan BSH ve Erşan Kureri dizileri, 1963, 1969 ve 1981-82 olmak üzere Yeşilçam tarihinin üç zaman kesitini içeriyor. BSH'nin birinci sezonu, 1963 yılı sonlarında Beyoğlu'nda geçiyor. 1963 yılı, ikisi geri dönüşlerle diğeri de olay örgüsü içindeki imalarla olmak üzere üç ayrı zamansal düzlemle ilişkilendiriliyor. Geri dönüşler, dizinin ana karakteri yapımcı Semih Ateş'in çocukluk ve gençlik yıllarına yapılıyor. Çocuk Semih'i ustası Kosta'yla (Murat Ercanlı) birlikte gösteren geri dönüş sahneleri 1940'ların ilk yarısına tekabül ediyor. Semih'in gençliği bağlamında birkaç kere ziyaret edilen bir sekans ise doğrudan 6 Eylül 1955 gecesinde, Beyoğlu'nda gayrimüslimlere yönelik saldırılar sırasında geçiyor. Ayrıca anlatı içerisinde hem yerli Rumlara yönelik saldırganlıkla hem de derin devletle ilişkili iki karakterin imalarıyla Mart 1964'te uygulanacak olan Rum tehcirine işaret ediliyor. Dizinin ikinci sezonu, 1969 yılı yazında geçiyor. Arka planda, 27 Mayıs 1960 darbesinden sonra örnekleri çokça görülen başarısız darbe girişimlerinden biri yer alıyor.²

Makalenin konusunu oluşturan ikinci dizi adını, daha önce Cem Yılmaz'ın G.O.R.A (Sorak, 2004) ve Arif V 216 (Baruönü, 2018) filmlerinde gördüğümüz ve ismi yıldız oyuncu Sean Connery'yle fonetik benzerlik taşıyan Erşan Kureri'den alıyor. Karakterin G.O.R.A'da yer aldığı tek sahne 12 Eylül 1981 gününde geçiyor ve Erşan'ın kaçak sigara bulundurmaktan suçundan göz altına alınmasıyla sona eriyor. Askerî darbe, aynı gün sabah 03:00'te başlamış ve 05:00 itibarıyla tüm Türkiye'de sokağa çıkma yasağı ilan edilmişti ("Millî Güvenlik Konseyi", 1980; Köker, 2018). Erşan Kureri dizisi, 1981'de Erşan'ın hapisneden çıkış sahnesiyle başlıyor ve 1982 sonbaharına uzanan yaklaşık 1 yıllık dönemi kapsıyor. Her ne kadar doğrudan görünür olmasa da sezonun tamamı, 12 Eylül'ün arka planında geçiyor.

Ahir Zaman Platformları

Türk sinema tarihine odaklanan iki dizinin, sinema salonlarının gerilerken süregelen medya platformlarının dramatik biçimde yaygınlaştığı bir dönemde, plat-

2 Söz konusu başarısız darbe girişimlerinden birinin parodisini Anons (Coşkun, 2018) filminde görmüştük.

formların kendi yapımları olarak ortaya çıkması üzerine düşünmemiz, bunun için de önce platformun ne olduğunu hatırlamamız gerekiyor. Platform, “kullanıcılar arasındaki etkileşimleri düzenlemek için tasarlanmış programlanabilir bir dijital mimari”dir (van Dijk, Poell ve de Waal, 2018, s. 4). Bu mimari, “kullanıcı verilerinin sistematik olarak toplanmasına, algoritmik işlenmesine, dolaşımına ve paraya dönüştürülmesine yöneliktir” (van Dijk ve diğerleri, 2018, s. 4). Nick Srnicek’e (2017) göre, 21. yüzyılda üretime dayalı karlılığın düşüşe geçmesiyle birlikte kapitalizm, ekonomik büyümenin veriye ve dijital teknolojiye dayalı olduğu yeni bir yapıya evrildi. Bu yapı içerisinde platform, yığınla verinin temin ve kontrol edildiği yeni bir iş modeli olarak ortaya çıktı. Söz konusu dönüşüm, bu yeni iş modelini benimseyen tekellerin, yüksek ve orta gelir seviyesine sahip ekonomilerde tahakküm kurması sonucunu doğurdu (Srnicek, 2017, s. 6). Platform, müşteri, reklam veren, servis sağlayıcı, üretici ve tedarikçi gibi farklı kullanıcıların etkileşime geçmesini sağlayan bir aracı rolünü benimsedi. Klasik iş modellerine göre platformun veriyle olan bağı da burada ortaya çıktı. Kullanıcıların etkileşime geçtiği bir altyapı olarak platform, burada gerçekleşen aktivitelere ulaşma ve kaydetme imtiyazına sahip oldu (Srnicek, 2017, ss. 43-44).

Ulaşım servisi Uber ya da konaklama servisi Booking.com tipik platform örnekleridir. Bununla beraber platform denildiğinde birçok kullanıcının aklına Netflix, Disney Plus ve Amazon Prime gibi örnekler ya da bunların BluTV, Exxen ve Gain gibi yerel benzerleri gelmektedir. Bu şirketler, abonelikli seçizle (İng. subscription video on-demand), OTT (İng. over-the-top) ve süreğen/akışlı medya (İng. streaming media) gibi tanımlar altında ele alınan özelleşmiş platformlardır. Bunları, günümüzün ve yakın geleceğin hâkim seyir mecraları olarak görmek abartılı olmayacaktır. Medya tarihinde başta film olmak üzere görsel-ışitsel hikâye anlatım formlarının seyir pratiklerindeki dönüşümü anlamak için sinema-TV-süreğen medya üçlüsü arasındaki bağlantılara bakmamız gerekiyor. Sinema, izleyiciye bilet karşılığında içerik satan, bunu da dağıtım ve salon işletmeciliği yordamıyla gerçekleştiren bir modele dayanıyordu. TV yayıncılığında bunun yerini, içeriğin izleyiciye ücretsiz olarak sunulduğu, gelirin reklamlardan sağlandığı, bir başka ifadeyle reklam verenlere izleyici satıldığı bir model aldı. Bu modelde TV programlarının geniş kitlelere hitap etmesi bir zorunluluktadır (Özgün ve Treske, 2021, s. 117). Süreğen medya platformlarında ise sinemada olduğu gibi seyirciye içerik satıldığı modele kısmen geri dönülmüş oldu. Ancak bunun yöntemi abonelik haline geldi. Dolayısıyla izleyici tek bir filme değil bir içerik yığınına abonelik yoluyla erişmeye başladı.

Aras Özgün ve Andreas Treske’ye (2021) göre, sinema ve TV ile süreğen medya platformları arasında başlıca iki ayırım vardır. Bunlardan birincisi, sinema ve TV’de ekranın tanımlanmış bir yerinin olmasına ve izleyici etkinliğinin mekânsal kurulumunun sabit kalmasına karşın platformun izleyici etkinliğini çoğul ve hareketli ekranlara taşıyarak mekânsal bağıllığı ortadan kaldırmasıdır. İkinci fark, zaman rejiminde ortaya çıkmaktadır. Sinemanın hem gösterim rejimine hem de seyirin doğrusal zamanına bağlı olarak kendi zamansallığı bulunur. TV’nin zamansallığı ise gündelik yaşam etkinliklerinin akışına bağlıdır. Buna karşın süreğen medya plat-

formlarında bazı mevsimsel politikalar hariç izleyici istediği içeriği istediği zaman izleyebilmektedir (Özgün ve Treske, 2021, ss. 118-119).³

Daniel Reynolds (2021), analog sinemayla dijital platformlar arasındaki ilişkiselliği açıklamak üzere "platform kaygısı" (İng. platform anxiety) kavramına başvurur. Reynolds'a göre platform kaygısı, medya teknolojilerindeki değişimin, endüstriyel medya ürünlerinin yapımında yazarlığın/yaratıcılığın rolüne ilişkin olarak tetiklediği varoluşsal krize karşılık gelmektedir. Platformların benimsenmesinin, analog sinema çağında kurulan profesyonel pratikleri bozacağı kaygısı, bazı yapımlarda çeşitli şekillerde karşılık bulur. Reynolds, Hollywood'un platform kaygısıyla yüzleşmek için kullandığı stratejilerin izini, üçü de bilgisayar tabanlı imgeleme (İng. computer-generated imagery) teknolojilerini gerçek oyuncularla çekilmiş sahnelerle harmanlayan *Tron* (Lisberger, 1982) *Hugo* (Scorsese, 2011) ve *Lego Filmi* (Phil Lord ve Christopher Miller, 2014) üzerinden sürmektedir. Bu filmlerde, platform kaygısı karakterlerin platformun sınırlarını aşması ya da medya uzayına yaratıcılarına atfedilen bir takım yolculuklar vesilesiyle girip çıkmaları gibi biçimlerde tezahür eder (Reynolds, 2021, s. 81). BSH ve Erşan Kureri'de platform kaygısı, teknolojik imkânlar bakımından değil fakat platform evreninden sinema tarihine bakmak biçiminde tezahür etmektedir. Her iki dizinin yaratıcıları, platform evreninde Yeşilçam savunusu yaparak genelde görsel-işitsel hikâyeye anlatıcılığına özelde kendi yazarlıklarına/yaratıcılıklarına yönelik bir savunu gerçekleştireyorlar.

Hakikat, Tasvir ve Teleoloji

BSH ve Erşan Kureri dizileri, sinema tarihini inşa ve temsil ederken aslında kendi hakikatlerini de inşa ediyorlar. Hakikat, felsefe tarihinin üzerinde en çok durulan kavramlarından biridir. Bu makalede, hakikate ilişkin kapsamlı bir çerçeve çizilmesi düşünülemez. Yürüttüğüm tartışma açısından kritik olan nokta, hakikatin gerçekle ve gerçeklikle ilintili ancak bunlardan farklı, bütünlüklü ve kısmen öznel olduğudur. Misalli Büyük Türkçe Sözlük'te hakikat "asıl olan durum ve şekil" olarak tanımlanır (Ayverdi, 2010, s. 459). Meriam-Webster sözlüğünde ise "gerçek olan şey, olay ve olguların bütünü", "doğru ifadeler ve önermeler bütünü" ve "gerçeğe veya gerçekliğe uygun olma özelliği" biçiminde tanımlanır ("Truth", t.y.). Hakikat bir yanıyla gerçeklerin tartışmasız bir temsili olarak görülürken diğer yandan "nesnel hakikatin elde edilemeyeceği ve paylaşılamayacağı ve hakikatin, rasyonellikleri irade veya arzuya tabi olan insanların yaşamları üzerinde hiçbir etkisinin olmadığı" (Pritzl, 2010, s. 2) kabul edilir. Özgür Gürsoy, hakikatin uzlaşmaya varılmış tek bir tanımı olmadığını belirtir. Günümüzdeki hakikat algısındaki sorun, "öznelliğin baskınlığı değil, belirli bir nesnellik anlayışının anlamlı bir öznelliğe yer

3 Henüz platformların erken bir aşamasındayız. Platformların öneminin giderek artacağı herkes tarafından öngörülürken bu sürecin nasıl gerçekleşeceğini kestirmek kolay değil. Dikkat çekici bir örnek olarak FilmStruck'ın serüvenine bakabiliriz. Turner Classic Movies (TCM) ve Criterion Collection ortaklığında 2016 yılında açılan FilmStruck, sinemaya özgü platformlar içinde sektör lideri olmayı hedefliyordu. Ancak 15 milyon yerine sadece 100 bin aboneye ulaşan platform 2018 yılında kapatıldı. Criterion Collection daha sonra kendi platformunu kurdu (Major, 2022, s. 60).

bırakmaması”dır (Gürsoy, 2021, s. 152). Hakikat, öznellikten tümüyle arınmış bir nesnellik ve bilimsellik anlamını taşımaz. Aksine, herhangi bir tartışmayı mümkün kılan şey, nesnelliği ve öznelliği iki ayrı kamp gibi tahayyül etmek yerine nesnelğin içinde öznelğin yeri olduğunu kabul etmektir (Gürsoy, 2021, s. 154). Makalede hakikati bu çerçeveden hareketle, gerçek olay ve süreçleri içeren ancak bunların nesnel olduğu kadar öznel bir bileşkesi olarak ele alıyorum. BSH ve Erşan Kureri’nin kendi sinema tarihi hakikatlerini inşa ettiklerini düşünüyorum. Hakikati inşa ederken, gerçek olay ve olgulara hatırı sayılır biçimde yer vermelerine karşılık bunları yeniden haritalandırdıklarını, ölççeklerini, birbirleriyle olan ilişkilerini, ait oldukları zaman kesitlerini, anlatının merkezine olan mesafelerini, vb. yeniden biçimlendiriyorlar. Söz konusu yeniden haritalandırma ve biçimlendirme sürecini açıklamak için tasvir kavramına başvuracağım.

Arapça “savr” kökünden türetilen tasvir kelimesi, Türkçe’de başlıca iki anlamda kullanılmaktadır. Tasvirin ilk anlamı “bir şeyi resim gibi göz önüne gelecek şekilde ayrıntıları ile anlatma”dır (Ayverdi, 2010, s. 1207). Bir başka ifadeyle, görsel açıdan güçlü ve detaylı betimlemelere tasvir denilir. Tasvirin diğer anlamı, resimdir. Bu ikinci anlamıyla tasvir, günümüzde minyatür olarak adlandırılan İslâm ve Osmanlı resim sanatlarını ve bu çerçevede üretilen resimleri karşılamak için de kullanılır. Tasvir sanatının Osmanlı geleneğindeki diğer adı nakıştır. Bu sanatı icra edenlere de musavvir ya da nakkaş adı verilir.⁴ Burada meramımı anlatmak için Osmanlı tasvir sanatı hakkında bazı genellemeler yapacağım. Kuşkusuz bu genellemelerin hepsi tüm Osmanlı tasvirleri için geçerli değil. Amacım, detaylardan biraz fedakârlık etmek pahasına tasvirlerdeki hikâyeleme tekniklerine hızlı bir giriş yapmak.

Ruhi Konak’a göre (2007) tasvirler, betimleyicilik, konu ve nesnel ortam açısından gerçekçi üsluba sahipken gerçeği tasarlamak bakımından soyut resim niteliğindedir. Nakkaş, gerçeği resmeder ancak görünen gerçeğe değil bilinen gerçeğe odaklanır. Tasvir sanatı, modern resim kültüründe hâkim olan -ki bunların büyük kısmı sinema diline de aktarılmıştır- bazı kural ve ilkelerden azadedir. Bunlardan en önemlisi, doğrudan perspektif kuralının kullanılmamasıdır. Tasvirde, ufuk çizgisi çerçevenin yukarısına, kaçış çizgileri de kenarlara çekilir. Bunun sonucu olarak, doğrusal perspektifte nesnelere arasında uzaklık-yakınlıklarına göre kurulan büyüklük-küçüklük ilişkisi ortadan kalkar. Musavvir, nesne ve kişilerin büyüklüğünü “eylemdeki etkinlik ve anlam derecelerine göre” belirler (Konak, 2007, s. 100). Tasvirlerin bu niteliği, Rönesans sonrasında ortaya çıkan ve doğrusal perspektifi esas alan natüralist resim anlayışını merkeze alanlar tarafından uzun süre bir ilkellik ve yetersizlik olarak görülmüştür. Aslında tasvirlerde doğrusal perspektif kullanılmamasını, musavvirlerin bu tekniği bilmemelerinden değil kullanmayı tercih etmemelerinden kaynaklanır. Doğrusal perspektif Rönesansın bir icadı gibi görünse de Antik Mısır ve Antik Yunan’dan itibaren bilinen bir tek-

4 Orhan Pamuk, Benim Adım Kırmızı (2002) romanında, Osmanlı saray nakkaşları arasında geçen bir hikâyeyi ele alır. Kapsamlı bir araştırmanın ürünü olan bu roman, aynı zamanda 16. yüzyıl tasvir sanatının tarihsel etnografisi niteliğindedir.

niktir (Florenski, 2013, ss. 52-58). Perspektifin kullanılmadığı tarihsel dönemlerde sanatçılar resimsel temsillerinde perspektife beceremedikleri için değil tercih etmedikleri için yer vermiyorlardı. (Florenski, 2013, s. 75). Osmanlı musavvirleri için de benzer bir durum söz konusuydu ve tasvirlerin üslup evreninde doğrusal perspektif yer bulmuyordu. Tasvirlerde, modern resimde doğrusal perspektif tekniğiyle elde edilen derinlik algısı, renk ve gölge değişimleri gibi başka tekniklerle elde ediliyordu (Bağcı, Çağman, Renda, Günsel ve Tanındı, 2010, ss. 51, 55, 99).

Tasvirlerle ilgili bir diğer husus, bazı tasvirlerin çoklu zamansallıkları ve çoklu bakış açılarını bir arada temsil etmesidir. Natüralist resmin, zamansal açıdan belli bir anın dondurulmuş hali olmasına ve resmi yapan kişinin konusuna baktığı tek bir bakış açısını temsil etmesine karşın tasvirlerde, aynı çerçeve içinde birkaç ayrı zaman kesiti ve bakış açısı bir arada yer alabilir. Dolayısıyla, tasvire bakan izleyici, seyir deneyiminin şimdiki zamanı içinde, çoklu zamansallıkları eşzamanlı olarak görür. Seyrettiği tasvir, birden fazla bakış açısını temsil ettiği için müphem bir hareket duygusu içerir. Son olarak, Osmanlı tasvirlerinin büyük çoğunluğu, prestijli yazma kitapların bir parçası olarak çizilmiştir. Bir tasviri anlamak için ona eşlik eden ya da onun eşlik ettiği metne bakmak gerekir. Ancak tasvirler, basit şekilde kitaptaki metnin görsel tekrarı değildir. Kendi başına yeterince açıklayıcı olmayan metin, ancak belli kodlar ve referanslarla oluşturulan tasvir sayesinde anlaşılır hale gelir (Bağcı ve diğerleri, 2010, s. 15). Kuşkusuz bütün tasvirlerle eşlik eden bir metin yoktur. Özellikle 17. yüzyıldan itibaren, fiziksel olarak bir metne eşlik etmeyen tasvirler oldukça yaygınlaşmıştır. Ancak bu resimlerin de kendilerine özgü bir bağlamları ve ikonografileri vardır ve bu çerçevede anlam kazanırlar (Değirmenci, 2013, s. 26). Bütün bu özellikleriyle tasvir, bir anın resmedilmesinden ziyade bir hikâyenin görsel olarak haritalanmasıdır. 16. ve 17. yüzyıllara ait birçok Osmanlı tasvirinde, görsel unsurların gerçek olgu ve süreçlerle yakından ilişkili olduğu, bunların haritalanması yoluyla bir hikâye ve hakikat iddiası kurgulandığı görülür. BSH ve Erşan Kunerî'de tasvirlerdeki görsel tekniklerin kullanıldığını iddia edemeyiz. Aradaki benzerlik, hakikatin inşasında gerçeğe ait parçalara nasıl muamele edildiğinde ortaya çıkmaktadır. Her iki dizi, kendi hakikatlerini oluştururken tıpkı bir tasvirde olduğu gibi gerçek olgu ve süreçleri onlara atfettikleri değer, etkinlik ve öneme göre yeniden haritalandırıyorlar. Bu hakikat haritasının inşasında araya çeşitli teknikler giriyor. Bu bölümde son olarak, bu tekniklerden biri olarak gördüğüm teleolojiden bahsetmek istiyorum.

Teleoloji ilk bakışta kavraması ve kullanması kolay bir kavram gibi görünür. Kavramın temel fikri, bir şeyin başka şeylerin uğruna -belki de yüzü suyu hürmetine demeliyiz- meydana geldiği ya da var olduğudur (McDonough, 2020, s. 1). Ancak daha yakından bakıldığında, düşünsel bir kavram olarak teleolojinin nasıl kullanılacağı beraberinde bir dizi soruyu getirir. Bu sorular teleolojinin konusuna içkin mi dışkın mı olduğu, kasıtlı olup olmadığı, kapsamının nereye kadar genişletilebileceği ve açıklayıcı gücünün neden-sonuç silsilesinde ne kadar belirleyici olduğu gibi noktalarda dögümlenir (McDonough, 2020, ss. 2-4). Tarihyazımında teleoloji, geçmişteki bir olay ya da sürecin daha sonra ortaya çıkacak bir şeylerin

nedeni, tetikleyicisi ya da kaynağı olarak anlaşılması biçiminde ortaya çıkar. Ancak burada hareket noktası daha sonra ortaya çıkan şeye atfedilen anlam ya da önemdir. Örneğin Yeşilçam sineması seks furyasıyla birlikte sona erdi diyen bir tarihçi, furya öncesindeki gelişmelerde yıkıcı etkiler arar. Jonas Grethlein (2013, s. 8), her tarihinin geçmişteki kişilerin deneyimleriyle teleoloji arasında bir denge kurduğunu belirtir. Bakışını, tarihsel aktörlere göre hizalayanlar deneyime, geçmişe retrospektif olarak bakmaya öncelik verenler ise teleolojiye ağırlık vermiş olurlar. Grethlein, bu bağlantıyı "gelecek geçmiş" (İng. futures past) kavramıyla açıklar. Tarihsel kişiler için hala gelecek olan şey tarihçi için çoktan geçmişte kalmıştır. Gelecek geçmişte, geleceğe yapılan vurgu arttıkça deneyim, geçmişe yapılan vurgu arttıkça teleoloji ön plana çıkmaktadır. BSH ve Erşan Kunteri'nin yaratıcıları, karakterlerin duygu ve deneyimlerini ön planda tutuyor gibi görünmekle beraber iki dizinin hakikat inşasına yakından baktığımızda karakterlerin deneyiminden çok geçmişe teleolojik bakışın daha baskın olduğunu fark ediyoruz.

Makine Kırıcı TV Parçalıyor

BSH S1-B2'de yeni yıldız adayı Tülin Saygı (Afra Saraçoğlu), yapımcı Semih'ten ünlü filmi Kırlangıç Mevisimi'ni göstermesini ister. Semih evde projektörü kurarken aralarında şu konuşma geçer:

- Tülin: Birgün gelecek, biz de oturduğumuz yerden Amerikalılar gibi televizyondan film seyredeceğiz.
- Semih: Yeşilçam batacak diyorsun yani.

Bu diyalog aslında bilginin teleolojik ve retroaktif kullanımına dayalı hoş bir espri içeriyor. İki karakter, medya teknolojisinin ve Yeşilçam'ın geleceğine dair kehanette bulunarak, TV'nin sinemanın sonunu getireceğini iddia ediyorlar ki bu argümanı dizinin senaristlerinden Volkan Sümbül de bir röportajında ifade etmektedir (Büte, 2021). Kehanetin kaynağı, Tülin'le Semih'in kendi gerçeklikleri içinde edindikleri bir içgörü değil, Yeşilçam'ın çöküşünün ardından, sinema-TV ilişkisi hakkında sık sık ifade edilen olumsuz bağlantıdır. Türk sinema tarihi literatüründe, Yeşilçam'ın çöküşüne etki eden başlıca iki gelişmeye vurgu yapılır. Bunlar, TV yayınlarının başlaması ve ülkedeki politik atmosferin sonucu olarak kamusal alanın daralmasıdır. Birçok yazar tarafından ifade edildiği üzere, 1970'lerin ortasından itibaren TV Türkiye'de hızla yaygınlaşarak adeta hane halkından biri haline gelmiş (Yaren, 2017, s. 1358), özellikle kadınlar ve aileler sinema salonlarına gitmek yerine TV izlemeye başlamış (Abisel, 2005, s. 113), bunun sonucu olarak sinema izleyicisi hızla azalmış ve bölge işletmeciliği sistemi krize girmiştir (Erkılıç ve Ünal, 2018, s. 71). Aslında bu etmenler Yeşilçam üzerinde dramatik bir etki yaratmasına rağmen tek başına endüstrinin sonunu getirmemiştir. Endüstrinin çöküşünü bu etmenlerle açıklamak, Yeşilçam'ın 1970'lerin ikinci yarısında girdiği derin krizi onun sonu olarak görüp 1980'leri Türk sineması tarihinin Yeşilçam'dan kopuk bir dönemi olarak algılama eğiliminden kaynaklanmaktadır. Savaş Arslan'ın (2011) endüstrinin tarihsel gelişimini merkeze alan

dönemlendirme önerisinde ortaya koyduğu gibi, 1980'leri Yeşilçam'dan ayrı bir dönem olarak değil onun uzantısı olarak görmek gerekir. Nitekim, endüstriye hâkim olan üretim yapısı ve profesyonel kadrolar bakımından 1970'lerle 80'ler arasında önemli bir süreklilik vardır. Aslında Yeşilçam, 1970'lerin ikinci yarısındaki kriz karşısında, kısmen aşağıda ele alacağım seks furçasının da etkisiyle bir dirençlilik göstermiş ve varlığını 1980'lerin sonuna kadar sürdürmüştür. Bölge işletmeciliği modeli yerini kısmen video işletmeciliğine bırakmıştır (Erkılıç, 2003, ss. 140-141). Endüstrinin çöküşüne neden olan asıl faktörler, hızla büyüyen kentlerin en değerli bölgelerinde kalan salonların imar-arsa rantına yenik düşmesi⁵ ve 1989'da yabancı sermaye üzerindeki sınırların kaldırılması sonucu tüm dağıtım ve salon ağının uluslararası şirketlere geçmesi olmuştur.

