

iletisim

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



HAZİRAN
JUNE 2024
JUN

Sunuş

40

Dosya: Akademik Dergiler Ne İşe Yarar?
Editör Ekibi

Ereğli Kömür İşletmeleri - Armutçuk - Kandilli Maden Bölgesi'nde Sosyal Hak Olarak Sinemaya Gitmek ve Armutçuk İşçi Sineması
Mehtap ÖZSOY

Mekansal Anlatılarda His Yapılarının Araştırılması: Kadıköy Örneği
Ayşenur ÖLMEZSES ve Serhat GÜNEY

Her Dönemin Bekleme Odası: Görünmez Kent Tarla başı
Bediz YILMAZ ve Didem DANIŞ

Neoliberal Zamanlarda "Hikâye"nin Büyüsü ve Cazibesini Wattpad Üzerinden Okumak
Burcu ŞENEL ALPUĞAN

« Rest in Peace » (R.I.P.) :
Faire et Dire Son Deuil Dans Le Monde Numérique
Julie Alev DİLMAÇ

Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Bağlamında Coca Cola İçin Oluşturulan Youtube Videolarının Betimsel Analizi
Gülşah SARIYILDIZ ve HümeYra USLU CİRCİR

İleti-ş-im 40 • haziran / june / juin 2024

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, ve EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMCC) 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, and EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMCC).

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, et EBSCO Communication & Mass Media Complete (CMCC).

Editör / Editor / Directeur de la publication

Ceren Sözeri Özdal ve Aşşe Toy Par

Editör Yardımcıları / Assistant Editors / Secrétariat d'édition

Aşşe Toy Par Onurcan Güden
Betül Aydoğan Duru Su Kadioğlu
Yaşar Şekerci İlker Kafalı

Dil Editörleri

Gökmen Gezer
Olcaç Kunal

Yayın Kurulu / Editorial Board / Comité de rédaction

Kerem RIZVANOĞLU / Galatasaray Üniversitesi
Ceren SÖZERİ / Galatasaray Üniversitesi
Aşşe TOY PAR / Galatasaray Üniversitesi
Nebahat AKGÜN ÇOMAK / Galatasaray Üniversitesi
Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ / Galatasaray Üniversitesi
Füfürya YUSUFOĞLU / Galatasaray Üniversitesi
Tolga ÇEVİKEL / Galatasaray Üniversitesi
Ece VİTRİNEL / Galatasaray Üniversitesi
Özgür İlke ŞANLIER YÜKSEL / Çukurova Üniversitesi
Luca BARRA / University of Bologna
Loic BALLARİNİ / Université de Lorraine

Sayfa Tasarımı-Uygulama / Page Design - Application / Mise-en Page

Sera Bütün

Kapak Tasarım / Cover Design / Design de la Couverture

Kerem Rizvanoğlu

İleti-ş-im

Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi
Çırağan Caddesi, No: 36 34349
Ortaköy/İstanbul

Yayın Danışma Kurulu / Advisory Board / Comité Scientifique

Ümit ATABEK, Yaşar Üniversitesi
Oya Şaki 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 KUYUCAK ESEN, Marmara Üniversitesi
Thierry LANCİEN, Université Bordeaux Montaigne
Yves LAVOİNNE, 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 SÄBRY, University of Westminster
Jean-François TETU, Université de Lyon 2
Nilüfer TİMİSİ, İstanbul Üniversitesi
Nurçay TÜRKÖĞLU, Arel Üniversitesi
Billur ULGER, Yeditepe Üniversitesi
Aşşegül YARAMAN, Marmara Üniversitesi
Helene-Marie-MONTAGNAC, Université Bordeaux Montaigne

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

Kerem Rizvanoğlu, Dekan / Dean / Doyenne



<http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr>

Tel: +90 212 227 44 80

Faks: +90 212 227 51 48

ISSN 1305-2411

E-ISSN 2548-124X

İÇİNDEKİLER

4 Sunuş

7 *Dosya: Akademik Dergiler Ne İşe Yarar?* Editör Ekibi

33 Araştırma Makaleleri *Ereğli Kömür İşletmeleri - Armutçuk - Kandilli Maden Bölgesi'nde Sosyal Hak Olarak Sinemaya Gitmek ve Armutçuk İşçi Sineması* Mehtap ÖZSOY

71 *Mekansal Anlatılarda His Yapılarının Araştırılması: Kadıköy Örneği* Ayşenur ÖLMEZSES, Serhat GÜNEY

101 *Her Dönemin Bekleme Odası: Görünmez Kent Tarlabası* Bediz YILMAZ, Didem DANIŞ

127 *Neoliberal Zamanlarda "Hikâye"nin Büyüsü ve Cazibesini Wattpad Üzerinden Okumak* Burcu ŞENEL ALPUĞAN

155 *« Rest in Peace » (R.I.P.) : Faire et Dire Son Deuil Dans Le Monde Numérique* Julie Alev DİLMAÇ

181 *Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Bağlamında Coca Cola İçin Oluşturulan Youtube Videolarının Betimsel Analizi* Gülşah SARIYILDIZ, Hümeýra USLU CİRCİR

Sunuş

“İleti-ş-im” dergisinin 40. sayısı bizler için özel bir sayı. Bu hazırlanırken dergimizin 20. yılını kutluyoruz. Bu vesileyle ilk sayıdan bugüne dergimize emek veren tüm editörlerimize, hakemlerimize, yazarlarımıza ve okuyucularımıza teşekkür ediyoruz. Bir akademik dergiyi istikrarlı bir şekilde yayınlamak, geliştirmek çok yoğun emek isteyen bir süreç. Gururlandığımız kadar hatalarımızdan da ders çıkarmaya çalışıyoruz. Bu kutlamayı vesile ederek bu sayıda bir soluklanmak, “neredeyiz” diye bakmak, “ne yapabiliriz” diye düşünmek istedik ve akademik dergilerin işlevini sorgulayan bir dosya hazırladık. Yaşadığımız ancak yalnızca bize özgü olmayan sorunları çerçeveleyen altı soru belirledik, dünyadan ve Türkiye’den seçtiğimiz sekiz araştırmacıya sorduk. Bizim için çok öğretici olan bu çalışmadan çıkardığımız en önemli sonuç böyle bir tartışmaya ne kadar ihtiyaç olduğuydu. Sorunlarımız ortak, nedenlerini analiz edebiliyoruz ancak çözüm için hep birlikte düşünmeli, sınırların ötesinde tartışma ve dayanışma ağları oluşturmalıyız. Konuyu çok sınırlı bir çerçevede ele alabildiğimiz dosyamızın daha derin ve kapsayıcı tartışmalara kapı aralmasını umuyoruz.

Dosyanın ardından araştırma makalelerimizi ilginize sunuyoruz. Bu sayıda farklı olarak toplumsal belleğe katkı sunmalarının yanı sıra ekonomik, kültürel ve sosyal dönüşüm çerçevesinde kenti konu alan üç makalemiz var. İlk makalede Mehtap Özsoy Kamu İktisadi Teşebbüsleri’nde sosyal hakların bir parçası olarak kurulan işçi sinemalarını inceliyor. “Ereğli Kömür İşletmeleri- Armutçuk- Kandilli Maden Bölgesi’nde Sosyal Hak Olarak Sinemaya Gitmek ve Armutçuk İşçi Sineması” başlıklı makalede Özsoy, Armutçuk Bölgesi özelinde sinema izleme deneyimini sözlü tarih yöntemi ve fotoğraflar aracılığıyla ele alıyor; ticari sinemadan farklı konumlanan işçi sinemalarının kültürel ve sosyal yaşama sunduğu katkı kadar, mühendisler-madenciler, lojman hakkı bulunanlar ve bulunmayanlar arasında sınıfsal farkı deneyimler üzerinden ortaya koyuyor. Dahası, belki de en önemlisi, toplumsal belleğimize sunduğu katkının yanında “yaşanabilir kent hakkı” talebini sinemalar üzerinden yeniden dile getiriyor.

Ayşenur Ölmezses ve Serhat Güney’in “Mekansal Anlatılarda His Yapılarının Araştırılması: Kadıköy Örneği” başlıklı makalesi ise İstanbul’un en eski semtlerinden olan ve günümüzde bir cazibe merkezine dönüşen Kadıköy’ü kurgu edebi eserler ve hatıratlarda ortaklaşan örüntüler ve hisler üzerinden inceliyor. Yazarlar, Kadıköy’ü

denizle ilişkisi, sosyal ve düşünsel yapısı, topluluk ilişkileri, güçlü kadın karakterleri ve tarihe kurduğu bağ gibi temalar üzerinden güncel mekânsal dönüşümlerle ilişkilendiriyor, günümüz kent yaşamı dinamikleri ile nasıl müzakereye girdiğini tartışıyor.

Alışlageldik araştırma makalelerinden farklı bir yol izleyen “Her Dönemin Bekleme Odası: Görünmez Kent Tarlabası”nda yazarlar Bediz Yılmaz ve Didem Danış Italo Calvino’nun Görünmez Kentler kitabının kılavuzluğunda semtin sokaklarında dolaşıyorlar. Nitel keşfedici yöntemle yapılan araştırma kurulduğu dönemden bu yana, alt sınıfların ve giderek dışlanmışların mekânı olma özelliğini sürdüren Tarlabası’nın toplumsal ve mekânsal dönüşümünü, çeşitlilik ve parçalılıkla tarif edilen kaleyskopik manzarasını yansıtmayı amaçlıyorlar.

Kent araştırmalarının ardından sosyal medya platformlarını odağına alan üç makalemiz bulunuyor. “Neoliberal Zamanlarda “Hikâye”nin Büyüsü ve Cazibesini Wattpad Üzerinden Okumak” başlıklı makalesinde Burcu Şenel Alpuğan bir dijital hikâye okuma-yazma platformu olan Wattpad üzerinden hikâyenin nasıl metalaştığını, neoliberal kapitalizmin toplumun yapıtaşı olan hikâyelere nasıl sızdığını araştırıyor. Şenel Alpuğan’ın doktora tezine dayanan bu araştırma hikâye anlatıcılığının dönüşümüne örnekler üzerinden eleştirel bir bakış sunuyor.

Julie Alev Dilmaç’ın “Rest in Peace’ (R.I.P.): Faire et dire son deuil dans le monde numérique” başlıklı makalesi dijital ortamda değişen yas tutma ve anma ritüellerine odaklanıyor. Dilmaç, “R.I.P”le kısaltılan, “Huzur içinde yat” şeklinde Türkçeye çevirebileceğimiz yaygın söylemin sorunlarına dikkat çekerken, ölümün dijital estetiğini ve yeni iletişim teknolojileriyle nasıl bir gösteriye dönüştüğünü tartışıyor.

Gündelik yaşamın kapitalizmle nasıl bir gösteriye dönüştüğünden bahsedince aklımıza ister istemez bu konuya en vurucu eleştirilerden birini getiren Guy Debord geliyor. Son makalemizde Gülşah Sarıyıldız ve Hümeysra Uslu Circir, Debord’un “Gösteri Toplumu”ndan yola çıkarak Coca Cola şirketinin Youtube platformunda yayınlanan 15 reklamını analiz ediyor. Yazarlar “Guy Debord’un ‘Gösteri Toplumu’ Bağlamında Coca Cola İçin Oluşturulan Youtube Videolarının Betimsel Analizi”

başlıklı makalelerinde, incelenen reklamlar vasıtasıyla, boş zamanın ve eğlencenin nasıl metalaştığını, verilen mesajların tüketim alışkanlıkları ve davranışlarının dönüşümünde nasıl bir rol oynadığını anlamaya çalışıyorlar.

Dosya: Akademik dergiler ne işe yarar?

Editör Ekibi

Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi “İLETİŞİM” bu sayıyla birlikte 20. yılını doldurdu. Alana katkısı istikrarlı bir şekilde sürdürmek, belirlenen hedefleri aşmak gönüllü emeğe dayanan bir dergi için kuşkusuz önemli bir başarı. Biz de 20. yılımızı akademik yayıncılığı sorgulayan bir dosya hazırlayarak kutlamayı tercih ettik. Akademik yayıncılığın tarihi epey eski olsa da bugün tartıştığımız çerçevede en önemli kırılmanın İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıktığını söylemek mümkün (Fyfe vd., 2017). Yüksek öğretimin endüstrileşmeye eklenmesi, yayıncılık alanının tekelleşmesi bilginin ekosistemini değiştiriyor. Bir başka önemli kırılma 1980’lerle tarif ettiğimiz kamu önceliğinin yerini ticari “özgürlük” ya da çıkarlara bıraktığı dönemde yaşanıyor. Bu dönüşümlerin sonunda akademik bilgi üretim alanı tamamen Batı merkezli hale geliyor. Değişimin hızı dijitalleşmeyle birlikte artıyor ancak bu aynı zamanda bir yandan akademik yayıncılığı kârlı bir ticari girişime indirgerken diğer yandan onaylanmış bilgiyi akademik kariyer ilerlemesi etiketiyle sembolik bir sermayeye ve aynı zamanda hemen hepimizin deneyimlediği bir baskıya dönüştürüyor.

Bu dosyada birikim ve deneyimlerimizden yola çıkarak, akademik dergilerin alanlarımıza epistemolojik ve pragmatik katkılarını sorgulamak üzere betimleyici olduğunu düşündüğümüz altı soru belirledik ve bu soruları dünyadan ve Türkiye’den seçtiğimiz altı araştırmacıya sorduk. Önce en genelden başladık, “Akademik dergiler ne işe yarar ve neden okuyucusu az?” Cevaplardan göreceğiniz üzere en temel

işlevi üretilen bilginin gizli-saklı kalmaması kamuyla paylaşılması gerekliliği. Akademik bilgiye duyulan güven onu araştırmacılar, öğrenciler ve hatta politika yapımcılar ve kamu için önemli bir kaynağa dönüştürüyor, ancak bunun önünde çeşitli engeller var. Türkiye gibi ülkelere özgü olan ise akademik bilgi üretiminin iktidar ilişkilerinden bağımsız olmaması. Özerk olmayan bilgi üretimi, niteliğinden ödün vermek zorunda kalıyor. Bu konuya dair dile getirilen bir başka sorun erişime dair. Burada Türkiye ve dünya deneyimleri farklılaşıyor. Türkiye’de akademik bilgi üretimi, özellikle son dönemde atama-yükseltme, doçentliğe başvuru kriterlerinde ağırlığının artması nedeniyle, üniversite dergileriyle sınırlanmış durumda. Uluslararası alanda prestijli dergilere, her ne kadar sayısı artsa ve kütüphaneler üzerinden erişim kolaylaşsa da, kamunun erişimi ciddi bir maliyet gerektiriyor. Bununla birlikte akademik yayıncılık “pazarında” ciddi bir yoğunlaşma söz konusu. Beş büyükler olarak niteleyebileceğimiz Elsevier, Wiley-Blackwell, Taylor & Francis, Springer Nature ve SAGE’in 2020 yılı toplam geliri 19 milyar dolar, bunun yüzde 40’ını tek başına Elsevier elde ediyor (An vd., 2024). Bunun aşılmasına yönelik birtakım girişimler olsa da bunların bir kısmı (Academia, Researchgate gibi) platform ekonomisine yaslanmış durumda ve kâr elde edebilmek için ödeme duvarlarına başvuruyor. Telif hakları barajını delme girişimleri ise bu büyük beşlinin baskısı altında sürekli adres değiştiriyor ve böylesi direnişler bazen Aaron Swartz örneğinde olduğu gibi çok acı sonlanıyor. Bu yoğunlaşmayı Fuchs ve Sandoval (2013, s. 432) kapitalizmin akademik yayıncılığa “saldırısı” olarak tanımlıyor. Açık erişim dergilerinin (DOAJ) bir çözüm olup olmayacağını tartıştıkları makalelerinde uygulanan gelir modelinin bir dergiyi açık erişim dergisi yapmadığını savunuyorlar. Kârlarından vazgeçmek istemeyen şirketler maliyetleri illa ki birilerine yüklemek istiyor. Fon veren kurumlar, kadro komiteleri, ödül komiteleri, yayın kuruluşları bir yandan ölçülebilir etkiyi artırmak için önlemler alırken diğer taraftan bu kaynaklara erişemeyenler için eşitsizlik derinleşiyor. Márton Demeter (2020), “Academic Knowledge Production and the Global South” adlı kitabının girişinde Macaristan’da genç bir araştırmacı iken yolladığı makalelerin sürekli reddedilmesinin yarattığı hayal kırıklığını hatırlıyor, “Bir keresinde makalelerimden biri reddedildi çünkü iddiaya göre analizimdeki örneklem çok küçüktü (iletişim alanında yayınlanan 400 dergiden sadece 93’ünü içeriyordu). Bir ay sonra aynı dergide, prestijli üniversitelerden iki profesörün en fazla beş dergiyi analiz ettiği çok benzer bir makalenin yayınlandığını gördüm. Benim durumumda 93 dergi örneği çok küçüktü, ancak Russel Group üniversitesinden yazarlar söz konusu olduğunda beş dergi fazlasıyla yeterliydi” (s. vi). Demeter bir başka makalesinde sosyal bilimler alanında küresel düzeyde eşitsizliğin en bariz görüldüğü alanın iletişim çalışmaları olduğunu verilerle kanıtıyor. Demeter (2019, s. 124), “Alanın kabul gören tarihi bize disiplinin Amerika Birleşik Devletleri’nde propaganda çalışmalarıyla başladığını ve “iletişim çalışmalarının dört kurucusunun” -Kurt Lewin, Carl Hovland, Harold Lasswell ve Lazarsfeld- hepsinin Amerikalı olduğunu söyler. Ancak Pooley ve Park’ın da belirttiği gibi, bu alanın tarihçileri ‘küresel Güney’i görmezden gelmiştir” diyor. Yine Demeter’e göre periferide çalışan bir araştırmacının sesini duyurması için merkezdekilerden 100 kat daha fazla çalışması gerekiyor. Periferidekiler bir taraftan dil barajını aşmaya çalışırken diğer taraftan bu akademik itibar ekonomisinde yer bulabilmek için taktikler geliştirmeye çalışıyor.

Gelişen teknolojinin, dil engelini aşmanın yanı sıra intihal, uydurma içerik gibi pek çok soruna deva olacağına dair umutlu öngörüler bir başka tartışma konumuzdu. Yapay zekayla gündeme gelen ama daha önce de var olan etik suçlara teknolojinin henüz bir çözümü olmadığı gibi yeni sorunlar yarattığı da bir gerçek. Cevaplarda göreceğiniz üzere bu konuda kafa yoran araştırmacı-lardan hiçbiri yapay zekanın çözüm getireceğine inanmıyor. Hatta yeni yükler bindirdiğinden yakınıyor ancak kötü örnekleri tartışmaktansa sorunun nedenlerine ve çözümüne odaklanmanın, bilgi nedir ve neden önemlidir sorusuna odaklanmanın daha faydalı olacağını düşünüyor. Çözüm önerilerinde öne çıkan, editöryel süreçlerin daha güvenilir ve şeffaf olması. Bu da bizi akademik yayıncılıkta emek sorununa götürüyor. Uluslararası düzeyde şirketler ciddi kâr elde etse de ortaya çıkan "meta"nın tüm yükü çoğunlukla gönüllü çalışan yazarlar, hakemler ve editörlere bindiriliyor. Emek boyutu sorgulanmadığı gibi katkı verdiği yayını alamayacak gelir düzeyleri, uluslararası toplantılara katılacak bütçe bulamama sorunları gündeme gelmiyor. "Kamusal fayda", "yaratıcılık"la tarif edilen bir çabanın egemen ekosistemin bir zincirine dönüşmesi, yazarı, hakemi ve de editörü tatmin etmeyen, sorunları "süreç hatalarıyla" kamufle eden bir koza yaratıyor.

Her ne kadar sorularımızın muhatabı araştırmacıları, alanın disiplinlerarası özelliği nedeniyle, yalnızca iletişim alanından seçmemiş olsak da, son olarak Türkiye ve dünya genelinde iletişim araştırmalarının nereye doğru evrildiğini merak ettik. Burada çok dikkat çekici bir ayırım söz konusuydu, yurt dışından sorularımızı yanıtlayanlar teknolojiyle gelen yeni sorulara, alanlara olumlu vurgu yaparken, Türkiye'dekiler özellikle sosyal medyadan veri toplama tekniğine dayanan araştırmaların arttığı, bunun iletişimin diğer boyutlarını ihmal ederek güvenilirlik de dahil olmak üzere kimi sorunlara yol açtığı uyarısını yaptılar. Bunun yanı sıra bellek-tarih araştırmaları, toplumsal cinsiyet ve Queer çalışmaları, medya/film/kültürel çalışmalar, göç/göçmenler ve kimlik konularına artan ilgiye dikkat çekilmesi akademinin toplumsal sorunlarla ilişkisine dair önemli şeyler söylüyor.

Cevapların tümüne aşağıda ulaşabilirsiniz. Türkiye'de hedeflediğimiz farklı görüşlere kısmen de olsa ulaştık, ancak yıl sonu yoğunlukları nedeniyle yurt dışından ulaşabildiklerimiz ABD'den araştırmacılarla sınırlı kaldı. Bizim için çok öğretici olan bu süreçte çıkardığımız genel sonuç akademik üretimin özgürleşebilmesi, bilginin kamusal işlevini yerine getirebilmesi için bugün yaşadığımız sorunların tarihsel olduğu kadar yapısal nedenlerinin de iyi analiz edilmesi gerekliliği oldu. Türkiye gibi ülkelerde akademik özgürlük çok önemli bir sorun olsa da aşılması gereken yalnızca bundan ibaret değil. Kaldı ki Filistin meselesi üzerine son dönemde tanık olduklarımız Batı'da da akademik özgürlüğün ciddi şekilde tehdit altında olduğunu gösterdi. Son derece genel ve sınırlı bu dosyamızın akademik bilgi üretimine dair tartışmalara küçük bir katkı yapmasını ve bu tartışmaların gelecekte daha derinleşerek ilerlemesini umuyoruz.

Soru 1) Akademik dergiler ihtiyaç duyulan ancak okuyucusu az bir yayın türü. Sizce akademik dergilere neden ihtiyaç var? İyi bir akademik dergi nasıl olmalı? [The dissemination of scholarly knowledge through academic journals is typically confined to niche audiences, yet these publications remain indispensable within the scholarly landscape. From your perspective, who benefits most from academic journals, and what justifies their necessity? Furthermore, how would you characterize an exemplary academic journal?]

Paul Kubicek (Professor of Political Science Oakland University, Editor of Turkish Studies): While it is certainly true that most academic journals - and here Turkish Studies is no exception - have relatively small audiences, I believe that they are important for disseminating knowledge and shaping research agendas for scholars at all levels. Aside from the authors of works in academic journals - who clearly benefit in terms of gaining credit and exposure for published work - I would say that the largest beneficiaries of academic journals in terms of readership are graduate students and junior scholars, as they can draw upon these works to inform their own research and get an idea about what the "state of the art" is in their discipline/research area. Without such journals, I think it would be difficult to maintain high levels of scholarship.

I might add that I appreciate journals whose works can be used for undergraduate teaching and/or are aimed at policymakers. However, I realize that, in most cases, these are not the main audiences of such journals.

An exemplary academic journal, in my view, is one that has high standards of scholarship, encourages diverse perspectives and empirical, conceptual, methodological debates, publishes work on genuinely interesting and important issues, is open to new approaches, and one that is transparent and whose review processes are fair and give good feedback to all authors, whether the papers are accepted or not. Published papers should be clear and, as far as possible, accessible to a broad audience. This takes dedication and work, both from the part of the editors but also from the reviewers, who play an essential role as well.

Silvio Waisbord (Professor at George Washington University): Academic journals are primarily produced for scholars – they are the way we communicate about research, present our scholarship, and learn about old and current developments in particular fields. Students, too, benefit as we use journal articles in courses. At times, other publics (e.g. policymakers, journalists, the public) benefit from academic publications, but this is rarer as they are not core readers. In my experience, very little from the rich literature in most academic fields eventually trickle down to non-academic readers, and if it does, it is largely mediated by summaries and presentations given that they generally do not have interest or easy/free access to academic journals. An exemplary journal upholds high standards of excellence, and selects/publishes the best scholarship in a particular field or discipline.

Funda Başaran (Profesör, Kültür ve İletişim Dergisi-Kİ Editörü):

Akademik dergiciliğin tarihi neredeyse 400 yıl kadar geriye gidiyor. Temel olarak araştırma sonuçlarının ve akademik ortamda üretilen bilginin akademik topluluğun üyeleri arasında paylaşılmasını amaçlayan akademik dergiler, aynı zamanda da hakem süreçleri ile üretilen bilginin, ya da başka bir deyişle araştırma sonuçlarının güvenilirliğini sağlama işlevini yüzyıllar boyunca yerine getirmişler. Ancak yaşadığımız yüzyılda akademik yayıncılığın geçirdiği dönüşümler kadar akademinin de geçirdiği dönüşüm akademik dergiciliğin hedef ve işlevlerini yerine getiremez hale gelmesi ile sonuçlandı.

Günümüzde iletişim olanaklarının olağanüstü artışı, bu işlevleri yerine getirecek yeni araçları ve ortamları ortaya çıkarmış olsa da, akademik dergilerin hedeflerini ve işlevlerini güncelleyerek varlıklarını sürdürmeleri ve geliştirmeleri bence hala önem taşıyor. Bunu söylerken sadece akademik atama ve yükseltmelerde bu dergilerin üstlendiği işlevden de bahsetmiyorum.

Sadece Türkiye’de değil tüm dünyada yüksek öğretim yanında, akademik topluluğa katılmanın ilk adımları olan yüksek lisans ve doktora programlarının kitleselleşmesi, bu kitleselleşme yanında eğitim alanındaki ticarileşme ve özelleştirmelerin lisansüstü eğitim süreçlerine kadar yaygınlaşması, akademik topluluğun dünya çapında nitelikten bağımsız olarak devasa bir boyut kazanmasına, akademik bilgi üretimi ve bu bilginin güvenilirliği konusunda aksamalara neden oluyor. Akademik dergiciliğin bu noktada akademik topluluğun üyeleri açısından gerçekten bir tartışma aracına dönüşmesi, aşırı uzmanlaşma nedeniyle son derece parçalanmış ve birbirinden habersiz hale gelen disiplinleri, araştırma alanlarını birbiri ile konuşabilir hale getirmesi, uluslararası akademik topluluğun bilgi paylaşımını geliştirmek açısından anlamlı görünüyor.

Diğer yandan akademik emperyalizm olarak adlandırabileceğimiz bir gerçeklik var. Bilgi üretiminde olmasa da üretilen bilginin uluslararası akademik toplulukla paylaşılmasında gelişmiş ülkelerdeki akademik kurumların, gelişmekte olan ülkelerdeki akademik sistemler üzerinde belirleyici ve baskın bir rol oynadığı göz ardı edilemez bir gerçek. Bu durum dil bariyerleri, araştırma fonlarına erişim eşitsizlikleri ya da beyin göçü ile açıklanabilir. Ancak akademik yayıncılık bağlamında yayın ve atıf sistemlerinin, genellikle gelişmiş ülkelerdeki büyük yayıncılar ve endeksler tarafından kontrol edilmesi de İngilizce dışındaki dillerde ve gelişmekte olan ülkelerde üretilen bilginin görünürlüğünü ve etkisini azaltıyor. Akademik yayıncılığın bu noktada açık erişim yayıncılığın olanaklarını da hesaba katarak daha eşitlikçi ve kapsayıcı yayın ve atıf sistemleri geliştirmesi, disiplinlerarası olduğu denli çok dilli yayıncılık modelleri yaratması akademik yayıncılığın başlangıçtaki amaçlarını yerine getirebilir hale gelmesi için bir ilk adım olacaktır diye düşünüyorum.

Aram Sinnreich (Professor, American University): The most important audience for academic journals is fellow academics. Because of the academic reputational economy and the peer-review process, journals continue to be the most reliable source for scholarly data and conclusions, as well as the best place to keep track of emerging perspectives, methodologies, theories, and challenges within any given field or subfield.

Journals also play an important role within the larger information ecology. Because of the reliability of the information in journal articles, they can serve as the foundations for news articles, commercial research, opinion pieces, policy briefs, and other, more public-facing works of analysis and advocacy. And because most journal articles also contain literature reviews, they serve as important entry points for laypeople to get a glimpse inside the broader debates unfolding within academic fields.

Due to this larger ecological function, I believe that open access journals are far more effective disseminators of knowledge and validators of opinion than closed access journals. An exemplary journal in this respect is the International Journal of Communication, which makes all of its articles freely available online in PDF format.

Levent Ünsaldı (Sosyolog, Editör): Akademik bir derginin, akademi dışı okur kitlesinin sayıca düşük olmasında elbette bir beis yok. Ben akademik bir dergiyi, ilişkide olduğu bir disiplinin münakaşa ve sınama platformu olarak görenlerdenim. Hatta daha da ileri gideyim, eğer "hakikat" (veya daha doğrusu ulaşılabilecek kısmi "hakikatler"), tıpkı birçok şeyde olduğu gibi bir mücadelenin konusu ve sonucuysa, bilimin ortaya koyduğu rasyonel bilgi çekirdeklerinin de bundan bağımsız olması düşünülemez. Diğer bir ifadeyle, bilimsel hakikatler ancak ve ancak bir bilim alanında, bilim insanları arasındaki meşru-kurallı ve argümanlı kapışmalardan, münakaşalardan, mücadelelerden doğabilir. Bu, tarihsel olarak tesis etmiş, görece özerk ve her zaman daha fazla rasyonelliğe doğru yönelen bir bilimsel alanın varlığını varsayar. Bir disiplinde üretilen bilgi çekirdekleri ancak ve ancak müşterek surette tartışılırsa, yani sınanırsa bilimsel bilgi niteliğini kazanabilir. Tez jürileri, TİK'ler, tez savunmalarının kamuya açık yapıma şartı esasen bunun için var: bir argümanı kamusal surette gerekçelendirmek, temellendirmek, savunmak ve itirazları karşılamak. Bilimsel bilgi, "görünür" usullerle, kamuya açık bir şekilde üretilen bir bilgi olmalıdır. Bu yüzden bilim "gizli-kapaklı" işleri sevmez, bunu usulden reddeder; çünkü bir argümanın, ona itiraz edenlere karşı da gücünü ortaya koyması ve bunun için de her şeyden önce kamuya açık bir şekilde ve alanın kuralları dahilinde savunulması beklenir. Akademik dergiler veya geçmiş zamanlarda çeşitli alim cemiyetlerinin çok sınırlı bir çevrede dolaşımda olan yayınları tam da bu tür bir amaca hizmet için doğmuşlardır. Bu dergilerin ilk başlarda ekseriyetle bir "ekolün" veya "fikir hareketinin" kendini var etme, hatta Durkheim'in L'Année sociologique örneğinde olduğu gibi, bir disiplini var etme aracı olmuş olması durumu değiştirmez: Esas olan, bir fikri üretimi kamuya açık, dolayısıyla da tartışılabilir hale getirmektir. Görüldüğü üzere, tüm bunlar, puan toplama ve akademik hiyerarşide yükselme aracı olarak makale yayımlamaktan çok ama çok farklı bir şeydir.

Selda Tuncer (Doç.Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi): Sizin de ifade ettiğiniz gibi akademik dergiler; eğitim, meslek ve kimi zaman da entelektüel ilgi alanına bağlı olarak belirli bir zümreye hitap eden, son derece sınırlı kullanıcısı olan bir yayın türü. Bugün her ne kadar bu amaç ve işlevin geçerliliği tartışılır olsa da, akademik dergilerin öncelikli amacı; yapılan araştırma ve üretilen bilginin kamusal olarak ilgili alandaki diğer araştırmacılarla paylaşarak tartışmaya açılmasıdır. Ancak bu çıkış amacının bir ideal olarak gerçekleşmesi için bilimsel bilgi üretme süreçlerinin iktidar ilişkilerinden muaf olması gerekir –ki böyle bir ütopyayı düşleyemeyecek kadar bu fikirden uzağız bugün. Nitelikli saygın dergilerin aktif varlığı, ilgili araştırma ve bilgi alanının canlı ve dinamik olduğunun en belirgin göstergelerinden biri şüphesiz. Fakat bilimin, bilimsel bilgi ve faaliyetin bu denli değersizleştirilip içinin boşaltıldığı, bunun yerine kanaatler ve inançların ve hatta yanlışlığı kanıtlanmaya ihtiyaç duyulmayan varsayım ve iddiaların geçerli olduğu bu çağda; iyi bir akademik dergiden bahsetmek de, bunun ölçütlerini belirlemek ve karşılamak da oldukça zor maalesef. Son olarak yapay zekâ teknolojilerinin de hayatımıza girmesiyle, bu durum iyice karmaşık bir hal almış durumda. Bu koşullarda akademik bir derginin alanında iyi, nitelikli olabilmesi için öncelikle güvenilir olması gerek; bunun için de etik ve özgünlük açısından gerekli süreçleri titiz ve şeffaf bir şekilde işletiyor olmalı. Bunun yanında, farklı konularda özgün araştırmalara, yeni yaklaşım ve yöntemlere alan açması, eleştiri ve tartışma kültürünü teşvik etmesi gerekir.

Lee Artz (Professor, Purdue University Northwest): In general, journals should allow scholars to access research and challenge our collective knowledge. Of course, most journals provide scholars with means for achieving tenure and promotion. The best journals should foster more interaction and exchange—including providing the means for rebuttals, debate, and questions.

Senem Duruel Erkılıç (Profesör, Mersin Üniversitesi): Akademik dergilerin çok okuyucusu olmasını beklemek sanırım pek gerçekçi olmaz. Sizin de belirttiğiniz gibi akademik dergilerin yaygın bir okur kitlesi yoktur; ancak alana ilgi duyan özel bir okur kitlesine sahiptir ve çoğunlukla akademisyenlerin / araştırmacıların başvurdukları kaynaklardır. Akademik dergiler, bilginin, düşüncelerin, araştırmaların paylaşılması, çoğaltılması ve birbiri üzerine inşa edilmesi açısından önemli ortamlar sağlarlar. Özgün kuram, inceleme, araştırma ve uygulamaların, akademik çevreler tarafından tartışıldığı bir platform sağlaması nedeniyle akademik dergilere ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. Bu söylediklerim bir ideal tablo tasviri gibi görülebilir. Ancak dergilerin sadece üniversite atama yükseltme kriterlerini yerine getirmek, doçentlik için gerekli taban puanı sağlamak veya akademik teşvik almak için işlevsel mecralar olarak kullanılmasının, bugün içinden çıkılması pek de kolay olmayan bir tablo oluşturduğuna inanıyorum.

Akademik dergilerin birçok araştırmacı/akademisyen tarafından gerçek anlamda iyi değerlendirildiğini düşündüğüm dönemler oldu. Dergilerdeki yazılar üzerinden, karşılıklı verimli tartışmaların yürütüldüğüne seyrek de olsa

tanık oldum. Ancak kendi akademik serüvenimin başından beri bizim alanımıza ilişkin hissettiğim en büyük sıkıntı, iletişim gibi çok büyük bir başlığın altında çok parçalı bir alana yayılmış yazıların bir arada yayımlanmasıydı. Pazarlama ile sinema, gazetecilik ile reklamcılık alanındaki makalelerin ortak bir konu veya tema olmaksızın bir arada basıldığı/yayımlandığı dergilerde, kimi değerli yazıların arada kaybolacağı, görünmeyeceği ya da tartışmaların birbirine eklenilerek derinleşmeyeceği endişesini taşıdım. Şimdi geriye dönüp baktığımda, son derece sınırlı sayıda derginin olduğu ve bir sayıda 6-7 makalenin yayımlandığı dönemlerle bugünü karşılaştırıldığında, o zamanki yazıların pekâlâ görünür kalabildiklerini fark ediyorum. İletişim fakültelerinin ve sosyal bilimler enstitülerinin çıkarttıkları dergilerin sayısı her geçen gün arttı ve kimi dergilerde bir sayıda 20'nin üstünde makalenin yayınlandığına tanık oluyoruz. Oysa İyi bir akademik dergi olmak için sanırım öncelikle odaklanmaya ve derinleşmeye ihtiyaç var. Derinleşme de sanırım ya alan ya da tema sınırlamasıyla mümkün olabilir. Bunu yapan birçok dergi var. Örneğin benim de kuruluşundan beri yayın kurulu üyesi olduğum ve bazı sayılarında editörlüğünü yaptığım *Sinecine*'yi söz ettiğim dertler nedeniyle oluşturmuştuk. Kendi çizgisini koruyarak devam etmesini özenle sağlamaya çalışıyoruz.

İyi bir akademik dergi nasıl olmalı sorusu çok can alıcı. İlk akla gelen "yayınlanmış makalelerinin atıf aldığı, endekslerde taranan, etki faktörü yüksek bir dergi iyidir" olabilir. Tabi ki böyledir, ancak atıf konusunda endişe verici uygulamalar da olabiliyor: Birincil kaynaklar yerine tanıklara (!) referans vererek atıf sayısını görece arttırmak gibi... İyi bir akademik dergi, yayın kurullarının çalıştığı, editörlük süreçlerinin titizlikle yürütüldüğü, kör hakem süreçlerinin işlediği, yazıların alanında uzman hakemlere yönlendirildiği, yazarların süreçten habersiz bırakılmadığı, uzun süreler bekletilmediği ve en önemlisi alandaki akademik tartışmaların nabzını tutan ve aktif olarak yayımlanan yazılarla buna katkıda bulunan bir dergidir.

Soru 2) Akademik dergiler nitelikleri ve işleyiş süreçleri açısından hep tartışılabilir. Dünya ve Türkiye'yi kıyaslayarak akademik ekosistemin parçası olarak akademik dergileri nasıl değerlendirirsiniz? Benzer şekilde endekslere girmek de bu dergilerin başat hedefleri, süre ve nitelikli yayın endekslere girmek için şart, bunun dergi yayıncılığında yoğunlaşma yarattığını düşünüyor musunuz? [Throughout their history, academic journals' quality and publication processes have always been controversial. Where would you situate academic journals in the academic eco-system? Can you evaluate the situation of academic journals, both in your own country and globally? Also, being part of indexes such as SSCI and Scopus for social sciences is generally a major goal for academic journals. How does this affect the publication industry? Would you say it results in concentration?]

Aram Sinnreich: Because of their important ecological role, which I alluded to in my previous answer, the categorical and indexing systems that surround them are both essential and highly problematic. On the one hand, it's very hard for anyone inside the academy, let alone an outsider, to discover reliable articles outside of their core areas of expertise without the aid of some third-party categorization, indexing, and evaluation techniques. On the other hand, those techniques, by virtue of their quantitative nature, introduce bias and error, through systems of preferential attachment, opportunistic self-citation and mutual citation, and regression toward the mean (exclusion of divergent viewpoints and voices). All of these challenges increase the risk of concentration, both in the publishing space and in academia at large.

Silvio Waisbord: The global academic publication ecosystem is permanently growing with scores of new journals. For the last decades, it has become easier for scholars from around the world to publish in publications that are visible and (sometimes) accessible in distant corners of the world (as long as their universities have subscriptions or agreements with publishers). Yet, the system is hierarchical and unequal. It is unequal given that it is dominated by English-language publications (which demands scholars to have solid English-language writing skills), that are primarily based in the global North (thus tilted in favor of scholars based in universities in that part of the world), and concentrated in a small number of private companies (which makes access expensive or impossible to many universities and scholars, especially in the global South). It is hierarchical in terms of ranking and prestige – not all journals have similar valence for promotion and annual assessments given their standing and acceptance rate. It is a tiered system with a distributed reputation that affects scholars' decisions and university metrics. In schools and universities in various corners of the world, there has been increased interest in climbing up in world rankings, which are partially measured by the reputation of the publications of their scholars. This partially explains why more journals have tried to be indexed in SSCI and Scopus to be more attractive

to potential authors and universities seeking recognized forms of prestige to develop programs, raise funding, and become more appealing to students and scholars.

Funda Başaran: Dünya ve Türkiye'yi kıyaslarken öncelikle şunu vurgulamamız lazım: Akademik yayıncılık 1960'lardan itibaren endüstrileşti. Ticari yayıncılar daha önce kâr amacı gütmeyen akademik topluluklar tarafından yayımlanan dergileri satın alarak yayıncılık sisteminin değişimine neden oldular. Aboneliklerin maliyeti genellikle kütüphaneler ve üniversiteler tarafından karşılanırken, büyük yayıncılar da önemli bir gelir ve kârlılık artışı yaşadılar. İnternetin olanaklarına ilk uyum sağlayanlar da bu büyük yayıncılar oldu. Hala en prestijli yayınlar uluslararası ticari yayıncıların bünyesinde yer alıyor ve akademik dergiler devasa bir endüstrinin karlı ürünleri durumundalar.

Bu endüstrileşmenin yarattığı bir dizi çıkmazdan da bahsetmek zorundayız. Akademik yayınlarda, yazarların makale göndermesine, hakemlerin gönderilen makaleleri değerlendirmesine ve editörlerin dergileri yönetmesine ihtiyaç var. Ancak, geleneksel akademik yayıncılık endüstrisinde editörler, yazarlar ve hakemler ücretsiz çalışıyor. Çalışmaları, çoğunlukla kamu ve özel üniversite maaşları ve araştırma hibeleri aracılığıyla finanse ediliyor. Oysa son derece yoğunlaşmış bir endüstriden ve yüksek kar oranlarından bahsediyoruz. Üstelik ilginç bir biçimde bu akademik dergilerin okuyucusu da dolaylı olarak dergileri üretmesi beklenenler, yani akademisyenler; ancak akademik dergiler araştırmacılar ya da öğrenciler tarafından değil akademik kütüphaneler tarafından satın alınıyorlar. Yani bir endüstriden bahsediyoruz, ancak bu endüstrinin yarattığı piyasa, klasik bir piyasa değil. Piyasaların bildiğimiz varsayımlarına uymuyor.

1990'ların ortalarından itibaren internetle birlikte, açık erişim yayıncılık ve araştırma makalelerinin yayılması için Academia.edu ve ResearchGate gibi akademik sosyal ağların ortaya çıkışı da bu hâkim modeli çok fazla yerinden edemedi. Çünkü, araştırmacılar, araştırmalarının sonuçlarını en geniş topluluğa ve en hızlı şekilde yaymak istemek yanında, mümkün olan en prestijli akademik dergi ile yaymak isterler. Bu prestijli dergiler ise en köklü ve eski olanlar yani hala bu endüstrinin bir parçası olan dergiler. Academia.edu, ResearchGate gibi platformlar ya da Library Genesis, Sci.Hub gibi inisiyatifler akademik dergilere erişimin biçimlerinde değişim yaratmış olsa da akademik yayıncılık endüstrisinin üretim sürecinde henüz büyük bir kırılma yaratmadı. Ancak açık erişim yayıncılık, özellikle yerel akademik topluluklarda akademik dergi sayısının, ya da daha doğru deyişle üniversite dergilerinin sayısının artmasına neden oldu.

Türkiye'de akademik yayıncılığın gelişmesini de bütün bu süreçle birlikte ele almak gerekiyor. 1990'ların sonuna kadar parmakla sayılabilecek kadar az akademik yayın varken, özellikle açık erişim yayıncılığın gelişmesiyle Türkiye'de akademik yayıncılık alanında nicel bir artış yaşandı. Bu nicel artış,

geleneksel akademik yayıncılık endüstrisinin tamamen dışında, daha ziyade üniversite yayıncılığı olarak adlandırabileceğimiz bir akademik yayın artışı olarak yaşandı. Bunun elbette pragmatik bir yanı var. Özellikle 1990'lardan itibaren akademik atama ve yükseltmelerin akademik yayınlarla tarif edilmeye başlanması, yayınların puanlanmasında birtakım endekslerin tanımlanması bu nicel artışın temelinde yer aldı.

Akademik atama ve yükseltme ilkelerinin nitelikten ziyade niceliğe yoğunlaşması, akademik dergilerin sayısı denli, akademik dergilere gönderilen yayın sayısının da artmasını beraberinde getirdi. Sonuçta tüm bu gelişmeler ne yazık ki dergilerin akademik yayıncılığın getirdiği titizlikten uzaklaşması ile sonuçlandı. Diğer yandan bu yeni yayınlar açısından endekslere girmek temel amaca dönüştü, ancak en nitelikli yayın endekslerinin bile kriterlerinin niceliksel birtakım verileri esas alması bu sonucu daha da derin hale getirdi.

Senem Duruel Erkiç: Dünyada ve Türkiye'de dergilerin akademik ekosistemin önemli bir parçası olduğunu düşünüyorum. Türkiye'deki dergileri, dünya akademik eko-sistemi içinde konumlandırmak ise dil meselesinden dolayı çok kolay değil. Dergilerin Türkçe olması gerek uluslararası akademik çevrelerin makalelere erişimi açısından gerekse verilen referanslar ve etkileşim açısından büyük handikaplar oluşturuyor. Ancak Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi "İLETİ-Ş-İM" gibi kimi dergiler hem Türkçe hem de Fransızca veya İngilizce makale yayınlatabiliyor. Bunun sağladığı avantajı gören ve çok atif almayı, endekslerde taranmayı hedefleyen başka dergiler de yazarlarından makalelerini Türkçe yerine İngilizce olarak yayınlamalarını talep edebiliyorlar. Bunda hiçbir sakınca yok ama sorun bazı dergilerin anadili İngilizce olan dil editörlerinin bulunmamasına rağmen bu taleplerde bulunması. Bu da bir başka kalite sorununu gündeme getiriyor. Süreçleri eksik tasarlanan dergilerin akademik bir ekosistemin parçası olarak değerlendirilmeleri ne yazık ki imkânsızlaşıyor. Ayrıca kalitesiz yayıncılık denemelerinin, şaibeli yayınların artması yazarlar açısından güvensizlik duygusunun da yayılmasına neden oluyor.

Bilim dilinin Türkçe olması için çaba gösterilmesi gereği ayrı bir başlıkta belki tartışmaya açılabilir. Ancak bir örnek vererek dergilerin içinde bulunduğu açmazı biraz da daha derinleştirmek isterim. Bir süre önce yurtdışından değerli akademisyenlerin de yayın kurulunda olduğu bir dergi çıkartma konusu üzerine konuşuyorduk. Yurtdışından meslektaşlarımız derginin iki dilli olmasını kabul etmediler. Tek dilli ve İngilizce olmasında ısrarcı oldular. Türkçe makalelerin dergide yer alması durumunda, bilmedikleri bir dilde makale yayımlanan bir derginin yayın kurulunda olma konusunda kendilerini rahat hissetmeyeceklerini dile getirdiler. Derginin doğrudan İngilizce yayımlanması bu açıdan tek çözüm olarak görüldü. Bu durum Türkçe yazılmış makalelerin ne kadar sınırlı bir alana sıkıştığını bize bir kez daha hatırlattı.

Paul Kubicek: I am aware of many controversies concerning academic journals, including cost and access, bias in numerous ways, as well as relevance/usefulness of much of the scholarship that is published. However, publication in peer-reviewed journals, and some sort of ranking system among journals to rate some as "better" than others, remains a key means to judge the quality of work of academics. While there are flaws in this, of course, peer-review remains essential and perhaps the best way to judge academic research. A larger question might be how much of this "research" is really of use, and whether more time might be spent on teaching or mentoring as opposed to purely academic work that is read by very few people. As an editor, I try to prioritize work that I think is interesting and addresses genuine puzzles, and at least has the potential to be of interest to a wider audience.

As for journals overall, there is pressure to be in the best indices and to have a higher impact factor and use factor so that your journal can attain Q1 status. Certainly, the need for academics to publish in only certain journals (e.g. SSCI journals) means that such journals receive more papers, and many are not of great quality. At this point, I would say that there are probably too many journals out there, and lot of academic work is of very marginal quality.

Lee Artz: Journals, especially in the US, are often fairly insular, relying upon the same reviewers and their preferred theories and assumptions. This means new scholars have difficulty presenting alternative concepts and approaches (as Kuhn, 1962, notes about the structure of scientific revolutions). Journals attaining SSCI and Scopus rankings do not necessarily present the most outstanding or even useful research. Thus, "leading" journals dominate and become targets of publishing mergers and control.

Levent Ünsaldı: Hiç kuşku yok ki bir önceki sorunuza verdiğim cevapta altını çizdiğim hususlar, bu soruda kabaca çerçevesini koyduğunuz dinamiklerle tamamiyle gelişmekte. İlk sorunuza [Dünya ve Türkiye'yi kıyaslayarak akademik bir eko-sistemin parçası olarak akademik dergileri nasıl değerlendirirsiniz?] hemen ve kısaca cevap vereyim: Bugün akademik dergileri değerlendiremiyorum! Bu dergiler kanımca, Türkiye'de ve Dünya'da, kahir ekseriyetinde ve gördüğüm kadarıyla, yukarıdaki cevabımda altını çizdiğim rolden, yani bir disiplinin münakaşa-sınama platformu olma işlevlerinden bugün çok uzaktalar. Öyle ki bugün her şey, sanki bu dergilerin temel işlevi, bir akademik kadro için adaylar arasında yapılması gereken zorunlu tercihlerde bir kıyas/eleme ve tercih kriteri sağlamış gibi geliyor. Bu açıdan bakıldığında, dergiler açısından indekslere girme ve bunun içerdiği "sıralama kutsalı"; 1970'lerin sonlarından itibaren Batılı üniversitelerde gözlemlenmeye başlayan ve devamında hemen hemen tüm dünya üniversitelerini de saran, fayda-maliyet Tanrısının hükmü altında teknikleştirilen-tekleştirilen, her şeyden önce bir dizi sürecin (akademik istihdamın, yükselmenin, programların, disiplinler pratiklerin, yayın yapmanın, hatta daha da feci biçimde "yöntemin") "nesnel-biçimsel kriterlere" bağlanması retoriğiyle meşruiyetini kuran bir dönüşümden ayrı kavranamaz. Dolayısıyla benim

için, akademik dergilere dair her türden soruşturma, çok daha genel bir düzeyde, üniversitenin bu devasa dönüşümü üzerine yürütülmesi icap eden bir sorgulamanın parçası olmak zorundadır.

Selda Tuncer: Bana kalırsa artık öyle bir noktaya geldik ki dergilerin nitelikli olup olmadığı giderek önemini de anlamını da yitiriyor -şüphesiz yaptığımız işin kendisi de bundan bağımsız değil. Tam da soruda belirttiğiniz gibi; her şeyin endekse ölçülüp belirlendiği, başarı ya da niteliğin sıralama ve endekse indirildiği bir sistemde başka nasıl olmasını bekleyebiliriz ki? Belli başlı endekslere taraniyorsa, atıf oranı belli bir dereceyi sağlıyorsa, söz konusu derginin akademik olarak nitelikli olup olmadığı çok da problem değil. Uluslararası alanda da farklı biçim ve derecelerde olsa da, bu durumun çok değiştiğini düşünmüyorum. Akademi ve üniversiteler, bugünkü otoriter yönetim siyasetlerinin, sermaye ve kâr odaklı neoliberal politikaların uygulanması ve devamlılığında başat role sahip. Akademik dergiler, konferanslar vb. faaliyetler de bu neoliberal piyasa ekonomisinin uygulanması açısından müthiş kullanışlı, bu yüzden bu alanlarda inanılmaz bir yoğunlaşma yaşanıyor. Sonuç olarak ortaya bir sürü yayın çıkıyor; hem gereğinden fazla hem de iddia edilen işlevi karşılamaktan uzak yayınlar. Ayrıca kimler tarafından ne kadar okunuyor, o da ayrı bir soru. En kötüsü ise, bu durumu giderek kanıksıyor olmamız. Dergilerin nitelikleri ve işleyişlerine ilişkin eleştiriler son dönem giderek artsa da maalesef dönüştürücü ve alternatif üretmeye yönelik tartışmalardan hâlâ uzaktayız, en azından şimdilik; umalım ki önümüzdeki yıllarda bu durum değişsin.

Soru 3) Dergiler öğretim üyelerinin atama-yükseltme kriterlerinde önemli bir yere sahip giderek de ağırlığı artıyor, bu nedenle nicel artış da gözlemleniyor. Bu gidişatın niteliği düşürdüğü eleştirilerine katılır mısınız? Bunun önlenmesi için ne yapılmalı? [The global instability within academia and the competitive landscape for academic positions underscore the critical importance of publishing for scholars. Progressing within academia necessitates a track record of publications in reputable academic journals. Do you believe this emphasis on quantity has led to a compromise in quality? If so, what strategies can be implemented to prioritize quality over quantity?]

Selda Tuncer: Sanırım bu eleştirilere katılmayan yoktur; çünkü artık inkâr edilemeyecek düzeyde bir niteliksizlik, vasatlık ve ilkesizlik hâkim akademik yayınlara. Öğretim üyelerinin atama-yükseltme kriterleri değiştikçe, ister kitap (ve kitap bölümü) ister dergi olsun yayıncılar bir şekilde bunları sağlamanın yollarını buluyorlar ancak bunların genelde nitelik açısından bir karşılığı olmuyor, zaten böyle bir niyet de yok çoğu zaman. Bu arada, çevrimiçi yayıncılığın yaygınlaşmasıyla birlikte, nicel artış sadece dergiler için değil aynı zamanda dergilerin bir sayıda yayınladığı makale sayısı için de geçerli. Şüphesiz ki bunda başta doçentlik olmak üzere atama-yükseltmeler için TR Dizin’de yer alan dergilerde belli bir sayıda yayın yapmış olma şartının büyük etkisi var. Bu nedenle çoğu ulusal akademik derginin birkaç sayısı birden önceden dolmuş olabiliyor; web sitelerinde daha

fazla başvuru alamayacaklarını belirten duyurulara sıklıkla rastlıyoruz. Bir sayıda 20 hatta 30 makale yayınlayan dergiler var; kimilerinde öyle ki sosyal bilimlerin kapsamında aklınıza gelebilecek (ve gelmeyecek) olan her şey dâhil.

Peki, tüm bu makaleleri kimler okuyup nasıl değerlendiriyor? Yayınlanınca kimler okuyor? Yazarlar ne için yazıyor? Ne yazıp göndereni ne değerlendireni suçlayabiliriz basitçe, ne de yazı gönderip başkasını okumayanı; çünkü zorunluluklar ve yükümlülükler üzerinden işletilen bir sistem var. Herkes zamanı gelince yapması gerekeni yapıyor ve artık çoğumuzun zihninde farklı yayın kategorileri var; bir kısmı zorunlu olarak pragmatik amaçlarla bir kısmı ise daha nitelikli saygın dergilerde yer almak için. Ve hangi tür olursa olsun, kendimizi sürekli yayın yapmak, proje yapmak, birisini bitirip yenisine başlamak zorunda hissediyoruz; bunlardan birini yapmadığımız zaman, hele başka meslektaşlarımızın yeni yayınlarını gördükçe, kendimizi başarısız ve yetersiz hissediyoruz. Bunun sonucunda ortaya çıkan akademik çalışma ve yayınların niteliksiz olmasında şaşkırtıcı bir durum yok; birbirinin tekrarı, özgünlükten uzak ve çoğunlukla da herhangi bir derdi ve heyecanı olmayan metinler. Bu durumun değişmesinin bana kalırsa tek yolu var; o da yaşlamak, ancak bu nasıl gerçekleştirilebilir bilmiyorum. Mütemadiyen büyümeyi hedefleyen bu sistemde buna verilecek en iyi karşılık daha az (ama nitelikli) üretmek, daha çok düşünmek, tartışmak ve belli bir dert ve amaç doğrultusunda yazarak kendini gerçekleştirmek olur fakat neoliberal politikaların ezici, güvencesiz ve yalnızlaştıran koşullarında bunları yapmak nasıl ve ne kadar mümkün? Sanıyorum bunu birlikte daha çok düşünmeye ve konuşmaya ihtiyacımız var; alternatifler üretmek ama en çok da yaptığımız işle (tekrar) anlamlı bir bağ kurabilmek için.

Levent Ünsaldı: “Niteliği” düşürdüğü ifadesi bence az bile! Uzmanlaşma ve teknikleşme söyleminin en üst seviyeye taşındığı Batı Avrupa Üniversiteleri’nde olan bitene yakından bakmak muhtemelen zihin açıcı olacaktır. Bugün Kıta Avrupası’nın büyük ülkelerinde “Kamu” her geçen gün daha açık ve güçlü biçimde üniversitenin finansmanından çekiliyor ve bir anlamda üniversitelere “kendi fonlamanızı kendiniz bulun” diyor. Bu örneğin fiilen şöyle bir sonuç doğuruyor: Üniversitenin bünyesine katacağı araştırmacı-öğretim üyesinden, kendisiyle beraber ulusal veya uluslararası düzeyde birtakım fonlamalar getirmesi de bekleniyor. Böylece tuhaf ve bilimsel üretimin kalitesiyle hiçbir ilişkisi olmayan bir “güçlü CV” tanımı ortaya çıkıyor. Benim dopingli atlara benzettiğim, “yayın dopingli” tuhaf profiller bunlar: Bir “alt-alt-alt uzmanlık alanında” uzmanlaşmış, bu alanın elbette hepsi en üst düzey endeksli dergilerinde belli aralıklara ve sürekli biçimde yayın yapmış, bu açıdan neredeyse seri üretime geçmiş, yayın yaptıkça görünürlüğü arttırmış, bununla orantılı olarak da daha fazla fonlama-kadro-proje bulmuş, bu anlamda “akademik bir kapitalistin”, yani yayın yayını çeker mantığının ete kemiğe bürünmüş hali, proje ve yayın kokusu alma açısından fevkalade güçlü bir burna sahip, dolayısıyla da geleceği elbette çok parlak, elbette “liyakat” fikrinin somutlaşmış hali, görece genç kimseler bunlar. Böylece benim merceğimde şöyle bir görüntü ortaya çıkıyor (hatta bu bir araştırma sorunsalına bile dönüştürülebilir!): kadro veya projeye, dolayısıyla da fonlamaya dönüştürülebilir bir sermaye olarak

yayın sermayesi ve bu sermayenin üretim koşullarının parçası olarak da akademik dergiler. Ölçme ve sıralama fetişizminin, üniversitenin o devasa dönüşümünün bir parçası ve hatta aracı olarak bu saplantının -ama toplumsal surette temelli, yani birtakım grupların çıkarlarının taşıyıcısı bir saplantı- bizi getirdiği yer bu. Trajik ve yıkıcı. Yıkıcı çünkü bu gidişat neticesinde ben, temel bilimlerin bundan 25-30 yıl sonrasında mevcut hallerinde dahi muhafaza edilmeyeceğini düşünüyorum. Çözüm nedir diye sormuştunuz. Dergileri kurtarmak için sanırım önce üniversiteyi kurtarmamız şart!

Silvio Waisbord: I do not think the emphasis on quantity has compromised quality. I believe journal editors try to prioritize quality over quantity. Yet, we have seen a proliferation of publications – journals and articles, with uneven standards and merits, driven by commercial interests, enterprising efforts by universities and scholars, and the growth of the global academic community. All journals I know of continue to receive more submissions every year, and their acceptance rate continue to decline or stay flat in lower digits. A growing number of submissions means more work for editors/editorial teams, especially given that the space for publication remains unchanged given limited (production) resources and time. Journals cannot send to external review a large percentage of submissions, not only given quality or content suitability, but also growing difficulties for finding available reviewers in the case of peer-review journals (remember the entire system is grounded on volunteer work by colleagues with multiple responsibilities). The remarkable volume of publications requires scholars to fine tune their curating abilities.

Aram Sinnreich: Yes, the quantification of citation and impact have led to a privileging of quantity over quality, which harms academia and impedes the acquisition of human knowledge. There's no easy strategy to counter this trend, because (as noted above), it's ecological and structural in nature. Grant organizations, tenure and promotion committees, hiring committees, awards committees, book publishers, and others must all mutually agree to de-escalate the rush to maximize measurable impact, and instead re-center qualitative, collective deliberation about the social value of scholarly work.

Lee Artz: Quantity, especially in ranked journals, has been privileged— at the expense of useful, quality research. University promotion and tenure committees should ask scholarly peers for evaluations of publications, rather than relying on rejection rates—which only indicate the insular nature of “leading” journals. Indeed, books, book chapters, and professional association journals might be better indicators of scholarship.

Senem Duruel Erkilic: Evet ne yazık ki, nitelikten öte niceliksel ölçüler, akademisyenleri acele yayınlar yapmaya yönlendiriyor. Akademik teşvik ödemeleriyle belirginleşen biçimde, atama yükseltme kriterleri ile her seferinde el arttırılarak devam eden ve içeriğin ne olduğundan bağımsız makalenin puan ve dolayısıyla para (maaş, akademik titr, akademik teşvik ödeneği vs) karşılıklarının sayıldığı bir sürece doğru savrulduk. ÜAK'tan gelen Doçentlik dosyası değerlendirmelerinde bu olumsuzluğu daha net biçimde gözlemlemek mümkün oluyor. Takip etmeyi öncelemediğim ama TR dizinde yer alan bazı dergilerde yayınlanmış makaleleri Doçentlik dosyaları sayesinde inceliyorum. Kimi kez hakem kurullarından geçmiş ve dergide yayımlanmaya hak kazanmış bir makalenin ilgili literatüre katkıda bulunması bir yana basit bilgi hatalarının bile olduğuna tanık oluyorum. Niteliğin daha fazla düşmemesi, kestirme yollara sapılmak zorunda kalınmaması için bence editoryal sistemin ve kör hakemliklerin en iyi biçimde işletilmesi gerekiyor.

Dergileri derecelendirmek (ranking) bu açıdan önemli. Ancak akademiye bilgi üretimi bağlamında bir geçiş sürecinde olduğumuzu zannediyorum. Şimdi çözüm gibi görünen uygulamaların bile değişeceği bir döneme yapay zeka uygulamalarıyla gireceğiz gibi görünüyor.

İletişim dergilerinin sayısının bu oranda artmadığı yıllarda akademik bir dergide hakemlik yapmak bir prestij olarak görülürdü ve alanında yetkin akademisyenler hakemlik yapmayı sevinerek kabul ederdi. Ancak dergi ve makale enflasyonu birlikte alanın uzmanı akademisyen için hakemlik bir angaryaya dönüşmeye başladı. Bu da değerlendirmelerin ve dolayısıyla makalelerin niteliğini etkiledi.

Türkiye'de hakemli dergilerdeki niteliğin düşmesinde bir diğer önemli faktörün atama-yükseltme kriterlerinde SSCI, AHCI, Scopus gibi endekslerde (üstelik Q1, Q2 şartı aranıyor) taranan uluslararası dergilerde yayın şartının aranması olduğunu düşünüyorum. Yazarlar yeni kriterleri sağlamak için çalışmalarını öncelikle bu dergilere yönlendirmek zorunda kalıyor. Nitelikli yayınlar yurtdışı dergilere gidince, Ulakbim'de taranan dergilere görece daha ortalama yazılar kalıyor. Tabii bunun bir genelleme olduğunun ve istisnalar olabileceğinin altını çizerek söylüyorum. Aynı kategoride çok sayıda derginin olması da niteliği düşürüyor.

Paul Kubicek: Of course there is pressure, and we have seen a large increase in the number of submissions. Our acceptance rate, at about 15-20%, is not overly high, and it tells me that a lot of scholarly work is never published or perhaps only published in very small journals (e.g. in-house journals). I do believe that the top journals have been able to maintain high quality. They can afford to be selective. However, not every journal is selective, and some now ask for publication fees which means that basically anything can be published. I would like to think that junior scholars can be encouraged to produce fewer works of higher quality, but given current incentives regarding publishing, I fear that we will continue to see a proliferation of journals but not necessarily added value in terms of scholarly knowledge.

Soru 4) Geçen dönem uydurma içeriklerin hakemveyayın kurullarından kolayca geçebildiğini gördük. Yapay zekanın ortaya çıkışıyla birlikte intihal / uydurma içerik de giderek artan sorunlar arasında, teknolojinin buna sunduğu çözümler yeterli mi? Bunun yanı sıra kurumlardan sağlanan “etik kurul onayı” işlevsel mi? Sizce ne tür önlemler alınmalı? [The rise of AI-driven generative chatbots has amplified concerns surrounding plagiarism. Do you think existing technological safeguards are adequate in mitigating plagiarism risks? Moreover, can “institutional ethical approvals” serve as a preventive measure? In your view, what kinds of measures could be implemented to address this issue effectively?]

Funda Başaran: Sokal vakası ile başlayan ve günümüzde Yapay Zekâ uygulamaları ile üretilmiş metinlere dek gelen uydurma içerik sorunu, akademik dergilerin önümüzdeki dönemde en büyük sorunlarından birisi olacakmış gibi görünüyor. İntihal problemine karşı teknolojinin yardımı alınıyor olsa da uydurma içeriğe dair şimdilik teknolojinin sunabileceği herhangi bir çözüm olabileceğini düşünmüyorum. Bu sorunu aşmanın tek yolu, editörlük ve hakemlik süreçlerinin daha sıkılaştırılması, özenli hale getirilmesi gibi görünüyor. Ancak bu süreçte genç akademisyenler, tanınmamış ya da bir kuruma bağlı olmayan araştırmacıların önyargılarla baş etmek zorunda kalmayacağı bir denge oluşturulmak zorunda. Etik kurul onayı ise araştırmaların belirli etik standartlara uygunluğunu değerlendirmek için kurulan komiteler tarafından verilen bir onay ve genellikle metodolojiye ve araştırma sürecine odaklanıyor. Araştırmanın sonucunun doğruluğunu veya içeriğin orijinalliğini değerlendirmek yine dergilerin editörlerine ve hakemlere kalıyor.

Paul Kubicek: This is a major issue, and it will be hard to address. Right now, ascertaining what might be AI is tough to do. Recently, a few reviewers have told me they suspect papers are AI-generated, but I do not have the time or necessarily even the ability to prove this. My hope is that AI is not able to produce truly original work, and thus the more derivative AI-written manuscripts can easily be rejected. Maybe this is naïve. I think editors and reviewers are going to have to be mindful of this issue, as it is harder to detect those traditional forms of plagiarism.

Lee Artz: The influence of AI on scholarship and writing has been overstated. While AI can easily replace sports journalists and situation comedy scriptwriters, conducting either quantitative or qualitative research seems beyond AI fabrication.

Aram Sinnreich: No, technological safeguards are not adequate to mitigate plagiarism. There are several reasons for this. First of all, the definition of plagiarism itself is always in flux, and is contingent on the field-specific ethics and expectations of scholarly communities. None of that can be coded effectively into software. Secondly, the “cat-and-mouse” game between plagiarization software like GAI and anti-plagiarization software will always provide an edge for plagiarists who don’t want to be discovered (at least, not right away).

Unfortunately, there's no way to mitigate the harmful consequences of AI-driven plagiarism without a major reevaluation of the context in which it happens, including but not limited to a) the meanings of concepts like "originality," "authorship," "creativity," and "collaboration"; b) the social merits of privileging human labor over machine labor; c) the macroeconomic rationale for universities and scholarly careers to continue as we've known them throughout modernity; and d) the social value of higher education for both civic participation and the broader workforce.

Until we start to figure out the answers to those questions, the best strategy to mitigate the consequences of GAI is to create outlets for scholarship within the classroom and throughout the larger academic network that renders GAI irrelevant. This I already tacitly happening; more and more academic literature, for instance, is eschewing the traditional "objective" vantage point and centering the authors' positionality within the work. Donna Haraway was an early exemplar of this trend, but I've noticed that it has become far more prevalent in the past 5-10 years.

Because GAI is, by definition, a statistical tool that uses stochastic patterns to generate believable simulations of human expression, it's bound to be more conservative, less innovative, and less accurate than human scholarship. So we can mitigate its effects even without identifying it specifically, by working harder to privilege work that's experimental, innovative, and precise.

Selda Tuncer: Bugün bütün dünyada kurumlara duyulan güvenin büyük bir hızla düştüğünü düşünürsek, akademinin de bunun dışında kalması beklenemez; hatta bilimsel bilginin değersizleşmesinin de etkisiyle akademi dünyası bunun en yoğun yaşandığı yerlerden biri desek yanlış olmaz. Sorunuzu bu bağlamda ele alacak olursam, hakemlik ve yayın kurullarının işleyiş süreçlerinin ve mekanizmalarının hem güvenilirliği hem de etik ilkeleri sağlamaktan son derece uzak olduklarını söyleyebilirim. Bu uygulamalarda hem ulusal hem uluslararası akademik yayıncılıkta ciddi bir ilkesizlik ve keyfiyetle karşı karşıyayız maalesef. Bana kalırsa bu konuda en büyük eksik, değerlendirme ve yayın süreçlerinin adil ve belli ilkelere göre işlemesi için gerekli denetim mekanizmalarının bulunmaması (baskıcı aygıtlardan bahsetmiyorum tabii ki). Ancak bugün bilgi üretme süreçleri bir sistem olarak yama şeklinde önlemlerle çözülemeyecek kadar bozulmuş durumda. Bu yüzden etik kurul onayı gibi sonradan getirilen önleyici uygulamaların da çok bir işlevi olduğunu düşünmüyorum çünkü her şekilde kılıfına uydurmanın yolu bulunuyor; tıpkı atama-yükseltme kriterlerinde olduğu gibi. Dolayısıyla meselenin teknik bir sorun değil, çok geniş anlamıyla mesleki kültür bağlamında etik bir sorun olduğunu düşünüyorum. Yapay zekâya bağlı uygulamaların işleri çok daha çetrefilli hale getirdiği ve özellikle özgünlük açısından ciddi problemlere yol açtığı ortada ancak bunlara odaklanmak meselenin özünü yakalamamızı engelliyor. Evet, intihal, sahte içerik ya da sahte kimlik/diploma vb. giderek artmakta ama bunlardan önce akademik olarak değerlendirme ve yayıncılık süreçlerinde hiyerarşik ilişkilerin belirlediği çok fazla eşitsiz uygulama vardı, bunlar bugün de devam ediyor. Yeni olan ise sanıyorum bütünsel bir çürüme ve yozlaşma –ki bugünün küresel neoliberal politikaları için istenen ve yapılması için de sistematik olarak uğraşılan bir

şey. Otoriter yönetimlerin, muhafazakâr popülist ideolojilerin giderek her yanı sardığı, yalanlar üzerine kurulu siyasetin bu kadar etkili olduğu ve savaşlar çıkarıp savunduğu bir dünyada şüphesiz, iyi ve adil işleyen, özgür düşüncenin üretilip tartışıldığı, eleştirel sorgulayıcı bir akademi ya da üniversiteler çok da istenilen bir şey olmayacaktır. Dolayısıyla buna karşı durmanın yolu, akademi ve bilimin saygınlık ve güvenilirliğini geri kazanmaktan geçiyor; bunun için de kolektif düşünme, üretim ve eylem gerekli. Bu da sadece baskıcı düzenleyici kurumlara ya da politikalara karşı değil; aynı zamanda akademide eskiden beri süregelen içselleştirilmiş ve neredeyse mesleki kültürün “doğal” bir parçası haline gelmiş eşitsiz iktidar ilişkilerine dayanarak gerçekleştirilen keyfiyet, kuralları/ilkeleri esnetme ya da uygulamama, nepotizm ve kayırmacılık ilişkilerine yönelik de olmalı. Bu yüzden akademik yayıncılıkta her türlü değerlendirme ve kabul süreci, belli ilkeler doğrultusunda adil ve şeffaf biçimde gerçekleştirilmeli. Örneğin hakem raporları gizli bir belge gibi kullanılmaktan çıkarılıp, açık ve erişilebilir hale getirilmesi aynı zamanda eleştirel düşünce ve kültürün gelişimi için de önemli bir katkı sunacaktır.

Senem Duruel Erkilic: Her ne kadar gelişen teknoloji makale üretim süreçlerinde bazı hilelere alan açsa da uydurma içeriğin iyi bir editoryal değerlendirme ve hakem süreci sayesinde tespit edilebileceğine inanıyorum. Belki de yapay zekâ yardımıyla üretilmiş o mükemmellikte bir uydurma metinle henüz karşılaşmadığım için böyle düşünüyordum. Temel sorun hepimizin bildiği üzere artan yayın sayısından kaynaklanıyor. Bu yoğunlukta yayınları değerlendirecek editör, yayın kurulu ve hakem kurulunun emeğinin karşılığının olmaması ayrı bir açmaz olarak duruyor. Buna karşılık hakemlik yapmanın ve editoryal ekipte yer almanın ekonomik bir karşılığının olmasının da Türkiye’deki akademik yayıncılığa zarar verebileceğini ve daha farklı boyutta birçok sakınca doğuracağını düşünüyorum. Bu açıdan sürdürülebilir nitelikli bir yayın çizgisinin nasıl korunacağı üzerine daha fazla fikir üretmeye ihtiyacımız var. Etik Kurul Onayı bence intihal /uydurma içerik sorunları için kalıcı bir çözüm değil. İşleyişin üniversiteden üniversiteye farklılık gösterdiğini biliyoruz. Bu açıdan etik kurul onayı sadece aşılması gereken bir prosedür olarak duruyor.

İlginç ve yaygın bir başka sorun ise bir makalenin yazarı tarafından eş zamanlı olarak (bir an önce yayın yapma telaşı ile) birden çok dergiye gönderilmesi. Buna da ne dergiyi zor durumda bırakmadan ne de yazarı mağdur etmeden bir çözüm üretilmesi gerekiyor.

Silvio Waisbord: This is an evolving situation. As AI continues to change multiple aspects of academic work, it also presents new challenges for ensuring fundamental publication ethics. The issue is not only the availability of technological safeguards (as software innovations makes it possible to test for potential plagiarism), but the amount of time (and, in some case, funding) that it demands to check for potential problems. Submission systems should automatically review papers for plagiarism (yet sophisticated submission system are expensive, and not all institutions can afford them).

“Institutional ethical approvals” by journals make sense, but I cannot see how “every/all journals” would implement such agreements/principles. A related issue is also the need to check reviews for cases of AI-generated assessments. This situation demands editorial teams to be more attentive to possible problems. There is also the issue of what needs to be done in case of demonstrable violations of ethics of integrity - what should journals do (besides rejecting a submission or review, and reprimanding rogue authors)?

Levent Ünsaldı: Sorunuzun ilk kısmıyla ilgili olarak, teknoloji elbette sihirli bir çözüm değil ve hiçbir zaman da olmayacak. Ancak bu uydurma hakem, dergi, yayın haberlerinde beni rahatsız eden şey, bu tartışmanın, bir faili işaret ederek (sahtekâr, yeteneksiz, liyakatsiz akademisyen), bir önceki soruda kısmen ve elbette kendi açımından ortaya koymaya çalıştığım ve bana çok daha merkezi gözüken devasa yıkımı, liyakat-ölçme-teknik-sıralama gibi örtmece kelime oyunları ile gizleme sonucunu doğurması ve üniversitelerin trajik dönüşümünü dolaylı olarak meşrulaştırmasıdır -böylece bu “nesnel” değerlendirme-ölçme-sıralama kriterlerinin bünyesinde taşıdığı sosyal felsefe hiç sorgulanmaz, verili kabul edilir. Diğer bir ifadeyle, akademik çevrelerde “ahlaki bir infial” yaratarak küçük sahtekarları parmakla göstermek, kanımca asıl büyük sahtekarlığı (üstelik bu kurumsal ve örgütlü bir sahtekarlıktır ve sonuçları çok daha yıkıcıdır) gizlemeye imkân tanır. “Etik kurul” onaylarına ilişkin olarak, çok basit bir örnekle cevap vermek isterim: Eğer “etik kurul” gibi bir kurum bugünkü haliyle ve kısıtlamalarıyla bundan 60-70 yıl önce var olsaydı, tüm bir “sapkınlık sosyolojisinin” en sarsıcı çalışmaları veya tüm bir antropoloji geleneğinin en ezber bozucu işleri hiçbir zaman ortaya çıkmazdı. Özellikle sosyal bilim, ortak kaniya karşı ve ona rağmen yapılan bir iştir. Bu açıdan düşünüldüğünde bence etik kurulun neye müsaade ettiğinden çok neye ket vurduğuna bakmak gerekir. Örneğin, bugün imrenerek okuduğumuz, 60-70’li yıllarda ABD veya Avrupa’da yapılmış çalışmaları, bugün oralarda bile yapabilmek mümkün müdür -bunu sadece etik kurul üzerinden düşünmeyelim, akademik dergilerin de içerisinde yer aldığı bilimsel üretimin genel koşulları üzerinden düşünelim-? Hakeza, yine aynı dönemde, bir araştırma gündemi veya araştırma notları ya da geçici analizler olarak tasarlanmış ve bu şekilde yayımlanmış 70 sayfalık bir makale bugün hangi akademik derginin yazım şartlarına veya kriterlerine uyabilir? Belki biraz *old school* bir sosyolog gibi gözükme riskini alarak, nostaljik bir illüzyonla “ah nerede eski günler” gibi bir şey demek istemiyorum elbette. Ancak eğer kriteri “yaratıcılık” olarak koyarsak -ki bu benim nazarımda bir sosyal bilimci için olmazsa olmaz bir kriterdir, zira toplumsalın o karmaşık dehlizlerine ancak ve ancak yaratıcı modelleme ve yöntemlerle nüfuz edilebilir- bizden önceki sosyal bilimcilerin bizlerden çok daha yaratıcı olduğunu hususunda sanırım hemfikir olabiliriz. Eğer yaratıcılığın da, tıpkı zekâ gibi bir fitrat, verili bir şey olmadığını düşünüyorsak, kolektif bir yaratıcılık olarak bilimsel faaliyetin oluşum koşulları üzerine düşünmek -ki akademik dergiler ve genel olarak akademik yayıncılık bu koşulların ayrılmaz parçasıdır-, hâkim söylemin saymacı-ölçmecisıralamacı taarruzuna karşı koymanın ve meseleyi, nasıl bir üniversite, ne için ve kim için gibi sorularla daha sahih bir yere çekmenin önkoşuludur.

Soru 5) Bir yazar ya da hakem olarak bir akademik yayın sürecinde başınıza gelen olumsuz örnekler varsa, ders çıkartılması gayesiyle (isim vermeden) anlatır mısınız? [As an author or reviewer, are there any "lessons learned" that you could share with our audience anonymously as cautionary tales?]

Senem Duruel Erkilic: Hakem olarak ne yazık ki birkaç defa başıma gelen garip durumlardan biri, red veya majör revizyon verdiğim bir makalenin değerlendirmemi tamamlamamdan sadece bir, iki gün sonra neredeyse hiçbir değişiklik yapılmadan yayımlanmasıydı. Yazara yardımcı olmak üzere hazırladığım rapor için harcadığım zamana üzüldüğüm oldu. Bu tür durumlarda editörün makaleyi basmak için önceden bir rezervasyon yaptığı ve sadece dergiparkta sistemi işletmiş olmak için hakem ataması yaptığı izlenimi oluşabiliyor. Makalenin benim ve diğer hakemin değerlendirmelerinden sonra üçüncü bir hakem tarafından değerlendirilmesi için bile yeterli zamanın olmadığı açıkça anlaşılıyor.

Selda Tuncer: Bu konuda sanırım görece şanslıyım, en azından bazı meslektaş ve arkadaşlarımla başına gelenlerle kıyasladığımda. Öte yandan, hem karakter olarak hem de çalıştığım danışman hocaların da etkisiyle oldukça (ve kimilerine göre biraz fazla) titiz çalışan biriyim. Bu nedenle yazar olarak değil ama hakem olarak dolaylı yollardan fazla uğraştırdığım yönünde eleştiriler aldım. Bu, aslında bir önceki soruda da bahsettiğim durumla yakından ilgili; herkes işini kolay yoldan, fazla uğraşmadan halletmek istiyor. O yüzden yapıcı da olsa geribildirimler "fazla" iş çıkarıyorsa bundan hoşnut olmuyor çünkü makalelerin bir an önce yayınlanması, atama-yükseltme ya da teşvik gibi nedenlerle belli tarihlere yetişmesi gerekiyor ve kimsenin ekstra iş için zamanı yok maalesef; ne editörlerin ne yazarların. Zaten eleştiri almak ya da vermek konusunda çok da başarılı değiliz, bu konuda son derece zayıf bir kültüre sahibiz.

Yazar olarak bugüne dek en çok karşılaştığım durum, -çoğunlukla disiplinler arası çalışmalar yürüttüğüm için- her hakemin, kendi bulunduğu disiplin ve çalışma alanına göre değerlendirip önerilerde bulunması oldu. Bunun sonucunda birbiriyle çok da uyuşmayan ancak hepsinin kendince gerekçelendirdiği düzeltme önerileri ortaya çıkıyor haliyle; hatta kimi zaman neredeyse baştan yazmanı gerektirecek düzeyde geribildirim geliyor. Bu noktada hakemliğin işlevini, neleri yapması gerektiğini ve değerlendirmelerimizin kişisel ilgi ve çalışma alanlarımızdansa belirli bilimsel ilkeler doğrultusunda olması gerektiğini hatırlamamız gerekiyor çünkü sosyal bilimlerde bir konu çok çeşitli şekillerde çalışılabilir, kıstasımız bu olamaz dolayısıyla. Bunun yanında, kimi zaman hakemlerin, yapılmasını istediği düzeltmeye hiçbir gerekçe belirtmediği ya da hoşuna gitmeyen bir düşünce veya yazım biçimini keyfi reddettiği durumlarla karşılaştım. Bu tür keyfi ve kimseye faydası olmayan okuma ve değerlendirmelerin profesyonellikten son derece uzak olup, kişisel egolarla hareket ederek iktidar kurma çabası olduğunu düşünüyorum.

Paul Kubicek: I always tell prospective authors that they need to formulate genuine analytical research questions and strive to demonstrate how their work is novel, interesting, and/or important. Clarity in writing is important. Reducing jargon and arcane language is important as well. If editor or reviewers do not really understand what you are saying or doing or why it matters, they are not likely to be enthusiastic about your paper. As an editor and reviewer, the main questions I ask is whether the paper offers anything new and whether it is interesting or important. Hypothetically, one can write an academic paper on literally any obscure subject. That does not mean it deserves publication.

Silvio Waisbord: Make sure a paper makes an original contribution to theory, methodology, knowledge, analysis, conceptual frameworks. Papers should help to “move needle” on what we know about a given subject and the way we approach it. A paper that does not excite us, nudge our attention in interesting directions, challenge existing arguments, introduce new research/methodological approaches, or offer novel ways of interpreting findings, may not capture the attention of reviewers and colleagues. Make every paper count for something that even slightly shifts the way we think/discuss/teach specific topics. Take risks as much as possible. Remind readers why your research/argument matters. Ensure that your voice stands out. Write in ways that grips reviewers’ attention.

Lee Artz: Do not be intimidated by reviewers or editors. Your research results from your questions and perspectives, not the views or assumptions of reviewers who have their own unrelated views.

Soru 6) Sizce dünyada ve Türkiye’de iletişim çalışmaları genel anlamıyla nasıl bir yola evrildi, hangi konular ve yöntemler öne çıktı? Bunda akademik dergilerin payı nedir? [Lastly, could you provide an overview about the general direction of media and communication studies, globally and in your own research community? Which subjects, methodologies, and perspectives are currently prominent? Do you attribute any part of their popularity to academic journals?]

Funda Başaran: Editörlüğünü yaptığım dergiye gelen araştırma makalelerinin neredeyse üçte ikisi dizi ya da film eleştirisi/çözümlemesi üzerine oluyor. Yöntem ise genellikle içerik çözümlemesinin türevleri olarak tanımlanabilir. Bunun özellikle akademik atama ve yükseltme ilkelerinin zorladığı yayın sayısı ile ilişkili olduğunu düşünüyorum. İkinci en önemli konuyu ise her geçen gün sayıları artan sosyal medya platformları ve bu platformlardan toplanan veriler ile yapılmış araştırmalar oluşturuyor. İzleyebildiğim kadarıyla sosyal medya platformları dünyada da iletişim alanındaki araştırmaların popüler konularından ve veri toplama alanlarından. Toplumsal yaşamın temeline yerleşen ve bir toplumu oluşturan tüm ilişkiselliklerin belirleyeni olan iletişimin diğer pek çok boyutu ise ihmal ediliyor diye düşünüyorum. Teknolojik ilerlemenin yarattığı efsunlanmayı aşarak hem Türkiye’de hem de dünyada iletişim alanının yeniden düşünülmesine, araştırma konularının, yöntemlerinin değerlendirilmesine dair ihtiyaç giderek büyüyor. Bu noktada akademik dergilerin bu ihtiyaç çerçevesinde özel sayılar hazırlaması, birbiriyle işbirliği yapması son derece anlamlı olacaktır.

Silvio Waisbord: One of the most fascinating aspects of communication/media studies is the constant emergence of new subjects, particularly as technology continues to reshape the very subjects of our (post)discipline - from urban infrastructures to entertainment and citizenship. Look at journal issues from only 10 or 15 years ago, and it will feel as taking a quick trip in time machine to a different era. Every shift in social media, corporate decisions, public debates, and government policies about multiple aspects of “the digital” invariably generates phenomena worth paying attention, which in turn, reshapes research and publication agendas. My sense is that thematic foci change more often and deeply than methodologies and perspectives, despite innovations in the way we study communication/media questions. Certainly, it is not only due to technological changes that our interest mutate – social forces (politics, economics, culture) play a huge part in sparking interest in new topics and revisiting past themes.

I am skeptical about attributing changes primarily to the agendas/priorities of academic journals, although new journals focused on innovative methodologies/approaches contribute to their consolidation and institutionalization. Research topics and agendas change due to multiple factors – from ongoing developments in society to shifts in funding trends. Journals are downstream from social changes and scholarly interest that inspire new ideas and debates. Journals certainly may shape them, but they are part of large academic architectures that influence research directions and interests.

Lee Artz: There appears to be an increasing fascination with digital technology and social media. Lost in this trend is any serious appraisal of ownership, control, regulation and the overarching political economy of communication. Journals contribute, but university administrations seeking to attract students and tuition are the drivers of shifting concerns in media and communication.

Aram Sinnreich: I've already discussed this a bit above. I think we're currently engaged in the collective process of exploring a "happy medium" of scholarship that jettisons claims to objectivity without jettisoning claims to empirical rigor. That process is aided by open access scholarship and creative use of data systems including GAI, but it also makes it harder to evaluate in works under review, and throughout the quantified impact ecology. The question we'll all need to answer for ourselves is "what is knowledge, and why does it matter?" The best work published in this era manages to answer that question, through rigorous self-examination as a crucial element in the rigorous examination of the larger world, and through approaches to data, evidence, and analysis that combine precision with perspective.

Selda Tuncer: İletişim çalışmaları eskiden beri farklı disiplinler arasında önemli ve zengin bir kesişim alanı oldu. İletişim fakültesinde lisans eğitimi aldıktan sonra yüksek lisans ve doktora eğitimine sosyoloji bölümünde devam etmiş biri olarak, bu alanın yıllarla genişlediğini ve hem bağımsız iletişim araştırmaları hem de farklı disiplinlerde bir alt çalışma kolu olarak önemli bir yer kapladığını düşünüyorum. Bu bağlamda, sosyolojik/antropolojik araştırma ve yöntemlerin medya temsil çalışmalarıyla birlikte yürütülmesinin giderek daha çok arttığını ve yaygınlaştığını görüyoruz. Nitel ve/ya etnografik saha araştırmalarının öne çıktığı bu çalışmalarda; bir yandan televizyon programları, diziler ve sinema filmlerinin izleyenler tarafından alımlanması incelenirken bir yandan da saha araştırma deneyimleri tartışmaya açılıyor. Ek olarak, iletişim teknolojileri ve yeni medya araçlarının hayatımıza girmesi ve etkisinin artmasıyla birlikte, yeni medya çalışmaları kapsamında hem bu yeni mecralardaki kamusal iletişim ve eylem biçimleri anlamaya çalışılıyor hem de televizyon ve sinema gibi daha geleneksel medya ürünlerinin alımlanışı sosyal medyada yer alan yorum ve tartışmalar ışığında inceleniyor. Sosyal medya incelemelerinin sadece iletişim değil, sosyal bilimlerin farklı alanlarında pandemi sürecinde yaygın bir şekilde kullanılabilir hale geldiğini de eklemek gerek. İhtiyaç ve zorunlulukla kullanımı yaygınlaşan bu inceleme yöntem ve araçlarının (online anket ve görüşmeler dahil olmak üzere) uzun vadede bilimsel araştırmalar için sağladığı avantajlar kadar ne gibi olumsuzluklar yarattığını da önümüzdeki yıllarda daha çok tartışacağımızı umuyorum. Son olarak, toplumsal hafıza çalışmalarının yanı sıra, bugüne dek ağırlıklı olarak film ve dönem incelemelerine dayanan sinema çalışmalarında sinemayı bir deneyim olarak ele alan sözlü tarih araştırmalarındaki gözle görülür artışın da son derece önemli ve kendi çalışma alanlarım açısından sevindirici bir gelişme olduğunu belirtmek isterim.

Tüm bu gelişmelerde şüphesiz akademik dergilerin payı büyük, hele de çevrimiçi olarak yayınlanıp herkesin erişimine açık olanların. Kitap, özellikle de derleme kitaplar akademik kaynak olarak işlevini yitirmemiş olmakla birlikte, gözlemlerime dayanarak hem yeni kuşağın okuma alışkanlıkları hem de ekonomik nedenlerle dergilerin daha ön planda olduğunu düşünüyorum. Bu arada akademik dergilerin de erişim ve kullanım alanını genişlettiğini söyleyebiliriz. Uluslararası dergilerde daha yaygın olsa da, Türkiye’de de web sitelerini ve sosyal medya araçlarını aktif olarak kullanan, ayrıca yeni sayı çıkınca bununla ilgili podcast, webinar ya da çevrimiçi toplantı düzenleyen dergilerin olduğunu görüyoruz. Bu tür faaliyetler hem akademinin sınırlı alanından çıkmak hem de kamusal tartışma kültürünü zenginleştirmek açısından son derece etkili ve gerekli; iletişim çalışmaları alanındaki dergilere de alan itibarıyla bu konuda önemli bir rol düşünüyor.

Senem Duruel Erkiç: Bu soruya alanım olan sinema üzerinden yanıt vermeyi tercih ederim. Eskiden bazı teorisyenler (Althusser, Lacan, Metz gibi) ve teoriler (göstergebilim, psikanaliz, Marksist teori gibi) üzerinden metinsel çözümlenmeler ağırlıktaydı. Post-teori (Bordwell ve Carroll, 1996) yaklaşımından ve sinema teorisinden sinema çalışmalarına (Gledhill ve Williams, 2000; Hill ve Church Gibson, 2000) yönelimden sonra bu tür makalelere daha az rastlanılıyor. Genel olarak medya ve sinema çalışmaları, ekonomi politiğin ekonomiyi, kültürel çalışmaların ise anlamı merkeze alan ve birbirini dışlayan yaklaşımlarından koparak zamanla birbirini besleyen çalışmalara yönelmiştir (Murdock, 1995; Miller vd, 2012). Bu kavşakta sinema tarihini, sinemayı okunacak bir metin olarak değil, sosyal bir fenomen olarak gören Yeni Sinema Tarihi (Biltereyst, ve diğerleri 2019) yaklaşımı önemli bir açılım olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu perspektiften sahaya dayalı endüstri çalışmaları, bellek-tarih araştırmaları, toplumsal cinsiyet ve Queer çalışmaları, seyir deneyimi ve pratiği ile son dönemde Türkiye sineması tarihi üzerine yoğunlaşan makalelerin daha ön plana çıktığını gözlemliyorum. Bu yönelimde, Türkiye’deki hakemli akademik dergilerden öte dünyadaki genel eğilimin ve Türkiye’de yapılan araştırma projelerinden, lisansüstü tezlerden hareketle oluşturulan makalelerin payının olduğunu düşünüyorum.

Paul Kubicek: This is a very large question, and I am not a scholar of global media. In the papers submitted to Turkish Studies, I see a variety of approaches-ranging from traditional positivist ones to others that might be considered post-modern, post-structural, or more interpretive. I welcome this diversity, and believe academic work need and should not hew to one set of approaches. However, for Turkish Studies, I am seeing more interest in issues of gender, in media/film/cultural studies, migration/immigrants, and issue of identity (broadly-defined).

Kaynakça:

- An, Y., Williams, M. A., Xiao, M., & Xiao, Y. A., Michael A. Williams and Mo. (24 Nisan 2024). High Prices and Market Power of Academic Publishing Reduce Article Citations. ProMarket. <https://www.promarket.org/2024/04/24/high-prices-and-market-power-of-academic-publishing-reduce-article-citations/>
- Biltereyst, D., Maltby, R., Meers, P. (2019) *The Routledge Companion To New Cinema History*, Routledge Taylor and Francis Group.
- Bordwell, D. and Carroll, N (1996). *Post Theory, Reconstructing Film Theories*, The University of Wisconsin Press.
- Demeter, M. (2020). *Academic knowledge production and the global south: Questioning inequality and under-representation*. London: Palgrave Macmillan.
- Demeter, M. (2019). The world-systemic dynamics of knowledge production: The distribution of transnational academic capital in the social sciences. *Journal of World-Systems Research*, 25(1), 112-144.
- Fuchs, C., & Sandoval, M. (2013). The diamond model of open access publishing: Why policy makers, scholars, universities, libraries, labour unions and the publishing world need to take non-commercial, non-profit open access serious. *TripleC: Communication, capitalism & critique*, 11(2), 428-443.
- Fyfe, A. and Coate, K. and Curry, S. and Lawson, Stuart and Moxham, N. and Røstvik, C.M. (2017) *Untangling academic publishing: A history of the relationship between commercial interests, academic prestige and the circulation of research*. Discussion Paper. University of St Andrews. Erişim tarihi:11.06.2024 <https://eprints.bbk.ac.uk/id/eprint/19148/1/UntanglingAcPub.pdf>
- Gledhill, C. and Williams, L (2000), *Reinventing Films Studies*, Bloomsbury Academic.
- Hill, J and Church Gibson (2000), *Film Studies: Critical Approaches*, Oxford University Press.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Miller, T., Govil, N., Maxwell, R. 2012. *Küresel Hollywood*. İstanbul: Doruk.
- Murdock, G. (1995) "Across the Great Divide: Cultural Analysis and the Condition of Democracy," *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 12: 89-94.

Ereğli Kömür İşletmeleri Armutçuk-Kandilli Maden Bölgesi'nde Sosyal Hak Olarak Sinemaya Gitmek ve Armutçuk İşçi Sineması^{1*}

Mehtap ÖZSOY

Dr. Öğr. Üyesi

Giresun Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu,
Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü
mehtap.ozsoy@giresun.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0521-5185

Abstract

Going to the Cinema as a Social Right in the Ereğli Coal Enterprises-Armutçuk-Kandilli Mining Region and Armutçuk Workers' Cinema

In this study, it is aimed to contribute to the cinema experience, which is mostly dealt with in the context of commercial cinema halls in cinema history studies, with the context of cinema halls organised around public benefit in the specific case of Ereğli Coal Enterprises-Armutçuk, which is a part of State Economic Enterprises. It is known that in State Economic Enterprises such as SEKA and Sümerbank Cloth Factories, which were established in Turkey in the 1930s and targeted efficient production with nationalisation policies, cinema halls were also established as a part of social rights. In some studies dealing with these enterprises, cinema halls have been mentioned. However, these theatres,

¹ Bu makale, TÜBİTAK tarafından desteklenen 223K700 No'lu "Sosyal Bir Hak Olarak Sinemaya Gitmek: Ereğli Kömür İşletmeleri'ne Bağlı İşçi Sinemaları Üzerine Bir Sözlü Tarih Araştırması (1960-1980)" başlıklı proje çerçevesinde, ön araştırma verilerinin de dâhil olduğu devam etmekte olan saha araştırması kapsamındaki verilerden üretilmiştir. * Araştırmanın gerçekleştirilmesi için gerekli olan Etik Kurul Onayı, TC Giresun Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal Bilimler Fen ve Mühendislik Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 05 Ocak 2022 tarih ve 18/15 sayılı toplantıda görüşülerek etik açıdan uygun bulunmuştur. Evrak kontrolü E5703B89-C954-447D-98C6-61FB69DC73E0 evrak kodu ile <https://www.turkiye.gov.tr/> adresinden gerçekleştirilebilir.

which are actors of Turkey's industrial heritage, a significant part of which has disappeared today, have not been discussed as a detailed research field. In this research, which aims to contribute to this deficiency in the literature and is in a sense an exploration, the cinema halls and cinema experience in the Armutçuk Region, one of the mining regions of the Ereğli Coal Works, which is one of the most important stops in Turkey's industrialisation history, are discussed in the light of documents, oral history interviews and photographs. In the research, two phenomena that have not been discussed in the literature before are addressed in the specific case of the Armutçuk Region: The experience of going to the cinema as a social right and 'workers' cinemas' as a part of this experience. These two unique topics on the cinema experience are discussed through the oral history method through the audience subjects in Armutçuk, each with different socio-cultural and socio-economic levels, including white-collar workers and mine workers and their families.

keywords: social rights, cinema, workers' cinemas

Résumé

Aller au cinéma en tant que droit social dans les entreprises charbonnières d'Ereğli- la région minière d'Armutçuk-Kandilli et le cinéma ouvrier

On sait que les usines de SEKA, de tissus Sümerbank, créées en Turquie dans les années 1930 et visant une production efficace avec des politiques de nationalisation, ont également mis en place des cinémas dans le cadre des droits sociaux dans les entreprises. Dans certaines études traitant de ces entreprises, les salles de cinéma ont été mentionnées. Cependant, ces salles, qui sont des acteurs du patrimoine industriel turc, dont une partie importante a aujourd'hui disparu, n'ont pas été discutées en tant que domaine de recherche détaillé. Cette recherche, qui vise à combler cette lacune dans la littérature et qui a un caractère de découverte, examine les salles de cinéma et l'expérience cinématographique dans la région d'Armutçuk, l'une des régions minières liées aux entreprises charbonnières d'Ereğli, une étape cruciale de l'histoire de l'industrialisation de la Turquie. L'étude -se base sur des documents, des entretiens d'histoire orale et des photographies. Deux phénomènes qui n'ont pas été discutés dans la littérature auparavant, sont abordés dans cette recherche, particulièrement dans la région d'Armutçuk: l'expérience d'aller au cinéma en tant que droit social et les "cinémas ouvriers" qui font partie de cette expérience. L'étude utilise la méthode de l'histoire orale pour discuter de l'impact du cinéma sur le public à Armutçuk, composé des personnes ayant différents niveaux socioculturels et socio-économiques, y compris les cols blancs, les mineurs et leurs familles.

mots-clés: droits sociaux, cinéma, cinémas ouvriers

Öz

Bu çalışmada, sinema tarihi araştırmalarında, çoğunlukla ticari sinema salonları bağlamıyla ele alınan sinema deneyimine, Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin bir parçası olan Ereğli Kömür İşletmeleri-Armutçuk özelinde, kamusal fayda etrafında organize edilen sinema salonları bağlamıyla katkı sunmak amaçlanmıştır. Türkiye'de 1930'lu yıllarda kurulan ve devletleştirme politikaları ile etkin üretim hedeflenen SEKA, Sümerbank Bez Fabrikaları gibi Kamu İktisadi Teşebbüslerinde sosyal hakların bir parçası olarak sinema salonlarının da kurulduğu bilinmektedir. Bu işletmeleri ele alan kimi çalışmalarda, sinema salonlarına değinilmiştir. Ancak günümüzde önemli bir kısmı yok olan, Türkiye'nin endüstri mirasının aktörleri konumundaki bu salonlar; ayrıntılı bir araştırma sahası olarak tartışılmamıştır. Literatürdeki bu eksikliğe katkı sunmayı amaçlayan ve bir anlamda keşif niteliği taşıyan bu çalışmada, Türkiye'nin endüstrileşme tarihinde en önemli duraklardan biri konumundaki Ereğli Kömür İşletmeleri'ne bağlı maden bölgelerinden biri olan Armutçuk Bölgesi'ndeki sinema salonları ve sinema deneyimi, belgeler, sözlü tarih görüşmeleri ve fotoğraflar ışığında ele alınmıştır. Araştırmada, Armutçuk Bölgesi özelinde, literatürde daha önce tartışılmayan iki olgu ele alınmaktadır: Sosyal hak olarak sinemaya gitme deneyimi ve bu deneyimin parçası konumundaki "işçi sinemaları". Sinema deneyimi konusundaki bu iki özgün başlık; beyaz yakalılar ile maden işçileri ve onların aileleri olmak üzere her biri farklı sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeye sahip Armutçuk'taki seyirci özneleri üzerinden, sözlü tarih yöntemiyle tartışılmaktadır.

anahtar kelimeler: sosyal haklar, sinema, işçi sinemaları.

Giriş

Türkiye'de, Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), 1930'lardaki iktisadi politikalar sonucunda devletleştirme hamleleriyle birlikte gündeme gelmiştir. KİT'ler, kamusal fayda ve sosyal haklar gibi kamu politikalarını ilgilendiren başlıkların yanı sıra, Cumhuriyet ideolojisiyle ilintili olan modernleşme dinamikleri etrafında şekillenmiş; ülkenin politik, ekonomik, toplumsal ve kültürel süreçleriyle birlikte dönüşmüştür. Kamu politikalarının neredeyse doğrudan etki alanlarını oluşturan KİT'ler; tam da bu nedenle, Türkiye'nin iktisadi, toplumsal ve kültürel dönüşümünü okumaya olanak veren çeşitli düzeylerde derinlikli fragmanlar sunabilmektedir. Çalışmada, bu fragmanlardan biri olarak değerlendirilebilecek Ereğli Kömür İşletmeleri'ne (EKİ) bağlı maden bölgelerinden biri olan Armutçuk'taki sinema salonları ve sinema rutini ele alınmıştır².

2 Zonguldak'ta devletleştirme hamleleri sonucunda, "Cumhuriyet Hükümeti" havzada yerli ya da yabancı tüm şirketleri, devlet eliyle işletmek amacıyla satın alır ve 1940'ta maden ocakları, Etibank'ın bir kuruluşu olan EKİ'ye devredilir. EKİ, 1957'de Etibank'tan ayrılır, bir "iktisadi devlet teşekkülü" olan Türkiye Kömür İşletmeleri (TKİ) kurumuna bağlanır (Oskay, 1983, s.68).

Akşin'e göre (2022); Cumhuriyet'in ilk yıllarında, özel ya da devlet fark etmeksizin ülkede yerli sanayinin oluşturulması hedeflenir. 1930'lu yıllarda, devletleştirme hamleleri, dönemin iktisadi politikaların en önemli amaçlarından³. Bu amaçla; 1934'te yürürlüğe giren Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı doğrultusunda, KİT'ler konusunda önemli adımlar atılır ve "Malatya, Kayseri, Ereğli, Nazilli, Bursa Merinos dokuma fabrikaları, Gemlik Yapay İpek, Paşabahçe Cam, Beykoz Deri, İzmit Kâğıt, Karabük Demir-Çelik, Eskişehir, Turhal Şeker, Kayseri Uçak fabrikaları" Sümerbank, madencilikte Etibank, olmak üzere pek çok devlet işletmesi kurulur (2022, s. 218-220).

Türkiye'nin, dış ticareti kontrol altına almaya çalışarak korumacı ve devletçi yapıdaki iktisadi politikalarının şekillenmesindeki en önemli itici güçlerden biri, 1929'da yaşanan "Büyük Buhran"dır (Boratav, 2005: 64). Bu süreçte, devletin geliri düşerken ekonominin temel yapı taşları olarak KİT'lerin varlığı daha önemli hale gelmiş, başlarda sınırlı sayıda tutulmak istenen KİT'lerin sayısı artmıştır (Kocagil, 1989: 2-9). Özerk kuruluşlar olan bu işletmelerin yalnızca kâr amacı yoktur; işletmelerde kamu hizmeti ve sosyal fayda merkeze alınır (Taş, 1995:11).

Sadece ekonominin güvenli şekilde ilerlemesinde değil; modern toplumun ve nitelikli sosyal yaşamın inşa edilmesinde önemli bir yeri olan KİT'lerde, kamu yararı gözetilen sosyal politikalar doğrultusunda, barınma, eğitim, sağlık, spor, eğlence gibi başlıklarda işletme çalışanları ve onların ailelerinin yaşamsal ihtiyaçlarına yönelik, sosyal haklar bağlamıyla önemli adımlar atılmıştır. Literatürde, bu işletmelerdeki sosyal hayatı, modernleşme süreçlerini ve işletmelerin dönüşümünü konu edinen araştırmalar yer almaktadır. Bu araştırmalarda, KİT'lerin kuruluş felsefesine ve günümüzdeki durumuna dair ayrıntılı tartışmalar yürütülmüştür. Kayseri'de kurulan Sümerbank Bez Fabrikası'nın Kayseri'nin modern bir kent olma serüvenindeki rolü (Semiz ve Toplu, 2019); bir endüstri mirası olan Malatya Şeker Fabrikası tesislerindeki mekânsal kurgunun ve sosyal hayatın, Cumhuriyet ideolojisi, modernleşme, refah devleti ilkeleri ile nasıl şekillendiği, 1980 sonrası politikalarla nasıl dönüştüğü (Yavaşoğlu ve Özgül, 2020); yirminci yüzyıl başlarında Türkiye'nin ekonomik, sosyal ve kültürel hedefleri ile sonraki dönemlerde geliştirilen politikalar bağlamında SEKA'nın tartışılması (Köse, 2018) gibi araştırmalarda görüldüğü üzere KİT'ler üzerine yürütülen araştırmaların çoğunun ilgi odağını; Cumhuriyet'in hedefleri, ideolojisi ile ülkenin ekonomik, toplumsal ve kültürel dönüşümü oluşturmaktadır. Bununla beraber KİT'lerin daha mikro bağlamlarla ele alındığı çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Bu çalışmalarda KİT'lerdeki gündelik hayat rutinlerine daha spesifik konularla odaklanıldığı söylenebilir. Her ne kadar, KİT'lerde kültürel açıdan modern; sosyal haklar anlamında zengin ve nitelikli bir yaşam hedeflense de farklı sosyal statülerdeki çalışanların istihdam edildiği KİT'lerdeki gündelik hayatın, bir ölçüde, toplumsal tabakalaşma etrafında

3 1930'lu yıllardaki iktisadi politikalar, devletçi bir çizgide olmasına rağmen, Korkut Boratav (2005:65), bu dönemde yürütülen iktisadi politikaların, Türkiye'de kapitalizmin gelişmesi için uygun koşulları yarattığını söyler. Bu dönemde, KİT'lerdeki yatırımlar etrafında, zenginleşen bir sınıf da ortaya çıkmıştır.

şekillendiğinin altını çizmek gerekmektedir. Meltem Özkan Altınöz (2015), KİT'lerin bir örneği olan Karabük Demir-Çelik Fabrikası tesislerinde, modern yaşamın gereği olarak yaptırılan Yenişehir Sineması'nı, genel müdürden işçilere kadar toplumsal statüye uygun olarak inşa edilen konut sahalarının nitelikleriyle ele alan araştırmasında, sosyal statüler etrafında oluşan toplumsal tabakalaşmayı sinema bağlamıyla tartışır. Altınöz'e göre (2015), yüksek gelirli kesimlerin sosyal ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla statüsü yüksek kişilerin yaşadığı konutlarla çevrili olan Yenişehir Mahallesi'nde inşa edilen Yenişehir Sineması, hem modern toplum yaratma hedefinin hem de toplumsal tabakalaşma etrafında oluşan kentsel kimliğin sembolüdür.

Bu çalışmada ise, deneyim ve tarihsel dönüşüm odağı alınarak Zonguldak şehrinde yer alan ve kamusal fayda amacıyla inşa edilen EKİ-Armutçuk'taki sinema salonları ile sinema deneyimi ele alınmıştır. Araştırmada, kamusal fayda, modernleşme gibi toplumsal hedeflerle organize edilen bölgedeki sinema salonlarının; kültürel ve sosyal yaşamın şekillenmesinde KİT'lerin önemli bir ayağı olduğu ve Türkiye'nin sinema tarihinde özgün bir yerde durduğu düşünülmektedir. Zira KİT'ler, Türkiye'deki sinema salonlarının ve sinema deneyiminin, bir açıdan, farklı iktidar uygulamalarıyla gelişip dönüştüğünü göstermektedir. Bu çerçevede çalışmada sinema fenomeni, EKİ-Armutçuk özelinde, Türkiye'deki akademik literatüre keşif niteliğinde katkı sunacağı düşünülen iki özgün başlık etrafında tartışılmıştır: "işçi sinemaları"⁴ ve "sosyal bir hak olarak sinemaya gitme deneyimi"⁵. Araştırmada, bu iki spesifik başlığı derinlikli bir şekilde tartışabilmek için; daha kitlesel bir seyir deneyimi sunan ve kâr amacı güden sinema salonlarını kategorize etmek üzere "ticari sinema salonları" ifadesi kullanılmıştır.

Türkiye'nin sinema tarihinde, özgün bir yere sahip olan KİT'lerdeki sinema salonları, KİT'lerin toplumsal ve kültürel hedeflerinin gündelik hayatta nasıl deneyimlendiğine ilişkin önemli veriler sunmaktadır⁶. Araştırmada bu çerçevede, sosyal haklar kapsamında deneyimlenen sinema rutini bağlamında, KİT'lerdeki gündelik hayat, sosyal haklar, işçi kültürü, toplumsal statü, endüstrileşme ve modernleşme başlıklarına temas eden bir tartışma yürütülmüştür. Araştırmada, sinema deneyimini, çoğunlukla "ticari salonlar" etrafında gelişen sinema anılarıyla ele alan "yeni sinema tarihi" çalışmalarına, kamusal faydayı

4 Uluslararası literatürde "İşçi Sinemaları" ile kimi çalışmalar vardır. Bunlardan bazıları şunlardır: *Cinemas and Cinema-Going in the United Kingdom: Decades of Decline* (Mannin, 2020); *Diverting Time: London's Cinemas and Their Audiences* (McKernan, 2007); *Cinemagoing in Worktown: regional film audiences in 1930s Britain* (Richards, 1994).

5 EKİ'deki sinema salonlarından kimi çalışmalarda bahsedilmiştir. Bunlardan biri, Akın Bakıoğlu'nun (2022) *Büyük Madenci Yürüyüşü* adlı çalışmasıdır. Bu çalışma kapsamında yürütülen görüşmelerin bir kısmında, Türkiye Taşkömürü Kurumu (TTK) Sinemaları'ndan da bahsedilir. Bir diğer çalışma, Çağlar Tan'ın, 20. Yüzyılın İlk Yarısında Zonguldak: Gündelik Yaşam ve Siyaset (2015) adlı yüksek lisans tez çalışmasıdır. Bu çalışma kapsamında Tan (2015) edebi eserler etrafında Zonguldak'ın gündelik yaşamını ve siyasal iktidar uygulamalarını tartışırken, EKİ'deki sinema salonlarına da değinir.

6 KİT'lerin kuruluşu temelde, ideolojik, sosyal, ekonomik, siyasi ve özel neden olmak üzere beş hedefle ilişkilendirilmiştir (Kocagil, 1989:5).

esas alan EKİ- Armutçuk'taki sinema salonları bağlamıyla katkı sunmak amaçlanmıştır. Öte yandan bu araştırmada; tanıklıklar, belgeler ve fotoğraflar yoluyla KİT'lerin kültürel bellek sahasına katkı sunmak da istenmiştir.

EKİ'de, Kozlu, Üzülmez, Kilimli, Amasra ve Armutçuk olmak üzere beş maden üretim bölgesi vardır (Oskey, 1983, s. 69). EKİ'ye bağlı bu bölgelerde, diğer KİT'lerde olduğu gibi EKİ çalışanlarının ve ailelerinin sosyal hayatlarının iyileştirilmesine yönelik; barınma, sağlık, eğitim, spor sahaları, sinema gibi çeşitli alanlarda önemli adımlar atılır. Bu araştırmaya ilham olan EKİ-Armutçuk'taki sinema salonları, sosyal haklar kapsamında deneyimlenen okullar, ucuz alışveriş marketleri, hastaneler gibi kurumların bir parçası olarak yer alır. Sinema salonlarında gösterilen filmler, düzenlenen etkinlikler, salonların kullanım amaçları gibi pek çok konu, EKİ'deki sosyal yaşam alanlarının düzenlenmesinden sorumlu olan EKİ Sosyal Bakım Müdürlüğü tarafından organize edilir. Bölgenin bilinen ilk sineması, yirminci yüzyıl başlarında inşa edildiği tahmin edilen, seyirci kitlesi EKİ-Armutçuk çalışanlarından ve çalışanların ailelerinden oluşan Eski Sinema'dır. Tüm EKİ bölgelerinde olduğu gibi Armutçuk'ta da kullanım amaçlarına ve hedeflenen seyirci kitlesine göre, iki tür sinema salonu faaliyet göstermiştir. Bunlardan biri, maden kuyularının hemen yanlarına kurulan, madencilerin iş güvenliği konusunda eğitilmesi, kültürel anlamda geliştirilmesi ve eğlence ihtiyacının karşılanması gibi amaçlar etrafında organize edilen, hedef kitlesi yalnızca işçilerden oluşan Armutçuk İşçi Sineması; diğeri, lojmanların ve sosyal tesislerin bulunduğu yaşam alanlarının yakınlıklarına inşa edilen, bölgedeki çalışanlara ve onların ailelerine seslenen Yayla Sineması'dır.

EKİ-Armutçuk'taki sinema deneyimi ve salonları, Bourdieucu (1995) anlamda, bölgede istihdam edilen mühendis, amir, madenci gibi farklı kültürel ve ekonomik sermayelere sahip EKİ aktörlerinin özgün koşullarıyla birlikte tartışılmıştır⁷. Armutçuk'taki sinema salonlarının nasıl organize edildiği, salonlarda ne tür filmler gösterildiği, bu salonların farklı sosyal statülerdeki kişiler ile onların aileleri tarafından nasıl deneyimlendiği ve sosyal hakların bir parçası olan sinema salonlarının; ticari faydayı amaç edinen sinema salonlarından hangi bağlamlarla ayrıştığı gibi sorular, araştırmanın odaklandığı temel sorulardır.

Araştırmanın Yöntemi

Sözlü tarih ile, sinema anılarını odağa alarak, siyasal iktidar uygulamaları, ekonomik, kültürel ve toplumsal dinamikler gibi toplumsal tarihin farklı veçhelerini "sıradan insan" deneyimleriyle tartışabilmek mümkün hale gelmiştir. Sözlü tarih, sinema tarih yazımının olanaklarını genişletmektedir ve son dönemki sinema tarihi araştırmalarında, giderek artan bir ilgiyle kullanılmaktadır.

⁷ Çalışmanın ilerleyen bölümlerde Bourdieu'nun kültürel ve ekonomik sermaye kavramları ayrıntılandırılmıştır.

Bu çalışmada, Armutçuk'taki sinema deneyimini araştırmak üzere sözlü tarih yöntemi kullanılmıştır. Sözlü tarih sosyoloji, antropoloji gibi farklı disiplinlerle diyalog kurarak insan deneyimleri ve tarih arasındaki ilişkiye zengin bir bakış sunarken (Counce, 2016, s.244) toplumsal sahadaki dönüşümü araştırır ve bu dönüşümün farklı dönemlerle karşılaştırılmasını, analizini içerir (Kyving ve Marty, 2000, s.2). Sözlü tarih yöntemiyle yürütülen araştırmalarda, devlet arşivlerinde yer edinmemiş, görmezden gelinmiş pek çok konu yeniden gündeme gelir.

Sözlü tarih; görüşme öncesi/ön araştırma, görüşme sırası ve görüşme sonrası/analiz olmak üzere üç aşamadan oluşur. Bu aşamalar, görüşme yapılacak kişilere, araştırma konusuna ve sorulara dair bir yol haritasının çizildiği ön araştırmayı; kişilere, mekânlara ve zamana dair bilgilerin doğru şekilde not edildiği, araştırmacı ve görüşmeci arasında güven ilişkisinin oturtulması, kayıt cihazının kontrol edilmesi gibi konuları içeren başlıklarla görüşme ortamını; son olarak, görüşme verilerinin yorumlanıp, sınıflandırıldığı, diğer kaynaklarla birlikte tartışıldığı görüşme sonrasını içerir (Bilim ve Sanat Vakfı, 2006).

Araştırmada, öncelikle bölgede çalışmış, bölgeyi bilen kişilerle bir ön araştırma süreci yürütülmüş, bu süreçte yüz yüze görüşmeler ve sosyal medya ağları, telefon gibi iletişim araçları kullanılmıştır. Sözlü tarih yöntemine daha kullanışlı bir saha sunma potansiyeli olan çevrimiçi pratiklerden de yararlanan bu araştırmada, bölgeye dair paylaşımları odağına alan Facebook Grupları takip edilmiş, onay alınarak bu platformlardaki kimi paylaşımlara çalışmada yer verilmiştir. Multimedya olanaklarından yararlanılarak yürütülen çalışmada, ön araştırma sürecinde "kartopu tekniği" ile belirlenen 1960-1980 yılları arasında bölgede yaşamış on kişiyle, 2022 yılının Şubat ayında, üç gün süreyle sözlü tarih görüşmeleri yürütülmüştür⁸. Görüşmeler, devam eden literatür taraması ile birlikte iki yıl boyunca telefon ve çevrimiçi ağlar yoluyla sürdürülmüştür. Sözlü tarih görüşmeleri, kimi zaman kahvehaneler, parklar, öğretmenevi gibi görüşmeciler için uygun olan mekânlarda, kimi zaman da sinema salonlarının olduğu yerlerde yürütülmüştür. Armutçuk Bölgesi'nde yürütülen görüşmelerde, katılımcıların sosyokültürel ve sosyoekonomik anlamda farklı meslek gruplarından olmalarına özen gösterilmiştir. Bölgede çalışan kişilerin çocukları da araştırmaya dahil edilmiştir. Bu kişilerin önemli bir kısmı, ebeveynleri gibi iş hayatına EKİ'de adım atmıştır. Yanı sıra, katılımcıların yaşadıkları muhitle- rin, lojmanlar, spor sahaları, okul gibi yaşam alanlarının ortasında inşa edilen sinema salonlarına yakınlıkları gibi konular da araştırmada dikkate alınmıştır⁹. Görüşmelerde, katılımcıların onayı ile ses kaydı alınmıştır. Araştırmada sahadan derlenen veriler, sinema salonlarının niteliklerine ve kullanım pratiklerine göre başlıklarıyla kategorize edilmiştir. Görüşmeciler sırasıyla, ad, soyad,

8 On kişinin yalnızca biri kadın görüşmecidir. Araştırmanın kısıtlılığını oluşturan konulardan biri olan bu durum ilk etapta; görüşmecilerin oluşturulması aşamasında kartopu tekniğinden kaynaklansa da sonraki süreçte araştırma sahasının uzak olması, yüz yüze görüşme olanağının kısıtlı olması gibi nedenlere bağlı olarak yaşanmıştır.

9 EKİ mensubu her aile, EKİ lojmanlarında yaşamamaktadır. Lojmanlarda yaşamak için kimi kriterler söz konusudur. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde bu konudan bahsedilecektir.

doğum yılı ve görüşme tarihi belirtilerek tanımlanmıştır. Araştırmaya katılan kişilere, ilk sinema deneyimlerini nerede yaşadıkları, sinemaya hangi sıklıkla gittikleri, sinemanın gündelik hayatları içerisindeki yeri, sinemaya aileleri ile gidip gitmedikleri, sinemanın, spor alanları, lokaller gibi diğer sosyal alanlardan ne gibi farkları olduğu, sinema salonunda kendilerini nasıl hissettikleri gibi sorular sorulmuştur.

Sözlü tarih, Thompson'ın (1999:209) belirttiği gibi yalnızca, tanıklıklara ya da görüşmelere dayanan bir yöntem değildir; bunların yanında, öznel deneyimler dışında kalan konularda, arşiv belgesi gibi çeşitli düzeylerdeki kaynaklar doğrultusunda "çapraz analiz"le geliştirilmesi gereken bir yöntemdir. Bu araştırmanın yöntem açısından sınırlılığını oluşturan konulardan biri, sinema salonlarında gösterilen filmlerin nereden, nasıl temin edildiği, salonların organizasyonu gibi konularda sözlü tanıklıklar dışında oldukça kısıtlı belgeye ulaşılmasıdır. Saha araştırması sırasında görüldüğü üzere, EKİ'ye ait birçok belge geri dönüşüme, SEKA'ya gönderilmiştir; ki bu belgelerin küçük bir kısmını, bu araştırmaya katılımcı olarak dâhil olan Salim Çalık muhafaza etmiş, belgelerin bir kısmını araştırmada kullanılması için dijital ağlar yoluyla paylaşmıştır. Bununla beraber, hâlen devam etmekte olan saha çalışmasında, arşiv araştırması sürmektedir.

Sosyal Hak Olarak Sinemaya Gitme Deneyimine Dair Bir Tartışma: Kuramsal Çerçeve, Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yeni sinema tarihi araştırmaları, sinemada tarih yazımının odağını filmlerden ve yönetmenlerden yaşayan seyirciye çekmektedir. Böylelikle, farklı yerelliklerdeki toplumsal ve kültürel yapıyla şekillenen sinema salonları ve seyirci sinema tarihinin sahasına dahil olmuştur.

Yeni sinema tarihi anlayışı, tarih yazımında "arşiv ve olgu" odaklı Rankeci anlayışın kırılmasıyla, 1970'li yıllarda tarih ve bellek arasındaki ilişkinin yakınlaşması sonucunda, tarihin şimdiyle kurduğu dinamik ilişkinin gündeme gelmesi, başka bir deyişle tarihin sahasına sıradan insanın ve anlatının girmesiyle mümkün olmuştur (Özsoy, 2023). Sinema tarihi sahasını, filmler, yönetmenler ve yapımcılardan seyircinin sıradan dünyasına, bir anlamda mikro tarih sahasına çeken yeni sinema tarihi kavramsallaştırması, 2000'li yılların başlarında gündeme gelmiştir.

An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory (Kuhn, 2002), Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies (Maltby, Biltereyst, P. Meers, 2011) gibi araştırmalar, sinema hikâyelerini ve sinema salonlarını merkeze alan yeni sinema tarihindeki öncü nitelikteki araştırmaların bazılarıdır. Giderek farklı konularla zenginleşen yeni sinema tarihi araştırmalarında, sözlü tarih, etnografi, haritalama gibi farklı yöntemlerden yararlanılmıştır.

Türkiye’de de yeni sinema tarihi araştırmaları, sinema salonları ve sinema seyircilerini merkezine alarak her an yeni konularla gelişmektedir. Akademik literatür incelendiğinde, yeni sinema tarihi sahasında yürütülen araştırmaların, seyrin toplumsal ve kültürel yanına odaklandığı görülmektedir. Sinema seyrini ve salonları gündemine alan; erken dönem yeni sinema tarihi araştırmalarına kaynaklık eden İstanbul (Gökmen, 1991; Evren, 1998; Scognamillo, 1991) üzerine yoğunlaşan araştırmalardan sonra, sinema tarihi araştırmaları giderek taşraya yönelmiş; Ordu, Giresun, Trabzon (Beyoğlu, 2001); Antalya (İlbuğa, 2018); Mardin (Duyan, 2021); Van (Ertaylan, 2013); Kayseri (Elden, 2012); Gaziantep (Liman, 2014), Adana (Erkılıç & Ünal, 2018; Çam & Şanlıer, 2020) gibi farklı kentlerdeki seyir deneyimi ve sinema salonları merkeze alınmıştır. Bununla beraber, yeni sinema tarihi çalışmalarında, daha spesifik tartışma konularına doğru yönelmektedir. Bu konulardan bazıları; sinemanın toplumsal ve kültürel açıdan mekânsal kullanımı (Öztürk, 2013), seyirci, sinema salonları ve toplumsal tarih (Özsoy, 2021); dijitalleşme ve sinema salonları (Erkılıç, 2012); sinema seyir ve siyaset (Öztürk, 2005), seyir ve modernlik (Erdoğan, 2017); orta sınıf kadınların sinema deneyimi (Kaya, 2022) gibi konulardır.

İlgili araştırmalara konu edilen salonlar; çoğunlukla şahıslar tarafından işlenen “ticari sinema salonları” ile Halkevi gibi kuruluşlar etrafında yürütülen seyir sinema organizasyonlarıdır. Buna karşın, literatür incelendiğinde, Demir Çelik Fabrikaları yönetimi tarafından, 1950’li yıllarda inşasına başlanan Yenişehir Sineması’nı modernleşme, toplumsal tabakalaşma, mimari özellikler gibi bağlamlarla inceleyen araştırmalar (Altınöz, 2015; Güneş, 2017) dışında; kamusal faydayı esas alan, kullanım pratikleri açısından özgün bir yere sahip olan ve benzer renkleri, mimari yapıları ile ortak özellikler gösteren, kültürel miras niteliği taşıyan Sümerbank Bez Fabrikaları, SEKA gibi KİT’lerde yer alan sinema salonları ile ilgili çalışmalara Türkiye’deki akademik literatürde yeterince yer verilmediği görülmektedir.

Türkiye’de, KİT’lerde yer alan sinema salonlarına benzer nitelikteki salonlar, İngiltere’de de yer almaktadır. Bu araştırmanın konusuna benzer şekilde madenci sinemalarının ele alındığı kimi çalışmalar literatürde yer almaktadır. Güney Galler Bölgesi’nde, 1913’ten itibaren Madenci Enstitüleri olarak adlandırılan oluşum tarafından, maden çalışanlarının sosyal, kültürel ve eğitsel ihtiyaçları karşılanmış; kütüphaneler, sinema salonları gibi sosyal yaşam alanları kurulmuştur. İngiltere’de madenci enstitüleri etrafında yaşanan bu gelişmeler, sinema özelinde toplumsal tarih, işçi sınıfı kültürü gibi bağlamlarla, sınırlı da olsa kimi çalışmalarda ele alınmıştır (Miskell, 2006; James, 2007). Bu çalışmalardan biri, Robert James (2007) tarafından yürütülen Güney Galler’deki maden işçilerinin sinema deneyimine odaklanan “A Very Profitable Enterprise’: South Wales Miners’ Institute Cinemas in the 1930s” adlı çalışmadır. James (2007), Güney Galler’de maden işletmesinde çalışan işçilerin sinema deneyimini; sinema anıları ve işletme defterleri ile ele alırken, bu deneyim üzerinde güç sahibi olmak isteyen sendika, siyasi partiler, işletme sahipleri gibi farklı öznelerin mücadelelerine de değinir.

Yeni sinema tarihi çalışmaları içerisinde konumlanan bu araştırma, yeni sinema tarihi sahasını ticari salonlardan kamusal fayda etrafında organize edilen sosyal haklar kapsamında deneyimlenen KİT'lerdeki sinema salonlarına doğru genişletmektedir.

KİT'lerin ekonomik, sosyal ve ideolojik hedeflerinin bir parçasını oluşturan EKİ-Armutçuk'taki sinema salonlarının ve sinema deneyiminin bu araştırmanın önemini ve özgünlüğünü içeren kendine özgü yanları vardır. Bunlardan birincisi; sinema salonlarının kamusal fayda amacı etrafında sosyal bir hak olarak deneyimlenmesi ve kâr amacı gütmemesidir. İkincisi, sinema salonlarının, Cumhuriyet ideolojisinin en önemli amaçlarından biri olan modernleşme dinamiklerinin gündelik hayata sirayet etmesini sağlamasıdır. Üçüncüsü, Armutçuk İşçi Sineması özelinde, sinema salonunun, KİT'lerin ekonomik hedefleriyle ilişkili olarak madencilerin çalışma verimliliğinin ve iş disiplinin artırılması amacıyla kullanılmasıdır.

Armutçuk'taki sinema salonlarının organizasyonunda, diğer bölgelerde olduğu gibi, EKİ Sosyal Bakım Müdürlüğü'ne bağlı komisyonlar söz sahibidir. Bu komisyonlarda, müdürler, işçi temsilcileri ve sendikalar gibi farklı EKİ özneleri yer almaktadır. Yemekhane, lojmanlar, sinema salonları, lokaller, okullar gibi farklı yaşam alanlarının her biri farklı komisyonlarca idare edilir. Bölgedeki sinema salonlarının organizasyonunda, EKİ çalışanlarının sosyokültürel düzeyinin artırılması, eğlence ve sosyalleşme gibi amaçlar söz konusudur (Sözlü Görüşme, Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi: 17.03.2024).

Armutçuk'taki salonlar; Yayla Sineması özelinde çocuklar; İşçi Sineması özelinde madenciler için tamamen ücretsizdir. EKİ mensubu yetişkinler ise, yalnızca Türk filmleri özelinde, sinemadan temsili denilebilecek, oldukça düşük bir ücret karşılığında yararlanırlar¹⁰ (Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi: 17.03.2024 ve 23.05.2024).

Armutçuk'taki salonlarda, ticari sinema salonlarında olduğu gibi sınıfsal ayrışmayı işaret eden loca sistemi yoktur. Buna karşın, bu çalışmada "ticari sinema salonları" olarak kavramsallaştırılan salonların önemli bir kısmında, salonlar, ekonomik açıdan pahalı olan localar ve ucuz olan mevkiler olmak üzere iki bölüme ayrılmıştır. Salonlardaki bu sınıfsal düzenlemenin seyri nasıl etkilediğine, kent sinemalarını konu edinen araştırmaların çoğunda değinilmiştir (Ertaylan, 2013, s.1848; Öztürk, 2013, s.24; Duyan, 2021, s. 21-22, Özsoy, 2021, s. 84).

¹⁰ Cihat Kalafat (Görüşme Tarihi: 17.03.2024 ve 23.05.2024); kültürel seviyeyi artırmak amacıyla UNESCO tarafından EKİ'deki salonlarda tamamen ücretsiz gösterilmek üzere çeşitli filmlerin gönderildiğini ifade etmiştir. (Konuyla ilgili, sözlü görüşmeler dışında şimdilik herhangi bir belgeye ulaşamamıştır) Bu görüşmeci, UNESCO'dan gelen filmlerin EKİ mensubu herkes için tamamen ücretsiz olduğunu; ancak seyirci kitlesinin, seyircilerin eğitim seviyesine uygun olarak 1970'li yıllara kadar çoğunlukla lojmanlarda yaşayan kişilerden oluştuğunu; 1970'lerden sonra EKİ salonlarında gösterime giren Türk filmlerinden ise temsili ücret alındığını ifade etmiştir. (Bu konu araştırmanın ilerleyen bölümlerinde ayrıntılandırılacaktır). Bununla beraber; görüşmecilerden Ömer Korhan Us ve Cihat Kalafat dışındaki herkes, sinemayı tamamen ücretsiz bir deneyim olarak anımsamıştır.

Seyir konforunu belirleyen bu düzenleme; localar ve mevkiler arasında cereyan eder. Özsoy'a (2021) göre, sinema salonlarında, seyircilerin nereye oturacağı, salonun mekânsal olarak nasıl organize edildiği gibi konular sosyokültürel ve sosyoekonomik düzeylere göre şekillenir ve sinema salonu; mekânsal açıdan toplumsal statüleri ve sınıfsal ayrımları yeniden üretir (2021, s. 84-86). Nitekim Kuhn'a (2002) göre sinema salonu, her ne kadar kitle toplumunun tüm unsurlarına seslenip onları bir araya getirirse de toplumsal farklılıkları keskin bir şekilde hissettiren mekânsal bir işleyişe sahiptir (2002, s. 2). Bununla ilişkili olan bir başka konu da kent dinamiklerindeki dönüşümle beraber, sinema salonlarının sayılarının artması sonucunda, salonlardaki sosyokültürel ve sosyoekonomik ayrımın yeni açılan sinema salonlarındaki ayrıma doğru kaymasıdır. Buna göre, artık salonların kendi içsel ayrışması değil; sinema salonlarının kendisi; lüks, bakımlı, bakımsız gibi nitelendirmelerle farklı toplumsal sınıflara seslenir (Özsoy, 2023: 141). Oysa, Armutçuk da dâhil olmak üzere, EKİ'ye bağlı tüm maden bölgelerinde, sinema salonları benzer bir mimari ile inşa edilmiştir. Bu salonlar; çoğunlukla sarı ve pembe tonlarındaki renkleriyle KİT'lerin ruhunu ifade edecek şekilde tek tiptir.

Konut ve lokal olmak üzere çeşitli yaşam alanları Armutçuk'ta sosyal statüleri göre ayrılmıştır. Toplumsal tabakalaşmanın açıkça hissedildiği iki alan, lokaller ve konutlardır. Birbirinden farklı konumlarda yer alan konutlar, sosyal statüleri göre dizayn edilmiş, bu statüleri göre -A tipi evler, çavuş evleri gibi adlandırılmıştır. Lokaller ise; işçi lokali ve memur lokali gibi sosyal statüleri uygun biçimde organize edilerek adlandırılmıştır. Sinema açısından bu durum, sosyal statüden çok "işçi sineması ve Yayla Sineması" arasında, salonların kullanım amaçlarından kaynaklanan ayrımdan ibarettir. Armutçuk'ta, EKİ mensubu bölge çalışanlarının ailelerine seslenen tek bir salon vardır. Yayla Sineması, Armutçuk'taki farklı sosyal statüleri seslenen ortak bir yaşam alanıdır. Buna karşın, toplumsal tabakalaşmanın yansımaları olarak ifade edilebilecek hususlar, salondaki seyir deneyimini kimi açılardan etkilemiştir. Sinema salonunun konumlandığı yer olan Yayla Mahallesi'nin sakinlerinin kalifiye işçiler ya da amirlerden oluşması, 1970'li yıllara kadar sosyal statüsü yüksek kişilere uygun filmlerin gösterilmesi, bu dönemde, salonun müdavimlerinin genelde kalifiye işçiler ve beyaz yakalılardan oluşması, salondaki ön koltukların müdür, amir, bürokrat gibi kişilere ayrılması (Cihat Kalafat, Sözlü Görüşme: 17.02.2024), kimi zaman salondaki kuralların yönetici ya da beyaz yakalı ailelerin lehine esnetilmesi (Sezgin İbik, 1971, Görüşme Tarihi:23.02.2022) gibi konular, sadece sinema seyir deneyimindeki eşitsizlikleri ortaya koymakla kalmaz; aynı zamanda sosyal hakların parçası olan sinema salonunun işleyişini belirtilen hususlarda, Kuhn'un (2002: s.2) ifade ettiği haliyle, kitle toplumunun tüm unsurlarını aynı çatı altında toplayan; ancak farklı sınıfsallıkları, kendi içinde yeniden üreten, bu anlamıyla "demokratik olmayan" ticari salonların doğasına yaklaşırdır.

Yine de Armutçuk'ta sinemaya ulaşmanın, ticari salonlara göre daha kolay olduğu söylenebilir. Armutçuk'ta yürütülen sözlü tarih görüşmelerinin çoğun-

luğunda sinema, “olağanüstü” bir deneyim olarak değil sıradan bir deneyim olarak anımsanmıştır. Oysa sinemayı kültürel ve toplumsal bir deneyim olarak ele alan diğer çalışmalardaki sözlü anlatılarda, sinema anılarının “büyülü, sıradışı ve ulaşılmaz güç” yanının sıklıkla vurgulandığı görülmektedir. Söz gelimi, Çanakkale’de seyircilerin heyecanla, “mabede” gider gibi, türlü hazırlıklar yaparak sinemaya gitmesi (Akbulut, 2014, s.7) Giresun’da sinemanın perdesinin açılışının bile seyirlik bir olaya dönüşmesi, seyircide büyük bir heyecan yaratması, uzak köylerden sinemaya gelebilmek için yaşanan zorlu deneyimler, sinema perdesindeki filmi görebilmek için sinemanın yakınlarındaki evlerin balkonlarında buluşmak, okuldan kaçarak sinemaya gitmek (Özsoy, 2023) gibi seyir deneyimleriyle yeni sinema tarihi araştırmalarında sıklıkla karşılaşılır. Armutçuk’ta ise sinema, kamu hizmeti felsefesine bağlı biçimde, kolektif yararın hedeflendiği bir yaşamın parçası olarak EKİ üyelerine sunulan; eğitim, kültürel gelişme, eğlence gibi amaçlarla organize edilen bir araçtır, gündelik ve sosyal hayatın bilindik bir parçasıdır. Bu anlamda, Armutçuk Özel Ortaokulu’nda okuyan EKİ çalışanlarının çocukları için ücretsiz olan sinema salonu, eğitim hayatının bir parçasıdır. Çocukların sinemaya gitmesi öğretmenleri tarafından teşvik edilir (M. Hamdi Kalyoncu, 1958, Görüşme Tarihi: 23.02.2022). Bununla beraber, “ticari salonlar” bağlamıyla sinema, kültürel yapıyla ilişkili olarak kimi zaman ulaşılmazı daha zor bir deneyimdir. Söz gelimi, kültürel yapıya bağlı olarak kadınların sinemaya gitme deneyimi, “geleneksel yapıyla” uyumlanarak dönüşür; kimi zaman engellenir. Taşradaki salonlarda, kültürel yapının sinemaya özgü bir habitus yaratarak sinema deneyimini şekillendirdiği “kadınlar matinesi” uygulaması bunun en açık örneklerindedir. Sinema bu anlamıyla, mekânsal rasyonelliğinin ötesine geçerek farklı yerelliklere uyumlanır, kadınların ve erkeklerin sinemaya gitme pratikleri, sinema salonundaki davranışlar gibi pek çok konu yerele özgü dinamiklerle harmanlanır ve sinemaya dair bir habitus ortaya çıkar (Özsoy, 2021, s.124). Örneğin kadınlar erkeklerin denetiminde (Duyan, 2023, s.332) ya da aile büyüklerinin gözetiminde sinemaya gider (Yücel, 2022, s. 16). Tam da bu nedenle kâr amacı güden ticari sinema salonları, bilhassa sinemaya bedava girmek için ya da sinemada flört edebilmek için geliştirilen çeşitli taktiklerin ve stratejilerin mekânıdır (Öztürk, 2013, s. 22). “Düş şatoları” olarak ifade edilen ticari sinema salonlarının aksine, Armutçuk’taki sinema salonları, sosyal hayatın neredeyse zorunlu bir parçası olarak daha “sıradanlaşmış bir rutin” olarak yer etmiştir. Sinema salonlarında, bilet parası ödememek için geliştirilen taktikler ya da kadınların sinemaya gitmesi konusunda yaşanan kültürel yapıya ait kalıplar etrafındaki pratikler bu salonlarda çoğunlukla kendine yer edinmez. Zira, sinema, KİT’lerin felsefesine uygun olarak Armutçuk’ta hem ekonomik açıdan kamu yararı ilkesi hem de kültürel açıdan modernleştirici bir misyonla organize edilir. Bölgenin özgün yanlarından bir diğeri, modernleşme ve işgücü verimliliği hedeflenerek inşa edilen “Armutçuk İşçi Sineması”dır. Bu sinema, KİT’lerin hedefleri arasında değerlendirilen “ideolojik” ve “sosyal” hedeflerle organize edilirken; üretimdeki verimliliğin artması gibi konular bağlamıyla doğrudan “ekonomik” hedeflerle ilişkilidir¹¹. Armutçuk İşçi Sineması, işçilerin modernleşmesi,

11 KİT’leri oluşturan nedenler için bkz. Kocagil, 1989, s. 5.

eğitilmesi, disipline edilmesi gibi amaçların yanı sıra “popüler kültürü” yeniden üretecek popüler nitelikteki filmlerin gösterimi ve çeşitli eğlenceler için de kullanılmaktadır.

Armutçuk’un Bilinen İlk Sineması: Eski Sinema

Sözlü tarih görüşmelerine göre, Armutçuk’ta bilinen ilk sinema yirminci yüzyıl başlarına dayanır, bölgenin bilinen ilk sineması Eski Sinema’dır.

Tam olarak ne zaman, kimler tarafından inşa edildiği net olmayan bu sinemanın belirli bir adı yoktur. Bölgenin bilinen en eski sineması olduğundan Eski Sinema olarak anılır¹².

Saha araştırması sırasında, bu sinema ziyaret edilmiş, incelenmiş ve sinemanın fotoğrafları çekilmiştir. Günümüzde metruk haldeki sinema, iki katlıdır. Balkonun da yer aldığı sinemanın üst katı makine dairesidir, alt katı ise seyircilerin film izlediği salondur. Kültürel miras kategorisinde değerlendirilebilecek bu sinema salonu, balık oymalı tuğlalarla inşa edilmiş, zeminde renkli taşlar kullanılmıştır. Sinema salonunun bir tarafında, bölgedeki yabancı yatırımcıların yaptırdığı eski bir kilise, diğer tarafında EKİ mensubu ailelerin çocukları için hizmet veren Taş Mektep olarak anılan, şimdilerde yıkıntı halde bir okul vardır.