TV'nin yaygınlaşmasının, sinema seyircisi üzerinde olumsuz bir etkisinin olduğu elbette doğrudur. Ancak TV, Yeşilçam'ın rakibi olduğu kadar onunla etkileşime giren yeni bir mecra olmuştur. Bu etkileşim birkaç maddede sıralanabilir. Birincisi, 1970'lerden başlayarak TRT, Yeşilçam'a dizi ve film siparişleri vermiş, bu yönüyle bir fon kuruluşu işlevine bürünmüştür. Kuşkusuz, bu fondan herkesin yararlandığı iddia edilemez. Özellikle 1980'lerde, 12 Eylül sonrasında hâkim hale gelen Türk-İslâm sentezci bakış açısı hem yapımların içeriğinde hem de seçilen sinemacılar da belirleyici olmuştur. Bunun yanı sıra, yapım süreci 1978'de başlayıp ancak 1983'te tamamlanan Kemal Tahir uyarlaması Yorgun Savaşçı'nın (yön. Halit Refiğ) aynı yıl sakıncalı bulunarak yakılması gibi sansür ve cebire olaylar da yaşanıyordu (Kale, 2019, ss. 135-136). Bütün bunlara rağmen TRT, sağladığı finansal destekle sinemacılar için bir umut kaynağı olmuştur. Bu umudun gerçekçi ve kara mizahla çevrili bir resmini AFUY filminde görürüz (Yavuz Turgul, 1990). Filmin ana karakteri Haşmet Asilkan (Şener Şen) da dahil olmak üzere tüm Yeşilçamcılar, TRT'ye yaptıkları başvurunun sonuçlanmasını beklemektedir.⁶

TV sadece bir yayıncılık teknolojisi değil aynı zamanda videoyla birlikte kullanılan bir ev sineması teknolojisiydi. TV'nin bu niteliği, onun Yeşilçam'la ilişkisinin ikinci boyutunu oluşturmaktadır. TV-video ikilisi hem eski filmlerin yeniden seyredilebilir olmasını sağladı hem de video dağıtımı için yeni filmler çekilmeye başlandı. Bu video baskıları Türkiye'de ve diasporadaki izleyiciler arasında müthiş bir yaygınlık kazandı. Özellikle 1980'lerde, video piyasası Yeşilçam'ın ekonomik kriz karşısında dirençlilik göstermesini sağladı. 60'lı ve 70'li yıllarda bölge işletmecileri için çekilen yarı-sipariş niteliğindeki filmler 80'lerde video firmaları için yapılmaya başlandı (Erkılıç, 2003, ss. 140-141). Bir başka ifadeyle, videoyla birlikte TV teknolojisi, Yeşilçam'ın finans ve üretim modelinin bir on yıl daha ayakta kalmasında önemli bir rol oynadı.

5 1970'lerin ikinci yarısında, Türkiye'nin nüfusu artarken salon ve seyirci sayısı düşmeye başladı (Erkılıç, 2003, s. 125). Bu eğilim 80'ler boyunca devam etti. Özellikle ekonomik işlevini yitiren yazlık sinemalar artan arsa fiyatları karşısında konut ve işyerlerine dönüştürüldü (Yılmaz, 1995, s. 271).

6 Eski Yeşilçamcılara, TV filmi sipariş etme pratiği kısmen özel kanallar döneminde de devam edecektir. Örneğin Kanal 6 Atif Yılmaz, Ömer Kavur, Ali Özgentürk, İrfan Tözüm ve Memduh Ün'e filmler sipariş edecektir (Memduh Ün Filmlerini Anlatıyor, 2009, ss. 385-386).

TV-Yeşilçam etkileşiminin üçüncü boyutu, önce TRT'nin daha sonra da 1990'da birdenbire ortaya çıkan özel kanalların, Yeşilçam filmlerini TV'de yayınlamasıdır. Beklenmedik şekilde ortaya çıkan özel TV kanalları için seyircinin halihazırda sevdiği ve aşına olduğu eski Türk filmlerini yayınlamak pratik ve ekonomik bir çözümdü. Yıllar içinde bu yayıncılık tercihi adeta bir gelenek haline geldi ve Yeşilçam filmleri TV kanallarının vazgeçilmez içerikleri oldu. Bugün bile, kanonik Yeşilçam yapımları altın saatlerde güncel yapımlarla rekabet edebilecek izlenme oranlarına ulaşmaktadır. Dolayısıyla TV, bir yandan sinema seyircisini azaltırken, diğer yandan Yeşilçam filmlerinin seyirci nezdindeki ömrünü uzatmış, bu filmlerin yeni kuşakların seyir kültürü içinde yer edinmesini sağlamıştır. Böyle bir etki, Yeşilçam için elbette beklenmedik bir şeydi. Bu beklenmedik durumu, Yeşilçam filmlerinde sadece para kazanmak için oynadığını belirten Kayhan Yıldızoğlu şöyle anlatmaktadır: "Ben ne bileyim yıllar sonra televizyon çıkacak da günde altı posta rezil olacağız dünyaya" (Kaya, 2014).

BŞH'nin ilk sezonunda kendi yok adı var bir nesne mertebesinde olan TV, ikinci sezonda cismiyile de yer almaktadır. B2'de Reha'yı, Londra'dan getirttiği TV setini ofisine yerleştirtirken görürüz. Reha TV'ye adeta tutkuyla yaklaşır. Ona müthiş bir ihtimam gösterir, çalışanların TV'ye zarar vermesinden endişe ettiği en ufak bir harekette hemen kabalaşır. "Sanat eseri", "afet" ve "banka hesabı" diye tanımladığı TV onun için kendi gücünün ve zenginliğinin diğer yapımcılar nezdindeki simgesi olacaktır. Ancak Reha, TV'ye sadece bu sebeplerle meftun değildir. "Sinema bunun içinde büyüyecek" diyerek, TV ile sinema arasındaki potansiyel bağlantının farkında olduğunu ima eder. Yeşilçam'ın en güçlü ve zengin yapımcılarından biri olarak Reha için TV korkulacak bir rakip değil adapte olunması gereken yeni ve kârlı bir alandır.

BŞH S2'deki çatışma hatlarından birini, Hakan'ın (Bora Akkaş) Reha'yla ve ailesiyle olan mücadelesi oluşturur. Birinci sezonda Semih'le beraber gördüğümüz Hakan'ı, ikinci sezonun başında Reha'yla karısı Şebnem'in (Şebnem Köstem) damadı ve çalışanı olarak görürüz. Reha, TV'yi ofisine yerleştirtirken Hakan da onun yanındadır ve meraklı gözlerle hem TV'ye hem de Reha'nın bu yeni teknolojiye duyduğu hayranlığa bakmaktadır. İlerleyen bölümlerde Hakan, Reha'dan koparak tekrar Semih'in safına geçer. B7'de, Reha'nın verdiği parayı Yeşilçamvari bir gurur gösterisiyle reddeden Hakan, eline geçirdiği bir balyozla TV'yi parçalar. Hakan'ın görünen amacı, Reha'nın canı gibi sevdiği TV'yi kırarak ona unutamayacağı bir ders vermektir. Sahneye analogik ve simgesel açıdan baktığımızda TV'ye saldırırken Hakan adeta bir makine kırıcı ya da luddite gibi görünmektedir. Hakan dizi boyunca, para kazanmak için her türlü numarayı çeviren ama aynı zamanda özveriyle çalışan bir Yeşilçam sevdalısı olarak resmedilir. Film yapabilmek için her şeyi seferber eder. Dolayısıyla onun TV'yi parçalaması, iki anlama sahiptir. Hem gelecekte mesleğini elinden alacağı varsayılan bir teknolojiye hem de bu teknolojiyi bir tehdit değil fırsat olarak gören Reha'ya başkaldırmaktadır. Reha da Yeşilçam'ın içinden gelen birisidir. Ancak Semih'le Hakan'ın film yapma mücadelesine ve sinema tutkusuna karşılık Reha gücü ve büyük sermayeyi temsil eder.

Erşan Kunerî’de TV tartışması farklı bir bağlamda ilerliyor. B6’nın başında Erşan ve arkadaşlarını, TV karşısında 1982 Dünya Kupası’ndan olduğunu tahmin ettiğimiz bir maçı heyecanla izlerken görüyoruz. Heyecanın sebebi, maçtaki çekişme değil renklerin canlılığıdır. Artık TV’ye ilişkin tartışmaların odağı, BSH’de olduğu gibi TV’nin gelişi değil, TV’nin renkli olmasıdır.

- Feride: Renkli televizyonun gelmesi sinemayı öldürüyor diyorlar, ne düşünüyorsun?

- Erşan: Yahu 80 senedir aynı şeyi söylüyorlar: “Sinema öldü.” Sinemayı kim öldürebilir? Sinemayı öldürse öldürse biz öldürürüz, o da kazayla.

Tıpkı BSH’de olduğu gibi burada da TV konusunda teleolojik bir bakış açısı devreye girer. Ancak bu kez kaynağı, tarihyazımında Yeşilçam’a atfedilen gerileme ve çöküş gerekçeleri değil günümüzdeki sinema-platform ilişkisi ve dizinin yaratıcısı Cem Yılmaz’ın kendi deneyimleridir. Aslında burada konuşan Erşan’dan ziyade Yılmaz’ın kendisi gibidir. Filmleri hem sinema salonlarında hem de platformlarda gösterilen ayrıca Netflix’e münhasır işler de üreten biri olarak Cem Yılmaz’ın yarattığı Erşan karakteri, TV’den korkmamaktadır. Filmle ya da daha genel olarak görsel-işitsel hikâye anlatıcılığıyla önce TV sonra da platformlar arasında bir kopuş değil süreklilik ve dönüşüm ilişkisi olacağını bilerek ve öngörerek konuşmaktadır. Nitekim, TV karşısında sinema savunusunu bir platform dizisinin anlatı evreninde yapıyor olması kendi başına semptomatiktir.

Gayrimüslim sinemacılar ve yâd-ı mazi

1940’ların sonlarından itibaren Türkiye’de bir film yapım endüstrisi yavaş yavaş ortaya çıkarken, gayrimüslim sinemacılar bu sürecinin ayrılmaz bir parçasıydılar. Ermeni, Yahudi, Rum ve levanten sinemacıların sinema tarihindeki önemi, birçok Yeşilçamcının anılarında açık şekilde belirtilmiştir (İnanoğlu, 2020; Memduh Ün Filmlerini Anlatıyor, 2009; Yılmaz, 1995; Filmer, 1984).⁷ Gayrimüslim sinemacılar arasında özellikle Rumların çok önemli bir yeri vardı. Türker İnanoğlu’nun tabiriyle Rum sinemacılar “Yeşilçam’ın temel taşlarıydı”lar (İnanoğlu, 2020, s. 118). Yerli Rumların büyük çoğunluğu 1923 tarihli nüfus mübadelesiyle Yunanistan’a göç etmek zorunda kalmıştı ancak Gökçeada ve Bozcaada’yla birlikte İstanbul’da oturan Rumlar mübadeleden muaftı. Dolayısıyla yerli Rum nüfusun İstanbul’daki varlığı, aşağıda ayrıca ele aldığım iki sürece kadar büyük ölçüde devam etti. Pola Morelli (oyuncu, 1924-1996), Tomas Balcı (oyuncu ve atlet, 1918-1993), Antonis Apostolu (film yazarı ve ithalatçısı, 1907-1979), Yorgo Saris (yapımcı, 1910-?), Alekos Çangopulos (yapımcı, işletmeci ve film ithalatçısı, 1918-?), Vasili Anas (işletmeci ve yapımcı, 1900-1984), Lazaros Yazıcıoğlu (görüntü yönetmeni, 1897-1969), Markos Buduris (kurgucu, 1925-1992), Manasi Filmeridis (görüntü yönetmeni, d. 1912-1997), İoakim Filmeridis (görüntü yönetmeni, 1915-1987), Di-

⁷ Sinema profesyonellerinin yanı sıra gayrimüslim karakterler de Türk filmlerinde dikkate değer bir ağırlığa sahiptir. Gayrimüslim karakterlerin filmlerdeki temsili konusunda iki önemli çalışma olarak bkz. (Balcı, 2013; Yaşartürk, 2012).

mantis Filmeridis (kurgucu, 1920-1987), Kriton İliadis (görüntü yönetmeni, 1916-1980), Yorgos İliadis (ses kayıt yönetmeni, 1914-1973), Kostas Psaras (görüntü yönetmeni, 1921-?) ve Alekos Aleksandru (kurgucu, d. 1943) gibi bir çok Rum sinemacı Yeşilçam'ın oluşum ve büyüme yıllarındaki etkili isimlerdi.⁸

Yaklaşık on yıl arayla yaşanan iki süreç, İstanbul'daki yerli Rum nüfusun dramatik şekilde azalmasına neden oldu. Bu süreçlerden birincisi, 1955 yılında, 6-7 Eylül saldırılarıyla doruğa ulaşan Rum karşıtı tutumdur.⁹ Saldırıların ardından on binlerce Rum Türkiye'den göç etti. 1963 yılında, yerli Rumlara yönelik ikinci bir baskı dalgası başladı. Bu süreç, 1964 Mart ayında alınan bir dizi kararla bir tehci-re dönüştürüldü. 1930'da Türkiye ile Yunanistan arasında imzalanan bir anlaşma çerçevesinde, iki ülke vatandaşlarının diğer ülkede ikametine izin veriliyordu. Bu anlaşma bir tarafıyla, Türkiye'nin yerli Rum halkı arasında bulunan ancak Yunan pasaportu taşıyan kişilerin, Türkiye'deki ikametlerine hukuki bir çerçeve hazırlamış oluyordu. 1964 Mart'ında, Türkiye bu anlaşmayı feshettiğini duyurdu. Ardından, Rumların taşınmaz mallarına dair işlemler durdurularak bunlara el konuldu ve Türk pasaportu taşımayan Rumlar, yanlarına sadece 20 kilo eşya ve 20 dolar para alarak Türkiye'yi terk etmeye zorlandılar. Bu zorunlu sürgün sonucunda 12 bin civarında Rum, Türkiye'den ayrıldı. (Ender, 2014). Yukarıda saydığım Rum sinemacılarından bir kısmı (örneğin Yorgos Saris) 1955 yılında Türkiye'den göç ettiler. Diğer bir kısmı ise 1964 kararlarıyla birlikte zorunlu olarak göç ettirildiler (Pola Moreli, Antonis Apostolu, Kostas Psaras). Alekos Aleksandru gibi bazıları ise ilerleyen yıllarda örneğin 1974 Kıbrıs olayları sırasında yaşanan gerilimler sebebiyle Türkiye'den ayrıldılar (Bozis, 2014, s. 217). Bu sinemacıların Türkiye'den ayrılışları çok hazin hikâyeler barındırmaktadır. Örneğin Antonis Apostolu, 1964'te alınan kararı yurtdışı seyahatinde bulunduğu sırada gazeteden öğrenmişti. Böylece, bütün mallarına el konuluyordu ve kısa bir seyahat için ayrıldığı evine ve memleketine bir daha dönemeyecekti (Bozis, 2014, s. 171).

Bütün bu isimleri, Yeşilçam tarihinin Rumlar başta olmak üzere gayrimüslim sinemacıları dışarıda bırakarak ele alınamayacağını hatırlatmak amacıyla zikrediyorum. Özellikle, BSH'deki gibi hikâyenin arka planında 1950'li ve 1960'lı yıllar yer alacaksa, Rumların maruz kaldıkları göçlerin insani, politik ve Yeşilçam üzerindeki sektörel etkileri kaçınılmaz olarak hikâyede yer edinecektir. Nitekim, her iki dizinin de anlatı evreninde Rum karakterlere yer verdiklerini, bu vurgunun özellikle BSH'de çok daha ön planda olduğunu görüyoruz. Dizideki Rum karakterlerden ilki, makinist Kosta'dır. Kosta, yetim kaldığında Semih'e kol kanat germiş ve onu sinemayla tanıştırmıştır. 6-7 Eylül saldırıları sırasında, bir yağmacı tarafından evinde öldürülür. İkinci Rum karakter, Semih'in firması Büyük Ateş Filmcilik'in sekreteri Nebahat'tir (Nurcan Şirin). Dizide, 1963 yılı sonlarında, Rum karşıtı milliyetçi dalga yükselirken aralarında Yeşilçamcılar'ın da bulunduğu bir tehcir edilecek Rumlar

8 İsmi geçen Rum sinemacılar için Yorgo Bozis ve Sila Bozis'in (2014, ss. 157-221) kitabından yararlanılmıştır. Eksik bilgiler, Türk Sineması Araştırmaları ve IMDb veritabanlarından tamamlanmıştır.

9 Bu iki süreçten önce, 1942'de yürürlüğe giren Varlık Vergisi de gayrimüslim sinemacılar üzerinde yıkıcı bir etki yaratmış, sahip oldukları mülklerin bir kısmının satılarak el değiştirmesi sonucunu doğurmuştu. Varlık Vergisi'nin sinema alanındaki sonuçları için bkz. (Özuyar, 2009).

listesinden söz edilmektedir. Listede Nebahat'le ailesinin isimleri de yer almaktadır. Semih'in istihbaratla geçmişten gelen, kurtulamadığı bağlantıları vardır. Bu bağlantılardan yararlanarak Nebahat'in isminin listeden çıkarılmasını sağlar. Motivasyonu, 6-7 Eylül olayları sırasında koruyamadığı Kosta amcasına karşı duyduğu gönül borcunu ödemek olarak tanımlanabilir. Her ne kadar Semih, Nebahat'in isminin listeden çıkarılmasını sağlasa da o ve ailesi gitmeye karar verirler.

Anlatıda, Nebahat ve ailesinin kendi tercihleriyle göç etmeleri, bir Türk karakterin derin devletle olan bağlantılarına minnet duymadan hareket etmeleri dikkat çekicidir. Rum karakterler, Türk ana karakterin koruma ve yardımına muhtaç bir konuma düşürülmemiş, pasif değil aktif özneler olarak resmedilmiştir. Dizinin yaratıcılarının bilinçli olarak böyle bir tercihte bulunduğunu tahmin etmek güç değil. Ancak Rum karakterler dizinin anlatı evreninde azımsanmayacak bir yere sahipken, seçilen karakterlerin Rumların Yeşilçam tarihindeki etkin konumunu doğru şekilde temsil etmediğini belirtmek gerekiyor. Yukarıda özetlediğim üzere, Rum sinemacılar Yeşilçam'da çok merkezî bir öneme sahiptiler. Oyuncu, kurgucu, işletmeci ve özellikle görüntü yönetmeni olarak faaliyet gösteren birçok Rum sinemacı vardı. Semih, yapımcılık faaliyetlerinde, bu profesyonel rollerin hepsiyle temas etmektedir. Ama bunların hiçbirinin Rum olması tercih edilmezken daha tali bir karakter olarak sekreter Nebahat'in Rum olarak tanımlanması dikkat çekicidir. Benzer bir eleştiriyi Kosta karakteri için de yapmamız gerekir. Kosta, daha önce Çağan Irmak'ın Babam ve Oğlum (2005) filminden aşına olduğumuz bir motife hizmet etmekte, babasını kaybeden bir çocuğun teselliye sinemanın büyüdü dünyasında bulmasına aracılık etmektedir. İyiliği ve erdemi temsil etmekte ve sonuçta 6 Eylül gecesi öldürülmektedir. Öldürülmesi Semih'in hem istihbaratla bir türlü kurtulamadığı bir ilişki içinde girmesine hem de Rumlar hakkında kendini sorumlu hissetmesine neden olur. Tüm bu yönleriyle Kosta, araçsal bir karakterdir.

Rum karakterleri, sinema endüstrisinde daha merkezî bir role sahip olan sinemacılar arasından seçmek daha dengeli ve gerçekçi bir temsil olurdu. Bununla beraber, BSH'de yapıldığı üzere tali karakterleri ve onların hikayelerini ele almak da bir yöntem olabilirdi. Ancak bu durumda da, neden daha sahici ve/veya Rumlara yönelik baskıyı daha katmanlı olarak ortaya koyan bir yan hikayenin tercih edilmediğini sormamız gerekiyor. Bu türden bir yan hikâyenin örneklerini, Türker İnanoğlu'nun anılarında okuyoruz. İnanoğlu, 20'li yaşlarındayken Maria adlı genç bir Rum kadınla sevgilidir. Herkes evleneceklerini düşünmektedir. Ancak 1964 kararnamesi, Maria'nın ailesini böler. Türk pasaportu olmayan baba zorunlu olarak Yunanistan'a göç ederken, Türk pasaportu olan anne ve kızı Türkiye'de kalırlar. Bu arada babanın tam tüm mal varlığına el konulur. Hatta İnanoğlu'nun da bulunduğu havaalanındaki vedalaşmada, görevliler Maria'nın babasının ailesiyle fotoğrafının yer aldığı bir çerçeveye bile el koyarlar. Liseyi bitirince Maria da annesiyle birlikte Yunanistan'a gider. Bir süre mektuplaşan çift sonunda mesafeye yenik düşer. İnanoğlu bu eski sevgilisini 1970 yılında, Yumurcak filminin galası için gittiği Atina'da tekrar görecektir (İnanoğlu, 2020, ss. 120-121). İnanoğlu'nun aktardığı ikinci hikâye ise Erlen Film çalışanlarından Cevat adlı bir genç hakkındadır. Cevat, Vaso

adlı bir Rum kadınla birlikte. Çocukları olur ancak resmi olarak evli değillerdir. 1964 kararname çıktığında, Türk vatandaşı olmadığı için Vaso sınır dışı edilir. Kızları, babası Cevat'la beraber Türkiye'de kalır. Anne ve kızı, Sirkeci Garında çok hazin şekilde birbirinden ayrılırlar. Cevat bir süre sonra vefat eder. Çocuğun sorumluluğunu akrabaları üstlenir. (İnanoğlu, 2020, ss. 117-118).

Erşan Kureri dizisinin evreninde gayrimüslim karakterler çok daha sınırlı biçimde yer almaktadır. B6'da, tahta bir kutudan ibaret olan Blue Box'ın peşine düşen Erşan'ı, Dimitri'nin (Özkan Uğur) ses kayıt stüdyosunda görürüz. Dimitri, çok basit teknikler kullanarak bir erotik filme Foley ses kaydı yapmaktadır. Daha sonra stüdyoya Agop gelir, o yılların ünlü pop programcısı İzzet Öz'den çaldığı anlaşılabilir Blue Box'ı Erşan'a verir, parasını alır ve ayrılır. Erşan, Dimitri'ye Hollywood'u çalkalayan bu yeni teknolojiyi gelecekte geçecek yeni filmde kullanacağını anlatır. Dimitri, "sesleri burda yapar mıyız" diye sorar. Ses kayıt mikserinin üstünde duran yarım poğaçaya ve ayrına bakan Erşan tereddüt eder, "oturulur, konuşulur be Dimitri Abi" cevabını verir. Erşan Kureri'de, gayrimüslim karakterlerin varlığı sadece bu tek sahneden ibarettir. Bu sınırlı temsil belli açılardan tarihsel gerçeklere uygun görünmektedir. 1980'lere geldiğinde, Türkiye'de Rum sinemaclar yok denilecek kadar azalmıştı. 1955 ve 1964 süreçlerinde göç etmeyenlerin bir kısmı, ilerleyen yıllarda tedrici biçimde göç etmişti. İstanbul'da kalan Rum sinemacların çoğu ise 1970'lerin sonu itibarıyla meslek hayatını bırakmıştı. Ayrıca 12 Eylül sonrasında Yeşilçam sektörel daralma yaşarken, filmlerin bütçeleri iyice küçülmüştü. Bu koşullar içinde, ses kayıt ve kurgu stüdyolarının nispi önemi artmıştı çünkü filmler yapım-sonrası aşamasında kotarılar hale gelmişti. Bu açılardan bakıldığında Dimitri'nin ses kayıt stüdyosu tutarlı bir ortam tercihidir. Ancak hemen eklemek gerekir ki, Rum sinemaclar azalmasına karşın Ermeni sinemacların özellikle oyuncuların varlığı daha görünür şekilde devam ediyordu. Sektör krize girince, günlük gelirle yaşayan ancak çok sayıda filmde oynayarak geçimini temin eden karakter oyuncular ve figüranlar da geçim sıkıntısına düşmüştü ki bunlar arasında Ermeni Nubar Terziyan ve Sami Hazinses (Samuel Agop Uluçyan) gibi oyuncular da vardı. Bu karakter oyuncularının 80'lerde içine düştüğü darboğaz, AFUY filminde ele alınmıştır. Öyle ki Haşmet artık eskidiğini düşündüğü bu yüzlere, yeni filmde onlarla çalışmayacağını güçlükle söyleyebilmiştir. Ama her şeye rağmen, eski bir aktörün cenazesini kaldırmak gerektiğinde, tabutu taşımak için bulunan 5-6 kişiden ikisi yine Nubar Terziyan ve Sami Hazinses'tir. Cem Yılmaz'ın, Erşan Kureri'yi yaparken en büyük referanslarından biri olan AFUY'u bu bakımdan es geçtiği anlaşılıyor.