Resim 1: Fotoğraflar yürütülen saha araştırması sırasında 23.02.2022’de kayıt altına alınmıştır. İlk fotoğrafta görüşmecilerden biri olan, bölgede yaşamış maden çalışmanı yer almaktadır.



12 Ekrem Murat Zaman, İtalyanlar zamanında inşa edildiğini ifade etmiştir.

Resim 2: Eski Sinema'nın fiziki bütünlüğünün henüz tamamen bozulmadığı hali konu edinen bir fotoğraf. Ekrem Murat Zaman tarafından 06.09.2023 tarihinde çalışmada kullanılmak üzere paylaşılmıştır.



Sözlü tarih görüşmelerine göre bu sinemanın, 1950'li yıllara kadar aktif olarak işlediği anlaşılmaktadır. Saha araştırması sırasında, 1953 yılında bu sinema salonunda çekildiği tahmin edilen bir fotoğrafa ulaşılmıştır. Bu fotoğraf, sözlü tarih görüşmelerinin katılımcısı olan Ömer Korhan Us'un aile arşivine aittir. Aşağıda yer verilen fotoğraf (Resim 3), Us'un annesinin düğün törenini konu edinmektedir.

Resim 3:



Bu sinema, daha sonra, 1960'lı yılların başında, Armutçuk Özel Ortaokulu'nun sınıf şubelerinden birine dönüştürülür. Kısa bir süre, bu okulun şubesi olarak kullanılır:

Biz ilkokul, ortaokul birinci sınıftayken orası okuldu, okulun C şubesiydi (...) Evet. Onu biz yaşadık. Benim arkadaşlarım orada, biz asıl okuldaydık (...) C Şubesi de orasıydı. Ancak orası sonra böyle iyice eskimiş, çökme tehlikesi falan olunca ikinci sene orayı kapattılar, bizi de ortaokulu da oradan kapatıp, yukarıya ilkokula geçtik (...) oralar depo olarak kullanıldı (...) Sinemaya dair iz yoktu (...) makine dairesine çıkan merdivenler vardı (Ömer Korhan Us, 1955, Görüşme Tarihi: 22.02.2022)

Çökme tehlikesi olan Eski Sinema, daha sonra maden ocaklarında çalıştırılan "katırlar"ın beslenmesi için kullanılan samanların muhafaza edildiği bir depoya dönüştürülür:

Ocakta çalışan katırlar vardı, katır bildiğin, katır. Bayramlarda bir tek dışarı çıkardı mesela katır kömür çekmek için o da herhalde 2000'de felan hepsi bitti değil mi, bir tek bayramda üç günlüğüne dört günlüğüne katırları dışarı çıkarırlardı yani gün görmezdi hayvan çıkardı ocaktan... samanları orada depolanırdı (Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi: 23.02.2022).

Yayla Sineması ve Sinemanın Sosyal Bir Hak Olarak Deneyimlenmesi

Hamit Kalyoncu, *Kömürde Açan Çiçek* (2005, s. 183) adlı araştırmasında lojmanlardan okullara, sosyal tesislere, ucuz alış-veriş yapılabilen Ekonoma adındaki marketlere kadar birçok konuda gündelik yaşamı kolaylaştıran ve maden çalışanlarına konforlu bir hayat sunan EKİ'nin, Zonguldak'ta "bir imparatorluk" gibi olduğunu söyler.

Yabancı sermayenin etkinliğinin artırıldığı 1950'li yıllarda, tüm EKİ'de olduğu gibi Armutçuk'ta da konut alanlarından sinemaya kadar pek çok yeni yaşam alanı inşa edilir. Esasında, Demokrat Parti'nin iktidara geldiği 1950'li yıllarda, öncelikli hedef KİT'lerin özelleştirilmesi, ülkede bunu karşılayabilecek özel sermaye olmadığından yabancı sermayenin ülkedeki etkinliği artırılır, KİT'ler üzerindeki siyasi baskı güçlenir, kontrolsüz istihdam yaratılır, sübvansiyon oranları artar ve yöneticiler sık sık değiştirilir (Kocagil, 1989: 12).

1950'li yıllarla birlikte EKİ'de, Yugoslav bir firma olan *RAD Firması*'na 1020 adet konut daha inşa ettirilir. Bu konutlar, maden çalışanlarının barınma ihtiyaçlarını karşılamayı hedeflemektedir (Terzi, 2016, s.104).

Resim 4: EKİ'deki lojmanlardan bir görünüm. Fotoğraf, Aşağı Kandilli Facebook Grubu'ndan alınmıştır.



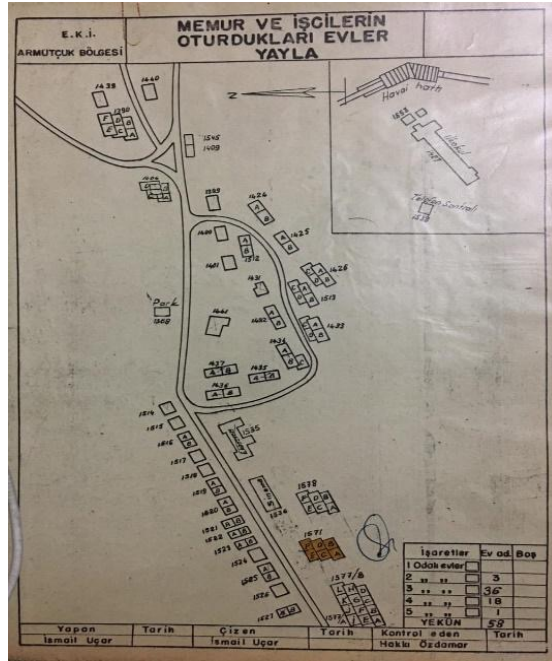
Armutçuk'ta RAD Evleri'nin inşa edilmesiyle, daha önce Aşağı Kandilli'de olan yaşam alanları da RAD Evleri'nin bulunduğu bölgeye taşınır. Bu bölgede bir sinema salonu daha yaptırılır. Bu sinema salonu, 1950'lerle birlikte daha lüks ve orta sınıf yaşam biçimlerine göre dizayn edilmiş ve sakinleri çoğunlukla orta ve üst sınıf olan Yayla Mahallesi olarak bilinen yüksek bir bölgede inşa edilmiştir ve bölgedekiler tarafından "tepedeki sinema ya da Yayla Sineması" olarak anılır.

Bir görüşmeci Yayla Sineması'nı anlatırken bölgedeki dönüşümü şöyle ifade etmiştir:

Bizim servislerimiz, bedavaydı, sinema da bedavaydı... deniz kenarında sinema vardı. (...) yerleşim Aşağı Kandilli'deydi tamamen, daha sonra RAD Evleri, Kandilli başı evleri yapıldıktan sonra Aşağı Kandilli'deki yukarı yapılan evler yeni olduğu için Aşağı Kandilli'den yukarı taşınıldı, yukarı hastane yapılıyor, yukarıya yeni kuyu, atölye yapılıyor (Eyüp Bektaş, 1950, Görüşme Tarihi: 22.02.2022)

Yayla Sineması'nın bulunduğu yerde, sosyal haklar kapsamında organize edilen spor sahaları, okul ve çeşitli sosyalleşme alanları ile çalışanların ucuz alışveriş yapabilmesi için EkonoMa adında bir market bulunmaktadır.

Resim 5: Belge Salim Çalık'a aittir. İlgili belge SEKA'ya gönderilmek üzereyken Çalık tarafından saklanmış ve bu çalışmada yer alması için Çalık tarafından 07.03.2022 tarihinde paylaşılmıştır.



Resim 6: Ekonoma, Fotoğraf Aşağı Kandilli Facebook Grubu'ndan alınmıştır.



Sözlü tarih görüşmecilerinin hemen hepsi, sinema anılarını anlatırken kamusal faydayı esas alan sosyal tesislerden sıklıkla söz etmiş ve bölgedeki gündelik hayatın ne denli renkli olduğunu vurgulamışlardır. Babası bölgede atölye şefi olarak çalışmış bir görüşmeci, şöyle söylemiştir:

Hem de biz dubleks evlerde oturduk düşünebiliyor musunuz? Seneler önce... Harika evlerde. Bahçeli... Özel. Bahçelerimizi yapmaya gelirdi bahçıvanlar, öyle güzel bir yerdi. Sinemaların en yeni olanları hepsi gelirdi bizim oraya. Sonra o sinema binasında, düğün, nişan, her şey olurdu. Tam teşekküllü bir yerdi. Benim nişanım bile orada oldu Paralı değildi ki, bizim işletme (...) hep şeydi ya bizim bak evlerde ücretsiz oturuyorduk. (...) Bakın sinema ücretsiz, evlerimiz öyle, elektrikleri bile ücretsizdi, hep işletme mensuplarına tabii (Nesrin Belet, 1950, Görüşme Tarihi:22.02.2022).

Görüşmelerin tamamında öne çıkan en önemli vurgulardan birinin; bu sinemalar sayesinde işletme çalışanlarının ve ailelerinin; kültürel ve sosyal açıdan kendilerini geliştirme, başka dünyaları keşfetme olanağı bulmasıdır. Yüz yüze görüşmeden sonra, görüşmecilerden Sezgin İbik; 02.07.2023 tarihinde, WhatsApp yoluyla, yazılı mesaj olarak aktardığı EKİ'deki sinema deneyimini şöyle ifade etmiştir:

"Kandilli'de sinemada çocukken izlediğim ve çocuk dünyamda zihinsel sıçrama yapan filmin ismi "A Space Odyssey" Stanley Kubrick'in filmi. (...) Filmin Kandilli'de gösterilmiş olması çok büyük bir şey"

Yürütülen sözlü tarih görüşmelerinde, Armutçuk'ta idare amiri olarak görev almış bir görüşmeci, Armutçuk'taki ve tüm EKİ'deki sinema salonlarında, genel kültür seviyesinin artırılması, yabancı dil bilgisinin geliştirilmesi gibi amaçlarla UNESCO'dan gönderilen yabancı filmlerin gösterildiğini ifade etmiştir. Görüşmeciye göre, 1970'li yıllara kadar salonlarda gösterilen filmlerin hemen hepsi yabancı filmlerdir. 1970'li yılların ortaları ile birlikte, bölgeye göç eden sosyokültürel düzeyi düşük maden çalışanlarından gelen yoğun talepler neticesinde, Yayla Sineması'nda Türk filmleri de vizyona girer. Neticede yabancı filmleri izleyebilmek için, hem gelişkin film kültürüne sahip olmak hem de akıcı biçimde okuma yazma bilmek gerekmektedir. Bu filmler, EKİ'deki çalışanlara ücretsiz olarak gösterilir. Türkiye'deki sinema pazarından tedarik edilen Türk filmlerinin gösteriminde ise, temsili de olsa çok düşük ücret alınmaktadır (Sözlü Görüşme, Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi: 17.03.2024)¹³.

13 Zonguldak'la ilgili çalışmalar yürüten, yerel tarihçi Ekrem Murat Zaman (Görüşme Tarihi, 25.03.2024) ise, UNESCO'nun İnsangücü Eğitim Müdürlüğü ile birlikte çalıştığını, işçiler için eğitici filmler ürettiğini ancak "vizyondaki yabancı filmler" in DAR Film Şirketi'nden temin edildiğini ifade etmiştir.

14 Kalafat'ın görüşmede bahsettiği filmlere ve gösterim pratiğine dair henüz herhangi bir belgeye ulaşılamadığı belirtilmelidir, devam eden saha araştırmasında konu üzerinde durulmaktadır.

Cihat Kalafat (1950, Görüşme Tarihi: 17.03.2024) Armutçuk'ta gösterilen filmlerle ilgili şöyle söylemiştir¹⁴:

Ben personelde çalışıyordum, idare amirliği yaptım. İdare amirliği şöyle sosyal işler şube müdürlüğü şeyinde, makamı sayılır yani (...) Bir dönem de sendikacılık hayatım oldu (...) 75'te EKİ'de başladım. Şimdi bakın bizim sinemalar, haftada iki defa iki tane film gelir. Pazartesi salı akşamı biri oynar, perşembe cuma akşamı biri oynardı. Bunlar UNESCO'dan gelirlerdi. Birleşmiş Milletler Eğitim Fonu'ndan gelirdi bu filmler. Alt yazılı İngilizce olurdu, İngilizce alt yazılı Türkçe olurdu (...) yani İngilizce eğitimi gelişsin amaçlı gönderilen şeylerdi, filmler yani (...) Orijinal geliyordu bu filmler, alt yazılı zaten. İngilizce öğrenmelerimizi teşvik amaçlı yapıldı bu filmler yani. Milli Eğitim Komisyonu 49 yılında bir şey imzalama var ya. Amerikaylan bir şey mutakabatımız var ya hani eğitim sistemiyle ilgili onun içinde dahi var bu maddeler yani (...) Türk filmleri paralı, onlar sonradan (...) halkın isteği üzerine. Eskiden yerleşim sadece lojmanlar vardı, sonradan 73'ten sonra sivil yerleşimler de çoğalınca (...) evler mevler, gecekonduyar çoğalmaya başlayınca halktan bir talep, istek geldi yani. (...) Yabancı film değil de yani bir yerli film olsa biz de seyretsek diye yani. Onlara da hitap edebilmesi için çarşamba günleri ve cumartesi günleri yerli film, onlar ücrete tabi (...) Onlar sosyal fonla değil.

Yayla Sineması'nda, UNESCO eğitim fonundan gelen yabancı filmlerden 70'lerden sonra da ücret alınmamıştır (Sözlü Görüşme, Cihat Kalafat: 23.05.2024).

Buna karşın, görüşmecilerin çoğu, sinemayı tamamen ücretsiz bir deneyim olarak anımsamıştır. Bu durum, sinema biletinin "fazlasıyla ucuz olması"yla ilişkilendirilebilir. Bununla beraber, EKİ çalışanlarının çocukları, bölgedeki sinema salonlarından her zaman ücretsiz olarak yararlanabilmişlerdir. Dahası, uzak yerlerde olan çocukların sinemadan yararlanabilmeleri için EKİ'ye bağlı servisler hizmet vermiştir.

Armutçuk'ta yürütülen sözlü tarih görüşmelerindeki dikkat çekici konulardan biri, görüşmecilerin anılarında sinemanın "büyülü" bir atmosferle değil sıradan bir rutin olarak yer etmesidir. Armutçuk'taki görüşmecilerin anlatılarında, sinemanın cümbüşlü, keyifli dünyası ifade edilmiş ancak sinema salonlarına yönelik anlatılar çoğunlukla "sıradanlık"ı işaret edecek şekilde bölgenin renkli dünyası içinde dillendirilmiştir. Bir görüşmeci, "olağan bir rutin" haline gelen sinemayı şöyle anlatmıştır:

Sinema devamlı elimizin altında olduğu için o kadar da büyük bir olağanüstülük hissetmezdik çünkü her zaman gittiğimiz normal bir

sosyal faaliyetti. (...) Doktor Jivago filmi ilk defa Kandilli’de oynamıştı. Çünkü EKİ aracılığıyla en son vizyon filmleri EKİ’ye gelirdi (Ömer Korhan Us, 1955, Görüşme Tarihi: 22.02.2022).

Armutçuk Özel Ortaokulu ve sinema arasındaki ilişki, eğitimi ve kültürel gelişimi destekleyecek şekilde yürütülmektedir. Bu anlamda, hem EKİ mensubu ailelerin çocuklarının kültürel ve sosyal konulardaki gelişimini desteklemek hem de aşı, hastalık gibi konularda çocukların bilinçlenmesini sağlamak adına sinema salonundan sıklıkla yararlanılmıştır. Yayla Sineması’nda, çocukların eğitilmesi için sağlık konulu propaganda filmleri de gösterilir:

Okulda eğitici filmler, şeylerde TTK Sinemasında ya da dışarıdaki özel sinemada gündeme girmiş vizyondan çıkmış sinemalar (...) Genelde mesela çiçek aşısı yapılıyordu, kızamık aşısı yapılıyordu, onları anlatan, korkulacak bir şey olmadığını gösteren, koruyucu şeyleri olan, insan vücuduna antikor geliştiren şeyler olduğu anlatılırdı çocuklara, çocuklar da korkmazdı zaten (Mehmet Yavuz, 1962, Görüşme Tarihi: 23.02.2022).

Sinemada, hafta sonları çocuklar için film gösterimleri düzenlenir. Çocukların sinemaya gitmesinin teşvik edildiği Armutçuk’ta sinema, “okuldan kaçıp gizlice gidilecek” bir yer olarak değil, okul etkinliği olarak sinemaya gitmek” şeklinde hatırlanır. Babası “soğuk demirci” olarak EKİ’de çalışan, sonradan kendisi de EKİ’de “lamba bakımcısı” (madenci başlıklarındaki lambaların bakımı) olarak çalışan görüşmeci, çocukluğunda sinemaya gitmeyi “mecburiyet” temelinde değerlendirmiştir:

Yani Kandilli’de biz doğduğumuzda sinema vardı. Ereğli’de bir sinema varken Kandilli’de dört tane sinema vardı. TTK Sineması vardı (...) TTK’nın sinemasına, okul olarak giderdik. Okul olarak gittiğimiz için her pazar günü orada bize bir film oynatılırdı. (...) Ya çocukluk işte her hafta sonu mecbur giderdik (M. Hamdi Kalyoncu, 1958, Görüşme Tarihi: 22.02.2022)

Saha araştırması sırasında, şimdiki adı Armutçuk Madenci İlkokulu olan okul ziyaret edilmiş ve okul müdürünün izni ile okulun fotoğraf arşivi incelenmiştir. Arşivde, Yayla Sineması’nda gösteriminin yapıldığı tahmin edilen, bölgede çalışan ailelerin çocukları tarafından sahnelenen tiyatro oyunlarına dair fotoğraflara ulaşılmıştır. 1965 yılı notu ile bir zarfta bulunan bu fotoğraflardan birine aşağıda yer verilmiştir.

Resim:7



Yayla Sineması'nda film izleme etkinlikleri ile beraber konserler, tiyatro oyunları, halk oyunları, dikiş kurslarının sergisi gibi etkinlikler yapılır. Bu etkinlikler, kamusal fayda esas alınarak düzenlenir. Sinema, dar gelirli işletme ailelerinin çeşitli ev aletlerine sahip olabilmesi için "açık artırım"lara da sahne olur. Babası, EKİ Armutçuk'ta malzemelerin getirilip götürülmesinde "ağırlıkçı grubu"nda çalışan Özdemir Aslan (1966, Görüşme Tarihi: 23.02.2022) şöyle söylemiştir:

Bu resmi, tam tarihini hatırlayamıyorum ama dikiş kursunun eğlencesinde babam annem ve komşularımızla beraber gitmiştik. Orada bir etkinliğe katılmıştık. O etkinlikte işte dikiş kursunda yapılan işlerin sergileri yapıldı aynı zamanda da yarışmalar... en önemlisi de günümüzün en değerli eşyalarından, o zamanki elektrik süpürgesi hatırladığım, elektrik süpürgesini açık artırmayla, yani zaman ayarlı bir saat ayarlıyorlardı, işte yirmi dakika yarım saat o arada işte insanlar para veriyordu, on lira beş lira... o saat çalarken o parayı en son veren kimse, o hediyeyi de o alıyordu

Resim 8: Yayla Sineması'nda açık artırım. Fotoğraf Özdemir Aslan'ın kişisel arşivinden alınmıştır.



Yayla Sineması'nın Seyirci Kitlesi ve Toplumsal Tabakalaşma: Madenciler, Beyaz Yakalılar, Köylüler ve Kentliler

Yani zencilerden beyazlar gibi... Kızilderililerden şeyler, Amerikalıların yerlileri gibi, yani orası öyle gelirdi bize¹⁵

EKİ'nin en batısında bulunan Armutçuk'ta, 1960'lı yıllarda on dört mühendis ve bin sekiz yüz elli bir işçi çalışmıştır¹⁶. Armutçuk'ta, madenciler; ustabaşı, teknisyen gibi kalifiye işçiler ve memur, amir, mühendis gibi beyaz yakalı çalışanlar istihdam edilmiştir. Armutçuk'taki sinema salonları, istihdam edilen bu kozmopolit nüfusa seslenir.

Armutçuk'taki kozmopolit nüfusun, kamusal fayda amacıyla inşa edilen yaşam alanlarını nasıl deneyimledikleri kültürel ve ekonomik sermayelerine göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle, EKİ, çalışanların sahip olduğu sosyal hakların önemi kadar; "EKİ bürokratları", "keskin hiyerarşi" "kast sistemi" gibi ifadelerle hem bu araştırmadaki sözlü görüşmelerde hem de kimi çalışmalarda "toplumsal tabakalaşma" etrafında ele alınmıştır. Erol Çatma (2014, s.18), *Kömür Tutuşunca*'da bu toplumsal tabakalaşmadan şöyle bahseder:

Kanıksanmış bir konfor; ev ev değil saray yavrusu! Yok yok içinde...A tipi konut derler bunun adına. Laf mı yani, bir gören parmağını ısırır. Genel müdür ve yardımcılılarıyla, yüksek mühendisler sekiz on odalı

15 Görüşmecilerden, M. Hamdi Kalyoncu'nun ifadesi.

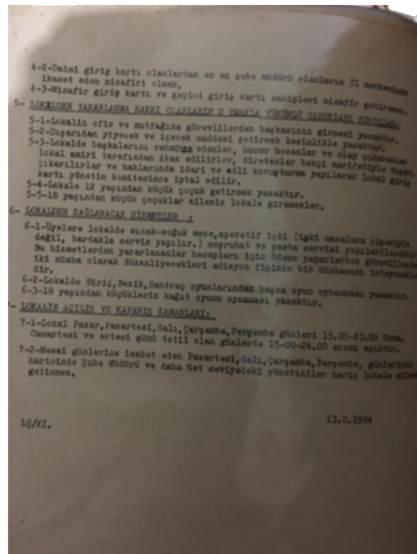
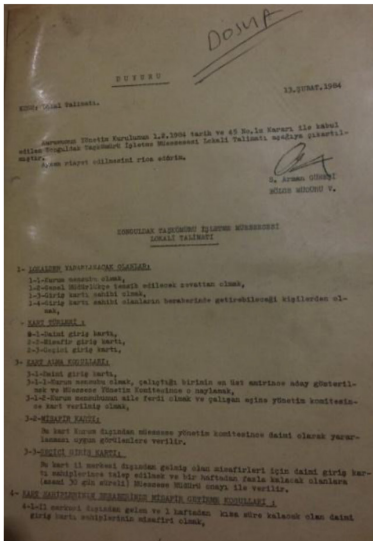
16 1967 Zonguldak İl Yılığ, s. 373.

işte bu A tipi köşlerde oturur. Diğer mühendisler ve doktorlar içinse, C tipi evler uygun görülmüştür. (...) Sonra küçük memurlar için yapılan konutlara sıra gelir. Onların konut hiyerarşisindeki yeri D ve K tipi olarak tarif edilir. (...) Deniz Kulübü de öyledir ve müdavimleri seçkindir. Güzel giyimli kadınlar ve erkekler buraya caz dinlemeye gelir. (...) Ancak kurum bünyesinde çalışan herkes yararlanamaz bu hizmetten bürokrat kesime mensup olmak gerekir.

Çatma'nın ifadeleri (2014, s.18-19) doğrultusunda EKİ'deki sosyal hayatın bir hiyerarşi temelinde, "yüksek mühendisler ve genel müdürler" lehine deneyimlendiğini görmekteyiz. Çatma (2014:18-19), madencilerin ya da düşük ücretle çalışan memurların, aidat ödeseler dahi belirli kulüplere kabul edilmediklerini, sonradan bu katı hiyerarşinin esnetildiğini söyler.

Armutçuk'taki lokallerin kullanımında da "Yönetim Kurulları"nın inisiyatifine bırakılan uygulamalarla üretilen bir hiyerarşi söz konusudur. Saha araştırması sırasında ulaşılan 13 Şubat 1984 tarihli Zonguldak Taş Kömürü İşletme Müessesesi'ne ait bir belgeye göre, Armutçuk'taki lokalden yararlanmak için "birimin en üst amirince aday gösterilme" şartı aranmaktadır. Dahası, lokalde hangi masa oyunlarının oynanacağı kurullarla belirlenmiş, lokale ailesiz girmeme şartı konmuş, ancak bu şartın üst düzey yöneticiler ve müdürler için geçerli olmadığı belirtilmiştir.

Resim 9: Bu belgeye Salim Çalık aracılığıyla ulaşılmıştır. İlgili belgeler SEKA'ya gönderilmek üzereyken Çalık tarafından saklanmıştır. Çalık'ın izni alınarak belgeye çalışmada yer verilmiştir.



Yürütülen saha araştırmasına göre, Armutçuk'ta yer alan sinema salonlarının, belirli kesimler lehine kullanılmasıyla ilgili "yazılı kurallar"dan çok, pratikte eşitlikçi olmayan şekilde deneyimlendiği anlaşılmaktadır. Sinema salonları, fiziki açıdan, lokaller ya da konutlarda olduğu gibi sosyal statülere göre ayrılmaz; nitekim bölgede aileyi merkezine alan tek bir sinema salonu, Yayla Sineması yer almaktadır.

Bununla beraber, Armutçuk'taki sinema salonları, mimari anlamda eşitlikçi bir yapıyı işaret edecek şekilde, locasız olarak anımsanmıştır:

Kandilli'de vardı üst katı fakat isteyen herkes gidebilirdi. Ayrım yoktu. (...) loca değildi, üst katı vardı (Nesrin Belet, 1950, Görüşme Tarihi: 22.02.2022).

Buna karşın, 1970'li yılların başlarına kadar, Armutçuk'ta seyirci kitlesinin sosyokültürel niteliğinin, sinema salonunda görevli olan EKİ çalışanlarınca resmi olmayan, ancak statüye bağlı güce dayanarak korunduğu söylenebilir. Armutçuk'ta şef olarak çalışmış Cihat Kalafat'ın (Görüşme Tarihi: 17.03.2024) sinema salonunun kullanımını konusundaki aktarımları bu anlamda dikkat çekicidir. Cihat Kalafat, 1970'li yılların başlarına kadar, salonları kullanabilme hakkının çoğunlukla lojmanlarda yaşayanlara tanındığını ifade etmiştir. EKİ'de lojman hakkına sahip olabilmenin koşullarından biri kalifiye eleman olmaktır. Alt yazılı yabancı filmlerin gösterildiği 1970'lerin başlarına kadar olan dönemde, sinema salonu, lojmanlardan yaşayan "okumuş kesimin" lehine kolektif bir ön kabul, sosyokültürel anlamda gelişkin bir izleyici kitlesinin kullanımına açılmak istenmiştir. Lojmanlarda yaşayan nüfusun önemli bir kısmını oluşturan tornacı, usta başı, çavuş, nezaretçi gibi kalifiye işçiler de bu kitleye dahil edilmiştir. 1970'li yılların ortalarında beyaz perdede Türk filmlerinin de yer aldığı dönemde bu durum esnetilmiştir (Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi: 17.03.2024).

Cihat Kalafat (Görüşme Tarihi: 17.03.2024) sinema salonunun nasıl organize edildiğini şöyle anlatmıştır:

75'ten itibaren gelmeye başladı (Türk filmleri). 73'te gecekondulaşma başladı ya, halk biraz nüfus fazlalaşınca biraz tabaka farkı biraz eğitim farklılaşmaya başladı. Göç başladı daha doğrusu. O göçten dolayı isteği karşılamak amacıyla o filmler geldi 75 yılından sonra yani. (...) Kömürde çalışan düz işçiler falan pek yoktu (lojmanlarda). (...) 1970'lerden sonra yavaş yavaş onlar da lojman almaya başladılar. (...) Lojman sayısı 490. Bunun memuru var, mühendisi var, öğretmeni var, şeyi var amiri var, atölye şefleri var, bayağı şeyler var sırada, anca onlara yetiyordu yani. Onlardan boşalacak ki üç beş tane işçi... ha onlar da işçi statüsünde, bu, 490 kişinin en az 300'ü işçi, ama kalifiye işçi. (...) Bir puanlama sistemi vardı lojmanda. (...) Bizim bir tane kapıcımız vardı, herkesi tanırdı böyle. O hafta içindeki o alt yazılı filmlere sadece lojmanlarda oturanlar gelebilirdi yani. Ondandır

sonra halka Türk sineması açıldı yani. (...) Biraz gelmek istemedikleri (için) biraz da alınmıyordu yani. Onu, artık o da (işçi de) biliyordu alınmayacağını veyahut da kapıcı da onun şey olduğunu, etiketini bildiği için yani belirli bir düzeyde (Cihat Kalafat, 1950, Görüşme Tarihi: 17.03.2024).

Bu anlamıyla “toplumsal tabakalaşma”nın Armutçuk’taki seyir deneyiminde etkili olduğu söylenebilir. Sinema salonu özelinde bu durum, kamusal faydayı esas alan kamu politikaları ile gündelik hayatın kendi kanıksanmış güç ilişkileri arasındaki paradoksa işaret etmektedir. Bu anlamda, Bourdieu’nun (1995) sıradan insanlar arasındaki güç ilişkilerini ve tahakküm biçimlerini tartışırken kullandığı, bireyin hem ailesinden miras edindiği hem de kendi çabalarıyla oluşturduğu sosyokültürel düzeyi ile eğitim durumunu ifade eden “kültürel sermaye” ve bu sermayeye bağlı olarak gündelik yaşamda gelişen güç ve tahakküm ilişkilerini ortaya koymak için kullandığı “simgesel şiddet” kavramları, Armutçuk’un özgün koşullarında açık bir şekilde izlenebilmektedir. Bourdieu’ya göre (1995: s. 189) simgesel şiddet, öznelerin toplumsallaşması sürecinde gelişen, kolektif beklentilerle, önceden toplumsal olarak mutabakata varılmış, eyleyiciler tarafından yeniden üretilen, ilk bakışta “itaat” olarak anlaşılmayan pratiklerle sürdürülür. Bourdieu (1995: s. 22), kültürel sermayenin dağılımını tartışırken, serbest meslek sahipleri, patronlar, akademisyenler gibi görece güçlü sermaye yoğunluğuna sahip kişilerin, vasıfsız işçiler gibi ekonomik sermaye yoğunluğuna en az sahip olan kesimlere göre kültürel sermaye açısından daha yoğun birikime sahip olduğunu söyler. Bu çerçevede, sinema salonunun kullanımındaki bu eşitsizlikler, bir tarafıyla sınıfsaldır diğer tarafıyla statüyle ilişkilidir. EKi’deki sinema deneyiminde, “diplomalılar ile diplomasızlar” “yüksek mühendisler” ile “ilkokul mezunları” ya da “eli kalem tutanlar ile tutmayanlar” arasında yaşanan “tepkisiz”, “kendiliğinden gelişmiş” bu durum, toplumsal tabakalaşmanın gündelik yaşamda nasıl meşrulaştığına dair önemli veriler sunmaktadır.

Öyle ki babası madende çalışmak üzere Zonguldak’a göç eden bir görüşmecinin sinema anılarında, Yayla Sineması, “elit sinema” ya da “memur sineması” olarak yer etmiştir. Görüşmeci, sinemanın nüfus yoğunluğuna bağlı olarak bu şekilde ayrıştığını ifade etmiştir:

Babam askerden sonra gelmiş buraya babam 28 doğumlu, yani nüfus kâğıdına göre, ama 30 31’li falandı, çünkü yaşını büyütmüşler askere almak için. 1955’lerde falan gelmiş buraya. (...) Elit yani... işçi sineması vardı memur sineması vardı burada. Memur Sineması buradaydı, yani... çünkü nüfus o kadar kalabalıktı ki... almazdı ki sinemayı... onun için bölerler... (Mehmet Yavuz, 1962 doğumlu, Görüşme Tarihi: 23.02.2022).

Resim 10: Bu fotoğraf Armutçuk'taki Yayla Sineması'nda çekilen bir videodan alınmıştır. Videodan alınan bu görsel Ekrem Murat Zaman tarafından, çalışmada kullanılması amacıyla 07.09.2023 tarihinde paylaşılmıştır.



Sinema salonunda, sosyal statülere bağlı olarak yaşanan bu durum, bazı sözlü tarih görüşmelerinde sıklıkla dillendirilmiştir; özellikle de kırsal kesimlerden Armutçuk'a göç ederek, maden kuyularına yakın bölgelere yerleşen madencilerin ve onların çocuklarının sinema anılarında yer etmiştir. Böylesi yerleşim yerlerinden biri olan, Yayla Sineması'na yakın bir yerde konumlanan Geyikbeli'nde yaşayan işçi çocuklarının sinema anılarında, Yayla Sineması, dışlanma, ötekileştirilme gibi olumsuz duygularla anımsanmıştır. Bu muhitte yaşayan görüşmecilerden Sezgin İbik (Görüşme Tarihi: 23.02.2022), madenci çocuklarının belirli seanslara girmek istemeleri halinde, kötü muamele ile karşılaştıklarını ifade etmiştir. Esasında Yayla Sineması'nda, akşam seanslarına girmek genelde tüm çocuklar için yasaktır. Ancak görüşmeci, bazı sinema çalışanlarının, bu yasağı "yukarıda yaşayan" (Yayla Mahallesi'nde) ailelerin çocukları lehine görmezden geldiğini söylemiştir:

Yayla dediğimiz yere doğru olanlar, oturanlar için, ağırlığı da mühendis memur ya da şef düzeyinde, müessesede yönetici pozisyonunda olan, onlara akşam dokuzdan sonra olurdu. Onlar eşleriyle, çoluk çocuğuyla falan giderdi. Mesela biz onlara giremezdik (...) Dövüldük. Bugün görüşme yaptığınız (...) abi var ya¹⁷, onun çok tokadını yemişimdir ben. (...) bizim giremediğimiz zamanlarda mesela onların çocukları girebildi. Böyle bir şey de vardı. Ama kesinlikle burada sinemaya gitmemiş hiç kimse yoktur yani (Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi: 23.02.2022)

Bununla beraber, ismini vermek istemeyen beyaz yakalı bir çalışanın çocuğu, bölgede insanların statülerine bağlı olarak hissedilen ayrımcılığın, sinema alanında da yaşandığına tanık olduğunu "utanarak" ifade etmiştir. Lojmanlarda yaşamayan, sosyoekonomik düzeyleri düşük ailelerin çocukları, basketbol, tenis ya da futbol sa-

17 Bir dönem Yayla Sineması'nda görev alan EKİ çalışanı.

halarını kullanmak konusunda, kendilerini rahat hissedemediklerini, kimi zaman bu spor sahalarını kullanmak istediklerinde yazılı olmayan, ancak kanıksanmış davranış kalıplarına uygun olarak, bir görüşmecinin tabiri ile kimi zaman “sessiz sözleşme” uyarınca engellendiklerini anımsamışlardır. Bu çerçevede, lokallerin kullanımını da değerlendiren bir görüşmeci, babalarının düzenlenen gece kutlamalarına kesinlikle gidemediklerini, buna karşın madenci çocuklarının tören yürüyüşlerinde yer almak zorunda olduklarını şöyle anlatmıştır:

Cumhuriyet Bayramı balosu yapılacağı zaman grand tuvalet bütün yöneticiler falan, aileler gider sofralar kurulu, fotoğrafları da vardır... içkileri vardır önlerinde... ama oraya bizim babalarımız diyelim (...) Alınmazdı zaten... (...) bir sözleşmeydi. Sessiz bir sözleşmeydi o. Başçavuşların lokali, bir lokal vardı mühendislerin lokali. İşçiler zaten buradan aşağı otuz tane kahvehane vardı, sabahtan akşama kadar ocaktan çıkıp batak oynarlardı. Sinema, misafirhane, lokal, balolar... Gece kutlamalarına gidilmiyordu ama gündüz yapılan törenlerde madenci çocukları şu bu yürüyorduk rap rap rap... (Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi:23.02.2022).

Yayla Sineması'na hiç gitmeyen madenci aileleri de vardır. Yayla Sineması'nın bulunduğu mahalleyi “elit kesimin yaşadığı yer” olarak tanımlayan bir görüşmeci bu sinemaya hiç gitmemiştir:

Onlara hiç gidemedim. Ama duyardım onları. Nerede olduklarını da biliyorum fakat hiç oraya (gitmek) kısmet olmadı. Yarım saatte Armutçuk Bölgesi'nde yukarıya yaya olarak çıkabilirsiniz. (...) Ben o bölgeyi biliyorum da yani sinema, orada yukarıda sinema seyretmedim. (...) Şimdi biraz önce söylediğim gibi gerçekten elit grup yukarıdaydı, Yani bunlar işte mühendisler, işte (...) Madende çalışanlar genelde köy kesiminden (Muzaffer Yavuz, 1949, Görüşme tarihi: 22.02.2022)

Bu görüşmelerin aksine, lojmanlarda yaşayan çocukların sinema anılarına -ailelerinin sosyal statüleri fark etmeksizin- çoğunlukla renkli ve keyifli başka anıların eşlik ettiği söylenebilir. Babası EKİ'de mühendis olarak çalıştığı için, çocukluğu lojmanda geçen bir diğer görüşmeci, Armutçuk'un gündelik hayatında sinemanın önemine değinmiş, çocukluk ve ilk gençlik döneminde Armutçuk'ta gündelik hayatın ne denli nitelikli olduğunu anlatmıştır:

E tabii sinema önemliydi yani, o saati beklerdik çünkü, demin de söylediğim gibi televizyon falan yoktu o yıllarda. Tek görsel faaliyet oydu işte. Ama filmler de hep iyi filmlerdi, yeni sezon filmleri olduğu için bayağı da güzel filmler, kaliteli filmler gelirdi yani. (...) Bütün herkes orada buluşurdu tabii. Diğer semtlerden de gelenler, arkadaşlarımız (...) Sinema seyretmeye gelirdi herkes. (...) Oradan geldikten sonra öğleden sonra bizim zaten hemen sinemanın yanında basket sahası vardı. Orada basket oynardık (Ömer Korhan Us, 1955, Görüşme Tarihi: 22.02.2022).

Armutçuk İşçi Sineması

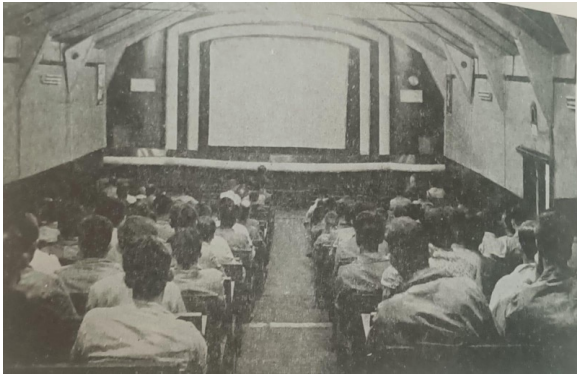
1967 Zonguldak İl Yılığına göre, EKİ'deki işçi sinemalarının hedef kitlesi doğrudan madendeki işçilerdir. EKİ'de toplam altı işçi sineması mevcuttur¹⁸. Bu sinemalardan biri de Armutçuk Bölgesi'nde inşa edilmiştir.

EKİ'de kamusal fayda esas alınarak işçilerin ücretsiz biçimde faydalandığı işçi sinemaları, lojmanlardan ve sosyal hayatın aktığı merkezden uzakta, maden kuyularına yakın yerlerde konumlandırılmıştır. Armutçuk İşçi Sineması, 92'deki sinema olarak da bilinir. "92" esasında, maden işçilerinin de yaşadığı köylere kısmen yakın olan maden kuyusunun adıdır.

Madende çalışanların dinlenmeleri amacıyla yapılan, pavyon adı verilen barınaklarda kalan işçiler, bu sinemaların müdavimleridir. Armutçuk İşçi Sineması, madencilerin kültürel anlamda geliştirilmesini hedefler, çalışma yaşamıyla ilgili eğitim seminerleri burada düzenlenir. Yanı sıra bu sinema, ağır koşullarda çalışan işçilere moral vermek için tiyatro, konser gibi etkinliklerden oluşan, Moral Geceleri olarak adlandırılan, bir anlamda işçi kültürünü yeniden üreten, popüler nitelikteki eğlencelerin düzenlendiği bir sinemadır.

*Türkiye Taş Kömürü Kurumu İşyerleri İçin Aktedilen 13. Dönem Toplu İş Sözleşmesi*¹⁹'nin 103. Maddesi'nde Moral Geceleri ile ilgili şunlar yazar: "İşveren, işçilerin ve ailelerinin moralman eğitilmeleri amacıyla İşçi Sendikası Şubesi ile birlikte programlanarak Müessese Merkezi'nde ve İşletmelerde tiyatro, konser ve benzeri eğlenceler tertip eder."

Resim 11: EKİ'de yer alan işçi sinemalarından biri. Görsel 1967 Zonguldak İl Yılığında alınmıştır



¹⁸ Zonguldak 1967 İl Yılığ, s. 389.

¹⁹ Bu belgeye Salim Çalık aracılığıyla ulaşılmıştır. Çalık'ın kişisel arşivinde bulunan ilgili belge, Çalık tarafından bulunmuş ve muhafaza edilmiş; dijital ağlar yoluyla araştırmada kullanılmak üzere tarafıma gönderilmiştir.

Bölgede, idari alanlarda görev alan görüşmecinin aktarımına göre (Cihat Kalafat, Görüşme Tarihi: 17.03.2024) UNESCO tarafından gönderilen kültürel düzeyi artırma amacı taşıyan alt yazılı filmler, Armutçuk İşçi Sineması'nda da gösterilmiştir.

Bununla beraber, EKİ'ye kalifiye işçi yetiştirmek için kurulan İnsangücü Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı çıraklık okulu da film faaliyetleri yürütmüştür. Çoğunlukla EKİ elemanlarının çocuklarından oluşan çıraklık okulunda iki yıl çıraklık eğitimi alan bir görüşmeci, İnsangücü Eğitim Müdürlüğü'nün, hazırladığı ve çıraklık okulundaki öğrencilere eğitim amacıyla gösterdiği filmlerden bahsetmiştir:

Yok madenci şunu yapma bunu yapma gibi. Onlar İnsangücü Eğitim Müdürlüğü'nün hazırladığı şeylerdi. Ben orada iki sene yatılı okudum çıraklıkta. Bizim filmlerimiz vardı, ya 68'de çekilen kar topu oynarken "felan" Zonguldak'ta. Biz kendimiz seyrederdik. 19 Mayıs Bayramlarında çekerlerdi bizi, EKİ'nin yetiştirdiği elemanlarız. Biz yatılı okurken atölyelerde derslerde, bayram törenlerinde felan hatta sosyal yaşamı kar topu oynarken bile çekerlerdi, daha sonra bize gösterirlerdi, biz öğrencilere. Ama o tip şeyler vardı o fragman türünde bilgilendirme anlamında filmler gösteriliyordu. (Eyüp Bektaş, 1950, Görüşme Tarihi:23.02.2022)

İnsangücü Eğitim Şube Müdürlüğü aynı zamanda, işçiler için eğitici filmler hazırlar, bu filmler Armutçuk İşçi Sineması'nda gösterilir. Bu sinemada gösterilen ve İnsangücü- Eğitim Şube Müdürlüğü tarafından hazırlanan eğitici filmlerin bazıları şunlardır²⁰: *Kömürün Çıkarılışı; İlk Yardım; Grizu, Atatürk'ün Anıt Kabre Nakli; Hastalık Nedir?; Kim Haklı Kim Haksız; Kolera*. (Sözlü Görüşme, Ekrem Murat Zaman, Görüşme Tarihi: 25.03.2024).

İşçi Sineması'nda düzenlenecek etkinlikler, işçi sendikalarının da dahil olduğu Sosyal Bakım Müdürlüğü ile komisyonlar tarafından icra edilir. Sinemada hangi filmlerin gösterileceği, eğitim amaçlı seminerlerin nasıl yürütüleceği, hangi konserlerin düzenleneceği gibi hususlar bu komisyonlarca yürütülür.

Dikkat çekici konulardan biri bu sinemanın "işçi kültürü"ne uygun pratiklere de ev sahipliği yapmasıdır. Armutçuk İşçi Sineması'nda düzenlenen ve Moral Geceleri olarak adlandırılan gecelerde çeşitli gösteriler ve konserler düzenlenmiştir:

Moral kaynaklı ayda bir defa şeyler gelirdi, konserler gelirdi, işçiye bunlar bedavaydı, sinemadan hariç (...) şimdi şeyde yatıyorlar ya, işçi yurtlarında, evlerinden uzak, gurbetçi de çok o zaman yani, gurbetçi geliyor adam, ev düşünceye kadar hatta bir sene iki sene bekar yaşıyor yani. Ha moral kaynaklı dedim ya öyle konulmuş

20 Bu filmler Ekrem Murat Zaman'ın araştırmada kullanılmak üzere paylaştığı listeden alınmıştır. Film adları orijinaline uygun şekilde yazılmıştır.

yani moral kaynaklı eğlence amaçlı yani. Affedersiniz... şarkıcısı, dansçısı bilmem nesi, güvendiğiniz sanatçılar böyle, getirirlerdi yani (Cihat Kalafat, 1950, Görüşme Tarihi: 17.03.2024).

Sözlü tarih görüşmelerinde, Armutçuk İşçi Sineması'nın seyirci kitlesine ilişkin ifadelerde, yukarıdaki görüşmecinin vurguladığı gibi "bekâr işçiler" vurgusu öne çıkarken, sinema salonunda toplumca "ayıp" karşılanan kimi gösterimler "affedersin" gibi ifadelerle örtük bir şekilde dillendirilmiştir. Bir görüşmeci, Armutçuk İşçi Sineması'nda, pornografik film furyası içerisinde değerlendirilen Türk filmlerinin de gösterildiğini daha net bir ifadeyle söylemiştir:

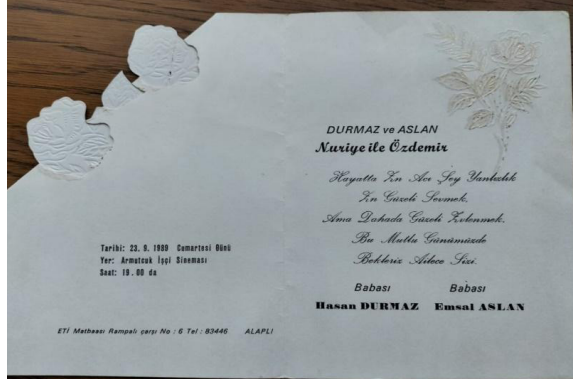
Ki, belki, şöyle bir durumu not düşmek gerekebilir, örneğin Zerrin Egeliler filmi olurdu maden işçilerine yalnızca (işçi sinemasında), yani 70'lerin işte porno şeyi... ama buradaki Yayla Sineması'nda son çıkan vizyona giren konulu filmler, cumartesi günleri hatırlayabildiğim kadarıyla, halk günü falan derlerdi. Ve işçi çocuklarının falan da gittiği filmler. Onlar da genellikle ya Bruce Lee gelirdi sonra da biz çıkıp şey yapardık birbirimizle o hareketleri denerdik çıktıktan sonra (...) her sinemada farklı filmler vizyona giriyordu (Salim Çalık, 1971, Görüşme Tarihi: 23.02.2022).

Çocukluğu civardaki köylerde geçen babası madenci olan bir görüşmeci, sinema anılarından bahsederken, ilk film deneyimini Armutçuk İşçi Sineması'nda yaşadığını, çocukken gizlice Armutçuk İşçi Sineması'na girerek "işçilerin arasında" "dansöz seyrettiğini" işçilerin sosyokültürel düzeylerini vurgulayarak ifade etmiştir:

Örneğin ben 60'lı yıllarda on yaşlarındaki bir çocuk olarak ben bu sinemalara çocukların girmesi yasak olmasına rağmen kaçak böyle işçilerin arasından o sinemalara girerdim ben, ben dansöz de seyrettim, aa bakın lafı oraya getireceğim. Buradaki işçiler, tabii genellikle ilkokul mezunu bile değiller yani kültür durumları, eğitim durumları düşük, bunlar genellikle yer altında kazma, kömürü bizzat çıkartan kişiler ama bunların tabii biraz eğitilmiş olanlar (...) nerelerde çalışıyorlar, atölyelerde çalışıyorlar (Muzaffer Yavuz, 1949, Görüşme tarihi: 22.02.2022)

Armutçuk İşçi Sineması'nda yukarıda anılan etkinliklerin yanı sıra, düğünler de yapılmıştır. Madenci bir babanın çocuğu olan Özdemir Aslan'ın düğünü, bu sinema salonunda yapılmıştır. Özdemir Aslan'ın adres olarak Armutçuk İşçi Sineması'nın gösterildiği, 1989 yılına ait düğün davetiyesine aşağıda yer verilmiştir.

Resim 12:



Armutçuk İşçi Sineması'nın seyirci kitlesini çoğunlukla maden ocağında çalışan işçiler oluşturmaktadır. Lojmanlarda yaşayanların çoğu Yayla Sineması'na gittikleri için İşçi Sineması'yla ilgili ayrıntılı bilgiye sahip değildirler. Maden kuyularının yakınlarına, 1970'li yıllara doğru yaşanan yoğun göç dalgası ile birlikte sayıları giderek artan yeni mahalleler kurulur. Ekonomik anlamda düşük gelir düzeyine sahip ailelerin yerleştiği bu mahallelerde yaşayanlar, muhitleri İşçi Sineması'na daha yakın olduğu için sinema ile ilgili daha fazla bilgiye sahiptir. Bununla beraber, Armutçuk İşçi Sineması, sinema önlerinde para kazanmak için çeşitli işler yürütmek, salonun yaşadıkları bölgeye yakın olması gibi nedenlerle, bazı maden çalışanlarının çocuklarının sinema deneyimlerinin bir parçası olarak yer almıştır. Annesi EKİ'de temizlik personeli olarak görev almış, daha sonra kendisi de TTK'da çalışan bir görüşmeci, çocukken maden kuyularının başlarına giderek ayakkabı boyacılığı, simit satıcılığı gibi işlerde çalıştığını, bölgedeki tüm sinema salonlarına hâkim olduğunu söylemiştir:

Bir de burada yerelde 92 diye bilinen daha sonra işte (...) üretim yaptığı bir sinema vardı, işçi sineması vardı, harbi işçi sineması, orası da olabilir çok emin değilim çünkü ben sekiz yaşından itibaren simit satma boyacılık vs. işlerinde bu kuyu başlarına da gidiyordum. Yani burada en son ayakta kalmış üç sinemanın üçünü de ben izleyici olarak biliyorum. Annem madende çalışıyordu yani misafirhanede (Salim Çalık, 1971, Görüşme Tarihi: 23.02.2022).

Armutçuk İşçi Sineması, sinemayla tanışmamış, lojmanlardan uzakta yaşayan, babaları madende çalışan köylü çocuklarının da ilgisini çeken bir sinemadır. Köylerde yaşayan madenci çocukları, köyleri işçi sinemasına yakın olduğu için işçi sinemasına kimi zaman gizlice girmeye çalışırlar (Sözlü Görüşme, Muzaffer Yavuz, 1949, Görüşme tarihi: 22.02.2022).

Korkut Boratav'ın (2005) "sermayenin karşı saldırısı" olarak nitelendirildiği siyasi rejim, darbe, 1982 Anayasası ile gelen anti-demokratik ortam, 24 Ocak Kararları gibi başlıklarla kamu politikalarının ve iktisadi politikaların belirlendiği 1980'li yıllarla, sendikal hareket üzerinde baskı artmış, sendikal hareket etkisizleştirilmiş, popülist politikalarla sınıf bilincinden yoksun kalabalıklar oluşturulmuş, KİT'lerdeki yatırımlar daraltılmış, KİT sistemi finansal krize sürüklenmiştir (2005, s.145-153). 1983'te TTK'ya devredilen EKİ'de de yaşam alanları ve işletme, 12 Eylül 1980 Darbesi'nden sonra hızla yükselen neoliberal politikalarla küçültülür.

Bölgedeki işçiler emekli olmaya zorlanır. Yoğun baskı sürecinin yaşandığı bu dönemde bölge dışarıya göç vermeye başlar. 1990'lı yıllarda, bölgede işçi grevleri yaşanır. Bu dönem, hem beyaz yakalıların hem de işçi çocuklarının, EKİ'deki dönüşüme karşı Armutçuk İşçi Sineması'nda bir araya geldikleri, bu dönüşümü eleştiren kolektif etkinlikler ürettikleri bir dönemdir. Bu nedenle, ilgili dönem, tüm olumsuzluklarına rağmen heyecanla anımsanmıştır (Salim Çalık, 1971, Görüşme Tarihi: 23.02.2022; Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi: 23.02.2022) 1990'lı yıllarda, Armutçuk İşçi Sineması, maden çalışanlarının çocukları tarafından hazırlanan, çoğunlukla toplumsal sorunları, eşitsizlikleri, EKİ'nin dönüşümünü konu edinen çeşitli tiyatro oyunlarına sahne olur. Kendi imkânları ile üniversite sınavlarına hazırlık amacıyla bir kurs kuran maden çalışanlarının çocukları, bu kurs etrafında bir araya gelip birbirlerine sınavlarla ilgili destek olurken, kültürel etkinlikler de düzenlerler. Kurs etrafında sürdürülen halk oyunları, tiyatro gösterimleri gibi çeşitli etkinlikler, hem işçilerin hem de beyaz yakalı çalışanların çocukları tarafından yürütülür (Salim Çalık, 1971, Görüşme Tarihi: 23.02.2022; Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi: 23.02.2022) Yayla Sineması'na dair sinema anılarını dışlanma, ötekileştirilme etrafında aktaran bir görüşmeci, Armutçuk İşçi Sineması'ndaki bu etkinlikleri anlatırken "yönetici olanların çocukları da vardı" diyerek EKİ'de 1990'larda yaşanan dayanışmaya işaret eder. Armutçuk İşçi Sineması'nda gösterilen tiyatro oyunlarından biri bölgede yaşanan göçü konu edinir:

Bir sokak tiyatrosu vardı "Gecekondu" diye. Yaşadıkları yerlerden göç etmeye zorlanmış insanların karşılaşılabilecekleri sıkıntıları anlatıyordu bu tiyatro. Burası da göç veriyordu, işte özelleştirme için daraltılmıştı madenler. Her gün bir iki kamyon insan işte Bursa'ya, şuraya buraya memleketin dört bir tarafına... (...) O göçlere de denk gelen bir zamandı. Biz o oyunu sahneye uyarladık. Bezlere böyle büyük gökdelenler çizdik kendi çabamızla (...) insanlar o oyunu burada göz yaşları içerisinde izlediler. (...) Hamdi abiyle beni gördüğünüz aşağıdaki sinema var ya işçi sineması, orada oynadık. (...) Şunu söylemek lazım ama o üniversite hazırlık kursuna gelenlerin içinde mühendis çocukları, tekniker çocukları yani TTK'da yönetici olanların çocukları da vardı. Onun için onlar da geldi, hiç gelmeyen çocuğum oynuyor diye geldi (Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi:23.02.2022).

Resim 13: Bahsi geçen tiyatro oyunu, Salim Çalık'ın kişisel arşivinden çalışmada kullanılmak üzere Çalık'ın izni ile alınmıştır.



Sonuç

Bu araştırmada, ticari bir doğaya sahip olan sinemanın kamu politikalarıyla sosyal haklar bağlamıyla yeniden bir anlama kavuştuğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada, bir taraftan sinemanın kapitalizmle şekillenen rasyonelliğinin, dönemin iktisadi politikalarından iktidar uygulayıcılarının ideolojik hedeflerine kadar pek çok makro başlıkla KİT'lerin bir parçası olan Armutçuk'ta nasıl kırıldığı; diğer taraftan bu rasyonellikle, bilhassa sosyal statüler bağlamıyla belirli açılardan nasıl uyumlandığı KİT'lerin Türkiye'deki serüveni ile tartışılmıştır.

Bu çerçevede, sinema; Cumhuriyet ideolojisinin yaratmak istediği, on dokuzuncu yüzyılın modern felsefesinden devralınan "yeni insan"ın hedeflenmesi, sosyal haklar-kamusal fayda şiarı ve gündelik hayatta yaşanan "toplumsal tabakalaşma" arasında gelişen bir paradoksla deneyimlenmiştir. Armutçuk'ta sinemanın serüveni esasında, Eric Hobsbawm'ın ifadesiyle (1996) Büyük Buhran'ı aşabilmek için "reformdan geçirilmiş demokratik bir kapitalizmin" tam istihdam şiarına uygun olarak uygulamaya sokulan modern refah devletinin (s.116-117) serüveninin bir parçasıdır. 1970'lerle refah devleti uygulamalarının terk edilmeye başlanması, devletin sosyal hizmet sahasından çekilmesi, neoliberal politikaların gücünü pek çok alanda giderek artırması (Harvey, 2015, s 10-11) sonucunda 1980'ler Türkiye-si'nde kamu politikalarında büyük yapısal dönüşümler yaşanmış neticede günümüzde, EKİ'deki tüm yaşam alanları âtil hâle gelmiştir.

Bu çalışma kapsamında, sosyal hakların bir parçası olarak deneyimlenen sinema, sonuç olarak üç başlıkla derinleşebilecek bir tartışmayı gündeme getirmektedir.

Birincisi, ulaşılmaması ticari salonlara göre daha kolay olan ve kamusal fayda etrafında organize edilen sinemanın, kültürel ve sosyal yaşama sunduğu katkıdır. İkincisi sinemanın kamusal fayda amacına karşın, bir süreliğine refah devleti felsefesi kapsamında, rehabilite edilmiş kapitalizmin çelişkilerinden biri olarak nitelendirilebilecek Armutçuk'taki toplumsal tabakalaşmanın, sinema deneyimini, bilhassa lojmanlarda yaşamayanlar için eşit olmayan bir rutine ve çelişkili bir deneyime dönüştürmesi; bir ölçüde ticari salonlara yaklaştırmaması. Üçüncüsü, neoliberal politikalar doğrultusunda; üçüncü mekân alanlarının yeni kentsel düzenlemelerle giderek daraldığı günümüz dünyasında, Armutçuk'ta sinema salonları da dahil tüm yaşam alanlarının günümüzdeki "yaşanabilir kent hakkı" talebinin bir prototipini oluşturmasıdır. Nitekim, Aşağı Kandilli adlı Facebook sayfası gibi sayfalarda, yeni kentsel düzenlemelere duyulan tepki EKİ'nin geçmişiyle birlikte sıklıkla tartışılmaktadır.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Araştırmanın gerçekleştirilmesi için gerekli olan Etik Kurul Onayı, TC Giresun Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal Bilimler Fen ve Mühendislik Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 05 Ocak 2022 tarih ve 18/15 sayılı toplantıda görüşülerek etik açıdan uygun bulunmuştur. Evrak kontrolü E5703B89-C954-447D-98C6-61FB69DC73E0 evrak kodu ile <https://www.turkiye.gov.tr/> adresinden gerçekleştirilebilir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Bu makale, TÜBİTAK tarafından desteklenen 223K700 No'lu "Sosyal Bir Hak Olarak Sinemaya Gitmek: Ereğli Kömür İşletmeleri'ne Bağlı İşçi Sinemaları Üzerine Bir Sözlü Tarih Araştırması (1960-1980)" başlıklı proje çerçevesinde, ön araştırma verilerinin de dâhil olduğu devam etmekte olan saha araştırması kapsamındaki verilerden üretilmiştir. Yazar çalışmasını destekleyen TÜBİTAK'a teşekkür beyanında bulunmaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

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

Kaynakça

Akbulut, H. (2014). Sinemaya Gitmek ve Seyir: Bir Sözlü Tarih Çalışması. Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi (EJOIR), 2, 1-16. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejoir/issue/5377/72970>

Akşin, S. (2022). Kısa Türkiye Tarihi, (XXXI. Basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Bakioğlu, A. (2022). Büyük Madenci Yürüyüşü (Birinci Basım). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Beyoğlu, S. (2001). Sinema Karadeniz’de (1909-1933). Toplumsal Tarih, 26 (92), 47-50.
- Bilim ve Sanat Vakfı (2006). Sözlü Tarih Araştırmacıları İçin Pratik El Kılavuzu. İstanbul: Bilim ve Sanat Vakfı, Türkiye Araştırma Merkezi.
- Boratav, K. (2005). Türkiye İktisat Tarihi (1908-2002). (9. Basım). Ankara: İmge Kitabevi.
- Bourdieu, P. (1995). Pratik Nedenler (Hülya Tufan Çev.) İstanbul: Kesit Yayıncılık
- Cance, S. (2016). Sözlü Tarih ve Yerel Tarihçi. (3. Basım). (Çev. B.C. Bilmez ve A. Yalçınkaya). Ankara: Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Çatma, E. (2014). Kömür Tutuşunca (Birinci Basım). İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- Diken Y., D. (2022). Yeni Sinema Tarih Yazımına Bir Katkı: Yeşilçam Döneminde Malatya’da Seyir ve Seyirci. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2022(60), 1-30. <https://doi.org/10.47998/ikad.1138877>
- Duyan, Y. (2021). Sinemanın Mardin’deki Seyri: Sinema, Şehir ve Seyir. Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi, 12(1), 9-42.
- Duyan, Y. (2023). “Sinema Bizler İçin Sokağa Açılan Bir Tüneldi”: 1960-1970’li Yıllarda Mardinli Kadınların Sinema Deneyimi Üzerine Bir İnceleme. Erciyes İletişim Dergisi, 10(1), 327-343. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1188274>
- Elden, Y. (2012). Sinema’nın Kayseri’deki Serüveni. Palet Yayınları.
- Erdoğan, N. (2017). Sinemanın İstanbul’da İlk Yılları Modernlik ve Seyir Macehaları. (Birinci Baskı). İstanbul: İletişim Yayınları
- Erkiliç, H. (2012). Türkiye’de Sinema Salonlarının Dijital Dönüşümü. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2 (2), s. 94–99.
- Ertayan, A. (2013). Yeşilçam Döneminde Van’ın Sinema Kültürü. Journal of Turkish Studies, 2013, 8 (5), s. 1839–1857
- Evren, B. (1998). Eski İstanbul Sinemaları: Düş Şatoları. Milliyet Yayınları.
- Gökmen, M. (1991). Eski İstanbul Sinemaları. İstanbul Kitaplığı Yayınları
- Harvey, D. (2015). Neoliberalizmin Kısa Tarihi. (2. Basım) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Hobsbawm, E. (1996) Kısa Yirminci Yüzyıl 1914-1915 Aşırılıklar Çağı (Birinci Baskı). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- James, R. (2007). A very profitable enterprise’: South Wales Miners’ Institute Cinemas in the 1930s, Historical Journal of Film, Radio and Television, 27(1), 27-61. <https://doi.org/10.1080/01439680601177114>

- Kalyoncu, H. (2005). *Kömürde Açan Çiçek* (Birinci Basım). Ankara: Pervaz Yayınları.
- Kaya, D. (2022). Gendering The History of Cinemagoing in Izmir, Turkey: Middle-class Women's Experiences of Cinema in the 1960s and 1970s. *European Journal of Cultural Studies*, 25(2), 606-621. <https://doi.org/10.1177/13675494211029657>
- Kocagil, S. (1989). *Özelleştirme ve Türkiye'de Özelleştirme Uygulamaları*, [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi], Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı.
- Köse, B. (2018). Responding the challenges of preserving an industrial network as heritage: Turkey Cellulose and Paper Factories (SEKA). Doctoral Thesis. Middle East Technical University, Ankara.
- Kuhn, A. (2002). *An Everyday Magic: Cinema and Cultural Memory*. London, NY: I.B. Tauris.
- Kyving, D.E. ve Marty A. M. (2000). *Yanıbaşımızdaki Tarih*. (Birinci Basım) (Çev. Nalan Özsoy). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*, (Çev. I. Ergüden), (2. Basım). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Liman, A. S. (2014). Gaziantep'te Sinema, Seyir ve Seyirci (1923-1980). *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (47), s. 97-123.
- Maltby, R., Biltereyst, D. ve Meers P. (2011). *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, R., Maltby, D., Biltereyst ve P., Meers (Ed.), Wiley-Blackwell.
- Manning, S. (2020). *Cinemas and Cinema-Going in the United Kingdom: Decades of Decline, 1945-65*. University of London Press School of Advanced Study Institute of Historical Research.
- McKernan, L. (2007) *Diverting Time: London's Cinemas and Their Audiences, 1906-1914*, *The London Journal*, 32:2, 125-144, DOI: 10.1179/174963207X205707
- Miskell, P. (2006). *A Social History of the Cinema in Wales 1918-1951: Pulpits, Coal Pits and Fleapits*. Cardiff: University of Wales Press.
- Oskay, Ü. (1983). *Geçiş Dönemi Tipi Olarak Zonguldak Kömür Havzası Maden İşçisi* (Birinci Basım). İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Özkan A., M. (2015). *Yenişehir Sineması ve Endüstri Kenti Karabük'ün Sosyal Yaşantısının Şekillenişindeki Rolü*. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 83-99. <https://doi.org/10.15869/itobiad.68641>
- Özsoy, M. (2021). *Toplumsal Tarihe Sinema Penceresinden Bir Bakış: Bir Sözlü Tarih Çalışması* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Özsoy, M. (2023). *Pavlidis'ten Uğur'a Giresun'da Sinemanın Toplumsal Tarihi (1914-1990)*, (Birinci Basım), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Öztürk, S. (2005). Erken Cumhuriyet Döneminde Sinema Seyir Siyaset. (Birinci Basım) Elips Kitap.

Richards, J. (1994). Cinemagoing in Worktown: regional film audiences in 1930s Britain. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 14(2), 147–166. <https://doi.org/10.1080/01439689400260131>

Scognamillo, G. (1991). *Cadde-i Kebir’de Sinema*. (Birinci Basım) Metis Yayınları.

Semiz, Y. ve Toplu, G. (2019). Cumhuriyet Döneminde Devlet Tarafından Kurulan İlk Sanayi Kuruluşu Kayseri Sümerbank Bez Fabrikası. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi* (45), 29-59. <https://doi.org/10.21563/sutad.636097>

Tan, Ç. (2015). 20. Yüzyılın İlk Yarısında Zonguldak: Gündelik Yaşam ve Siyaset. *Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi*, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Taş, H. Y. (1995). Kamu İktisadi Teşebbüsleri ve Türkiye’de Özelleştirme Çalışmaları, [yayımlanmamış yüksek lisans tezi], İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı.

Terzi, Â. (2016). Kömürün Dili: Zonguldak Yer Adlarının Oluşumunda Kömür Üretiminin Etkisi *Türk Dili Dergisi*, 771, 100-106.

Tümay, G. (2017) Cumhuriyet Dönemi Modernleşme Sürecinde Sinema Yapılarının Biçimsel ve Mekânsal Olarak İncelenmesi: Karabük Yenişehir Sineması Örneğinde Değerlendirmeler, *Yayınlanmamış doktora tezi*, Karabük Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Uçar İ., E. (2018), 1960-1970’li Yıllarda Antalya’da Sinema İzleme Deneyimleri. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 5 (1), s. 61–90.

Yavaşoğlu, F. ve Özgül, C. G. (2020). Endüstri Mirasının Korunması ve Dönüşümü: Malatya Şeker Fabrikası Yerleşkesi Örneği. *İDEALKENT*, 11(Kentleşme ve Ekonomi Özel Sayısı), 972-996. <https://doi.org/10.31198/idealkent.680959>

Zonguldak İl Yıllığı, 1967, Ankara.

Kaynak Kişiler

Özdemir Aslan, 1966, Görüşme Tarihi: 23.02.2022/21.03.2024

Nesrin Belet, 1950, Görüşme Tarihi:22.02.2022

Ömer Korhan Us, 1955, Görüşme Tarihi: 22.02.2022/05.05.2024

Mevlüt Hamdi Kalyoncu, 1958, Görüşme Tarihi: 22.02.2022/ 23.02.2022/

Cihat Kalafat, 1950, Görüşme Tarihi: 17.03.2024/23.05.2024

Salim Çalık, 1971, Görüşme Tarihi: 23.02.2022/07.03.2024/25.03.2024

Sezgin İbik, 1972, Görüşme Tarihi:23.02.2022/02.07.2023/08.03.2024

Muzaffer Yavuz, 1949, Görüşme tarihi: 22.02.2022

Mehmet Yavuz, 1962, Görüşme Tarihi: 23.02.2022

Eyüp Bektaş, 1954, doğumlu, Görüşme Tarihi: 22.02.2022/05.05.2024

Ekrem Murat Zaman, Görüşme Tarihi: 06.09.2023- 07.09.2023/25.03.2024

Mekansal Anlatılarda His Yapılarının Araştırılması: Kadıköy Örneği¹

Ayşenur ÖLMEZSES

Dr.

a.olmezses@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4562-0214

Serhat GÜNEY

Prof. Dr.

Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi

hserhatguney@gmail.com

ORCID: 0000-0003-1362-6793

Abstract

A Study on Structures of Feelings in Spatial Narratives: Kadıköy Case

Kadıköy is Istanbul's one of the oldest urban settlements and historically a secondary center opposite Istanbul (Beyoğlu). However, since the 2010s, it has emerged as a 'hip' center in the metropolis with a surge in demand that transcends its physical boundaries. How can we explain the transformation of an urban center that we could describe as secondary into such a magnet? This article attributes this phenomenon of urban dynamism to Kadıköy's unique historical experience, authentic narrative, and distinctive cultural identity, emphasized through spatial narratives. The concept of 'structures of feeling' has been employed as a research tool in Kadıköy narratives to explain this authenticity. Structures of feelings researched in Kadıköy narratives point out a connection to the sea, cosmopolitanism, openness to differences, community culture, intimate community relations, vibrant everyday life, bohemian bourgeois culture, the power of the past, and strong belonging to local history. The article argues that the level of sustainable transformation, which preserves the spatial essence of Kadıköy amidst demographic changes, is significantly linked to how well structures of feelings, as depicted in spatial narratives, can be replicated in everyday life practices.

¹ Bu makale Ayşenur Ölmezses tarafından Prof. Dr. Serhat Güney danışmanlığında yazılmış olan "Kent, Mekan, Kültürel Etkileşim: Kadıköy Örneği" isimli doktora tezin-den üretilmiştir.

keywords: Structures of feelings, spatial narratives, urban transformation, urban memory, Kadıköy

Résumé

Étude des structures de sentiments dans les narratives spatiales : Le cas de Kadıköy

Kadıköy est l'une des plus anciennes agglomérations d'Istanbul et, historiquement, un centre secondaire en face d'Istanbul (Beyoğlu). Cependant, depuis les années 2010, il a émergé comme un centre « branché » de la métropole avec une augmentation de la demande qui dépasse ses frontières physiques. Comment expliquer la transformation d'un centre urbain que l'on pourrait qualifier de secondaire en un tel pôle d'attraction ? Cet article attribue ce phénomène de dynamisme urbain à l'expérience historique unique de Kadıköy, à son récit authentique et à son identité culturelle distinctive, soulignée par des narratives spatiales. Le concept de « structures de sentiment » a été utilisé comme outil de recherche dans les récits de Kadıköy pour expliquer cette authenticité. Les structures de sentiment étudiées dans les narratives de Kadıköy mettent en évidence le lien avec la mer, le cosmopolitisme, l'ouverture aux différences, la culture communautaire, les relations intimes au sein de la communauté, la vie quotidienne animée, la culture bourgeoise bohème, le pouvoir du passé et l'appartenance forte à l'histoire locale. L'article soutient que le niveau de transformation durable, qui préserve l'essence spatiale de Kadıköy au milieu des changements démographiques, est lié de manière significative à la façon dont les structures de sentiment, telles que décrites dans les récits spatiaux, peuvent être reproduites dans les pratiques de la vie quotidienne.

mots-clés: Structures des sentiments, narratives spatiales, transformation urbaine, mémoire urbaine, Kadıköy

Öz

Kadıköy, İstanbul'daki en eski kentsel yerleşimlerden birisi olmakla birlikte tarihsel olarak İstanbul (Beyoğlu)'un karşısında ikincil bir merkezdir. Ancak 2010'lu yıllardan bu yana, fiziksel sınırlarını aşan bir talep artışı ile metropolde "hip" bir merkez olarak öne çıkmaktadır. İkincil olarak niteleyebileceğimiz kentsel bir merkezin bugün bu ölçüde cazibe merkezi haline gelişini nasıl açıklayabiliriz? Makale kentsel hareketlilik yaratan bu durumu, metropolün geçtiği dönem ile öne çıkan Kadıköy'ün benzersiz tarihi deneyimi, otantik hikayesi ve özgün kültürel kimliğine dayandırmaktadır. Bu otantikliği açıklamak üzere his yapıları kavramı Kadıköy'e ilişkin anlatılarda araştırma aracı olarak kullanılmıştır. Kadıköy'ün his yapıları deniz ile kurulan bağ, kozmopolitanizm ve farklılıklara açıklık, topluluk

kültürü ve samimi topluluk ilişkileri, canlı gündelik yaşam, bohem burjuva kültür, geçmişin gücü ve tarihe bağlılık olarak işaretlenmiştir. Makalenin iddiası; oluşan demografik hareketlilik sonucu Kadıköy'ün mekansal çekirdeğini patlatmayan sürdürülebilir bir dönüşüm inşasının, mekansal anlatılar yoluyla ortaya koyulmuş his yapılarının ne ölçüde gündelik hayat pratiklerinde tekrar edebildiği ile yakından ilişkili olduğudur.

anahtar kelimeler: His yapıları, mekansal anlatılar, kentsel dönüşüm, kentsel bellek, Kadıköy

Giriş: Kentsel Anlamları Haritalamak

Hızlı ve keskin bir dönüşümden geçen kentsel bir mekana dair üretilmiş kültürel ürünlerin anlam çıparları ve anlam ilişki ağları bağlamında incelenmesi mekanın ruhunu ortaya koymak adına önemli bir potansiyel taşır. Kültürel bir ürün olan kentsel metinler mekansal temsiller olmakla birlikte, mekansal deneyime dair de önemli bir kaynaktır. Makalede kentsel metinler bu yönüyle mekanın ve dolayısıyla mekansal dönüşümün kurucu ögesi olarak ele alınmaktadır. Sosyal bilimler ve semantiği birbiri ile ilişkilendiren bu yaklaşım, sosyal bilimlerde kültürel yapıları metinler olarak analiz etmenin yolunu açan dilsel yahut kültürel dönüş olarak adlandırılan paradigma kayması ile yakından ilişkilidir. Bahsedilen paradigma kayması, bir kültürel yapı olarak kentin farklı biçimlerde yazılabilir ve okunabilir bir metin olarak ele alınmasının önünü açmıştır.

Kültürel dönüşten bu yana, mekanın okunabilir ve yazılabilir bir metin olarak analiz edilebileceği fikriyle mekan temsilleri araştırmalarında ilk odaklanılan mecra edebiyat olmuştur (Batuman, 2019, s. 13). Kültürel incelemelerin öncü teorisyenlerinden Raymond Williams analizini edebiyat üzerine yansıttığı teorik kavramlar geliştirmiştir. Williams'ın teorisi sosyal ve kültürel faktörleri bütüncül olarak ve bir arada ele alabilme yönü ile öne çıkmaktadır. Kuramının öne çıkan kavramlarından olan his yapıları hedeflenen bütüncüllüğü taşıırken, analizde yapısal, sosyal ve kültürel olanı birbiri içinde ele almanın bazı gelişmelerini de içinde barındırır.

Raymond Williams his yapıları kavramını ilk kez Preface to Film (1954) kitabında tanımlamış olmakla birlikte daha sonraki eserlerinde (Long Revolution, 1961), Marksizm ve Edebiyat (1977), Kültür ve Materyalizm (1980) tekrar geliştirerek sunmuştur. Hem kavramın "geçmişe dönük kültür araştırmalarında ele avuca gelmeyen ne varsa onları kendinde toplama iddiası (Williams'dan akt Özkan, s. 234) ile oluşturduğu geniş çerçeveye, hem de Williams'ın kendi kültür ve edebiyat incelemelerinde dahi kavramı farklı şekillerde kullanmış olması eleştirileri beraberinde getirmiştir. His yapıları kavramını inceleme sürecine dahil eden çalışmalar dahi kavramın muğlaklığı ve sübjektif niteliği, hislere yaptığı vurgunun yapıların belirleyiciliğini analize yeterince dahil etmeme sorunu ve analitik

bir analiz için kullanımının zorluğuna ilişkin sınırlılıkları işaret etmiştir.²

Williams his yapılarını, “bir sosyal deneyimi ya da ilişki ağını diğerlerinden tarihsel olarak ayıran, dönem yahut kuşak hissini oluşturan kendine özgü niteliği” olarak tanımlar (Williams, 1977, s. 131). Jackson’a göre Williams’ın analiz pence-resinde zaman boyutu ile alınan “kendine özgü niteliği” tanımlama çabası, yerel-lik çalışmalarının yerin özgünlüğünü tanımlama amacı ile örtüşür (1991, s. 222). Böylece Jackson his yapıları teriminin mekanın analizi için de kullanışlı bir kavram olduğunu ileri sürerek, terime mekansal bir boyut ekler (ibid.). Bu makalede, Kadıköy’ün özgün niteliklerini tanımlama çabası hem zamansal hem de mekansal boyutu ile ele alınmaktadır. Kadıköy’e özgü nitelikler, İstanbul’un modernleşme süreci ile güncel mekansal dönüşümlerin başlangıcı aralığında Kadıköy’e ilişkin metinler içinde araştırılmıştır.

Kentsel mekanların değişimi, toplumdaki makro yapısal değişiklikleri takip ederek temsil eden değişimlerdir (Dirksmeier, 2016, s. 890). Bu makale, his yapısı kavramını bir araştırma aracı olarak kullanarak, (makro) “değişime duygusal yerel tepkileri” (Dirksmeier, 2016, s. 890) açıklamayı amaçlamaktadır. His yapıları, “formel dünya görüşleri veya ideolojilerden ziyade, yaşamın içinde pratik edildiği haliyle anlamlar ve değerleri” (Jackson, 1991, s. 44) ifade eder. Ayrıca, his yapıları, geçmiş, bugünü ve gelecek deneyimleri de içeren bir nitelik olarak “itici güç, frenleme ve tonun karakteristik unsurları” ve “bilinç ve ilişkilerin özellikle duygusal unsurları”nı da kapsayan bir kavramdır (Jackson, 1991, s. 132). “Bu duygular, birbirleriyle ilişkili ‘canlı ve birbirine bağlı süreklilik’ olarak bir ‘yapı’ oluştururlar, belirli iç ilişkileri, birbirine geçişleri ve gerilimleri olan bir dizi” olarak okunabilirler. (Jackson, 1991, s. 44).

Filmer’e göre bugün bireylerin ve toplulukların hayatını etkileyen şeyler her zaman kolektif tarihsel deneyimin özgünlüğüyle bağlantılı olan bir his yapısıdır (2003, s. 200). Zamponi de his yapılarının “yaşanmış deneyimin” kültürel analiz yoluyla ele alınmasının tarihsel bir katkı olduğunu savunur (Zamponi, 2020, s. 99). Zamponi, his yapıları kavramsallaştırması ile kültürel üretimin yorumlanması yoluyla anlam üretim pratiklerinin inşa edici unsur olarak öne çıkarılmasını metinlere “sıradan olan”dan yana ve orijinal bir yaklaşım olarak görür. His yapıları kavramının; resmi söylemler ve eklemelenmiş ideolojiler ile pratik edilen deneyim arasındaki gerilimde oluşan tarihin, akışkan ve sabit olmayan bir süreç olarak yeniden ele alınmasına imkan tanıyan yönünü vurgular (ibid.).

2 Bu sınırlılıklar konusunda Raymond Williams’ın kendi çalışmaları içinde de tartışmalar bulunmaktadır. Bu eksende tartışmalar için ayrıca sıralanan çalışmalar incelenebilir; O’Connor, A. (1989). Raymond Williams: Writing, culture, politics (pp. 83-85). Basil Blackwell.; Middleton, P. (1989). Why Structure of Feeling? News from Nowhere, 6, 30-42.; Matthews, S. (2001). Change and theory in Raymond Williams’s structure of feeling. Pretexts: literary and cultural studies, 10(2), 179-194.; Kirk, J. (1999). Class, Community and ‘Structures of Feeling’in Working-class Writing from the 1980s. Literature & History, 8(2), 44-63.; O’Connor, A. (1989). Raymond Williams: Writing, culture, politics. Basil Blackwell.

Kadıköy, İstanbul'daki en eski kentsel yerleşimlerden birisi olmakla birlikte tarihsel olarak İstanbul (Beyoğlu)'un karşısında ikincil bir merkezdir. Tarihsel olarak "körler ülkesi" metaforu ile anılan bu yer, dinamik bir metropolün ikincil merkezi olarak kendine özgü kentli kültürünü muhafaza edebilmiş nadir kentsel yerleşimlerdenidir. Öte yandan Türkiye'de 2010'lu yıllarda artmaya başlayan politik çatışmalar ve yaşam tarzı gerilimleri kent içi hareketlilikleri tetiklemiş, Kadıköy, yeni sakinleri ve günü birlik ziyaretçileriyle fiziksel sınırları aşan yoğun talebe bağlı olarak mekansal kurgusunun yanı sıra, sosyal hayat ve kültürel atmosferi açısından da hızlı bir dönüşüm yaşayagelmıştır. Tarihsel olarak kapalı bir kent çekirdeği niteliğine sahip olan, mekânsal bütünlüğünü ve sosyo-kültürel dengelerini koruyarak nispeten içe dönük bir modernleşme deneyiminden geçmiş bir kent merkezinin aniden bir çekim merkezine dönüşmesi, beklenmedik dışsal basınca maruz kalması ve hızla mutenalaşması nasıl açıklanabilir? Bu makalenin iddiası Kadıköy'ü bir cazibe kaynağı yapan şeyin kendine özgü bir tarihin ürünü olması, özgün bir hikayeye sahip olması ve kendi sınırlarını yeniden üretebilmesine olanak sağlayan ayırt edici kültürel yapısı ve kimliği olduğudur. *Bir Kadıköy'öğlü* kitabının yazarı Hulki Aktunç'a (2009, s. 22) göre, Kadıköy'ün bir ruhu vardır; semt tarihle, insanla birikmiş ve birleşmiş bir auraya sahiptir. Bu bakımdan, Kadıköy'ün hangi kentsel tarihin ürünü olduğu ve mekânsal konfigürasyonunun ayırt edici nitelikleri anlaşılmeden kent içi hareketlilikler açısından neden bu denli çekici bir merkeze dönüştüğü tam olarak anlaşılabilir. Bu iddiayı test etmek üzere bu makalede Kadıköy'e özgü tarihsel ve kültürel anlamların günümüzde yaşanan dönüşümler boyunca sürekliliğini koruyan yönleri bakımından haritalandırılmasına çalışılacaktır. Bu haritalandırmayı analitik bir kültürel atmosfer olarak sunabilmek için Kadıköy'ü konu edinen metinlerin içindeki his yapılarının izi sürülecektir.

Kuşkusuz, Kadıköy kent çekirdeğinin dışsal etkilerle parçalanmasının kent toplumundaki muhafazakarlaşma eğilimleri, Beyoğlu gibi birincil merkezlerde yaşanan yapısal ve kültürel değişimler, Kadıköy'e ulaşım olanaklarının artışı gibi ülke ve metropol dinamikleri ile ilişkili sebepleri de vardır. Bununla birlikte, bizim özellikle incelediğimiz unsur, semtin kendine içkin mekansal ve kültürel özellikleri ve bunların yazınsal kültürel ürünlerde nasıl temsil edildiğidir. Buradaki yaklaşım semtin bugün mekan dışı unsurlar tarafından yeniden keşfedilen cezbedici niteliklerinin mekana hangi anlam çıparları üzerinden bağlandığını metinsel bir çözümleme ile sunmaktır. Ana araştırma sorumuz özgürlükçü hayat tarzlarına sahip grupların buraya yönelmesine sebep olan Kadıköy'e özgü his yapılarının neler olduğu ve bunların nasıl bir anlam örüntüsünün ürünü olduğudur. Nitekim, Kadıköy'e dair kültürel metinler incelendiğinde, bu örüntüleri içinde barındıran anlam kümelerinin tarihten günümüze doğru güçlü bir izlek oluşturduğu görülür. Siyasi hicv yönüyle öne çıkan Refik Halit Karay'ın bir asır önce, Meşruiyet'in ilanı döneminde yazmış olduğu satırlar Kadıköy hızlı bir biçimde dönüşürken, mekan temsillerinin nasıl direndiğini göstermesi açısından önemli bir çıkış noktası oluşturmaktadır:

"Sanki Kadıköy'ünün suyundan içenin gözleri döner, "eğlenelim keyiflenelim! Hoş vakit geçirelim! diye koşmaya başlar. Havasını teneffüs eden mest olur "aşk, garam, sevda!" diye sokaklara uğrar..."

Fakir ve zengin herkes ortak yalnız bir şey düşünür. Eğlence... Halk ömrünü tiyatro ile sinema ile, sazda seyranda, düğünde dernekte avuna aldana, güle eğlene ekseriya yarı çılgın ve daima çakırkeyif zevkinde geçirir!... Sanki başka semtlerden Kadıköy'e taşınanlar; "Artık çok sıkıldık, çok bunaldık, biraz da eğlenelim! Fikriyle bu tarafa göç ederler ve bir eğlenceye gider gibi gönüllerinde ümit dolu, öyle yeşerirler" (Karay, 2017, s. 135–136)

Kadıköy'ün mekansal niteliklerinin anlatılar yoluyla incelenmesi temel olarak mekan anlatılarının mekan inşasındaki kurucu gücüne dayanmaktadır. Ayrıca, özellikle 1960'lara değin sosyal bilimler İstanbul'un sürekli artan nüfusunu açıklayabilmek üzere göç ve gecekonduya odaklanırken İstanbul'un yerlilerine uzun süre ilgisiz kalmıştır (Özbay, 2017, s. 183). Oysa edebi İstanbul anlatıları ulus inşa sürecinden bu döneme değin "yerlileri" yani Selim İleri'nin deyişiyle "öz çocukları" nı odağına alır. Bu nedenle edebi yazın Kadıköy'ün tarihi çekirdeğindeki, İstanbul'un "öz çocuklarının" özellikle ulus inşa sürecinden 1960'lara kadar olan süreçte "yerli" kültürünü kavramakta başvurulabilecek en güçlü kaynak olarak bize yol göstermektedir.

Bu makalenin araştırma evrenini Kadıköy'de geçen kurgu edebi eserler ve hatıratlar olmak üzere geniş bir metin grubu oluşturmaktadır. Bu metinlerin tümü okunarak öncelikle her bir metnin kendi bütünlüğü içinde ifade ettiği anlamların ortaya çıkarılmasından sonra bir bütün olarak Kadıköy'e ilişkin yazında tekrar eden temalar ortaya konmuştur. Her metin yazarının öznel kimliği ve yazıldığı döneme duyarlı bir şekilde birden fazla kez okunurken Kadıköy'e dair oluşturdukları anlam dünyası metinlerden çıkarılmış anlam öbekleri olarak kodlanmıştır. Tüm metinlerin bu bağlamda kodlanmasından sonra niteliksel içerik analizi yöntemi ile ana fikirler ve temalara odaklanılmıştır. Farklı metinlerdeki "ortaklıklar, benzerlikler ve örüntüler" araştırılmıştır (Erdoğan vd., 2021). Epistemolojik olarak yorumlayıcı bir yaklaşımdan beslenerek gerçekliğin inşasının insanlar arasındaki etkileşimle oluştuğu kabulüyle bu metinler hem kendi içlerinde yarattıkları hem de okuyucuları ile oluşturdukları etkileşim ağında şekillenen etkiler açısından Kadıköy'ün kentsel kimliğini oluşturan anlam örüntülerini bünyelerinde taşımaktadır. Tekrar eden temalar his yapıları kavramı ile birlikte ele alındığında mekana dair bütünlüklü bir anlam haritası ortaya çıkmaktadır. Araştırma tasarımını bütünleyen bir diğer unsur oto-etnografik bir perspektifle uygulanan katılımcı gözlem yöntemidir. Kadıköy'ün anlam haritasında belirgin hale gelen örüntülerin his yapıları etrafında kristalize olan gündelik yaşam alışkanlıkları dolayısıyla günümüze nasıl bağlandığını bu gözlemler vasıtasıyla, zengin etnografik notlara başvurarak tartışmak hedeflenmiştir.

Bu makale kapsamında özellikle hatıratlar ve kurgu edebi eserler incelenmiştir. Hatıratlar mekandaki kolektif deneyime ulaşılacak değerli kaynaklardır. İncelenen hatıratların çoğunun yazarları entelektüel birikime sahip olmakla birlikte yazarlığa Kadıköy'ü anlatmak için girişmişlerdir. Yazarların Kadıköy'ü anlatırken kimliklerinin özgün parçası olarak çok değer verdikleri bir mekanın ve

bu mekandaki öznel ama bir o kadar kolektif bir deneyimin aktarımını yaptıkları anlaşılmaktadır. Kurgu anlatıların seçiminde ise Kadıköy'ün mekansal bir öge olmaktan öte neredeyse çekirdek olay içerisinde bir ana karakter olarak yansımaları belirleyici olmuştur. Olay örgüsü Kadıköy semti dışında da geçen çok mekansal anlatılarda bile Kadıköy'ün dahil olduğu bölümler mekansal kimliği yansıtmaya dönük güçlü simgesel öğeler üzerine kurulmuştur. Kurgu eserlerin yazarlarının da hayatlarının önemli bir kısmını Kadıköy'de geçirmiş olması anlatıların deneyimden beslendiğinin göstergesidir. Araştırmaya dahil edilmiş anlatılarda Kadıköylü olmak bir semt sakini olmaktan öte bir hayat tarzı olarak temsil edilmektedir. Bu nedenle tüm eserlerde semt yaşamı pratiklerine ve karakterlerin iç dünyalarında mekanla kurdukları bağa farklı şekillerde yer verilmiştir.

Kadıköy'ün Kentsel Anlam Örüntüleri

Mekanda hayat bulan sosyal ve kültürel inşanın hem ürünü hem üreticisi olarak anlatılar; bir yandan toplumsalın dönüştürücü ögesi bir yandan da toplumsal dönüşümün şahidi olarak zaman içinde çeşitlenerek ve birbiri üzerine eklenerek ilerler. Mekanın geçirdiği dönüşümler bir yandan zamana yayılmışken, bazen de ani ve keskin dönüşler içerebilir. Anlatıların gücü mekan-zamansal dönüşümleri bir kimlik ve hafıza oluşturacak şekilde bir araya getirebilmesinde yatar. Ayrıca, zengin bir çeşitlilik gösteren öznel anlatılar mekanın toplumsal yapısını ve kültürel atmosferini bir potada eritme özelliğine de sahiptir.

İstanbul'da tarihi bir çekirdek olan Kadıköy'ün anlatılara yansıyan mekânsal deneyimi makro ölçekte yaşanan ve kentleşme süreçlerini etkileyen ekonomi politik süreçlerden bağımsız değildir. Bu nedenle incelenen metinlerin tasvir ettiği dönemsel aralıkta -Osmanlı'nın son döneminden 2010'lu yıllara- makro düzeyde yaşanan ve yerele sirayet eden ekonomik-politik milatları çok genel bir çerçeveden de olsa işaretlemek gerekir.

19. yy ortalarında Osmanlı'nın modernleşme hareketleri Kadıköy'de de keskin bir dönüşümü tetikler. 1850'ler itibari ile modernleşme, kentleşme ve kent kültürü nezdinde karşılığını bulur (Türker, s. 17). 19. yüzyılda Kadıköy'de farklı etnik ve dini grupların yoğun olduğu Kadıköy'de, mimari çeşitlenme ve kozmpolitleşmenin artışı görülür. Vapur seferlerinin yanı sıra Haydarpaşa-Pendik banliyö hattının hizmete girmesi Kadıköy'deki yoğunluğu etkiler. Kurtuluş Savaşı yılları ile gayri-müslim nüfus azalırken, cumhuriyetin kuruluşu ile yoğunluklu olarak Türkler bölgeye göç etmeye başlar. 1950'ler ile İstanbul'da nüfusun artışı ve erken cumhuriyet dönemi sonrası yeni sermaye yapılarının oluşması ile apartmanlaşma süreci başlar. Kat Mülkiyet Kanunu (1965) köşk arsalarının bölünmesine alan açarken, bu durum Kadıköy'ün mekânsal kültüründe önemli bir değişime neden olur. 1980'ler Türkiye'sinde kent deneyimini de dönüştüren toplumsal dönüşümleri en genel haliyle, "sanayi toplumundan bilgi toplumuna, fordist üretim biçiminden esnek üretim biçimine, ulus devletler dünyasından küreselleşmiş dünyaya, modernist bir zihniyet çerçevesinden post-modernist bir çerçeveye geçiş" (Tekeli, 2014) olarak ele almak mümkündür.

Bu diyalektik çözümlerle “yerel tarih ve ulusal potansiyellerle dünyadaki toplumsal ve ekonomik dönüşüm süreçlerinin karşılaşması olarak” (Eren Özbek, İ; 2019) Kadıköy’de kendine özgü değişim pencereleri açmıştır. Tüm bu dönüşümlerin kategorik olarak yeni bir Kadıköy’e yol açması kaçınılmazdır, fakat semtin tarihsel nitelikleri ve kendine özgü, ayrıksı sosyo-kültürel yapısı bazı güçlü direnç noktaları oluşturmuştur. Kadıköy elbette, bir hücre duvarı yaratarak küresel ve ulusal ölçekteki değişim unsurlarını kendi mekânsal bütünlüğünün tümüyle dışında tutamayacaktır: Kadıköy dönüşüm karşısında daha çok bir hücre zarı oluşturmuştur. Mekansal olarak geçirgendir ama kontrolsüz geçişe izin vermez. Bu karşılaşmalarda dönüştürücü unsur biçim değiştirmek ya da farklı pratikler üzerinden hayata geçmek durumundadır. Bu hücre zarı sayesinde mekânsal hafızada kayıtlı anlam çıpaları dışarıya kaçamaz, mekânsal karakterde sürekliliği takip edilebilir anlam örüntüleri kalıcı hale gelir.

Bu çalışmada, Kadıköy anlatılarında tasvir edilen geçmiş hem ulusal ve küresel bağlamı içinde ifade ettikleri ile, hem de yazarın öznel konumu göz önünde bulundurularak incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda Kadıköy temsillerini belli başlı anlam örüntüleri üzerinden okuyabilmemizi sağlayan düğüm noktaları belirlenmiştir. Kadıköy’ün kentsel anlam haritasını oluşturan yedi düğüm noktası bu okumanın bir çıktısı olarak çalışmamızın analiz çerçevesini ifade etmektedir. Bu temaların Kadıköy’ün içinden geçmekte olduğu güncel mekânsal dönüşümlerle nasıl ilişkiler kurduğu ve bunların belli başlı his yapıları üzerinden gündelik kent yaşamı dinamikleri ile nasıl müzakereye girdiği bu metindeki tartışmanın temelini oluşturmaktadır.

Deniz ile Bağlantı

Kadıköy’e dair hemen hemen tüm anlatılarda denizin sosyal hayatın içerisindeki yeri belirleyici bir unsurdur. Anlatılarda deniz ile kurulan ilişkiyi tanımlayan en yoğunluklu öğeler; vapurlar ve vapurda karşılaşmalar, deniz manzarası, kayıklar ve sandallar ile yapılan deniz sefası, kayıklar ve sandalların kiralanması ile gelişen sosyal hayat, plajlar, deniz banyoları, profesyonel ve hobi olarak balıkçılık, deniz sporları etrafında kurulan prestijli kulüpler, denize paralel manzarası olmasa bile denize açılan sokak tasvirleri olarak sıralanabilir. Anlatılarda deniz ile ilişkilendirme öncelikle keyif ve haz üzerinden tanımlanır. Her yaşta birçok karakter bu keyfi yaşamayı bir kültür olarak devam ettiren aktörler olarak temsil edilmiştir. Örneğin, kendisi Moda’ya sonradan evliliğiyle birlikte taşınmış olan Rozental’in anıları üzerinden ilerleyen Moda *Sevgilim* “*Yeniden*”de, Moda’ya dışarıdan hayranlıkla bakan bir genç gözün izlenimleri aşağıdaki şekilde akar:

“Vapurumuz Moda kıyılarını yalayarak geçirdi. Ta o zamandan Moda’yı bir ada olarak bellemiştim. Denizden yukarılara doğru yükselen falezlere hayranlıkla bakar, insanlar buralara nasıl yerleşmiş diye kendi kendime sordum. Bir keresinde babam sonradan dolgu çalışmaları yapıldığını öğrendiğim şantiye alanını göstererek “Bak, adamlar Moda’yı yukarıdan fethedemedi, şimdi aşağıdan ele

geçirmeye çalışıyor” demişti...bu sözler çocuk belleğime kazanmış, Moda'nın ulaşılması güç bir kale görüntüsüne bürünmesini sağlamıştı.” (Rozenal, 2016, s. 14).

Bu anlatıda görüldüğü üzere Kadıköy'e dışarıdan bakışta deniz, geçilmesi zor bir sınır, "ulaşılmazlığı" perçinleyen bir unsur olarak da temsil edilir. Kendisi doğma büyüme Modalı olan yazar, çevirmen ve İstanbul devlet operasında solist olan Anais M. Martin de, kendi anılarıyla harmanlayarak kaleme aldığı *Her Yeri Resim Gibi: Küçük Moda* isimli kitabında Moda'yı bir adaya benzetir. Kadıköy'ün kendine özgü olduğunu denizle sınırlandıran bir coğrafya metaforunun içine gömer (Martin, 2016, s. 133).

Deniz, sadece simgeledikleri ve oluşturduğu his dünyası bir yana, Kadıköy'de pek çok rekreasyon aktivitesine de ev sahipliği yapmıştır. Moda Plajı, 20. yy.'ın ilk yıllarında İstanbul'un denizle kurulan ilişkisine dahil olmaya başlayan plaj kültürünün önemli bir örneği olarak kapalı deniz hamamı, atlama kulesi ve kabotaj bayramları ile ünlüdür (Kütükçü, 2014, s. 94) ve modern bir sosyalleşme ortamı sunar. Denizde gerçekleştirilen rekreasyon aktivitelerinin Kadıköy'de yapılış şekli sosyo-ekonomik seviyesi yüksek kesimlerin uğraşları olarak tasvir edilir. Örneğin kayık kiralamak, olta takımları almak gibi hem tutku hem maddi güç hem de serbest zaman bolluğu gerektiren bu faaliyetler arasında bulunan balıkçılığa dair "Kadıköy'ün Romanı" başlıklı metinde şu satırlar yer alır:

"Denizin tatlı bir poyraz altında bürümcüklendiği bugünlerde Kadıköy'ün profesyonel ve amatör balıkçıları tam tertip faaliyete geçmişlerdi... Bunların içinde kendinden geçer derecede balık avına düşkünleri vardı ki varlarını yoklarını bu uğurda sarf ediyorlardı. O olta takımları, ağlar, hususi kayıklar, yordakçı adamlar, balıkçı kisveleri az masrafla mı meydana gelir? Bu meraklılar yalnızca keselerini silkelemekle kalmıyor. Rahatı, huzuru da birlikte gönderiyorlar..." (Erol, 2015, s. 132)

Anlatılarda kiralık sandallar ve tüm yaz boyu bu sandallarda keyif ve macera arayışı öne çıkan unsurlardandır. 1902 doğumlu, Alman lisesinde eğitim gördükten sonra Almanya'da felsefe eğitimi almış olan Safiye Erol'un 1930lu yıllarda yedi genç arkadaş etrafında kurulmuş "Kadıköy'ün Romanı"nda da bir bölüm tümüyle romanın ana karakterlerinin "denizde cümbüş" yaparak geçirdikleri bir günü anlatır (Erol, 2015, s. 58-66). Arkadaş grubu Moda İskelesi'nden yola çıkarak, Kalamış, Fener, Bostancı etrafında gezer ve karanlık olduğunda alaturka saz dinlemek üzere sandallarını Kuşdili Gazinosu'nun karşısına bağlar. Deredeki durum aşağıdaki şekilde tasvir edilir:

"Derede iğne atsan yere düşmez bir kalabalık vardı. Bir defa o birbirine giren sandallar ne ileri ne geri kıvıldaşamıyordu. Sahil evlerinde oturan halk dere kenarında dizi dizi yer tutmuş, her taraf şen insanlarla bezenmişti" (Erol, 2015, s. 59).

Haldun Taner'in "Yalı'da Sabah "(1979) isimli öyküsü ise denizin sabah güzelliğini izlemek amacı ile uyanan ana karakterin kıyıya yürüyüşü esnasında gör-düklerinin uyandırdığı hisler ve düşünceler etrafında kurulmuştur. Öyküleri yoğun-luklu olarak 1950li yıllarda basılmış olan, "hikayeci-gazeteci" yazar kuşağından olan Taner sade, yalın kendi deyimiyle "halkçı bir üslup" peşindedir (Tosun, 2015, s 79). Yalıda Sabah isimli öyküsünde anlatıcı sabahın erken saatlerinde "kırk elli dakikalık krallık" diye nitelendirdiği gezintisini kendini özgür hissettiği zaman dili-mi olarak tarif eder. Öykünün anlatımında semtte modernite ile biçimlenen yeni hayat şartları ile doğa arasında bir ikilik oluşturulmuştur. Kıyıya inen hikaye ka-rakteri, kendisini modern hayatın getirdiği "yarış ve çekişmeden", "yalınlık" ve "alçak gönüllüğün" olağan akışına bırakır:

"Oh be! Dünya var kıyıda. Bu kıyıda burnu büyüklere ukalalara yer yok. Alçakgönüllüler ülkesi bu kıyı. Doğa tiryakiliğinden başka hiçbir şeyin geçerli olmadığı. Sadece yaşayan. Ahkam çıkarmadan, yorum yapmadan. Dünü, evvelki günü, bugünü, yarını, öbür günü takmadan. Sadece yaşayan. (Taner, 1994, s. 29).

Deniz bir yandan semtin modernleşmesi ile gelişen rekreasyon aktivi-teleri ile sosyalleşme alanı iken, bir diğer yandan ise bu öyküde olduğu üzere modern yaşamın zorlayıcı şartları ve hızdan kaçma, doğaya sığınma alanını temsil eder. Denizle kurulan ilişki kimi anlatılarda ise sınıfsal bir mesele olarak işlenmiştir. Buna örnek olarak Kenan Hulusi Koray'ın Güneş Balıkları isimli öyküsü gösterilebilir. Yine bir gazeteci-yazar olan Koray'ın 1927-1928 yılların-da Serveti-i Fünun dergisinde ilk hikayeleri yayınlanır. Gazetecilik mesleğine geçişi ile 1930'lu yıllar itibari ile daha realist eserler vermeye başlar. Moda Plajı'nda denize girmek isteyen bir grup çocuk etrafında örülü hikayesi de bu döneme denk gelir. Belediye'nin sahilden denize girişi güvenlik nedeniyle ya-saklamasının ardından plajın ücretli hale getirilmesi sonucu çocuklar öykünün anlatıcısı olan bir "ağabey"lerinden yardım istemeye giderler. Serzenişleri şöyledir: "*Plaj paralı. Bir kişiye 10 kuruş istiyorlar. 7 kişiyiz biz!*"

Yardımcı olacak kişinin "*Nerede oturuyorsunuz*" sorusuna çocuklardan biri "*şuracıkta, Moda'nın arkasında oturuyoruz*" cevabını verir. Alman Kampı'nın sa-hili "*yabancı oldukları için giremeyecekleri*", İngiliz kulübü ise ancak yıllık üyelik ücreti karşılığında hizmet verdiği için ancak uzaktan imrenerek izlenen plajlardır. Plaj kullanımına dair sınıfsal ayrıcalıkların dramatik bir sonla işlendiği bu öykü bir çocuğun ölümüyle sonlanır. Öyküde bahsi geçen plajlar hem maddi hem kültürel sermayesi olanların dahil olabildiği bir eğlence alanıdır ve dışarıdakiler için cezbe-dici olduğu ölçüde tehlikelidir.

Henüz köprülerin olmadığı yıllarda "karşıya" geçmenin tek yolu olan iskeleler, vapur ve kayıklar ise her toplumsal kesimden insanın yanyana geldiği kamusal alanlar olarak Mehmet Celal'in Kuşdili isimli eserinde (ilk baskısı 1910 yılı), Adnan Giz'in, Selim İleri'nin anlatılarında, Batmankaya'nın Marmara'da Bir Balık olarak Haydarpaşa eserinde detaylı tasvirlerle yer bulur:

“Kadıköy iskele ile başlar, iskelede biterdi. Sanmam ki İstanbul’un hiçbir semtinde iskele bu derece o bölgeye hakim olsun (Giz, 1988, s. 4).”

Anlatılarda bir araya gelen topluluğun bir bütün olarak renkliliğine ve çeşitliliğine vurgu yapıldığı gibi, karakterler ve vapur-iskele karşılaşmaları uzunca detaylandırılmıştır:

“Kadıköy vapurunun boşalmasını insan bir seyran, çok güzel bir gezinti, bir zevk ve eğlence olarak kabul edebilir. İstanbul’un en tanınmış erkek çehrelerine orada rastlayabileceğiniz gibi, en şık ve en güzel giyinmiş, her ulustan en seçkin güzelleri de bir kabile, bir resmigeçit halinde ve tabii olarak orada görebilir, ancak orada seyredebilirsiniz. Kadıköy hem mütevazı halk tabakasının hem de sosyete mensuplarının yatağıdır.” (Refik Halit Karatay’dan akt. Kavukçuoğlu, 2010, s. 20)

Kadıköy’de geçen seri cinayetleri konu alan, “Bir Başkomiser Galip Polisiyesi: Kadıköy Cinayetleri” isimli polisiye romanda da cinayet mahalli olarak deniz seçilmiştir. Roman, Kurbağalidere’deki sandalların yanaşması için asılmış büyük kamyon lastiklerinin birinin içinde bir cesedin bulunmasıyla açılır (Yaşmut, 2013, s. 29). Bir polisiye romanında dahi Kadıköy Cinayetleri ismine paralel olarak cinayet, deniz ile bağlantılandırılarak kurgulanmıştır.

Kozmopolitanizm ve Açık Fikirlilik

Kadıköy anlatılarında farklılıklara, farklı kültürlere açıklık ve ulus ötesi bağlar önemli bir yer tutar. Anlatıların neredeyse tümünde “fark” ve “farklılık” mekana içkin zenginlik ve renklilik kaynağı olarak temsil edilmiştir. Anlatılarda bireysel, etnik, dini, kültürel vb. gibi başlıklarda ayrı ayrı incelenebilecek yoğunlukta yer alan “farklılıklar”, toplumsal yaşamın olumlu bir tezahürü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öncelikle farkların olumlanması bağlamında bir ön şart olarak “farklar”, “farklılıklar” yadsınmaz, yoğunluklu olarak tanınır, işaret edilir ve kabul edilir. Örneğin *Kadıköy’ün Romanı*’nda farklı karakterler “antika” nitelemesiyle, ama “bizden biri” olarak zikredilir.

“Şu Kadıköy ne acayip yerdir. Pek hususi bir rengi vardır. Bir defa güzeller memleketidir... Kadıköy fakat yalnız güzel değil pek çok da antikalar yetiştirir. Nevi şahsına münhasır ne kadar insan varsa hep bu toprağın mahsulü, hep bizim köylü. Bakınız: Fahri, Hayri, Ziya, Adnan, şu gördüğünüz Burhan, ben... Ya Kadıköy’ün meşhur hanımları, hangi birisini söyleyeyim?” (Erol, 2015, s. 48)

Kimi zaman akli dengesini yitirmiş bir karakter, kimi zaman sokakta yaşayan, kimi zaman farklı giyinen biri Kadıköy anlatılarında “fark”ı olumlanarak “bizden biri” olarak karşımıza çıkar. Aktunç’un *Bir Kadıköy’oğlu* isimli kitabının başlangıcı buna iyi bir örnektir. Aktunç öğrenimine Moda İlkokulunda (1955-1960) başlamış, hikaye, roman, deneme şiir eserleri olan aynı zamanda reklamcılık ve yayıncılık yapmış bir yazardır. Eserlerinde dilin olanaklarını zorlar. Aktunç anlatısının başlangıcında öykülerinin Kadıköy’ün öyküsünü anlatabileceğine inandığını söylediği unutulmuş dört karakteri tanıtmıştır (Aktunç, 2009, s. 24). Bu karakterlerden ilki Bilgin, yaşlı, aksanlı, papyonlu, her gün bir davete gider gibi giyinen, yazarın yaşam boyu monokl taktığını gördüğü ilk ve son adam olarak tanıtılmıştır (Aktunç, 2009, s. 25). İkincisi, Binleralık, 30larında, bakımsız, çok zengin bir aileden büyük konak çocuğu, konakları dağılınca babasının ortağı tarafından dolandırılarak parasız bırakılmış ve akli dengesini kaybetmiş bir karakterdir. Bakırköy’deki Akıl Hastahanesi’nde kalmaya parası yetmediği için salıverilen Binleralık, Kadıköy sokaklarında bazen yavaş bazen hızlı hızlı gezinen, herkesin tanıdığı, kimsenin para almadığı ama para da vermediği bir kişi olarak yaşam tarzını devam ettirir. (Aktunç, 2009, s. 25-28). Üçüncü karakter Marika’ysa, anne ve abisiyle birlikte kese kağıdı yapıp satarak yaşayan bir Rum’dur. Marika, sevgilisi tarafından 16-17’sinde terk edilmiş ve ondan sonra akli dengesini yitirerek hep sokaklarda gezinen, ara ara Türkçe ve Rumca anlaşılmaz şekilde mırıldanan bir Kadıköylüdür (Aktunç, 2009, s. 29-31). Dördüncü karakterse Çayır Güzeli olarak bilinen, gerçek adını kimsenin bilmediği, dilsiz, deniz kıyılarında, moda çayırlarında avare gezen bir Kadıköylü olarak karşımıza çıkar. (Aktunç, 2009, s. 32-33).

Aktunç Kadıköy’ün hikayesini diğer bölümlerde sokaklar ve olaylar üzerinden anlatmaya devam ederken ara ara başlangıçta tanıttığı bu karakterlere dönüş yapar. Bu karakterler geçmişlerinde kültürel sermaye veya bedensel sağlık ve güzellik sahibi iken farklı travmalar sonrası bugün dönüştükleri hal ile Kadıköy’e tutunmuş tiplerdir. Anlatının Kadıköy’ü anlama çabasını unutulmuşlar ve kendini anlatamayacak madunlar üzerinden başlatmış olması dikkat çekicidir.

Tarihsel olarak farklı kültürlerin bir arada yaşadığı Kadıköy’e dair anlatılarda “farklılık” yalnızca bireysel hikayeler üzerine kurulu değildir. Anlatılarda Kadıköy’de yaptıkları köşkler, kiliseler ve aileleri dolayısıyla çokça söz edilen tüccar Levantenler de yer bulur. Ayrıca, terzi, bakkal, taksi şoförü gibi birçok gayrimüslim karakter de mahalle esnafı olarak anlatılarda karşımıza çıkar. Farklı etnisite ve dini gruplara mensup nüfus, her sınıftan farklı meslek gruplarında temsil edilmiştir. Özellikle otobiyografik özellikler taşıyan *Moda Sevgilim Yeniden, Bir Kadıköy’oğlu, Marmara’da Bir Balık Olarak Haydarpaşa, Moda’da Gezinti, Bir Zamanlar Kadıköy, Her Yeri Resim Gibi Küçük Moda Halkiona’dan Kadıköy’e Körler Ülkesinin Hikayesi, Yeldeğirmeni Öyküleri* gibi eserlerde farklılıklarla birlikte yaşam imgesi belirgin bir temadır. Kadıköy’deki çok kültürlülük farklı dönemlerdeki anlatılara bazen ana tema olarak, bazen de sadece atmosferi tasvir amacı ile yansır. Semtin kozmopolit yapısı bir kiraathane sohbetinden şu şekilde yansır:

“Bir köşeden derin tartışmalar duyuluyor. Gezgin eskiciler ile yerleşik eskicilerin vıdı vıdıları. Azerisi var, Tagi; Yahudisi var, Mordo, Sefarad, Ladino konuşur; Ruben, Aşkenaz, Yidce konuşur, Cemal Nadir çizmiş sanki onları; diğerleri Türk. Gezgin eskiciler yerleş oluyor yavaştan, ilerde antikacı bilem olacak onlar.” (Aktunç, 2009, s. 62).

Tarihsel ve politik sebeplerle azınlıklar 1930 yılından itibaren Kadıköy'den ayrılmaya başladılar. Kadıköy'deki farklı etnisite ve dini gruba ait nüfusun zamanla azalması ve nüfus yapısının değişimi Kadıköy'ün dönüşümünün önemli bir parçası olarak anlatılarda yer bulur. 6-7 Eylül olayları, azınlıkların ülkeyi terk etmek durumunda kaldığı toplumsal atmosferin doruğa çıktığı, şiddet içeren tarihi bir olay olarak pek çok anı kitabı ve kurgusal anlatıda yer alır.

“O yıllarda Moda Çarşısı adeta bir operet dekorunu çağrıştıracak kadar renkliydi. Moda Caddesi'nin iki yanına dizili dükkanların sahipleri ve çalışanları birkaç Türk'ün dışında çoğunlukla Rumlardan oluşuyordu.... Çarşıda Rumca bazen Türkçeden daha fazla kullanılıyordu. Aradan geçen 53 yıla rağmen Rumlar tarafından hala korku ve buruklukla hatırlanan 6 Eylül 1955 olayları Kadıköy'de İstanbul'un pek çok yerine göre ucuz atlatılsa da bu çarşı yerle bir olmuş, evlerin camları kırılıp kapıları zorlanmıştı. Asıl zarar ise büyük tahribata uğrayan kiliselerde idi... 6 -7 Eylül gecesinin maddi hasarı Kadıköy'de çabuk silindi ve hayat görünürde normale döndü. Ama bir daha hiçbir şeyi eskisi gibi olmadı.” (Türker, 2008, s. 86).

6-7 Eylül Olayları'nı “hiçbir şey eskisi gibi olmadı” diyerek Kadıköy'ün kozmopolit yapısında bir milad olarak işaretleyen Türker, araştırmasında 1963 Aralık'ta patlak veren Kanlı Noel olaylarını takiben Türkiye'nin 1930 Ankara Antlaşması'nı iptal ederek İstanbul'da yaşayan Yunan vatandaşlarını sınır dışı etmeye başlamasının yarattığı durumu da “1964'ten Sonra Kadıköy” başlığıyla ayrıca incelemiştir (2008, s. 88). Bu durum ile birlikte Kadıköy'deki Rum nüfus birkaç yıl içinde eriyerek yok olma sürecine girmiştir (2008, s. 86). Rumların ekonomik ve sosyal hayattan hızla çekilmesi ile Kadıköy'ün sosyal, etnik ve dini yapısı dönüşüme uğramış, 1970 sonrası daha homojen Müslüman Türk bir Kadıköy ortaya çıkmıştır (Türker, 2008). Anlatılarda azınlıkların terkinde sebep olan ulusal atmosfer ve yaşanan şiddet içeren olaylar bir kara leke olarak yer bulur ve geçmişte kalan kültürel çeşitlilik ve birlikte yaşam hüznüyle anılır.

Kadıköy anlatılarında ulus ötesi bağlar da kozmopolit kimliği destekleyen unsurlar olarak öne çıkar. Gayrimüslimlerin ulus ötesinde bulunan organik bağlarının yanı sıra, yabancı dil bilen, eğitilmiş, yurtdışına öğrenim için, iş seyahati için, yalnızca gezmek amacıyla giden ve dönen pek çok karakter anlatılarda yer alır. Yoğun olarak “batı” ile olan bu ilişkiler, gerektiğinde profesyonel fikir danışılan uzmanlık yazışmalarını, takip edilen hayat tarzlarını, yurt dışından getirilen kitap ve plaklarla kültürel paylaşımları kapsar. Eğlence mekanlarında çalan yabancı müzikler ve batı kökenli danslar da anlatılarda yer bulur:

Yemek sırasında genellikle İtalya'dan gelen orkestralar hafif müzik ve dans müziği çalarlardı... [Birkaç sezon arka arkaya gelen] İtalyan şarkıcı benim de arada sırada gidip dans ettiğim beş çaylarında "Volare", "Piove", "La Novia", "Julia", "Come Prima" gibi her yıl yapılan Sanremo Müzik Festivali'nde derece almış şarkılardan seçerdi repertuarını. Orkestra beş çayının sonuna doğru mambo, ça-ça-ça, merenge gibi Latin Amerika danslarına geçer, kapanış çoğunlukla o dönemde bir salgına dönüşen rock'n roll ile yapılırdı (Kavukçuoğlu, 2016, s. 100).

Celal Esad Bey 1931 yılında yazdığı Kadıköyü Hakkında Belediye Araştırmaları'nda semtin geleceğine dair hayallerini Kadıköyü'nün "şöyle ufak bir Avrupa köyüne benzer şekilde düzenlenmesi" (s. 114) üzerine kurmuştur. Yerel yönetici olarak yaptığı planlamalarında çoğu kez Avrupa'dan Amerika'dan örnekler veren Esad Bey, şehrin geleceği için kurduğu planda batı tarzı kentleşme modelini ve bunun yaratacağı yen yaşam tarzını öne çıkarmaktadır.

Güçlü Kadın Karakterler

Kadıköy'e ilişkin anlatılarda belirgin olan özelliklerden bir diğeri de güçlü kadın karakterlerdir. Araştırma ve anı kitaplarının çoğunluğu erkekler tarafından yazılmış, erkek "gözünü" yansıtıyor olmasına rağmen sosyal hayatta, sokak tasvirlerinde kadının varlığı ve anlatılardaki belirleyiciliği hemen göze çarpar. Anlatılarda kadınlar eğitilmiş, sosyal hayatta aktif rolleri olan, duygularını ifade eden, kadın-erkek ilişkilerinde rahat, denize giren, eğlence mekanlarında görünür olan karakterler olarak temsil edilmiştir.

Bu temsillerde kadınların geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin ötesine geçtiği görülür. Örneğin, Aktunç'un *Bir Kadıköy'öğlü* isimli anı-hikaye kitabında "Sudanlı Hacıannemiz" bölümünde "zenci" Gülfidan Kalfa, tüm mağduriyetine rağmen güçlü bir karakter olarak karşımıza çıkar. Gülfidan Kalfa, "dağılmış bir konaktan sokaklara bırakılmış bir hanımdır" (2009, s. 68): "*Seksenli yaşlarında. Boyu iki metreye yakın. Yüzü ikona güzelliğinde....Kadıköy'ün belki de İstanbul'un ilk kadın esnafı...*" (2009, s.68).

Gülfidan Kalfa semtte bir süre esnaflık yapmış fakat kirayı ödeyemeyince dükkandan kalan malları kaldırımda satmak zorunda kalmıştır (Aktunç, 2009). Hacı annenin güzelliğinden bahsedilmiş olsa da tüm anlatım boyunca en çok vurgulanan yönü "kahraman"lığı olmuştur. Birçok yönden "öteki" olmasıyla birlikte mahallelinin gözünde bir kahraman olarak dile getirilmesi güçlü kadın karakterlerin semtteki varoluşuna ve değerine önemli bir örnektir:

"Hacı anne, kahraman... Refet Paşa "esir şehir" İstanbul'u işgalden resmen kurtarmaya geldiğinde, 19 Ekim 1922, elinde şanlı sancak, onu karşılamış Hacı anne. Paşa atının dizginlerini tutup

cadde boyunca yedmiş. "Sureti" de gazetelerin birinci sayfasında görünmüş. Süvariler öncüsü Kara Gülfidan" (Aktunç, 2009, s 68-69).

Metinlerde kadın temsilleri tek bir stereotipe indirgenmiş değildir ve anlatılar içinde karakteri derinleştirilmiş pek çok kadına rastlanır. Kadın karakterlerin iç dünyalarına uzunca yer veren Kadıköy'ün Romani'nda ana karakterlerden Bedriye'nin ölmüş eşinin annesi ile sohbeti, daha geleneksel bir kuşağın yeni dönem özgür "Kadıköy Kadınları" nı eleştirisine dönüşür. Bedriye'nin kayınlidesinin gençlere yönelik eleştirisi spor yaparak zayıflamalarından başlayarak genel bir hayat tarzı sorgulamasına doğru genişler (Erol, 2015, s. 168).

Kadıköy anlatılarında kadınların kendilerini kadın erkek ilişkilerinde rahat ifade eden karakterler olarak çizilmeleri öne çıkan bir durumdur. Mavi Kanatlarınla Yalnız Benim Olsaydın romanında, bu durum deniz banyoları üzerinden anlatıya taşınmıştır:

"Moda deniz banyolarında, Fenerbahçe deniz banyolarında hanımlarla beyler yan yana yüzükoyun kumlara uzanıyorlarmış. Genç hanımlar hayran olunan birtakım gençleri kendi aralarında, hatta herkesin önünde pervasızca konuşuyorlarmış. Hatta Avrupa'yı gördükten sonra" yurda dönen Safiye Hanım genç kızları teşvik ediyormuş, kadın-erkek arkadaşlığını ruh sağlığının bir icabı sayıyormuş" (İleri, 1991, s. 92).

Kadınların eğlence hayatında temsillerine de sıklıkla rastlanır ve saygın konumları özellikle vurgulanır:

"Safiye Hanım bazı geceler Şifa şarkılarını söylemek isteyince şairler, muharrirler, gençler susuyorlarmış. Safiye Hanım bu şarkıların ruhunu okuyarak, yepyeni yorumlar getirerek, sesiyle asta peyzajlar çizerek kalbe çarpıntı veriyormuş" (İleri, 1991, s. 97).

Kadınların gündelik hayata katılımlarının tarihsel gelişimi incelenen eserlere de yansımıştır. Türkiye'de bu kazanımların çoğunlukla batı kültürü etkisinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda Kadıköy'ün modernleşme sürecinde öncü kentli kültürünün toplumsal cinsiyet bağlamında kadınlara görece daha özgür bir alan açtığını söylemek mümkündür. İncelenen farklı dönemlere ait anlatıların neredeyse tümünde kadın karakterler, her türlü sosyal ortamda görünür ve belirleyici, kültürel birikimi olan, kendini ve duygularını ifade etmekten çekinmeyen, güçlü karakterler olarak temsil edilmiştir.

Topluluk Kültürü ve Samimi Topluluk İlişkileri

Kadıköy anlatılarında tekrarlanan bir diğer öge de herkesin birbirini tanıdığı iç içe geçmiş semt hayatının yarattığı samimiyet duygusudur. Hatıratlarda da kurgu anlatılarda da, karakterlerin sokağı evlerinin devamı gibi hissetmesi, mahalleli ile esnafın sıcak ilişkisi, mahalle dayanışması içinde yaşlı, genç ve çocukların yoğun etkileşimi mahalle atmosferinde belirleyicidir. Örneğin, Aktunç mahallede geçen çocukluğundan bahsederken *"Ne çok insanın torunuydum"* diyerek mahalledeki aidiyetini pekiştiren unsurlardan birisi olarak yaşlılar ile ilişkisinden bahseder (2009, s. 62).

Herkesin birbirini tanıdığı, komşusuyla esnafıyla, genci, yaşlısı ve çocukları ile bir bütünlük içindeki Kadıköy, mahallelide ev hissiyatını kuvvetlendiren bir topluluk atmosferi sunar. Bu durum Martin'in hatıralarında Moda için aşağıdaki şekilde ifade edilir:

"Eviden çıktığımda genellikle kaç saat sonra eve döneceğimi kestiremem. Evdekiler "saat kaçta dönersin" diye sorduklarında da kızarım. Çünkü Moda sokaklarında dolaşmak evimin bahçesinde dolaşmak kadar keyif verir bana. Ayrıca dükkanlarına uğrayıp üç-beş dakika sohbet etmekten çok büyük zevk duyduğum tatlı esnaflar vardır Moda'da." (Martin, 2016, s. 134).

Anlatılarda mahalleli olma hali birbirine benzeyenler kadar birbirine benzemeyenleri de birleştirir. Buna iyi bir örnek, Rüzgar Ceyda Alpak'ın Yeldeğirmeni Öyküleri'ndeki (2018) *Sünget Apartmanı* isimli anı-hikayedir (Alpak, 2018, s. 22–29) Söz konusu öykü apartmanın avlusunda sohbet eden beş kadın etrafında şekillenmektedir. Bu hikayede, birbirinden farklı köken ve hayat serüvenlerine rağmen beş kadını bira araya getiren mahalle aidiyeti vurgulanır. Diyaloglar karakterlerin kendilerine has özelliklerini yansıtır. Kabul görmek için farklılıkların gizlenmesine gerek yoktur. Kimi zaman bu özellikler çatışma yaratsa da herkesin birbirini olduğu gibi kabul ettiği bir mahalleli sohbeti meydana çıkar.

Samimi semt hayatı atmosferi vapurlarla birlikte semt sınırları dışına da taşmaktadır. *Kadıköyü'nün Romanı*'nda semt toplumsallığının iç içe oluşunun vapurdaki yansımaları şu şekilde dile getirilmektedir:

"...Bir Kadıköylü köyünden uzak yaşarsa hayra alamet değildir... (Halbuki) Kadıköy'ün daha köprü iskelesine ayak bassan kendi evinin avlusuna girmiş olursun. Lodos havalarda gıcır gıcır sallanan o külüstür iskelede yurdun başlar. Sağdaki gazeteci, soldaki tütüncü bile ahabındır. Paran olmazsa sana veresiye verirler. Vapura gelince, bir komşu salonundan farkı var mı, Allah aşkına söyle. Yan gelir gazeteni okursun, çayını kahveni içersin. Bütün yolcularla selamlaşır hasbihal edersin. Kadıköy vapuru artık vapur filan değildir. O, muayyen misafirlere mahsus bir gazino, bir kulüp öyle bir şeydir." (Erol, 2015, s. 249).

Aynı eserde vapurdan ayrılış “Kadıköy denilen muazzam tarikatın mensupları oluk oluk dört bir tarafa dağılır” (Erol, 2015, s. 250) cümlesi ile anlatılır. Farklı semtlere dağılan Kadıköy sakinleri kültürel ortaklık bağlamında bir bütün olarak “tarikat” vurgusuyla karşımıza çıkmaktadır.

Mekana aidiyet duygusunu perçinleyen kapalı topluluk yaşantısı, Buket Uzuner’in bir röportajında “dış göz” üzerinden farklı bir yaklaşımla karşımıza çıkar. Uzuner’in aktarımında “Kadıköylülerin ‘mahalle havası’ diye tanımladıkları his, Avrupa yakasındakilerin aşağılayıcı bir tavırla “Orası taşra” nitelemesiyle karşılaşılır (Ece Koçal, Vapurdan Karaya Ayak Basmak, Sabah Gazetesi, 10.05.2009).

Modernleşmenin başlangıç evrelerinden itibaren bir kent dokusuna sahip olma niteliği gösteren Kadıköy’de, “taşralılık” olarak yorumlanabilecek düzeyde “komşuluk” ve “semt ahali” olma halinin varlığı farklı dönemlere ait pek çok anlatıda kendini yeniden üretir. Bu durumun yok olmaya başladığını ifade eden anlatılarda bile mahallelilerin aidiyet duygusuyla tahkim edilmiş topluluk halini, modernleşmenin getirdiği “bireysel” yaşam tarzına rağmen sürdürmeye gösterdiği özen vurgulanmıştır. Zaman içerisinde oluşan kopuşun nedeni ise genellikle “dışarıdan” gelenlerde aranmıştır.

Canlı Gündelik Hayat

Kadıköy, incelenen anlatılarda her sosyo-ekonomik gruptan insanın sosyalleşebildiği, kimi zaman birbirine karıştığı kimi zaman ayrıştığı farklı aktivitelerin mekanı olarak çizilmiştir. Kadıköy’ün canlı gündelik hayatına dekor oluşturan mekanlar olarak sokakları, çarşuyu, denizi, parkları sayabiliriz. Bunun yanısıra elbette kültür ve sanat aktivitelerinin yapıldığı mekanlar, spor için ayrılmış alanlar ve diğer sosyal ihtiyaçların karşılandığı (hamamlar, dükkanlar, vb.) yerler de anlatılarda sıklıkla yer bulmaktadır.

Anlatılarda, semtin canlı gündelik hayatına iştirak etmek topluluk olma boyutunda deneyimlenen semt hayatının getirdiği yaşam tarzının bir ögesi olarak sunulmuştur. Sakinler için bu aktivitelere katılmak hem keyifli bir toplumsallaşma biçimi hem de mahalleli olmanın gereğidir. Gündelik hayatın canlı ritmine uyum, sakinlerin keyifle icazet ettiği bir yandan da semtte kendilerini “var edebilmelelerini” sağlayan gündelik gerekliler, ritüeller olarak anlatılara yansımıştır. Örneğin, İzel Rozental akşam yürüyüşlerinden aşağıdaki şekilde bahsetmektedir:

“Modal olma sınavının birinci aşamasında, akşam yemeklerinden sonra yapılan geleneksel Moda gezintilerini aksatmamayı öğrenmek vardı. Bu gezintiler esnasında mevsimine göre uygun spor fakat şık kıyafetler giyiniliyor, yol boyunca Modalılar birbirleriyle selamlaşıp hatır sorarak geniş çaplı ve toplu sayılabilecek bir sosyal etkinliğe katılmış oluyorlardı” (2016, s. 118).

Yine Modalı Anais Martin de bu durumu mahalleyle aidiyet bağı üzerinden işleyerek anlatısını “Modalı”lık üzerinden kurmaktadır:

“Akşamüstleri hava güzel olduğunda Modalı evde oturmaz! Evde oturacağına Moda’ya çıkmayı yeğler. Gazinoya, lokantaya gidecek paraları olmayanlar deniz kenarına inerler, yürüyüş yaparlar. Moda burnundan dolaşarak “büyük tur” dediğimiz yürüyüş yapılır... Yazın Moda caddesinde lokantalarda yer bulmak çok zordur. Modalı dışarıda yemek yemeyi sever. Kulüp üyeleri için cuma, cumartesi ve pazar kulübe gidip müzik dinlemek bir zevktir. (Martin, 2016, s. 133)

Kadıköy’ün gündelik yaşamını kuşatan sosyal ve kültürel aktiviteler batılı ve doğulu yaşam tarzının bir senteziymiş gibi görünmekle birlikte modern / batılı yönünün daha ağır bastığı söylenebilir. İncelenen anlatılarda Kadıköy’e sonradan yerleşen karakterlerin arasında bu durumu yadırgayanlara rastlanır. Kadıköy’ünün Romanı’nda, Kadıköy’e Filibe’den taşınan muhafazakar bir ailenin semt hayatına uyum konusunda yaşadığı güçlükler aktarılırken, mahallelinin de aynı şekilde onları yadırgadığı görülür: “Hanımları hala çarşafı gezer, komşu ahbap falan edinmez. Ne sinemaya ne gaziinoya gelirler” (Erol, 2015, s. 129)

Kadıköy günün tüm saatlerinde yalnızca Kadıköylüleri için değil canlı gündelik hayatının cazibesi ile başka semtlerde yaşayanlar için de gözde bir uğrak yeridir. Kadıköy’deki canlı gündelik hayatın merkez odaklarından birisi olarak Kadıköy çarşısı da özellikle tezgâhlarda sergilenen ürünlerin çeşitliliği ve esnafın renkli karakteri çerçevesinde birçok anlatıda kendine yer bulur. Kadıköy’de doğan ve hayatının önemli bir bölümü Kadıköy’de geçen yazar Selim İleri “Kadıköy Çarşısı’nın oldum bittim balık tezgâhları da birer resim, birer şiirdir” (İleri, 2012, s. 24) ifadesiyle çarşının estetik açıdan zengin ve davetkar yönünü vurgular.

Anlatılarda mekansal deneyimi özgün kılan gündelik hayatın canlı ritmi ve hayat tarzı vurgusu bir aradadır. Örneğin, Selim İleri *İstanbul Seni Unutmadım* isimli eserinde Şifa, Kadıköy Çarşısı ve Moda’ya yaptığı gezintileri bir “dünya yolculuğu” olarak nitelendirir. İleri’nin anlatısal yolculuğu Frerler Mektebi ile başlayıp ahşap evler, taraçalı, bahçeli Şifa evleri, akşam ampulleri yanan Kadıköy Çarşısı, Koço restoranı, Göztepe’deki akraba ziyaretleri, çiçekleri, evleri ve plajıyla Moda, Süreyya ve Hale Sinemaları boyunca serpilerek çeşitlenir ve Kadıköy’ün canlı gündelik yaşantısını bünyesine taşıyan mekanları boylu boyunca kat eder (İleri, 2012, s. 10).

Kütükçü ise daha mütevazı ve “halktan görüntülü” olarak nitelediği Yoğurtçu Çayırı için “Kadıköy’ün ruhuna işlemiş olan- kültür ve sanattan asla münezzeh değildi” diyerek burada gerçekleşen kültürel etkinliklerden; örneğin 19.yy sonlarında Aramik Hanım tarafından sahnelenen ilk kantodan, meşrutiyet yıllarında kadınların ve erkeklerin birlikte film izleyebildiği açık hava tiyatrosundan bahseder (Kütükçü, 2014, s. 121).

Anlatılarda içkili eğlence mekanları da önemli bir yer tutar. Kadıköy’de var oldukları döneme damga vurmuş pek çok gazino hayat tarzı anlatısı ile bütünleşir. Selim İleri’nin romanında Şifa (Gazinosu), müdavimleri olan üç kadın tarafından aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

“Pembe Hanımın demesiyle Şifa’ya kalendermeşrepler gelirmiş. Bedia Hanıma göre Şifa’ya koyu akşamcılar gidiyormuş. Kadife Sokaklı yengemiz ise Şifa’daki gazinonun pespaye bir balon olduğunu ileri sürerdi” (İleri, 1991, s. 96).

Üçü de doğru üçü de eksik olarak görülebilecek bu ifadeler aslında yaşam tarzına nereden bakıldığı ile ilgili olmakla birlikte, bizzat değerlendirmeyi yapan kişinin kültürel ve toplumsal duruşunu ve bakış açısını da yansıtmaktadır. Bu durum Kadıköylülüğü oluşturan ortak değer yargıları çemberinin alamet-i farikasının kültürel çeşitlilik ve farklılıkları bir arada tutabilen esnek toplumsallığı olduğunu bir kez daha belirginleştirmektedir.

Batmankaya, İnci Gazinosu’ndan “kocaman olmasa da izleyicisi bol” olarak bahsederken Kumlukta yer alan gazinoya dair anlatısında Hicran Köse’nin gazinoyu çevreleyen ortamı anlatan cümlelerine yer verir:

“Kumluk aynı zamanda gençlerin şık giyinerek piyasa yaptığı yerd. Pırıl pırıl üniformalarıyla genç subaylar, tiril tatil beyaz kıyafetleriyle bahriyeliler, Kumluk’un müdavimleri arasındaydı. Bakışmalarla başlayan nice aşklar burada filizlenirdi. Şimdiyse Kumluk dediğimiz o yer, otobüs ve dolmuş durakları ile dolu. Kargaşanın hüküm sürdüğü bir mekan halinde...” (Köse’den akt Batmankaya, 2010, s. 41)

Hicran Köse, Kumluk’taki değişimi hüznle anlatsa da, mekanı satırlarına farklılaşmış haliyle bile canlı bir gündelik hayat parçası biçiminde aktarır. Yazar, “akla kim ve ne gelirse” diyerek saymaya başladığı ve “kayıçılar, şarkıcılar, küçük esnaf ve sokak satıcıları ile mesire müdavimlerinin mekanı” olarak nitelediği Kumluk ve Haydaraşa İskelesi’ni, Haydaraşa-Bağdat demiryolu ile hayatları, varlıkları değişmiş, nihayetlenmiş kişi ve yerler olarak tanımlamıştır (Batmankaya, 2010, s. 42). Bu alanın kullanım şekli ve mekanı kullananların profili değişmiş, ama burada akan hayatın canlı ritmi devam etmiştir. Devam eden satırlarda ayrıca, Misak-i Milli Sokağı’na da yer verilmiştir. Yazar bu sokağı, “*gecesi başka, gündüzü bir başka hareketli, cazip ve lanetli pek çok şeyin bir arada yaşadığı “korkuyla huzurun kol kola olduğu” “masum” bir sokak olarak tanımlar* (Batmankaya, 2010, s. 113) ve aşağıdaki tasviri yapar:

“Yerli yabancı hayat kadınlarının konakladığı otel müsveddeleri buradadır. Domino taşları gibi sıralanmış pavyonlar... Bira köpükleri sokağa taşan barlar... Eter koklayan çocuklar... Dadaş Pilav... Eysan Otel... Göğsünden killar fışkıran, omzu ceketli delikanlılar... Metruk ve ahşap İstanbul evleri... Gecenin artıklarını temizleyen martılar... Sarhoş koynunda uyuyan sokak köpekleri... Aranan ve kaçılan pek çok şey buradadır.” (Batmankaya, 2010, s. 113).

Kadıköy farklı bölgelerinde değişen profildeki sosyal hayat ve eğlence anlayışıyla her dönem gündüz-gece hayatın durmadığı bir semt olarak anlatılara yansımıştır. Kadıköy sakinlerinin ilgisi ve ileri gelenlerinin katkısı ile geçmiş dönemlere kadar uzanan pek çok kültür, sanat ve eğlence mekanı Kadıköy anlatısının referans mekanları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu mekanların kimisi zamanla yok olmuş, kimisinin kullanım şekilleri değişmiştir, ama Kadıköy sokaklarındaki canlılık her daim anlatılarda kendine yer bulmuştur.

Geçmişin Gücü ve Tarihe Bağlılık

Kadıköy'ü konu edinen hemen hemen her anlatıda en belirgin öğelerden biri de geçmişin gücü ve yerel tarihe bağlılıktır. Kadıköy kentsel mekanı İstanbul'un dönüşüm hızıyla paralel olarak pek çok dönüşümden geçmiştir. Anlatılarda bu dönüşümler geçmiş ve bugünle işaret edilir ve belgelenir. Mekanlar ve peyzajın geçmiş durumu, sosyal kültürel ve günlük yaşamın akışındaki dönüşümler hafıza kaydı oluşturur şekilde önemli referanslar olarak yer alır. Anlatılarda değişen peyzaj ve artık var olmayan çiçeklerden yıkılan köşkler ve yerine yapılan apartmanlara, eski mahalle hayatından göçüp giden eski Kadıköylülere pek çok yerel öge bir anlam bütünlüğü oluşturacak şekilde farklı detaylarıyla aktarılır.

Örneğin, Kadıköy'de en keskin mekânsal dönüşümlerden biri sayfiye peyzajının 1950lerde apartmanlaşma ile sonlanmasıdır. Köşklere apartmanlara geçişle oluşan mimari değişimin kaçınılmaz olarak toplumsal yapıyı da değiştirmiş olması, pek çok anlatıda toplumsal ve bireysel yaşamı bütüncül yansıtan anlam bütünlüğünde yerini alır:

"Yaz kış bir sayfiye şehri izlenimi bırakan Kadıköy'ünde değişmeler ivme kazandı. Güzel yöre büyüünden hızla bir şeyler kaybediyordu. Ahşap evler birer birer yıkılırken, 'yeni'ye açıldığımız düşünülmüş, buna sevinilmişti. "Neydi o köhne evler..." Tıpkı evlerdeki değerli eski eşyanın hırdavatçıya üç beş kuruşa satılması gibi, Kadıköy'ünün özel mimârîsi de yıkıcılara teslim edildi. Önce sobalı, sonra kaloriferli apartmanlar 'köy'ün çehresine bambaşka bir anlam oturttu. Ağaç kıyımına da pek ses edilmedi. Bahçelerin Kadıköy'ü yüksek yapıların çorak ifadesine bürünüyordu" (İleri, 2004).

Anlatılarda Kadıköy'e ilişkin yapısal, sosyal ve kültürel hayatta karşılığı olan değişimlerin yoğun bir şekilde işaret edilmesi Kadıköy'de sürekli olarak devam eden devinin göstergesi olmakla birlikte yerel tarihi gündemde tutan bir his yapısı oluşturmaktadır. Satır aralarında kimi zaman romantik bir geçmişe özlem gibi okunabilecek olan bu tavır aynı zamanda mekânsal hafızayı bir anlam bütünlüğü yaratacak şekilde koruma gayretidir:

"Moda benim için sanki bir yaz mevsimiydi. Uzun mu sürdü o yaz, kısa mı, bugün bilemiyorum. Evleri, insanları tek tek yok oldular. Plajdan yükselen şarkılar birer ikişer eridi. İskelesine vapurlar uğramaz oldu.