Erşan Kureri dizisinde, gayrimüslim karakterlerin temsili yukarıda bahsettiğim tek bir sahneden ibarettir. Rum ve Ermeni karakterler aynı sahnede görünmektedir. Olay örgüsü içinde araçsal rollere sahiptirler. Gayrimüslim olmaları ilintili kültürel, politik ya da profesyonel koşullardan herhangi bir şekilde bahsedilmez. Daha ziyade bir yâd-ı mazi ve nostalji havası içinde, toplumsal bir çeşni ve çeşitlilik malzemesi olarak ele alınmaktadır.

Yerli ve Milli Bir Sinema

BŞH S1’de Semih, Reha ve İzzet Orkan (Özgür Çevik) üçlüsünü bir araya getiren şey, İzzet’in bir “milli sinema” oluşturma arzusudur. İzzet, bu arzusunu bir iş teklifi olarak Semih’e anlattığı yemek masasında milli sinemadan ne anladığını söyle anlatmaktadır:

Rejimimizin düşmanları belli. Komünistler ve şeriat isteyenler. Ama ben sloganları, yüksek sesle yapılan konuşmaları sevmem. Yani kahrolsun komünizm diye bağırın, insanlara ders verir nitelikte sopa sallayan bir film değil benim bahsettiğim. Daha ince bir şey. (...) İşte böyle bir filme destek verecek zümreler ve insanlar var. Bu insanların tek beklentisi iyi bir film meydana gelmesi. Sevilen, konuşulan, gişesi olan bir film. İsimlerinin afişlerde ya da başka bir yerde yer alması değil dertleri. (...) Milli sinemayı yaparken de milli olmalıyız. (...) Etrafın ve çevren de milli olacak. Ne demek istiyorum? Milli sinemayı ancak milli bir kadroyla kurabiliriz. Kameramanlarınız Rumlar, montajcılarınız Ermeni. Yeşilçam bunlarla dolu. Ben bunların aramızda olmasını istemiyorum. (...) Zaten Rumların fazla vakti kalmadı, gidecekler bu topraklardan.

İzzet’in tasavvur ettiği milli sinema bazı zenginler/sermayedarlar tarafından gizlice finanse edilecektir. Yeşilçam’da çokça gördüğümüz, bir filme para yatırarak gerçekleşen ortaklıklardan çok bir örtülü ödenek faaliyeti gibidir. Çekilecek filmde ideolojik bir misyonu yerine getirmesini beklemekte ancak bunun organik ve mutedil bir şekilde yapılmasını istemektedir. Son olarak, kadronun da milli olmasını hatta Yeşilçam’dan gayrimüslimlerin tasfiye edilmesini istemektedir ki Rumların her koşulda tasfiye edileceği tehdidini de eklemektedir. Bu tehditle, yaklaşmakta olan 1964 tehcirini ima etmektedir. Semih, her şeyden önce bir ticaret erbabıdır. İstenilen şey aklına yatmasa da İzzet’in teklifini geri çeviremez. Ondan alacağı parayla hem İzzet’in sipariş ettiği filmi hem de bir süredir çekmeye çalıştığı “toplumcu gerçekçi” filmi yapabileceğini düşünür. Ancak işler tahmin ettiği gibi gitmez, İzzet’in sipariş ettiği filmi bir türlü bitiremez.

BŞH S1’in sonunda İzzet’in siyasi kariyeri de milli sinema hayali de suya düşer ancak Yeşilçam’da 1969’dan itibaren bir Milli sinema kavramı, yönetmen Yücel Çakmaklı’nın lokomotif olduğu bir akım olarak ortaya çıkar. Bu akım, siyasal İslamcılığın kodlarını açık biçimde taşımayan ancak muhafazakâr, maneviyatçı ve ahlakçı vurgularıyla ön plana çıkan filmler yapmıştır. Sinema kulüp ve derneklerinin, o yıllardaki akımlarla yakın ilişkisi bulunuyordu (Lüleci, 2020, s. 1221). Sinematek Derneği, Robert Koleji Sinema Kulübü ve Kulüp Sinema 7 (sonradan Türk Film Arşivi) etkili oluşumlardı. Benzer bir ilişkisellik milli sinema akımı için de söz konusuydu. Milli sinema fikrini güçlendiren faaliyetler 1965’te kurulan Üniversite Film Kulübü’nde başlayıp 1968’den itibaren Milli Türk Talebe Birliği (MTTB) bünyesinde devam etti (Kabil, 2008, s. 15). Aydınlar Ocağı ve İlim Yayma Cemiyeti, milli sinema düşüncesini benimseyen diğer oluşumlardır

(Kabil, 2008, ss. 15-16). Daha sonra Çakmaklı ve arkadaşları Elif Film şirketini kurdular. Önce Kabe Yollarında (Kabe Yollarında, 1969) adlı yarı-belgesel filmi daha sonra da milli sinema akımının başlatıcısı olarak kabul edilen Birleşen Yollar'ı (Birleşen Yollar, 1970) çektiler.

Milli sinema hareketini çevreleyen kurumlar, özellikle MTTB, dönemin milliyetçi ve İslamcı hareketleri içinde öncü bir role sahipti. Komünizm karşıtı eylemlerde başı çekiordu. Fetih ve şahlanış mitinglerinin düzenleyicisiydi (Öztürk, 2016, ss. 11-15). 6. Filo protestolarına karşıt bir tutum almıştı. 16 Şubat 1969 günü gerçekleşen ve Kanlı Pazar olarak bilinen saldırıların tetikleyicileri arasında yer alıyordu.

İzzet'in dolayısıyla BSH'nin tasavvur ettiği milli sinema ile gerçekteki milli sinema akımı arasında çeşitli benzerlikler bulunmakla beraber, farklılıkların daha fazla olduğunu görüyoruz. Her şeyden önce zaman dilimleri örtüşmemektedir. İzzet'in milli sinema yaptıрма çabası birinci sezonun geçtiği 1963-64 yıllarına denk gelirken sinema tarihinde milli sinemanın ilk kurmaca ürünü 1970 yılında gelmiştir.¹⁰ İkincisi, BSH'deki milli sinema girişiminin temel motivasyonu Türkleştirme'dir. Ancak gerçek milli sinema akımı, daha maneviyatçı ve ahlakçı bir çizgide ürünler vermiştir. Üçüncüsü İzzet, milli sinemayı gizli sermaye kaynaklarıyla finanse etmektedir ancak gerçek milli sinema akımında böyle bir desteğin varlığını bilemiyoruz. Her ne kadar Çakmaklı, Elif Film'in kuruluşunda kolektif bir finansman olduğunu söylese de bunun kısmen ailelerden kısmen de "sözünü geçirebileceği çevrelerden borçlanarak" gerçekleştiğini belirtir (Kabil, 2008, s. 18). Eğer dizide illaki milli sinemadan bahsedilecekse bunun aslında S2'nin geçtiği 1969 yılına tarihlenmesi çok daha gerçekçi olurdu. Bu karşılaştırmaya bakarak, BSH'deki milli sinema teşebbüsünün, milli sinema akımının hatalı bir temsili olmaktan çok günümüz Türkiye'deki millilik tartışmalarından hareketle teleskoplama yöntemiyle inşa edildiğini görüyoruz. Dolayısıyla burada teleolojik bakış açısı tekrar devreye girmektedir. Dizinin yaratıcıları, günümüz Türkiye'deki yozlaşmış sağ politikacı tiplemesini ve yerlilik ve millilik tartışmalarını 1963 yılına yansıtmaktadırlar.

Erşan Kureri'de BSH'ye benzer bir milli sinema tartışması görmüyoruz. Bunun yerine, devlet yetkilileri Erşan'ı ziyaret ederek ona bir film siparişi verirler. B4'te Erşan ve arkadaşları ofiste esrar içtikleri bir sırada İçişleri, Sağlık Bakanlığı ve Emniyet temsilcileri Erşan'dan "sosyal uyarı niteliğinde", uyuşturucu ve bağımlılık karşıtı bir film yapmasını isteyerek ona yüklü bir çek verirler. BSH'de, derin devletle bağlantılı İzzet'in gayri resmî yollarla yaptığı film siparişi, Erşan Kureri'de bizzat bürokratlar tarafından açık şekilde yapılmaktadır. Tehditin yerini iş birliği ve takdir almıştır. Aslında 1980'li yıllarda devletle sinemacılar arasında bu türden iş birlikleri yapılmıyor değildi. Yukarıda bahsettiğim gibi, TRT krizdeki

¹⁰ Emrah Özen'in (2015) işaret ettiği üzere Türkiye'de yerli film-Türk filmi tartışmaları 1950'li hatta 30'lu yıllardan beri devam ediyordu ve bu tartışma kısmen Türklük ve millilik sorunsallaştırmasını da kapsıyordu. Buna karşın, söz konusu tartışmalar sol-Kemalist aydın ve yazarlar tarafından yürütülmüştü. Dolayısıyla, İzzet'in milli sinema tahayyülü, geçmiş on yılların yerli film-Türk filmi tartışmalarıyla süreklilik taşımamaktadır.

sinemacılar için bir çeşit fon kaynağına dönüşmüştü. Macit Akman (1981-1984) ve Tunca Toskay'ın (1984-1988) genel müdürlükleri döneminde TRT çok sayıda dizi ve film yaptırmıştı (Kale, 2019, ss. 136-137). Bu yapımları üstlenen sinemacılar görece geniş bir profile sahipti ancak bunların hiçbiri Erşan Kunteri gibi eski bir seks filmleri oyuncusu değildi. B tipi sinemadan gelmiyorlardı. Yeşilçam kökenli olanlar, ya Osman Seden gibi sektörün büyük isimleriydi ya Halit Refiğ ve Erden Kıral gibi misyonu olan/politik filmler yapmış yönetmenlerdi ya da Yücel Çakmaklı gibi 12 Eylül rejiminin ideolojik olarak kendine yakın ve makbul gördüğü isimlerdi. Erşan Kunteri'nin Yeşilçam dünyasındaki karşılığını ararsak onu ünlü bir seks filmleri oyuncusu olarak Behçet Nacar ve Kazım Kartal'a; yaratıcı, neşeli ama olanakları sınırlı bir yönetmen olarak da Çetin İnanç'a benzetebiliriz. Bu üç ismin hiçbiri TRT'nin 1980'lerdeki yapımlarında yer almamıştır. Erşan ve arkadaşlarının sipariş üzerine çektikleri *Kötü Mal* filmi, üslup ve hikâye bakımından dönemin *Kanun Gücü* (Arkin, 1979), *Kelepçe* (İnanç, 1982) ve *Vazife Uğruna* (Elmas, 1986) gibi yerli polisiye filmleriyle benzerlikler taşımaktadır. Özellikle, jeneriğinde İstanbul Emniyet Müdürlüğü'ne teşekkür edilen ve polislerin tıpkı *Kötü Mal*'de hicvedildiği gibi devasa telsizlerle dolaştığı *Vazife Uğruna* filmiyle büyük benzerlikler bulunuyor. Dolayısıyla, Erşan Kunteri'de, sinemacı-devlet ilişkisi kısmen gerçekçi görünmekte ancak bu ilişkinin sinema tarafındaki öznesi aykırı bir isimden seçilmektedir.

Küresel Karşılaşmalar, Ulusaşırı İmkânlar ve Bohem Muhitler

Girişte bahsettiğim, Yeşilçam'ı ilkel ve banal bir sinema olarak görme eğilimi, bu film endüstrisinin uluslararası konumu ve değeri konusunda bir miyopluğu da beraberinde getirdi. Yeşilçam'ın tümüyle kapalı devre bir endüstri olduğu, filmlerin sadece iç pazardaki sıradan izleyiciye hitap ettiği verili bir argüman olarak kabul edildi. Oysa ki Yeşilçam, kendi koşulları içinde uluslararası bağlantıları olan, yabancı oyuncu transferleri yapan, uluslararası ortak yapımlar gerçekleştiren ve yurtdışına film satan bir endüstriydi.¹¹ Özellikle 1960'ların sonunda Yeşilçam hızla büyürken, endüstrinin uluslararası bağlantıları daha da güçleniyordu. Bu bağlantılar Yunanistan, İtalya ve İran'la yapılan iş birliklerinde en yoğun şekliyle görülebilir (İnanoğlu, 2020). Bugüne kadar Yeşilçam'la ilgili olarak çekilen filmlerin hiçbirinde değinilmeyen bu uluslararası bağlantılar, ilk kez BSH ve Erşan Kunteri dizilerinde ele alındı.

BSH S2'de karakterler, yabancı sinemacı ve sanatçıların da yer aldığı bohem bir muhitin içinde değilse bile eşliğindedirler. İstanbul'un sanat ortamındaki bazı çarpıcı karşılaşmalar özenle kullanılır. Marlon Brando ve James Baldwin'i, 1969 yılı İstanbul'unun yeraltı buluşma mekânı olarak resmedilen Güzel Ev'de görürüz. Brando ve Baldwin, yanlarında Hakan olduğu halde güzel evden ayrılıp bir tekneye binerek İstanbul'da büyük bir film platosu kurmaya çalışan Ekrem'in (Muhammet Uzuner) yanına giderler. Bu da bize, potansiyel olarak

¹¹ Türk sinemasının uluslararası/ulusaşırı bağlantıları hakkında monografik bir çalışma olarak bkz. (Ulusay, 2008)

Brando'nun, kurulması planlanan şirketin filminde oynayacağını düşündürür. Brando, 1969'da değil ancak bundan 2 yıl önce James Baldwin ve Engin Cezzar'ın konuğu olarak gerçekten İstanbul'a gelmiş ve beş gün kadar kalmıştı. Kaldığı süre boyunca basın ilgisinden mustarip olan ve turistik faaliyetlerde bulunan ya da Hilton'da arkadaşlarıyla zaman geçiren Brando'nun İstanbul'da film görüşmesi yaptığını dair hiçbir bilgi bulunmuyor (Bergin, 2004). Basın toplantısında James Baldwin'le beraber yapmayı düşündüğü bir filmden bahsetmişse de bunun Türkiye'yle bir ilişkisi yoktu. Ayrıca kendisine Atatürk'ü konu alan bir filmde oynayıp oynamayacağı sorulduğunda olumlu cevap vermişti ancak bu tamamen muhayyel ve magazinsel bir soruydu (Feyizoğlu, 2019). Somut bir film teşebbüsüne karşılık gelmiyordu. Sahnenin diğer kişisi James Baldwin'in ise Türkiye'yle ve İstanbul'un entelektüel muhitleriyle çok daha güçlü bir bağı vardı. Ünlü şair ve insan hakları aktivisti Baldwin, 1961-1971 yılları arasında belli aralıklarla İstanbul'da yaşamış, yapıtının önemli parçalarını İstanbul'da yazmıştır. Sinema çevreleriyle de yakın ilişki içinde olmuştur. Sinematek Derneği'nin üyesidir. Yaşar Kemal, TİP milletvekili adayı olarak miting konuşması yaptığında yanında Baldwin, onun arkasında da koruma olarak Arif Keskiner bulunuyordu ki hem Kemal hem de Keskiner sinema muhitiyle doğrudan bağlantılı isimlerdi (Keskiner, 2018, s. 230). Ancak Baldwin, film projelerinde herhangi bir şekilde yer almamıştı. Türkiye'deki yaratıcı faaliyetleri yazarlığın yanı sıra tiyatroyla sınırlıydı. Dolayısıyla Brando ve Baldwin, Türkiye'de bulunmuş ve entelektüel çevrelerle temasa geçmiş olmalarına rağmen onların sinemayla ilgili bir şeylere dahil olduğu iması gerçek olgulara uygun değildir. Gerçi Yeşilçam'ın zaman zaman Hollywood ile işbirlikleri oluyordu. Örneğin Tony Curtis ve Charles Bronson'ın oynadığı Paralı Askerler (You Can't Win 'Em All, Collinson, 1970) filmi Türkiye'de çekilmişti ve kadroda Fikret Hakan ve Salih Güney gibi oyuncular da yer alıyordu. Ancak bu tip istisnalara rağmen, Yeşilçam'ın uluslararası bağlantılardaki istikametini ABD'den ziyade Yunanistan, İtalya ve İran oluşturuyordu. Oyuncu transferlerinden bahsedilecekse, Eva Bender (d. 1944, İsveç), Cihangir Gaffari (d. 1940, Bakü) Puri Banayi (d. 1940, Irak), Melek Nasır (1930, Tahran-2018) ve Robert Widmark (Alberto Dell'Acqua, d. 1938) gibi örneklerden yola çıkılabilirdi.

Erşan Kureri dizisinde uluslararası bağlantının istikametinin daha farklı seçildiğini görüyoruz. Alev'in Cannes'da tanıştığı nişanlısı Ameen Faryadi (Necip Memili), ismiyle ima edilen belden aşağı ucuz mizah bir kenara bırakılırsa, İran Azerisi ünlü bir yönetmen olarak zikredilmektedir. Ameen'e herkes büyük bir hayranlıkla yaklaşır, onun Topkapı Sarayı'nda çekeceği Galata Hançeri adlı büyük filmde rol almak isterler. Ancak Erşan, Ameen'i hem kıskanır hem de onun orijinal hançeri çalacağından şüphe eder. Sonuçta, Erşan'ın şüpheleri yersiz çıkar ama Ameen de filmi çekmekten vazgeçer. Ameen aslında melez bir karakterdir. İsmi, Aşgar Ferhadi'yi çağrıştırmaktadır. Cannes'dan gelen bir yönetmen olarak Amir Naderi, Abbas Kiarostami ve Mohsen Makhmalbaf gibi yönetmenleri akla getirmektedir. Konusu ve Erşan'ın şüpheleri itibarıyla de Topkapı (Dassin, 1964) filmi yapan Amerikalı ekibi hatırlatmaktadır. Ancak burada dikkat çekici bir dizi sapma söz konusudur. Birincisi, Yeşilçam'ın İranlı sinemacılarla bağlantısı 1970'lerin ilk

yarısında yoğunlaşmış, 1979'daki İran devriminin ardından neredeyse bitme noktasına gelmiş, sadece Türkiye'de yaşayan bazı İranlı oyuncular bir iki filmde daha rol almıştı. İkincisi, 12 Eylül rejiminin yarattığı baskıcı ve şüphecilik ortamı, Topkapı filmine benzer büyük yabancı projelerin Türkiye'ye gelmesini neredeyse imkânsız hale getiriyordu. Üçüncüsü, İslam devrimi sonrasında ortaya çıkan İran sanat sinemasının Cannes gibi büyük festivallerde boy göstermeye başlaması ancak 1990'lardan itibaren gerçekleşmiştir.

O'Sinema kanalına konuk olduğu bir görüşmede Cem Yılmaz, Yeşilçam'la İtalyan sineması arasında bir dönem yaygın olan ortak yapımlardan hareketle Carlo Pucciani adlı İtalyan bir karakter tahayyül ettiğini, bu karakterin Erşan'la Ultima Posta (Son Posta) adlı bir film yapacağını ancak bu tasarıya dizide yer vermediğini belirtiyor (Erşan Kureri Özel, 2022). Eğer bu tasarı hayata geçirilseydi, Yeşilçam'ın uluslararası bağlantılarına ilişkin daha gerçekçi bir tasvir olur muydu diye sormamız gerekiyor? İran bağlantısında olduğu gibi Türken İnanoğlu'nun lokomotif olduğu İtalya-Türkiye ortak yapımları ağırlıklı olarak 1970'lerin ilk yarısında yapılmıştı. Bununla beraber, Robert Widmark 70'lerin ikinci yarısında birkaç Yeşilçam yapımında görünmeye devam etti ve en son Babanın Evlatları (Baytan, 1977) filminde rol aldı. Aslında, Yılmaz'ın bahsettiği profil akla Widmark'tan başkasını getirmiyor ne var ki burada yine bir tarihsel sapma görüyoruz çünkü 1980'lerin başında bu tip uluslararası iş birlikleri ve yetenek transferleri en azından bir süreliğine tamamen durmuştu.

Sonuç: Hakikat inşası ve Yeşilçam tasvirleri

Güncel platform dizileri olan BSH ve Erşan Kureri'de, Türk sinema tarihine ilişkin bazıları kritik öneme sahip olan gerçek olgu ve süreçlerin yoğun biçimde ele alınması heyecan vericidir. Bununla beraber, her iki dizide gerçek olgu ve süreçlerin kısmen dönüştürülerek temsil edildiğini görüyoruz. Söz konusu dönüşüm, yerine göre olgu ve süreçlerin gerçek zamanlarından taşınarak farklı zaman kesitlerine monte edilmesi, aralarındaki mesafe ve ilişkinin değiştirilmesi, gerçeklik içindeki konumlarının yeniden haritalanması ve ölçeklerinin/önem derecelerinin değiştirilmesi gibi farklı biçimlerde gerçekleşiyor. Bu manzaraya bakarak, bu dizilerin yaratıcılarının, birer musavvir gibi hareket ettiğini, tarihi hikâyeleştirirken tıpkı bir tasvirdeki gibi kendi hakikatlerini inşa ettiklerini iddia ediyorum. Bu tasvirî hakikati oluştururken, malzemeyi yeniden haritalamakla kalmıyorlar, anlatılarına metinlerarası ve mecralar arası katmanlar ekleyerek yine tıpkı bir tasvirde olduğu gibi çerçeve dışıyla etkileşime geçiyorlar. Karakterlerini konuşurken, onların kendi tarihsel bağlamlarını, deneyimlerini ve bu deneyimlerden edinmelerini bekleyeceğimiz içgörülerini ihmal etmiyorlar. Ancak yaratıcıların birer musavvir/tarihçi/hikâye anlatıcısı olarak kendi konumlarına daha fazla öncelik verdiklerini görüyoruz. Kendi konumlarını öncelerken tarihe ilişkin teleolojik bir bakış açısıyla hareket ediyorlar. Yani bugünden sinema tarihine bakarken, Yeşilçam'a ilişkin güncel varsayımlarını karakterlerin deneyimleri haline dönüştürüyorlar. Teleolojiyi ön planda tutarak, Grethlein'in tabiriyle "gelecek geçmiş" in geçmiş kısmına ağırlık veriyorlar. Tarihe

yönelik bu teleolojik bakış açıları, yaratıcıların platform zamanından ve/veya evreninden geliştirdikleri bir tepki ya da Reynold'un kavramsallaştırmasıyla "platform kaygısı"nın yansıması olarak yorumlanabilir. Bu bağlamda, iki dizinin yaratıcılarının teleolojik bakış açısını ve platform kaygısını paylaştıklarını ancak tasvir ettikleri Yeşilçam panoramasında farklar olduğunu belirtmemiz gerekiyor. BSH'de, teleolojik olarak inşa edilen hakikatin kaynağını Yeşilçam literatürü ve Yeşilçam sonrası Türkiye'sinin sosyo-politik koşulları oluşturuyor. Erşan Kureri'deki hakikat inşası ise ağırlıklı olarak Cem Yılmaz'ın kendi kariyerinde sinema-dizi-platform eksenindeki dönüşümü merkeze alıyor.

Tamamlamadan önce, iki soru sormamız gerektiğini düşünüyorum. Özgün ve Treske (2021, s. 119), süreğen medya platformlarının kendi zaman rejimlerini inşa ettiklerini iddia etmektedirler. Onlara göre, platformların can alıcı özelliklerinden birisi, sinema ve TV izleyiciliğindeki zamansal bağın ortadan kalkmış olmasıdır. Birinci soru, bu yeni zaman rejiminin platformlardaki içeriklerin sadece seyir zamansallığını değil anlatı zamanını da kapsayıp kapsamadığıdır. Bilhassa tarihsel konulara odaklanan platform anlatıları -tıpkı BSH ve Erşan Kureri dizilerinde olduğu gibi- hakikati inşa ya da tasvir ederken bu yeni zaman rejiminin sağladığı serbestlik ve/veya salınım tabi olacaklar mı? Seyrin zamansallığının akışkan olduğu bir durumda, anlatının zamansallığı da akışkan olacak mı?

Hem Netflix'in hem de BluTV'nin Türkiye'deki abonelerine sundukları içerik yığnında onlarca Yeşilçam yapıımı da yer alıyor. Bu durumu, tıpkı 1990'lardaki özel TV patlamasında olduğu gibi günümüz platformlarının da Yeşilçamsız yapamadığı biçiminde yorumlayabiliriz. Platform arayüzüne giren bir aboneyi, Yeşilçam filmleri ve Yeşilçam hakkındaki diziler yan yana karşıyorlar. Bu durumdan hareketle ikinci soruyu şu şekilde sormamız gerekiyor: Süreğen medya platformlarının kendi evreni içinde, Yeşilçam tarihine ilişkin anlatılarla Yeşilçam filmlerinin bizzat kendileri arasında nasıl bir etkileşim ortaya çıkacak?

Platformlar zamanının henüz erken bir aşamasındayız. Platform toplumu ve platform kapitalizmi gibi kavramların yanı sıra platform hikâyeciliği ya da platform seyri gibi kavramlardan bahsetmemiz gerekecek. Öyle görülüyor ki süreğen medya platformlarının, atası ve/veya tarih öncesi olan sinema ve TV'yle hesaplaşması devam edecek. Bu makalenin kaleme alındığı günlerde henüz yayınlanan Netflix yapıımı Cici (Oya, 2022) filmi; sinema, TV, kamera ve ekranlar yoluyla kurulan, her mecranın uzamına hem karakterlerin hem de izleyicinin girip çıktığı bir örnek olarak önümüzde duruyor.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Etik kurul iznine gerek yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Yazım sürecindeki önerileri ve makalenin özetini Fransızca'ya çevirdiği için Dr. Özgür Gürsoy'a teşekkür ederim.

Çıkar Çatışması Beyanı

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

Kaynakça

Abisel, N. (2005). Türk Sinemasında Film Yapımı Üzerine Notlar. Aynı yazar, Türk Sineması Üzerine Yazılar içinde . Ankara: Phoenix Yayınevi.

Alasya, Z. (2003). Ömerçip [Film].

Arkın, C. (1979). Kanun Gücü [Film].

Arslan, S. (2011). Cinema in Turkey: A New Critical History. Oxford, New York: Oxford University Press.

Ayverdi, İ. (2010). Misalli Büyük Türkçe Sözlük. İstanbul: Kubbealtı.

Bağcı, S., Çağman, F., Renda, Günsel ve Tanındı, Z. (2010). Ottoman Painting. (2. bs.). Ankara: Ministry of Culture and Tourism, The Bank Association of Turkey.

Balcı, D. (2013). Yeşilçam'da Öteki Olmak: Başlangıcından 1980'lere Türkiye Sinemasında Gayrimüslim Temsilleri. İstanbul: Kolektif Kitap.

Baruönü, K. (2018). Arif v 216 [Film].

Baytan, N. (1977). Babanın Evlatları [Film].

Bergin, A. (2004, 8 Temmuz). Marlon hep arayış içindeydi. Hürriyet. Erişim 30 Aralık 2022, <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/marlon-hep-arayis-icin-deydi-239413>.

Bozis, Y. (2014). Paris'ten Pera'ya Sinema Ve Rum Sinemacılar. Beyoğlu, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Büte, E. B. (2021). Levent Cantek ve Volkan Sümbül ile Yeşilçam Üzerine Söyleşi. Altyazı. Erişim 26 Aralık 2022, <https://altyazi.net/soylesiler/yesilcam-levent-cantek-volkan-sumbul/>.

- Collinson, P. (1970). You Can't Win 'Em All [Film].
- Coşkun, M. F. (2018). Anons [Film].
- Çakmaklı, Y. (1969). Kabe Yollarında [Film].
- Çakmaklı, Y. (1970). Birleşen Yollar [Film].
- Dassin, J. (1964). Topkapı [Film].
- Değirmenci, T. (2013). Geçmişin Yeniden İnşası: Târîh-i Sultân Selîm Han ve Tasvirleri. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (18), 63-82.
- Eğilmez, E. (1988). Arabesk [Film].
- Elmas, O. (1986). Vazife Uğruna [Film].
- Ender, R. (2014, 17 Kasım). 1964 Rum sürgünü ve azınlık hukuku. Bianet Bağımsız İletişim Ağı. Erişim 6 Ocak 2023, https://m.bianet.org/bianet/siyaset/159995-1964-rum-surgunu-ve-azinlik-hukuku#_ftn7.
- Erkılıç, H. (2003). Türk Sinemasının Ekonomik Yapısı ve Bu Yapının Sinemamıza Etkileri. (Yayımlanmamış doktora tezi). Mimar Sinan Üniversitesi.
- Erkılıç, H. ve Ünal, R. (2018). Türkiye Sinemasına Özgü Bir Üretim Tarzı Olarak Bölge İşletmeciliği: Adana Bölgesi İşletmeciliği Örnek Olay İncelemesi. Erciyes İletişim Dergisi, 5(3), 54-74.
- Erşan Kureri Özel: Cem Yılmaz | Çok Basit Sorular #1. (2022). YouTube. Erişim 28 Aralık 2022, https://www.youtube.com/watch?v=9tiH_oq7FZ0.
- Feyizoğlu, T. (2019, 24 Ağustos). Türk kahvesi ve Türk rasıki için Marlon Brando. Gerçek Bandırma. Erişim 30 Aralık 2022, <https://www.gercekbandirma.com/turk-kahvesi-ve-turk-rakisi-icen-marlon-brando>.
- Filmer, C. (1984). Hatıralar: Türk Sinemasında 65 Yıl. İstanbul: Emek Matbaacılık.
- Florenski, P. (2013). Tersten Perspektif. (Y. Tükel, Çev.) (4. bs.). İstanbul: Metis Yayınları.
- G.O.R.A. (2004).
- Grethlein, J. (2013). Experience and Teleology in Ancient Historiography: "Futures Past" from herodotus to Augustine. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gürsoy, Ö. (2021). Hakikatin Ötesi, Berisi, Kendisi: "Hakikat-ötesi" Kavramına Dair Eleştirel Bir Çözümleme. Kaygı, 20(1), 150-170. doi:10.20981/kaygi.889037.
- İrmak, Ç. (2005). Babam ve Oğlum [Film].
- İnanç, Ç. (1982). Kelepçe [Film].
- İnanoğlu, T. (2020). Acısıyla Tatlısıyla Yeşilçam Anıları: Sinemaya Adanmış Bir Ömür. İstanbul: TÜRVAK Kitapları.

- Kabil, İ. (2008). Notlar 8: Yücel Çakmaklı ile Milli Sinema Üzerine. İstanbul: Bilim ve Sanat Vakfı.
- Kale, F. (2019). TRT Yerli Edebiyat Uyarlamaları 1968-2015. TRT Akademi, 4(7), 126-147.
- Kartal, T. (2006). Dünyayı Kurtaran Adamın Oğlu [Film].
- Kaya, C. (2014). Belgesel. Remake, Remix, Rip-Off: About Copy Culture & Turkish Pop Cinema [Film].
- Keskiner, A. (2018). Çiçek Gibi: Anı Değil, Sanki Aydınımızın Bohem Tarihi (6. bs.). İstanbul: Literatür.
- Konak, R. (2007). Minyatür Sanatında Derinlik Anlayışı. Sanat Dergisi, (12), 97-102. Erişim 28 Aralık 2022, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunigsfd/issue/2600/33461>
- Köker, İ. (2018, 13 Eylül). ABD gizli diplomatik belgelerinde 12 Eylül darbesi. BBC News Türkçe. Erişim 11 Ekim 2022, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45499685>
- Lisberger, S. (1982). Tron [Film].
- Lüleci, Y. (2020). 1960'lı Yıllarda Türkiye'de İktidar ve Sinema İlişkileri. E-GİFDER Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8(2), 1200-1233. doi:<https://doi.org/10.19145/e-gifder.726314>.
- Major, A. (2022). Not streaming near you: FilmStruck's failure and the demise of the cinema-specific model. Popular Communication, 20(1), 60-76. doi:<https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1919679>.
- McDonough, J. K. (2020). Introduction. J. K. McDonough (Ed.), Teleology: A History içinde (ss. 1-13). New York: Oxford University Press.
- Memduh Ün Filmlerini Anlatıyor. (2009). (2. bs.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Millî Güvenlik Konseyi'nin Bir Numaralı Bildirisi. (1980, 12 Eylül).T.C. Resmî Gazete, s. 6.
- Müjde, G. (2000). Kahpe Bizans [Film].
- Oya, B. (2022). Cici [Film].
- Özen, E. (2015). Sinemamızın Şahsiyet Azabı: Ellili Yıllarda Yerli Film/Türk Filmi Ayrımı Üzerine Bir Değerlendirme. M. K. Kaynar (Ed.), Türkiye'nin 1950'li Yılları içinde (ss. 485-503). İletişim Yayınları.
- Özgün, A. ve Treske, A. (2021). Süreğen Medya Platformları: İzleyici Etkinliğinin Dönüşümü ve Toplumsal Etkileri. İlef dergisi, 8(1), 109-132.
- Öztürk, E. (2016). Millî Türk Talebe Birliğinde Değişen Milliyetçilik Anlayışı ve Anti-Komünizm (1965-1971). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (25), 103-126. Erişim 30 Aralık 2022, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/276252>.

- Özuyar, A. (2009). Varlık Vergisi Mağduru Sinemacılar. *Kebikeç*, (27), 291-306.
- Pamuk, O. (2002). *Benim Adım Kırmızı* (19. bs.). Ankara: İletişim Yayınları.
- Pritzl, K. (2010). Introduction. Pritzl, Kurt (Ed.), *Truth: Studies of a Robust Presence içinde*, *Studies in philosophy and the history of philosophy* (C. 51). The Catholic University of America Press.
- Reynolds, D. (2021). Platform Anxiety: Locating Authorship in *Tron*, *Hugo*, and *The Lego Movie*. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 60(2), 80-104. doi:10.1353/cj.2021.0004
- Scorsese, M. (2011). *Hugo* [Film].
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge and Malden: Polity Press.
- Truth. (t.y.). Meriam-Webster.com dictionary. Erişim 26 Aralık 2022, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/truth>.
- Turgul, Y. (1990). *Aşk Filmlerinin Unutulmaz Yönetmeni* [Film].
- Ulusay, N. (2008). *Melez İmgeler: Sinema ve Ulusötesi Oluşumlar*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Van Dijk, J., Poell, T. ve de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York: Oxford University Press.
- Yaren, Ö. (2017). Turkish Erotics: The Rise of the Sex Influx. *The Journal of Popular Culture*, 50(6), 1356-1375. doi:<https://doi.org/10.1111/jpcu.12627>
- Yaşartürk, G. (2012). *Türk Sinemasında Rumlar*. İstanbul: Agora Yayınları.
- Yılmaz, A. (1995). *Söylemek Güzeldir*. İstanbul: Afa Yayınları.

Derleme Makale / Review Article / Article de Synthèse

Dijital Çağda İkonik Fotoğraf ve Toplumsal Hafıza İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme

Zeynep Merve Şıvgın

Dr. Öğr. Üyesi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
merve.sivgin@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0001-9729-732X

Abstract

An Evaluation of the Relation between Iconic Photograph and Collective Memory in Digital Age

Iconic photographs are powerful visual images that represent historically significant moments, events and people. They have the potential to guide the viewer in making sense of events and remembering the past and the discursive value they possess turn them into a tool of ideological struggle. Unlike ordinary photographs, the photographs that become iconic reach large audiences and play an important role in structuring collective memory. This study discusses the process through which photographs reach iconic value in both traditional and digital media structures. Within the traditional media structure, in order for a photograph to become iconic, it should first go through an editorial filter. This process has changed in digital age with the end of the media professionals' monopoly. In digital media, which enables participatory culture, iconic photographs emerge through user practices, so the photographs taken by ordinary citizen can also become iconic. This study discusses the changes in the conditions that reveal iconic photographs, which are the visual records of collective memory, in digital age. The consequences of this change are also discussed within the framework of the relationship between photography and memory. It is concluded that collective memory has the potential to be created in a more pluralistic and democratic way in a visual universe where different ways of seeing are included.

keywords: photograph, iconic photograph, digital age, digital media, collective memory.

Résumé

Une analyse sur le lien entre la photo iconique et la mémoire collective à l'ère numérique

Les photographies iconiques sont de puissantes images visuelles qui représentent des moments, des événements et des personnages historiquement significatifs. Elles facilitent la compréhension des événements et la mémorisation du passé pour les spectateurs. Puisqu'elles véhiculent un message discursif, elles font l'objet de luttes idéologiques. Les photos devenues iconiques avec le temps, accessibles au plus grand nombre jouent un rôle important dans la construction de la mémoire collective. Dans cette étude, le processus d'iconisation des photos est abordé dans le cadre des médias traditionnels et numériques. Pour qu'une photo devienne iconique dans un média traditionnel, elle doit être éditée avant sa publication. En revanche, à l'ère numérique, où les professionnels du média perdent de l'influence, ce processus subit des changements. Dans les médias numériques, qui favorisent la culture participative, les photographies iconiques émergent à travers les pratiques des utilisateurs ; grâce à cela, les photos prises par des personnes ordinaires peuvent devenir iconiques. Dans cette analyse, les changements survenus dans les conditions permettant la naissance de photos iconiques, qui sont un symbole de la mémoire collective ainsi que les conséquences de ces changements sont examinées avec une attention portée aux liens entre la photographie et la mémoire. Il en ressort que, dans le monde numérique d'aujourd'hui, la mémoire collective repose sur une base plus démocratique et pluraliste, compte tenu les multiples manières de voir qui peuvent s'exprimer.

mots-clés : photo, photo iconique, ère numérique, médias numérique, mémoire collective.

Öz

İkonik fotoğraflar tarihsel olarak önemli anları, olayları ve kişileri temsil eden güçlü görsel imgelerdir. Olayların anlamlandırılması ve geçmişin nasıl hatırlanacağı konusunda izleyiciye rehberlik eder ve sahip oldukları söylemsel değer nedeniyle ideolojik mücadelenin aracı haline gelirler. İkonlaşan fotoğraflar sıradan fotoğraflardan farklı olarak geniş kitlelere ulaşarak, toplumsal hafızanın yapılandırılmasında önemli rol oynarlar. Çalışmada fotoğrafların ikonik değere erişme süreçleri hem geleneksel, hem de dijital medya yapısı içinde ele alınmaktadır. Geleneksel medya yapısı içerisinde bir fotoğrafın ikonik olabilmesi için öncelikle editoryal bir süzgeçten geçerek izleyiciyle buluşması gerekirken, dijital çağda medya profesyonellerinin tekelinin kırılmasıyla birlikte bu süreç değişmiştir. Katılımcı kültüre olanak tanıyan dijital medyada ikonik fotoğraflar kullanıcı pratikleriyle ortaya çıkmakta, bu sayede sıradan yurttaşların çektiği fotoğraflar da ikonlaşabilmektedir. Bu çalışmada toplumsal hafızanın görsel bir kaydı olan ikonik fotoğrafları ortaya çıkaran koşulların dijital çağdaki değişimi ve bu değişimin sonuçları fotoğraf ve hafıza ilişkisi çerçevesinde tartışmaya açılmaktadır. Çalışmada farklı görme biçimlerinin dahil olabildiği bir görsel evrende, toplumsal hafızanın daha çoğulcu ve demokratik bir biçimde oluşturulma potansiyeli taşıdığı sonucuna varılmaktadır.

anahtar kelimeler: fotoğraf, ikonik fotoğraf, dijital çağ, dijital medya, toplumsal hafıza.

Giriş

Geçmişini nasıl hatırladığımız hem gazete, televizyon, sinema gibi geleneksel medya araçları, hem de dijital medya aracılığı ile aktarılan yazılı ve görsel medya içerikleri ile yakından ilişkilidir (Neyzi, 2011, s. 2). Bireyin hafızası toplumsal olarak belirlenirken (Assman, 2018), bireyin içinde bulunduğu toplumsal bağlamın belirlenmesinde medya içerikleri önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle toplumsal gerçekliğin bilgisini sunan medyanın bu gerçekliği inşa ettiğinin altını çizmek gerekmektedir. Zira "gerçeklik herşeyden önce bir bilgi türüdür ve toplumsal failer çoğulluğu tarafından inşa edilmektedir".¹ Bu yönüyle medyada yer alan görüntüler, yerleştirildikleri bağlam ve olayların aktarılma biçimi izleyiciler açısından anlama ilişkin temel bir referans noktası oluşturmakta ve ortak bir hafıza yaratılmasına aracılık etmektedir.

Geleneksel medya yapısı içerisinde enformasyonun toplanması ve dağıtılması medya kuruluşlarının denetimine tabidir. Bu yapı içerisinde medya seçkinleri tarafından yukarıdan aşağıya hiyerarşik bir biçimde kontrol edilen medya içeriklerinin üretim ve tüketim pratikleri dijital dönemle birlikte belirgin biçimde değişmiştir. Bu dönemde dijital mecralar, özellikle sosyal medya uygulamaları kullanıcıların içerik üretmesine ve bu içerikleri aracısız dağıtmasına izin veren bir altyapı sağlamıştır. Enformasyona ulaşmada büyük bir hız, erişim kolaylığı ve içerik çeşitliliği sunan bu mecralar sayesinde geleneksel medyanın içerikler üzerindeki hakimiyeti ve tekeli de büyük ölçüde sarsılmıştır. Dijital çağda değişen medya dinamikleri fotoğrafın üretim ve dolaşım pratiklerini de dönüştürmüştür. Bu gelişmeler toplumsal hafızanın görsel bir kaydı olarak ikonik fotoğrafların ortaya çıkış süreçlerinin yeniden değerlendirilmesini gerektirmiştir.

Gerçekliğin kaydı ve tanığı olarak ortaya çıkan fotoğraf ile hafıza arasında organik bir bağ söz konusudur. Fotoğraf makinesinin olayların görünümünü, görünümünden oluşan akış içinden çekip çıkararak dondurduğunu ifade eden John Berger (2015, s. 71), daha öncesinde bunu yapabilmeyen tek yolunun bellek olduğunu söyler. Ancak Berger (2015, s. 72), belleğin aksine fotoğrafların kendi başlarına anlamı saklamadıklarının altını çizer. Bu durum, bağlamından koparılmış görüntülerin her türlü kullanıma açık olduğu anlamına gelmektedir (Berger, 2015, s. 76). Nitekim icadının üzerinden çok geçmeden bir propaganda aracı haline gelen fotoğraf, 20.yüzyıla birlikte ideolojik bir aygıt olarak işlevselleştirilmiş ve her bir fotoğraf hakikate ilişkin bütünsel bir görüşü deneme, onaylama ve inşa etme potansiyeliyle ideolojik mücadelenin önemli bir parçası haline gelmiştir (Berger, 2015, s. 39). Böylece fotoğraf, toplumsal hafızanın oluşturulmasında ve biçimlendirilmesinde etkin bir araç konumuna yerleşmiştir.

Fotoğraf, toplumsal hafıza ve hatırlama konusunda onu diğer kitle iletişim araçlarından farklılaştıran, ayırt edici kılan bir özgüllüğe sahiptir. Her ne kadar te-

1 https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/39445/mod_resource/content/1/1.hafta%20okumas%C4%B1.pdf (Erişim 01.05.2023)

levizyon, video, film gibi çeşitli alanlarda kuşatıcı bir görsel evrende yaşıyor olsak da Sontag'ın (2004, s. 21) belirttiği gibi hatırlama söz konusu olduğunda fotoğrafın hala daha derinden bir can acıtma ve insan zihninde iz bırakma gücü vardır. Hafızamızda hatırlamak üzere fotoğraflar birikir ve bu karelerin temel birimi tek bir görüntüdür (Sontag, 2004, s. 21). Birbiri ardına gelen ve akış içerisinde sıradanlaşan hareketli görüntülerin aksine, her bir durağan fotoğraf saklanıp tekrar tekrar bakılabilecek ayrıcalıklı bir andır (Sontag, 2008, s. 21). Sontag'ın sözünü ettiği durağan fotoğraf karelerinin etkileme gücü ikonik fotoğraflarda zirveye ulaşır.

İkonik fotoğraflar tarihsel olarak önemli anları/olayları temsil eden, izleyicide yoğun bir duygusal tepkiyi harekete geçiren ve hafızalara kazınarak uzun yıllar etkisini sürdüren güçlü görsel imgelerdir. Örneğin Vietnam Savaşı'nda napalm bombasıyla vücudu yanan küçük kızın kaçıışı (1972), Sovyet-Afgan Savaşı sırasında Pakistan'da çekilen mülteci "Afgan Kızı" (Steve McCurry, 1985), Soğuk Savaş'ın son döneminde Çin'in Tianenmen Meydanı'nda sivil bir direnişçinin tankların önüne geçişi (Jeff Widener, 1989), Rus Büyükelçisi Andrey Karlov'un Ankara Çağdaş Sanatlar Merkezi'nde öldürülme anı (Yavuz Alatan, 2016) 3 yaşındaki Suriyeli bebek Aylan Kurdi'nin Bodrum sahilinde kıyıya vurmuş cansız bedeni (Nilüfer Demir, 2015) pek çok kişinin zihninde yer etmiş ve toplumsal hafızanın parçası haline gelmiş ikonik fotoğraflar arasındadır. İkonikleşmiş bu fotoğraf karelerinin işlevi basitçe orada ne olduğunu iletmekten ibaret değildir, aynı zamanda olayların anlamını yoğunlaştırır ve oluştururlar (Hansen, 2015, s. 265). Tek bir fotoğraf karesi, sayfalarca yazılmış bir metinden ya da saatlerce süren bir hareketli görüntüden daha fazlasını daha çarpıcı bir biçimde söyleme potansiyeline sahiptir. İkonik fotoğraflar bu potansiyele, sahip oldukları söylemsel değer aracılığıyla erişir ve bu sayede ait oldukları konunun siyasi ve sosyal bağlarının anlamlandırılmasında izleyiciye rehberlik ederler (Dahmen, vd., 2018, s. 265).

Hansen (2015), ikonik fotoğrafların söylemsel değerinin önemini Laclau ve Mouffe'nin (1985) söylem analizi teorisinde geliştirdikleri "düğüm noktası" (nodal points) kavramını ödünc olarak ortaya koyar. Laclau ve Mouffe hegemonya ve ideoloji mücadelesinin sürdüğü söylemsel alanda, söylemin tamamlanmış bir bütün olarak kapanmasının ve anlamın nihai olarak sabitlenmesinin mümkün olmadığını söyler (aktaran Kubilay, 2009, s. 328). Buna karşın kısmi bir sabitleştirmenin olanaklı olduğunu belirten yazarlar, söylemsel alandaki egemenlik mücadelesinde anlamın sabitlendiği yeri "düğüm noktası" olarak adlandırırlar. Düğüm noktaları anlam yapılarına kısmi bir sabitleme sağlayan, diğer işaretlerin etrafında düzenlendiği ayrıcalıklı söylemsel/görsel işaretlerdir (Hansen, 2015, s. 265). Hansen (2015) ikonik fotoğrafların tıpkı düğüm noktaları gibi söylemsel alanda anlamı kuran ve sabitleyen ayrıcalıklı bir konuma sahip olduğunu öne sürer.

Gerçekten de ikonik fotoğraflar sadece meydana gelen olayları değil aynı zamanda olayların bağlarıyla ilgili anlamları hem içerir hem de aktarırlar. Ancak bu anlamlar ikonik fotoğrafların kullanıldıkları bağlama göre değişiklik göstermektedir. Yani aynı fotoğraf farklı bağlamda farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Tam bu

noktada Hansen (2015, s. 265) ikonik fotoğrafların anlamı kendi başlarına üretmediğine, olayları, tehditleri, öznelere ve kimlikleri oluşturmak, mevcut politikaları savunmak ya da alternatifleri desteklemek için söylemsel failer tarafından kullanıldığına dikkat çeker. Hansen, ikonik fotoğrafların kendiliğinden apaçık bir anlamı varmış gibi sunulmasına rağmen bu anlamın ne olması gerektiğine dair birbiriyle yarışan yapıların varlığına işaret eder. Hiçbir imgenin yalnızca kompozisyonu ya da betimlediği olayların önemi dolayısıyla ikonlaşmadığını ifade eden Hansen (2015, s. 271), fotoğrafların editörler, gazeteciler, politikacılar, yorumcular gibi söylemsel failer (discursive agents) aracılığıyla ikonik bir güce erişebildiğinin altını çizer. O halde herhangi bir fotoğrafın ikonik hale gelmesinin doğal ya da kendiliğinden gelişen bir süreç olmadığı söylenebilir mi?