Çarşısından geçenler artık birbirleri ile konuşmuyorlar.” (Selim İleri, “Moda Plajı”, İstanbul’da zaman, Haz: Tomris Uyar, Sırma Köksal, (İstanbul Bûke Yayınları, 2000, s. 67-68).

Geçmişin gücü ve tarihe bağlılık kuşaklar arasındaki iletişimde kimi zaman etkileşimi zorlaştıran bir noktada durmaktadır. Kadıköy’de doğmuş olan ve “Kadıköy’ün kendisinde bıraktığı izi anılarının başlangıcı olarak gören”³ Selim İleri’nin Mavi Kanatları’nda Yalnız Benim Olsaydın romanı bu durumu artık var olmayan ve yeni ortaya çıkan çiçeklere atıfla açıklayan bir anlatı oluşturmuştur. Romandaki anlatıcı, kendi çocukluğundan, Kadıköy’de geçen anılarında bahsederken (1930’lu yıllar), üç kuşağın -çocuk olarak kendisi, ebeveynleri ve daha yaşlı akrabaları- Kadıköy ile ilgili hatıralarına sızan gerilimlere yer vermiştir:

“Şimdi harap köşkerinde oturan, ufacak müstemilatlara sığınmış, ama ille eskilerde yaşayan akrabalarımıza, büyüklerimize gidince, onların hep şefkatle, gönüldenlikle aydınlanmış, yorgun, kırış kırış yüzlerini, ürkek bakışlarını, hasretler anlatırken ışıqlanan gözlerini, titreyen ellerini, bir yaz esintisinin onlardan bize taşıdığı limon ya da menekşe kolonyası kokularını gelecekte hatırlamak üzere akılda tutmamız gerekmez miydi? Hepsi bize yadigar bırakılmıyor muydu?” (1991, s. 89).

Anlatıcı yukarıdaki şekilde, kendi gözünden daha yaşlı akrabalarına ilişkin görüş açısını aktardıktan sonra satırlarının devamında çocukluğunda ona sıcak gelen yaşlı akrabaların üslubundaki masalsılığı çocukları kavrayabildiğini, fakat ebeveynlerini kızdırdığını söyler. Ebeveynlerin daha yaşlı akrabaların bakış açısını küçümser tavır ile büyüklerin kalbi kırılır. Bu durum kuşaklar arasında tarihe bağlılık ile Kadıköy’ün yeniliklere açık devinimi arasında bir gerilim oluşturur. Büyüklerin duygu dünyasına sızan tarihe ve geçmişe bağlılık öylesine kuşatıcıdır ki, değişim kent mekanını, kent yaşamının makro ölçekteki daha derin gündemlerini aşarak çiçekleri dert edinen mikro çerçevelere kadar ulaşır:

“Bir zamanlar Kadıköylü’nün bahçelerinde açmış hanımelleri, çarkıfelekler, bir sokağı bir uçtan bir uca çeviren mor salkımlar benim çocukluğumda da açmamış mıydı, açmıyor muydu ve çarkıfelekler, hanımelleri, salkımlar, sürüp giden hep aynı çiçekler değil miydi? Böylelikle büyüklerimiz için zamanı durdurmak isterdim.

Fakat büyüklerimiz inanmıyorlar, başka güllerden, başka yaseminlerden, taç yaprağında turuncu hilal doğmuş sarı laleden söz açarak değişen zamanı söylüyorlardı. Büyüklerimiz bu halleriyle, anne-babalarımızın acımasız görüşlerini doğruladıklarını görmezden gelerek, kendi tuhaf kaderlerinden hala irkiliyorlardı” (Ibid., s. 90)

Kadıköy anlatısında mekânsal devinimin işaret edildiği her noktada geçmişin gücü edebi dilin imkanlarıyla güçlü bir şekilde hissedilir. Tarihe bağlılık ve geçmişin gücü yazarların bazıları için hayatlarının tümünü, bazıları için ise büyük

3 <https://www.gazetekadikoy.com.tr/gundem/selim-ileri-bahariye-benim-iin-tramvay-sesleri>

bir kısmını geçirdikleri Kadıköy ile kurdukları aidiyet bağının temelini oluşturur ve geçmişle bugünü birbirine bağlayan bir his yapısı olarak karşımıza çıkar. Kadıköy'ün mekânsal hafızasının muhafazası için geçmişe dair olanı koruma altına almak, belgelemek ve geleceğe aktarmak; geçmişi yaşamın tüm alanlarında bir anlam bütünlüğü oluşturacak şekilde canlı tutmak gayesi belirgindir. Bununla birlikte mekânsal hafızayı korumaya dönük farkındalık "yeni" olanın kabulüne reddiye oluşturmaz. Kadıköy hafızasını muhafaza gayretinin yanı sıra "yeni" olana açıklığın en rafine anlatımlarından biri Hulki Aktunç'un devam eden satırlarıdır: "Yitirdikçe bulduğunu anladığın o sıralar. Kadıköy'ü yitirdikçe buluyordun. Buldukça da yitirdin" (Aktunç, 2009, s. 17).

Bohem Burjuva Kültür

"Burjuvazi" ve "bohem" hayat biçimleri çıkış noktaları açısından birbirleri ile çelişen kavramlar olarak görülebileceği gibi, Kadıköy özelinde bir geçişgenlik oluştururlar. Kadıköy anlatılarında yaşam ve karakterler anlatılırken bu iki kavramın iç içe geçen yönlerinin izi sürülebilir. Kadıköy İstanbul'da "yerleşik" ve "kentli" olmanın en uzun süredir yaşandığı semtlerden biridir. Bu durumun bir sonucu olarak kültürel sermayesi yüksek ve "köklü" ailelerin bulunduğu bir muhittir. Burjuva yaşam tarzının sağladığı kültürel sermaye, bohem bir hayat tarzının da kapılarını aralamıştır. Özellikle Moda anlatılarında karakterlerin "toplumdan ayrı" değil ama "toplumdan üstün" oldukları ve bunun korunması gerekliliği hissiyatı güçlü yansımalar bulmaktadır. Bu üstünlük ekonomik sermaye bağlamında değil kültürel sermaye bağlamında vurgulanır.

Bugün kullanılan bohem burjuva tanımlaması bu iki kavramın çıkış noktaları itibariyle yarattığı kavramsal çelişkiyi uzlaştıran bir hayat tarzına işaret eder. Bobolar, hem bohemin yaratıcı isyanını hem de burjuvanın maddi başarı hırslarını taşır (Brooks, 2004). Bu hayat tarzı her haliyle kültürel sermaye üzerine kuruludur. Kadıköy anlatılarında maddi hırs ön plana çıkan bir unsur olmamakla birlikte geçmişten taşınan maddi mirasın üzerinde oturan karakterler sıklıkla karşımıza çıkar. Zor günlerinde satacakları evleri, antikaları, aile yadigarı zinet eşyaları hep bir kenarda bulunur. Kadıköylüler kimi zaman kültürel sermayeleri ile uyumlu hayat tarzını sürdürebilmek uğruna bunlardan vazgeçerler.

Kadıköy'de burjuva yaşam biçiminin temsilleri, mekanın maddi koşullardan ziyade peyzaj güzelliğine bağlı olarak yüksek zümrelerce tercih edilen bir sayfiye yeri oluşu üzerinden okunabilir. Kadıköy, araştırma kitaplarında Roma Bizans döneminde de Osmanlı döneminde de üst düzey yöneticilerin tercih ettiği bir sayfiye ve mesire yeri olarak anlatılır. "*Bostancı'ya kadar uzanan geniş bölgede yer alan sultan ve üst düzey yöneticilere ait köşk, sahil sarayı ve bahçeler ile daha iç kısımlarda köyler yer almaktadır*" (Kavukçuoğlu, 2016, s. 15). Kadıköy'e yapılan kültürel yatırım bu dönemlere kadar uzanmaktadır.

Celal Esad Bey, 1912-1913 yılları arasında Kadıköy Belediye Şubesi Müdürü iken Kadıköy'ü konu alan ve sonrasında basılan araştırmasında "Kadıköyü nasıl bir yerdir?" sorusunun cevabını ararken Kadıköy'de oturan halkı aşağıdaki şekilde tarif etmiştir:

"Bugün Kadı Köyü ve yöresinde oturan halkı ele alacak olursak çoğunluğunun irad (rant) sahibi olup, geçineceği yerinde olan kişilerle hal ve vakti (durumu) İstanbul'a inip çıkmaya uygun olacak derecede refahı olan memurlar ve tüccarlardan ve bu halka gereken işçi, dükkancı, hizmetçi ve benzerlerinden ibaret olduğu görülür... Şimendifer ve inşaat ameleleriyle köylerdeki bağ ve bostancılar ayrı tutulursa sanayi adamları yoktur. Fabrika da yoktur. Ticaret ancak yereldir. Buna göre bu kente adeta İstanbul'un önemlice bir kenar mahallesi, yani kent köyü gözüyle bakılabilir. Sadece oturmaya mahsustur. Aynı zamanda İstanbul'un bir yazlığıdır" (Esad, 2011, s. 92).

Anlatılarda Celal Esad Bey'in saptamasına paralel olarak "sanayi adamı" karakterlere neredeyse hiç rastlanmaz. Geçim sıkıntısı çeken karakterler genellikle mahalle esnafıdır. Anlatılarda zenginlikleri vurgulanmasa da yaşam tarzlarından maddi bollukta olduğunu anladığımız karakterlerse daha çok memur, bürokrat, kültür üretimi yapan işlerde çalışanlar (gazeteci, yazar, vb.) ya da mimar, mühendis, doktor gibi fen işlerinde çalışan karakterlerdir. Köşklerdeki yaşantının bir uzantısı olarak kalan son paralarıyla alışageldikleri hayat tarzını kaybetmeden geçinmeye çalışan karakterlere de sıkça rastlanır. Anılarda bazen ticaret yapan karakterler yer alsada, bunlar genellikle para kazanmak için yaptıkları iş pek konu edilmeden sanatsal üretim, sportif başarı gibi kimi hobileri ile ilişkilendirilerek anlatılarda kendine yer bulmaktadır.

Yoğunluklu olarak yukarıda zikredilen meslek gruplarında çalışan, maddi sermaye sıkıntısı olmadan kültürel sermayeye sahip bir topluluk içinden bohem bir hayat anlatısı çıkmıştır. Buna iyi bir örnek olan Safiye Erol'un Kadıköy'ün Romanı isimli eseri 1930'lu yıllarda geçmektedir. Bu eserde tasvir edilen bir sahnede bir arkadaş grubunun içindeki aşk üçgenini konu alan sohbet, Mükerrerem'in bir başka arkadaşına serzenişini üzerinden aşk mevzuunu aşan bir hayat tarzı eleştirisine dönüşmüştür:

"İşe bak hele: Nesrin, Necdet'i seviyor, Necdet Bedriye'yi, Bedriye sizi, siz belki hiç kimseyi... Adeta müptezel bir roman mevzuu. (...) Başka iş güç yok mu? Üstadım, bunlar yiyip içip, Moda'da Kalamış'ta güneşlenip denizlenip, bir yandan gıda bir yandan tabiatla beslenerek azıyorlar. Sonra renkli fenerlerle süslü çardaklar altında mandolinler, sazlar çalınıyor. Mehtapta kotralarla denizin gümüş yüzünde kayıyorlar. Şiirler, gazeller, romanlar okunuyor. Rakılar, viskiler içiyorlar. Sandviçler, buzlu üzüm sümürüyorlar. Tan yeri pembeleşirken plajda takla atıyorlar. İnsan

çileden çıkmaz mı? İşte hepsi işi azıttı. Kendilerine dert kıtlığından uydurma birer acı icat ettiler. O şairane dekor içinde gizli gizli gönül çekmek hoşlarına gidiyor” (Erol, 2015, s. 106).

Eleştirilen; iş gücü peşinde olmadan, üretimde bulunmadan, günlük keyif ve zevk peşinde koşarken, kendilerine “şairane dekor” içinde soyut dertler üreten bir hayat tarzıdır. Bu eleştiri Kadıköy’e özgü bohem hayat tarzlarının kaba bir özetini ortaya koyar.

Aynı romanda hikayeyi sürükleyen arkadaş grubundan Necdet, gazeteci olan patronu ile konuşurken patronu ona “*Bugünün gençleri sever mi? Ama şöyle gelişigüzel, sathi bir sevmek değil, derin içli bir duygu...*” diye sorar (Erol, 2015, s. 82) Necdet’in cevabı ise aşağıdaki şekildedir:

“.... Bugünün gençleri şuurlu bir surette aşk ihtiyacı duymuyor zannederim. Buna mukabil güzellik için kuvvetli bir incizap taşıyorlar. Güzellik ihtiyacını doyumak için gençler kendilerini spora, sinemaya verdiler” (Erol, 2015, s. 82).

“Güzellik ihtiyacı arayışı” yine bohem hayat için referans sayılacak bir arayıştır. Aslında bütün roman Necdet’in de içinde bulunduğu arkadaş grubunun aşk hikayeleri etrafında dönerken kendini duygusal olarak bir önceki kuşağa daha yakın gören Necdet’in bu yorumu bir önceki dönem için “hakiki bir aşk” olarak sayılan sevme kalıplarının dönüşümü olarak yorumlanabilir. Spor ve sanatın gençlerin hayatında çok yer kaplaması bu bağlamda sorgulanır.

Kadıköy’ün güzellik arayışındaki sakinleri ile İstanbul’un güzelliklerini yansıtan bir mekansal karaktere sahip olduğunu, Selim İleri Refik Halit Karay’a referans vererek anlatmıştır:

“Refik Halit Karay, birçok eserinde şehrin entelektüel kesiminin ve siyâsetçilerinin Kadıköy’de yaşadığından bahsetmiş Kadıköy’ün çiçeklerinden, bitki örtüsünden, meyvelerden bahsederken, aynı zamanda Kadıköy’ün İstanbul’u güzel kılan bir semt olduğunu da savunmuştur.” (İleri, 2012, s. 73).

Özellikle İkinci Meşrutiyet ile Cumhuriyetin ilk yılları arasında pek çok şair ve yazar hayatlarının bir dönemini Kadıköy’de geçirmiştir (Öner, 2013, s. 297). Kadıköy sanatçıların güçlü bağ kurdukları bir semttir. Bohem hayat tarzı her dönem sanatçıların varlığıyla ve Kadıköy’ü sahiplenışı ile mekanda hissedilir.

Sonuç

“Bir zamanlar uyuyan”⁴ bugün ise Time out dergisinin dünyanın en cool mahalleleri arasında gösterdiği⁵, “hip”liğin yeni adresi” Kadıköy’ çarpıcı bir mekansal dönüşümden geçmektedir. Bu dönüşüm sosyo-mekansal deneyim bağlamında keskin değişiklikleri beraberinde getirirken anlatı örüntüleri etrafında biçimlenen his yapılarıyla gerçek karakterine kavuşmaktadır.

Araştırma evrenine dahil edilmiş yazarların tümünün en azından hayatlarının bir döneminde Kadıköy’de ikamet etmiş olmaları, eserlerin his yapıları kavramının vurguladığı deneyimlerden süzülmeekte olduğunun bir göstergesidir. Eserlerde, ulusal ve küresel boyutta yaşanan kimi ekonomik ve politik olayların Kadıköy’deki keskin yansımalarına yer verilmiştir. Modernleşme, gayrimüslim nüfusun azalması, köşklere apartmanlara geçiş gibi süreçlerin yereldeki deneyim ve hislerini kayıt altına alma motivasyonu belirgindir. Belirlemiş olduğumuz yedi temanın anlatılarda bu yoğunlukta yer bulmasının nedeni, kimi yapısal dönüşümlerle kaybı muhtemel olan mekânsal anlamların kayıt altına alınarak muhafaza edilmesi ve mikro düzeydeki anlatıların çoğaltılması yoluyla yapısal dönüşümlere karşı metinsel bir cephe açabilme arzusudur. Kadıköy anlatılarında billurlaşan anlam örüntüleri bu bağlamda muhafazakar bir niteliğe sahiptir. Geçmişin kayıt altında tutulması ilkesine ve mekanlarıyla, kültürüyle, gelenekleriyle ve sosyal ilişkileriyle semtin tarihinin unutulmuşu terk edilmemesi duygusuna yaslanmaktadır.

İncelenen eserlerin kapsadığı dönemlere özgü farklı hayat pratikleri metinlerde yer bulmakla birlikte mekânsal anlatının düğüm noktaları ortaya konmuştur. Tüm bu zaman-mekansal düğüm noktaları his yapıları kavramının bünyesinde bulunan yapısal, sosyal ve kültürel değişkenlerim kesiştiği alanda inşa edilmiştir ve mekânsal olarak deneyimlenen anlamlardır. Mekansal karakterin anlam çıparları olarak görebileceğimiz yedi düğüm noktası farklı zamanlarda ideolojik olarak ve ekonomi politik açıdan güç ilişkilerine duyarlılık gösterebilir ve araçsallaşma riskini de barındırır. Bu nedenle mekânsal anlatılardaki örüntüler zamansallık bağlamında değerlendirilmiştir.

Anlatı örüntüleri üzerinden ulaştığımız düğüm noktalarının güncel mekansal pratiklerine bakacak olursak, deniz odaklı etkinliklerin azaldığı görülür, bununla birlikte sahiller bugün daha kalabalık gruplara ev sahipliği yapmaktadır ve deniz anlatısıyla uyumlu şekilde sahilde olmanın verdiği hazzın yaşandığı güncel sosyalleşme alanlarıdır. Kadıköy’ün sahilleri içkili arkadaş sohbetlerinin, enstrümanlar eşliğinde müzikli eğlencenin, dansın ve spontane karşılaşmaların mekanlarıdır.

4 <https://www.theguardian.com/travel/2018/feb/19/istanbul-kadikoy-moda-locals-guide-culture-modern-arts-cafes-traditional-turkey>

5 <https://www.timeout.com/coolest-neighborhoods-in-the-world>

Kadıköy'ün geniş anlamda farklılığa açıklığı bugün de çözümlendiğimiz anlatılar ile uyumlu bir biçimde ayırt edici özelliğini korur. Semtin Batılı hayat tarzlarına açıklığı muhafazakarlaşan metropol peyzajında bugün daha da belirgin özellik olarak ön plana çıkmaktadır. Alt kültür oluşturan alternatif gençlik akımlarının kendine özgü halleriyle sokaklarda görünürlüğü yüksektir ve gençlerin kültürel üretimlerini yapabilecekleri mekanları vardır. Kozmopolit nüfus geçmişe oranla erimiştir. Bununla birlikte, Kadıköy ulus ötesi hareketlilik için çekici bir yer olması itibarıyla bugün daha çok expatların ve Erasmus öğrencilerinin öncelikli tercihidir. Küresel uzmanlıkları olan, farklı amaçlarla sık yurt dışı seyahatleri yapan sakinlerin sayısı yüksektir. Semtin bugünkü kozmopolit nüfusu geçmişinden farklı olarak ulus ötesi bir karaktere sahiptir, ama farklılıklar açıklık anlatısı sürmektedir.

Anlatılardaki güçlü kadın imajı bugün daha ziyade politik zemine taşınmıştır. Kadınların Türkiye'de en yüksek oranda temsil edildiği belediye meclisi yüzde 35 ile Kadıköy yerel yönetimidir. Kadın haklarına ilişkin ulus ötesi, ulusal ve yerel gündemlere duyarlı sokak eylemlerinde feminist düşünce aktivizm ile birleşir. Farklı araştırmalarda da sunulduğu üzere (Büyüknisan, 2021; Lordoğlu, 2016) talep edilen özgürlükleri sokakta yaşayan kadınların yoğun görünürlüğü kadınlara kentin diğer semtlere göre daha fazla cesaret veren bir kültürel atmosfer sunmaktadır.

Anlatılarda topluluk kültürünün önemli birleşenlerinden birisi olarak öne çıkan esnaf dönüşüm süresince çeşitliliğini yitirmiştir. Yine de Kadıköy halen hem semtte uzun süredir ikamet edenler için hem de yeni mukimler için "yuva" söylemiyle bütünleşir. Özellikle dönüşüm sürecinde taşınanlar açısından yerel bağ özgürlükçü değerler odağında kurularak hızlı bir topluluk aidiyeti oluşmasını sağlamaktadır. Kent hayatının getirdiği anonim olabilmeye hali ve bireysellik bugün daha yoğun deneyimlense de sakinlerin motivasyonları ölçüsünde dahil olabilecekleri aktif pek çok grup vardır. Topluluk kültürünün kurumsal yapılara dönüştüğü kooperatifler ve sivil toplum örgütlenmeleri de çeşitli ve aktiftir. Kadıköy ile bütünleşen değerlerle uyum içindeki hayat tarzı odaklı topluluklar gündelik yanyanalık hali ile birlikte dijitalde de taşınmıştır. Sosyal medyada mahallelilere özel kurulmuş haberleşme grupları oldukça etkindir. Kadınlara özel grupların yanı sıra, hayvan- bitki bakımı, takas vb için özelleşmiş gruplarda gündelik bir akış ve içerik yoğunluğu göze çarpar. Bu gruplar kimi zaman eski sakinler ve yeni sakinlerin ayrışmasına yol açsa da, "macbook şarj aletini bu akşam ödünç alabilir miyim" in yahut "yarın bir kafede çalışıyor olacağım eşlik etmek isteyen olur mu" gibi yeni nesil gündelik ihtiyaçların post olarak girilip karşılık bulduğu, mahallelilik halini dijitalde taşıyan aktif alanlardır.

Özellikle hafta sonları kentin farklı coğrafyalarından gelen pek çok kişi Kadıköy'ün canlı gündelik hayatına karışarak boş vakitlerini geçirmektedir. Kadıköy günümüz İstanbul'unda, tarihi çarşısının hareketliliği ve renkliliği bir yana, geceye taşan canlı eğlence hayatı ile de bir çekim merkezidir. "Alkol, kafein ve

glikoz kıskacında⁶” haz odaklı tüketim mekanlarının çoğalmasa tüketim kültürünün etkisi ile yeniden şekillenmektedir. Yoğun kültür sanat aktiviteleri ile birlikte genişleyen gece eğlence kültürü anlatılarda öne çıkan canlı hayatın metaforunun bugünün bohem burjuva kültürü örtüşmekte olduğunu gösterir. Kadıköy’de köklü tiyatrolara çok fazla alternatif sahne, küçük sahneleriyle tek kişilik gösterilere ev sahipliği yapan kafe ve barlar da eklenmiştir. Kadıköy’de yaşayan sanatçıların sayısı Beyoğlu’ndaki dönüşümle birlikte daha da yükselmiştir. Sürekli artan emlak fiyatları ile hayat tarzını sürdürebilmek için Kadıköy’de kalmanın ekonomik bedeli gün geçtikçe yükselmektedir. Bu yükseliş bir yere kadar Kadıköy’e özgü burjuva bohem hayat tarzının devamına vesile oluşturabilmektedir. Diğer yandan rantın keskin yükselişi ile statünün sosyal ve kültürel sermaye üzerine kurulu olduğu yerel ağlar zayıflamakta, tüketim kültürü üzerinden ekonomik sermaye ile daha çok ilişkilenen toplumsal ilişkiler yoğunlaşmaktadır.

Güncel dönüşüm yine anlatıda yoğun olarak görüldüğü üzere geçmişe bağlılık ve tarih bilinci yaratmaktadır. Hafızayı koruyabilmek amacıyla eksilenlere, değişenlere dönük sıkı bir takip, geçmişin izini sürme hali görünür durumdadır. Bu aynı zamanda hafıza üzerinden bir aidiyet tanımına yol açar ve dışarıdan gelenlerin yoğunluğu ile gerçekleşen güncel dönüşümde yeni sakinler ile eski sakinler arasında hem bir ötekileştirme hem de kent bilincine dair yarıklar oluşmasına sebep olur.

Kadıköy’de yaşanan dönüşüm dünyada benzerleri görülen pek çok kent-sel dönüşüm gibi tüketim odaklı, yerel dışından gelen etkilere bağlı, yapısal unsurlar içeren bir dönüşüm olmakla birlikte yereldeki birçok toplumsal ve kültürel müzakereyi de içinde barındıran, bu müzakerelerin temsiller üzerinden yeniden üretildiği bir süreci de ifade eder. Mutenalaşma teorilerinin öngördüğü üzere kültür ve sanatın tüketim kültürüne yeni pazarlar sağlamak suretiyle araçsallaştığı ve yeni rant mekanizmalarının oluşumuna sebep olduğu yadsınamaz. Ayrıca, kültürün oluşturduğu yeni endüstriler mekanın fiziksel potansiyelini aşan bir kalabalığı çekim etkisine aldığı için yaşam kalitesini düşüren sonuçlar da doğurur. Fakat yaşanan dönüşümün neticesi, sermayenin ve/ya iktidarın mekansal kültürü tümüyle yok edip yerine tüketim kültürünün jenerik ürünleriyle sil baştan inşa edilmiş bir atmosfer değildir. Kadıköy’deki kültürel ve sosyal değişimlerin yapısı semtin mekansal hafızası ve tarihiyle güçlü bağlar kurabilen nitelikler taşımaktadır. Kadıköy’ün mekansal çekirdeğinin patlatılmasına mani olan, geçmişi bugününün dönüşümlerine mutedil bir biçimde bağlayan sürdürülebilir bir değişimin izlerini mekansal anlatılar yoluyla ortaya koyulmuş his yapılarının ve bunların zamandan bağımsız olarak gündelik hayat pratiklerinde tekrar edilmesinin bir ürünü olarak okumak mümkündür. Günümüz kentlerindeki agresif dönüşümlerin ve tüketimci, rant odaklı mutenalaştırma projelerinin eleştirel okumasında mekanların kültürel ve toplumsal tarihini bünyesinde taşıyan anlatılar güçlü bir etki oluşturabilir.

6 <https://www.gazeteduvar.com.tr/forum/2019/03/14/alkol-kafein-ve-glikoz-kiskacinda-kadikoy>

Etik Kurul Onay Bilgisi

Etik kurul iznine gerek yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Katkı oranı birinci yazar için %65, ikinci yazar için %35 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

- Abacı, T. (2020). Yedinci Ev. İkaros Yayınları.
- Aktunç, H. (2009). Bir Kadıköy'öğlü. Heyamola Yayınları.
- Alpak, R. C. (2018). Yeldeğirmeni Öyküleri. Nota Bene Yayınları.
- Batmankaya, M. (2010). Marmara'da Bir Balık Olarak Haydarpaşa (1.). Heyamola Yayınları.
- Batuman, B. (2019). Kentin Suretleri: Mekan ve görsel politika. Dipnot Yayınları.
- Belge, M. (2018). İstanbul Gezi Rehberi. İletişim Yayınları.
- Brooks, D. (2004). Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There. Simon&Schuster Paperbacks.
- Büyüknisan, H. (2021). Les expériences des jeunes femmes en col blanc dans l'espace urbain: Le cas de Kadıköy D'Istanbul.
- Dirksmeier, P. (2016). Providing places for structures of feeling and hierarchical complementarity in urban theory: Re-reading Williams' The Country and the City. Urban Studies, 53(5), 884–898.
- Erdoğan, E., & Semerci, P. U. (2021). Toplumsal araştırma yöntemleri için bir rehber: Gereklilikler, sınırlılıklar ve incelikler. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Eren Özbek, İ (2019). Topografyanın anlamını yeniden düşünmek(ve İstanbul deneyimi...). Megaron Journal, 2019, 14 (2) :196-204.
- Erol, S. (2015). Kadıköy'nün Romanı. Kubbealtı Neşriyatı Yayıncılık.
- Esad, C. (2011). Kadıköy'ü Hakkında Belediye Araştırmaları. Kadıköy Belediyesi.
- Filmer, P. (2003). Structures of feeling and socio-cultural formations:the significance of literature and experience to Raymond Williams's sociology of culture.

- British Journal of Sociology, No:54(No:2), 199–219.
- Giz, A. (1988). Bir Zamanlar Kadıköy. İletişim Yayınları.
- İleri, S. (1991). Mavi Kanatlarınla Yalnız Benim Olsaydın. Oğlak Yayınları.
- İleri, S. (2012). İstanbul Seni Unutmadım. Everest Yayınları.
- Jackson, P. (1991). Mapping Meanings: A Cultural Critique of Locality Studies. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 23, 215–228. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1068/a230215>
- Karay, R. H. (2017). Ago Paşa'nın Hatıratı. İnkılap Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret AŞ.
- Kavukçuoğlu, D. (2016). Moda'da Gezinti (2.). Can Sanat Yayınları.
- Kütükçü, T. (2014). Kadıköy'ün Kitabı: Geçmiş Zamanların, Mekanların ve Hatırlamaların Rafında. Ötüken Neşriyat AŞ.
- Lordoğlu, C. (2016). İstanbul'da bekar kadın olarak yaşamak: Kentin güvensiz halleri.
- Martin, A. M. (2016). Her Yeri Resim Gibi Küçük Moda. Heyamola Yayınları.
- Matthews, S. (2001). Change and theory in Raymond Williams's structure of feeling. *Pretexts: literary and cultural studies*, 10(2), 179-194.
- Öner, H. (2013). Yeni Türk Edebiyatında Kadıköy:(1872-2000) (Hikaye, Roman ve Anı Kitapları) [PhD Thesis]. Marmara Üniversitesi (Turkey).
- Özbay, F. (2017). Dünden Bugüne Aile, Kent ve Nüfus: Dünden Bugüne. İletişim Yayınları.
- Özkan, A.F. (2020). Raymon Williams'ın His Yapıları Kavramı ve Kavram Perspektifi'nde XIX. Asır Türk Edebiyatı Tarihi, *SUTAD*, Aralık (2020), 50, 229-249.
- Rozental, İ. (2016). Moda Sevgilim "Yeniden" (2.). Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Taner, H. (1994). Yalı'da Sabah. Bilgi Yayınevi.
- Tekeli, İ. (2014). Türkiye'yi Anlamanın Yolu Kentlerini ve Demokrasisini Tanımdan Geçiyor. *Doğu Batı*, 67, 63–84.
- Tosun, M (2015). Haldun Taner Öykücülüğü ve Yalıda Sabah. *Türk Dili Aylık Dil ve Edebiyat Dergisi: Doğumunun 100. yılında Haldun Taner*, sayı 759 (Mart 2015) : 79-82.
- Türker, O. (2008). Halkiona'dan Kadıköy'e Körlük Ülkesinin Hikayesi. Sel Yayınları.
- Uyar, T., & Köksal, S. (2000). İstanbul'da Zaman. Büke Yayınları.
- Williams, R (1977). *Marxism and Literature*. Oxford University Press
- Williams, R (1965). *The long revolution*. Penguin
- Williams, R (1990) *Marksizm ve edebiyat*. Adam Yayınları
- Williams, R (2013) *Kültür ve Materyalizm*. İstanbul: Sel Yayıncılık

Yaşmut, Ç. (2013). Kadıköy Cinayetleri. Maceraperest Kitaplar.

Zamponi, S. F. (2020). History, Ordinary Culture, and "Structure of Feeling": Revisiting

Her Dönemin Bekleme Odası: Görünmez Kent Tarlabası¹

Bediz YILMAZ

Dr.

yilmazbediz@gmail.com

ORCID: 0009-0000-5213-3057

Didem DANIŞ

Doç.Dr.

Galatasaray Üniversitesi

ddanis@gsu.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6547-3341

Abstract

Waiting Room of AllTimes: Tarlabası as an Invisible City

The clustering of migrant and low-income groups in certain parts of the city does not mean isolation, segregation and ghettoization, as some have labeled it. On the contrary, it offers “infrastructures of arrival” for newcomers that facilitate their integration into the city. Tarlabası, one of the important arrival points in the urban ecology of Istanbul, is the first place where migrant populations settle. Thanks to its social networks and location in the city center, this neighborhood exhibits the character of a “waiting room”. Despite its historical architectural texture, the dilapidation of the building stock and the dominance of marginal economic activities make Tarlabası susceptible to marginalization and stigmatization. The main finding of our study was the following: Although Tarlabası has always maintained its characteristic of being a place for the lower classes, and has become increasingly marginalized since its establishment, its population structure and functions have partially transformed and seem to continue to do so. Using a qualitative

¹ Araştırmanın gerçekleştirilmesi için gereken Etik Kurul onayı Galatasaray Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu tarafından 13.02.2024 tarih ve 2024/02 sayılı toplantısında görüşülerek çalışmada bilimsel etik ilkelere aykırılık bulunmadığına oy birliğiyle karar verilmiştir. (Evrak Tarih ve Sayısı: 13.02.2024-E-65364513-650-67116). Evrak doğrulaması <https://turkiye.gov.tr/galatasaray-universitesi-ebys> adresi üzerinden BSC-30RBRP2 doğrulama kodu ile yapılabilir.

exploratory methodology, this article seeks to understand why a socio-spatial transformation has not taken place in Tarlabaşı, and argues that the informal and illegal structure is not a completely segregation dynamic, but rather functions as a “bottom-up integration” for its residents. We suggest that the residents of Tarlabaşı are integrated into the urban fabric of Istanbul in different ways, and are an indispensable part of the urban ecosystem. Guided by Italo Calvino’s Invisible Cities, this article aims to understand the changes in Tarlabaşı, which we define as a “waiting room”.

keywords: Migration, social change, urban transformation, spatial segregation, urban integration, waiting

Résumé

Salle d’attente de Tous les Temps: Tarlabaşı, Ville Invisible

Le regroupement de migrants et de groupes à faible revenu dans certaines parties de la ville n’est pas synonyme d’isolement, de ségrégation et de ghettoïsation, comme certains ont qualifié ce phénomène. Au contraire, elle offre aux nouveaux arrivants des “infrastructures d’arrivée” qui facilitent leur intégration dans la ville. Tarlabaşı est l’un des principaux points d’arrivée dans l’écologie urbaine d’Istanbul, car c’est le premier endroit où les populations migrantes s’installent. Grâce à ses réseaux sociaux et à sa situation au centre-ville, ce quartier présente le caractère d’une “salle d’attente”. Malgré sa texture architecturale historique, le délabrement du parc immobilier et la prédominance d’activités économiques marginales rendent Tarlabaşı susceptible d’être marginalisé et stigmatisé. Le principal résultat de notre étude est le suivant : bien que Tarlabaşı ait toujours conservé sa caractéristique d’être un lieu pour les classes inférieures et les personnes de plus en plus marginalisées depuis sa création, la structure et les fonctions de sa population se sont partiellement transformées et semblent continuer à évoluer. En utilisant une méthodologie exploratoire qualitative, cet article cherche à comprendre pourquoi une transformation socio-spatiale n’a pas eu lieu à Tarlabaşı, et soutient que la structure informelle et illégale n’est pas une dynamique complètement ségrégative, mais fonctionne plutôt comme une “intégration par le bas” pour ses résidents. Nous montrons que les résidents de Tarlabaşı sont intégrés dans le tissu urbain de différentes manières et constituent une partie indispensable de l’écosystème urbain. S’inspirant de l’ouvrage d’Italo Calvino Les villes invisibles, cet article vise à comprendre les changements survenus à Tarlabaşı, que nous définissons comme une “salle d’attente”.

mots-clés: Migration, changement social, transformation urbaine, ségrégation spatiale, intégration urbaine, attente

Öz

Göçmen ve düşük gelirli grupların kentin belli bölgelerinde kümelenmesi bazılarının yaftaladığı gibi bir içe kapanma, ayrışma ve gettolaşma anlamına gelmez; aksine, yeni gelenler için, kente entegrasyonlarını kolaylaştıran “varış altyapıları” sunar. Tarlabası, İstanbul kent ekolojisinde göçmen nüfusların ilk yerleştiği mekân olarak kentin önemli varış noktalarındandır. Sahip olduğu sosyal ağlar ve kent merkezindeki konumu sayesinde bu mahalle bir “bekleme odası” karakteri sergiler. Tarihsel mimari dokusuna rağmen, yapı stoğunun köhneleştiği ve marjinal ekonomik faaliyetlerin hâkim olması Tarlabası’nı ötekileştirilmeye ve damgalanmaya müsait kılmaktadır. Çalışmamızın esas bulgusu şu oldu: Tarlabası, kurulduğu dönemden bu yana, alt sınıfların ve giderek dışlanmışların mekânı olma özelliğini hep korumuş olsa da nüfus yapısı ve işlevler kısmen dönüşmüş, ve hep de bu şekilde devam edecek gibi görünüyor. Nitel keşfedici yöntem kullandığımız bu makalede, Tarlabası’nda bir sosyo-mekânsal dönüşümün neden gerçekleşmediğini anlamaya çalışıyor, buradaki enformel ve illegal yapının tümüyle ayrıştırıcı bir dinamik olmadığını, sakinleri için kente “aşağıdan entegrasyon” fonksiyonu taşıdığını iddia ediyoruz. Tarlabası sakinlerinin İstanbul’un kentsel dokusuna farklı şekillerde entegre olduklarını ve kentsel ekosistemin vazgeçilemez unsurlarından biri olduğunu gösteriyoruz. Bu makale, İtalo Calvino’nun Görünmez Kentler kitabının kılavuzluğunda, bir “bekleme yeri” olarak tanımladığımız Tarlabası’nda yaşanan değişimi anlamayı amaçlıyor.

anahtar kelimeler: Göç, toplumsal değişim, kentsel dönüşüm, mekânsal ayrışma, kentsel bütünleşme, bekleme

–Sema Erder’e, kentler üzerine açtığı
düşünce patikaları için
şükranla–

Giriş

Tarlabası’na doğrudan veya dolaylı olarak bağlanan çalışmalar yapmış iki araştırmacı olarak Tarlabası sokaklarında dolaşyoruz. Bu mahalleye ilk baktığımız 2000’lerde karşılaştığımız Kürt ve Iraklı zorunlu göçmenlerin bir kısmı Tarlabası’ndan gitmiş, yerlerine siyah Afrikalılar, Suriyeliler, İranlılar gelmiş. Dev kentsel dönüşüm projesiyle Tarlabası’nın göbeğinde bir çukur açılmış ama beklenen büyük mutenalaşma hâlâ ufukta görülüyor. Onun yerine Talimhane’den başlayarak, önce Tarlabası’nın “prestij projesi” Taksim 360’a, oradan da Ömer Hayyam’a doğru örümcek gibi yayılan “apartlar” var. Kapılarında Arapça, Rusça, Farsça ilanlarıyla krizle beraber buharlaşmış turistleri bekliyorlar, Godot’yu bekler gibi...

Burası epeydir bir bekleme yeri. Herkes farklı bir şeyler bekliyor, ama en çok beklenen Tarlabası’nın “değerlenmesi”. Bir kesim, Tarlabası’ndaki kentsel dönüşüm projesi Taksim 360’ın kapılarını açmasını ve onun yaratacağı etkiyle

daha nezih müşterilerin gelmesini bekliyor. Başka bir kesimse aşağıda, Dolapdere’de beş yıldızlı oteller ve sanat galerilerinin çoğalmasıyla yaşanan dönüşümün etkilerinin yukarı çıkmasını bekliyor. Ancak beklenen “soylulaştırma” hâlâ çok uzakta. Bekleme hali, bekletilme ile de ilişkili, iradenin arzuların gerisinde kaldığı “bir özgürlük kaybı” anlamına da geliyor (Biner ve Biner, 2019). Tarlabası’nda mekâna sinmiş askıda kalma hali, insanların hayatlarına da sirayet ediyor.

İkimizin de farklı yönleriyle tanıdığı bölgede bir “Tarlabası revisited”² çalışması yapmak uzun zamandır istediğimiz bir şeydi. İstanbul gibi toplumsal ve mekansal değişimin çok hızlı olduğu bir kentte, onun en dinamik yerlerinden biri olan Tarlabası’nda 15-20 yıl içinde neler yaşandığı, nelerin değişip nelerin aynı kaldığını merak ediyorduk. Tarlabası hakkında yapılmış ya da incelediği kavramsal sorulara Tarlabası’nda cevap aramış araştırmaların çoğunun odak noktası kentsel dönüşüm, mutenalaştırma (gentrification) ve yoksulluk olmuştu.³ Biz hem bu başlıklarda ne tür değişimler olduğunu, hem de küreselleşen İstanbul’un içinde bir çöküntü bölgesi olarak tanımlanan Tarlabası’nın güncel halini anlamak istedik.

Yöntem

Bu çalışmada, toplumsal ve mekansal değişimin hızla gerçekleştiği Tarlabası semtinde Tarlabası sakinleri ve kullanıcılarının deneyimlerini ve bakış açılarını anlamak amacıyla nitel keşfedici yöntemi benimsedik. Çalışmanın amacı, belirli bir araştırma hedefinden ziyade genel olarak Tarlabası’daki dönüşümü anlamaya yönelik olduğu için, sunulan teorik çerçeve ve saha çalışmasında kullanılan yöntemle uyumlu bir biçimde araştırmayı gerçekleştirmeye çalıştık. Nitel araştırma yöntemi, derinlemesine veri toplamak ve katılımcıların deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde anlamak amacıyla kullanılırken, keşfedici yöntem, yeni ve beklenmedik bulgular elde etmeyi hedefler (Silverman ve Marvasti, 2008; Kümbetoğlu, 2008). Nitel keşfedici yöntem, Tarlabası’nda yaşanan dönüşümlerin ve sürekliliklerin derinlemesine incelenmesi için ideal bir yaklaşım sunar. Bu yöntemi kullanarak, Tarlabası’ndaki toplumsal ve mekansal dinamikler hakkında zengin ve ayrıntılı veriler elde etmeye, semtteki değişimin karmaşıklığının daha iyi kavramaya çalıştık. Bu makaleye kaynaklık eden saha çalışması 2019 yılının sonbaharında yürütüldü. Aradan beş yıl geçmiş olması çalışmanın sınırlılıkları arasında değerlendirilebilecek olsa da, geçen süre içerisinde sık sık Tarlabası’nı ziyaret ederek, sosyolojik bir açıdan gözlemlemeye devam ettik. Yakın tarihli gözlemlerimiz makalede sunulan bulguların güncelliğini ve geçerliliğini koruduğunu gösteriyor.

2 “Tekrar ziyaret etme” anlamına gelen bu İngilizce terim, İngilizce sosyal bilim literatüründe sıkça kullanılıyor. Bir kavramın tekrar gözden geçirilmesi anlamındaki kullanımları dışında, kent sosyolojisi alanında saha araştırması yapılmış bir yerin, belli bir süre geçtikten sonra tekrar incelenmesi anlamına geliyor. Türkiye’de çok az bulunan bu tür “tekrar ziyaret” çalışmaları, toplumsal değişimin çok hızlı olduğu bizimki gibi coğrafyalarda sosyal olguların zamansal ve mekansal dinamiklerini anlamak için anlamlı bir imkan sunuyor.

3 Tarlabası, zorunlu göç, yoksulluk, dışlama, kentsel dönüşüm gibi konulara değinen pek çok çalışmanın da mekanı oldu. Bu çalışmalar arasında ilk elden şunlar sayılabilir: Yılmaz (2008); Ünsal ve Kuyucu (2010); Ata (2010); Kuyucu ve Ünsal (2010); Ünsal (2014); İslam ve Sakızlıoğlu (2015); Sakızlıoğlu (2014); Alpman (2016); Saybaşıllı (2011).

Kent ve göç araştırmalarının duayeni ve bizlerin entelektüel yolculuğunda çok önemli bir yeri olan Sema Erder hocamıza ithafen yazdığımız bu makalede amacımız Tarlabası'nın çeşitlilik ve parçalılıkla tarif ettiğimiz kaleideskopik manzarasını yansıtmaya çalışmak. Eski gözlem ve bulguların aradan geçen yıllar içerisinde nasıl değişip dönüştüğünü anlamayı amaçlayan kısa fakat yoğun saha araştırmasında aralarında muhtarlar, Tarlabası'nda ikamet eden veya Tarlabası ile ilgili araştırma yapmış sosyal bilimciler, faaliyetlerini bu bölgede yürüten sivil toplum kuruluşları, buradaki dönüşümle ilgili kent hareketine katılmış aktivistler, sivil inisiyatifler, 360 proje ofisi, küçük esnaflar, apart otel işletmecileri, midyeciler, kağıt toplayıcılar, müzisyenler olmak üzere Tarlabası'nda çalışan ve/veya burada oturan yirmiden fazla kişiyle görüştük. Yazı boyunca, haber sitelerinden alarak kullandığımız dışındaki tüm isimler anonimleştirildi. Okurların bizimle beraber sokaklarda gezinebilmesi için kendi çektiğimiz dört fotoğraf ve bir de *Google Earth* haritası ekledik. Marvasti (2016), nitel araştırma yazımının çok yönlü ve dinamik bir süreç olduğunu ve araştırmacıların yazım sürecinde yaratıcı olmaktan çekinmemesi gerektiğini vurgular. Biz de bu yaklaşımı benimseyerek, Tarlabası'nda gözlemediğimiz dinamik ve değişken durumu makalemizin yazım üslubuna yansıtmaya çalıştık. Sonuçta kenti anlamanın bir yolu onun ara sokaklarında dolaşırken kaybolmak ise, yazının içinde bir parça kaybolmak da bu sürece ait değil midir?⁴

Kuramsal Çerçeve

Göç ve toplumsal değişim olguları arasında yakın bir ilişki vardır. İnsanlar bazen köken yerlerinde maruz kaldıkları sert değişimler sonucu yer değiştirir, bazen başka yerlerde daha iyi bir hayat kurma umuduyla. Ama her seferinde bireysel veya kitlesel göçler yeni yerleşim yerinde büyük toplumsal değişimlere neden olur (Portes, 2010). Ulusal veya uluslararası göç hareketleri farklı kültürlerden insanların göç edilen yerlerde bir arada yaşamalarına, kentsel ekosistemin içinde nereye, nasıl yerleşeceklerine ve farklılıklarla nasıl başa çıkacaklarına dair çok sayıda yeni soru ortaya çıkarır.

Şüphesiz, göç ve birarada yaşam konusunun önemli boyutlarından biri mekânsal ilişkidir. Yoğun göç alan kentlerde, yerleşim ve konut bölgelerinin oluşum süreci çeşitli toplumsal eşitsizliklerle yakından ilişkilidir. Göçle beraber yaşanılan mekân değiştirilmekte ve yeni gidilen yerde, eski sakinlerle beraber yeni bir hayat kurulmaktadır. Göç, farklı kökenlerden insanların karşılaşması anlamına gelir ve mekânda değişimler yaratır; bunlar da çoğu zaman eşitsizlik ilişkileriyle ele gider (Faist, 2016).

4 Bu araştırmanın sahasının başlangıcı olan 2019 yılında henüz etik kurul izni kuralı olmadığından sözkonusu belge olmaksızın araştırmamızı yürüttük. Daha sonra Tarlabası ve genel olarak kentteki soylulaşma ile ilgili araştırmalarımıza ve gözlemlerimize devam etmekte olmamız üzerine "İstanbul'da kentsel değişim ve turistik soylulaştırma" başlıklı çalışma için Galatasaray Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Etik Kurulundan 2024/02-03 no'lu Etik Kurulu Kararı aldık.

Kentsel mekânda “mahalle” bu açıdan kritik bir referans noktasına dönüşmektedir. Mahalle “çoğu sakinin özellikle yoğun ve çok fonksiyonlu iletişim ve etkileşim içinde olduğu ve mekansal bir sınırın ötesiyle keskin bir kesinti olduğu” yerleşim yerleri olarak tarif edilebilir (Grigsby, 1986, s. 20). İç içe geçmiş sosyal ağların mekânı ördüğü bu modele göre mahallede sosyal ilişkiler daha güçlü, mekansal aidiyet hissi daha belirgin ve büyük kentte hissedilen yalnızlık ve anonimlik hissi daha zayıftır. Grigsby (1986) mahalleyi bir arada tutan esas ögenin homojenlik olduğunu savunur: çıkar ortaklığı, etnik köken veya gelir seviyesi açısından benzerlik.

Kentsel ekoloji yaklaşımını benimseyen Chicago Okulu sosyologlarından Ernest Burgess’in geliştirdiği iç içe halkalardan oluşan kent modeli (*concentric zone model*) yaklaşımı da benzer bir mekansal örüntü ilişkisine işaret eder (Burgess, 1925). Kentteki mekansal dağılımı ekolojik yaklaşımlarla açıklamaya çalışan Burgess, benzer gelir seviyesine ve mesleklere sahip kişilerin belli bölgelerde kümelenildiğini gösterir. The City kitabının yazarlarından Burgess, Park ve McKenzie (1925) kentsel kurumların ve süreçlerin, göç ve teknolojik yenilik gibi dışsal şoklara yanıt verebilen ve uyum sağlayabilen bir sistem olduğunu savunur. Kentsel ekoloji yaklaşımı “zaman ve mekânın özelliklerine karşı duyarlıdır” (Merriman, 2015, s. 272). Buna göre, kent büyüyüp dışa doğru genişledikçe, kent sakinlerinin tercih ettiği yerleşim alanları şehir merkezinden uzaklaşır ve düşük gelirli ile göçmen aileler kent merkezine daha yakın “işçi evleri bölgesinde” veya “geçiş bölgesinde” kalırlar.

Chicago Okulu sosyologlarının biyolojiden ödünç aldıkları ekoloji kavramına göre, kent hem karmaşık doğal sistemlere hem de bireysel organizmalara benzeyen bir sosyal sistemdir (McKenzie, 1925). Kentsel ekoloji yaklaşımı, zamansallığı ve bağlamsallığı da dikkate alarak, bir mahallenin bir etnik, ırksal veya ekonomik gruptan diğerine geçmesi durumunu “mahallenin el değiştirilmesi” ya da “mahalle döngüsü” (*neighborhood succession*) olarak açıklar. Bu terim ilk olarak 1950’li yıllarda Duncan ve Duncan (1957) tarafından kaleme alınan “Chicago’nun Siyah Nüfusu: Konut Değişimi Üzerine Bir Çalışma” adlı eseriyle gündeme gelir. 20. yüzyılın ilk yarısında Amerikan şehirlerindeki ırk ilişkileri ve konut örüntülerini inceleyen bu kitapta, Duncan ve Duncan “konut ardıllığı” (*residential succession*) kavramını kullanarak farklı ırksal veya etnik grupların belirli mahallelerde zaman içinde nasıl birbirlerinin yerini aldığını açıklamaktadır. Chicago’daki siyah Amerikalıların kentteki göç, yerleşme ve yer değiştirme kalıplarına odaklanan bu çalışma özellikle ekonomik fırsatlar, konut ayrımcılığı, ırksal ayrımcılık ve sosyal ağlar gibi faktörlerin bu mekansal ayrışmadaki rolünü vurgular. Bir yandan ayrımcı politikalarla Afrika kökenli Amerikalıların kaliteli konutlara ve mutena mahallelere erişimi kısıtlanırken, yoksul mahallelere sıkışan bu grubun sosyal ağları kullanarak zorluklarla nasıl başa çıktıkları ve uyum sağladıkları incelenir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde çok yaygın bir durum olan konut bölgelerinin ırklara göre ayrışması, bazılarının "çikolata şehir, vanilya banliyöler" (Farley, vd., 1978) olarak ifade ettiği kentsel bölünme genellikle, gelir düzeyi ve ayrımcı tutumlarla açıklanmaktadır. Amerikalı sosyolog Galster da konuta dayalı ayrışmayı (*residential segregation*) piyasa güçleri (gelir, tercihler, vb) ve ayrımcı pratikler olmak üzere iki ana faktörle açıklar. "Hem ABD'de hem de Batı Avrupa'da yoksulluk veya sosyal açıdan dezavantajlı hane halklarının (ki bunlar genellikle ABD'de Hispaniklerin ve özellikle de siyahların yoğun olarak yaşadığı mahalleler ve Batı Avrupa'da göçmenlerin yaşadığı mahallelerdir) yüksek yoğunlukları, mahallelerindeki daha zayıf uyum ve gayri resmi sosyal kontrol yapılarıyla tutarlı bir şekilde ampirik olarak ilişkilendirilir" (Galster, 2011, s. 15).

Kentsel eşitsizliklere odaklanan çalışmalar, mekansal ve sosyal mobilite arasındaki yakın ilişkiyi ele alarak, kentteki marjinal(leştirilmiş) grupların neden daha iyi mahallere taşınamadıkları ve daha iyi yaşam koşullarına erişemedikleri üzerine ipuçları verir (Massey ve Fong, 1990). Örneğin ABD'deki ırksal olarak bölünmüş konut piyasası, hem toplumdaki ayrışmayı ve hem de siyahların sosyo-ekonomik hiyerarşideki konumunu anlamak için önemlidir. Massey ve Fong (1990, s. 17) "mekânsal hareketliliğin önündeki engeller, sosyal hareketliliğin önündeki engellerdir" derken kent merkezindeki geçiş bölgelerine mahkum olmuş grupların deneyimlediği toplumsal ve mekansal dışlanmaya işaret ederler. Haneler arasındaki sosyoekonomik eşitsizlikler ile mekanlar arasındaki coğrafi eşitsizlikler birbirinden bağımsız değildir; hatta bu iki hiyerarşi sistemi birbirini besler (Logan ve Molotch, 1987, s. 49).

Mekansal asimilasyon modeli göçmenlerle yerlilerin zaman içinde konut ve yerleşim örüntülerinin benzeşeceğini varsayar. Ancak çoğu zaman ayrılmış mahalleler varlığını sürdürür, bu da yukarı doğru mobiliteyi engelleyen sosyoekonomik eşitsizlikler, dışlama ve ayrımcılık ve gönüllü içe kapanmayla açıklanabilir (Phillips, 2010). Phillips (2010), 15 AB ülkesinden topladığı verileri analiz ederek yaptığı çalışmada, yeni ve yerleşik etnik azınlık gruplarının konut ayrımcılığına ve mekansal dışlanma pratiklerine bakarak, etnik azınlık mahallelerinin kamuoyunda "sorunlu alanlar" olarak resmedildiğini ve sosyal tehdit olarak görülerek, *gettolaşma* ifadesinin taşıdığı tüm olumsuz çağrışımlarla temsil edildiğini ifade eder. Oysa Phillips'in de işaret ettiği gibi, bu tarz mekansal kümelenmeler "topluluk alanlarına gömülü sosyal sermaye" güçleri sayesinde olumlu niteliklere de sahiptir (Phillips, 2010, s. 221).

Göçmen ve düşük gelirli grupların kentin belli bölgelerinde kümelenmesi bazılarının yaftaladığı gibi bir içe kapanma, ayrışma ve gettolaşma anlamına gelmemektedir. Tam aksine şehrin merkezi bölgelerindeki bu kümelenme, yeni gelenler için, kente entegrasyonlarını kolaylaştıran "varış altyapıları" sunar (Hanhörster ve Wessendorf, 2020). Son yıllarda bu konuda Avrupa ülkelerinde yapılan çalışmalar, Chicago Okulunun kentsel geçiş bölgesi kavramını kullanarak "kentsel varış yerleri" ve "varış altyapıları" terimini geliştirdi. Böylece kentte "ilk yerleşim yerlerinin" veya "varış yerlerinin" yeni gelenlerin topluma

entegre olmalarını kolaylaştıran mekâna has yerel kaynaklar sunduğunu gösterdiler (Schillebeeckx vd., 2019).

İstanbul kent ekolojisinde Tarlaabaşı da göçle gelen nüfusların ilk yerleştiği mekân olarak kentin önemli varış noktalarından biridir. Sahip olduğu zengin sosyal ağlar ve kent merkezinde yer almanın getirdiği mekânsal özelliği sayesinde, İstanbul ekosistemi içinde Tarlaabaşı bir bekleme odası karakteri sergiler. Chicago Okulu terminolojisi içinde, ilk yerleşim yeri (*first place of settlement*) veya bir geçiş yeri (*zone of transition*) olarak tanımlanabilecek bu bölge, tüm beklentilerin aksine mutenalaşmamakta ve bir geçiş noktası olma özelliğini korumaktadır. Tarlaabaşı'nın bazı sakinleri zaman içinde birikim yaparak oradan çıkabilirken, bazıları Tarlaabaşı'nda öğütölmektedir. Esenyurt ilçesi özelinde göç ve etnik ilişkiler konusunu inceleyen sosyolog Zelal Koç'un ifadesiyle "nöbetleşe göçmenlik"⁵ durumu Tarlaabaşı'nda da gözlenmektedir. "Mahalle döngüsü" içinde Tarlaabaşı'nda yaşayanlar değişse de bölge bekleme odası karakterini korumaktadır.

İstanbul'un son yirmi senede hız kazanan neoliberal dönüşüm dinamikleri içinde Tarlaabaşı'nın tarihi ve coğrafi özellikleri nedeniyle mutenalaşması beklenirken (Türkün, 2014; Uzun, 2015; Ünsal, 2015; Can, 2020), bunun bir türlü gerçekleşmemesi açıklamaya muhtaçtır. Tarlaabaşı'nın tarihsel mimari dokusuna rağmen, yapı stoğunun köhnemişliği, marjinal ekonomik faaliyetlerin hakim olması ve mülteciler gibi dışlanmış grupların varlığı bölgeyi ötekileştirilmeye ve damgalanmaya müsait hale getirmektedir (Dinçer ve Enlil, 2002; Tsavdaroglou, 2020; Güngördü, 2018). Bu makalede, Tarlaabaşı'nda bir sosyo-mekânsal dönüşümün neden gerçekleşmediği, oranın üst sınıf bir yerleşim alanına dönüşmesine nelerin engel olduğunu anlamaya çalışacağız.

Bunu yaparken, Tarlaabaşı enformel ve illegal yapısının tümüyle ayrıştırıcı bir dinamik olmadığını, Tarlaabaşı'nın sakinleri için kente "aşağıdan entegrasyon" fonksiyonu da taşıdığını iddia edeceğiz. Tarlaabaşı sakinlerinin İstanbul'un kentsel dokusuna klasik anlamda asimile olmasalar da kentle farklı şekillerde bütünleştiklerini ve kentsel ekosistemin vazgeçilemez unsurlarından biri olduğunu göstermeye çalışacağız.

Görünmez Kent Olarak Tarlaabaşı

Tarlaabaşı'na dair yazdığımız bu yazıya kılavuz olarak İtalo Calvino'nun (2003) muhteşem Görünmez Kentler kitabını uygun gördük. Neden? Çünkü Tarlaabaşı, kentin en merkezi yerinde devasa bir kör nokta; en görünen yerde olmasına rağmen, kimsenin görmediği, görmek istemediği bir yer. Bir yandan kentin büyük inkârı, diğer yandan da herkesin bildiği sır. Bir yandan herkesin kaçındığı, diğer yandan da Tarlaabaşı'nın her yere uzanan kollarından kaçmasının mümkün olmadığı...

5 Işık ve Pınarcıoğlu'nun (2001) "nöbetleşe yoksulluk" terimine referansla dile getirilen bu ifadeyi ilk kez bir görüşmemiz sırasında Zelal Koç'tan duyduk.

Kentleri tasvir etmede bedensel benzetmelere sıkça başvurulur; buna göre Tarlabası'nı İstanbul'un bağırsakları hatta rektumu olarak düşünmek mümkün olabilir. Kentin posalarının biriktiği, burada yavaş yavaş elimine edildiği yer. Dip noktası. Oysa bu bakış Tarlabası'nın Beyoğlu için taşıdığı mânâ ve ehemmiyeti yansıtmaktan, bu bölgenin barındırdığı devingenliği anlamaktan çok uzak, çok eksik. Öyleyse analogjilerimizi biraz daha farklı bir yerden kurmayı deneyebiliriz ve şöyle diyebiliriz: bütün unsurların birbiri ile karşılıklı ilişki içinde olduğu Beyoğlu ekosistemi içinde Tarlabası, başkaca pek az yerin sahip olduğu çoğul işlevler yüklenmiş durumda.

Kimisi için sisteme ilk giriş yeri, bir bekleme odası, bir soluklanma anı. Bir tırtıl olarak geldiği kentte kozasını örmesine izin veren bir yer, kanatlarını açtığı anda ise uçacak buradan. Oysa bazı tırtıllar, yine aynı mahallede, ezilmekten, daha büyük böceklerle yem olmaktan kurtulamıyor. Kimisi için, Beyoğlu'nun –ve hayatın– yamacına tutunabildiği, dev Beyoğlu balinasının artıklarıyla karnını doyurabildiği bir yer Tarlabası. Oradaki turizm, gece hayatı, eğlence vb sektörlerinin varlığıyla can buluyor; orası yoksa o da yok. Ama bir yandan da, Tarlabası olmazsa, Beyoğlu da olamaz, çünkü tüm o işleri yapacak insanlara ihtiyaç var.

Fotoğraf 1: Tarlabası'ndaki metruk binalar kağıt toplayıcılar için çok uygun bir depo alanı sunuyor.



Kimisi için ise, düşe düşe düştüğü en son yer; buradan çıkış yok. Düşkün haliyle yaşayabileceği tek yer de burası, kalkma umudunu taşımaksızın, bedenini sürükleyip attığı bir çukur gibi. Nasıl ki bu mahallede eski binalar elden geçmediğinde çöküyorlar ve çöktüklerinde Belediye gelip hemen temizlemiyor orayı, o yığın aylarca yıllarca orada kalıyor, bir nekroza, bir çöplüğe, bir irine dönüşüyor;

o çökmüş bedenler de uzun uzun orada barınıyor, ta ki iyice çürüyünceye dek... Sonrası yeniden dönüşüm, devinim, parçalanma; doğada işlevi olmayan bir şey olmadığı gibi, hiçbir varlığın tümden yok edilememesi, muhakkak başka bir şeye dönüşmesi gibi...

Calvino, en iyi bilinen ve mimarlıktan görsel sanatlara pek çok alana ilham olmuş eseri için kaleme aldığı uzun ve detaylı önsözde, Kubilay Han ve Marco Polo arasındaki diyalogu, yani kentten kente yapılan seyahatleri, çeşitli kavramlardan yaptığı elek vasıtasıyla eler döker. Tarlabası'nı anla-t-maya çalışırken, bu kavramların bazılarını biz de başvuracağız, biraz da kendi meşrebimizce yontacağız bunları; zira burası bir muamma ve ancak bilge bir kent seyyahının kılavuzluğunda buranın bazı gizemlerine erebiliriz. Bazı başka gizemlere ermeyi ise, hayal dahi edemeyeceğimizi biliriz. Bütün bu kavramlar birbirinden ayrı yazılmış olsa da, bütün hepsi sarmal bir merdiven gibi birbirine bağlı.

Ölüler / Diriler

Tarlabası, tüm Pera gibi, ölülerin kemikleri üzerine inşa edilmiş bir yer. Gerçekten, kelime anlamıyla ölüler bu bölgenin pek çok noktasındalar; artık üstünde bir apartman mı, otopark mı, hastane mi, otel mi olduğu çok da bilinmiyor. Mezarlık olarak kalmayı başaranlar çok daha az. Ölüleri mecazen ele alırsak, yaklaşık üç yüz yıllık tarihin katmanları üzerinde varolan bir mekân görürüz. Kimler gelmiş geçmişse buradan, hepsinin ruhu bir yerlerde asılı. Pera'nın Pera olduğu zamanlarda, Tarlabası da oranın hizmet sınıfını, esnafını zanaatkârını barındırmış, tamamı Gayrimüslim. 1905'te Goad, 1944-1945'te de Pervititch tarafından yapılmış sigorta haritaları, buranın Cadde-i Kebir'den gerek yapıları çevre gerekse sınıfsal bağlamda farklılaştığını gösterir: yukarısı her zaman daha yüksek ve kaliteli, dayanıklı malzeme ile inşa edilmiş binalar, daha kamusal ve ticari işlevler taşıyan yapılar ile daha üst bir sınıfın mekânı iken, aşağısı emekçi sınıfının kullanımına hasredilmiş, dar parseller üzerinde daha alçak ve daha küçük konutlar olarak kurulur. Ancak "yukarı ve aşağı" arasında bugünkü kadar büyük bir kopukluktan bahsetmek pek mümkün değildir; daha ziyade tedrici bir farklılaşma demek daha doğru olur. Bu farklılaşmayı daha net bir ayrışmaya taşıyan ise 6-7 Eylül 1955 olayları, 1964'te Rumların sınır dışı edilmesi ve 1974 Kıbrıs harekâtı sonrası Rumların tamamen terk edişi ile yapıların ciddi bir kısmının sahipsiz kalması, bu süreçteki yoğun kente göç ile bu binaların işgal edilip el değiştirmesi ve daha küçük ölçeklerde kiralınması/satılması, bekar odalarının yoğunluğu ve nihayet 1986'da Tarlabası Bulvarı'nın açılmasıdır. Ancak, her şeye rağmen, Beyoğlu ile Tarlabası arasında asla bir kopuştan bahsedilemez.

Peki, Tarlabası ölü müdür? Hayır, tam tersine, Tarlabası belki de en canlı yerlerinden biridir Beyoğlu'nun, hatta tüm kentin. Uyumayan değil de, nöbetleşe uyunan yeri. Günün her saatinde bazıları çalışır, bazıları uyur; kimisi gün

ağarmasıyla gider işine, tekstil atölyesinde, tamircide, fırında çalışır; kimisi gün boyu sokaklarda dolanır, seyyarlık yapar, atık toplar; kimisi gece çıkar işe, bedenini sunar veya hayal satar; kimisi de Beyoğlu'nun eğlence mekanlarından çıkanlara –hatta tüm Türkiye'ye– midye satar.

Buranın canlılığını hayatta kalma mücadeleleri kadar dayanışma ağlarından da izlemek mümkün, zira Tarlabası yoksulluk ve dışlanmanın olduğu kadar, dayanışma ve yardımlaşmanın da mekânı. Bunlardan biri bir zamanlar göçmen hakları için mücadele eden Göçmen Dayanışma Ağı'ndan türemiş Tarlabası Mutfak. Diğeri ise hâlâ aktif olan ve ismini de mahalleden alan Tarlabası Dayanışma. Artık açık olmayan Göçmen Dayanışma Mutfağı kendisini “bu mutfak bizi birbirimizden ayıran her türlü sınıra karşı dayanışmanın ve paylaşmanın mutfağıdır” diye tanımlıyordu.⁶ Beyoğlu'nun kozmopolit dokusunda adı anılmayan göçmenlerle beraber kaynatılacak bir kazanın çevresinde buluşmayı, dayanışmayı hayal ediyordu, fakat çok uzun ömürlü olamadı.

Tarlabası Dayanışma kendini tanımlarken İslami vurgusunu açıkça hissettiriyor; “biz ezilenlerin fıkhnı yeniden kurmak ve tartışmak istiyoruz” diyor. Grubun öncülerinden Kadir Bal, 2020'de verdiği bir röportajda, Cemil Meriç'e referansla ayırım gözetmediklerini vurguluyor:

“çığlıkta ahenk aramayan bir topluluğuz. Biz günahkâr, yanlış yolda giden, eksiye düşmüş, derbeder, yolsuz, yoldan çıkmış hikâyelerin kapısını çalabilen bir topluluğuz. Çığlıkta akide, namaz, dindarlık, İslamcılık, muhafazakârlık aramayız. İçinde yaşadığımız toplumdaki sosyal adaletsizlikten, zengin-yoksul arasındaki makasın açılıyor olmasından rahatsızlık duyan herkesin söz hakkı ve faaliyetine açık bir grubuz.”⁷

Tarlabası Dayanışma, sokak iftarlarıyla başlayan, başta siyahlar olmak üzere ihtiyaç sahibi göçmenlere verilen yardım ve desteklerle devam eden bir sokak dayanışması. Hayırseverlerden gelen yardımları bazen kurban eti olarak, bazen birikmiş kira borcunu kapama, bazen de hastane süreçlerinde destek olarak dağıtıyorlar. Kendisi de bir zamanlar kendini kaybetmiş, sonra uzun çabalar sonucu o kör kuyulardan çıkmış biri olan Urfalı Mehmet, eşi Fatma ile beraber mahalledeki yardım ve dayanışma ağının olmazsa olmaz halkalarından biri. Tarlabası'nda neredeyse tüm göçmenler onu tanıyor; hastalanan da, başı derde giren de ona geliyor. Mehmet ve arkadaşları, dayanışma ağının geniş ve amorf yapısı içinde sokakta gönüllü sağlık taramasına gelen doktorlardan, kayıtsız göçmenlerin sağlık sorunları için kuralları esnetmekten çekinmeyen hastane başhekimlerine veya bazı “vicdanlı” milletvekillerine kadar geniş bir ağın içinden ihtiyaç duyulan yardımı çekip çıkarıyor. Göçmen Dayanışma Mutfağı da, Tarlabası Dayanışma da gjysi

6 Tarlabası Mutfak hakkında: <http://dayanismamutfagi.blogspot.com> (Son erişim tarihi: 02.02.2024)

7 “Tarlabası Dayanışma Grubu sözcüsü Kadir Bal: Çığlıkta Ahenk Aramayan Bir Topluluğuz!” Her Taraf, 29.05.2020. <https://hertaraf.com/haber-tarlabasi-dayanisma-grubu-sozcusu-kadir-bal-ciglikta-ahenk-aramayan-bir-topluluguz-4458> (Erişim tarihi: 02.02.2024)

ve yemek dağıtmanın ötesinde yoksulluk, dışlama ve ayrımcılık üzerine hem söz, hem eylem üretmeye çalışmış gruplar. İkisinin ruhu da Tarlabası'nın karanlık ve izbe sokaklarında kaynayan bir kazandan yükselen umut olarak dolaşiyor.