Şurası kesin ki hiçbir fotoğraf, ikonik fotoğraf olarak üretilmez çünkü ikonik fotoğrafın doğasından ileri gelen bir özellik değildir (Alptürk, 2015, s. 38). Fotoğraflar ancak tüketim aşamasında yani izleyiciyle buluştuktan sonra ikonik statüye sahip olabilir. Hansen'in (2015) sözünü ettiği söylemsel failer ise hangi fotoğrafların izleyiciyle buluşacağına karar verileceği andan itibaren sürece dahil olurlar. Fotoğrafın yüzyılı aşkın serüvenine bakıldığında, ikonik fotoğrafların ağırlıklı olarak geleneksel medya ve onun özelinde haber medyası tarafından üretildiği, dolayısıyla sözü edilen faileri de büyük ölçüde medya profesyonellerinin oluşturduğu görülmektedir. Geleneksel medya yapısından farklı olarak dijital çağda söylemsel failerin etkinliği büyük ölçüde sarsılmıştır. Dijital çağın katılımcı kültür pratikleri, önceleri pasif izleyiciler olarak konumlandırılan yurttaşlara aktif birer kullanıcı kimliği kazandırarak, toplumsal failer çoğulluğuna katılmalarına olanak sağlamıştır. Geleneksel üretim ve tüketim süreçlerinde farklılaşmaya neden olan bu gelişme sayesinde fotoğraf üretimi de, fotoğraf profesyonellerine özgü bir pratik olmaktan çıkmıştır. Böylece dijital medya platformlarının uygulamadaki sınırlılıklarına karşın herhangi bir yurttaş tarafından çekilen fotoğrafın da ikonik değer kazanması, teorik olarak mümkün hale gelmiştir.

Tüm bu gelişmeler ikonik fotoğrafın ve ikonik fotoğrafı ortaya çıkaran koşulların dijital çağda büyük bir dönüşüm yaşadığını göstermektedir. Bu çalışmanın amacı fotoğrafların hangi koşullarda ikonik bir değere sahip olduğunu ortaya koymak ve bu koşulların dijital çağda geçirdiği dönüşümü incelemektir. Bu çerçevede çalışma, fotoğrafın ikonlaşma sürecinde değişen dinamikleri ve bunun sonuçlarını fotoğraf ve hafıza ilişkisi çerçevesinde kuramsal bir tartışmaya açmaktadır.

Fotoğraf ve Hafıza İlişkisi

Geçmişe dair her türlü bilginin bugüne taşınabilmesini sağlayan bir depo konumunda olan hafıza, bu özelliği nedeniyle hatırlama üzerinden açıklanır. Hatırlama ise geçmişte yaşanmış herhangi bir şeyi geri çağırabilme yeteneği olarak tanımlanır. Hatırladıklarımız ve hatırlayamadıklarımız hafızamızı oluşturur. Peki nasıl hatırlatırız? Bu sorunun yanıtı uzunca bir süre bireysel boyutta ele alınmış ve hafıza psikolojik bilişsel bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Hatırlamaya

yönelik bilimsel çalışmaların bu erken döneminde hafızanın çalışma prensibine ilişkin temel bilgiler ortaya konmuş olmakla birlikte, hafızayı bireysel bir geri getirme aracı olarak ele alan çalışmalar giderek yetersiz kalmaya başlamıştır (Zelizer, 1995, s. 215). Bergson (1988), hafızanın zamanı göreceli kıldığını ve geçmiş ile şimdi arasında bir buluşma alanı olduğunu ifade etmiştir. Bergson'a göre hem geçmiş, hem de şimdiki deneyimlerin alanı olarak hafıza geçmişin bugüne uzamasıdır (Bergson'dan aktaran Zelizer, 1995, s. 215). Yani geçmiş, geçmişte kalmamakta ancak geçmişte yaşanan tüm anlar da şimdikiye taşınmamaktadır. Hangi anların hatırlanacağı ise sadece bireyin kontrol edebildiği bir etkinlik değildir. Bu noktada Halbwachs ([1925] 2022) hafızayı Bergson'dan farklı olarak öznel değil, toplumsal bir pratik olarak ele alır. Durkheim'in toplumsal bilinç kavramıyla Bergson'un subjektivizmini aşan Halbwachs, hafızanın sosyal bir olgu olarak anlaşılmasına ilişkin teorik bir çerçeve sunarak hafıza çalışmalarına yeni bir yön verir (Assmann, 2018, s. 43).

Halbwachs hatırlama her ne kadar bireysel bir edim olsa da, "bireylerin içinde buldukları grupların belirlediği bağlam dışında tutarlı ve sürekli bir yolla hatırlamalarının mümkün olmadığını ileri sürer" (Halbwachs'den aktaran Olick, 2014, s. 178). Halbwachs bu argümanını Hafızanın Toplumsal Çerçevesi ([1925] 2022) isimli kitabında rüya analizine başvurarak ortaya koymaktadır. Zihnin toplumdaki en çok rüyadayken uzaklaştığını ileri süren Halbwachs rüyayı oluşturan imgelerin geçmişe ait olmalarına rağmen geçmişten kopuk olduklarına dikkat çeker. Rüyadaki imgeler uyanık haldeki algımızla ve geçmişe ait hafızamızla ilişkili değildir. Bunun nedeni geçmişin şimdinin içinde bir yeniden üretim olmasıdır. Halbwachs, anıların geçmiş olduğunu ama onları uzaktan yeniden hatırladığımız şekliyle değil, şimdinin gerçekleştiği sırada vuku bulan haliyle bir geçmiş olduğunu ifade eder. Ancak rüyada şimdinin gerçekliğiyle olan temas kopmuştur. Halbwachs ([1925] 2022, s. 21-65) rüyanın yalnızca kendisine dayanmasına karşın, geçmişin ve anıların yaşanan an içerisinde toplum hafızasının geniş çerçevelerine dayandığını söyler. Halbwachs'e göre ([1925] 2022, s. 113) "toplum içinde yaşayan insanların anılarını yerleştirip, yeniden bulmak için kullandıkları çerçevelerin dışında bir hafıza mümkün değildir". Daha açık bir ifadeyle söylemek gerekirse, hafıza her zaman bireyin kendisine ait olmakla birlikte toplumsal olarak belirlenmektedir (Assmann, 2018, s. 44). Assmann (2018) bu belirlenimin devamlılığının nasıl sağlandığını, kuşaklar boyunca nasıl taşındığını anlamak için "kültürel bellek" kavramını önermektedir.

Assman ve Czaplicka (1995) bireylerin ait oldukları sosyal gruba bağlılıkları nedeniyle sahip oldukları kimliklerin genetik bir evrimle değil ancak sosyalleşme ve geleneklerin sonucu olarak nesiller boyunca korunabildiğini söyler. Buna göre insan doğasının aktarılabilmesi kültürel bellek ile mümkündür. Kültürel bellek, bir toplumun etkileşimli çerçevesinde davranış ve deneyimi yönlendiren tüm bilgiler ve nesiller boyunca tekrarlanan sosyal pratikler dolayısıyla bireyin edindiklerine karşılık gelmektedir. Her grup, birlik ve kendine has olma durumuna ilişkin farkındalığını kolektif bilgiye -özellikle de geçmişin bilgisine- dayandırır. Kültürel

bellek, toplumun kendi imgesini sabitlemesini ve aktarmasını sağlayan, her çağa, her topluma özgü yeniden kullanılabilir metinler, imgeler ve ritüeller içermektedir (Assmann ve Czaplicka, 1995, s. 125-132). Kültürel anlamların devredilme ve canlandırılma biçimleri olarak anıtlar, mezar taşları, tapınaklar, semboller, ikonalar, vb. temsiliyetler kültürel belleğin alanına girmektedir (Assmann, 2018, s. 28). Kuhn (2010, s. 6), fotoğrafların da, geçmişteki bir olayı ya da durumu kendi başlarına anımsatmaları ya da anımsatıcı işlevi görmeleri dolayısıyla kültürel belleğin kurumsallaştığı maddi biçimler arasında olduğunu ifade eder. Fotoğraflar geçmişin anlatılarını ileten, toplumların hafızasına ilişkin görsel temsillerdir. Bu bağlamda fotoğraf, kültürel belleğin taşıyıcısıdır ve geçmişin hatırlanmasının bir aracıdır.

Fotoğraf nesnesiyle kurduğu doğrudan ilişki dolayısıyla icadının ilk yıllarında gerçekliğin birebir kopyasını sağlayan salt teknolojik bir araç olarak değerlendirilmiş, bu yönüyle toplumsal yaşamı kayıt altına almanın aracı olmuştur. Bu anlayış büyük ölçüde fotoğrafın, ortaya çıktığı dönemin hakim düşünce biçimi olan pozitivist/rasyonalist bakış açısını destekleyici nitelikte bir araç olduğu fikrine yaslanır. Bir şeyin ancak görülebildiği takdirde bir olgu olması ve olguların yalnızca gerçeği barındırması, fotoğrafın gerçekliği görüntü formunda kayıt altına aldığı fikrini pekiştirmiştir (Berger ve Mohr, 2007, s. 92). Geçici olanı yakalayıp donduran, süreksiz olana süreklilik kazandıran fotoğraf, Draaisma'ya göre (2014, s. 164) belleği olan bir aynanın icadıdır adeta. Ancak fotoğrafın kanıt niteliğinde bir belge ya da gerçekliği yansıtan bir ayna olarak değerlendirilmesi ideolojik olanın verili kabul edilmesi anlamına gelir. Oysa "herhangi bir fotoğraf çekilmiş ya da çekilebilecek olan çok daha geniş bir fotoğraflar toplamından yapılmış bir seçkidir" (Becker, 2006, s. 57). Bleiker (2018) tam bu nedenle fotoğrafın, belirli bir ana ait gerçek bir temsil sunduğuna dair baştan çıkarıcı inancın aldatıcı olduğunu, tüm temsillerin belirli bakış açılarına ait ve kaçınılmaz olarak ideolojik olduklarını ifade eder. Bleiker'a göre (2018, s. 13) fotoğrafları olayların anlamını iletmek için bu kadar güçlü araçlar haline getiren şey işte bu "gerçeklik yanılsaması" (illusion of authenticity)'dir. Fotoğrafların nötr, değerden bağımsız ve kanıtsal olduğu varsayımının ortaya çıkardığı gerçeklik yanılsaması, fotoğrafın temsil ettiği siyasi değerlerin maskelenmesini sağlar (Bleiker, 2018, s. 12-13). Toplumsal hafızanın deposu (Kuhn ve McAllister, 2006, s. 6) olarak değerlendirilen fotoğrafın gösterdikleri ve bunları gösterme biçimleri dünyanın anlamlandırılmasına ilişkin bir çerçeve sunar. Bu çerçevede hafızanın görsel bir temsili olarak fotoğraf, toplumsal hafıza çalışmalarında kritik bir öneme sahiptir.

Fotoğraflar ikonlaştıkça, anlamlandırma çerçeveleri olarak sahip oldukları söylemsel değer ve izleyiciyi yönlendirme potansiyelleri de artmaktadır. İkonik statüye erişen bir fotoğraf, sıradan bir fotoğraftan farklı olarak geniş kitlelere erişerek toplumsal hafızayı yapılandırma, bir ideolojiyi pekiştirme ve kitlelerin siyasal anlamda eyleme geçmeleri için onları yönlendirme becerisine sahip olmaktadır (Hariman ve Lucaites, 2007, s. 214). Bu yönüyle ikonik fotoğraflar iktidarlar ve egemen gruplar için işlevsel görüntülerdir. Zira toplumsal hafızanın inşası ve geçmişin nasıl hatırlanacağı iktidar sahipleri açısından söylemsel mücadelenin sürdürü-

ğü alanlardır. Assmann'ın (2018) da belirttiği üzere, iktidar ve hatırlama arasında bir ittifak söz konusudur ve bir iktidarın geriye yönelik meşruluk ve ileriye yönelik ebediyet kazanabilmesi hatırlama yoluyla mümkündür. Bu nedenle iktidarlara icraatlarının unutulmaması, anıtlaştırılarak muhafaza edilmesi ve arşivlenmesi yönünde çaba harcarlar (Assmann, 2018, s. 79).

İkonik fotoğraflar tarihsel olayları ve önemli anları bize hatırlatan, arşiv niteliği taşıyan fotoğraflardır. Zamansızlıklarıyla tüm zamanlarda izleyiciyi de karşılığı olan bu fotoğraflar geçmişte taşıyarak, ortak bir hafıza yaratılmasına aracılık ederler. Üstelik toplumsal hafızanın yapısı gereği eğer geçmiş sadece bağlantı kurduğumuz ilişki çerçevesinde hatırlanabiliyorsa, bu ilişki çerçevesinin dışında kalan herşey unutulacaktır (Assmann, 2018, s. 45). Yani hangi fotoğrafların ikonlaştığı neyi hatırlamamız gerektiğinin yanı sıra, neyi unutmamız gerektiğini de belirleyecektir. Tam da bu nedenle bir fotoğrafın hangi koşullarda ikonik değere eriştiği büyük önem kazanmaktadır.

İkonik Fotoğraf ve Bir Fotoğrafın İkonlaşma Süreci

İkon kelimesi etimolojik olarak Yunanca görüntü ve yansıma anlama gelen "eikon" kelimesinden türetilmiştir (Peters, 1967, s. 51). Görüntü, resim, benzerlik (Mitchell, 1986, s. 1) gibi anlamlara da gönderme yapan kelimenin farklı kullanım alanları bulunmaktadır. Bunları dini resim ya da tasvir, gösterge ve sembol olmak üzere üç başlıkta sıralamak mümkündür. Dini resim ya da tasvir olarak ikon, Hristiyanlığın Ortodoks mezhebinde dini hikâyelerin, olayların veya kutsal sayılan kişilerin duvar ya da ahşap paneller üzerine yapılan resim ve tasvirleri anlamına gelmektedir (McArthur, 1992, s. 496). Peirce (1984) tarafından geliştirilen göstergebilimsel çözümlemede ise temsil ettiği nesneyle arasında benzerlik ilişkisi olan simgeler ikon gösterge olarak adlandırılır. Örneğin bilgisayar ekranında gördüğümüz çöp sepeti simgesi, çöp sepeti nesnesini benzerlik yoluyla temsil eder. Sembol olarak ikon ise gündelik dilde sıklıkla kullanıldığı biçimde belirli bir alanda büyük etkiye sahip, bir tarzı ya da tavrı ayırt edici -genellikle karizmatik- bir şekilde somutlaştırdığı düşünülen kişiler (McArthur, 1992, s. 496), geniş kitleler tarafından tanınan kült nesnelere ya da görüntüleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu yönüyle ikon kendi bileşenlerinin dışında bir şeye atıfta bulunan ve çok sayıda kişide karşılığı olan çeşitli kavramların, duyguların ve anlamların sembolik temsilidir (Sturken ve Cartwright, 2017, s. 41). Bu çalışmanın konusunu oluşturan fotoğraflık ikonlar da bu kategoriye dahil, sembolik anlamları olan görüntülerdir.

Perlmutter (1998) fotoğraflık ikonları genel (generic) ve özgül (discrete) olmak üzere iki kategoride ele alır. Genel ikonlar konu, zaman ve mekândan bağımsız olarak belirli görüntülerin görsel klişeler (visual cliché) oluşturacak biçimde tekrar ettiği fotoğraflara işaret eder (Perlmutter, 1998, s. 11). Örneğin şişkin karnı ile bir deri bir kemik kalmış Afrikalı siyahi bir çocuğun fotoğrafı belirli bir anı değil, Güney Afrika genelinde yaşanan açlık sorununu temsil eder. Ancak aynı fotoğraf

Afrika kıtasındaki yaşanan açlık, iç savaş, az gelişmişlik vb. ye dikkat çekmek için de kullanılabilir (Perlmutter, 1998, s. 11). Bu türden genel ikonlar haber medyasında stok fotoğraf olarak sıklıkla yer almaktadır. Özgül ikonlar ise herhangi bir olayın ya da tarihsel bir dönüm noktasının tanımlayıcı görüntüsü haline gelen fotoğraflardır. Örneğin 1930'lu yıllarda Amerika'da yaşanan Büyük Buhran, Dorothea Lange'in "Göçmen Anne" (1936) fotoğrafında cisimleşir ve bu kare o dönemi sembolize eden ikonik fotoğraf haline gelir.

Bu çalışmada Perlmutter'in (1998) özgül ikonlar olarak kategorize ettiği, tarihsel olayları ve önemli anları sembolize eden ve toplumsal hafızayı şekillendiren fotoğraf görüntülerine odaklanılmaktadır. Bu bağlamda Hariman ve Lucaites (2007, s. 27) ikonik fotoğrafları "basılı, elektronik veya dijital medyada yer alan, geniş çapta tanınan ve hatırlanan; tarihsel olarak önemli olayları temsil eden, güçlü bir duygusal özdeşliği veya tepkiyi harekete geçiren; çeşitli biçimlerde yeniden üretilen fotoğraf görüntüleri" olarak tanımlamaktadır.

İkonik fotoğraflar bir topluluğun geçmişe dair algısını inşa etmek için kullanılan anma heykelleri, törensel hitabetler ve diğer temsili uygulamalarla aynı prensipte çalışır (Hariman ve Lucaites, 2007, s.2). Kültürel belleğin aktarıcısı olan bu tür semboller, geçmişin hatırlanmasının ve şimdide yeniden üretilmesinin bir aracıdır. Hariman ve Lucaites'e göre (2007) bu semboller ve imgeler kim olduğumuza ve ne olmamız gerektiğine dair bir ideal sunarken, izleyiciyi temsil ettikleri olayla kişisel bir özdeşlik kurmaya davet eder. Bu özdeşlik, temsilin doğası gereği ideolojiden bağımsız olmadığı gibi, fotoğrafın geçirdiği editoryal süreçler nedeniyle de ideolojiden bağımsız değerlendirilemez. Bunun için, fotoğrafın yan anlamlarıyla işaret ettiği sayısız gösterilen arasından fotoğraf altı yazılar aracılığıyla, medya profesyonellerinin arzu ettiği anlamı gösterecek biçimde sabitlendiğini hatırlamak bile yeterli olacaktır (Fiske, 2003, s. 146). Barthes'in "demirleme" (anchorage) olarak adlandırdığı bu işlem, Hall'un ifadesiyle bizi "yeğlenen okumaya" doğru yönlendirmekte ve böylece fotoğrafın olası devrimci anlamları önlenmektedir (Fiske, 2003, s. 147).

Bu bağlamda Hariman ve Lucaites'e göre (2007, s. 2) ister bir zafer anını, isterse de bir felaket anını belgelesin, geleneksel medya ve habercilik pratikleri dolayısıyla ortaya çıkan ikonik fotoğraflara baktığımızda "toplumsal otoritenin baskısını ve nesneleştirilmiş ötekini; egemen anlatıların pekiştirildiğini; devlet politikalarının meşrulaştırılması için vatanseverlikten kedere kadar güçlü duyguların ve hassasiyetlerin üretildiğini; ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet gibi kavramların gerçek, olağan ve değişmez unsurlar olarak doğal düzenin parçasıymış gibi yeniden üretilmesini" görmemiz kaçınılmazdır. Bu noktada geleneksel medyada muhalif, "direnen ikonik imgeler" in (Depeli, 2013) varlığı büsbütün yok sayılmamalıdır. Ancak içine gömülü olduğu ekonomik, siyasal ve kültürel yapıardan bağımsız bir varlık gösteremeyen geleneksel medyanın, muhalif/direnen ikonlara geniş bir dolaşım ağı sağlayamadığı da görülmektedir.

İdeolojik bir medya pratiği olarak ikonik fotoğraflar sahip oldukları güçlü söylemsel değer ile hem toplumsal yapının hem de toplumsal hafızanın biçimlendirilmesinde etkili bir araç konumundadır. Bu noktada hangi fotoğrafların nasıl ve neden ikonik olarak değerlendirildiği sorusu önem kazanmaktadır. Fotoğraf, erişilebilir ve popüler bir kitle iletişim aracı haline geldiğinden beri sayısız fotoğraf dolaşıma girmiş ancak sadece bazıları ikonik olarak anılmıştır. Örneğin Çanakka- le Savaşı'ndan söz edildiğinde çoğumuzun zihninde herhangi bir fotoğraf karesi değil, Seyit Onbaşı'nın sırtında top mermisi taşıdığı fotoğrafın canlanması muh- temeldir. Benzer şekilde Harf Devrimi söz konusu olduğunda hemen herkesin hafızasında Atatürk'ün elinde tebeşirle kara tahta önünde Latin alfabesini tanıtan fotoğraf karesi canlanacaktır. Peki bu fotoğrafların ikonlaşmasını sağlayan ortak özellikleri var mıdır? Bir fotoğrafın nasıl ikonik olabileceğine ilişkin kesin bir formü- lasyon olmamasına rağmen ikonik fotoğraf literatüründe en kapsayıcı kavramsal çerçeve Perlmutter'e aittir. Perlmutter (1998, s. 11-20), ikonik değere sahip olan fotoğrafların ortak biçimsel, kavramsal ve söylemsel özelliklerini onbir maddelik bir liste ile sıralamaktadır; 1: ün (celebrity), 2: önem (prominence), 3: sıklık (frequ- ency), 4: kâr (profit), 5: anındalık (instantaneousness), 6: taşınabilirlik (transpo- sability), 7: öznelerin ünü (fame of subjects), 8: olayların önemi (importance of events), 9: metonimi (metonymy), 10: ilkellik ve/veya kültürel yankı (primordiality and/or cultural resonance), 11: çarpıcı kompozisyon (striking composition). Bu bölümde bir fotoğrafın hangi koşullarda ikonlaştığı Perlmutter'in kavramsal zemini çerçevesinde tartışılacaktır.

Bir fotoğrafın ikonik değeri her şeyden önce fotoğrafın "ünü" yani geniş çapta tanınırlığı ve bilinirliği ile ilişkilidir. Fotoğrafa konu olan olayın bağlamına dair detaylı bilgi sahibi olmamamıza rağmen, o görüntüye aşına olduğumuz durum- larda fotoğrafın belirli bir düzeyde tanınırlığa sahip olduğundan söz edilebilir. Bir fotoğraf bu tanınırlık düzeyine ancak geniş izleyici kitleleri ile buluştuktan sonra erişebilir. Çalışmanın girişinde de belirtildiği üzere bir fotoğrafın ikonik olabilmesi- nin zorunlu önkoşulu fotoğrafın izleyici ile buluşabilmesidir. Bunun için de fotoğ- rafın dolaşıma girmesi gerekmektedir. Bu da Perlmutter'in onbir maddelik liste- sinin ikinci ve üçüncü maddelerinde yer alan medya tarafından fotoğrafa verilen "önem" ve yayınlanma "sıklığı"yla ilişkilidir. Medyanın fotoğrafa verdiği önem yalnızca fotoğrafa ne kadar yer verildiği yahut nereye yerleştirildiği ile ilgili değildir. Önem, fotoğrafın diğer fotoğraflar arasından yayınlanmak için seçilmesinden iti- baren başlar. Bu noktada devreye Hansen'in (2015) söylemsel failer olarak tanımladığı, medya içeriklerinde hangi haberlerin ve fotoğrafların yer alıp almayacağını belirleyen, editoryal olarak karar verme yetkisine sahip eşik bekçileri (gatekeeper) girer. İçerikleri adeta bir süzgeç gibi filtreden geçiren eşik bekçileri, bu içeriklerin biçimlendirilmesi, gösterimi, sunumunun zamanlaması, saklanması ve tekrarına yönelik süreçlerde kontrol sahibidir (Donohue vd. aktaran Wallace, 2018, s.276). Bir fotoğrafın manşette yer alıp almaması, fotoğrafın büyüklüğü, yerleştirildiği bağlam gibi editoryal kararlar izleyicinin fotoğrafa yönelik algısını şekillendirmede önemli rol oynamaktadır. Aynı fotoğrafın farklı medya mecralarında sıklıkla yer bulması ise izleyicide burada fotoğrafa dair hatırlanması gereken bir şey olduğu

duygusunu uyandırır (Kroes, 2007, s.13). Dolayısıyla fotoğrafın medya içeriklerinde yer alma biçimi ve sıklığı onun hatırlanması, toplumsal hafızaya yerleşmesi ve ikonik bir değere sahip olabilmesinin en önemli bileşenleri arasındadır. Ancak bu, medya tarafından ön plana çıkarılan her fotoğrafın ikonik olabileceği anlamına gelmemektedir. Daha ziyade geleneksel medyanın hiyerarşik yapısı içerisinde fotoğrafların seçilmesi ve yerleştirilmesi yoluyla ikonik fotoğraf oluşumunda oynadığı kritik rolün altını çizmektedir (Dahmen ve Morrison, 2016, s. 659). Örneğin, Dahmen ve Christensen (2013) 11 Eylül saldırılarının 10 yıl sonra gazetelerde hangi fotoğraflar ile hatırlandığını/hatırlatıldığını inceledikleri çalışmalarında, yazılı basında ikiz kulelere çarpan uçakların veya kulelerden atlayan insanların dramatik görüntülerine yer verilmediğini ortaya koyar. Gazetelerde bu tarz görüntülerden ziyade yıkılan kulelerin molozları arasında Amerikan bayrağını dalgalandıran itfaiyeciler gibi cesaret, fedakârlık ve vatanseverliği sembolize eden görüntülerin ağırlıklı olduğu tespit edilir. Yazarlara göre bu temaların ağırlıklı olduğu görüntüler, 11 Eylül'ün geleneksel medya tarafından yaratılan ikonik fotoğraflarıdır. Dünya tarihindeki en trajik terör saldırılarından biri olmasına karşın gazetelerde yer alan fotoğraflar Amerikan halkının çaresizliğine değil, güçlü Amerika imgesini yeniden inşa edecek biçimde kahramanlık görüntülerine odaklanmaktadır. Oysa dijital medya platformlarında saldırı anları da dahil olmak üzere olaya ait kahramanlık ve cesareten farklı duygular uyandırabilecek fotoğraflara erişim sağlanabilmektedir. Dolayısıyla geleneksel medya gerek seçtiği görüntüler, gerekse bu görüntüleri olayların tasvirinde bir tekdüzelik yaratacak biçimde tekrar etmesiyle hangi fotoğrafların ikonik bir değer kazanacağına yönelik yönlendirmelerde bulunmaktadır (Dahmen ve Miller, 2012, s. 7). Medya bu sayede hangi görüntülerin izleyicilerin zihnine yerleşeceğinde belirleyici olurken, toplumsal hafızanın oluşumunda da etkin bir güce sahip olmaktadır.

Perlmutter'in (1998) listesinde "olayların önemi" ve "metonimi" de üzerinde durulması gereken başlıklar arasındadır. İkonik fotoğraflar çoğunlukla tarihsel olarak önemli bir olayı, kırılma anını ya da bir dönüm noktasını temsil eden görüntülerdir. Kroes'un (2007, s. 13) ifadesiyle durağan bir fotoğraf karesi "tarihin trajedisini tek bir görüntüye hapsedebilen, destansı bir konsantrasyon gücüne sahiptir." Tek bir fotoğraf karesiyle görüntülenen şey zamanın akışı içerisinde yalnızca belirli bir andır. Oysa fotoğrafın temsil ettiği şey o andan çok daha fazlasıdır. O anın arka planındaki tarihsel, siyasal, ekonomik, sosyal süreçler ya da o andan sonra meydana gelen hemen her şey tek bir fotoğraf karesiyle izleyicinin zihninde canlanır. Buna neden olan şey ise bu tür fotoğrafların metonimik bir boyuta sahip olmasıdır. Dilbilimde kavramsal bir çerçeveyi çağrıştıran metonimi, bilişsel bir süreç olarak tanımlanır (Panther ve Radden'dan aktaran Feng, 2017, s. 443). Metonimik bir anlatımda parça bütününe yerine geçerek genişlerken, bütününe parça yerine geçerek daralması da söz konusu olabilmektedir (A.Berger'den aktaran Güven, 2014, s. 20). Metonimik boyutu olan bir fotoğraf karesinde gördüğümüz bir kesit, o karenin ilişkili olduğu daha geniş ölçekteki olayları çağrışım yoluyla temsil edebilme niteliğine sahiptir. Bu bağlamda ikonik fotoğraflar çoğunlukla metonimik özelliğe sahip, bu sayede karmaşık olguları

özetleyebilen, önemli tarihsel anlarla anında ve zahmetsiz biçimde bağlantı kurabilen görüntülerdir (Brink, 2000, s. 141).

İkonik fotoğraflar çoğunlukla yayınlandığı anda büyük ilgi gören ve ikonik anlamda değerli hale gelen görüntülerdir ve bu yönleriyle “anındalık” özelliği taşırlar (Perlmutter, 1998, s. 14). Ancak bazı fotoğrafların yaratılma tarihleri ve yayınlanma tarihleri arasında zamansal bir fark söz konusu olabilmektedir. Örneğin, Korda’nın ünlü Che Guevera portresi ilk kez fotoğraf çekildikten tam yedi yıl sonra 1967’de Paris Match dergisinde yayınlanmıştır.² Che Guevara’nın 1967’de hayatını kaybetmesinin ardından yayınlanan fotoğraf onu anmak için çeşitli mecralarda sıklıkla kullanılınca hızla tanınırlık kazanmıştır. Jim Fitzpatrick’in 1968 yılında Che Guevara’yı kırmızı bir arka plan üzerinde siyah beyaz olarak yerleştirmesiyle fotoğraf tam anlamıyla popüler hale gelmiştir. “Taşınabilirlik” yani fotoğrafın alıntılanarak başka bağlamlarda yeniden üretilmesi de, görsel olarak imgenin kalıcılığına hizmet etmesi bakımından fotoğrafların ikonik değere erişmesi açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Taşınabilirlik, görüntünün “kâr” amaçlı kullanımını da olanaklı hale getirmektedir. Böylelikle Che Guevara portresinin olduğu gibi ikonik fotoğrafların ticari bir ürün ve meta olarak giysi, bardak, çanta gibi günlük kullanım alanlarında yeniden üretilmesi söz konusu olabilmektedir. Bağlamından koparılarak sürekli olarak yeniden üretilen görüntü, orjinalinden farklı bir anlam kazanıyor dahi olsa, her yeniden üretim ile toplumsal hafızada yer edinebilme şansına sahip olmaktadır. İkonik fotoğrafların hemen hepsinin konusu insandır ancak Che Guevara örneğinde olduğu gibi bazı görüntülerde kişinin tanınırlığı yani “öznelerin ünü” fotoğrafın ikonik hale gelmesinde önemli bir kriter olur.

İkonik fotoğraflar geniş kitlelerle duygusal olarak temas edebilen görüntülerdir. Perlmutter (1998) bunun nedeninin sadece ortak bir kültürel tarihte değil ama “ilkel arketipler”de yattığını ileri sürmektedir. Yazara göre, baba-oğul çatışması gibi farklı kültürler arasında tekrar eden arketiplerin güçlü bir karşılığı bulunmaktadır. Diğer bir deyişle esas olan insan deneyimidir. İkonik fotoğrafların çoğunun konusu insan olduğu gibi, merkezinde de insana dair bir duygu yer almaktadır. İnsanın olmadığı, bir felaket sonrası hayatını kaybeden kişiye ait bir ayakkabının fotoğrafı gibi görüntülerde de çoğunlukla insani bir deneyime referans yapılmaktadır. (Dahmen, vd., 2018, s. 287) Fotoğraflar önceden bilinen bir imgeyi ya da ilkel bir referans noktasını hatırlatmak yoluyla da izleyiciye temas edebilmektedir. Perlmutter (1998, s. 18) Dorothea Langue’in Göçmen Anne fotoğrafının, Rafael’in “Madonna ve Çocuk” resmini hatırlattığını söyler ve bu bağlamda her ikonun yeni bir standart yaratarak, kendisinden sonraki ikonların karşılaştırılacağı bir çerçeve haline geldiğini ifade eder.

İkonik fotoğraflar “kompozisyon” açısından incelendiğinde ise Perlmutter tüm fotoğraflar için genellenebilecek bir ölçüt bulunmadığına dikkat çeker. Klasik kompozisyon kuralları her zaman geçerli olmayabileceği gibi, her fotoğraf gücünü

2 <https://www.history.com/this-day-in-history/iconic-photo-of-che-guevara-taken> (Erişim 30 Ocak 2023)

kendi kompozisyonu içinde yakalamaktadır. Ancak bu kompozisyon içinde ortak bir tema olarak fotoğrafların yalınlığı ön plana çıkmaktadır (Perlmutter, 1998, s. 18). Gücünü yalınlığından alan ikonik fotoğraflar görsel olarak karışık ve kalabalık değil, çoğunlukla sade, basit ve doğrudan bir anlatıma sahiptir.

İkonik fotoğrafların dolaşıma girdikten sonraki sürecini de inceleyen Perlmutter'e göre trajedi içeren fotoğraflar izleyicide duygusal bir tepkiye ve şok edici bir öfkeye neden olmakta, onları mevcut düzeni değiştirmeye yönelik harekete geçmeye sevk etmektedir. Gerçekten de pek çok ikonik fotoğraf, kitleleri ya da karar verici mekanizmaları harekete geçirme konusunda etkili olmuştur. Örneğin, "Göçmen Anne" fotoğrafı yayınladıktan kısa bir süre sonra kamuoyunda büyük bir etki yaratarak yardım kuruluşlarını harekete geçirmiş, anne ve çocuklarının bulunduğu kampa çeşitli yardımlar düzenlenmiştir (Oral, 2006, s. 22). Benzer şekilde Suriye iç savaşının neden olduğu mülteci krizi basında sayısız fotoğraf ve haberle farklı biçimlerde yer almış olsa da, 2015 yılında Suriyeli bebek Aylan Kurdi'nin kıyıya vurmuş cansız bedeninin fotoğrafı dünya kamuoyunun tüm dikkatini bu konuya çevirmesine neden olan bir anın temsilidir (Mortensen vd. 2017, s. 72).

Öte yandan fotoğraflar sadece medya kurumları ya da egemen ideolojiler için değil, aynı zamanda izleyiciler açısından da söylemsel bir mücadele alanı yaratmaktadır. Medya yayınlanacak görüntüler üzerindeki kontrolü yoluyla söylemsel alanda egemenlik kurmaya çalışırken, izleyiciler de görüntülerin verili anlamları üzerinde söylemsel bir mücadele içine girmektedir. Örneğin, Neil Armstrong'un aya ilk ayak bastığı fotoğraflar pek çok kişi için aya seyahatin aslında hiç gerçekleşmediğinin bir kanıtıdır. Olayın gerçekleşmediğine inanan kişiler fotoğrafların açısı dolayısıyla astronomlar tarafından çekilemeyeceği, uzayda rüzgâr olmadığı halde fotoğraftaki Amerikan bayrağının dalgalanıyor olması, gökyüzünde hiç yıldız olmaması vb. gerekçeleri bu düşüncelerinin kanıtı olarak öne sürerek, fotoğrafları kendi inançlarını doğrulamanın bir aracı haline getirirler. Bu durum tartışmaya kapalı olduğu düşünülen görüntülerde bile izleyicilerin anlam için nasıl mücadele ettiğinin bir göstergesidir (Perlmutter ve Dahmen, 2008, s. 232).

Tüm unsurlar göz önünde bulundurulduğunda bir fotoğrafın ikonik olarak değerlendirilebilmesi için tarihsel olarak önemli bir anı metonimik bir biçimde temsil etmesi, farklı medya mecralarında yaygın bir dolaşım ağında olması, dolayısıyla geniş izleyici kitleleri tarafından tanınması ve fotoğrafın izleyicide güçlü bir duygusal karşılığı olması gereklilikleri ön plana çıkar. Ancak Perlmutter'in onbir maddelik listesi etrafında kavramsal çerçevesi çizilen ikonik fotoğrafın belirlenme biçimi dijital çağda değişime uğrar.

Dijital Çağda İkonik Fotoğraf ve Değişen Dinamikler

Dijital çağ üretimden tüketime, toplumsal ilişkilerden iktidar mücadelelerine kadar yaşama dair pek çok sürecin ve işleyişin radikal biçimde değiştiği bir dönem olarak tanımlanmaktadır (Castells, 2008, s. 621). Yerleşik yapıların sarsıldığı

ve yeniden kurulduğu bu dönemde, hafıza ve medya ilişkisine dair temel varsayım ve kabuller de tekrar sorgulamaya açılmıştır. Bu bağlamda toplumsal gerçekliğin sermaye ve iktidar ilişkilerine bağımlı bir konumdan aktarıldığı ve toplumsal hafızanın belirli bir bakış açısı ile inşa edildiğine dair temel kabul geleneksel medyaya özgü bir sürecin ifadesi haline gelirken; dijital medya kullanıcıların içerik üretimine katılımına olanak sağlayan, bireyleri toplumsal hafızanın inşa sürecine dahil eden bir yaklaşımın ifadesi olarak değerlendirilmiştir (Başlar, 2018, s. 150, 156).

Web 2.0 teknolojisinin kullanıcıların içerik üretimine katılımını mümkün kılmasıyla beraber, geleneksel medyanın dikey ve hiyerarşik yapısının yerini dijital medyanın yatay ve etkileşime dayalı yapısı almıştır. Bu içerikler ne kadar kişisel olursa olsun, küresel olarak dağıtılabilmekte ve kamusal bir nitelik kazanarak toplumsal hafızanın parçası olabilmektedir (Garde-Hansen, 2011, s. 46). Dolayısıyla bireyler kendi hikâyelerini ve tanıklıklarını paylaşırken bir yandan da toplumsal hafızanın çoğulluğuna katkı sağlamaktadır. Böylece Recuber'in (2012, s. 532) "dijital hafıza bankası" (digital memory bank) olarak adlandırdığı çevrimiçi veritabanları, bireylerin başkalarının erişimlerine de açık bir biçimde fotoğraf, video, dosya ve kişisel mesajlar paylaştığı alanlar haline gelmektedir. Bu bağlamda dijital medya kişisel deneyimlerin, duyguların, geçmiş ve bugüne ait temsillerin aktarıldığı bir hafıza mekânı (Nora, 2006) olarak işlevselleşmektedir.

Dijital medyada içerik üreticiliği, üretim sürecine dahil olmak isteyen tüm kullanıcılar arasında paylaşılan bir konuma işaret etmektedir. Geleneksel medyadan farklı olarak dijital medyada, bireyler içerikleri doğrudan kendileri yayınlayabildikleri gibi, paylaşılan içeriklere yorum yapmak yoluyla da içerik üretim sürecinin bir parçası olabilmektedir. Böylesi heterarşik bir yapı, herhangi bir üretici failin içeriklere dair anlatsal ve ideolojik bir kapanış dayatmasını da engellemektedir (Haskins, 2007, s. 406). Castells'in (2013, s. 21) "kitlesele öziletişim" (mass self-communication) olarak ifade ettiği bu süreçte dijital medya, bireylerin toplumsal kurumlar karşısındaki özerkliğinin inşasına zemin oluşturmaz. Zira alternatif bilgi kanallarının kitlesele hale gelmesi, toplumsal hafızanın resmi sınırlılıklardan özgürleşme olasılığını ve "karşı hafıza" (counter-memory) gibi alternatif anlatılara alan açılmasını da sağlamaktadır (Başaran İnce, 2010, s. 10; Başaran İnce, 2014, s. 21; Özhan Koçak, 2017, s. 10).

Öte yandan dijital medya aracılığıyla oluşan kamusal alanı sınırlandıran bazı dinamiklerden de söz etmek mümkündür. Dijital platformların yapısal özellikleri, ekonomik işleyişleri, algoritmik yanlılıkları gibi nedenlerle kullanıcı hesaplarının görünürlük düzeylerinde eşitsizlikler meydana gelmektedir. Algoritmaların etkisiyle ortaya çıkan yankı odaları, kullanıcıların farklı söylemlerle buluşmasını engellediği gibi, kendilerine benzer düşüncelerin egemen olduğu bir akışa mahkûm olmalarına neden olmaktadır (Binark, 2017). Kullanıcı türevli içeriklerin editoryal doğrulama süreçlerinden geçmeyişi, yanıltıcı içeriklerin dolaşıma girmesine yol açabilmektedir. Söz konusu durumları bertaraf edecek stratejilerin geliştirilmesi ve kullanıcılara bu konulara ilişkin farkındalık kazandırılması büyük önem arz et-

mektedir. Ancak tüm dezavantajlarına rağmen dijital medya bireylerin başkalarıyla ilişki içinde, geçmiş ve gelecek duygusu yaratan anılarını ve kendi hikayelerini aktarabildikleri mekanlardır (Başaran İnce, 2014, s. 20). Günümüzde bu aktarımların önemli bir kısmı fotoğraflar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Dijital çağda yaşanan değişimler, fotoğrafların üretim ve tüketim pratiklerini de değiştirmiş, buna bağlı olarak fotoğrafın geleneksel medya yapısı içerisinde ikonlaşmasını sağlayan koşullar ve toplumsal hafızanın oluşturulmasındaki konumu da değişiklik göstermiştir.

Katılımcı pratikler ve yeni üreticiler

Fotoğraf her ne kadar icadından kısa bir süre sonra gündelik pratiklere sızarak, popüler bir araç haline gelmiş olsa da, dijitalleşme ile fotoğrafın insan hayatındaki yerinde büyük ölçekli değişimler meydana gelmiştir. Dijital çağ ile birlikte analog makinelerin yerini sayısal veri tabanlı dijital makineler almış, fotoğraf makineleri küçülerek, kullanım açısından pratikleşmiş ve yaygınlaşmıştır. Dijital kameralar sayesinde kimyasal işlemlere duyulan ihtiyaç ortadan kalkmıştır. Cep telefonuna entegre modelleri ile kamera, gelişen akıllı telefon teknolojisinin neredeyse en önemli donanımı olmuştur. Hızla yaygınlaşan cep telefonu fotoğrafçılığıyla beraber, fotoğraf bu süreçte görsel kültürün popüler ifade aracı haline gelmiştir. Kameraların her an kullanıma hazır biçimde taşınması kitleleri fotoğrafın seyircisi olmaktan, üreticisi olma konumuna getirmiştir. Böylece, fotoğraf üretimi sadece profesyonel fotoğrafçılara özgü bir pratik olmaktan çıkmış, dijital fotoğraf makinesi veya akıllı telefona sahip olan herhangi birinin çektiği fotoğrafın da ikonik hale gelebilme ihtimali doğmuştur.

Örneğin, 11 Eylül terör saldırılarının ikonik fotoğraflarından biri olay günü tesadüfen orada bulunan Carmen Taylor isimli Amerikalı bir kadın tarafından dijital fotoğraf makinesiyle çekilmiştir. Kuzey kuleye yapılan ilk uçak saldırısının ardından ikinci uçağın Güney kuleye çarpmak üzere olduğu anı ve çarpmanın hemen sonrasını görüntüleyen Taylor'ın fotoğrafları neredeyse bir saat içinde tüm dünyada dolaşıma girmiştir.³ Bir başka örnekte ise 2009 yılında Hudson nehrine zorunlu iniş yapan yolcu uçağını New Jersey'ye doğru seyahat ettiği feribottan cep telefonuyla görüntüleyerek Twitter'a yükleyen Janice Krums isimli iş insanının çektiği fotoğraf henüz gazeteciler olay yerine gelmeden dolaşıma girmiş ve kısa bir süre içinde olayın ikonik görüntüsü haline gelmiştir.⁴ Kirli bir lensle aceleyle çekildiği belli olan fotoğraf ile Krums, dakikalar içinde bir iş insanından yurttaş gazetecisine dönüşmüştür (Murthy, 2011, s. 782). Profesyonel fotoğrafçı ya da gazeteci olmadıkları halde olay mahalline yakın oldukları için daha hızlı bir şekilde görüntü üretebilen kişiler, bunları hızla dağıtabilecekleri bir ağda paylaşarak ikonik fotoğrafların yaratıcıları olurlar.

3 <https://www.nwahomepage.com/news/9-11-fort-smith-woman-captured-iconic-photos-of-act-of-terror/> (Erişim 01.02.2023)

4 <http://edition.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/> (Erişim 01.02.2023)

Dijital çağda kamuoyunu haberdar etme, gündem yaratma ve olayları profesyonel muhabirlerden daha hızlı görüntüleyebilme potansiyeli ile sıradan yurttaş önemli bir güce erişmiştir. Günümüzde kamuoyu pek çok olaydan yurttaşlar tarafından sosyal medyada paylaşıldığı için haberdar olmaktadır. Geleneksel medya kuruluşları da yurttaşlar tarafından üretilen içeriklere giderek daha çok yer verme eğilimindedir. Hatta kullanıcılardan her türlü içeriği whatsapp hesapları, mail vb. aracılığıyla kendileriyle paylaşmaları talep edilmektedir. Mortensen'e göre (2014, s. 705), medya kuruluşlarının bu yönelimi yurttaş içeriklerinin hem daha az maliyetli olmaları, hem de "doğru zamanda doğru yerde" bulunma avantajına sahip olmalarından ileri gelmektedir. Özellikle afet, savaş vb. kriz haberciliğine ilişkin son dakika gelişmelerinde yurttaşlar tarafından üretilen görüntülere geleneksel medya içeriklerinde sıklıkla yer verilmektedir. Bu sayede dijital çağda geleneksel medya endüstrisinin yukarıdan aşağı hiyerarşik işleyişi tersine çevrilebilmekte, yurttaşlar tarafından üretilen görüntüler, tıpkı profesyonel olarak hazırlanmış medya içerikleri gibi sunulabilmektedir. Ancak tam da bu yüzden, yani içeriklerin profesyonel olarak hazırlanmamış olması yüzünden pek çok etik sorun da gündeme gelebilmektedir.

Fotoğraflar her ne kadar kaçınılmaz olarak fotoğrafçının öznelliğini barındıran ve belirli bir bakış açısı ortaya koyan bir yapıya sahip olsalar da, foto muhabirliği etik ilkeler çerçevesinde yürütülen bir faaliyet alanı olup, fotoğraf üretim sürecinde ve sonrasında yapılacak düzenlemelerde uyulması gereken etik kodlar mevcuttur. Foto muhabirliğini, yurttaş gazeteciliği gibi diğer fotoğraf üretim süreçlerinden ayıran bu ilkelerin başında "konunun aslına sadık ve kapsamlı bir şekilde tasvir edilmesi"⁵ gelmektedir. Dolayısıyla profesyonel fotoğrafçılar olan foto muhabirleri "doğru zamanda doğru yerde" bulunmanın ötesinde bir sorumlulukla hareket etmekte, olayları izleyiciye çeşitli açılardan, farklı çekim türleri ve teknikleri ile yansıtmayı amaçlamaktadır. Grayson (2015, s. 574) yurttaş gazetecilerinin bu türden bir sorumlulukla hareket edip etmediklerinin şüpheli olduğunu, hatta çoğunlukla da sosyal medyada beğeni ve yorumlar üzerinden etkileşim sağlamak gibi sosyal amaçlar doğrultusunda çekim yaptıklarını öne sürmektedir.

Sanal mecralarda daha çok ilgi görmesi için fotoğraflar üzerinde yapılan düzenleme ve değişiklikler ise etik meselesini daha ileri bir boyuta taşımaktadır. Foto muhabirlerinin etik kodlar uyarınca, gerçeğe bağlı kalınması adına sınırlandırıldığı bu alan, yurttaş gazeteciler tarafından sınırsızca kullanılabilir. Howe (2004) manipülasyon sorununa bağlam üzerinden yaklaşarak, bir görüntünün anlamının yanlış bir bağlamda ya da bağlamsız kullanılarak da manipüle edilebileceğine dikkat çeker. Yurttaş fotoğraflarının kasıtsız dahi olsa görüntünün bütünlüğünden ödün verilerek çekilmesi veya bağlamın tam anlamıyla temsil edilemediği durumlar, fotoğrafları başka bağlamlarda kullanılmaya daha elverişli hale getirmektedir.

Medya profesyoneli olmayan sıradan insanların tarih yazımına katılması, kamusal demokrasi adına büyük bir potansiyel barındırmaktadır. Nitekim yurttaş

5 <https://nppa.org/resources/code-ethics> (Erişim 27.04.2023)

gazeteciliği, “tarihin ilk taslağı” (Garde-Hansen, 2011, s. 3) olarak değerlendirilen gazetecilik pratiğini demokratikleştirici bir gelişme olarak büyük beklentiler yaratmıştır (Pantti ve Bakker, 2009, s. 475). Ne var ki madalyonun diğer yüzünde yukarıda sözü edilen etik sorunlar yer almaktadır. Ancak yine de yurttaş gazeteciliği, geleneksel medyanın otoritesine karşı bir meydan okuma olarak değerlendirilmektedir (Mortensen, 2011, s. 6). Deuze (aktaran Pantti ve Baker, 2009, s. 475) bu meydan okumanın profesyonel gazetecilerin bir kısmı için otorite kaybı nedeniyle kaygı verici olduğunu belirtirken, Pantti ve Baker (2009) yurttaş katılımının gazeteciliği zenginleştirdiğini düşünen medya profesyonellerinin de bulunduğuna dikkat çekmektedir. Tüm bu tartışmalar yurttaş gazeteciliğinin sahip olduğu potansiyele işaret etmektedir. Bu bağlamda dijital medyanın yurttaşlar tarafından üretilen fotoğraflara bir alan açtığı ve farklı görme biçimlerine geçit veren daha çoğulcu bir içerik akışına olanak tanıdığını söylemek mümkün görünmektedir.