Sermayeyi Ürküten Ayrık Otları

Tarlabası kentsel dönüşümün odak noktalarından biri olduğu kadar, bu mücadelenin içinde yer alan bazı kişilerin de ikamet ettiği bir yer. Doğrudan yaşam alanlarının tehdit altında olması ve uzayan belirsizlik halinden kaynaklı hem bir tedirginlik hem de kısmen bir rahatlama hissediliyor konuşmalarda. Tarlabası'nda, devlet eliyle dönüşümün en güçlü aracı olarak hukuk öne sürülmüştü. Tarlabası sakinlerinden, kent hakları için mücadele yürüten Deniz Özgür'e göre Tarlabası yasası olarak bilinen 5366 sayılı yasa, sermayenin yağmasını kolaylaştırdı. Ancak yasa niyet edilenin tamamlanması için yeterli gelmedi. Özgür, inşaatın 2011'de başladığına ancak senelerdir sürdüğüne dikkat çekerek, "Bu çok büyük başarısızlık" diyor ve ekliyor: "Projenin adı *Tarlabası 360*'dı, sessizce *Taksim 360* oldu. Çünkü Tarlabası adıyla uluslararası sermayeye satamayacaklarını düşündüler." Özgür, proje çevresinde yayılan söylentilerden de bahsediyor: "Buradaki dönüşümü hızlandırmaya dönük Çin sermayesi girecek, otel açacak gibi laflar da döndü. Ama olmadı. Proje çeperi metruklaştı. Projenin beklenmeyen sonucu, proje sahasının çeperindeki tahribat oldu. İlk çeperde yalnızlaşma, ıssızlaşma oldu. Oysa ikinci çeperde sokak hayatı devam ediyor."

Deniz Özgür'e göre 'istenmeyenler' kentsel dönüşüm karşısında bir emniyet subabı oldu, onlar sayesinde beklenen satışlar olamadı. Bu soylulaştırma projesi beklentinin aksine, çevresini soylulaştıramadı; "sermayeyi ürküten bütün ayrık unsurlar burada yaşamaya devam ediyor. Göçmenleri, buranın ötekileri, transları, yani yaşam dokusu devam ediyor. Böyle bir yerde, riskli yatırım yapmak istemiyor sermaye. O yüzden de buradaki ofisler, rezidanslar, oteller satılmıyor." Özgür, zaman içinde Tarlabası'nın farklı yabancı gruplar için cazip bir yer olduğunu da gözlemlemiştir. Gezi olaylarına kadar yoğun olarak devam eden Erasmus öğrenci akınının yerini bugünlerde Arap ve İran turizminin aldığını söylüyor ve ekliyor: "15 yıldır burada yaşıyorum, yaşamaya devam etmek istiyorum. Tarlabası hâlâ kimliğini, varlığını koruyor, kentsel dönüşüm projesine boyun eğmiyor." Ancak, Arıcan'a göre Tarlabası 360 gibi projelerde yaşanan gecikmeler, kentsel dönüşümün başarı veya başarısızlık ölçütü olarak değil "modus operandi"si olarak görülmeli (Arıcan, 2020).

Fotoğraf 2: *Taksim 360* projesinin lüks binasına sırtını dayamış çayhanenin kilim desenli tabureleri ile Tarlabası'ndaki tezatı yansıtıyor.



Gidenler Kalanlar Hep Birlikte

Yüzyıl başında emekçi sınıf mahallesi kimliğinin dönüşmesi, 1950lere kardi süreçte azınlıkların tasfiyesi ile birlikte binaların da büyük ölçüde sahihsiz kalıp ardından işgal edilmesi ile oluyor. Köyden kente göç sürecinde, zamanında tek bir ailenin kullanımı için inşa edilmiş bu binalar yoğun bir kullanım la karşı karşıya kalıyor. Kat kat bölünüp tapu sahibi olmayan kişilerce ailelere kiralanması veya oda oda bölünüp her odada çok sayıda bekar erkeğe geçici bir barınak sağ laması bu dönemle başlıyor. Tıkındıkça genişleyen bir mide oluyor bu defa Tarlabası, İstanbul'un gözü doymazlığının ağız oluyor.

Mahalle, 80lere hatta 90lara kadar her şeye rağmen emekçi sınıfın mahallesi niteliğini büyük ölçüde muhafaza etti. Sonrasında ise, kısmen binaların bir kısmının tarihi niteliği haiz olmasından dolayı tamirat izni alınamaması, kısmen orada ikamet eden insanların kapsamlı restorasyon yapmaya gücü olmaması, kısmen de tapuya değil senede dayalı ikamet in daha yaygın olması sonucunda, binalar yavaş yavaş eskidi, daha iyi bir yerde yaşamaya gücü olanlar orayı terk ettikçe mahalle de bir çöküntü alanına dönüşmeye başladı. 90larda ise Kürt illerinde köy boşaltma ve diğer zorunlu göç uygulamalarıyla birlikte, göç kitlesel bir form kazandı. Önceden Tarlabası'na ekmek parası peşinde bir(kaç) genç erkek gönderen aileler bu defa can havliyle kendilerini mahalleye attı; küçücük odalara tüm aile sığındı, dilini yolunu bilmediği bir şehrin kuytusunda kendine sığınak yaptı.

2000lerle beraber artık mahallenin kalıcı ikametgâh değil kentin antresi olduğu iyice belirginleşti; arkası kesilmeyen göç dalgalarında biri Süleymaniye-Zeyrek, diğeri Tarlabası-Dolapdere olarak iki bölge gelenlerin ilk şaşkınlıklarını attıkları, işlere girip çıkararak para biriktirip sonra da daha "aile" mahallelerine geçiş yaptıkları yerler oldu.⁸

Peki herkes gitti mi, gidebildi mi? Tarlabası'nda konuştuğumuz kişiler gidemeyenlerin bir tercih değil de bir mecburiyet ile burada ikamet etmeye devam ettiklerini ifade etti çoğunlukla. O halde bugünkü Tarlabası'nın öyküsünü gidenler kadar kalanlardan da kurmak gerekir. Fakat, gidebilenin pek de arkasına bakmadan terk ettiği, kalanlarınsa bir yere gidemedikleri için kaldığı bir mahalle ise burası, neden masallardaki asla boşalmayan keseler gibi habire dolmaktadır gidenlerin ardındaki boşluk? Nedendir 50lerden bu yana akın akın önce iç göçün, sonra da Afrika'dan, Orta Doğu'dan gelen göç dalgalarının buradan kente girmesi?

Fotoğraf 3: Otobüs acentasının tabelası Tarlabası'nda ikamet eden insanların köken yerlerini gösteren bir liste niteliğinde.



Bundan on yıl öncesinde bu mahalleyle ilgili sohbetlerde Tarlabası'nın kozmopolit yapısı içerisinde iki ana grubun gerilim yüklü varoluşundan dem vuruldu genelde: Romanlar ve Kürtler. Romanlar buranın eskisi, asıl sahibi, herkes gelse geçse de gitmeyecek –gidemeyecek– olanı; Kürtler ise sonradan gelmiş, iş pastasına ortak olmuş olanlar. İlki vatanına bayrağına sahip çıkan, milliyetçi damarı kabarı; ikincisi, onların gözünde, devlet düşmanı... Şimdilerde, bu gerilim hattına dair hikayeler biraz eskide kalmış gibi görünüyor. Arada geçen birtakım sıcak zamanlar

8 Tarlabası'nın İstanbul'a gelenler için bir antre işlevi üstlenmesine benzer şekilde, Türkiye de 1990'lardan bu yana düzensiz ve transit göçmenler için bir tür "bekleme odası" haline gelmiştir (Erder ve Kaşka, 2012).

sonrasında artık hatlar net, mevziler belli. Romanlar Dolapdere sınırındaki sokaklarda yoğun, Kürtler ise Çukur ve çevresinde... Saha araştırması sırasında bizim Romanlarla tek temasımız Müzisyenler Kahvesi'nde oldu. Tarlabası bir büyük bekleme odası ise, bekleyişin en çok göze çarptığı yer burası, en ufak bir krizden veya olaydan etkilenen müzik ve eğlence piyasasının emekçilerinin köşesi.

Sema Erder, "göçün kentlere etkisini her dönemin kendi dinamikleri ve güç ilişkileri içinde anlamaya çalışmak gerekir" diyor (Danış, 2019). Tarlabası güç ve göç ilişkilerinin mekâna nakış gibi işlendiği bir mekan. Görüşmeler sırasında çok farklı kişilerden duyduğumuz "burası çok kabuk değiştirdi" lafı tam da bu farklı göçlerle mekânın nasıl tekrar tekrar değiştiğine işaret ediyor. Babası 1940larda Kastamonu'dan İstanbul'a göç etmiş, uzun yıllar Tarlabası'nda oturduktan sonra diğer Karadenizliler gibi başka semtlere taşınmış muhtar da bu değişimden bahsediyor: "40 sene önce ekalliyetin olduğu bir bölgeydi. Hatta onlar çoğunluktu, biz azınlıktık. Gayrimüslimler gitti, biz çoğaldık. Sonra Doğulular geldi... Burası çok kabuk değiştirdi..." Muhtar bu "kabuk değişimini" anlatırken, nüfusun yer değiştirmesiyle beraber ortaya çıkan yeni tablodan duyduğu rahatsızlığı da ifade ediyor: "Kültür çok değişti burada. En basitinden park kullanımında bile görüyorsun. (...) Şehir kültürü kötü gelişti buralarda. Çöp konteyneri bunun örneği. Konteynere çöp atmaya bilmiyorlar." Katman katman göç almış bu yerde, grupların birbirini kültürel değerler üzerinden ötekileştirmesi ve dışlaması çok da şaşırtıcı değil. Kimin yerleşik, kimin sonradan gelen olduğunun her an yeniden belirlendiği bir yer Tarlabası. Erder'in de altını çizdiği gibi, göçmenlerin genellikle güçsüzlükleri vurgulansa da, bazı dönemlerde göçmenler de güce sahip olarak gelebiliyorlar ya da zaman içinde güç kazanabiliyorlar. Bu da kaynakların kısıtlı olduğu Tarlabası gibi yerlerde, gruplar arası gerilimin bazen açık şiddet ya da dışlama ve kültürel ötekileştirme olarak ortaya çıkmasına neden oluyor.

İnme / Çıkma

Eski yazılarda Pera, kimi yokuşlardan çıktıktan sonra varılan bir büyük düzlük olarak tasvir edilir. Öyledir de. İstiklal Caddesi'nden Taksim'e oradan da Harbiye'ye hemen hemen eğimsiz bir şekilde devam eden düzlüğün etrafı bir yandan Haliç'e, öbür yandan Boğaz'a, beri yandan da Dolapdere'ye inen oldukça dik yokuşlarla bezelidir. Bu yokuşlar fiziksel olduğu kadar toplumsal ve simgesel ayrımların da sebebidir. Tarlabası'na inmek, yoksulluğa ve tekinsizliğe inmektir; Beyoğlu'na ise "çıkılır". Tarlabası diptir, çukurdur, karanlık mağaraya inştir; ni-tekim mahallelerinden birinin adı Çukur'dur ve bu isim –artık– sadece coğrafi bir durumu imlemez.

Bu aşağı-yukarı farkının iyice belirginleşmesinin Tarlabası Caddesi'nin genişletilmesi ile olduğunu söylemiştik. Binalar yıkılarak cadde genişletilip Bulvar olduktan ve bir trafik nehri iki yakayı birbirinden epeyce kopardıktan –yani 1986'dan– sonra, bu defa bir başka yıkım/inşa faaliyeti ile çukurdakilerin ayağı

daha da çukura gömülürken, bazı başlar da daha yükseklere uzandı. Üstelik bu defa aşağısı ile yukarısı arasına sadece mesafe ve cadde değil, aşılması yasak duvarlar da girdi.

Fotoğraf 4: Metruk binaların bir kısmı da mutenalaşma için yatırımcısını bekliyor.



Taksim 360 inşaatının başladığı 2011’de, Beyoğlu yeniden canlanıp kentin en gözde turistik/eğlence merkezlerinden biri haline gelmiş, rant iyice yükselmiş, Tarlabası da –artık mahalle kimliğini büyük ölçüde yitirmiş olsa da– Beyoğlu yıldızının kuyruğundaki ışıltıdan etkilenmiş, hem rant artışından hem de turizm sektöründen bir miktar payını almıştı. Binaların restorasyonu Avrupalı gençlerin veya Türkiyeli sanatçı-entelektüel kesimin burada odalar kiralaması veya konut satın almasıyla elele gitmekteydi. Çok uzun zamandır Tarlabası’nın büyük bir –rantsal– çıkış yapacağı beklentisiyle binaları istifleyenler, *Taksim 360* projesinin başlamasıyla nihayet rahat bir nefes al...acakken, aradan nerdeyse 10 yıl geçip de bitmeyen, bitmediği gibi araya ördüğü duvarla civardaki sokakların değerini arttırmak şöyle dursun, hepten yerle bir eden, hatta oraları çıkmaz sokağa dönüştürüp karanlıkta yapılan işlerin mekânı haline getiren, velhasıl uzadıkça tatsızlaşan bu projeden de henüz umduklarını bulamadılar.

İşin aksi yani, Avrupalıların akın akın gelişi de, 2014-15 sonrasında yaşanan olaylar ve Türkiye’nin hızla despotikleşmesi ile bıçakla kesilmiş gibi durdu. Şu an, kible yönünden esen kuvvetli sıcak para rüzgarları bu projenin yelkenlerini doldurmaya aday. Ama projenin büyük kısmının yapılmayı beklemesinden başka, bitip de hayata geçtiğinde de yanı başındaki mahalle ile bu derece kopuk olmasıyla o mahalleye pek bir hayrının dokunmayacağı görülüyor.

Büyük tartışmalarla başlayan ve sık sık yargı kararlarıyla durdurulan proje neoliberal dönüşüm ve kentsel muhalefet tartışmalarının da simgesel mekanlarından biri oldu. İlk kez 2005'te gündeme gelen dönüşüm (Pişkin, 2017), bazı daire ve işyerlerinin satışıyla yeni bir aşamaya geçmiş gözüküyor. Bulvar üzerinde, tamamlanmamış kaldırımlar ve inşaat tozunu atlayıp girdiğimiz 360 satış ofisinde hummalı bir pazarlama çalışması sürüyor. Arapça, Farsça veya İngilizce bilen prezantabl satış elemanları ve iç dekorasyonda tercih edilen altın varaklı süslemeler bize hedef müşteri kitlesinin kim olduğuna dair fikir veriyor. Satış elemanlarının da ifade ettiği gibi, Taksim 360 projesinin talipleri daha çok gayrimenkul karşılığı vatandaşlık hakkından faydalanmak isteyen yabancılar. Bu da, önümüzdeki dönemde bu dairelerin Tarlaabaşı'nda geçici olarak ikamet eden, Tarlaabaşı'yla çok sınırlı bir ilişki kuran ve dolayısıyla onu sahiplenmeyen bir nüfus olacağı anlamına geliyor.

Harita 1: Dört büyük cadde arasına sıkışmış Tarlaabaşı (Google Earth uydu haritası)



Aile Sokağı / Apart Sokağı

Bu haritaya bir isim vermemiz gerekse, "cendere" derdik herhalde. Kuzeyde, İstiklal Caddesi ve Beyoğlu ile arasına kesikli bir çizgi çeken Tarlaabaşı Bulvarı, onun tam ortasında açılmış koca bir yara olarak Taksim 360 şantiyesi; batıda Abdülhak Hamit Caddesi –mahalle yönündeki ilk iki sokak dahil olmak üzere– gelişen oteller bölgesi; Doğuda Ömer Hayyam caddeboyundan itibaren başlayan, Tepebaşı ve Kasımpaşa'ya doğru uzanan kısmen mutenalaşmış kısmen de eskiden kalma aile mahallesi kimliğini koruyan bölge; Güneyde ise, Dolapdere Caddesi'nin özellikle karşı kıyısında sıralanan ve Beyoğlu'nu sollayıp geçen otel, iş merkezi, modern sanat galerisi gibi işlevlere sahip yapılar...

Oteller bölgesinin Tarlabası'na tercümesi apart oteller şeklinde olmuş; bu yeni tür konaklama Taksim 360'ın iki yanında yoğunlaşmış durumda. Apart otellerin girdiği bir sokakta konut işlevi uzun süre barınamıyor: hem apartlar o sokağın rayiç bedelini yükseltiyor, hem de aileler için o ortam tercih edilmiyor, böylece aileler –daha doğru bir ifadeyle, konut işlevi,– giderek Tarlabası'nın ortasındaki bir bölgeye sıkışıyor.

Konuştüğümüz kişiler bu ayrımı çok net dile getirdi: “Burası aile sokağı”; “Orası apart sokağı” gibi. Zaten bir sokağa girince hangisi olduğunu anlamak çok kolay. Apartların yoğun olduğu sokakta binalar restore edilmiş; hatta bazı durumlarda aşırı restore edilmiş vaziyette, fazla turist olmayan dönemlerde, bu bölgeden beklenmeyecek kadar ölgün sokaklar bunlar. Ortalıkta pek fazla çocuk görülüyor. Oysa ikamet hâlâ yoğun olduğu kısımda sokağın çocuklar ve her yaş grubu tarafından kullanımı daha yoğun. Aile sokağı deyince sadece konut işlevi sanılmasın; Tarlabası demek merdiven altı imalat demek. Hemen hepsinin altında ya midye üretimi ya başka bir imalat; evlerde de kadın ve çocukların üstlendiği parça başı üretim var.

Sınırlar

Tarlabası'nın iki sınırında yer alan iki pastane ve sahiplerinin hikayesi Tarlabası'nda hem mekânlar arası, hem de gruplar arası sınırlara dair ipuçları veriyor.

Tarlabası'nın Dolapdere bulvarına yakın kısmı olan Yenişehir'de yer alan 60 yıllık pastane, Kastamonu'dan 1955'te göç etmiş bugün 83 yaşındaki Mehmet'in oğlu Mahir tarafından işletiliyor. Mehmet İstanbul'a ilk geldiğinde bir süre Rumların yanında çalıştıktan sonra şimdiki pastanesini kurmuş. Zorlu ve disiplinli bir çalışma hayatı, taşı toprağı altın İstanbul'dan yeterince pay alabilmesini ve ailesiyle beraber sınıf atlamasını sağlamış. Şimdi ellilerinde olan oğlu Mahir, İTÜ'de mühendislik okuduktan ve uzun süre şirketlerde çalıştıktan sonra baba mesleğine dönmüş, ama bu sefer pastaneciliği İstanbul'un pek çok semtine yayılmış bir zincir haline getirerek. Mahir ve ailesi sırasıyla Yenişehir, Kurtuluş son durak, ardından Kurtuluş ana caddede oturduktan sonra, şimdiki evlerinin bulunduğu Çekmeköy'e taşınmış. Tipik bir sınıfsal yükselme ve mekansal yer değiştirme hikayesi.

Diğer pastane Dolapdere'yi Beyoğlu'na bağlayan ana bulvarlardan biri olan Ömer Hayyam üzerinde. Diğerinin üçte biri büyüklüğünde, ana caddeye bir kapı ve dar bir vitrinle bağlı. Buranın işletmecisi Kamil, 30 sene önce Doğu Beyazıt'tan göç etmiş, uzun yıllar Tarlabası'nda oturduktan sonra “aileye daha uygun ve kiraların daha ucuz” olduğu Okmeydanı'na taşınmış. Tarlabası'ndan bahsederken “burada sadece yoksul aileler kaldı, kötü koşullarda, eskiden bekar odası olan yerlerde üst üste oturmaya devam ediyorlar” diyor yüzünü buruşturarak. İkamet edenlerin azalması ve bulunduğu caddenin “Hacı Ahmet'ten İstiklal'e çıkanların geçiş yolu” haline gelmesiyle, esnafın da azalmasından şikayet ediyor.

Benzer bir şikayet Mahir'den de geliyor. "Yenişehir çarşısı eskiden çok canlıydı. Eskiden iki banka vardı, şimdi onlar kapandı yerine devasa bir cami var" diyor müstehzi bir ifadeyle. Mahir mekânın zenginliğinin farkında: "Burası bir vaha. Nişantaşı, Taksim, Pera arasında şehrin vahası." Üst üste gelen farklı göçmen grupları da bu vahada kendi ekmeklerini kazanmaya çalışıyorlar, bazen ağır işleri üstlenerek, bazen illegal işlere karışarak. Pastanesinden "canlı canlı" izlediği gruplar arasında görünmez bir sınır olduğunu; buralarda en eski gruplardan olan Romanların da, Kürt göçmenlerin de, sonradan gelen Afrikalıların da sulh içinde yaşayabilmesinin sırrının "diğerine dokunmama politikası" olduğunu söylüyor.

Kaynaklar / Kayıplar

Gidenlerden ve kalanlardan bahsettik; fakat gelenlerin gelmesinde, gidenlerin de gidebilmesinde Tarla başı'nın oynadığı rolü çok da açık etmedik. Oysa Tarla başı, mikroskopla baktığımızda ne kadar hayat dolu olduğuna hayret ettiğimiz bir avuç toprak kadar canlı, hareketli ve bereketli. Binaların her bir odası, bodrum katlarına varıncaya kadar kullanılmakta, kimi zaman bir midye imalathanesi olarak; kimi zaman konfeksiyon atölyesi; kimi zaman saatlik kiralanan bir haz, kimi zamansa bir apart odası; yahut atıkların istiflendiği bir depo veya Afrika örgüsü yapan bir kuaför...

Çocuk yaşından itibaren çalışmaya başlamamış birine rastlamak zordur burada; her saat üretim, her saat sevkiyat, her saat alım-satım, her saat hizmet mevcuttur. Yasal olan kadar yasal olmayan da. Mahallenin bu niteliğinin, yeni geldikleri kentte (veya ülkede), hayatta kalmak için var gücüyle çabalayan insanlara kaynak yarattığını; bu kaynakları iyi değerlendirenlerin de hayatta kalmanın ötesine geçip birikim sağlama (ve bu sayede başka bir bölgeye geçme) imkanını kendilerine yaratabildiklerini söyleyebiliriz. Özellikle 90lar boyunca buraya yerleşmiş Kürtlerin, geliş ve bağlam yönünden tüm olumsuz şartlara rağmen mahallenin sunduğu bu kaynakları değerlendirme konusunda başarılı olduklarını iddia etmek mümkün. Bunda şüphesiz bu nüfusun kendi insan gücünü muazzam bir kaynak olarak kullanabilme becerisi en büyük payı oynamıştır.

Öte yandan, Tarla başı gibi bir yer sözkonusu olduğunda olumlu izlenimi veren her unsur hemen yanıbaşında onu tamamlayan bir olumsuzluk da barınır. Bu semtin sunduğu kaynaklar ne kadar gerçek ise, insanların elinden aldıkları da o kadar gerçek; ki o kaynakların bunca bereketli olması da taşıdığı risklerle yakından ilişkili. Daha açık ifade etmek gerekirse, Tarla başı'nda uzun yıllar ikamet edip de çocuklarını buranın gayrimeşru işlerinden ve ilişkilerinden uzak tutabilmiş, eğitimlerini tamamlayabilmiş, hapse veya iptila batağına düşmeden onları yakalayabilmiş olmak kolay bir iş değil, belki de imkânsız. Ailelerin her ferdi bu halde değil elbet, ama çoğunda bu tür hikayeler var. Kürt siyasi hareketinin bir dönem kendi nüfusu üzerinde bunu engelleyebilecek nüfuza sahip olduğu ifade ediliyor; ancak bir yandan hareketin yaşadığı baskılar, diğer yandan mahalledeki demografik yapının

ağırlık merkezinin değişmesi ile, uyuşturucunun siyasetten uzak tutmak adına biz-zat bu nüfus içerisinde yayılmasının teşvik edildiğine veya uyuşturucu ağalarının bazı gençler için bir aile hissi yarattığına dair iddiaları birleştirince, gençleri bu yollara sapmaktan alıkoyacak fazla bir gücün olmadığı anlaşılıyor. Bütün bunlara rağmen, görüştüğümüz bir kişinin ifadesine göre, "bu mahallede 20 yaşına kadar her şeyi denersin, sonra da yuvanı kurar işine gücüne gidersin".

Ekmeğini Denizden Çıkaranlar

Mardin'den otuz yıl önce göç etmiş ve şimdi mahallenin bir sokağında hemen hemen her evin giriş katında devam etmekte olan midye işini yöne-ten Mehmet Amca Tarlabası'ndaki değişimi zenginleşme olarak yaşayanlardan: "Devir değişti artık. Eskiden midyeyi tepsiyle satıyorduk, şimdi Ankara'ya, İz-mir'e gönderiyoruz" diyor. Tarlabası bugün sadece kentteki en önemli midye dolma üreten yerlerden biri değil, aynı zamanda başka kentlere çiğ midye satan bir merkez.

Beyoğlu başta olmak üzere kentin eğlence bölgelerinde satılan midye dolma imalatının her aşaması ayrı bir ağır emek gerektiriyor. İstanbul'da midye-ler Boğaz'dan, 25-30 metre derine dalan gençler tarafından çıkarılıyor; "askeriye olmayan yerlerden" diye özellikle vurguluyor Mehmet Amca. Toplanan midye-ler çuvallara doldurulup dolma yapacak kişilere teslim ediliyor. Mehmet amca-nın sokağında devam eden hummalı faaliyete ek olarak gün aşırı bir kamyon çiğ midye de İzmir'e gönderiliyor. Ailesinin "seyyardan iş adamlığına" yükselme macerasını gururla anlatıyor; bu "başarı hikayesi" özellikle de Mardin'de köy-deyken maruz kaldıkları ayrımcılık ve yoksullukla beraber önem kazanıyor onun için. Mardin'de çocukken okula gidemediğini anlatırken de laf sık sık aynı yere geliyor: "devlet ayrımcılık yaptı bize".

Ciddi bir kazanç kapısı haline gelen midyecilik için Tarlabası'nın sunduğu avantajlar var. Öncelikle, binaların giriş katında yer alan imalathaneler, havasız, nemli, karanlık kısacası çok sağlıksız olsalar da, bedava veya çok ucuza kiralan-maları sayesinde maliyeti düşürmeye yarıyor. Midyenin en çok satıldığı yerlere, yani İstanbul gece hayatının merkezi olan Beyoğlu'na, Karaköy'e, Beşiktaş'a yakınlık bir diğer faktör. Midye dolma imalatında çalışacak ucuz emeğin Tar-labaşı'nda bolca bulunması da bir başka artı. Mehmet amcanın gözetiminde sadece kendi ailesi değil, köyünden gelmesine önyak olduğu çok sayıda kişi de midye işinde çalışıyor: "Orada hep açtılar, bizim köydekileri de buraya getirdim. Karınları doydu." Tarlabası'nda midye ticareti yapanlar artık sadece kendi aile fertlerini veya memleketlilerini değil, mahallede yaşayan göçmen emeğini de kullanıyor. Böylece bizim de, zemin katta yer alan mini midye imalathanesinde tesadüf ettiğimiz türden manzaralar sıradanlaşıyor: Üç koca midye kazanının başında minik tabureler üzerine iki büküm oturmuş bir Mardinli kadın, bir Ro-manyalı adam, bir Rus genç kadın ve bir Nijeryalı genç adam ellerinde bıçakla midye açıyorlar.

Tarlabaşı'nda mekânın geçiciliği ile beraber düşünmek gereken midye işini kolaylaştıran bu öğeler dışında negatif dışsallıklar da var elbette. Bunun başında mahallede aynı esnada devam eden uyuşturucu kullanımı ve satışı geliyor. Bulunduğu sokaktan hiç ayrılmayan Mehmet amca gibilerin rolü de esas olarak uyuşturucu kullanan ve satanların midye işine bulaşmamasını, çalıştıkları, ürettikleri ve geçimlerini sağladıkları sokakta düzenin bozulmamasını sağlamak.

Oynanan Oyunlar, Gizli ve Açık Emeller

Tarlabaşı'nda üstüste farklı kesimlerden kişilerle konuşunca ortak bir örüntü seziyor insan: içerik farklı olsa da konuşmanın rotası bir noktadan sonra "gizli emellere" doğru kayıyor. Bunların tamamını derlediğimiz iddiasında değiliz; kısa saha çalışmamızda kulağımıza gelenleri aktarmakla yetinelim.

Görüştüğümüz kişilerden biri, Avrupalıların Beyoğlu'na olan ilgisini bu semtin gayri-müslim geçmişinde görüyor ve bunu Batılıların İstanbul üzerindeki gizli emellerine bağlıyor: "Batılıların buradan mülk almaya çalışmasında politik bir emel olduğunu düşünüyorum, burası Pera olduğu için, Bizans'ı canlandırmak istedikleri için". Taksim 360 projesinin inşaat alanının etrafındaki koruma duvarları ve bekçilerin de oradaki yoğun define arayışıyla ilgili olduğu kanısında. Bütün Tarlabaşı dev bir hazinenin üzerine kurulu imiş, bu projede de amaç kentsel dönüşüm, yeni bina filan değil, o hazineyi çıkarmakmış. Bir türlü bulamadıkları için mi uzadı, yoksa 10 yıldır çıkara çıkara bitiremediler mi, onu sormadık.

Bir başkası, Tarlabaşı'ndaki mülk sahiplerini canından bezdirerek burayı ucuza kapatmak için gayrimeşru işlerin yayılmasına bilhassa göz yumulduğunu düşünüyor: "Yukarıdan Tarlabaşı şişti, aşağıdan Dolapdere şişti, arada kalan yere pisliği pompaladılar. Amaç buradakileri bezdirmek." Buradaki düzgün insanların da, kendileri bu işlerden uzak kalsa da, çocuklarını koruyamadıklarını söylüyor: "İnsanlar su gibi, nereye çekersen oraya gidiyor." Aynı kişi, 90larda gelenlerin (yani Kürtler) hepsinin zengin olduğunu, seyyarla başlayıp birikim yapıp gittiğini ifade ediyor: "Burası askeriyedeki acemi birliği gibi, stajını yapan gider." Uyuşturucu vb için kolay para denmesine de itiraz ediyor: "Başındaki adam kazanıyor olabilir, ama torbacı dediğin gece boyu ateşin başında sokakta ayakta bekler, 100 lira için. O kadar da kolay değil bu insanların hayatı."

Kürtler ise, karakola bu kadar yakın bir alanda uyuşturucuya göz yumulmasının ardında burada yoğun ve aktif bir 10 yıl geçirmiş olan Kürt siyasetini baltalamak amacı olduğunu düşünüyor. "Bütün gençlerimiz batağa çekiliyor; burada kalanlar için hiç şans yok, o yüzden gidebilen gidiyor" diyorlar.

Sonuç

Çalışmamızın esas bulgusu şu oldu: Tarlabası, kurulduğu dönemden bu yana, alt sınıfların ve giderek dışlanmışların mekânı olma özelliğini hep korumuş olsa da nüfus yapısı ve işlevler kısmen dönüşmüş, ve hep de bu şekilde devam edecek gibi görünüyor. Mega kentsel dönüşüm projesi veya çeperden gelen mutenalaşma baskısı dahi bunu değiştirebilir mi, kuşkuluyuz.

Tarlabası'nda yaptığımız saha çalışması hem keşfedici nitel araştırma yöntemine dayanması, hem kısa bir zaman diliminde yapılmış olması, hem de daha önceki araştırmalarımızdaki bulgulara göre hangi farkların ortaya çıktığını anlamayı amaçlayan bir "revisit" [yeniden değerlendirme] ziyareti olması nedeniyle büyük genellemelere ve çıkarımlara varmayı amaçlamasa da, en temel bulgumuz Tarlabası'nın tanımlayıcı özelliklerinin geçicilik ve uçuculuk olması oldu. Bu araştırmanın, tıpkı daha önce bu makalenin yazarlarının yaptığı ve başka araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda olduğu gibi, bulguların ancak o ana dair fotoğraf çekme anlamı taşıdığıнын altını çizmek isteriz.

Halihazırda Tarlabası'nda metruk evler, turistleri bekleyen apartlar, merdiven altı imalathaneler, kağıt ve hurda depoları, kentin haz ihtiyacını karşılayan faaliyetlerin yanında başka bir yerde yerleşemeyenlerin ikamet ihtiyacını karşılama işlevi de bitmiş değil. Tüm bunların arasında Taksim 360 gibi bir "lüks" projenin beklendiği şekliyle hayat bulabilmesi şimdilik çok zor gözüküyor. Muhtemelen bu proje de, şık bistrolar ve nezih müşteriler hedefiyle başlayıp ucuz birahanelere dönüşen, adı sonradan (tekrar) Cezayir Sokağı olan Fransız Sokağı'na benzer bir kaderi paylaşarak, soylulaşma yerine, lümpenleşme ile sonuçlanacak.

Sema Erder göçün kentlere etkisinin her dönemin kendi dinamikleri ve güç ilişkileri içinde anlaşılması gerektiğini, "kitle göçünün yoksulları ve güçsüzleri için kente yerleşmek de "İstanbullu olmak" da o kadar kolay olmadığını" söylüyor (Danış, 2019). Kentsel tabakalaşmadan bahsederken de, kente yeni gelenlerin sahip olduğu veya sonradan geliştirdiği ağları kullanarak ayrışan üç grup ("yükselemler", "içe kapananlar" ve "yoksullaşanlar") tanımlıyor (Erder, 1995), bu sosyal ilişki ağlarına ek olarak, kente entegrasyon aracı olarak gecekonduyun önemine işaret ediyor. Biz de bu yazıda Sema Hocanın kategorizasyonunu akılda tutarak Tarlabası'nda kim yükseldi, kim içe kapandı, kim yoksullaştı sorusunun cevabını aradık; bu anlamda Tarlabası gecekondu alanlarından ne kadar farklı, ya da onlara ne kadar benziyor?

Görünmez Kentler'de Calvino, "geometrik rasyonellik ile insan yaşamlarının iç içe geçmiş yumağı arasındaki gerilimi dile getirmek" için en kullanışlı ve karmaşık simgenin kent simgesi olduğunu söyler. Biz de bu yazıda ondan esinlenerek, "bir öncüllük-ardıllık ya da hiyerarşiyi değil, içinde çok sayıda yolun izlenebileceği, çeşitli yönlerde budaklanmış, çok değişik sonuçların çıkarılabileceği bir ağı imleyen bir

dizilim içinde” anlatmaya çalıştık Tarlabası’nı. Buranın çoklu ihtimaller ve imkanlar barındıran, enformellik ile illegallik arasında salınan, en aşağıdakilerin hayatta kalmadan tutunmaya ve sıçramaya kadar çeşitli yollar örmesini sağlayan yapısından çıkarılacak çok dersler var kuşkusuz, özellikle de yerel yöneticiler açısından. Tarlabası “görünmez” olsa bile, görmek isteyenler gözler için Tarlabası’ndan gelip geçmiş insanların ve onlarla biçimlenen binaların ve sokakların anlattığı çok hikayeler var.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Galatasaray Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Etik Kurulu’nun 2024/02-03 no’lu Etik Kurulu Kararı ile araştırmanın gerçekleştirilmesi etik açıdan uygun bulunmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Katkı oranı birinci yazar için %50, ikinci yazar için %50 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

- Alpman, P. S. (2016). *Esmem Yakalılar: Kent-Sınıf-Kimlik ve Kürt Emeği*, İstanbul: İletişim.
- Arıcan, A. (2020). Behind the scaffolding: Manipulations of time, delays, and power in Tarlabası, İstanbul. *City & Society*, 32(3), 482-507.
- Ata, H. K. (2010). *İstanbul’da Kentsel Dönüşümün Sosyal Dışlanmaya Etkilerinin Değerlendirilmesi: Tarlabası Örneği* (Yayınlanmamış Doktora Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Bennett, M. J. (1998). “Intercultural Communication: A Current Perspective”, *Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings*, Ed. Milton J. Bennett, Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Birgün (2019) “Mevzu rantsa yargıyı dinleyen yok”. 28.02.2019
- Burgess, E. (1925). The growth of the city: An introduction to a research project. In R. Park, E. Burgess, & R. McKenzie (Eds.), *The city: Suggestions for investigation of human behavior in the urban environment* (pp. 47–62). Chicago: University of Chicago Press.
- Calvino, İ. (2003) *Görünmez Kentler*, Çev. Işıl Saatçioğlu, YKY.

- Can, A. (2020). A recipe for conflict in the historic environment of Istanbul: The case of Tarlabası. *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 19(1), 131-162.
- Danış, A. D. (2008). Pour une sociologie du transit dans les phénomènes migratoires: le cas des réseaux des migrants irakiens en transit à Istanbul (Yayınlanmamış Doktora Tezi, EHESS, Paris).
- Danış, D. (2019). "Göç, Mekan ve Topluma Dair: Sema Erder'le Söyleşi", *Beyond Istanbul No.7, Mekanda Adalet ve Mültecilik*, 8-16.
- Dinçer, İ. ve Z. M. Enlil (2002) "Eski Kent Merkezinde Yeni Yoksullar: Tarlabası-İstanbul," *Yoksulluk Kent Yoksulluğu ve Planlama konulu Dünya Şehircilik Günü 26. Kolokyumu*
- Duncan, O. D., & Duncan, B. (1957). *The Negro population of Chicago: A study of residential succession*. Chicago: University of Chicago Press.
- Erder, S. (2013). İstanbul'a Bir Kent Kondu: Ümraniye. *İletişim*.
- Erder, S. (2015). İstanbul bir Kervansaray (mı?): Göç Yazıları. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erder, S., & Kaşka, S. (2012). Turkey in the new migration era: Migrants between regularity and irregularity. *Turkey, migration and the EU: Potentials, Challenges and Opportunities*, 5, 113-132.
- Faist, T. (2016). Cross-border migration and social inequalities. *Annual review of Sociology*, 42, 323-346.
- Farley, R., Schuman, H., Bianchi, S., Colasanto, D., & Hatchett, S. (1978). "Chocolate city, vanilla suburbs: Will the trend toward racially separate communities continue?". *Social Science Research*, 7(4), 319-344.
- Galster, G. C. (2011). The mechanism (s) of neighbourhood effects: Theory, evidence, and policy implications. In *Neighbourhood effects research: New perspectives* (pp. 23-56). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Grigsby, W. (1986). *The Dynamics of Neighborhood Change and Decline*.
- Güngördü, F. N. (2018). Processes and factors of social exclusion in arrival cities: Attitudes towards Syrians under temporary protection in Tarlabası, Istanbul. *GRID-Architecture Planning and Design Journal*, 1(2), 177-198.
- Hanhörster, H., & Wessendorf, S. (2020). The role of arrival areas for migrant integration and resource access. *Urban Planning*, 5(3), 1-10.
- İslam, T., & Sakızlıoğlu, B. (2015). The making of, and resistance to, state-led gentrification in Istanbul, Turkey. *Global Gentrifications: Uneven Development and Displacement*, 245.
- İşık, O. & Pınarcıoğlu, M. (2001). Nöbetleşe Yoksulluk: Gecekondulaşma ve Kent Yoksulları, Sultanbeyli Örneği, İstanbul: İletişim.

- Kuyucu, T., & Ünsal, Ö. (2010). 'Urban transformation' as state-led property transfer: An analysis of two cases of urban renewal in Istanbul. *Urban Studies*, 47(7), 1479-1499
- Kümbetoğlu, B. (2008). Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma. Bağlam yayıncılık.
- Logan, J. R., & Molotch, H. L. (1987). *Urban fortunes: The political economy of place*. University of California Press.
- Marvasti, A. (2016). Writing Qualitative Research: Practice, Genre, and Audience. *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*, 429-44.
- Merriman, B. (2015). Three conceptions of spatial locality in Chicago school sociology (and their significance today). *The American Sociologist*, 46, 269-287.
- Park, R., Burgess, E., & McKenzie, R. (1925). *The city: Suggestions for investigation of human behavior in the urban environment*. Chicago: University of Chicago Press.
- Phillips, D. (2010). Minority Ethnic Segregation, Integration and Citizenship: A European Perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36(2), 209-225.
- Pişkin, T. (2017) "Tarlabaşı'ndaki Kentsel Dönüşümün 12 Yıllık Hikayesi" *Bianet*, 01.12.2017.
- Portes, A. (2010). Migration and social change: Some conceptual reflections. *Journal of ethnic and migration studies*, 36(10), 1537-1563.
- Sakızlıoğlu, B. (2014). Inserting temporality into the analysis of displacement: Living under the threat of displacement. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 105(2), 206-220.
- Saybaşıllı, N., & Doğan, B. (2011). *Sınırlar ve Hayaletler: Görsel Kültürde Göç Hareketleri*. Metis.
- Schillebeeckx, E., Oosterlynck, S., & De Decker, P. (2019). Migration and the resourceful neighborhood: Exploring localized resources in urban zones of transition. *Arrival infrastructures: Migration and urban social mobilities*, 131-152.
- Silverman, D., & Marvasti, A. (2008). *Doing qualitative research: A comprehensive guide*. Sage.
- Tsavdaroglou, C. (2020). The refugees' right to the center of the city and spatial justice: Gentrification vs commoning practices in Tarlabaşı-Istanbul. *Urban Planning*, 5(3), 230-240.
- Türkün, A. (Ed.). (2014). *Mülk, mahal, insan: İstanbul'da kentsel dönüşüm*. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Uzun, C. N. (2015). İstanbul'da Seçkinleştirmenin Üç Aşaması Cihangir, Galata ve Tarlabaşı Üzerine bir Değerlendirme. In *Neden Nasıl ve Kimin için Kentsel Dönüşüm*. Litera Yayıncılık.

Ünsal, Ö. (2014). Neoliberal kent politikaları ve direnişin siyaseti: İstanbul'da yeni kentsel muhalefet. *Yeni İstanbul Çalışmaları: Sınırlar, Mücadeleler Açılımlar*. İstanbul: Metis.

Ünsal, Ö., & Kuyucu, T. (2010). Challenging the neoliberal urban regime: Regeneration and resistance in Başbüyük and Tarlabası. *Orienteering İstanbul: Cultural Capital of Europe*, 51-70.

Ünsal, B. O. (2015). State-led Urban Regeneration in İstanbul: Power struggles between interest groups and poor communities. *Housing Studies*, 30(8), 1299-1316.

Yılmaz, B. (2006). Migration, exclusion et taudification dans le centre-ville istanbuliote: étude de cas de Tarlabasi (Yayınlanmamış Doktora Tezi, Institut Français d'Urbanisme, Paris 8 Üniversitesi)

Yılmaz, B. (2008). Entrapped in multidimensional exclusion: the perpetuation of poverty among conflict-induced migrants in an İstanbul neighborhood. *New Perspectives on Turkey*, 38, 205-234.

Neoliberal Zamanlarda “Hikâye”nin Büyüsü ve Cazibesini Wattpad Üzerinden Okumak¹

Burcu ŞENEL ALPUĞAN

Öğr. Gör. Dr.
Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi
busenel@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3783-2794

Abstract

Reading the Magic and Charm of “Story” in Neoliberal Times through Wattpad

Many platforms, such as social media, have paved the way for the narration and visibility of stories, starting from our own experiences, which are the main constituents of social life, and (they) encourage people to share their stories. In addition, the call to “tell your story” and the emphasis on “the power of stories” are some of the main concerns of not only digital media but also many fields such as politics, psychology, literature, and advertising. This study sets out to understand this story explosion we encounter in every aspect of our everyday lives. It aims to pursue the discussion through Wattpad, a digital storytelling platform, and to examine the appeal of “story” on Wattpad. It argues that, in order to understand this process, the neoliberal conditions of our era must be taken into account, and considers Wattpad a sphere where the manifestations of neoliberal capitalism and the spirit of the time are seen. The qualitative data shaping the analysis of this study is based on the digital archiving and categorization of various contents that Wattpad addressed to its users, company partners, and other brands between June 2019 and September 2023, and the texts selected among them with the purposive sampling technique within the framework of the main question of the research. The content of the data related to story and storytelling is analyzed using qualitative textual

¹ Bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü’nde Prof. Dr. Aksu Bora danışmanlığında yazdığım “Bir Popüler Kültür Mecrası Olarak Wattpad” başlıklı doktora tezinden (2022) üretilmiştir.

analysis and interpreted through two thematic lines within the conditions of the neoliberal era. The study's analysis concludes that Wattpad, using the power of stories, is a clear example of neoliberal capitalism infusing stories into the core of society, while turning them into commodities.

keywords: *Story, storytelling, neoliberalism, Wattpad, digital story*

Résumé

Lire la magie et le charme de l' "histoire" à l'ère néolibérale via Wattpad

De nombreuses plateformes, telles que les médias sociaux, ont ouvert la voie à la narration et à la visibilité des histoires, en mettant en avant par nos propres expériences, qui constituent les principales composantes de la vie sociale, et encouragent les gens à partager leurs histoires. En outre, l'appel à "raconter son histoire" et l'accent mis sur "le pouvoir des histoires" figurent parmi les principales préoccupations non seulement des médias numériques, mais aussi de nombreux domaines tels que la politique, la psychologie, la littérature et la publicité. Cette étude vise à comprendre cette explosion d'histoires que nous rencontrons dans tous les aspects de notre vie quotidienne. Elle vise à poursuivre la discussion par le biais de Wattpad, une plateforme de narration numérique, et à examiner l'attrait de l' "histoire" sur Wattpad. Elle soutient que, pour comprendre ce processus, les conditions néolibérales de notre époque doivent être prises en compte et considère Wattpad comme une sphère où les manifestations du capitalisme néolibéral et de l'esprit du temps sont visibles. Les données qualitatives qui façonnent l'analyse de cette étude sont basées sur l'archivage numérique et la catégorisation de divers contenus que Wattpad a adressés à ses utilisateurs, aux entreprises partenaires et à d'autres marques entre juin 2019 et septembre 2023, ainsi que sur les textes sélectionnés parmi eux avec la technique de l'échantillonnage raisonné dans le cadre de la question principale de la recherche. Le contenu des données liées à l'histoire et à la narration est analysé à l'aide d'une analyse textuelle qualitative et interprété à travers deux lignes thématiques dans les conditions de l'ère néolibérale. L'analyse de l'étude conclut que Wattpad, qui utilise le pouvoir des histoires, est un exemple clair du capitalisme néolibéral qui infuse les histoires au cœur de la société, tout en les transformant en marchandises.

mots-clés: *Récit, narration, néolibéralisme, Wattpad, récit numérique*

Öz

Sosyal medya platformları gibi pek çok mecra, toplumsal yaşamın yapıtaşları olan hikâyelerin anlatımı ve görünürlüğü yolunda önemli alanlar açmakta ve insanları hikâyelerini paylaşmaya çağırmaktadır. Bunun yanında "hikâyeyi anlat" çağrısı ve "hikâyelerin gücü" vurgusu bugün salt dijital mecralar değil siyaset, psikoloji, edebiyat, reklamcılık gibi türlü yer ve alanın başat odaklarından biridir. Bu çalışma, her alanda karşımıza çıkan bu hikâye patlamasını anlama çabasıyla şekillenmiştir. Söz konusu tartışmayı, bir dijital hikâye okuma-yazma platformu olan Wattpad örneği üzerinden sürdürmeyi ve Wattpad'de hikâyenin cazibesini irdelemeyi amaçlamaktadır. Bu cazibenin, parçası olduğumuz neoliberal dönemin koşullarının hesaba katılarak anlaşılabilirliğini savunmaktadır ve Wattpad'i neoliberal kapitalizmin ve zamanın ruhunun tezahürlerinin görüldüğü bir alan olarak yorumlamaktadır. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmanın analizini şekillendiren veriler, Haziran 2019 ve Eylül 2023 yılları arasında Wattpad'in kullanıcılarına, şirket ortaklarına ve diğer markalara seslendiği çeşitli içeriklerin dijital olarak arşivlenerek kategorilere ayrılması ve bunlar arasından araştırmanın temel sorusu çerçevesinde amaçsal örneklem tekniğiyle seçilen metinlere dayanmaktadır. Hikâye ve hikâye anlatıcılığıyla ilişkilenen bu verilerin içeriği, niteliksel metin analizi kullanılarak analiz edilmiş ve iki tematik hat üzerinden neoliberal zamanın koşulları bağlamında yorumlanmıştır. Çalışmanın analizi sonuç olarak, hikâyelerin gücünden yararlanan Wattpad'in hikâyeyi metalaştırırken, neoliberal kapitalizmin toplumun yapıtaşı olan hikâyelere kadar sızdığını gösteren berrak bir örnek olduğunu ortaya koyuyor.

anahtar kelimeler: Hikâye, hikâye anlatıcılığı, neoliberalizm, Wattpad, dijital hikâye

Giriş

Hikâyeler, yüzyıllardır insanlığa temas ve eşlik ediyor; onlarla çevrili bir dünyaya gözlerimizi açıyoruz. Gazetelerden dergilere, televizyondan filmlere, şarkılardan İnternete, iş yerinde, evde, sahnede, haberlerde, siyasette, her yerde hikâye ve hikâye anlatımı bulunuyor (Langellier ve Peterson, 2004, s. 1). Hikâyeler anlatarak hayaller kuruyoruz, inanıyoruz, eleştiriyoruz, başkalarıyla bir araya geliyoruz, umut ediyoruz, var oluyor ve var ediyoruz. Birbirinden kopuk eylemlerimizi, zamanı ve deneyimlerimizi anlatı aracılığıyla var ediyor, düzene sokuyor, yaşamımızı sürdürülebilir hale getiriyor ve tüm bu deneyimi geleceğe aktarıyoruz (McNay, 1999, s. 319). Bu çerçevede, hikâye anlatmak, aynı zamanda inşa etmek anlamına geliyor; yaşam öykümüzü, benliğimizi hikâyeler anlatarak şekillendiriyoruz ve toplumsal bağlarla kolektif belleğin kurucu adımlarını atıyoruz (Polletta, 2006, s. 1).

Bugünün teknolojik olanakları hikâyelerimizi anlatabilmek, bunların görünürlüğünü sağlayabilmek için bize yeni araçlar/mecralar sunuyor. Özellikle dijital

platformlar, erişimi kolay ve görece ucuz olduğu için insanların deneyimlerini paylaşabilecekleri etkili alanlar açıyor. “Katılımcı kültür” tartışmalarında cisimleştiği gibi (Jenkins, 1992), öznelerin bugün farklı çevrimiçi platformlarda ve sosyal medya mecralarında içerik üretebilmeleri ve sözlerini söyleyebilmeleri bir yanda dururken, gündelik yaşamın farklı alanlarında hikâye anlatıcılığına yapılan vurgu ve hikâyelerimizi anlatmaya dair çağrılarının sürekli artması dikkat çekiyor.

Edebiyattan siyasete, sivil toplum kuruluşlarından sağlığa, eğitim kurumlarından pazarlama sektörüne, alışveriş merkezlerinden dijital platformlara kadar pek çok alanda hikâye anlatımı önümüze çıkıyor. Örneğin kitapçıların raflarında türlü alanda hikâye anlatıcılığını anlatan kitaplarla karşılaşıyoruz, politikacılar seçim kampanyalarından gündelik tartışmalara kadar pek çok yerde insanları ve duygularını harekete geçirecek hikâyeler anlatıyorlar ve markalar reklamlarını hikâyeler üzerinden kuruyorlar (Salmon, 2010, s. vii). “Hikâyeyi anlat” vurgusuyla sıklıkla duyduğumuz yaratıcı yazarlık kursları, hikâyeye-masal anlatıcılığı eğitimleri, hikâyeye anlatıcılığıyla psikolojik destek programları gibi türlü etkinlik karşımıza çıkıyor. Dolayısıyla hemen her şey bize artık hikâyesiyile ulaşırken, bu “hikâyeler yığını” içinde bizim de var olabilmemiz için hikâyelerimizi onlara eklemememiz ve önümüze serilen türlü mecrada anlatmamız bekleniyor (Salmon, 2010, s. ix).

“Hikâyeniz önem taşır - Sesinizi yükseltin. Hikâyenizi paylaşın. Dünyayı değiştirin.” sloganıyla yola çıkan Wattpad, tüm bu unsurların cisimleştiği bir dijital hikâye okuma-yazma platformu. Telefon uygulaması ve web sitesi olarak ücretsiz erişilebilen Wattpad, “hikâyelerin (videosuz) Youtube’u” olarak görülüyor (Bold, 2016, s. 3). Wattpad’in yayınladığı güncel verilere göre platform ayda 90 milyondan fazla kişi tarafından kullanılıyor ve bu kullanıcıların çoğunluğu 15-25 yaş arası gençlerden oluşuyor, bunların en az yüzde yetmişi ise kadınlar (Wattpad, 2021a). Wattpad, son yıllarda platformun en çok kullanıldığı ülkeler arasında yer alan Türkiye’de de özellikle genç kadınlar arasında oldukça popüler bir mecradır. Wattpad’de yazılan, çok okunan ve beğenilen hikâyeler, zamanla yayınevlerinin dikkatini çekiyor ve bu hikâyeler kitap olarak basılıyor. Büşra Yılmaz² gibi örneklerde gördüğümüz gibi bu hikâyelerin yazarları kitapları milyonlarca satan, imza günlerine yüzlerce okur ve hayranın akın ettiği Wattpad ünlülerine dönüşebiliyorlar.³ Ayrıca,

2 Memur bir ailenin çocuğu olarak Tokat’ta doğup büyüyen Büşra Yılmaz, Düzce Üniversitesi Sosyal Hizmet Bölümü mezunu. 19 yaşında Wattpad’de yazdığı 4N1K romanı Epsilon Yayınevi tarafından 2015’te basıldı ve bir ay içinde çok satanlar arasında yer aldı (<https://www.youtube.com/watch?v=4Z-DPDSb1SBQ>). Ardından, serinin ikinci kitabı çıktı ve kitap Fabrika Yapım tarafından filme uyarlandı. İlk film 2017’de, 4N1K 2 2018’de ve serinin son filmi 4N1K Dügün 2021’de vizyona girdi. Sonrasında seri, Fox Tv bünyesinde 4N1K İlk Aşk olarak dizileştirildi ve 2018’de Fox Tv’de yayınlandı. Ardından 2019’da dijital diziye çevrilerek 4N1K Yeni Başlangıçlar adıyla FOXplay’de yer aldı.

3 Büşra Küçük, Mehtap Fırat, Alya Öztanyel, Filiz Puluç gibi genç kadınların hemen hepsi onlu yaşlarının sonu ve yirmili yaşlarının başlarında Wattpad’de yazarak Türkiye’de adları sıklıkla duyulan isimlere dönüştüler. Kitapları çeşitli yayınevleri tarafından yayımlandı ve çok satanlar arasında yer aldı. Okurların ilgisi kitaplarla birlikte yazarların kendilerine de yöneldi ve birçok kitap fuarında bu kadınlar yoğun ilgiyle karşılaştılar. Wattpad yazarlarının hayranlarıyla buluşmasına dair çarpıcı bir haber için bkz. Genç Yazar Kitap Fuarında İzdiham Yaşattı (2016). <http://www.medyagazete.com/kultur-sanat/genc-yazar-kitap-fuarinda-izdiham-yasatti-h18008.html>

Wattpad'de yazılanlar sadece basılmakla kalmıyor, diziler ve filmler gibi çok farklı içerik ve forma evrilebiliyor.⁴ Böyle farklı şekillerde kendinden söz ettiren Wattpad, başta yeni yazmaya başlayan kullanıcılar düşünülerek yola çıkmış olsa da, Margaret Atwood ve Paulo Coelho gibi ünlü yazarların da bu platforma katılarak okurlarla buluştuğu ilginç ve etkili bir etkileşimsel alan yaratıyor.

Bu çerçevede içinden geçtiğimiz zamanda gündelik hayatımızın her alanında karşımıza çıkan hikâye patlamasını anlama çabasıyla yola çıkan bu çalışma, söz konusu tartışmayı Wattpad örneği üzerinden sürdürmeyi ve Wattpad'de hikâyenin cazibesini irdelemeyi amaçlıyor. Bu cazibenin yüzyıllardır süregelen hikâye anlatma ihtiyacıyla açıklanmasının yeterli olmayacağını, bu sürecin anlaşılabilmesi için, parçası olduğumuz neoliberal dönemin koşullarının hesaba katılması gerektiğini savunuyor. Wattpad'i neoliberalizmin ve zamanın ruhunun tezahürlerinin görüldüğü bir alan olarak yorumluyor.

Wattpad hakkında yapılan akademik çalışmalara baktığımızda, Türkçe ve İngilizce literatürde sınırlı sayıda araştırmaya rastlıyoruz. Çoğu lisansüstü tezlerden oluşan Türkiye'de yapılan çalışmalar, Wattpad'i eğitim (örn. Cayhan, 2017; Konuk, 2018; Eskimen ve Erdoğan, 2020), din ve ahlaki değerler (Sağlam 2020), toplumsal cinsiyet (örn. Akar, 2019; Sivri, 2021) kitap yayıncılığı (örn. Neşeli, 2019), transmedya hikâye anlatıcılığı (örn. Sarı, 2017; Yiğitçibaşı, 2018) gibi bağlamlarda ele alıyor. Bu çalışmalar daha çok Wattpad'in teknik özellikleriyle platformda içerik üretimi ve üretilen içeriklerden hareket ediyor. Bunların yanında, bu çalışmanın dayandığı, Wattpad'i popüler kültür bağlamında ele alan ve platformun öznelinin deneyimlerine de odaklanan doktora tezim (Şenel, 2022) ve Ersöz ve Şentürk'ünki (2023) gibi çalışmalar, farklı yaş gruplarından kullanıcıların platformu kullanma motivasyonlarını ele alırken Wattpad'de üretilen içeriklerden ziyade kullanıcılarının bakışlarına kulak veriyor.

Wattpad'e ilişkin İngilizce kaynaklar arasında dikkat çeken kısıtlı sayıdaki çalışma ise yazarlık ve kişisel yayıncılık (Bold, 2016; Vadde, 2017), yaratıcı endüstriler/etkileşimsel üretim (Davies, 2017), fan grupları ve kültürleri (Hedrick, 2020), Wattpad'in eğlence şirketinin yapısı (Parnell, 2020) gibi bağlamlarda platformu ele alıyor. Şirket olarak Wattpad'in yıllar içinde dönüştürülen yapısı ve birimlerini irdeleyen Parnell'in (2020) araştırması dışındaki bu çalışmalarda yazarların hareket noktasını genellikle, yeni medya teknolojileriyle Wattpad gibi mecralara erişimin ve sıradan insanların diledikleri içerikleri üretmelerinin mümkün hale gelmesi oluşturuyor. Kullanıcılar bu süreçte diğer kullanıcılarla etkileşim kurabiliyor, kendi sözlerini dolaşıma sokabiliyor ve başkaları tarafından tanınır olabiliyor.

4 Wattpad'in Türkiye'deki ilk popüler yazarı olduğunu söyleyebileceğimiz Büşra Küçük'ün Wattpad'de yazdığı, sonrasında Ephesus Yayınları tarafından üç kitaplık bir seri olarak basılan *Kötü Çocuk* akla ilk gelen örneklerden. *Kötü Çocuk*, 2017 yılında TAFF Pictures yapımcılığıyla sinema filmine uyarlandı. Bir diğer örnek de Wattpad yazarı Sümeyye Koç'un platformda yazdığı *Hercal*'nin Epsilon Yayınları tarafından 2017 yılında kitaplaştırılması. *Kitap*, 2019 yılında Mia Yapım tarafından diziyeye uyarlandı ve haftalık olarak ATV'de yayınlandı (<https://www.atv.com.tr/diziler/hercai/hakkinda>).

Değınilen literatür taramasını değerlendirdiğimizde bu çalışma, platform kurucu unsuru olan fakat çalışılmamış bir bağlamla hikâye anlatıcılığını merkeze alarak literatüre katkı sunuyor. Ayrıca Türkiye’de özellikle gençler arasında popöler olan ama hakkında yapılan çalışmaların çoğunun kullanıcıların ürettikleri içeriklere odaklandığı böyle bir tabloda, Wattpad’in kendisine dair bilgi üretmeyi hedefliyor. Aynı zamanda, Wattpad’i hikâye odağında ele alırken, hemen her yerde karşımıza çıkan “hikâyeni anlat” ısrarını bugünün koşulları içinde anlamlandırmamıza katkı sunması açısından önem taşıyor.

Bu bağlamda çalışmanın, “hikâye anlatıcılığı”nın Türkçe literatürde ele alınışı açısından da farklı bir bakış ortaya koyduğunu ayrıca belirtmek gerekiyor. İlgili literatürü taradığımızda, Türkiye’de konunun işlendiği farklı bağlamlar bulunsa da sıklıkla iki tartışma hattının öne çıktığını görüyoruz. Bunlardan birincisi, atölye temelli dijital hikâye anlatımına (*digital storytelling workshop*) odaklanıyor. Bu konuda yapılan akademik çalışmalar, atölye sürecinin ve üretilen dijital hikâyelerin, eğitmeden sağlığa, toplumsal cinsiyetten göç vb.ne uzanan çerçevede, kişilerin belirli bağamlarda bilgi edinmesi ve farkındalıklarının geliştirilmesi (örn. Çıralı Sarıca ve Koçak Usluel 2016), yeni medya teknolojilerinin katkısıyla deneyim ve anlatılarının kamusal alanda görünürlük kazanması (örn. şimşek, 2012; şenel, 2015) gibi bağamlarda tartışılıyor. İkinci hat ise marka iletişimi, marka sadakatinin geliştirilmesi ve pazarlama stratejileri gibi konulara işaret ediyor (örn. Kılıç Taran ve Babür Tosun, 2020; Köksalan, 2021). Bu tür çalışmalar reklamcılık ve satış-pazarlama alanlarına temas ederken markaların tüketicilerle iletişimini ne tür stratejilerle geliştirelebileceğine işaret ediyor. Bu alışma ise bu bakışın aksine eleştirel bir yaklaşımla yola çıkarak hikâyenin metalaştırılmasını sorunsallaştırıyor ve hikâye anlatıcılığının şimdideki anlamını irdelemeyi hedefliyor. Bunun yanında, temel amacı ve kapsamı doğrultusunda platformun kendisine odaklanırken kullanıcıların tüm bunlarla ne yaptığına kulak veremiyor oluşunun çalışmanın temel sınırlılığı olduğu söylenebilir.

Bu çerçevede, çalışmanın kavramsal arka plan mahiyeti taşıyan ilk kısmı, “hikâye”yi odağa alıyor. Neden hikâyeler anlatırız ve hikâyelerle ne yaparız sorularından yola çıkarak neoliberal kapitalizmin işleyişinde hikâyelerin yeri ve kapitalizmin hikâyeler aracılığıyla gündelik yaşamın içine nasıl sızdığı üzerine bir tartışma yürütüyor. İkinci bölüm, araştırmada verilerin toplandığı yöntem ve tekniklere odaklanıyor. Ardından Wattpad’i ve oradaki hikâye anlatma dinamiklerini betimsel olarak tanıtıyor. Sonraki bölüm, Wattpad’in hikâye ve hikâye anlatmayla nasıl ilişkilendiğini tartışmaya açıyor. Hikâye anlatıcılığıyla ilişkilenen verilerin içeriği, neoliberal zamanın koşulları bağlamında niteliksel metin analiziyle analiz edilerek yorumlanıyor.

“Hikâye”nin Büyüsü ve Cazibesi: Neoliberalizm Hikâyelerle Gündelik Yaşamın Damarlarına Sızınca

Hikâye, tanımlanması oldukça zor ve karmaşık bir kavramdır (Randall, 2014, s. 111). Bu çalışmanın odağı bağlamında literatüre baktığımızda, yapısalcılığın etkisiyle hikâyenin uzun süre bir kurgu, bir şeylerin temsili ya da somut bir nesne olarak ele alındığını görürüz (Miller, 2010, s. 23). Fakat 60’lar ve 70’lerde sosyal bilimlerin alanında öznellik, kimlik ve toplumsal eyleme dair yükselen tartışmalarla iç içe felsefe, psikoloji, feminist kuram, antropoloji gibi alanlarda anlatı ve anlatısallık yeniden tartışmaya açılır. Anlatı, temsil aracı olmanın yanında toplumsal epistemoloji ve ontolojinin kavramları olarak ele alınmaya başlanır. Bu bakış, anlatıyı zamansal, ilişkisel, kültürel ve toplumsal bağlama oturtur; onu öznel ve makro yapılar arası bir düzlemde tartışmaya açar (Somers, 1994, s. 606). Onun ne’liğinin yanında bizim hayatımızdaki işlevi ve kolektif yaşamımızdaki yerine kafa yormaya kapı aralayarak anlatının toplumsal yaşamı kuran ortak deneyimin ve kimliklerin kuruculuğu üzerine tartışmalar yürütülür. Bu süreçte farklı yaklaşımlar olmakla birlikte, Paul Ricoeur ve Shlomith Rimmon-Kenan gibi kuramcılar *anlatı ve hikâye* kelimelerini eş anlamlı olarak kullanır (Rankin, 2002, s. 2).

Sonuç olarak bu tablo bize, hikâyenin ilk akla gelen haliyle alıp okuduğumuz bir “çıktı”dan, temsil düzeyinde kapalı bir metinden, edebi bir türden çok daha fazlası olduğunu gösterir. Bu “fazla”yı görmemize dair yolumuzu açan *anlatı* üzerine yükselen teorik ve metodolojik tartışmaların işaret ettiği gibi, hikâye ve onun temelini oluşturan anlatı toplumsal eylem, tarihsellik, zamansallık, ilişkisellik gibi boyutlarıyla toplumsal yaşamın evrensel bir parçasıdır ve temsilin yanında “inşa edici bir unsur”dur (Miller, 2010, s. 23). Bu çalışma “hikâye”den bahsederken bu bakışa yaslanmaktadır ve “hikâye”yi, bir “ürün” olmanın yanında toplumsal ve kolektif deneyimin kurucu unsurlarından biri olarak ele almaktadır.

Değinen çerçevede, hikâyelerden bahsettiğimizde, kişisel ve kolektif olarak birbiriyle iç içe geçen iki düzlem öne çıkmaktadır. İlki, kişisel eylemlerimizle, anlamlandırdıklarımızla dünya ve kendimize dair bilgi geliştirdiğimiz, zamanla ve farklı biçimlerde tekrar tekrar inşa ettiğimiz bireysel hikâyelerle deneyimlerimizi ve “özne”yi kurduğumuz alandır (Miller, 2010, s. 27). Kendimiz hakkında hikâyeler anlatırız, kendimizi belirli hikâyelerin içine yerleştiririz ve başkaları tarafından da hikâyelerin içine yerleştirilerek kimliğimizi kurarız. Yaşamımızı ördüğümüz bu yazma sürecinde yalnız değiliz; hikâyemdeki “ben”, “biz”in parçasıdır (Polkinghorne, 1991, s. 147). Bunların hepsi aynı zamanda toplumları, kültürel metinleri oluşturan ve onların sınırlarını çizen kolektif hikâyeleri şekillendirir ve bu kültürel atmosferin toplumsal, kamusal ve kültürel anlatı repertuarı içinde şekillenir (Somers, 1994, s. 614). Dolayısıyla kendi hikâyelerimiz, aileden ülkelere, kültürlerden türlü topluluğa uzanan daha büyük hikâyelerle ilişki içerisindedir. Gündelik yaşamımızın farklı alanlarında bazen baskıyla tekrarlanan bazen de sadece kulağımıza fısıldanan bu hikâyeleri benimsediğimiz zamanlar da olur, onlarla kavgaya çıktığımız ve onların yerine başka hikâyeler koymak istediğimiz de.

Bu çerçevede hikâyenin ve hikâye anlatmanın, başkalarıyla ilişkiyi gerekli kıldığını söyleyebiliriz. Aynı hikâyeler etrafında birleşen insanlar, ortaklaşmaya ve birlikte eylemeye başlarlar. Kültür, gelenek, mitoloji gibi toplumsal bilgi ve pratikler; birlikte yaşadıklarımızı anlatıp yorumladıkça, bunları ritüellere çevirdikçe ortaya çıkan bu ortak hikâyelerin toplamıdır. Francesca Polleta'nın (2006) bahsettiği gibi hüznün, mutluluk, özlem, korku gibi türlü duygu da bu kolektif hikâyelerin temel dinamiğidir ve bunların hepsi toplulukları bir arada tutan harç gibi işler. Hikâyeler geçmiş, bugün ve gelecek arasında diyalog kurar ve bunları birbirine bağlar (Rankin, 2002, s. 6). "Hiçbir zaman tanışmadığımız atalarımızla, on ya da yirmi bin yıl önce yaşamış insanlarla bağlantı kurmamızı sağlar" ve "bizi biz yapan" hikâyelerimizin, "tarihten ayrı tutulabilen bir ada olmadığını" bize gösterir (Randall, 2014, s. 33). Bu ortak deneyimi kuran hikâyeler sonuç olarak bize güvenlik ve aidiyet ihtiyacımızda cisimleşen ortak bir dünya yaratırken yaşamımızı anlamlı ve yaşamaya değer kılar. Böyle baktığımızda hikâyeyi cazip ve bir bakıma sihirli bulmamız hiç de şaşırtıcı değildir; çünkü hikâyeler hayatımızın her şekilde merkezindedir, var oluşumuza ilişkindir. Bunları anlatmak ve dinlemek temel ihtiyaçlarımızdan biridir (Randall, 2014, s. 126).

Hikâyelerimizi anlatmak ve aktarmak, toplumsal koşullar içinde deneyimi var etmeye ve ortaya koymaya işaret eder, politiktir. İnsanlar/topluluklar hikâyelerini anlatarak özelliklerini, kimliklerini, tecrübelerini ortaya koyarlar. Bu bize aynı zamanda hikâyelerin ve bunların söze dökülmesinin iktidar mücadelelerinin parçası olduğunu gösterir. Yapılması gereken yok sayılan ve değersizleştirilen, hikâye ve deneyimlerin dile dökülmesini, bunların başka insanlar ve hikâyelerle buluşmasını, ilişki kurmasını sağlamak, kolektif hikâyeyi genişletmek ve bunlar için mücadele etmektir.

Hikâyenin bu çok katmanlılığıyla deneyimleri var etme ve görünür kılma gücü bir yanda dururken, Walter Benjamin "Hikâye Anlatıcısı" denemesinde ([1936] 2012) modern toplumlarda belleği oluşturan ortak deneyimin parçalandığını anlatır. Hiç kaybetmeyeceğimizi düşündüğümüz başat özelliklerimizden biri olan deneyimlerimizi paylaşma yeteneğimizin ellerimizden alınmış gibi olduğunu ve hikâye anlatıcısının bizden uzaklaştığını anlatır. Bu başta, savaş tecrübesiyle ilişkilendirir. Cep heden dönüp gelenlerin kuşağı "bulutların altında, şiddetli patlamaların, akıntıların ortasında kalakalmış", dilsizleşmiştir (Benjamin, [1936] 2012, s. 78). Diğer yandan ağızdan ağıza aktarılan deneyim; yazarı ve okuyucusunu yalnızlaştıran romanın doğuşuyla, yazılı kültürle kesintiye uğrar.