Öte yandan dijital çağda ikonlaşan fotoğraflar sadece insan eliyle çekilmiş görüntülerle de sınırlı değildir. Artık bir mobese kamerası tarafından yakalanmış bir görüntünün ikonikliğinden de söz edilebilmektedir. Örneğin 2018’de İstanbul’da kaybolan Suudi gazeteci Cemal Kaşıkçı’nın Suudi Arabistan konsolosluğuna girerken mobese kameraları tarafından kaydedilmiş görüntüsü Kaşıkçı’nın konsoloslukta öldürüldüğü anlaşıldıktan sonra bir anda popülerlik kazanmıştır.⁶ Kaşıkçı’nın akıbetine ilişkin tartışmalar sürerken ortaya çıkan bu çarpıcı kare, hem geleneksel medyada basılı olarak yayınlanmış hem de internet ortamında viral olarak sayısız kez paylaşılarak ikonik bir fotoğraf haline gelmiştir.

Özetle gerek yukarıda verilen yurttaş gazeteciliği örnekleri, gerekse Kaşıkçı olayı örneği, geleneksel medya yapısı içerisinde profesyonel gazeteciler tarafından belirli bakış açılarıyla üretilen ya da belirli bir bağlama yerleştirilerek izleyiciye sunulan fotoğrafların yanı sıra, sıradan yurttaşlar tarafından üretilen ya da teknolojinin aracısız bir şekilde doğrudan ürettiği fotoğrafların da ikonlaşabilmesini göstermektedir.

Dijital ağlar ve yeni dağıtım kanalları

Dijital çağda ikonik bir fotoğrafın ortaya çıkış koşullarını değiştiren önemli unsurlardan bir diğeri ise dağıtım ağları olarak karşımıza çıkar. Önceki bölümde de vurgulandığı gibi izleyici ile buluşmadığı takdirde herhangi bir fotoğrafın ikonik bir değere sahip olması mümkün değildir. Dijital çağda fotoğrafların izleyici ile buluşma ve dolaşımında olma biçimleri geleneksel medyadan radikal biçimde farklılaşmıştır. Geleneksel medya düzeninde editoryal bir seçim sonucunda yayınlanmasına karar verilen fotoğraflar gazetelerin manşetlerinde ve dergilerin kapaklarında yer alarak geniş izleyici kitleleri tarafından tanınırken, dijital çağda fotoğraflar büyük ölçüde dijital medya ve sosyal medya uygulamaları aracılığıyla

6 <https://www.trtworld.com/turkey/exclusive-pictures-emerge-of-khashoggi-entering-the-saudi-consulate-21028> ve <https://sputniknews.com.tr/20181021/suudi-arabistan-trt-world-goruntuler-cemal-kasikci-buyukelcilik-1035766838.html> (Erişim 01.02.2023)

izleyiciye ulaşmaktadır. Bu noktada kullanıcılar bir fotoğrafı beğenerek (like), paylaşarak (share), yorum yaparak (comment) ve fotoğrafın algoritma tarafından görünürlüğüne artıracak hashtagler kullanarak ikonik değerin belirlenmesinde kritik bir role sahip olmaktadır. Nitekim sosyal medya uygulamalarındaki bu özelliklerin etkin kullanımı ikonik değerin yeni göstergeleri olarak kabul edilmektedir (Mortensen vd. 2017, s. 74). Bir fotoğrafa ne kadar çok beğeni gelir, yorum yapılır ve o fotoğraf ne kadar fazla paylaşılırsa etkileşimi o kadar yoğun olmakta, bu sayede fotoğraf sosyal medya uygulamalarının algoritmaları tarafından daha çok kullanıcının görmesini sağlayacak şekilde dolaşımında tutulmaktadır.

Sosyal medya uygulamalarındaki tüm kullanıcı hesapları teknik olarak aynı alana ve işleve sahip olsalar da izleyiciyi etkileme potansiyeli bakımından farklılıklara sahiptir. Örneğin bir sosyal medya hesabının ne kadar takipçisi olduğu, o hesabın ne kadar güçlü olduğuna dair bir gösterge olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda her ne kadar dijital medya yatay ve hiyerarşik olmayan bir yapıya sahip olsa da hesaplar arasında bir hiyerarşi söz konusudur (Dahmen, vd., 2018, s. 281). Örneğin Fuchs (2020, s. 352), Twitter'ın ekonomik olarak güçlü aktörlerin sıradan kullanıcılar üzerinde ayrıcalığa sahip olduğu sınıf yapılı bir dikkat ekonomisi geliştirdiğini belirterek, uygulamanın işleyişinin kullanıcı hesapları arasında yarattığı eşitsizliğe dikkat çekmektedir. Fuchs'a göre (2020, s. 352), dikkati satın alma bütçesine sahip olmayan sıradan bir kullanıcının içeriklerini tanıtılması oldukça zordur. Buradan hareketle çok sayıda takipçisi olan bir kullanıcının paylaştığı fotoğraf hızla yayılma potansiyeline sahip olabilirken, az sayıda takipçisi olan bir kullanıcının paylaştığı benzer niteliklere sahip bir fotoğraf uygulamadaki yığınla görüntü arasında izleyicilerin dikkatini çekecek görünürlüğe sahip olamayacaktır.

Öte yandan dağıtım ağlarının çoğalması, kullanıcıların kendi ürettikleri içerikleri paylaşabilecekleri alanlara sahip olmaları, görsel kültürün yükselişiyle gelişen yaşamı görsel olarak belgeleme alışkanlığı (Mortensen, 2011 s. 10), gibi sebepler bireyleri daha çok fotoğraf çekmeye teşvik etmektedir. Her gün milyonlarca fotoğraf çekilmekte ve bunlar sosyal medya uygulamaları aracılığıyla dolaşıma girmektedir. Sayısız fotoğrafın yer aldığı bir görüntü evreninde, etkileyiciliği durağanlığından gelen tek kare görüntünün yerini de daha dinamik bir forma sahip olan çoklu görüntü paylaşımları almaktadır. Rubinstein ve Sluis (2008, s. 22) içinde yaşadığımız bu görüntü akışı içinde tek bir karenin değerinin azaldığına, bunun yerini hem görüntülerin hem de anlamlarının sürekli değişim halinde olduğu veri akışının (stream of data) aldığına dikkat çeker. Gerçekten de olaylar tek bir kareyle hatırlamanın olanaksız hale geldiği kadar çok sayıda fotoğraflanmaktadır. Örneğin 11 Eylül saldırılarından sonraki fotoğraflar üzerine yaptığı çalışmasında Hatfield (aktaran Dahmen ve Miller, 2012, s. 7), saldırılara ait fotoğraflar arasında ikonik hale gelmiş tek bir görüntüden söz etmenin mümkün olmadığını ancak farklı açılardan çekilmiş pek çok fotoğrafın kolektif bir ikonikliğin parçası olarak bu statüye eriştiğini ileri sürer. Diğer bir deyişle dijital öncesi dönemde olayların tanımlayıcı görüntüsü haline gelen tekil kareler belirgin bir biçimde öne çıkarken, günümüzde anlara dair tek bir görüntü yerine çoklu fotoğraf kareleri egemen olmaya başlamış-

tır. Hatfield'in sözünü ettiği dönüşümün etkisini sosyal medya uygulamalarında da gözlemlemek mümkündür. Sosyal medyanın en popüler fotoğraf paylaşım uygulamalarından biri olan Instagram'da 2017 yılına kadar her gönderide tek bir kare fotoğraf paylaşılabilirken, yapılan güncellemeyle bir gönderide bir görüntü setinin paylaşılmasına olanak sağlanmıştır. "Artık hatırlamak istediğiniz bir deneyimin en iyi fotoğrafını veya videosunu seçmek zorunda değilsiniz"⁷ açıklamasıyla tanıtılan güncellemeyle beraber kullanıcılar aynı güne, ana veya olaya ait fotoğrafları bir albüm şeklinde tek bir paylaşım altında toplayabilmektedir. Benzer şekilde dijital medya platformlarında haberler ve olaylara ilişkin görüntüler fotoğraf galerileri oluşturularak izleyicilere sunulmaktadır.

Bu çeşitlilik egemen medya kuruluşları tarafından belirlenen fotoğrafların ikonlaşmasına alternatif olarak her izleyicinin kendisini en çok etkileyen, punctum etkisi (Barthes, [1980] 2016) yaratan fotoğrafa ikonik bir değer atfetmesini de beraberinde getirmektedir (Dahmen ve Morrison, 2016, s.675). İkonik değeri olan fotoğrafların gücü de esas olarak, fotoğrafın ona bakan kişide uyandırdığı tamamen kişisel ama onu delip geçecek kadar güçlü bir etki olan punctumdan ileri gelmektedir (Depeli, 2013, s. 16). Punctum etkisi izleyiciler arasında ortaklaşabileceği gibi, farklılık da gösterebilmektedir. Bu durumu en iyi ortaya koyan örneklerden biri izleyicilerin bir olaya ilişkin en çok etkilendikleri ve onlar açısından olayın önemini en iyi ifade eden ikonik fotoğrafları seçmelerinin istendiği anket ve araştırmalardır (Dahmen ve Morrison, 2016; Dahmen ve Miller, 2012). İzleyiciler kendilerine seçme şansı sunulduğunda, bir olayla ilgili onları en çok etkileyen görüntüleri ana akım medyanın dışında dijital medya mecralarında yer alan görüntüler arasından seçmekte ve her bir izleyici birbirinden farklı fotoğraflara yönelebilmektedir. Yani her izleyici için o olayı sembolize eden fotoğraf birbirinden farklılaşabilmekte; alternatifsiz olarak sunulan görüntüler yerine, toplumsal çoğulluğun farklı kesimlerine ait temsillerin varlığı olası hale gelmektedir. Çoğulluğa ve çok sesliliğe geçit veren dijital medya aracılığıyla karşı hafızalara alan açılmakta böylece toplumsal hafıza fragmente olmaktadır (Başaran İnce, 2010, s. 24).

Dijital çağın ikonları

Fotoğraflar, geleneksel medyada farklı medya mecralarında belirli bir sıklıkta yayımlandıktan sonra, zaman içerisinde erişebildikleri ikonik statüye dijital çağda çok daha hızlı bir biçimde erişmektedir. Bu noktada dijital medyada kullanıcı pratikleri doğrultusunda ortaya çıkan yeni nesil ikonların, klasik anlamda ikonik olarak değerlendirilen fotoğraflar kadar kalıcı olup olamayacağı sorusu ortaya çıkmaktadır.

"Hiper-ikon" (Hyper-icon) (Perlmutter, 2006), "anlık haber ikonu" (instant news icon) (Mortensen, 2016), "hızlandırılmış ikon" (speeded-up icon) (Dahmen vd.2018) gibi isimlerle anılan dijital çağın ikonları, kullanıcı etkileşimleri doğrultusunda çok kısa bir süre içerisinde ortaya çıkmaktadır. İçeriklerin devamlı akış halinde olduğu dijital medyada bu görüntüler hızla tüketilmekte ve yerlerine yeni-

7 <https://techcrunch.com/2017/02/22/instagram-carousels/> (Erişim 03.02.2023)

leri gelmektedir. Bu dinamik akış içerisinde dijital medya aracılığıyla ortaya çıkan her bir ikonik görüntünün uzun soluklu ve kalıcı olma ihtimali de giderek zorlaşmaktadır (Dahmen vd.2018, s. 279). Garde-Hansen'in (2011, s. 76) ifade ettiği üzere dijital medyanın arşiv niteliği taşıyan bir hafıza aracı olarak yarattığı çeşitlilik demokratikleştirici bir özellik barındırırken, beraberinde unutmak ve unutmanın imkansız hale gelmesi gibi iki temel problem ortaya çıkarmaktadır. Yani bir yandan modern hayatın hızı ve dinamizmi karşısında unutmanın bir refleks olarak kendini dayatması, diğer yandan da dijital çağda hemen herşeyin arşivlenerek beklenmedik bir anda karşımıza çıkması söz konusudur (Orhon 2015, s. 21). Hoskins (2017, s. 2) bu paradoksun "kalicılık ve eskime", "sabitlik ve gelip geçicilik", "güçlenme ve kontrol kaybı" biçimlerinde hatırlama ve unutmanın gerilimli ilişkisini bir arada karakterize eden temel dinamik olduğunu ifade etmektedir.

Bu paradoksu doğrularcasına, Mortensen (2016, s. 9) dijital çağın ikonlarının zamana karşı potansiyel dayanıksızlıklarının, yoğunlukları ve erişim kapasiteleri ile telafi edildiğini ileri sürmektedir. Klasik anlamdaki ikonlardan farklı olarak çok daha geniş bir kitleye daha hızlı bir biçimde erişen, hatta küresel ölçekte dolaşıma giren dijital çağın ikonları, bu sayede farklı kamuları harekete geçirebilme gücünü elde etmektedir. Bu görüntüler aynı zamanda dijital medyada kullanıcıların aktif katılımıyla yeniden üretilmekte ve farklı kamusalıkların oluşmasına da aracılık etmektedir. Kimi zaman da görüntüler orijinal bağlamlarındaki anlama yönelik eleştirel bir perspektif barındıracak şekilde yeniden üretilebilmektedir. Yani aynı görüntü toplumsal çelişkileri temsil edecek şekilde yeniden düzenlenebilmekte ve toplumsal hafızanın mücadelecisi bir ikon imgesi olarak yeniden üretilebilmektedir (Depeli, 2013, s. 29). Gerek görüntülerin yeniden üretilmesi, gerekse dijital medyanın yurttaş gazeteciliği gibi farklı kaynaklardan gelen çok sayıda görüntüye dağıtım ve erişim imkânı vermesi, ana akım medyanın görsel otoritesinin sarsılmasına neden olmuştur (Mortensen vd. 2017, s. 74). Burada bir parantez açarak yine paradoksal bir biçimde ana akım medya kuruluşlarının gerek geleneksel, gerekse dijital mecralardaki yayıncılık faaliyetlerinde bu sarsıntıya neden olan kullanıcı türevli içeriği kullanarak yaygınlığını ve görünürlüğünü artırabildiğini de hatırlatmak gerekmektedir. Nitekim yukarıda yer verilen yurttaş gazeteciliği örneklerinde de fotoğraflar önce dijital medya ortamlarında paylaşılmış, burada belirli bir görünürlük düzeyine eriştikten sonra ana akım medya içeriklerine sızarak daha geniş kitlelere erişmiştir. Dolayısıyla dijital çağda medya dolayısıyla inşa edilen toplumsal hafıza, sadece belirli söylemsel failer tarafından değil daha geniş katılımlı bir toplumsal failer topluluğu tarafından erişilebilen ve biçimlendirilebilen bir alana işaret etmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Görsel bir kayıt aracı olan fotoğraf icadından itibaren hafızayla güçlü bir ilişki içinde olmuş, hem bireysel hem de toplumsal ölçekte geçmişin hatırlanmasının ve bugün içerisinde yeniden üretilmesinin aracı olmuştur. Akıp giden zamandan yakalanan anları bir karede donduran fotoğraf aracılığıyla kayıt altına alınan geçmiş, yine fotoğrafın tanıklığında bugüne taşınmıştır. Bir temsil sistemi

olmasına karşın nesnesiyle kurduğu doğrudan ilişki dolayısıyla gerçekliğin kendisi olarak kabul gören fotoğraf bu yönüyle egemen ideolojiler ve iktidarlar açısından vazgeçilmez bir araç haline almıştır. Zira fotoğraf gösterdikleri ve onları gösterme biçimleri kadar göstermedikleri ile de olayların anlamlandırılmasına ilişkin bir çerçeveye sunmakta ve böylece ortak bir toplumsal hafızanın oluşturulmasında etkin rol oynamaktadır. Bu noktada tarihsel, toplumsal ve kültürel anlamlar yüklü, güçlü imgeler olan ikonik fotoğraflar ayrıcalıklı bir konuma sahiptir.

İkonik fotoğrafların ortaya çıkış süreçleri dijital çağda meydana gelen dönüşüme bağlı olarak değişmiştir. Dijital öncesi dönemde fotoğrafların kitlesel tüketimi ancak geleneksel medya araçları dolayımı ile mümkün olabilmekte ve fotoğrafların ikonlaşması medya tarafından seçilen görüntülerin izleyicilerin zihninde sembolleşene dek tekrarlanması yoluyla gerçekleşmekteydi. Dolayısıyla medya hangi görüntülerin ikonlaşacağı konusunda söz sahibi olmakta, buna bağlı olarak toplumsal hafızanın biçimlendirilmesinde de aktif bir rol oynamaktaydı. Ancak ikonik fotoğrafın ortaya çıkış dinamikleri dijital çağın merkezi medyadan özgürleşen ve kullanıcı katılımına geçit veren yapısı sayesinde farklılaşmıştır. Dijital medya platformlarının alternatif bir yayıncılığa olanak tanınması, medya profesyoneli olmayan yurttaşların kullanıcı kimlikleriyle ürettikleri sayısız fotoğrafı dağıtılmasına izin vermektedir.

Dijital medya ile alternatif anlatıların ve görüntülerin erişilebilir olması, toplumsal hafızanın biçimlenmesinde geleneksel medyanın rolünün görece gerilemesine ve daha demokratik bir içerik üretiminin mümkün hale gelmesine neden olmuştur. Dijital çağ ile birlikte, düşünsel olarak bir bütünlük göstermeyen, siyasal ve kültürel anlamda farklılıkları ve çeşitlilikleri içinde barındıran toplum yapısına uygun olarak, toplumsal hafıza da homojen ve merkezîyetçi bir bakış açısından özgürleşmiştir. Toplumsal çeşitliliği yansıtmakta yetersiz kalan geleneksel medyanın aksine dijital medya, çalışmada söz edilen tüm sınırlılıklarına rağmen, toplumsal hafızanın farklı kaynaklardan beslenen içeriklerle çoğulcu bir biçimde oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Geleneksel medya kuruluşları da zaman zaman kullanıcı türevli içerikleri paylaşarak bu içeriklerin görünürlüklerini artırmaktadır. Dolayısıyla geleneksel medyanın toplumsal hafızanın inşasına yönelik hegemonyası kırılmakla beraber, dijital ve geleneksel medya arasında da çift yönlü, zaman zaman birbirlerinden beslenen bir yapı ortaya çıkmıştır.

Dijital medyanın dinamik akışı içerisinde sürekli yeni görüntülerle karşılaşılıyor olmak, zihnimizde daha çok fotoğrafın gezinmesine imkân tanımakta, bu görüntüler arasından -algoritmaların gölgesinde- kullanıcı pratikleriyle ikonlaşan fotoğraflar aracılığıyla hem geçmişin, hem de bugünün temsili olarak, farklı görme biçimlerine kapı aralanmaktadır. Bu sayede doğalmış gibi görünen kurgusal gerçekliğin ifşası mümkün hale gelirken, gerçekliğin farklı görünüşleri açığa çıkabilmektedir.

Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Etik kurul iznine gerek yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Çalışma herhangi bir destek almamıştır. Teşekkür edilecek bir kurum veya kişi bulunmamaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

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

Kaynakça

- Alptürk, O. (2015). Geçmişten Günümüze İkonik Fotoğraf. *Kontrast Dergi*, 37-39.
- Assmann, J. (2018). *Kültürel Bellek*. (A.Tekin, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Assmann, J. ve Czaplicka J. (1995). *Collective Memory and Cultural Identity*. *New German Critique*, 65, 125-133.
- Barthes, R. (2016). *Camera Lucida*. (R. Akçakaya, Çev), İstanbul: Altıkırkbeş Yayın
- Başaran İnce, G. (2010). *Medya ve Toplumsal Hafıza*. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 9-29.
- Başaran İnce, G. (2014). *Digital Culture, New Media and The Transformation of Collective Memory*. *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, 21, 9-29.
- Başlar, G. (2018). "Kullanıcı Üretimi" Kolektif Hafıza: Adalet Yürüyüşü Örneği. *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, 28, 143-175.
- Becker, H.S. (2006). *Fotoğraf ve Sosyoloji*. (B.Yanıkaya, Çev.), *Toplumbilim*, s.19, 45-67.
- Berger, J. (2015). *Bir Fotoğrafı Anlamak*. (B. Eyüboğlu, Y. Salman, M. Gürsoy Sökmen, S. Sökmen, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger, J. ve Mohr, J. (2007). *Anlatmanın Bir Başka Biçimi*. (O.Akınhay, Çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Bergson, H. (1988). *Matter and Memory*. New York: Zone Boo
- Bleiker, R. (2018). *Mapping Visual Global Politics*. R.Bleiker (Ed.), *Visual Global Politics içinde* (1-29). NewYork: Routledge.

- Brink, C. (2000). Secular Icons: Looking at Photographs from Nazi Concentration Camps. *History&Memory*, 12(1), 135-150.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, I. Cilt: Ağ Toplumunun Yükselişi* (E. Kılıç, Çev.), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2013). *İsyan ve Umut Ağları İnternet Çağında Toplumsal Hareketler* (E. Kılıç, Çev.), İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Dahmen, N.S ve Miller, A. (2012). Redefining Iconicity: A Five Year Study of Visual Themes of Hurricane Katrina. *Visual Communication Quarterly*, 19(1), 4-19.
- Dahmen, N.S ve Christensen B. (2013). 10th Anniversary Photos of 9/11 Framed as Collective Remembrance. *Newspaper Research Journal*, 34(2), 106-116.
- Dahmen, N.S. ve Morrison, D.D. (2016). Place, Space, Time: Media Gatekeeping and Iconic Imagery in the Digital and Social Media Age. *Digital Journalism*, 4(5), 658-678.
- Dahmen, N.S., Mielczarek ve N., Perlmutter, D.D. (2018). The Influence-Network Model of the Photojournalistic Icon. *Journalism & Communication Monographs*, 20(4), 264-313.
- Draaisma, D. (2014). *Bellek Metaforları*. (G.Koca, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Feng, W.D. (2017). Metonymy and Visual Representation: Towards a Social Semiotic Framework of Visual Metonymy. *Visual Communication*, 16(4), 441-466.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S.İrvan, Çev.), Ankara: Bilim ve Sanat.
- Fuchs, C. (2020). *Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş*. (S.Saraçoğlu ve İ.Kalaycı, Çev.), İstanbul:NotaBene.
- Garde-Hansen, J. (2011). *Media and Memory*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Grayson, L. (2015). Citizen Journalism. *Journalism Practice*, 9(4), 568-579.
- Güven, A. (2014). Gezi'nin Dili: Göstergibilimsel Bir İnceleme. *İnsan&İnsan* (2), 19-29.
- Halbwachs, M. (2022). *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi*. (B.Uçar, Çev.), Ankara: Heretik Yayınları.
- Hansen, L. (2015). How images make world politics: International icons and the case of Abu Ghraib. *Review of International Studies*, 41(2), 263-288.
- Hariman, R. ve Lucaites, J.L. (2007). *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Haskins, E. (2007). *Between Archive and Participation: Public Memory in a Digital*

Age. Rhetoric Society Quarterly, 37, 401-422.

Kroes, R. (2007). Photographic Memories, NH: Dartmouth College Press.

Kubilay, Ç. (2009). İslamcı Söylemde Kamusal Alan Tasavvuru: Devletle Tanımlanan Kamusal Alanın Millele Tahvili ve Kamusal Alanın Reddi. Alternatif Politika, c1, (s.3), 325-362.

Kuhn, A. (2010). Memory Texts and Memory Work: Performances of Memory in and With Visual Media. Memory Studies, XX(X), 1-16.

Kuhn, A. ve McAllister, K.E. (2006). Locating Memory: Photographic Acts- An Introduction. A.Kuhn ve K.E. McAllister (Ed.), Locating Memory: Photographic Acts içinde (1-19). Oxford: Berghahn Books

Laclau, E. ve Mouffe, C. (1985). Hegemony & Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics, London: Verso.

McArthur, T. (1992). The Oxford Companion To The English Language. Oxford-NewYork: Oxford University Press.

Mitchell, W.J.T. (1986). Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago: The University of Chicago Press.

Mortensen, M. (2011). When Citizen Photojournalism Sests the News Agenda: Neda Agha Soltan as a web 2.0 icon of post-election unrest in Iran. Global Media and Communication, 7(1), 4-16.

Mortensen, M. (2016). "The image speaks for itself"—or does it? Instant news icons, impromptu publics, and the 2015 European "refugee crisis." Communication and the Public, (1), 409-422.

Mortensen, M., Allan, S. ve Peters, C. (2017). The Iconic Image in a Digital Age. Nordicom Review, (38), 71-86.

Mortensen, T.M. (2014). Blurry and Centered or Clear and Balanced?. Journalism Practice, 8(6), 704-725.

Murthy, D. (2011). Twitter: Microphone for the Masses?. Media, Culture & Society, 33(5), 779-789.