Aynı şekilde, yeni iletişim biçimi olan enformasyonun gelişimi bunda etkilidir. Kendini tüketmeyip gücünü koruyan ve yıllar sonra bile harekete geçilebilen hikâyenin aksine enformasyon, yalnızca yeni olduğunda değer taşır, kendini âna teslim eder ve o an yaşar, sonra tükenir gider (Benjamin, [1936] 2012, s. 83). Artık sürekli yeni haberler aldığımız, her şeyin bize hazır bir açıklamayla ulaştığı tüm bu içerikler o kadar çok ve hızlı ilerler ki bunlar arasında bağlantı kurmakta, arkalarındaki bağlama kafa yormakta zorlanırsınız, hatta yer yer bunu yapmaz hale geliriz. Tüm bunlar kolektif deneyimi ve belleği kesintiye uğratır.

Bu süreçte bir yandan yalnızlaşmadan, ortak belleği kuran deneyim aktarımının kesintiye uğramasından bahsedilse de, diğer yandan neoliberal zamanlar ilginç şekilde hikâyelerin ve hikâye anlatımının belki de hiç olmadığı kadar kutsandığı bir dönemdir (Salmon, 2010). Christian Salmon, *Hikâye Anlatıcılığı – Modern Akıllı Büyülemek (Storytelling – Bewitching the Modern Mind)* kitabında (2010), “hikâyeyi anlat” haykırışının bu çağın sloganı haline geldiğini ve ekonomi, siyaset, hukuk gibi farklı bağlamlarda hikâye anlatımının bugün sanki “her derde deva” bir şeye dönüştüğünü söyler. Hikâye anlatıcılığının öne çıktığı dört toplumsal düzlem ortaya koyar (Salmon, 2010, s. vii).

Bunlardan ilki olan siyasi-ideolojik düzlemde hikâyeler, siyasetçileri ve anlattıklarını daha güvenilir kılmak, onların güç kazanmalarını sağlamak ve bunun için insanların dikkatini çekmek amacıyla kullanılır. Hedef, siyasi figürlerin hikâyelerini insanların hikâyelerine eklemek, seçmenlerin duygularını harekete geçirmektir. (Salmon, 2010, s. viii). Salmon, doğrudan bunun parçası olarak hukuki-politik düzlemi ortaya koyar. Buna göre hikâye anlatıcılığı, insanların nasıl hissetmeleri ve eylemeleri konusunda çeşitli medya araçlarıyla birlikte işleyen iktidar ve gözetleme teknolojilerinin bir parçasına dönüşür (Salmon, 2010, s. viii). Bunlarla iç içe üçüncü unsur olan ekonomik bağlam, Salmon’ın vurguladığı haliyle örneğin şirketlerin mikroekonomik düzleminde görülebilir. Şirketlerin yönetim ve üretim tekniklerinden “anlatısal markalaşma”nın hüküm sürmeye başladığı satış süreçlerine, metaların üretiminden dağıtım adımlarının hepsine uzanan şekilde hikâyenin cazibesinden yararlanır (Salmon, 2010, s. viii). Son bağlam ise hikâye anlatıcılığının bireysel boyutudur. Örneğin, internetin sıradan insanların yaşamlarında yaygınlaşmasıyla parlayan bloglar, gündelik hayatın ayrılmaz unsurlarından dijital platformlar, elimize cep telefonunu alıp sonsuz “story” ile çevrelendiğimiz sosyal medya mecraları, her gün kendimize dair sayısız bilgiyi ve hikâyeyi anlattığımız alanlardır.

Bugün karşımızda duran hikâye patlaması ve hikâye anlatıcılığına dair bu yükselen ilgi, neoliberal dönemle ilişkili okunduğunda daha anlaşılır olmaktadır. Bu çerçevede, öncelikle neoliberal dönemin koşullarına kısaca değinilecek ve sonrasında Salmon’ın işaret ettiği dört düzlemde bu çalışmanın odağıyla kesişen ekonomik boyut ve bireysel hikâyeler bağlamına biraz daha yakından bakılacaktır.

Metanın Ruhı ve Ona Yapışan Hikâyeler

Neoliberalizm veya post-Fordizm gibi kavramlarla ifade edilen bu dönemde, klasik endüstriyel üretimin yerini iletişim ve enformasyon teknolojilerine dayanan, dijitalleşme, İnternet ve ağlar üzerinden işleyen yeni bir üretim süreci almıştır. Dijitalleşme ve yeni iletişim teknolojileri, metaların üretim ve tüketim süreçlerinde belirli değişiklikler getirmiştir. Bu çerçevede dönüşümü iki yönlü olarak düşünebiliriz. Bunlar, yapısal ve teknik dönüşüm ile metaların ve meta ilişkisinin dönüşümüdür (Thrift, 2005, s. 7).

Fordizmin temelinde, standart üretim ve bu ürünlerin kitlesel olarak üretilip kitlelere satılması vardır. Bunun yanında 1970'lerde Batı kapitalizmi; işsizliğin çok yükseldiği, üretim kaynaklarının kapandığı, az ekonomik gelişmeyle yüksek enflasyonun birleştiği ve petrol fiyatlarında ani artışın yarattığı bir kriz yaşamıştır (Lister vd., 2009, s. 179). Bu kriz, üretim maliyetlerinin azaltılması ve yeni pazarlar bulunması, ulusal sınırları aşarak üretimin ucuz yapılabileceği alanlar bulma gibi yollarla aşılmaya çalışılmıştır. Bu durum, Fordist dönem olarak adlandırılan emeğin kol gücüne dayandığı ve yatırımların devlet ve belediyeler gibi kurumlar tarafından merkezi olarak gerçekleştirildiği krizi önceleyen dönemin aksine; enerji, iletişim, ulaşım gibi kaynakların piyasaya açılmasına dönük taleplerle birlikte ilerlemiştir (Lister vd., 2009, s. 180). Bu şekilde devletin kontrolünde olan pek çok sektör ve hizmet alanı özelleştirilerek kâr elde edilecek rekabet alanına çevrilmiştir. Bununla birlikte, küreselleşme olarak adlandırılan gelişmenin temeli olarak üretim ve dağıtımın birlikte yatırımlar uluslararasılaşmıştır

Bu gelişmeler, Fordist üretimin temelini oluşturan kitlesel ve standart üretim ve tüketim düşüncesinde dönüşüme neden olmuştur. Kültürel üretim ulusaşırı nitelik kazanmış, kültür endüstrisinden küresel kültür endüstrisine doğru yol alınmıştır (Lash ve Lury, 2008, s. 3). Rekabet mantığı, yerelden küresele her yere sirayet etmiştir. Artık standart ürünlerle birlikte "kitle"nin değil bireyler ve bireysel deneyimlerle farklılıkların öne çıktığı böyle bir zamanda, rekabet içinde hayatta kalabilmek için tektip üretimin yerine küçük ölçekli, talebe kulak veren ve buna göre hareket eden esnek üretimi esas almak gerekmiştir. Talep odaklı böyle bir üretim ağının yükselmesi ise yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle gerçekleşmiştir.

Fordist modelde, metaların seri üretiminde yeterli talep varsayılabilirdiği için piyasanın sesini "dinlemeye" gerek yoktur; dolayısıyla üretim ve tüketim arasında görece "sessiz" bir ilişki vardır (Hardt ve Negri, 2002, s. 302). Post-Fordist üretimde ise üretim planlaması piyasalarla sürekli iletişimle gerçekleşir. Artık üretimi gerçekleştirirken esas olan şey talebi yaratabilmek, satın alma ve tüketimi teşvik etmektir. Piyasaların talepleri dinlenir ve bu doğrultuda metalar seri şekilde üretilmeye başlanır. Mümkün olduğunca az ya da sıfır stok bulundurma mantığı bunun merkezindedir. Dolayısıyla üretim kararı, piyasalardan alınan geribildirimlerle şekillenir ve bundan sonra verilir. Bu şekilde, bir yandan metaların nasıl üretileceğine dair neredeyse hazır bir tabloya erişilirken aynı zamanda depolama, tedarik ve dağıtım süreçlerinin maliyetleri azaltılır.

Yapısal dönüşümler bu doğrultuda gerçekleşirken, metaların kendisine ve metayla kurulan ilişkiye de değinmemiz gerekir. Kültür endüstrisinde kültürel ürünlerin özdeş şekilde üretildikten sonra meta olarak dolaşıma gireceği ve bunları satın alan insanların da tektipleşeceği varsayılıyordu (Lash ve Lury, 2008, s. 5). Yeni üretim sürecinde ise ürünler artık üreticilerinin niyetleri tarafından belirlenmiş, sabit, durağan ve özdeş nesnelere değildir. Post-Fordist üretimde, tasarım odaklı üretimle çeşitli, belirsiz ve hızlı işleyen bir üretim öne çıkar. Bununla teşvik

edilen tüketime merkezinde ise tekdüze ve sabit metallerden çok, farklılıkla öne çıkan markalar ve ilişkisellikte biçimlenen, bağ kurulması amaçlanan kültür ürünü bulunur (Lash ve Lury, 2008, s. 5-7).

Nigel Thrift (2005), kapitalizmin gündelik hayatta hareketli bir “canlı yüzey” yarattığını ve bu canlı yüzeyde işlediğini söyler. Buna göre kapitalizm, gündelik pratikler ve öznelerin deneyiminde somutlaşan bir dizi ilişki ve ağ olarak kavranmalıdır. Kapitalizm bu şekilde deneyimlerimizin parçası, hatta kendisi haline gelir ve gündelik yaşamımızın en ince derinliklerine kadar sızar. Bugün markalar tam da bunun için, ürettikleri ürünlerin yaşamımızda belirli duygu ve düşünceleri harekete geçirmesi ve duygulanımlar yaratması için çabalarlar. Thrift bunu “deneyim ekonomisi”nin yükselişi olarak anlatır (2005, s. 7). Satın aldığımız ürünler bizler için çeşitli deneyimlere karşılık gelir ve dahasını vadederek tüketiciyi bunları yapmaya teşvik edecek şekilde tasarlanır. Metallerin bu yeni formu, tüketicilere daha aktif bir rol biçer ve onlardan satın alarak, biriktirerek, müdavi olarak, tecrübe ederek yaşamlarına farklı şekillerde de geçeceği iddia edilen tüm bu tüketim sürecine daha fazla yatırım yapmaları beklenir (Thrift, 2005, s. 7).

Salmon (2010) metallerin “ruhunun” öne çıktığı bu süreci, “üründen logo-ya” ve sonra “logodan hikâyeye geçiş” olarak anlatır. Naomi Klein’in *No Logo* (2000) kitabına atıfla, 1980’lerin ortasında işletme teorisyenlerinin şu düşünceye vardıklarını söyler: “Başarılı girişimciler öncelikle ürün değil marka yaratmalıdır.” Buna göre markanın aurası, üründen önce gelir. Marka sadece bir slogan ya da ürünün üstüne kazınan bir etiket değildir, şirketin kendisine kimlik kazandırır ve logolar bu kimliğe işaret eder (Salmon, 2010, s. 14). Bunun yanında 1990’lardan sonra logonun öne çıkışına dair bakışlar değişmeye başlar. Şirketlerin marka değil, hikâyeye üretmeleri gerektiği, pazarlamacılığın da artık hikâyeye satmak anlamına geldiği düşüncesi öne çıkmaya başlar (Salmon, 2010, s. 13).

Peki, ne olur da şirketler logolardan ziyade marka hikâyelerine dönmeye başlarlar? Salmon bunun temel sebebi olarak hem şirketler arası artan rekabet hem de yukarıda ipuçlarını gördüğümüz gibi tüketicilerin dönüşümünden bahseder. Önceden tüketicilerin nelerden hoşlanacağı ya da nelerin ilgi göreceği sosyokültürel ve ekonomik bağlama bakıp tespit edilebiliyor, hangi ürünlerin ne şekilde tüketilebileceği tahmin edilebiliyordu. Fakat içinden geçtiğimiz zamanda karşımızda duran ürün bolluğunun yanında, “kitle”nin değil “bireyler”in öne çıktığı toplumsal yaşamda tüketiciler de artık çok çeşitliler ve daha seçiciler. Büyük markaların buna bağlı olarak kendilerini kanıtlamak için yeni yollar bulmaları gerekiyor (Salmon, 2010, s. 15).

Bu doğrultuda Salmon (2000), yeni medyanın doğuşunun, geleneksel reklamcılığın gücünü sarstığını ve artık “bildiğimiz yollardan gitmenin” markalara pek bir şey kazandırmadığını, bu nedenle 2000’lerden itibaren Amerikalı şirketlerin çoğunun markalarını hikâyeler olarak yeniden kurguladıklarını anlatıyor. “Anlatısal strateji ve hikâyeye” danışmanlığı yapan Ashraf Ramzy’nin söylediği gibi insanlar

artık ürün değil, bu ürünlerin temsil ettiği hikâyeleri satın alıyorlar veyahut tüketicilerin para verdikleri şey marka değil, markaların sembolize ettiği mit ve arketipler” oluyor (Salmon, 2010, s. 21). Dolayısıyla içinden geçtiğimiz zamanda pazarlama ve reklamcılık süreçleri aslında “ilişki” ve “ilişkiselik” üzerine kurulu. Markaların ürünlerini pazarlarken ürünü tanıtmaları ya da göz doldurmaları artık yetmiyor. Hedef, tüketicileri ürünle bütünleştirecek bir anlatı kurmak ve hatta satın almayı bu anlatının bir parçasına dönüştürmek. Bunun için de ürünlerin tüketicilerin beklenti, arzu ve düşleriyle konuşmasını sağlamak, tüketicide hikâyenin kahramanının kendisi olduğu duygusunu yaratmak gerekiyor (Salmon, 2010, s. 28). Bu şekilde sonuç olarak hikâyenin kendisini metalaşılıyor, metanın parçası haline geliyor.

Henry Jenkins (2018) duyguları işe koşmanın bu süreçte tüketicilerle ilişki kurmakta etkili kaynaklara dönüştüğünü anlatıyor. Pazarlama ve reklam, tüketicilerin duyguları, öznellikleri, kimlikleriyle ilişkililiyor ve metalar, tüketicilerin deneyim, arzu ve fantezilerini yapılandırabilecekleri kaynaklara dönüşüyor (Jenkins, 2018, s. 145). Tüketiciler aslında ürünün kendisine bakmıyor, ona yapışan duygulara ve vadettiği anlamlara bakmaya çağırılıyorlar. Ürün, tüketicilerin duygularının ve kimliklerinin ideal temsili olarak öne çıkıyor ya da tüketicilere, ona sahip olduğunda tamamlanabileceklerini anlatıyor (Day, 1990, s. 5). Bunun yanında Gary Day, bu tamamlanmanın hiçbir zaman gerçekleşmediğini, zira örneğin bu eksiğin giderilmesi için muhakkak buna ek başka ürünlerin de alınması gerektiğini, hep daha fazlasına dair arzunun yaratıldığını ve tüketicinin o “sonsuz şimdi” içinde kapana kısıldığını söylüyor (1990, s. 6).

İnternet ve sosyal medya mecraları, bu süreçte üreticilerden tüketicilere herkesin her adımda rahatlıkla erişip kullanabildiği mükemmel bir ortam sunuyor. Üreticiler marka/ürün hikâyelerini bu mecralarda pazarlarken, bunlarla bağ kuran tüketicilerin kendileri de ürünlerin reklamını yapan birer pazarlamacıya/hikâye anlatıcısına dönüşebiliyorlar. Bunların yanında sosyal medya elbette salt bir metayı pazarlama aracı değil, özellikle sıradan insanların kişisel hikâyelerinin rahatlıkla do-laşıma sokulabildiği mecralar oluyor.

“Benim Yaşamım, Benim Hikâyem”

Buradaki hikâye patlaması ilk planda, hikâyeyle kurduğumuz ilişkide görüldüğü gibi hikâye anlatma ihtiyacına ilişkin düşünülebilir. Eva Illouz’un *Soğuk Yakınlıklar: Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi* kitabında (2011) işaret ettiği, iki dünya savaşı arasında kişisel gelişim ve terapi kültürünün yükselişi, bu sürecin değerlendirilmesinde oldukça zihin açıcıdır. Aslında bu kavramlar daha çok psikoloji ve psikanalizde karşımıza çıkarken, artık uzmanların dilinden sıyrılıp popüler kültürün ve eğlence sektörünün alanına girmeye, gündelik yaşama yayılmaya başlamıştır. Kişisel gelişim kitaplarının çoğaldığı, kendini gerçekleştirme ve potansiyelini açığa çıkarma sloganlarının yayıldığı bu süreçte, tüm bunların odağında elbette sürekli kendisiyle meşgul olan birey vardır.

Buradan bugüne, neoliberal zamanlara baktığımızda, kendi benliğimize gömüldüğümüz ve onunla meşgul olduğumuz toplumsal dinamiklerin öne çıktığını görürüz. Pierre Dardot ve Christian Laval'ın (2012) belirttiği gibi, bu yönüyle ekonomik ilişkilerden ve iktisadi politikalarından çok daha fazlası olan neoliberalizm; yaşama, hissetme ve düşünme hallerimizle "varoluşumuzun biçimi"ne dönüşmüştür ve "ruhun üretimi" anlamına gelir. Emek süreçlerinin dönüştüğü, piyasa mekanizmalarının ve şirket kültürünün her tarafa yayıldığı bu yeni anlayışla yoğrulan ekonomik ve toplumsal koşullar, buna uygun bir öznel normla işler (Dardot ve Laval, 2012). Rekabet kültürü, kısa vadeye odaklanan ekonomik koşullar, daimi değişim, belirsizlik ve güvencesizlikle neoliberalizmin önümüze koyduğu toplumsal yaşamda, öznelerin "temel kaygı alanını kendi benlikleri" oluşturur (Sennett, 2008, s. 11).

Özgürlük, kişisel seçim ve gelişim söylemlerinin arşa çıktığı, bu yolda ortaya koyulacak performansların değerlendirildiği böyle bir toplumsal iklimde, yukarıda bahsettiğim gibi artık sınıfsal ve kültürel ortaklıklarıyla veya kültür endüstrisinin homojen olarak kodlayıp yaklaştığı "kitle" kavrayışı yerini yavaş yavaş "birey"e bırakmaya başlamıştır. Diğerlerinden "farklılıkları"yla kendini kanıtlamaya çağrılan, performans ve haz odaklı, gerçekten isterse her şeye ulaşma potansiyeli olduğu vurgulanan "birey"lerden bahsetmeye başlarız. Gündelik pratiklerle kişisel ilişkilerin dahi rekabet kültüründen nasibini alması, öznenin başarı ve başarısızlıklarından kendisinin sorumlu olması (Dardot ve Laval, 2012, s. 381), maruz kaldığı herhangi bir sorun, eşitsizlik ve ayrımcılığın sebebinin de çaresinin de yine öznenin kendisinin olması (Sennett, 2017) tüm bunlarla peşi sıra gelir. Bunlar büyük bir yabancılaşma ve yalnızlaşma birlikte ilerler; toplumsal bağlar aşınır.

Savaşlar, travmalar, hayal kırıklıkları, dönüşen emek süreçleri ve toplumsal yaşam, yaşamın tüm sorumluluklarının bireylere yüklenmesi, insanların kendilerini sürekli görünür kılmaları beklentisi, birer portfolyo gibi tasarlanan yaşamlar, marka gibi yaratılmaya çalışılan kişisel imajlar. Bunlarla iç içe gelişen dijital mecralar bugün bireylerin varlığını kanıtlama, kendini ifade etme ve göstermeyle birlikte anlam arayışı, aidiyet ihtiyacı ve iyileşme gibi türlü amaçla hikâyelerin cazibesine sığındıkları ve hikâyeler anlattıkları alanlara dönüşmüş durumda. Hatta kendini anlatma arzusu zaman zaman o kadar öne çıkıyor ki, insanlar sadece anlatmaya odaklanmaya, başkalarına ve onların hikâyelerine can kulağıyla kulak vermemeye başlıyorlar. Dubravka Ugrešić, *Karaoke Culture* kitabında (2011) bu "anlatma" çabasını irdelerken, internetin milyonlarca mikrofonun bulunduğu ve milyonlarca insanın bunları kapıp bir başkasının şarkısını kendi kişisel versiyonuyla söylemek için uğraştığı devasa bir karaoke gibi düşünülebileceğini söylüyor. Peki, bunlar kimin şarkılarıdır ya da hangi şarkılardır? Bu önemli değildir; herkesin kendini ifade etme ve gösterme derdinin öne çıktığı böyle bir zamanda önemli olan şarkı söylemektir.

Buraya kadar değindiğimiz çerçevede, hikâyelerin yaşamımızı ve bizi kuran yapıtaşları olduğunu görüyoruz. Neoliberal kapitalizm koşullarında hikâyelerin bu cazibesi ve büyüünün işe koşulup bir yandan yaşamın her alanında tezahür ettiğini, diğer yandan ise bu hikâyelerin ve özellikle dijital mecraların

sunduğu imkânlarla hikâyeler anlatabilme ve dinleyebilmenin sıradan insanların yaşamlarında farklı ihtiyaçlara karşılık geldiğini ve önemli alanlar açma potansiyeli taşıdığına söyleyebiliriz.

Yöntem

Wattpad'de "hikâye"nin cazibesini ve platformun hikâyelerle ne yaptığını konu edinen bu çalışma, Hacettepe Üniversitesi İletişim Bilimleri Bölümü'nde Prof. Dr. Aksu Bora danışmanlığında yazdığım "Bir Popüler Kültür Mecrası Olarak Wattpad" başlıklı doktora tezime (2022) dayanmaktadır.⁵ Nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır ve çalışmanın yapılandırılma, veri toplama ve analiz süreci, Marwick'in (2014) sosyal medya metinlerinin nitel analizine ilişkin olarak aktardığı şu üç araştırma adımı izlenerek şekillendirilmiştir: araştırmacının bir veri bütünü derleyip toparlaması, bu bütün içerisinde araştırmacının sorusuna göre bir veri alt kümesi seçip çıkartması ve elde edilen bu örneklem üzerinden nitel bir analiz gerçekleştirilmesi. Haziran 2019 ve Eylül 2023 yılları arasında Wattpad'in kullanıcılarına sunduğu kullanım yönergeleri ve önerileri, platformun/şirketin işlemlerini sağlayan alt birimleri, diğer şirketlere çağrılarını, basın bültenleri, YouTube hesabında (@wattpad) paylaşılan içerikleri, kullanıcılarına dair istatistiki raporları, platformda kullanıcı hesabı bulunan şirketlerin profilleri ve ürettikleri içerikler gibi pek çok unsur, bu araştırmacının temel sorusu doğrultusunda taranmıştır. Bu süreçte, dijital ortamlarda veriye ulaşım kolay gibi gözükse de hem verilerin hızla değişip kaybolma hem de araştırmacının veri yığınları içine gömülme riski olduğu göz önünde bulundurulmuştur (Hine, 2015). Çalışmada veriler toplanırken, ilgili internet siteleri ve içerikler ekran fotoğrafları alınarak ve uygun durumlarda PDF dosyaları oluşturularak kaydedilmiş, kodlanarak yazarlık, topluluk, şirket kültürü, hikâye anlatıcılığı gibi kategorilerle klasörlere ayrılmıştır. Çözümlenebilecek verinin geniş kapsamı dikkate alınarak çalışmanın temel sorusu ve amacı çerçevesinde veri bütünü yeniden gözden geçirilmiş ve hikâye anlatıcılığı kategorisi altındaki metinlerden bir alt veri seti oluşturulmuştur.

5 İlgili tez çalışması, Wattpad'in kullanıcılarına sunduğu özellikler ve etkileşimsel alanla, bunların kullanıcıların ne tür ilgi ve ihtiyaçlarına karşılık geldiğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu doğrultuda nitel bir araştırma olarak tasarlanan çalışmada farklı araştırma teknikleri ve birbiriyle bağlantılı iki yöntem birlikte kullanılmıştır. Analizin temelini oluşturan veriler; platformun işleyişi, alt birimleri, şirket politikası, kullanıcı yönergeleri ve basın bültenleri vb.nin incelenmesi gibi hem teknik hem de betimsel analizle hem de metin odaklı veri toplama süreciyle birlikte Wattpad'in Türkiye'deki popüler on altı yazarıyla yapılan derinlemesine görüşmeler ve üç yıla yayılan katımlı-katımlı gözlemlerle şekillenen çok platformlu dijital etnografiye dayanmıştır. Bu yolda, Wattpad evreninin ağırlıklı olarak kadınlardan oluştuğunu göz önünde bulundurarak feminist metodolojiye yaslanmıştır. Wattpad'in kullanıcılarının yaşamlarındaki karşılıklarına ve platformdaki topluluk dinamiklerine kafa yorarken, bugün popüler kültürle kurduğumuz ilişkiden yola çıkmıştır. Buradaki topluluk ve etkileşimle öznelerin deneyim ve ihtiyaçlarını, içinden geçtiğimiz neoliberal dönemin koşulları ve çağırıldığı öznellik biçimlerine dair yürütülen tartışmalar çerçevesinde irdelemeye çalışmıştır. Analiz sonuç olarak Wattpad'in bir hikaye anlatma platformu olarak ilişkisinin ve etkileşiminin meta-laşmasının açık bir örneğini sunsa da, kullanıcıların deneyimlerinin farklı bağlamlarda öne çıkan ilgi ve ihtiyaçları çerçevesinde içinde yaşadığımız zamanın koşullarında salt sömürü veya direniş gibi bir bağlamda okunamayacak, ikisinin iç içe geçtiği karmaşık bir ilişki ve etkileşim ağından oluştuğunu ortaya koymuştur.

Bu bağlamda bu çalışmada analizin temelini oluşturan örnekleme dâhil edilen unsurlar, oluşturulan veri setinden amaçsal örnekleme yoluyla seçilmiştir ve belirlenen 12 metnin içeriği eleştirel okumaya tâbi tutularak niteliksel metin analiziyle (Marwick, 2014) analiz edilmiştir. Seçilen metinler arasında, yukarıda bahsedildiği gibi Wattpad'in kullanıcılarına yönelik hazırladığı yönerge ve çağrılar, basın ve medya kuruluşları için hazırlanan basın bültenleri, Wattpad'in ortaklık kurduğu/kurma potansiyeli taşıdığı diğer şirketlere sunduğu kullanıcı istatistikleri ve infografikler ile platformun sosyal medya paylaşımlarından ilgili örnekler bulunmaktadır. Analizin izlediği, Wattpad'in kullanıcılarına hikâyelerini anlatma çağrısı ve bunun demokratikleşmeyle ilişkisi ile Wattpad'in sonuç olarak hikâyelerle neler yaptığı soruları üzerinden iki alt kategori ve tematik hat üzerinden örülmüştür. Bunu yaparken, Wattpad'in özellikle kullanıcılarına ve diğer potansiyel şirket ortaklarına çağrı ve basın bültenlerinde hikâye anlatmaya ilişkin kurduğu bağlama ve buralarda sıklıkla kullandığı ifadelerle dikkat edilmiştir. Ayrıca hikâyelerin/hikâye anlatımının Wattpad'de bir reklam aracına dönüştürülerek metalaştırılmasının ne tür form ve stratejilerle gerçekleştirildiğine odaklanılmıştır.

Bu çerçevede sonraki bölüm, bir hikâye anlatma platformu olarak Wattpad'i betimsel olarak tanıtacaktır. Ardından gelecek analiz bölümü, Wattpad'in yükselttiği "hikâyeyi anlat" çağrısını irdelenecek ve şirketin hikâye anlatmayla nasıl ilişkilendiğini tartışacaktır.

Bir Dijital Hikâye Anlatımı Platformu Olarak Wattpad

Wattpad, kullanıcı merkezli işleyen ve 13 yaş üzeri herkesin kullanımına açık bir dijital hikâye okuma-yazma platformudur. Uygulamayı kullanabilmek için kullanıcıların Wattpad'e üye olarak bir kullanıcı hesabı/profilini oluşturmaları gerekmektedir. Burada kullanıcılar ister gerçek isimleri ister mahlasla yer alabiliyorlar. Kullanıcının seçtiği bir profil fotoğrafı, takipçi sayısı, "Çalışmalar"ı, ve diğer kullanıcıların yazdığı hikâyelerden seçip ekledikleriyle oluşturduğu "Okuma Listeleri", profilde öne çıkanlar arasında yer alıyor. Sosyal medyanın temel bileşenlerinden biri olan takipçi sistemi Wattpad'in de merkezinde bulunuyor. Takipçi bilgisi ve sayısı, kullanıcının/yazarın ne kadar popüler ve buna göre Wattpad camiası içinde "başarılı" olduğunun bir bakıma ölçütü ve göstergesi durumundadır.

Kullanıcılar Wattpad'de profillerini oluşturduktan sonra hikâye yazıp okumaya başlayabiliyorlar. Yazarlar hikâyelerine bir başlık veriyor, ona bir kapak görseli koyuyor ve genellikle okurlara seslendikleri bir açıklama yazısıyla hikâyelerini yayına sokuyorlar. Yazdıkları metinlerin türünü/temasını belirleyerek hikâyelerini #gençkızdebiyatı, #romantik, #islamiaşk, #fanfiction gibi konularla etiketleyebiliyorlar. Kullanıcılar bu etiketlere tıkladıklarında, Wattpad içinde o etiketle yazılmış tüm hikâyelere ve bunlar arasında en çok okunan hikâye listelerine erişebiliyorlar. Bunun yanında yazarlar metin içinde yazılarının arasına çeşitli fotoğraflar, görseller, müzik videoları gibi multimedya unsurları yerleştirebiliyorlar

Wattpad'de hikâyeler bölümler halinde yayınlanıyor. Bunlar bir blog veya önceden radyo programlarında yer verilen arkası yarın dizileriyle, romanların parça parça yayımlandığı tefrikalar gibi düşünülebilir. Yazarlar dilediklerinde düzenli aralıklarla veya yazabildikleri zamanlarda hikâyelerine yeni bölüm yüklüyorlar. Okurlar bölüm başlıklarına tıklayarak istedikleri bölümü okuyup bölümler arasında gezinebiliyorlar. Wattpad aslında yazarların hikâyelerini topluca tek bir bölümde yazıp paylaşımlarını engellemiyor. Fakat saatler sürececek bir okuma deneyimi, okurların metin, yazar ve diğer okurlarla ilişkilene biçimini etkiliyor.

Bu çerçevede Wattpad'in en önemli ve dikkat çeken özelliği olan, okurların hikâyelere yorum yapabilme özelliğinden bahsetmek gerekiyor. Wattpad'de okurlar, doğrudan metin ve yazarla etkileşim kurabiliyorlar. Hikâyeyi okurken, bölüm içinde herhangi bir satıra/kısma ve bölüm sonunda bölümün geneline yönelik diledikleri yorumu yapabiliyorlar. Bunlar okurların kurgu, karakterler, yazar veya kendi deneyimlerine uzanan çok çeşitli bağlamda yorumları içerebiliyor.

Yorum yapma özelliği yazar için iki açıdan büyük önem taşıyor. Birincisi, yazar bu yorumlardan okurların hikâye hakkında ne düşündüğünü takip edebiliyor, hatta okur taleplerine göre kurguda değişikliğe gidebiliyor. Bu bağlamda ikinci olarak, yazma süreci etkileşimsel ve kolektif hale geliyor. Bu durum, geleneksel olarak edebiyatın yazarı ve okuru arasındaki mesafeyi ve aralarında köprü kuran başı sonu belli ve tamamlanmış basılı kitabın durumundan çok farklı bir tablo sunuyor. Binlerce satan kitaplarıyla Wattpad'in popüler yazarları ile okurları arasında doğması muhtemel hiyerarşik ilişki silikleşiyor, samimiyet geliyor ve hikâye bu etkileşimle şekilleniyor. Okurlar ortaya çıkan hikâyenin şekillenmesine etki ettikleri ve yazarın popülerleşmesinde en önemli etkenlerden biri oldukları için hikâye ve yazarın kendisiyle sıkı bağlar kuruyorlar. Bu süreçte diğer okurlarla da bir araya geliyor, yazarların etrafında okurluktan hayranlığa uzanan gruplar kurabiliyorlar. Hatta bu bağlar, okur gruplarının yayınevlerine baskı yapıp, "bizim hikâyemiz" diye benimsedikleri hikâyelerin kitap olarak basılmasını sağlamalarına kadar uzanabiliyor.

Son olarak, Wattpad'de üretilen hikâyeler, kitaplar gibi dizilerden filmlere, şarkılardan çevrimiçi oyunlara kadar türlü forma ve içeriğe evrilerek farklı yer ve mecralarda görünür olup, yerel ve küresel ölçekte popüler içeriklere dönüşebiliyor. Bu doğrultuda Wattpad de yıllar içinde kendini yenileyerek "orijinal hikâyeler için çok platformlu bir eğlence şirketi" olma yolunda adımlar atıyor.⁶ Şirket bünyesinde *Wattpad Stüdyoları*, *Wattpad Kitapları*, *Wattpad Yıldızları* gibi birim ve programlar kuruyor. Almanya, Güney Kore, Birleşik Krallık, Endonezya, Filipinler gibi ülkelerde Sony, Microsoft, Unilever, CocaCola, H&M, Paramount, Universal, BBC, National Geographic, HarperCollinsPublishers, Macmillan gibi marka ve şirketlerle; Netflix, Hulu ve Webtoon gibi mecralarla ortaklık ve işbirlikleri geliştiriyor. Platformda çok okunup takip edilen "star" yazarlarını, tüm bunların reklam yüzlerine çevirebiliyor.

6 <https://business.wattpad.com/studios>, <https://brands.wattpad.com/>

Sonuç olarak Wattpad'in pazarlama birimi sorumlusu Emma Brooks'un (2018) sözleriyle Wattpad biz insanların yaptığı ve yapmakta olduğu en eski şeylerden biri olan hikâye anlatıcılığını geri çağırdığı iddiasının peşinden gidiyor. Bunu da daha çok kendi içinize döndüğünüz bireysel bir pratik olarak görülebilecek yazma ve okuma sürecini, hikâye anlatıcılığının işaret ettiği özneler arası etkileşimsel bir sürece dönüştürerek yapmaya çalışıyor. En nihayetinde hem bir çıktı olarak interaktif bir hikâyenin yaratılması hem de okur ve yazarların kendi kişisel deneyimleriyle hikâyelerini birbirleriyle paylaşmalarının ve bu şekilde orayla/birbirleriyle bağ kurmalarının sağlanması, platformu işleten temel unsurlar oluyor.

“Hikâyelerin Gücünden Yararlan”: Wattpad Hikâyelerle Ne Yapıyor?

Wattpad'in işleyişinden platformun içeriğine doğru ilerlediğimizde, Wattpad'in hemen her köşesinde “hikâyeyi anlat, dünyayı değiştir” sloganıyla karşılaşırız. Şirketin, kullanıcılarına sıklıkla hikâyelerinin değerli olduğunu, bu hikâyeleri anlatmanın özgürleştirdiğini ve güçlendirdiğini, demokratikleşmeye katkı sunduğunu, bu ortak hikâyeler etrafında bir araya gelen insanların topluluklar kurduğunu ve dayanıştığını vurguladığı görülüyor.

Wattpad'in hikâyeyi anlatmaya dair vurgu ve teşviki hemen her zaman “hikâyelerin gücünden yararlan” çağrısıyla el ele yükseliyor. Wattpad'in bu çağrıyı yaparken özellikle gençlere hikâyelerini anlatabilecekleri alan açması ve bunun farklı anlatı ve deneyimleri görünür kılma potansiyeli taşıması oldukça heyecan verici görünüyor. Wattpad'in popülerleşmesine katkı sunan ve platform kullanıcılarından biri olan dünyaca ünlü yazar Margaret Atwood (2012), Wattpad'in yaş, coğrafi ve sosyoekonomik art alan gibi koşullardan bağımsız olarak; toplumsal cinsiyet ve etnisite gibi unsurları aşarak binlerce insana hikâyelerini anlatabilme imkânı yarattığını söylüyor. Örneğin, erkeklerin öne çıktığı edebiyat ve yayıncılık dünyası ortadayken, Wattpad başta genç kadınların sözlerini dolaşıma sokabildiği, yayınevlerinin dikkatini çekebildiği ve hikâyelerini görünür kılabilirdiği alanlar yaratabiliyor (Flood, 2015).

Wattpad'in Türkiye'deki yansımalarına baktığımızda da benzer bir tabloyla karşılaşırız. Platformun kullanıcılarına dair ayrıntılı veriye ulaşmamız mümkün değil; fakat Wattpad yazarlarıyla iletişim halinde olan yayınevlerinin açıklamalarında bunun izlerini görebiliyoruz. Örneğin Epsilon Yayınları'ndan Erkmen (2016), Wattpad'de yazarların Denizli'den Tokat'a, Adana'dan İstanbul'a Türkiye'nin pek çok şehrinde, farklı sosyoekonomik koşullardan, politik ve dini çevrelerden, büyük çoğunlukla 16-22 yaş arası gençler, özellikle genç kadınlar olduğunu söylüyor. Kitap için sözleşme imzaladıkları yazarlardan bir tanesinin anne ve babasının, çocukları bilgisayarla çok fazla vakit geçirdiği için onu ısrarla engellemeye çalıştıklarını, sonrasında çocuğun tüm kitabı cep telefonu ile yazdığını aktarıyor (Erkmen, 2016). Wattpad'de #islam, #islamiaşk, #din, #dini, #tesettür gibi etiketlerle onlarca hikâye bulunuyor olmasından da çıkarım yapabileceğimiz gibi, Wattpad özellikle muhafazakâr çevrelerde yetişmiş gençler, genç kadınlar tarafından sıklıkla kullanılıyor.

Başka bir örnek, Wattpad'de ailesinden habersiz yazan bir İmam Hatip Lisesi öğrencisinin yaşadıkları. Yazarın Wattpad'deki hikâyesi bir yayınevi tarafından beğenilip basılmak istendiğinde, yazar 18 yaşından küçük olduğu için sözleşmenin aile tarafından imzalanması gerekiyor. Yazdıklarının içeriği "erotik" olduğu için ailesinin tepkisinden korkan yazar, hikâyesini kitaplaştıramıyor (Yıldırım, 2017). Dönemin Destek Yayınları Yayın Koordinatörü Özlem Esmegül (2015), sürekli çeşitli otoriteler tarafından sorgulanıp kısıtlandıklarını söylediği gençlerin, Wattpad gibi mecralarla özgür kalabildiklerini, kendi dilleriyle yaşadıklarını ve yaşamak istediklerini ifade edebildiklerini söylüyor. Lau (2016) bu süreci, Wattpad aracılığıyla erişilemez olanı herkes için erişilebilir ve herkesin hikâyesini görünür kılmak, kısacası "demokratikleştirme" olarak ifade ediyor.

Bunun yanında, hikâyenin gücünden yararlanma çağrısının kullanıcılar, özellikle yazarlar için temel karşılıklarından birinin platformun "Wattpad Yıldızı" programında cisimleştiği gibi birer popüler yazara dönüşebilme ihtimali ve bunun için yapılması gerekenlere karşılık geldiğini söylememiz gerekiyor. Şirket, potansiyel yazarlarına yönelik hazırladığı öneriler gibi içeriklerinde, kullanıcılara hikâyelerini anlatmalarını teşvik ederken, "starlık" unvanını erişebilecekleri önemli bir aşama olarak pazarlıyor ve bu yolda okur grupları ve hayran kitlelerini kurmalarının hayati önemde olduğunu söylüyor. Bu bağlamda, Wattpad'in yazarlarını edebiyatın "hikâyesini anlatan" kurgu yazarından daha çok, ünlü bir figür olarak resmetmesi dikkat çekiyor. Karşımızda, amacı hikâye anlatmaktan daha çok, görünür ve popüler olma yolunda okurlarıyla ilişki kurmanın aracı olarak hikâyeyi kullanabilen bir yazar imajı bulunuyor. Wattpad bir yandan demokratikleşme anlatısıyla hikâye anlatımı ve deneyim aktarımını geri çağırdığı iddiasıyla yola çıktığını söylese de platformda kişisel düzlemde kavranan bir anlatım, paylaşım ve aktarım sürecinin izleri görülüyor.

Peki, kullanıcılarını hikâyelerini anlatmaya ve bunun gücünden yararlanmaya çağıran Wattpad'in kendisi sonuç olarak (bu) hikâyelerle ne yapıyor? Aslında diğer dijital platformlar gibi Wattpad çeşitli markalarla işbirlikleri ve ortaklıklar kurarak bunlarda hem kullanıcı verilerini kullanıyor ve markalara bu veriyi satıyor hem de markaları bu hikâyeleri nasıl kullanacakları konusunda bilgilendirip platformun kapılarını onlara açıyor. İşbirliği yapılabilecek şirketlere hitaben hazırladığı "Hikâyelerin Gücü" yazısında, hikâyelerin bizim gündelik yaşamlarımızın parçası olduğu ve bize yapıştığı, çevrelendiğimiz dünyayla bağ kurmamızı sağladığı, aynı zamanda hikâyeleştirilen her şey daha kolay hatırladığı için markaların hikâyelerin mucizesinden yararlanması gerektiğini söylüyor (Wattpad, 2018).

Wattpad'in Z kuşağı vurgusu bu bağlamda özellikle öne çıkıyor. Markaların bu yeni kuşağa erişmesinde eski yöntemlerin artık işe yaramadığı, çünkü onların tüketim alışkanlarından kendilerini ifade ettikleri araçlara kadar yaşamlarının eskisinden farklı şekilde aktığı belirtiliyor. Bunun için, gençlerle aynı dili konuşan, onların ilgi ve ihtiyaçlarına karşılık gelecek ürün, reklam ve pazarlama stratejilerinin kullanılması gerekiyor. Wattpad bu yolda markalara, tüketicilere

“kitle”ler değil “birey”ler olarak yaklaşmalarını öneriyor ve hikâyelerin içine “ürün yerleştirme” yapabileceklerini, ürünle ilgili bilgiyi gömebileceklerini, bu hikâyeler aracılığıyla onların ürünle kişisel ilişki kurmalarını sağlayabileceklerini anlatıyor. Başta gençler olmak üzere tüketicilerin bu şekilde “kendilerine bir şey satıldığını değil, bir şeyin parçası olduklarını” hissetmeleri sağlanabilir (Wattpad, 2018).

Nitekim Wattpad, “Marka Ortaklıkları” ve “Marka Hikâyeleri” gibi birim ve stratejileriyle markaların bunları pratikte platformun içinde yapabilecekleri alanı yaratıyor. Wattpad’de bunun yapıldığı dört farklı yol öne çıkıyor. Wattpad ilk olarak, hâlihazırda ünlü olan hikâyelerin arasına markalardan kesitler sunabileceğini söylüyor. Bu ilginç tekniği, televizyonda dizilerde, filmlerde gördüğümüz ürün yerleştirmenin hikâyelerin arasına serpiştirilmiş versiyonu olarak düşünebiliriz. Türkiye’de bunun bir örneğini, Wattpad’in ilk popüler yazarlarından biri olan Büşra Küçük’ün Wattpad’de yazdığı ve sonrasında kitaplaşan romanı *Kötü Çocuk*’ta romanın ana karakterlerinden Meriç’in üzerine giydiği kıyafetlerin Mavi Jeans olduğunu satırların arasına yedirerek sunması oluşturuyor (Küçük, 2015, s. 340).⁷

Büşra Küçük’ün Mavi Jeans markasını kullanması ise tesadüfi değil. Wattpad’in Türkiye’de popüler olduğu 2013-2014 yıllarında, platformdan çıkan ilk kitapların kapaklarında genellikle model fotoğrafları yer alıyordu. Büşra Küçük de Wattpad’de *Kötü Çocuk*’u yazarken hikâyesinin kapak görseli olarak o zamanlarda kendi ülkesi Brezilya’da bile çok fazla tanınmayan model Vini Uehara’nın fotoğrafını koymuş, ana karakter Meriç’i Vini olarak görselleştirmişti ve basılan kitabın kapağında Vini’nin fotoğrafı yer almıştı. Sonrasında okurlar Vini’yi Meriç’le özdeşleştirdiler ve Vini Türkiye’de 2014-2015 yıllarında okurlar ve özellikle genç kadınlar arasında bir fenomene dönüştü. Bunu gözlemleyen Mavi Jeans, Vini’yi reklam yüzlerinden biri yaptı, onu İstanbul’a getirerek okurlar/hayranlarla buluşturduğu etkinlikler düzenledi.⁸

Hikâyelerle markaları bütünleştirmenin Wattpad’de gördüğümüz ikinci yolu, platformun ünlü yazarları aracılığıyla markalara özel hikâyeler yazılması oluyor. Bunun örneklerinden birinde Wattpad, Cornetto ile ortaklık kurarak platformun tanınır yazarlarından biriyle işbirliği yapıyor. Yazarın, markanın popüler ürünlerine dair bir hikâye yazması kararlaştırılıyor ve bu hikâye okurların kurguya dair oylamalarıyla biçimleniyor. Okurlarla birlikte hikâye yazılıp bittiğinde hikâyenin filmi *This Time* çekiliyor. Film, 2016 yazında Filipinler’in en popüler filmi oluyor ve Cornetto o dönemde satışlarını yüzde 20 arttırıyor (Wattpad, 2021b).

7 Büşra Küçük’ün kitabının satır aralarına Mavi Jeans’i yerleştirmesinde gördüğümüz kitap/roman içine ürün yerleştirme, yani romanların anlatı dünyasının reklamcılık için kullanılması ve sanatsal üretimin meta üretimiyle iç içe geçmesi aslında son yıllara özgü bir şey değil. Bu konuda daha ayrıntılı bilgi için, meseleyi çeşitli örneklerle tüketim kültürünün yükselişi içinde ele alan Mucundorfeanu ve Szabolcs’in çalışmasına (2017) göz atılabilir.

8 Mavi’nin Vini Hikâyesi (2015). <https://www.youtube.com/watch?v=OPbNxmol3il>

Türkiye’den verebileceğimiz örneklerden biri ise, Wattpad’de yazmaya başlayarak 2015 yılında Türkiye’nin ünlü Wattpad yazarları arasına giren Merve Akıncı’nın Elidor için kendi Wattpad hesabında yazdığı “Gece Kelebekleri” hikâyesini verebiliriz. Akıncı, “şahane bir iş birliği ile karşınıza çıktım. Elidor’la beraber size küçük bir hikâye yazıyoruz.[...] Gücüne güç katacak kızların hikâyesini okumaya var mısınız?” duyurusuyla paylaştığı hikâyeyi Elidor’un #hepkendiyolumuzda sloganıyla yürüttüğü reklam kampanyasının görselleriyle yayınlıyor.⁹ Elidor da Wattpad’de açtığı kendi hesabında bunu, “Hep Kendi Yolunda Giden Kızların Hikâyeleri” başlığıyla takipçilerine sunduğu okuma listesinde yer vererek duyuruyor.¹⁰

Bu çerçevede markaların Wattpad ve hikâye anlatıcılığını kullanmalarının bir diğer yolu markaların kendi adlarına Wattpad hesapları açarak bu hesaplarda okurlarla/tüketicilerle etkileşimi sürdürmeleri oluyor. Samsung, CocaCola, Nescafe, Elidor gibi markaları bunu yapanlar arasında sayabiliriz. Bu profillerde markalar belirli ürünler hakkında ya da onlara çağrışım yapacak şekilde, platform kullanıcılarıyla birlikte kolektif olarak hikâyeler yazabiliyorlar. Okurlar yazılan hikâyenin parçası olurken, bu hikâye/ürün de kendi yaşamlarına değiyor. Kozmetik markası Maybelline’de gördüğümüz gibi Wattpad’deki bu kolektif üretim başka şeylere de evrilebiliyor.

Wattpad, “Akıl Sağlığı Farkındalık Ayı” kapsamında Maybelline markası ile işbirliği yaparak bir hikâye yazma yarışması başlatıyor. Wattpad’de kurulan marka ortaklıklarının ve hikâye anlatıcılığının kullanılmasının son örneği yazı yarışmalarından/kampanyalarından biri olan bu yarışmada kullanıcılardan, #BraveTogether (#BirlikteCesuruz) etiketiyle “stigmaları yıkan” hikâyeler yazmaları isteniyor (Wattpad 2021b). Bu etiketle kullanıcılar 20.173 hikâye yazıyorlar. Bu hikâyelerin her biri, bir uluslararası kâr amacı gütmeyen kuruluşa bağış anlamına geliyor. Kampanya sonunda Wattpad, etkileşimin en çok süregeldiği hikâye üzerine bir dakikalık bir kısa film hazırlıyor ve bunu dolaşıma sokuyor. Ayrıca şirket bu konuda YouTube’da üç Wattpad starının katılımıyla bir etkinlik düzenliyor.¹¹ Burada, Wattpad’de “topluluklar kurarak birlikte nasıl daha cesur olabiliriz”, tüm deneyimlerimizi “normalleştirebiliriz” gibi vurgularla, platformdaki etkileşim ve hikâyelerin ortaklığında topluluklar kurulduğu ve bu toplulukların, kullanıcıların yaşamlarında önemli alanlar açtığı anlatılıyor.

Wattpad bu bağlamda, “Z kuşağı”nın ilgisini çekebilecek şeylere dair markalar için veriler topluyor ve bu verileri raporlar ve internet sitesi haberleri olarak dolaşıma sokuyor.¹² Verileri toplarken, kullanıcıların Wattpad’de ürettikleri içerik ve bıraktıkları izlerden ve onlarla sık sık yaptıkları anket gibi unsurlardan yararlanıyor. Bunlarda kullanıcı gençlerin ne tür reklamların ilgisini çektiği, markaların onları nasıl temsil etmesi gerektiği gibi doğrudan marka-tüketici etkileşimini odağa alan

9 <https://www.wattpad.com/560471240-gece-kelebekleri-1-b%C3%B6l%C3%BCm>

10 <https://www.wattpad.com/user/Elidor>

11 https://www.youtube.com/watch?v=OICUedcEOss&ab_channel=Wattpad

12 <https://brands.wattpad.com/insights>

sorular soruyor, tüketicilerin fikir ve duygularına seslenen bir yaklaşım taşıyor. Kullanıcılar ise genel olarak ana akım reklamcılık ve sunumlardan sıkıldıklarını, yaşamlarında barındırdıkları tüm farklılıkları markaların ürettikleri reklam ve içeriklerde her yönüyle görmek istediklerini dile getiriyorlar.

Wattpad'den önce veya onun dışında başka platformlar aracılığıyla şirketlere, yayınevlerine ya da yapımcılara veri sağlayan farklı kanallar elbette vardı ve var olacak. Wattpad bu mecralara ek olarak, okurlar ve yazarlarla birlikte kullanıcıların ilgi alanlarının belki de hiç olmadığı kadar doğrudan görülebileceği önemli bir havuz yaratıyor. Bu havuz, nasıl bir içeriğin, hangi bağlamda, hangi hedef kitleye, ne şekilde yönlendirilebileceği gibi soruların cevaplarına erişimi kolaylaştırıyor.

Örneğin 2020'nin ortalarından itibaren, siyahlara yönelik şiddetin tırmandığı Birleşik Devletler başta olmak üzere pek çok yerde "Black Lives Matter" (Siyahların Yaşamları Değerlidir) hareketi ve sloganları yükselmeye başlamıştı. Bu doğrultuda Wattpad, "markalar marjinalize edilmiş sesleri nasıl yükseltebilir" gibi soruları gündeme getiriyor ve bu seslere destek olduğu imajı yaratıyor. Fakat bunu yaparken, markalara aynı zamanda "tarihin doğru tarafında yer almaları" konusunda akıl veriyor. Irkçılığa karşı bir anlatı kurmaya çalışırken, şirketin çıkarlarına bunu nasıl entegre edebileceklerini anlatıyor (Wattpad, 2020) ve bu yolda yapılmaması gereken hatalara karşı potansiyel ortaklarına uyarılarda bulunuyor. Tüm bunlar bize Wattpad'in aslında siyahların yaşam hakkını savunan bu anlatıyı nasıl araçsallaştırdığını gösteriyor.

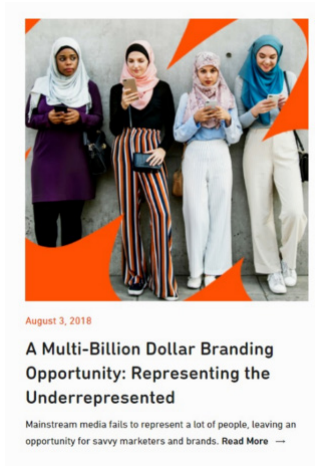
Wattpad'de bunun en yaygın örneklerinin şirketin toplumsal cinsiyete dair ürettiği içerik ve çağrılarda yer aldığını söyleyebiliriz. Wattpad'in kullanıcılarının çoğunun genç kadınlar olduğundan bahsetmiştik. Wattpad, platformun farklı yerlerinde yukarıdaki reklam stratejileriyle birlikte bize sık sık, cinsiyet eşitsizliği ve cinsel yönelim ayrımcılığının karşısında olduğunu söylüyor. Wattpad'in kullanıcılarına ve markalara yönelik ürettiği içeriklere baktığımızda karşımıza şu tür anahtar sözcükler çıkıyor: *kadının güçlenmesi, özgür kadınlar, gökkuşağı, LGBTİ, ayrımcılığa son, stigmaları yık, cesaret, farkındalık geliştir, dayanışma, özgürleşme. Diğer yandan platformun derinliklerinde markalara seslenen raporlara ilerlediğinizde ise bu güçlenme hikâyesinin bir pazarlama aracına dönüştürüldüğünü açık şekilde görebiliyoruz.*¹³

Örneğin markalar için hazırlanan bir infografikte, "Kadın Güçlenmesi"nin ne kadar kıymetli olduğu adım adım anlatıldıktan sonra, markalara "şimdi sıra sizde" notu düşülüyor ve içerik üretirken Wattpad'de mevcut olan kadın topluluğunu kullanmaları salık veriliyor. Bir diğer infografikte şirket, "güzellik" konusunun "Wattpadciler"i nasıl ilgisini çektiği, bu konuda ilham aldıkları mecraların neler olduğu, kullanıcıların bakım ürünlerini en çok nerelerden nasıl satın aldıkları gibi, anketlerle topladıkları verileri paylaşıyor. En sonda ise markalara, "Bu güzellik takıntılı, ilgili kitleden yararlanın" (*take advantage of this beauty-obsessed, engaged audience*) çağrısında bulunuyor.

13 <https://brandinsights.wattpad.com/>

Son olarak, Wattpad'ın kullanıcıların hikâyelerini reklam aracına dönüştürmelerinin en açık örneklerinden biri ise platformdan alınan aşağıdaki görselde görülebiliyor. "Çok milyar dolarlık markalaşma fırsatı: Temsil edilmeyeni temsil etmek" başlıklı yazısında Wattpad, özetle şirketlere pazardaki açığı bularak, yerellerdeki insanları iyi tanıyarak, temsil edilmeyen grupları hedef kitle olarak belirleyerek ve onların hikâyelerine temas ederek hareket etmenin markalara milyon dolarlar kazandırabileceğini söylüyor..¹⁴

Resim 1: Wattpad'ın Marka Ortaklıkları çerçevesinde markalara yönelik çağrılarında bir kesit



Sonuç

Bir dijital hikâye anlatma platformu olan Wattpad, hikâyelerin değerli olduğunu ve kullanıcılarının hikâyelerini paylaşarak kendilerine yeni alanlar açabileceklerini her fırsatta ortaya koyuyor. Özellikle genç kadınlara, hikâyelerini anlatarak güçlenebileceklerini, kendilerini kanıtlayabileceklerini, birer "yazar"a dönüşüp aynı zamanda popüler olabileceklerini anlatıyor. Bunun yanında bu süreçte, şirketin tüm bu hikâye ve deneyimleri çeşitli teknik ve stratejilerle birer reklam aracına dönüştürdüğünü söylemek gerekiyor. Salmon'ın (2010, s. 11) reklamcılık sektöründe 2000'lere doğru öne çıktığını anlattığı "marka değil hikâye üretmeliyiz" yaklaşımının yansımaları Wattpad'de açıkça görülebiliyor. Kavramsal çerçevede bahsedildiği gibi, bunda neoliberal zamanlarda metanın, metayla kurulan ilişkinin ve tüketicinin dönüşümü büyük önem taşıyor. Artık birbirinin aynısı olarak kodlanan "kitle"lerden daha çok farklılıklarıyla hitap edilecek "birey"lerden bahsettiğimiz böyle bir dönemde, tüketiciler/platform kullanıcıları da bahsedilen ürünün/markanın, o ürün etrafında kurulmakta olan

¹⁴ <https://brands.wattpad.com/insights/2018/8/2/a-multi-billion-dollar-branding-opportunity-representing-the-underrepresented>

dünyanın parçası olmaya çağrılıyorlar. Bu yolda kullanıcıların hikâyeleri de o dünyanın anlatısını kuran parçalara dönüşüyor.

Wattpad'in kullanıcılarına ve markalara seslendiği içeriklerde özellikle toplumsal cinsiyete ve farklılıklara duyarlı, kadınların özgürleşmesini vurgulayan ve ayrımcılığa karşı ses çıkaran bir anlatının kurulmaya çalışılması, bu bağlamda dikkat çeken unsurlardan bir diğeri. Bu vurgu ve anlatıyı bir yandan feminist mücadelenin kazanımları olarak okuyabiliriz. Kadınlara, tüm cinsel yönelimlere, farklı etnik kimlik ve gruplara, inançlara dair söz üretebilmek, bunlara dair farklı hikâyelerle deneyimlerin görünürlüğünü sağlamak, önemli ve elbette desteklenmeli.

Diğeri yandan on yıllardır süregelen mücadeleleri görmezden gelmenin mümkün olmadığı böyle bir zamanda, Wattpad'in tüm bu kazanımları tam da zamanın ruhuna uygun olarak selamladığını söylemek mümkün. Dolayısıyla bunu, şirketin diğeri markalara çağrısıyla "tarihin doğru tarafında yer alma" çabası olarak da okuyabiliriz. Wattpad'in kullanıcılarının ağırlıklı olarak genç kadınlardan oluştuğunu hatırladığımızda, platformun tüm bu içerikleri onlara uygun hikâyelerle, kadınların deneyim ve duygularına dokunarak dolaşıma sokup pazarladığını söylememiz yanlış olmaz. Böyle bir tabloda, Wattpad'in her fırsatta öne çıkardığı özgürleşme, güçlenme, dayanışma gibi vaatlerinin de Wattpad'in parçası olarak, oraya yatırım yaparak ya da zikredilen markaların ilgili ürünlerini satın alarak gerçekleştirilebileceğini görebiliyoruz.

Sonuç olarak hikâyelerin cazibesinden yola çıkan ve gücünden yararlanan Wattpad, neoliberal kapitalizmin "toplumun ve yaşamın kalbi olan hikâyeler"e kadar sızdığını farklı yönlerden apaçık yansıtıyor (Rankin, 2002). Hikâye anlatımı bugün, Wattpad'de gördüğümüz gibi sesimizi yükseltmek ve deneyimlerimizi görünür kılmamızın yanında, "bir iletişim ve iktidar teknolojisi" olarak beliriyor ve "hikâye"nin kendisi metalaşılıyor (Salmon, 2010). Peki, Wattpad'in yapısı ve işleyişi oldukça karamsar bir tabloyla bize bunları söylerken, kullanıcıların Wattpad deneyimleri ve orada cisimleşen ihtiyaçları bize neler söyleyebilir? Onların buradaki deneyimlerini Wattpad'de şüphesiz öne çıkan salt metalaşma ya da sömürü bağlamında okuyabilir miyiz? Wattpad'in yazar olmak, popüler olmak, diğeri kullanıcılarla bir araya gelmek, bir topluluğun parçası olmak gibi vurgularla özellikle genç kadınların yaşamlarında açma potansiyeli taşıdığı alanlar oldukça dikkate değer görünüyor. Bu çerçevede, içinden geçtiğimiz zamanda yaşamların birer adacığa dönüştüğü; belirsizliklerin, kaygının ve güvencesizliğin öne çıktığı toplumsal dinamikler içinde Wattpad'in, görünürlüğü, tanınırlığı ve benzer duygu ve deneyimlerden diğeriyle bir araya gelmeyi vadeden yapısının kullanıcıların yaşamında nasıl karşılıkları olduğuna bakmak, yani platformun öznelere kulak vermek, bu karanlık tabloda gedikler açabilir.

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

Akar, G. (2019). Gender discourse in wattpad as a youth subculture. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Atwood, M. (2012, Temmuz 6). Why Wattpad Works? Erişim 11 Ağustos 11 2018, <https://www.theguardian.com/books/2012/jul/06/margaret-atwood-wattpad-online-writing>

Benjamin, W. (2012 [1936]). Hikâye Anlatıcısı. (N. Gürbilek ve S. Yücesoy, Çev.). N. Gürbilek (Der.), Son Bakışta Aşk içinde (77-100). İstanbul: Metis Yayınları.

Bold, R. (2016). The return of the social author: Negotiating authority and influence on Wattpad. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(2), 1-20.

Brooks, E. (2018, Nisan 30). Introducing the Wattpad Writers' Portal For Wattpad Writers. Röportaj Yapan Wattpad. Erişim 12 Ekim 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=NX-w6zluNv4>

Cayhan, C. (2017). Ortaokul öğrencilerinin Wattpad uygulaması kullanımı ile okuma ve yazma öz yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siirt.

Çıralı Sarıca, H., ve Koçak Usluel, Y. (2016). Eğitsel Bağlamda Dijital Hikâye Anlatımı: Bir Rubrik Geliştirme Çalışması. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 6 (2), 65-84. <https://doi.org/10.17943/etku.12600>

Dardot, P. ve Laval, C. (2012). Dünyanın Yeni Aklı - Neoliberal Toplum Üzerine Deneme. (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Davies, R. (2017). Collaborative Production and the Transformation of Publishing: The Case of Wattpad. J. Graham, & A. Gandini (Dü) içinde, *Collaborative Production in the Creative Industries* (s. 51-68). London: University of Westminster Press.

- Day, G. (1990). Introduction: Popular Culture- The Conditions of Control? G. Day (Ed.), *Readings in Popular Culture - Trivial Pursuits?* içinde (1-12). New York: Palgrave Macmillan.
- Erkmen, M. (2016, Temmuz 5). Çok Satanların Anatomisi 6: Epsilon Yayınevi. Rapor-taj Yapan Sevim Gözay. Erişim 27 Eylül 2018, <http://www.artfulliving.com.tr/edebiyat/cok-satanlarin-anatomisi-6-epsilon-yayinevi-i-6894>
- Ersöz, A. R., & Şentürk, A. (2023). Reasons for Wattpad Use in Turkey. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 17(Özel Sayı), 431-447. <https://doi.org/10.17522/balikesirnef.1363549>
- Eskimen, A. D., & Erdoğan, F. (2020). Wattpad Uygulaması Kullanarak Çocuk Kitabı Hazırlamayı Deneyimleyen Öğretmen Adaylarının Okuma-Yazmaya Yönelik Tutumlarının ve Bilgi-İletişim Teknolojileri Yeterlilik Algılarının Belirlenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(4), 1700-1712. <https://doi.org/10.24106/kefdergi.4111>
- Esmegül, Ö. (2015, Ağustos 22). Gençler Hiç Değilse Yazarken Özgür Kalsın. Rörportaj Yapan Gizem Coşkunarda. Erişim 27 Eylül 2019, <http://www.milliyet.com.tr/gencler-hic-degilse-yazarken/cumartesi/haberdetay/22.08.2015/2105713/default.htm>
- Flood, A. (2015). Self-Publishing Lets Women Break Book Industry's Glass Ceiling, Survey Finds. Erişim 14 Ağustos 2018, <https://www.theguardian.com/books/2015/mar/06/self-publishing-lets-women-break-book-industrys-glass-ceiling-survey-finds>
- Hardt, M. ve Negri, A. (2002). İmparatorluk. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hedrick, A. (2020). One Direction Real Person Fiction on Wattpad.com: A Textual Analysis of Sexual Consent. *Feminism & Psychology*, 31.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London & New York: Bloomsbury Publishing Plc.
- İllouz, E. (2011). Soğuk Yakınlıklar: Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi. (Ö. Çağlar Aksoy, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2018). *Cesur Yeni Medya - Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. (Ö. N. Yeğengil, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kılıç Taran, B., & Babür Tosun, N. Z. (2020). Yeni Medyada Hikayeleştirme Kullanımı Bağlamında Marka Sadakati. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(36), 233-252. <https://doi.org/10.17829/turcom.827347>
- Klein, N. (2000). *No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies*. Toronto: Knopf Canada.

- Köksalan, N. (2021). Marka değerinin güçlendirilmesinde bir duygusal pazarlama stratejisi olarak hikâye anlatımı: Türkiye'den uygulama örnekleri. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-17.
- Konuk, S. (2018). Gençlerin Okuma ve Yazma Alışkanlıklarındaki Değişimlerin İncelenmesi. *SDU International Journal of Educational Studies*, 5(2), 13-32.
- Küçük, B. (2015). *Kötü Çocuk*. İstanbul: Ephesus Yayınları.
- Langellier, K. ve Peterson, E. E. (2004). *Storytelling in Daily Life - Performing Narrative*. Philadelphia: Temple University Press.
- Lash, S. ve Lury, C. (2008). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity Press.
- Lister, M., vd. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Lau, A. (2016, Ağustos 15). Interview with Allen Lau of Wattpad: On evolving from entrepreneur to leader. Röportaj Yapan Tim Jackson. Erişim 13 Ağustos 2018, <https://medium.com/the-leadership-pad/interview-with-allen-lau-of-wattpad-leadership-style-needs-to-change-as-the-business-grows-fb28af91459b>.
- Marwick, A. (2013). Ethnographic and Qualitative Research on Twitter. K. Weller, A. Bruns, C. Puschmann, J. Burgess, ve M. Mahrt (Ed.), *Twitter and Society içinde* (109-122). New York: Peter Lang.
- McNay, L. (1999). Gender and Narrative Identity. *Journal of Political Ideologies*, 4(3), 315-336.
- Miller, T. (2010). *Annelik Duygusu - Mitler ve Deneyimler*. (G. Tunçer, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mucundorfeanu, M. ve Szabolics, J. (2017). The Use of Product Placement in Books and E-Books. *Journal of Media Research*, 10(27), 58-69.
- Neşeli, D. (2019). Türkiye'de kitap yayıncılığı ve Wattpad yayınları. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Parnell, C. (2020). Mapping the Entertainment Ecosystem of Wattpad: Platforms, Publishing and Adaptation. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 1-15.
- Polkinghorne, D. E. (1991). Narrative and Self-concept. *Journal of Narrative & Life History*, 1(2-3), 135-153.
- Polletta, F. (2006). *It was like a Fever: Storytelling in Protest and Politics*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Randall, W. (2014). *Bizi "Biz" Yapan Hikâyeler - Kendimizi Yaratma Üzerine Bir Deneme*. (Ş. S. Kaya, Çev.). İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Rankin, J. R. (2002). What is Narrative? Ricoeur, Bakhtin, and Process Approac-

hes. Concrescence: The Australasian Journal of Process Thought, (3), 1-12.

Sağlam, S. G. (2020). Kitap olarak basılan Wattpad hikâyelerindeki dinî ve ah-lâkî unsurlara yönelik içerik analizi. Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Salmon, C. (2010). Storytelling - Bewitching the Modern Mind. London & New York: Verso.

Sarı, G. (2017). Transmedya Hikâye Anlatıcılığı: Kötü Çocuk Örneği. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 2(4), 71-79.

Sennett, R. (2008). Karakter Aşınması - Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri. (B. Yıldırım, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sennett, R. (2017). Yeni Kapitalizm Kültürü. (A. Onacak, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sivri, T. (2021). Yeni muhafazakâr popüler Türk edebiyatında toplumsal cinsiyet kurguları: Wattpad roman(s)larına feminist eleştirel bir bakış. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Somers, M. R. (1994). The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach. Theory and Society, (23), 605-649.

Şenel, B. (2022). Bir Popüler Kültür Mecrası Olarak Wattpad. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi.

Şenel, B. (2015). Dijital Hikâyelerle Başka Başka Aşklar: "Aşk demek..." Üzerine. Moment Dergi, 2(2), 214-241.

Şimşek, B. (2012). Using digital storytelling as a change agent for women's participation in Turkish public sphere. Doktora Tezi, Queensland University of Technology.

Thrift, N. (2005). Knowing Capitalism. London: Sage Publications.

Ugrešić, D. (2011). Karaoke Culture. (D. Williams, Çev.). New York: Open Letter.

Vadde, A. (2017). Amateur Creativity: Contemporary Literature and the Digital Publishing Scene. New Literary History (48), 27-51.

Wattpad (2018). The Power of Stories. Erişim 5 Ekim 2020, <https://brands.wattpad.com/insights/the-power-of-stories>

Wattpad (2020). How Brands can Commit to Amplifying Marginalized Voices. Erişim 5 Eylül 2021, <https://brands.wattpad.com/insights/how-brands-can-commit-to-amplifying-marginalized-voices>

Wattpad (2021a). About Wattpad. Erişim 12 Kasım 2023, <https://company.wattpad.com/>

Wattpad (2021b). Looking Back at Wattpad's Most Impactful Brand Campaigns. Erişim 3 Ocak 2022, <https://brands.wattpad.com/insights/top-wattpad-brand-campaigns-2021>

Yıldırım, İ. (2017, Ekim 12). Tekno-kültürel bir toplu hareket: Wattpad yazarları ve okurları. Erişim 27 Eylül 2018, <http://t24.com.tr/k24/yazi/wattpad-yazarlari-ve-okurlari,1388>

Yiğitbaşı, K. G. (2018). Transmedya Hikayeciliğinde Wattpad Örneği ve Okur Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 9(31), 21-42.

« Rest in Peace » (R.I.P.) : Faire et dire son deuil dans le monde numérique

Julie Alev DİLMAÇ

Doç. Dr.