Neyzi, L. (2011). Giriş. Ali Berktaş, (Ed.), Leyla Neyzi (Yay.Hz), Nasıl Hatırlıyoruz? Türkiye'de Bellek Çalışmaları içinde (1-13). İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Nora, P. (2006). Hafıza Mekanları. (M.E.Özcan, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.

Olick, J.K. (2014). Kolektif Bellek: İki Farklı Kültür. (M.Güneşdoğmuş, Çev.). Moment Dergi, 1(2), 175-211

Oral, M. (2006). Fotoğraf ve Toplumsal Değişme. Toplumbilim, s.19, 17-24.

Orhon, G. (2015). Medya ve Bellek Çalışmaları: Paralellikler, Gerilimler. İletişim:

Araştırmaları Dergisi, 13(2), 9-31.

Pantti, M. ve Bakker, P. (2009). Misfortunes, memories and sunsets, non-professional images in Dutch media. *International Journal of Cultural Studies*, 12(5), 471-489.

Peirce, C.S. (1984). *Writings of Charles S. Peirce: A Chronological Edition, Volume 2: 1867-1871*, E. C. Moore (ed), Indiana University Press.

Perlmutter, D.D. (1998). *Photojournalism and Foreign Policy: Icons of Outrage in International Crises*, Westport, Conn.: Praeger.

Perlmutter, D.D. (2006). Hypericons: Famous news images in the internet-digital-satellite age. P. Messaris ve L. Humphreys (Ed.), *Media: Transformations in Human Communication içinde* (51-64). New York: Peter Lang

Perlmutter, D.D. ve Dahmen, N.S. (2008). (In)visible Evidence: Pictorially Enhanced Disbelief in the Apollo Moon Landings. *Visual Communication*, 7(2), 229-251.

Peters, F.E. (1967). *Greek Philosophical Terms A Historical Lexicon*. New York: New York University Press.

Recuber, T. (2012). The Prosumption of Commemoration: Disasters, Digital Memory Banks, and Online Collective Memory. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 531-549.

Rubinstein D. Ve Sluis, K. (2008). A Life More Photographic. *Photographies*, 1(1), 9-28.

Sontag, S. (2004). *Başkalarının Acısına Bakmak*. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sontag, S. (2008). *Fotoğraf Üzerine*. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sturken, M. ve Cartwright, L. (2017). *Practices of Looking An Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press.

Wallace, J. (2018). Modelling Contemporary Gatekeeping. *Digital Journalism*, 6(3), 274-293.

Zelizer, B. (1995). Competing memories: Reading the Past Against the Grain: The Shape of Memory Studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 12(2), 214-239.

İnternet Kaynakçası

Binark, M. (2017). Algoritmaların Yarattığı Yankı Odalarında Siyasal Katılımın Olanak/sızlığı. Erişim 1 Mayıs 2023, <https://yenimedya.wordpress.com/2017/07/10/algoritmalarin-yarattigi-yanki-odalarinda-siyasal-katilimin-olanaksizligi/>

Code of Ethics, NPPA. Erişim 27 Nisan 2023,

<https://nppa.org/resources/code-ethics>

Depeli, G. (2013). Devlet Şiddetinin İkon-İmgeleri Üzerine Bir İlk Tartışma. Kampplatz, 1(2), Erişim 12 Şubat 2023, https://www.academia.edu/7796674/Devlet_Şiddetinin_İkon_İmgeleri_Üzerine_İlk_Tartışma

Dursun, Ç. (t.y.) Medya Habercilik ve Gerçeklik Bağlantısı. Erişim 01 Mayıs 2023, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/39445/mod_resource/content/1/1.hafta%20okumas%C4%B1.pdf

Exclusive pictures emerge of Khashoggi entering the Saudi consulate. (21 Ekim 2018). TRT World. Erişim 1 Şubat 2023, <https://www.trtworld.com/turkey/exclusive-pictures-emerge-of-khashoggi-entering-the-saudi-consulate-21028>

Helms, C. (7 Eylül 2021). Remembering 9/11: Fort Smith woman captured iconic photos of act of terror. KNWA. Erişim, 3 Şubat 2023, <https://techcrunch.com/2017/02/22/instagram-carousels/>

Howe, P. (2004). Amateur Hour. The Digital Journalist. Erişim 29 Nisan 2023, <https://digitaljournalist.org/issue0406/howe.html>

Hoskins, A. (2017). Archive Me! Media, Memory, Uncertainty. Erişim 02 Mayıs 2023,

<http://eprints.gla.ac.uk/119904/1/119904.pdf>

Iconic photo of Che Guevara taken. History.com. Erişim 30 Ocak 2023, <https://www.history.com/this-day-in-history/iconic-photo-of-che-guevara-taken>

Kaşıkçı'nın daha önce paylaşılmayan konsolosluğa giriş görüntülerine ulaşıldı. (21 Ekim 2018). Sputniknews. Erişim 1 Şubat 2023, <https://sputniknews.com.tr/20181021/suudi-arabistan-trt-world-goruntuler-cemal-kasikci-buyukelik-1035766838.html>

Özhan Koçak, D. (2017). Collective Memory and Digital Practices of Remembrance. Erişim 02 Mayıs 2023, https://www.academia.edu/33278019/Collective_Memory_and_Digital_Practices_of_Remembrance

Zdanowicz, C. (15 Ocak 2014). Miracle on the Hudson Twitpic changed his life. CNN. Erişim 1 Şubat 2023, <http://edition.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/>

Kitap incelemesi / Book Review / Critique de livre

Que veulent les images ? : Une critique de la culture visuelle

Merve Kaptan

Dr. Öğr. Üyesi

İstanbul Galata Üniversitesi, İletişim ve Tasarım Bölümü

merve.kaptan@galata.edu.tr

ORCID: 0000-0002-3467-5001

Abstract

What Do Pictures Want ? The Lives and Loves of Images

*Translated into French in 2014, W.J.T. Mitchell's book *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images* is still relevant today as we live in an age where images are ubiquitous and play an increasingly important role in our lives. The ideas of the book have influenced fields such as visual studies, art history, media studies, and cultural studies, and have been influential in shaping our understanding of the role of images in contemporary culture. It offers a compelling and thought-provoking examination of the relationship between images and viewers, and of how images influence our perception of the world around us. Mitchell's work continues to inspire new research and reflection on the power of images and their relationship to the human experience.*

keywords: *W.J.T Mitchell, image, visual culture.*

Résumé

Traduit en français en 2014, le livre de W.J.T. Mitchell *Que veulent les images ? : Une critique de la culture visuelle est toujours d'actualité à une époque où les images sont omniprésentes et jouent un rôle de plus en plus important dans nos vies. Les idées du livre ont influencé des domaines tels que les études visuelles, l'histoire de l'art, les études sur les médias et les études culturelles, et ont contribué à façonner notre compréhension du rôle des images dans la culture contemporaine. Il propose un examen convaincant et stimulant de la relation entre les images et les spectateurs, et de la manière dont les images influencent notre perception du monde qui nous entoure. L'ouvrage continue d'inspirer de nouvelles recherches et réflexions sur le pouvoir des images et leur relation avec l'expérience humaine.*

mots-clés : W.J.T Mitchell, image, culture visuelle.

Öz

Resimler Ne İster? Bir Görsel Kültür Eleştirisi

W.J.T. Mitchell'in 2014 yılında Fransızca'ya çevrilen kitabı *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images* imgelerin her yerde karşımıza çıktığı ve hayatımızda giderek daha önemli bir rol oynadığı günümüzde hala güncelliğini korumaktadır. Mitchell'in yayınları; görsel çalışmalar, sanat tarihi, medya çalışmaları ve kültürel çalışmalar gibi alanları etkilemiş ve çağdaş kültürde imgelerin rolüne ilişkin anlayışımızı şekillendirmede etkili olmuştur. Kitap, imgeler ve izleyiciler arasındaki ilişkiye ve imgelerin çevremizdeki dünyayı algılayışımızı nasıl etkilediğine dair ilgi çekici ve düşündürücü bir inceleme sunmaktadır. Mitchell'in çalışmaları, imgelerin gücü ve insan deneyimiyle ilişkisi üzerine yeni araştırmalara ve düşüncelere ilham vermeye devam etmekte.

anahtar kelimeler: W.J.T Mitchell, imge, görsel kültür.

Mitchell, W.J.T (2014), Que veulent les images ? : Une critique de la culture visuelle, Presses Du Reel, 384 pages, ISBN :2840663643

W.J.T. Mitchell, professeur de littérature et de l'histoire de l'art à l'Université de Chicago, est une figure éminente dans le domaine des études sur la culture visuelle et a contribué de manière significative à son développement. Il est particulièrement connu pour son approche académique des études de l'image visant à définir le tournant pictural dans la théorie culturelle moderne. Alors que le tournant linguistique attire l'attention sur le rôle du langage dans la culture, dans la théorie et dans la vie quotidienne, le tournant pictural accentue la puissance des images et des représentations en nous invitant à être plus critique vis-à-vis de la culture visuelle.

Dans les années 1980, Mitchell est devenu l'une des figures fondatrices des études sur la culture visuelle, qui sont apparues comme un champ d'investigation cherchant à comprendre le rôle des images visuelles dans la formation de notre perception du monde. *Iconology : Image, Text, Ideology*, publié en 1986, est un ouvrage fondateur dans ce domaine, dans lequel il affirme que les images ne sont pas simplement des représentations de la réalité, mais elles sont elles-mêmes des agents actifs qui façonnent notre compréhension du monde. Outre ses contributions aux études sur la culture visuelle, Mitchell a également beaucoup contribué à la relation entre les médias et la culture. Son livre, *Picture Theory : Essays on Verbal and Visual Representation*, publié en 1994, explore les façons dont les représentations verbales et visuelles se croisent et interagissent dans diverses formes de médias.

Son ouvrage majeur *Que veulent les images ? Une critique de la culture visuelle* (2014) constitue la troisième partie de ses recherches sur la compréhension du visuel après *Iconology* (1986) et *Picture Theory* (1994), qui avaient ressuscité l'iconologie «pour reprendre à nouveaux frais la question du sens et de l'interprétation des éléments de la culture visuelle» (Mitchell, 2014, 28). Présentant sa production critique ayant trait à la théorie de l'image entre 1994 et 2004, il est composé d'articles différents partagés en trois parties qui remettent en question les éléments fondamentaux de l'image : images, objets et média. Selon l'historien Perry Anderson (2010, 87) au-delà des frontières disciplinaires, Mitchell a contribué à l'émergence d'une nouvelle façon de voir l'image.

La première partie, *Images*, expose certains des principes fondamentaux du livre, notamment l'idée que les images ne sont pas simplement des représentations passives, mais des agents actifs qui ont leurs propres désirs, besoins et effets. Il retrace l'évolution historique des images, depuis les peintures rupestres préhistoriques jusqu'aux médias numériques contemporains, et explore les différentes façons dont les images ont été utilisées et comprises au cours de l'histoire. La deuxième partie examine les implications éthiques des images et

la manière dont elles peuvent être utilisées à la fois pour le bien et pour le mal. Mitchell explique comment les images peuvent être utilisées pour promouvoir la justice sociale ou perpétuer l'oppression, et comment nous pouvons développer des cadres éthiques pour utiliser les images de manière responsable. Enfin dans Média, il explore les possibilités et les dangers des images à l'ère numérique.

Dans l'ensemble de l'ouvrage, l'auteur répond à la question suivante : que veulent les images ? Elle est plus souvent discutée dans le deuxième chapitre où Mitchell affirme que le verbe 'vouloir' présente une ambiguïté. En effet, il exprime à la fois l'idée du désir et de l'absence. Il est nécessaire et inévitable de se poser cette question dans l'étude des images parce que l'on communique avec les images comme si elles étaient des organismes vivants. Donc, la vitalité que nous leur attribuons (parce que nous les traitons en tant que des organismes) exige d'avoir des désirs. En d'autres termes, l'artiste ou le consommateur de l'image se trouve dépossédé de son désir, lequel revient aux images elles-mêmes. Ainsi, la réponse nous apparaît : ce que les images veulent est tout simplement que l'on se pose la question de savoir ce qu'elles veulent, même s'il n'est pas exclu que l'on se trouve face à la réponse de rien du tout.

La démarche de Mitchell est un geste anthropomorphique, analysant des représentations visuelles de manière à mettre l'accent sur des traits, des motivations ou des intentions de type humain dans ces représentations et peu conventionnel par rapport aux réflexions modernes. Pourtant elle doit être reconsidérée : on embrasse des crucifix, on recrute des soldats avec des affiches déclarant 'I Want You', on détruit les images que l'on perçoit comme des menaces. Ces exemples suggèrent que notre forme de vie, comme dirait Bruno Latour, n'ait jamais été moderne. Mitchell écrit :

Les vieilles superstitions ayant trait aux images –selon lesquelles elles seraient dotées de 'vies propres', elles nous inciteraient à accomplir des actes irrationnels, elles recèleraient des forces potentiellement destructrices, elles nous séduiraient et nous corrompraient– ne sont pas moins puissantes aujourd'hui qu'hier (Mitchell, 2014, 39).

Par conséquent, quoique la question implique une subjectivation des images qui se manifeste par les pratiques comme le totémisme, le fétichisme ou l'idolâtrie, Mitchell exige que l'on admette le fait que nous sommes en fait coincés dans des attitudes magiques ou prémodernes dans nos relations avec les objets, en particulier avec les images. Ainsi, notre tâche ne serait pas de surmonter ces attitudes mais de les comprendre et de les examiner.

L'argument central de l'ouvrage se trouve dans la préface où Mitchell soutient que les images, y compris celles du monde, ont toujours été avec nous et que l'on ne peut pas passer au-delà des images (encore plus difficile dans le cas des images du monde) pour acquérir une relation plus authentique avec

l'Être, avec le Réel ou avec le Monde. C'est pourquoi Mitchell, théorisant ainsi le statut des images, trace des perspectives radicalement nouvelles pour l'iconologie. Sa manière de développer son argument repose sur des études d'œuvres spécifiques, issues de la peinture, du cinéma ou de la sculpture. De plus, il nous renvoie souvent aux pensées de Deleuze, Goodman, Wittgenstein, Heidegger ou Zizek dont il se sert pour construire une perspective plus large pour une étude du média, de la technologie, de la société ou de la psychologie.

L'adoration du veau d'or de Nicholas Poussin (1633) est un motif clé dans l'analyse de Mitchell. Il est la représentation du deuxième commandement où la production de toute sorte d'images est interdite par Dieu. Mitchell soutient que Dieu savait que certaines représentations avaient des jambes (leur propre vie) comme si elles avaient leur propre intelligence et leur propre finalité. En conséquence, la représentation est interdite afin qu'elle n'influence pas ses sujets. Il s'ensuit que le pouvoir des représentations est pré-conceptuel et que les représentations sont à l'origine de nombre de nos idées. Le point principal de Mitchell est que les représentations peuvent nous apprendre l'objet de nos désirs et la manière dont nous le désirons. Cette position semble cohérente avec l'idée dans laquelle les images, en tant qu'organismes, ont des désirs. Ensuite, il nous présente deux théories de désir : celle de Freud-Lacan et celle de Blake-Deleuze.

La question du désir est développée tout au long de la première partie du livre : *Images*. Il aborde l'ambiguïté du verbe 'vouloir' et tente d'expliquer ce que les images désirent. Son intention prend comme point de départ l'analyse de la scène dans *The Origin of Drawing* (1819) de Anne-Louis Girodet-Trioson où les deux théories du désir se trouvent réunies. La théorie Freudienne-Lacanienne est structurée à partir de la notion de désir en tant que manque et envie pour son objet, provoqué par le plaisir instinctif : «la représentation n'est qu'un symptôme, un substitut d'un désir impossible, une illusion ou un contenu manifeste qui doit être décodé, démystifié et finalement anéanti pour un contenu caché exprimé dans le langage» (Mitchell, 69). Pour sa part, la théorie de Blake-Deleuze prétend que le désir est un assemblage non instinctif d'éléments psychiques, ce qui est aisé de constater dans les dessins et les gravures de William Blake, notamment dans ses illustrations pour la *Comédie divine* (1757-1827). L'image deleuzienne du désir est produite par la possession et interrompue par le plaisir, ce qui est donc diamétralement opposé à la théorie précédente (puisque le désir n'est pas provoqué par le plaisir mais trouve sa fin en lui).

Mitchell affirme que la scène dans *The Origin of Drawing* (1819) est une meta-représentation de ce que les images veulent et comment nous les aidons à obtenir leur désir : L'image est née du désir, elle est un symptôme du désir, une trace spectrale du désir pour garder la personne aimée, pour garder une trace de sa vie pendant son absence. On dirait que l'image veut satisfaire une pulsion scopique. Pourtant, les images ne peuvent pas être réduites à de simples symptômes d'un penchant. Il faut qu'elles soient analysées en tant que modèles pour

le processus visuel. Autrement dit, les images nous apprennent aussi comment les regarder et ce que l'on doit y chercher, elles nous montrent que nos mécanismes de cognition et de reconnaissance visuelle en tant que pratiques sociales fondamentales, peuvent nous amener à saisir la place centrale qu'occupe ce que Mitchell appelle tournant pictural. Il explique que la vie des images n'est pas un problème particulier ou privé. C'est une vie sociale. Les images vivent dans des séries généalogiques ou génétiques, se reproduisent au fil du temps, émigrant d'une culture à l'autre (Mitchell, 69).

Ainsi, Mitchell considère qu'il existe un lien essentiel entre les images et la façon que l'on a de voir le monde. L'idée principale de cette première partie est que les images sont capables de changer les valeurs et que les êtres humains construisent leur identité en créant autour d'eux-mêmes une seconde nature composée d'images.

Dans la deuxième partie de son livre, il étudie la culture visuelle à partir des objets qui constituent *Weltbilder* de cette culture. Son point d'appui est la notion de totem. Mitchell tente de comprendre comment les attitudes traditionnelles envers les représentations, à savoir l'idolâtrie, le fétichisme et le totémisme opèrent dans les sociétés modernes. Puisque les totems sont des objets de la vie courante, ils définissent mieux la catégorie des objets appartenant à la culture visuelle de notre vie quotidienne.

Parallèlement au fétichisme et à l'idolâtrie, le totémisme forme l'un des trois types de relations humaines que l'homme a avec les objets du monde. On peut adorer un objet (l'idolâtrie), on peut lui assigner obsessionnellement une signification particulière qui prend une vie propre à elle au-delà de sa nature originelle ou symbolique (le fétichisme), ou bien il peut devenir un emblème de notre communauté (le totémisme). Il explique qu'à la fin du dix-neuvième siècle l'idée des formes organiques est devenue un sujet de discussions dans diverses disciplines. Il souligne l'intérêt que les études culturelles récentes portent sur les 'choses'. Ces 'choses' sont étudiées en tant que totems, en d'autres termes, en tant qu'objets ordinaires qui se révèlent être des dépositaires de significations culturelles. Il traite deux événements qui ont entraîné l'introduction de ces deux concepts dans la culture et le langage européens pendant les années 1970. Ce sont le fossile d'un mammouth reconstruit à Paris en 1795 et le totem du castor dont la représentation a été inscrite par les Indiens sur la poitrine d'un commerçant de fourrure anglais. Ces deux images ont configuré/influencé la façon dont l'homme moderne pensait le lien entre la nature et la culture dans un monde qui allait bientôt subir la révolution darwinienne qui a exercé une influence centrale sur les nouvelles disciplines de la paléontologie et de l'anthropologie.

Dans la dernière et la troisième partie de l'ouvrage, Média, Mitchell précise qu'il entend par médium l'ensemble des pratiques matérielles unifiant la représentation et l'objet afin de produire une image. Dans cette partie, pour mieux

clarifier sa position, il se sert des films tels que *Jurassic Park* (1993) de Spielberg, *Videodrome* (1983) de David Cronenberg, *Bamboozled* (2000) de Spike Lee, des sculptures d'Anthony Gormley, de la photographie de Robert Frank ou encore des installations de Damien Hirst comme *Lost Love* (2000). Il prétend que ces œuvres nous conduisent à interpréter notre identité naturelle et culturelle, notre dépendance symbolique aux choses que nous produisons.

Pourtant une telle sorte de dépendance n'est pas toujours bienfaisante. On trouve d'ailleurs cet aspect pernicieux de la dépendance dans le film d'horreur *Videodrome* de David Cronenberg. Le film raconte l'histoire d'un producteur de télévision qui, en cherchant de nouvelles façons pour attirer l'attention du public et pour augmenter l'audience de son émission, s'implique de plus en plus dans son médium. *Videodrome* est un exemple de ce que Mitchell appelle une méta-image. C'est une image à propos des images elles-mêmes, mais au-delà de cela, c'est un ensemble d'images sur la manière dont la culture de son époque traite le média visuel. En outre, la tradition moderniste est critiquée pour avoir défendu un art qui devrait avoir la pureté et l'autonomie comme caractéristiques essentielles : La mort de Brian O'Blivion dans le film est une allégorie de sa transformation d'un statut de gourou du média à celui d'une vedette de la culture populaire des années 1970 jusqu'à sa mort en 1980, ce qui est suivi par le succès posthume de Walter Benjamin comme théoricien du média. Ainsi, on voit à quel point le média visuel et la réflexion sur la culture visuelle sont imbriqués.

Dans cette partie, il existe d'autres discussions comme celle qui porte sur la sculpture d'Anthony Gormley, sur la manière dont on s'adresse aux médias et la manière dont les médias nous interpellent, sur le lien entre les objets visuels et le pouvoir, sur *Bamboozled* de Spike Lee qui peut être considéré comme un métadiscours au sujet des films ou encore sur le rôle de l'art et le statut des images dans une ère biocybernétique. L'essor des technologies biocybernétiques mérite une analyse plus détaillée puisqu'il renvoie à un texte très important sur la reproductibilité des images, par Walter Benjamin : *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (1936). Il note que les technologies comme le génie génétique, le clonage et l'intelligence artificielle ont également un impact sur la production et la reproduction de l'art, nous permettant de créer de nouvelles formes d'art qui brouillent les frontières entre le biologique et le technologique. Selon Mitchell, la reproduction biocybernétique remet en question le concept d'aura, thème introduit par Benjamin, car elle nous permet de créer des répliques parfaites d'œuvres d'art et même de créer de nouvelles œuvres composées de matériaux biologiques ou technologiques.

Toutefois, il serait plus utile de nous pencher sur le dernier article de l'ouvrage *Montrer le voir*. Une critique de la culture visuelle pour présenter sa réflexion méta-disciplinaire sur les limites des études culturelles. En ce qui concerne les philosophes de l'esthétique, les théoriciens des médias ou les historiens de l'art, cette discussion devrait être prise en considération parce qu'elle accentue le fait

qu'il n'y ait pas un seul modèle légitime pour étudier les arts visuels. Cet article soutient avant tout la légitimité disciplinaire des études visuelles qui déclarent concevoir l'art en tant qu'espace étendu des objets et des pratiques de la culture visuelle dans sa totalité et non pas en tant que vision du modernisme qui perçoit l'art dans toute son autonomie, de manière séparée de la culture dans laquelle il est produit. Mitchell définit les études visuelles non seulement comme une discipline traditionnelle de l'histoire de l'art et de l'esthétique mais aussi comme une inter-discipline qui se nourrit à la fois de ses propres ressources et des ressources des autres disciplines pour construire un objet de recherche nouveau et singulier. C'est ainsi que les études visuelles pourraient nous ramener aux disciplines traditionnelles des sciences humaines et sociales, avec un regard neuf, de nouvelles questions et un esprit plus ouvert.

En bref, avec cet ouvrage, Mitchell nous présente une réflexion sur la vie de la culture visuelle dans nos vies individuelles et sociales. Il propose un raisonnement assez cohérent des implications théoriques et historiques du pouvoir des images et des représentations. Dans notre société, les images sont aussi importantes que les mots et méritent que l'on leur prête tout autant d'attention. M. Boidy et Stéphane Roth, dans l'avant-propos de l'ouvrage indiquent ainsi :

[...] le parcours sinueux et quelque peu improvisé qui mène d'Iconologie à Que veulent les images ? en passant par Picture Theory est bien des égards d'une assurance et d'une logique implacable : il nous transporte d'une psychologie politique des icônes à une biopolitique de l'image. Cette approche révèle les images vivantes de la politique qui, pour le meilleur ou le pire, gouvernent nos vies et nos regards. (2014, 13)

Bibliographie

Anderson, Perry (2010), *Les Origines de la postmodernité*, Paris : Les Prairies ordinaires

Mitchell, W.J.T (2014), *Que veulent les images ? : Une critique de la culture visuelle*, Presses Du Reel, ISBN :2840663643

Mitchell, W.J.T (2009), *Iconologie : image, texte, idéologie*, Paris : Les Prairies ordinaires

Mitchell, W.J.T (1994) *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representations*. Chicago University Press