Galatasaray Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü

jadilmac@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-5022-2440

Abstact

“Rest in Peace (R.I.P.)”: Mourning in the digital world

Many authors of social science have highlighted the disappearance of death in a daily discourse as well as the rites that accompany it. This denial and repression are partly due to the new circumstances of contemporary society. However, we are today observing the emergence of new ways of mourning and communicating with others to commemorate the deceased, more particularly in the digital space. This article discusses these new devices that make it possible to “mourn” on social networks. We will lay special emphasis on the generalized use of the term “R.I.P.” » (requiescat in pax or, more commonly, “Rest in Peace”) and will show how these new rituals can, in some instances, pose a problem. The qualitative observation method used to analyze various sites dedicated to the creation of funeral pages allowed us, in particular, to note that virtual cemeteries mobilize the technologies offered by the Internet: these “new spaces” therefore take advantage of the modalities of the digital world to established as real tombs where it is possible to lay flowers, leave a personal message or even wander between the graves. However, if, thanks to all these techniques, death is aestheticized, we see that the Internet remains a privileged device for digital writing, allowing the bereaved to interact with each other around their death.

keywords: Rest in Peace, internet, mourning, tributes, digital space

Résumé

De nombreux auteurs de sciences sociales ont mis en évidence la disparition de la mort dans le discours quotidien ainsi que des rites qui l'accompagnent. Ce déni et ce refoulement sont en partie dus aux nouvelles donnes de la société contemporaine. Cependant, on observe aujourd'hui l'émergence de nouvelles façons de faire le deuil et de communiquer avec les autres pour commémorer le défunt, plus particulièrement dans l'espace numérique. Cet article traite de ces nouveaux dispositifs qui permettent de « faire son deuil » sur les réseaux sociaux. Nous insistons particulièrement sur l'utilisation généralisée du terme « R.I.P. » (requiescat in pax ou, plus communément, "Repose en paix") et nous montrerons comment ces nouveaux rituels peuvent, dans certains cas, poser problème. La méthode d'observation qualitative employée pour analyser divers sites dédiés à la création de pages funéraires, nous a permis notamment de constater que les cimetières virtuels mobilisent les technologies proposées par Internet : ces « nouveaux espaces » profitent donc des modalités du monde digital pour s'établir comme de véritables tombes où il est possible de déposer des fleurs, de laisser un message personnel ou même de déambuler entre les sépultures. Or si grâce à toutes ces techniques, la mort se voit esthétisée, on constate qu'Internet reste un dispositif privilégié d'écriture numérique permettant aux endeuillés d'interagir entre eux autour du trépas.

mots-clés: Rest in Peace, internet, deuil, hommages, espace numérique

Öz

Dijital Ortamda Yas Tutma

Birçok sosybilim yazarı, günümüzde ölümle ilgili söylemlerin yavaş yavaş ortadan kalktığını ve buna eşlik eden cenaze törenlerinin daha önemsiz hale geldiğini vurgulamıştır. Bu değişim, kısmen çağdaş toplumun yeni dinamiklerinden kaynaklanmaktadır. Ancak günümüzde, özellikle dijital ortamda, yas tutma ve bir merhumu anmak için yeni yöntemlerin ortaya çıktığını gözlemliyoruz. Bu makalede, "R.I.P." (requiescat in pace veya daha yaygın olarak "Huzur İçinde Yat") teriminin yaygın kullanımına özellikle dikkat edeceğiz ve bu yeni yas ritüellerinin bazı durumlarda nasıl sorunlu olabileceğini göstereceğiz. Cenaze sayfalarına adanmış siteleri analiz etmek için kullanılan nitel gözlem yöntemi, sanal mezarlıkların İnternetin sunduğu teknikleri kullandığını ortaya koydu. Bu yeni alanlar, dijital dünyanın imkanlarından faydalanarak cenaze sayfaları oluşturuyor. Çiçek bırakmanın, kişisel mesaj yazmanın ve mezarlar arasında dolaşmanın mümkün olduğu gerçek mezarlar gibi tasarlanmış. Bu tekniklerle ölüm estetikleştirilse de, İnternet yaşlıların ölümleri etrafında etkileşim kurmasına olanak tanıyan bir dijital yazı aracı olarak kalmaya devam ediyor.

anahtar kelimeler: "Rest in Peace", internet, yas, anma törenleri, dijital alan

Introduction

De nombreux auteurs en sciences sociales ont tenté de comprendre le rapport qu'entretiennent les individus avec la mort. Si certains par exemple se sont attelés à décrire l'évolution des représentations sociales de la disparition (Ariès, 2014; Elias, 2002), mais aussi des pratiques liées au trépas (Bacqué, 2002; Déchaux, 2001; Thomas, 1985), d'autres ont mis en perspective les modalités particulières des diverses cérémonies funéraires visible de par le monde (Charlier, 2015; Hertz, 1905; Kuipou, 2015). Anthropologues, historiens, sociologues, philosophes... tous ont donc tenté de cerner la disparition comme un fait social ontologique.

Tout au long de l'histoire et dans diverses disciplines, la mort a ainsi été appréhendée comme un véritable objet scientifique et ce, malgré son caractère intangible et énigmatique. Méthodologiquement parlant, celle-ci s'avère tout aussi problématique car elle ne peut être saisie avec les techniques traditionnelles scientifiques (ex. entretiens, observation, observation participante...) : « elle [n'est] ni accessible à l'expérience directe ni pensable dans sa réalité même » (Clavandier 2009, p. 7). Cependant, la complexité de cette situation est loin d'avoir découragé les chercheurs à mener des études sur le trépas. Cela dit, on constate que ces derniers n'ont eu pour seul moyen que de questionner la finitude *en passant par le vivant* : ainsi, la mort est constamment pensée au regard de l'expérience humaine (Quilliot, 2000). Il ne s'agit donc pas pour les sociologues ou anthropologues de découvrir les secrets de la mort, mais d'étudier le rapport qu'entretiennent les sociétés et les groupes humains à celle-ci (Clavandier, 2009, p. 7).

Au vu de la littérature qui a été consacré à cette thématique, on constate d'ailleurs que les perspectives choisies pour analyser cet objet singulier vont aussi dans ce sens : les chercheurs se sont plutôt penchés sur les visions des individus quant au traitement des corps (Bacqué, 2008), sur les moyens préconisés pour annoncer le trépas (Pène, 2011) ou sur la manière dont la mort est évoquée dans les médias (Rabatel & Florea, 2011). Les questions d'éthiques liées à l'euthanasie, à la peine de mort ou encore à l'accompagnement qui serait le plus adapté aux patients en fin de vie (idéologie du « bien mourir ») (Castra, 2003) sont également des thèmes qui ont permis d'interroger les pratiques sociales en rapport à la mort. En outre, les nombreuses catastrophes naturelles (séisme, ouragan, tsunami...) et industrielles (Bohpal), les accidents nucléaires (Tchernobyl...), ainsi que les guerres ou l'épidémie du Covid-19 (Charrier et al., 2023) ont de même remis au goût du jour ce sujet funeste.

Cependant, malgré ces recherches toujours plus diversifiées, certains auteurs tels que Gorer, Ariès, Thomas ou encore Le Guay affirment observer une révolution des mœurs funéraires qui signeraient peu à peu la « disparition » de la mort : l'essor des valeurs hygiénistes, l'anonymat des villes, l'effritement des

consensus sociaux, la sécularisation des pratiques funéraires (Thomas, 1985), mais surtout la prédominance de la société capitaliste marchande célébrant la vie, l'instant présent, le ludique seraient à l'origine de ce changement. Les individus seraient ainsi moins enclins aujourd'hui à prendre en charge les mourants et auraient développé des pratiques de deuil beaucoup plus expéditives que celles d'autrefois : on parlerait même de déritualisation (Thomas, 2010).

En outre, c'est aussi des discours que la mort va disparaître puisqu'aujourd'hui il serait choquant d'en parler, ce thème étant devenu un tabou moderne (Gorer, 1995). Cependant, malgré les travaux soutenant que la mort aurait pris congé de la vie sociale, force est de constater que celle-ci est bien présente sur les plateformes numériques. En effet, de nouvelles manières de communiquer sur le trépas et de communier avec les autres pour commémorer les disparus semblent s'être développées dans l'espace digital et sur les réseaux sociaux. Parmi les moyens employés, nous recensons par exemple l'élaboration et la prolifération de cimetières virtuels (Bourdaloie, 2015), la création de pages en souvenir du trépassé ou faisant office de faire-part de décès (Pène, 2011), mais encore des vidéos YouTube en vue de rendre hommage au défunt. De nombreux posts sur Twitter visant à relayer le décès de célébrités et titrés tel que #RIPKobe (pour Kobe Bryant) ou #RIPStephenHawking sont également à relever. Les réseaux sociaux sont également investis pour communier avec les endeuillés, pour « parler » avec les disparus¹ (Brubaker et al., 2013) ou pour partager des vidéos de cérémonies funéraires (Pitsillides et al., 2009). Enfin, les usagers peuvent également signifier au monde qu'ils sont en deuil en faisant le choix d'un profil Facebook noir ou employer la fonction *in memoriam* permettant aux proches d'utiliser les fichiers bibliographiques du défunt en vue de lui conférer une certaine immortalité...

Un autre dispositif communément utilisé par les Internautes en cas de décès est l'usage de l'acronyme « R.I.P. » (« *requiescat in pax* » ou plus communément « *Rest in Peace* »). Telle une épitaphe gravée sur une tombe, ces trois initiales indiquent que la mort a frappé et peuvent être employées aussi bien par *celui qui annonce le décès que celui qui exprime ses condoléances*. Par conséquent, on observe que les nouvelles technologies de communication proposent non seulement de nouvelles manières de « faire » deuil, mais aussi de nouvelles expressions pour « dire » la mort (ex. portraits nécrologiques, mémoriaux numériques) (Florea, 2018). À la lumière de tous ces exemples, il est donc difficile de parler d'un déni social contemporain de la mort ni même d'une privatisation du deuil ; au contraire, aujourd'hui on cerne l'émergence de nouvelles pratiques funéraires dans le monde numérique (Carroll & Landry, 2010; Forman et al., 2012; entre autres) permettant au deuil d'être connecté, performé, mis en scène sur des plateformes digitales, et donnant à l'individu la possibilité d'intégrer une communauté d'endeuillés qui célèbre le disparu.

1 Situation qui, au passage, vient redéfinir le concept même de communication puisqu'ici une réponse de l'interlocuteur n'est pas attendue.

Dans cet article, il s'agira alors de montrer que malgré l'existence d'une conséquente littérature scientifique soulignant l'effacement des discours et des rituels relatifs au trépas, les médias sociaux et plateformes digitales peuvent aujourd'hui être considérés et utilisés comme des « régulateurs d'émotions collectives » (Courbet, Fourquet-Courbet & Marchioli, 2015), jouant un rôle important dans le processus de deuil ; ainsi, nous cernons non pas une raréfaction des rituels relatifs à la mort ou une évacuation des affects, mais bien une transformation des hommages et leur transplantation dans le monde digital. Des pratiques funéraires intersubjectives persistent donc sous formes numériques, qu'elles relèvent du religieux ou du séculier (Esquerre & Truc, 2011; Pons, 2002).

En vue d'explorer cette problématique, nous montrerons tout d'abord l'incidence que pourrait avoir la disparition des ritualités sur la société ; en d'autres termes, nous expliquerons la fonction du travail de deuil pour les individus et l'importance de marquer, par la performance des rituels funéraires, une limite entre le monde des vivants de celui des morts. Nous verrons que ce processus vise davantage à accompagner « ceux qui restent » que de commémorer le défunt même. Puis, brièvement, nous évoquerons les analyses sociologiques et anthropologiques qui traitent de l'effacement des rituels funéraires dans la société contemporaine : comment les auteurs expliquent cette supposée disparition ? Quels phénomènes sociaux sous-tendent, d'après eux, un tel effacement des rituels funéraires ?

Enfin, dans une troisième partie, nous démontrerons que les théories de l'effacement des rituels funéraires doivent être nuancées puisque de nouvelles ritualités dans l'espace numérique semblent avoir émergé. Il s'agira ainsi de décrire les nouveaux moyens utilisés par les Internautees pour « faire » et « dire » le deuil. Pour illustrer nos propos, nous nous référerons à des plateformes numériques visibles sur Internet. Nous verrons ainsi que si ces pratiques peuvent être efficaces en vue de célébrer les défunts, elles sont également susceptibles d'engendrer des risques mettant en péril l'image du défunt que l'on souhaite commémorer.

La nécessité de « tuer le mort »

De nombreux auteurs ont souligné l'importance d'entamer un processus de deuil à la suite d'une perte. Ceci s'expliquerait par le fait que la mort serait « l'un des moments existentiels les plus émotionnels et les plus puissants de la vie » (Gamba, 2016, p. 18) qui resterait pourtant un mystère. Outre le traumatisme psychologique que représente la disparition d'un être cher pour l'individu, on constate que cette rupture va engendrer des comportements institués auxquels les proches du défunt doivent se soustraire. M. Mauss (1921) va même jusqu'à parler d'une « expression obligatoire des sentiments ». Le deuil se doit alors d'être performé. Selon les cultures, les endeuillés peuvent se voir infliger des contraintes

corporelles (la retenue, le silence, l'exclusion de la communauté ou attente sociale liée aux lamentations), mais aussi des règles qui codifient leurs comportements (le veuvage ou, comme chez les Bamilékés du Cameroun, la négligence de l'hygiène corporelle), leurs habits (puisqu'il faudrait « porter » le deuil), les couleurs qu'ils doivent mettre en avant (selon les cultures, le noir, le rouge...). La ritualité funéraire se joue également au niveau du discours puisqu'elle suppose aussi des phrases de circonstances et « institue un échange (de mots, de gestes, d'attitude...) autour de l'événement qui s'y marque et « s'y remarque » (Baudry, 1999, p. 62). Elle suppose également un rassemblement autour de l'évènement funeste, une cohésion du groupe social (Durkheim, 1991) pour aider les membres restants. La cérémonie ne relève donc pas d'un spectacle, car tous les acteurs sont attendus d'y participer activement. Ainsi, « dans tout rituel réside une injonction, et se soustraire de façon ostentatoire à la contrainte collective est une façon d'exprimer ses choix sociaux » (Segalen, 2017, p. 46).

Le deuil va de même marquer l'évènement funéraire en instituant une autre temporalité : il va contraindre « l'histoire sociale, c'est-à-dire le déroulement rapide de nos vies, à l'arrêt ou au ralentissement sur ce qui s'y passe » (Baudry, 1999, p. 62). Le temps va être ainsi « suspendu » pendant un moment (ex. les individus peuvent être invités à respecter « une minute » de silence, ou entrer en réclusion funéraire, c'est-à-dire, dans une période de deuil). Ainsi, la disparition d'un être va indéniablement engager les vivants, qui devront répondre par des actes et comportements codifiés relatifs à leur culture.

En outre, pour aider les survivants à surmonter le traumatisme et le bouleversement que la mort engendre, les cultures ont également instauré un ensemble de prescriptions et de pratiques permettant d'encadrer les moments clés de transition en vue d'un retour à la normalité. D'ailleurs, l'espèce humaine serait la seule à accompagner ses défunts de rituels (Morin, 1976) : ces pratiques, et plus particulièrement la construction de sépulture qui marque le souci des morts, souligneraient d'ailleurs le passage de la nature à la culture. Ainsi, cette précaution rituelle visant à accompagner les défunts mais qui aiderait également le travail de deuil des vivants serait l'apanage de toutes les civilisations (Bacqué, 1992).

Ces rituels (et notamment les rites funéraires) auraient pour fonction non seulement de « congédier » le mort (Berruyer-Lamoine, 2011), mais surtout d'accompagner les survivants en les faisant évoluer d'un état à un autre, grâce à une organisation pérenne de la vie en société. A. Van Gennep est d'ailleurs l'un des auteurs qui a théorisé les phases qui forment les rites de passage². Prenant appui sur la théorie de la liminalité de Turner (1982), l'anthropologue affirme que les rituels suivent un rythme ternaire ; trois phases se distinguent alors : la *phase de séparation* (où l'acteur doit se détacher de sa quotidienneté, du cours ordinaire des choses, de

2 Pour le folkloriste, ces rites seraient visibles dans diverses étapes du cycle de vie des individus, à savoir aussi bien lors de la naissance, de la puberté, des initiations en tout genre, des fiançailles, des couronnements, mais aussi lors de funérailles. La forme et la durée de ces trois stades varieraient selon l'évènement célébré.

son ancien statut), la phase liminale (dans laquelle l'individu n'a pas encore acquis son nouveau statut et est donc dans une sorte d'entre-deux, de marginalité ; il est « au seuil » de devenir quelque chose) et enfin *la phase d'agrégation* qui permet à la personne de réintégrer le groupe et la vie normale avec une nouvelle identité.

Dans le cadre de cérémonies funéraires, les rites de séparation seraient plus prégnants, le but étant de marquer la limite entre les deux mondes, celui des disparus et celui des vivants. À ce titre, le cas de la mise en bière est un bon exemple : comme l'indique G. Clavandier (2009b, p. 85), « la séparation devient effective seulement lorsque le corps (...) n'est plus accessible au regard et que la terre le recouvre à jamais » (...) « la fermeture du caveau ou de la tombe revêt une importance capitale et le scellement du cercueil n'est pas une simple préoccupation sanitaire et légale » (p. 85). Les ritualités funéraires ont donc aussi comme fonction fondamentale de permettre aux vivants de « faire quitter » symboliquement le mort de la scène sociale, de « l'aider concrètement à s'en aller vers un ailleurs quel qu'il soit » (Kareh Tager, 2004, p. 274) pour le mettre à bonne distance ; le but étant d'éviter qu'il ne (re)vienne contaminer les siens par son souvenir morbide. D'ailleurs, divers stratagèmes sont déployés à travers les cultures pour marquer la scission : le corps du défunt peut se voir déposé en pleine forêt hors du village; dans certaines cultures d'Afrique Noire, on va transporter le trépassé à sa dernière demeure par des chemins détournés, pour le perdre afin qu'il ne puisse plus retrouver son chemin; d'autres encore vont préconiser deux funérailles. D'ailleurs, cette appréhension de la contamination trouve également une expression dans la culture populaire contemporaine puisqu'on y retrouve de nombreuses histoires basées sur la peur provoquées par le retour de « revenants », de « zombies » ou autres « morts-vivants » qui viendraient hanter l'existence des humains. La finalité des rituels funéraires est donc multiple : il s'agit de sécuriser les vivants, mais aussi d'assigner un statut et un territoire au mort pour mieux le congédier. Autrement dit, ces pratiques visent à « tuer le mort » (Baudry, 1999, p. 62), mais aussi à transformer l'absence des défunts en mémoire (Thomas, 2010).

Conjonctures sociales contemporaines et déni de la mort : les théories

Cependant, malgré la persistance de ces pratiques, certains auteurs ont affirmé que la mort aujourd'hui ferait l'objet d'un « refoulement » (Déchaux, 2001; Elias, 2002). Dans les sociétés modernes, la célébration de la mort serait devenue « obscène » (Le Guay, 2008) et dérangement (Girard, 1993) et on jugerait plus convenable de vanter son bonheur et de conter la vie.

Cette disparition de la mort comme cérémonie sociale d'accompagnement engendrerait de même une reconsidération des rituels funéraires censés encadrer les cérémonies mortuaires : ils ne constitueraient qu'une formalité vide de sens, trop engageante pour refléter véritablement la réalité des sentiments éprouvés (Hiernaux, Vandendorpe, & Legros, 2000). Et lorsque

celles-ci sont performées, les ritualités pratiquées se devraient de l'être loin des regards, reléguées à l'espace privé. Les personnes en fin de vie seraient alors amenées à vivre l'expérience de la mort de manière plus personnelle et subjective qu'auparavant (Déchaux, 2004).

L'un des premiers à avoir décrit en détail les raisons de la déritualisation funéraire et du déni de la disparition observées dans la société contemporaine est L.V. Thomas (1985, 2010). Pour l'auteur, quatre facteurs seraient à l'origine de ce phénomène d'escamotage de la mort. Tout d'abord, la *suprématie la science* : celle-ci aurait modifié notre rapport à la mort puisque le recours à des techniques de plus en plus avancées permettant de combattre les attaques extérieures forgerait l'espoir de pouvoir combattre le trépas. À ce sujet, la cryogénéisation peut constituer un bon exemple de ce refus de la mort. *L'urbanisation* constitue le deuxième facteur décrit par Thomas : elle aurait pour conséquence non seulement d'uniformiser les valeurs, mais surtout aurait diversifié les lieux du mourir (car la mort peut survenir aussi bien chez soi que dans une institution hospitalière ou un hospice par exemple) : les ritualités et pratiques symboliques se verraient alors délaissées car jugées superflues. À cela viendrait s'ajouter *l'anonymat* qui caractérise les villes ainsi que l'essor de *l'individualisme* dans les sociétés contemporaines, deux éléments en somme qui affaiblissent les liens de solidarité qui fondent pourtant les rites. Enfin, l'anthropologue évoque l'exploitation des pratiques symboliques dans la société marchande : bien que jugés dérisoires, les rituels seraient dorénavant instrumentalisés au point d'être commercialisés.

Plus contemporanément, d'autres auteurs vont évoquer d'autres conjonctures sociales qui auraient redéfinis le rapport à la mort : la montée de la rationalité moderne, couplée à la sécularisation du monde dans la civilisation technicienne (Ariès, 2014; Morin, 1976) pourrait expliquer le recul des rites qui encadre la mort : dans une société basée sur une logique marchande instituant un autre rapport au temps, les pratiques codifiées du deuil paraîtraient trop contraignantes. D'ailleurs, les cérémonies funéraires se veulent aujourd'hui plus expéditives et il est rare que la société décrète un arrêt total des activités en cours. Les funérailles ne doivent pas perturber le rythme de la vie trop longtemps ni celui du travail des sociétés industrielles et un rapide retour à la normale est souhaité. De même que faute de place, on tenterait dans la société moderne de trouver d'autres stratagèmes en vue de se débarrasser des corps, devenus encombrants. Ceci pourrait expliquer l'engouement notable des individus contemporains pour la crémation³ : issue elle aussi de la sensibilité positiviste, rationaliste et hygiéniste, elle est un bon exemple de méthode expéditive permettant de traiter les dépouilles. Or, le corps n'étant assigné à aucun lieu précis, les rituels, tels que la visite des

3 Selon une étude reportée par Francelnter en 2023, 45% des Français choisiraient la crémation, contre 19% pour l'inhumation. Ce choix aurait évolué durant les années : en 1980, ils n'étaient que 1%, en 1993, 10% et en 2016, 40% à y avoir recours (Francelnter, 2023).

sépultures à certaines dates précises (ex. Toussaint) ou leurs fleurissements n'ont plus lieu d'être. Enfin, le développement de la science repoussant le trépas dans les confins et les maladies chroniques semblent aussi avoir contribué à la transformation du rapport à la mort. Dorénavant, « mourir prend du temps » (Castra, 2003, p. 24) et les individus seraient plus enclins à finir leur existence dans les hôpitaux ou hospices plutôt que chez eux, relayant la gestion des corps à l'institution médicale au détriment de la famille et des proches. D'ailleurs, dans ces espaces médicalisés dominés par la rationalité, « on meurt (...) en cachette des vivants, parfois à l'heure du médecin plus qu'à la sienne, victime d'un acharnement thérapeutique ou d'une euthanasie » (Séguy, 1993, p. 1117). Le mourant est ainsi dépossédé de sa propre mort et lorsqu'il décède, c'est dans une institution hospitalière qui n'a rien prévu à son égard (Clavandier, 2009b) ; autrement dit, dans cet univers où prédomine le diagnostic, le pronostic et la technicisation, la sacralisation qui sous-tend les rituels n'a nullement sa place⁴.

Néanmoins, malgré le fait qu'il ne soit pas possible de nier le bien-fondé de ces travaux qui pointent une perte de sens des ritualités funéraires, il semblerait pourtant que d'autres manières d'appréhender le trépas semblent s'être développées, et notamment à travers les réseaux sociaux. En effet, de plus en plus d'individus utiliseraient les plateformes numériques pour annoncer un décès, communier en temps de deuil et même célébrer collectivement la disparition d'un proche. Ceci nous amène alors à affirmer que les rituels funéraires n'ont pas complètement disparu, mais qu'ils se sont déplacés vers Internet, marquant ainsi une révolution des pratiques. Dans la partie qui suit, nous tenterons ainsi de voir en quoi les plateformes numériques sont utilisées aujourd'hui en temps de deuil et ce que les modalités d'Internet font aujourd'hui de la mort.

Nouveaux dispositifs pour « faire » et « dire » le deuil : l'expérience numérique

L'exemple des cimetières virtuels

Ainsi, malgré ces théories évoquant le déni social généralisé face au trépas dans les sociétés contemporaines, on constate que la mort ainsi que les rituels qui lui sont attachés ont été transposés dans les espaces digitaux. Certains auteurs vont même jusqu'à affirmer que les réseaux sociaux ont permis la « réintroduction de la mort dans la vie quotidienne » (Walter, 2011) en devenant de véritables « espaces d'expression du deuil » (Julliard & Quemener, 2018, p. 14) qui mettent en scène des interventions saturées d'affects (Ahmed, 2013). Ils observent ainsi l'« [exportation] vers le Net des rites de la vraie vie » (Lardellier, 2013, p. 10).

4 La pandémie de Covid-19, les restrictions sanitaires et les mesures de distanciation sociale qu'elle a entraîné ont privé par exemple les familles de la possibilité de se réunir pour honorer leurs défunts et donc à entraver les ritualités funéraires.

Ainsi, les pratiques de recueillement, d'hommage et de souvenirs ne seraient plus nécessairement associées au seul cimetière (Clavandier, 2009b) : les plateformes digitales pourtant considérées comme des espaces « de vie » (Dilmaç, 2018a et b), serviraient également aujourd'hui de « lieu » permettant aux usagers de partager leur deuil ou de célébrer le souvenir d'un proche. Ainsi, là où beaucoup d'auteurs déploreraient la disparition des rites funéraires traditionnels, d'autres chercheurs ont souligné leurs déplacements (Clavandier, 2009a; Walter, 1991), leur renouvellement (Peruchon, 1997) ou leur transformation (Déchaux, 1997). Ces pratiques semblent ainsi toujours aussi fondamentales au deuil car ils donnent un sens à la séparation, et notamment lorsqu'il est question d'honorer un être cher (Hardy, 2011).

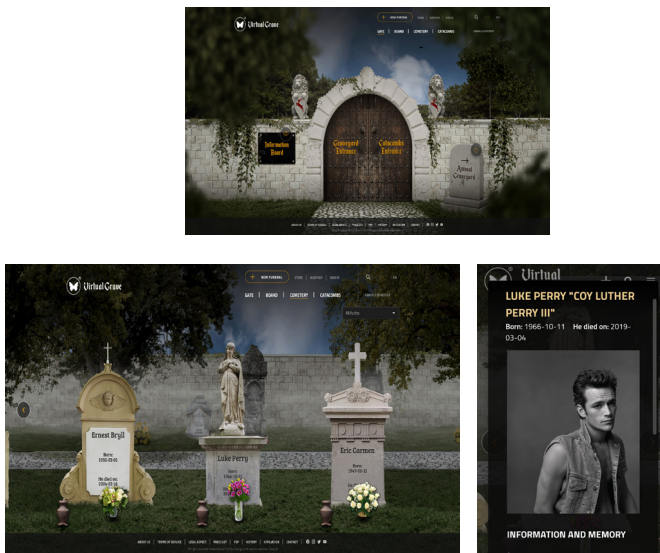
Parmi les dispositifs proposés sur Internet employés par les individus pour maintenir le souvenir vif de leur proche disparu, on note par exemple l'élaboration de cimetières virtuels (Bourdaloie, 2015; Gamba, 2016) (Figure 1) : ces pages numériques, créées par les membres de la famille, les amis du trépassé ou des fans de célébrités (Figure 2,3,4), font office de sépultures permettant aux connaissances de celui-ci de se recueillir et de laisser des messages personnels intimes à l'attention de la personne défunte. Pour Roberts (2004), la visite virtuelle du profil commémoratif du trépassé est comparable à la visite de la tombe et à son fleurissement.

Figure 1 : Spot publicitaire pour l'application RipCemetery qui donne la possibilité de commémorer les défunts. Le slogan de l'application est d'ailleurs évocateur : « Ayez toujours auprès de vous ceux que vous avez aimés »



Source : <https://www.indiegogo.com/projects/ripcemetery#/>

Figure 2, 3 et 4 : Exemple de dispositifs mémoriels proposés sur Internet : Capture d'écran du site Virtual Grave, qui donne la possibilité à l'utilisateur de se promener dans le cimetière et de cliquer sur les tombes afin d'accéder à des informations relatives aux défunts.



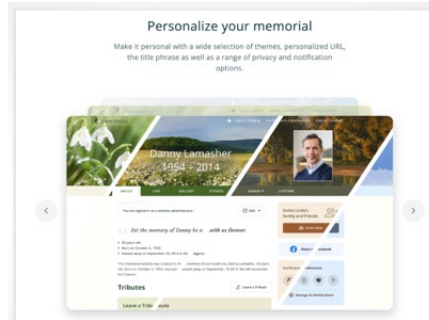
Source : <https://virtualgrave.eu/cemetery>

Les cimetières numériques s'imposent comme des plateformes où l'auteur de l'hommage est invité à mettre en récit ses émotions de manière originale et personnelle (de Vries & Rutherford, 2004). Ces tombes digitales participent alors à la formulation de l'affectif par une écriture élaborée de soi pouvant, dans certains cas, être soutenue par d'autres dispositifs numériques (comme le partage de vidéos ou de musique, ou encore par l'utilisation de bannière ou la mise en ligne d'images de cierges en guise « d'objets » de rituels ...) : ainsi, dans ces espaces funéraires virtuels, il est possible de témoigner sa considération à travers des compositions personnalisées (comme des lettres) et une théâtralisation des affects. Il va sans dire que ces plateformes permettent un déferlement d'émotion, une exposition de la douleur qui s'adresse non seulement au défunt, mais aussi à la communauté endeuillée. L'hommage s'adresse aux proches dans un ton intimiste, plus qu'il ne l'aurait été sur des réseaux sociaux tels Twitter, dont la fonction primordiale est de créer du lien avec le plus grand nombre d'internautes.

Une autre caractéristique de ces tombes virtuelles est qu'elles permettent non seulement de maintenir le lien avec le disparu et de perpétuer son souvenir, mais aussi de lui conférer une certaine immortalité (Figure 5) : la page qui lui est destinée sera continuellement mise à jour, la tombe du défunt

demeurera indéfiniment sur la Toile pour ceux qui souhaitent la consulter (et s'y recueillir) ; elle constituera de même un futur support perpétuel permettant de célébrer chaque année l'anniversaire de la mort de la personne décédée.

Figure 5 : Exemple de page commémorative « type » proposée par le site Forever missed



Source : <https://www.forevermissed.com/memorial-sites-for-loved-ones>

Une redéfinition du rapport au temps est donc observable ici : le maintien du souvenir du trépassé et la mise à jour post-mortem de son profil ou de sa sépulture virtuelle par les vivants sont autant de pratiques qui font alors émerger l'idée d'une « mort actualisée » (Wrona, 2011). La mémoire du défunt, qui par définition appartient au passé, par cette réactualisation des données, se transforme alors en une mémoire dynamique. Dans le monde numérique et avec les modalités proposées, le défunt continue « d'exister » dans le présent et son profil est soumis à un renouvellement continu. Sur la Toile, et grâce à ces nouveaux rituels funéraires, on maintient alors « le mort au sein de la quotidienneté sociale » (Urbain, 1989, p. 106).

Aux cimetières numériques viennent s'ajouter d'autres dispositifs tels que les vidéos YouTube, les groupes de supports en ligne, les pages R.I.P., les mémoriaux virtuels (Roberts & Vidal, 2000) ou encore les profils Facebook créés spécialement par les proches du défunt en vue de perpétuer son souvenir et d'inviter d'éventuels participants à s'associer à l'hommage posthume en y postant des messages. Ce type de commémoration est d'ailleurs visible en Turquie par exemple où des pages Facebook sont dédiées aux martyrs tués lors de combats : ces sites permettent ainsi non seulement de maintenir le souvenir vivant des tombés, mais aussi d'inscrire dans la mémoire collective ces figures mystifiées de la « belle mort » (Dilmaç, 2018a).

Pour nous, ces espaces numériques ont une valeur particulière, car non seulement ils rassemblent les vivants autour de la mort, mais les accompagnent aussi dans leur travail de deuil. Pour certains auteurs, ces plateformes

où s'expose l'intime douleur sont des exemples de « sanctuaires spontanés » (Jorgensen-Earp & Lanzilotti, 1998; Santino, 2006) qui permettent aux vivants de vivre leur deuil collectivement (Kübler-Ross, 2009). Ils émanent d'un véritable travail personnel commémoratif et les rapports entre individus venus communier y sont « fort » car plus personnels et subjectifs : on peut y retrouver par exemple le partage d'anecdotes autobiographiques impliquant la personne décédée, interactions qui contribuent à la construction de l'identité post-mortem du défunt. L'atmosphère y est donc plus intimiste qu'elle ne l'aurait été sur des réseaux sociaux classiques, comme Twitter par exemple, dont la structure et la fonction diffèrent (Gamba, 2016, p. 86).

On constate alors que les rituels funéraires sont loin d'avoir disparu. Il semblerait même que les rituels soient si fondamentaux au travail de deuil qu'il ne faille les « performer » dans toutes les sphères que l'individu habite. De plus, les technologies 2.0 et plus particulièrement les réseaux sociaux semblent de même avoir engendré une expansion temporelle, sociale et spatiale de la mort et du deuil (Brubaker & Hayes, 2011). Le cadavre, comme élément catalyseur des ritualités, ne serait plus, lui non plus, essentiel au déroulement des rites sur Internet (Brun & Bourdeloie, 2022; Gamba, 2007).

Nul ne peut alors nier que les plateformes telles Facebook ou MySpace sont aujourd'hui « des lieux privilégiés de circulation de l'annonce d'un décès, de l'exposition de la douleur qu'il provoque, ainsi que de la production du souvenir » (Julliard & Quemener, 2018, p. 14). On assiste ainsi à la transposition des pratiques funéraires sacrées sur Internet, considéré, lui, comme un espace profane. D'ailleurs, sur Internet, on observe également d'autres types de commémoration, et notamment la création de tombes virtuelles pour les animaux de compagnie (Figure 6) permettant, là aussi, aux propriétaires d'exprimer leur deuil.

Figure 6 : On constate également l'émergence dans les espaces numériques de nombreux sites visant à commémorer les animaux de compagnie



Source: <https://www.cimetierepourchien.com>

Exprimer le deuil en trois lettres : R.I.P.

Cependant, même si un déplacement des rites funéraires s'est opéré du monde hors ligne vers le monde numérique, il va sans dire que les modalités d'Internet ont engendré d'autres manières d'exprimer le deuil. Ainsi, les rituels mortuaires classiques se sont vu être adaptés aux manières d'agir, de communier et de communiquer des réseaux sociaux qui, eux, répondent à des impératifs (tels que la célébration à outrance de la vie, la surexposition de soi, le brouillage des frontières entre la vie privée et publique...) pouvant être jugés incompatibles avec la sacralité de la mort. Gamba (2016, p. 83) montre par exemple comment Twitter qui impose à ces utilisateurs une limite de 140 caractères a donné lieu à une nouvelle forme d'écriture du deuil : sur Internet, la lettre ou l'éloge mortuaire traditionnels s'est vu remplacer par des aphorismes, plus brefs et directs. Ainsi, si l'utilisation des réseaux sociaux a donné lieu à « des pratiques différenciées de production discursive du deuil » (Julliard & Quemener, 2018, p. 13), elle a de même fait émerger des rituels dont l'agir repose sur de nouveaux symboles (ex. les « émoticons ») et sur de nouvelles conduites de deuil qui jouent de la porosité des frontières entre le sacré et le profane.

L'acronyme « R.I.P. » comme « [nouvelle] forme narrative du deuil » (Gamba, 2016, p. 84) est d'ailleurs un exemple probant du remaniement des rites traditionnels dans l'espace numérique. Cette formule peut être considérée comme formelle, car elle est utilisée comme épitaphe sur les sépultures dans le monde réel. Le message d'hommage qu'elle véhicule, couplé au latin (langue employée dans certains rituels funéraires religieux) lui confère un caractère doublement sacré. Cependant, sa présence sur les réseaux sociaux, espace dans lequel se mêlent communication en flux et esprit ludique, en fait aussi une pratique funéraire séculaire.

L'individu qui l'énonce fait alors preuve de respect à l'égard du défunt, témoignage de son émotion et marque sa volonté de prendre part au deuil. Cette formulation est souvent accompagnée de symboles et quelques fois même d'une certaine « mise en scène » relevant des « invariants du rite funéraire » (Roberge, 2018, p. 7) : on retrouve par exemple l'émoticon des mains jointes qui rappellent la prière funèbre, ou la mobilisation du « profil noir » signifiant que la personne porte le deuil, qu'elle a « habillé de noir » son avatar. Le « R.I.P. » est alors une déclaration solennelle exportée vers la Toile qui peut être aussi bien utilisée pour annoncer le trépas d'un individu (tel un « faire part » de décès) que pour saluer la mémoire du défunt. Par cette forme narrative, les endeuillés se répondent donc en écho autour de la célébration de la mort. Ainsi, malgré son message laconique mobilisé sous sa forme la plus simple (par l'emploi des initiales) et donc la moins formelle, le « R.I.P. » fait toujours office de rituel funéraire : il rassemble les vivants autour de la disparition, établit la liaison entre les endeuillés et maintient un certain lien avec la personne disparue pour un ultime hommage.

Le « R.I.P. » s'impose alors comme une pratique de ritualité virtuelle avec ses codes, ses pratiques, ses symboles, son langage qui est compris et repris par les internautes. Il s'inscrit dans une continuité culturelle traditionnelle tout en étant adapté aux modalités spécifiques des réseaux sociaux. Cependant, cette adaptation n'est pas sans poser de problème, surtout lorsqu'il s'agit de « dire » et « faire » le deuil sur Internet.

Mort(s) et flux communicationnels : émergence de nouvelles problématiques

Même si les célébrations funéraires virtuelles peuvent être considérées comme des moyens aidant les vivants à commémorer autrement leurs défunts, certaines problématiques semblent émerger de ces nouvelles pratiques.

Tout d'abord, sur Internet, les frontières entre le privé et le public sont poreuses. Comment alors parler d'un sujet solennel tel que la mort et la célébrer dans un monde où se côtoie le ludique, la logique marchande, l'éphémère et marqué par la « montée de l'informel » (Haroche, 2008)? Les modalités d'interaction qu'impose Internet ne peuvent alors qu'avoir une incidence sur les ritualités funéraires : comment imposer des pratiques mortuaires qui contraindraient la posture, l'allure ou encore l'habillement des endeuillés (tel qu'il en est le cas dans le monde hors ligne) dans l'espace numérique où le corps n'existe pas ? Même chose pour le regard ou encore la parole qui se doivent normalement d'être maîtrisés en situation de cérémonie funéraire : comment respecter ces injonctions qui sont incompatibles avec les modalités des espaces numériques, mondes dans lesquels l'œil du spectateur est constamment sollicité (Dilmaç, 2016b) et « où la communication ne cesse jamais » (Breton, 2000, p. 9) ? Le protocole rituel (Déchaux, 2001) ne peut alors que se voir adapter à ces nouvelles modalités d'Internet et s'assouplir. Or, les limites entre l'acceptable et l'inacceptable n'étant pas clairement définies dans le monde numérique, cette situation peut avoir pour conséquence de susciter des questionnements comme celui de savoir s'il est acceptable de répondre à l'annonce mortuaire par un pouce levé (like) ou de supprimer de la liste de nos amis Facebook une personne décédée.

En outre, les réseaux sociaux répondent à une autre temporalité qui remet en question la finalité même des rituels, supposés marquer la rupture entre un « avant » et un « après ». Sur Internet, les images défilent dans la négligence de leur déroulement engendrant des incohérences parfois gênantes : il est possible de se retrouver face au profil d'une personne défunte bien après que la cérémonie mortuaire ait été célébrée. Bien que « disparue » du monde des vivants, celle-ci continue d'exister dans l'espace virtuel tel un « cadavre numérique », et continue quelquefois même à être commentée. Cette situation où le « mort ne meurt jamais » (Dilmaç, 2018a) remet alors en question la

finalité même du rituel funéraire : celle de marquer la séparation avec le défunt, rupture qui se veut nécessaire (Thomas, 1985). On pourrait d'ailleurs se demander si célébrer les morts sur Internet ne pourrait pas être perçue également comme une stratégie de dissimulation (Urbain, 1989) permettant d'occulter la Mort, en la plaçant au sein même de la quotidienneté sociale (Wrona, 2011) dans des espaces marqués par les flux communicationnels.

L'expression narrative de la mort a elle aussi changé pour être adaptée à la « montée de l'informel » (Haroche, 2008) : la formule abrégée « R.I.P. » permet ainsi de « dire » le deuil à distance à travers un écran ; les émoticônes, quant à elles, permettent d'« illustrer » notre tristesse sans pour autant prendre part aux obsèques. L'engagement dans les rituels y est donc moindre : on participe sans s'y impliquer totalement. Sur les réseaux sociaux, il est possible par exemple de saluer la mémoire d'un défunt en utilisant des messages « précodés » mis à la disposition de l'utilisateur (tel que les figurations symboliques) qui laissent peu de place à la nuance, ou en mobilisant (on l'a vu) l'acronyme « R.I.P. ». Ce dernier, qui « dit » l'hommage par une économie des mots, se verra ensuite repris, reproduit et partagé par d'autres internautes sans qu'aucune modification n'y soit apportée (comme il en est le cas parfois avec les *hashtags* sur Twitter). De cette façon, par la formulation « R.I.P. », l'individu laisse une trace de son passage, il déclare un lien, signifie son émotion sans pour autant l'expliquer (Gamba, 2016, p. 86). Ces pratiques commémoratives diffèrent alors radicalement de celles qui sont visibles dans les cimetières virtuels où l'écriture personnelle et travaillée est privilégiée. Cependant, cette montée de l'informel qui redéfinit les pratiques liées à la mort touche aussi bien celui chargé d'annoncer le deuil que ceux qui s'associent à l'hommage. Ainsi, dans les rituels funéraires traditionnels, il est de coutume d'informer du décès d'un tiers par un faire-part : celui-ci s'impose comme une invitation formelle adressée aux vivants pour célébrer le mort et l'accompagner dans son ultime voyage. Le défunt est ici au centre de l'attention et les participants communient autour de la mort. Dans l'espace virtuel, l'approche est tout autre puisque « le faire-part de décès n'a pas de forme bien identifiée dans les réseaux sociaux » (Pène, 2011, p. 95). On observe d'ailleurs que certains individus choisissent d'annoncer la mort d'un tiers sur leur « mur » Facebook, « lieu » profane par excellence où l'on célèbre la vie (Dilmaç, 2016b, 2016a). Si le but est de communiquer la mort au plus grand nombre, l'annonce mortuaire ici est adressée non pas uniquement aux connaissances du défunt, mais à une foule d'individus n'ayant aucune accointance avec lui. Ainsi, sur les réseaux sociaux, la norme qui imposerait le fait de prévenir en premier lieu la famille du décès d'un pair ne serait plus respectée. Cette situation qui remet en question la hiérarchie sociale dépendant du degré d'intimité avec le défunt viendrait complexifier les interactions des endeuillés entre eux (Metcalf & Huntington, 1991).

D'autres internautes choisissent, quant à eux, de signifier leur deuil en habillant de noir leur profil. Si cette pratique revient à proclamer la mort, elle peut laisser perplexe lorsqu'aucune information relative à l'identité même de la personne décédée n'est donnée, mais que celle-ci entraîne pourtant l'énonciation de la formule « R.I.P ». Le mort cesse ainsi d'être le centre de l'attention des vivants ; devenu « anonyme », il n'est plus celui que l'on célèbre. On se joint alors plus pour partager le deuil de « celui qui reste » plutôt que de pleurer « celui qui part ». Cette situation pose alors la question des liaisons : pour qui, à savoir du mort ou des vivants, communions-nous sur Internet ? Pour nous, nul doute que l'usage de l'expression « *Rest in peace* » est aussi en partie motivé par la volonté des individus d'être impliqués dans *des liaisons*, où « faire lien » avec les vivants de la Toile serait plus important que de célébrer le mort. Aujourd'hui, l'individu se doit à tout prix de perdurer dans le regard des autres. C'est par la présentation de soi (Goffman, 1974) et de son corps à travers ses publications, mais aussi de ses messages postés, qu'il tente d'attirer le regard de l'autre et de perdurer dans son esprit. Sur les réseaux sociaux, « faire acte de présence » (Casilli, 2010), actualiser son profil et prendre part aux débats s'impose alors comme une prérogative en vue de ne pas tomber dans l'oubli. Celui qui ne prendrait plus part aux discussions, qui n'actualiserait plus sa page personnelle, qui refuserait en somme d'intégrer le flux communicationnel de la Toile, n'existerait plus ; il serait comme mort, au même degré que le disparu qui ne communique plus. Sur les réseaux sociaux, l'invisibilité est donc suspecte et revient à ne pas exister du tout. C'est pourquoi l'individu se doit à tout prix de capter l'œil des autres Internautees pour confirmer sa propre existence. Ne pouvant prouver sa présence par son corps (comme il en aurait été le cas dans le monde réel), il ne peut se rappeler à la mémoire de ses pairs qu'en alimentant sa page personnelle, en communiquant avec eux, bref en faisant « vivre » son profil virtuel. Le cas échéant, il pourrait être considéré comme « un lien mort ». Les innovations technologiques ont donc transformé les modalités de l'être ensemble, ouvrant sur une nouvelle culture basée sur la visibilité permanente (Dilmaç, 2015). La mobilisation de la forme narrative « R.I.P. » s'impose alors comme une pratique symbolique qui permet aux individus de renforcer leurs liens d'appartenance à la culture numérique, comme membres d'une communauté imaginée (Anderson, 1991). En publiant cette formule, les individus laissent « des traces de corps qui attestent d'une présence » (Casilli, 2010, p. 124) et qui s'adresse plus aux vivants qui pourront juger cet acte et l'apprécier, qu'à la personne défunte. D'ailleurs, aujourd'hui, connaître le mort ou même ses proches ne serait plus une condition pour participer aux rituels funéraires numériques : il est dorénavant courant que des inconnus s'associent aux hommages d'un individu lambda ou même d'une célébrité par la formule « R.I.P. » par exemple alors qu'ils ne les connaissaient pas personnellement (Klastrup, 2015).

Si l'utilité de ces rituels funéraires numériques dans le travail de deuil ne peut être niée, il nous faut de même évoquer les problèmes que ces derniers sont susceptibles d'engendrer. Tout d'abord, comme nous l'avons vu, si certains proches érigent des tombes virtuelles au nom de leur défunt et tentent de les contrôler en y limitant l'accès au public, il n'est pas rare de constater que certaines sépultures viennent à être virtuellement « profanées ». Il en est de même pour les messages haineux postés sur les réseaux sociaux en même temps que les hommages « R.I.P. » qui viennent souiller la mémoire du disparu. On constate alors qu'une certaine continuité existe entre les lieux de culte du monde hors ligne et ceux en ligne : le fait que les sépultures numériques soient victimes d'actes de vandalisme prouve que ces espaces sont porteurs d'une certaine sacralité que certains souhaitent violer. Cependant, outre cette similarité entre les lieux de recueillement des deux mondes, on constate que l'approche des individus face à la mort et à son culte peut diverger : ainsi, comme l'affirme Eliade (2010) les cimetières traditionnels sont des espaces qui conservent perpétuellement leur caractère sacré, et ce, même si aucune activité rituelle n'y est accomplie. Sur les réseaux sociaux, l'approche est différente, car la vie reprend rapidement le dessus : l'« omniprésence d'images et d'écrans, de flux sensoriels et informationnels continus » (Haroche, 2011, p. 82) fait alors vite oublier les messages d'hommages qui laissent place à d'autres, plus actuels, plus instantanés. Ainsi, le partage de l'image du défunt sur Internet visant à prolonger sa présence pour éviter qu'il ne tombe dans l'oubli peut parfois engendrer un effet non escompté, comme celui de la disparition totale de la trace du mort dans les incessants flux communicationnels. De plus, si le deuil peut être communiqué au plus grand nombre, la profanation virtuelle de la mémoire est elle aussi visible par tous.

Dans d'autres cas, ce sont les profils laissés sans surveillance des trépassés qui sont victimes de dégradation, l'image du défunt pouvant être détournée, moquée, ou même réutilisée à son insu. Les problèmes liés à la difficulté de contrôler le destin des images une fois la mort survenue se doivent aussi d'être évoqués : beaucoup de familles de victimes ressentent notamment un profond désarroi lorsqu'il leur est impossible de supprimer les données numériques de leur défunt, *data* qui sont condamnées à « errer » sur la Toile. Ces informations personnelles qui continuent à être référencées sur Internet s'exposent alors à d'éventuels détournements ou à des utilisations abusives (Dilmaç, 2016b).

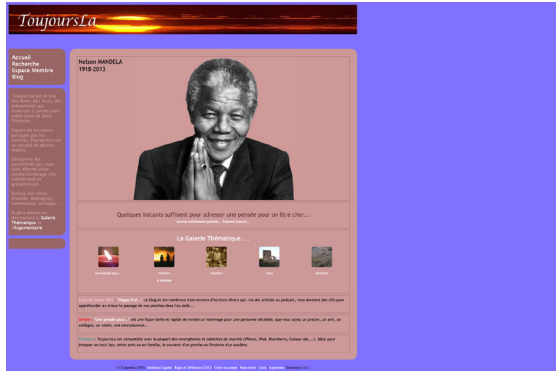
En outre, si la présence post-mortem des défunts peut être souhaitée par certains et facilite le travail de deuil, on peut aussi se demander si d'autres personnes ne pâtiraient pas de cette survisibilité morbide. En effet, dans certains cas, les internautes sont face à des échanges d'hommages funéraires qui ne les concernent pas. Spectateurs d'un échange de discours mortuaire auquel ils n'ont pas souhaité prendre part, ils sont alors impliqués

malgré eux dans des interactions menées par des endeuillés, venus célébrer le décès d'une connaissance commune. Cette situation particulière où le regardant est un témoin involontaire et passif des derniers honneurs est d'ailleurs propre aux réseaux sociaux, « monde [...] où le regard est sans cesse sollicité, entraîné, happé » (Rosenbaum, 1998, p. 29). La distanciation, toute aussi inhérente aux rituels funéraires que l'engagement (Piette, 1992), et qui permet aux participants de se retirer de la cérémonie solennelle quand ils le désirent est alors moins aisée dans les espaces numériques : sur la Toile, les Internaute peuvent être soumis à la visibilité publique de la souffrance intime d'un tiers, sans y avoir été conviés. L'image du mort ou les messages « R.I.P. » par exemple peuvent ainsi « jaillir » des réseaux sociaux et faire du spectateur un intrus qui pénètre dans un espace numérique sacré. Ainsi, si les rites funéraires sur le Web peuvent s'avérer être un moyen de communiquer son deuil, ces pratiques suscitent aussi quelques fois la gêne. Comme l'a rapporté un jeune adulte au journal *Le Monde* (Untersinger, 2014), interrogé sur le recueillement sur Facebook : « Je suis contre les pages d'hommages que l'on peut trouver sur les réseaux sociaux, contre ce voyeurisme funèbre contre-productif dans une situation de deuil » Romain (25 ans).

Que dire enfin des internautes qui préfèrent vivre leur deuil à travers l'oubli et dont la rupture définitive avec le défunt et son image est pour eux indispensable pour continuer à vivre ? Le rappel du trépas à l'heure de l'anniversaire de la mort par les réseaux sociaux, tels que Facebook, peut ainsi s'avérer incommode pour certains internautes.

Par conséquent, on constate que la mort ainsi que les cérémonies funéraires, loin d'avoir disparu des regards, ont intégré les nouvelles technologies. Dès lors, les espaces numériques s'imposent aujourd'hui comme des plateformes où se « dit » et se pleure le trépas : les rituels funéraires qui permettent d'encadrer la mort et de rendre un dernier hommage aux défunts se sont multipliés sur la Toile, faisant de cet espace un véritable lieu de culte. Nous pouvons alors parler d'une transposition des rites vers le Net. Cependant, il est indéniable que les dispositifs proposés dans les espaces numériques ont aussi engendré d'autres manières de « faire » et de « vivre » le deuil, pratiques venant s'ajouter aux ritualités traditionnelles : diverses possibilités sont offertes sur Internet en vue de maintenir la présence des disparus (Jones, 2004), de prolonger en quelque sorte leur existence et ainsi de leur conférer un semblant d'immortalité (Figure 7).

Figure 7: Le site ToujoursLa permet aux familles de créer une page dédiée à leurs proches décédés. Le nom du site est évocateur puisqu'il souligne la volonté de les immortaliser



Source : <https://www.toujoursla.com/>

Or, comme nous l'avons vu, ces rituels relatifs à la mort sont « performés » dans un espace où les normes sociales et comportementales sont loin d'être clairement définies, ce qui facilite la porosité des frontières entre le sacré et le profane. Cette anomie engendre alors des situations paradoxales comme celle de répondre à l'annonce solennelle du deuil par l'acronyme informel « R.I.P. ». Cette formulation des hommages représente à nos yeux une nouvelle forme narrative permettant de communiquer avec les autres endeuillés. Celle-ci peut être analysée sous trois angles : elle vise la *liaison* avec le mort et avec ceux venus le saluer, mais aussi les *liaisons* avec les vivants, car par sa réponse, l'individu fait acte de présence et signifie sa solidarité avec le groupe. Or, cet acronyme peut aussi être perçu comme une *déliation* face à la mort et au protocole rituel qui l'entoure : en mobilisant cette simple formule préfabriquée, la personne s'exonère des obligations plus formelles qui autrefois contraignaient les endeuillés. Cependant, l'emploi de cette forme narrative ne doit pas être interprété comme un acte déviant en soi car il correspond aux modalités interactionnelles souples des espaces numériques, mais aussi à la montée de l'informel du monde contemporain.

Conclusion

Dans cet article, il s'agissait pour nous tout d'abord d'évoquer les travaux en sciences sociales traitant de la mort et des rituels funéraires traditionnels. Nous avons vu que le processus de deuil s'impose comme essentiel pour la survie du groupe des endeuillés qui se doivent, pour pouvoir dépasser cette rupture et retrouver une certaine stabilité, de marquer la séparation avec leur proche défunt. Cette dernière est rendue possible par la pratique de rituels, actes

codifiés intégrant les acteurs dans une théâtralité visant à « tuer le mort ». Ainsi, si la dimension subjective de ces ritualités ne peut être niée, il nous faut également souligner leur dimension (et nécessité) sociale et collective. Cependant, on constate que certains auteurs, et plus particulièrement depuis les années 70, ont évoqué une disparition de la mort et un effacement des rituels qui y sont liés : ces derniers n'auraient plus leur place dans un monde marchandisé, urbanisé, prônant la flexibilité et le désengagement. Néanmoins, malgré ces travaux, on voit aujourd'hui se développer de nouveaux types de commémorations, et notamment sur Internet. Des cimetières virtuels aux pages dédiées aux défunts, en passant par l'utilisation du terme R.I.P., de nombreux dispositifs semblent avoir pris forme pour permettre aux individus de dire et de faire leur deuil. Or, ces nouvelles ritualités, combinées aux modalités de l'espace numérique, ne sont pas sans poser quelques problèmes : la perte de contrôle des images des trépassés ou l'intégration des traces des disparus dans un monde célébrant de manière effrénée la vie représentent deux problématiques fondamentales discutées dans cet article. Cependant, nul ne peut nier que ces nouvelles ritualités constituent encore et toujours des pratiques qui permettent aux vivants d'entretenir un lien avec leurs morts.

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.

Bibliographie

Ahmed, S. A., Sara. (2013). The Cultural Politics of Emotion: Tenth Anniversary Edition. New York: Routledge.

Anderson, B. R. O. (1991). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Verso.

Ariès, P. (2014). Essais sur l'histoire de la mort en Occident: Du Moyen Âge à nos jours. Seuil.

Bacqué, M.-F. (1992). Le Deuil à vivre. Paris: Odele Jacob. Cairn.info.

- Bacqué, M.-F. (2002). Vers une mondialisation des rites funéraires? *Études sur la mort*, 121, 85–95.
- Bacqué, M.-F. (2008). L'annonce de la mort. *Études sur la mort*, 134, 99–104.
- Baudry, P. (1999). *La Place des morts: Enjeux et Rites*. Paris: Armand Colin.
- Baudry, P. (2010). Mutations des rites funéraires. *Transversalités*, 115, 111–121.
- Berruyer-Lamoine, B. (2011). Le temps du passage. *Temps psychique, temps du rite. Imaginaire & Inconscient*, 28, 143–157.
- Bourdaloie, H. (2015). Usages des dispositifs socionumériques et communication avec les morts: D'une reconfiguration des rites funéraires. *Questions de Communication*, 101–125.
- Breton, P. (2000). *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?* Paris: La Découverte.
- Brubaker, J. R., & Hayes, G. R. (2011). "We will never forget you [online]": An empirical investigation of post-mortem myspace comments. *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 123–132. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery.
- Brubaker, J. R., Hayes, G. R., & Dourish, P. (2013). Beyond the Grave: Facebook as a Site for the Expansion of Death and Mourning. *The Information Society*, 29, 152–163.
- Brun, V., & Bourdaloie, H. (2022). Quand le numérique matérialise le défunt: Les données post-mortem dans le processus de deuil. *Études sur la mort*, 157, 27–40. Cairn.info.
- Carroll, B., & Landry, K. (2010). Logging On and Letting Out: Using Online Social Networks to Grieve and to Mourn. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30, 341–349.
- Casilli, A. A. (2010). *Les Liaisons numériques: Vers une nouvelle sociabilité?* Paris: Seuil.
- Castra, M. (2003). *Bien mourir: Sociologie des soins palliatifs*. Paris: Presses universitaires de France.
- Charlier, P. (2015). La mort chez les Parsis de Bombay. Impureté et transcendance. *Communications*, 97, 107–115.
- Charrier, P., Clavandier, G., Berthod, M.-A., Julier-Costes, M., Pagnamenta, V., & Pillonel, A. (2023). Entre possibilités et impossibilités : Des trajectoires de deuil plurielles durant la pandémie de COVID-19. *Études Sur La Mort*, no 159, 51–72.
- Clavandier, G. (2009a). La crémation: Des pratiques singulières à l'élaboration d'un cadre de référence: *Études Sur La Mort*, no 132, 65–86.

- Clavandier, G. (2009b). *Sociologie de la mort: Vivre et mourir dans la société contemporaine*. Paris: Colin.
- Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.P. & Marchioli A. (2015). Les médias sociaux, régulateurs d'émotions collectives. *Hermès, La Revue*, vol. 71, no 1, 287–292.
- de Vries, B., & Rutherford, J. (2004). Memorializing Loved Ones on the World Wide Web. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 49, 5–26.
- Déchaux, J. (2004). La mort n'est jamais familière. Propositions pour dépasser le paradigme du déni social. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/La-mort-n%27est-jamais-famili%C3%A8re.-Propositions-pour-D%C3%A9chaux/c90ee6657e348874b993eac2ce990146c5379242>
- Déchaux, J.-H. (1997). *Le souvenir des morts: Essai sur le lien de filiation*. Presses universitaires de France.
- Déchaux, J.-H. (2001). La mort dans les sociétés modernes: La thèse de Norbert Elias à l'épreuve: *L'Année Sociologique*, Vol. 51, 161–183.
- Dilmaç, J. A. (2015). Représentation et mise en scène de soi sur Internet: De la recherche de reconnaissance au risque d'humiliation. In T. Zetlaoui (Ed.), *Histoires de l'Internet* (pp. 129–144). L'Harmattan.
- Dilmaç, J. A. (2016a). « Les mutations du regard: Spectacles et spectateurs à l'ère d'Internet ». In *D'un écran à l'autre, les mutations du spectateur* (pp. 123–137). Paris: L'Harmattan.
- Dilmaç, J. A. (2016b). Mort et mise à mort sur internet. *Études sur la mort*, 150, 151–173. Cairn.info.
- Dilmaç, J. A. (2018a). Martyrs Never Die: Virtual Immortality of Turkish Soldiers. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 78, 161–177.
- Dilmaç, J. A. (2018b). The New Forms of Mourning: Loss and Exhibition of the Death on the Internet. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 77, 280–295.
- Durkheim, É. (1991). *Les formes élémentaires de la vie religieuse: Le système totémique en Australie* (M. Maffesoli, Ed.). Paris: Librairie Générale Française.
- Eliade, M. (2010). *Le sacré et le profane*. Paris: Gallimard.
- Elias, N. (2002). *La solitude des mourants*. Pocket.
- Esquerre, A., & Truc, G. (2011). Les morts, leurs lieux et leurs liens. *Raisons politiques*, 41, 5–11.
- Florea, M.-L. (2018). Les mémoriaux numériques. *Semen*, no 45, 53–86.
- Forman, A. E., Kern, R., & Gil-Egui, G. (2012). Death and mourning as sources of community participation in online social networks: R.I.P. pages in Facebook. *First Monday*.

- FranceInter (2023). Toussaint : de plus en plus de Français optent pour la crémation, (Accédé le 12/05/2024), <https://www.radiofrance.fr/franceinter/toussaint-de-plus-en-plus-de-francais-optent-pour-la-cremation-5186352>.
- Gamba, F. (2007). Rituels postmodernes d'immortalité: Les cimetières virtuels comme technologie de la mémoire vivante: *Sociétés*, n° 97, 109–123.
- Gamba, F. (2016). Mémoire et immortalité aux temps du numérique: L'enjeu de nouveaux rituels de commémoration. Paris: L'Harmattan.
- Girard, R. (1993). *La violence et le sacré* (Nouv. tir). Paris: Grasset.
- Goffman, E. (1974). *Les Rites d'interaction*. Paris: Ed. de Minuit.
- Gorer, G. (1995). *Ni pleurs, ni couronne: Précédé de Pornographie de la mort*. E.P.E.L.
- Hardy, L. (2011). Du rite aux cérémonies: Prégnance du modèle religieux. *Études sur la mort*, 140, 63–79.
- Haroche, C. (2008). *L'avenir du sensible: Les sens et les sentiments en question*. Paris: Presses universitaires de France.
- Haroche, C. (2011). L'invisibilité interdite. In *Sociologie clinique. Les tyrannies de la visibilité* (pp. 77–102). Toulouse: Érès.
- Hertz, R. (1905). Contribution à une étude sur la représentation collective de la mort. *L'Année Sociologique*, 10, 48–137.
- Hiernaux, J.-P., Vandendorpe, F., & Legros, E. (2000). Deux générations face à la mort, acteurs de recompositions symboliques contemporaines. *Recherches Sociologiques*, 1, 111–122.
- Jorgensen-Earp, C. R., & Lanzilotti, L. A. (1998). Public memory and private grief: The construction of shrines at the sites of public tragedy. *Quarterly Journal of Speech*, 84, 150–170.
- Julliard, V., & Quemener, N. (2018). Garder les morts vivants. Dispositifs, pratiques, hommages. *Réseaux*, 210, 9–20.
- Kareh Tager D. (2004). « Le grand départ. Rituels d'accompagnements dans les traditions religieuses ». In *La Mort et l'immortalité, Encyclopédie des savoirs et des croyances* (273–286). Paris: Bayard.
- Klastrup, L. (2015). "I didn't know her, but...": Parasocial mourning of mediated deaths on Facebook RIP pages. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 21, 146–164.
- Kuipou, R. (2015). Le culte des crânes chez les Bamiléké de l'ouest du Cameroun. *Communications*, 97, 93–105.
- Lardellier, P. (2013). Introduction. *Ritualités numériques. Les Cahiers du numérique*, 9, 9–14.

- Le Guay, D. (2008). Représentation actuelle de la mort dans nos sociétés: Les différents moyens de l'occulter. *Études sur la mort*, 134, 115–123.
- Mauss, M. (1921). *L'expression obligatoire des sentiments*, Œuvres, 3, Paris: Éditions de Minuit, 1969, 269–278.
- Metcalfe, P., & Huntington, R. (1991). *Celebrations of Death: The Anthropology of Mortuary Ritual* (2nd edition). Cambridge England ; New York: Cambridge University Press.
- Morin, E. (1976). *L'homme et la mort*. Paris: Seuil.
- Pène, S. (2011). Facebook mort ou vif: Deuils intimes et causes communes. *Questions de Communication*, 91–112.
- Peruchon, M. (1997). *Rites de vie, rites de mort: Les pratiques rituelles et leurs pouvoirs, une approche transculturelle*. Paris: ESF Editeur.
- Piette, A. (1992). Les rituels: Du principe d'ordre à la logique paradoxale. *Points de repères théoriques. Cahiers Internationaux de Sociologie*, 92, 163–179.
- Pitsillides, S., Katsikides S. & Conreen (2009). Digital death. IFIP WG9.5 "Virtuality and Society" International Workshop, Athènes.
- Pons, C. (2002). *Le spectre et le voyant: Les échanges entre morts et vivants en Islande*. Presses Paris Sorbonne.
- Quilliot, R. (2000). *Qu'est-ce que la mort?* Paris: Colin.
- Rabatel, A. & Florea, M. (2011). Re-présentations de la mort dans les médias d'information. *Questions de communication*, 19, 7–28.
- Rivière, C. (1995). *Les rites profanes*. Paris: PUF.
- Roberge, M. (2018). Pratiques commémoratives de jeunes en deuil. *Frontières*, 29.
- Roberts, P. (2004). The Living and the Dead: Community in the Virtual Cemetery. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 49, 57–76.
- Roberts, P., & Vidal, L. A. (2000). Perpetual Care in Cyberspace: A Portrait of Memorials on the Web. *OMEGA - Journal of Death and Dying*, 40, 521–545.
- Rosenbaum, A. (1998). Le devoir de regard. *Communication & Langages*, 117, 28–34.
- Santino, J. (2006). *Spontaneous Shrines and the Public Memorialization of Death*. New York, N.Y.: Palgrave Macmillan.
- Segalen, M. (2017). Chapitre 2. La question des rites de passage. In *Cursus: Vol. 3e éd. Rites et rituels contemporains* (pp. 41–70). Paris: Armand Colin.
- Séguy, I. (1993). Compte rendu de Thomas (Louis-Vincent), *La mort en question. Traces de mort, mort des traces*. *Population*, 48, 1116–1118.

- Thomas, L.-V. (1985). Rites de mort: Pour la paix des vivants. Paris: Fayard.
- Thomas, L.-V. (2010). Anthropologie de la mort. Paris: Payot.
- Turner, V. W. (1982). From ritual to theatre: The human seriousness of play. New York: Performing Arts Journal Publications.
- Urbain, J.-D. (1989). L'archipel des morts: Le sentiment de la mort et les dérives de la mémoire dans les cimetières d'Occident. Paris: Plon.
- Untersinger, M. (2014). « Après sa mort, son profil Facebook est devenu un véritable lieu de recueillement », *Le Monde*, Publié le 19 Mai 2014.
- Walter, T. (1991). Modern Death: Taboo or not Taboo? *Sociology*, 25, 293–310.
- Walter, T. (2011). Angels not souls: Popular religion in the online mourning for British celebrity Jade Goody. *Religion*, 41, 29–51.
- Wrona, A. (2011). La vie des morts: Jesuismort.com, entre biographie et nécrologie. *Questions de communication*, 73–90.

Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" Bağlamında Coca Cola İçin Oluşturulan Youtube Videolarının Betimsel Analizi

Gülşah SARIYILDIZ

Doktora Öğrencisi
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Reklamcılık Bölümü
gulsahsariyildiz@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0992-2944

Hümeyra USLU CİRCİR

Öğretim Görevlisi
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Meram MYO, Tasarım Bölümü
humeorauslu@erbakan.edu.tr
ORCID: 0000-0003-2709-4548

Abstract

In the Context of Guy Debord's "Society of the Spectacle" : A Semiotic Investigation of YouTube Videos Created for Coca-Cola

In the Postmodern era, where social dynamics change, it is possible to talk about a new form of communication and acculturation in which social media plays a role. This new culture points to Guy Debord's 'Society of the Spectacle', where the media manipulate daily life, individuals become passive, and consumption is the primary factor in directing society. In this study, Guy Debord's 'Society of the Spectacle' has been processed through a different brand as a theoretical framework. The study aims to examine postmodern consumption concepts in the context of the 'Society of the Spectacle' through YouTube videos created for Coca-Cola and to show that brands are significantly dependent on tools of the society of the spectacle in presenting objects that are not of vital importance as if they were essential needs and in producing consumption. The study examined the "33 Amazing Life Tips" videos created on YouTube for Coca-Cola

with the descriptive analysis method over 15 examples. The study tried to show the context between brands and the society of spectacle by questioning the transformative relationship between Coca-Cola, the iconic object of postmodernism, YouTube narratives, and the spectacle.

keywords: Guy Debord, society of the spectacle, postmodern consumption, YouTube, Coca Cola

Résumé

Dans le cadre de la "Société du spectacle" de Guy Debord : enquête sémiologique sur les vidéos YouTube créées pour Coca-Cola

Une nouvelle communication culturelle émerge à l'ère postmoderne où les dynamiques sociales changent. Cette nouvelle culture, dans laquelle les médias sociaux jouent un rôle, n'est pas sans rappeler la « Société du spectacle » de Guy Debord, où les médias sont manipulés, l'individu pacifié et la consommation considérée comme élément principal. Dans cette étude, le concept de « Société du spectacle » de Guy Debord est discuté dans un cadre théorique. Le but de l'étude est d'examiner le concept de consommation postmoderne dans le contexte de la « Société du spectacle » de Guy Debord à travers des vidéos YouTube préparées par Coca Cola. Un autre objectif de la recherche est de déterminer le rôle des nouveaux médias dans l'augmentation de la consommation, en présentant des objets insignifiants comme des besoins. Dans l'étude, les vidéos « 33 Amazing Life Tips » sur YouTube pour la marque Coca Cola ont été analysées avec la méthode d'analyse descriptive sur 15 exemples. Dans le cadre de cette étude, nous avons tenté de contextualiser les stories YouTube de Coca Cola, objet symbolique du postmodernisme, le phénomène du show, et la position de la marque face à ce phénomène.

mots-clés : Guy Debord, société du spectacle, consommation postmoderne, Youtube, Coca Cola

Öz

Toplumsal dinamiklerin bütünüyle değiştiği Postmodern dönemde sosyal medyanın başrol oynadığı yeni bir iletişim biçimi ve kültürleşmeden söz etmek mümkündür. Bu yeni kültür Guy Debord'un 'Gösteri Toplumu' kitabında gündelik hayatın medya ile manipüle edildiği, bireyin edilgenleştiği ve tüketimin toplumu yönlendirmede birincil etken olduğu 'Gösteri Toplumu' işaret etmektedir. Bu çalışmada, Guy Debord'un 'Gösteri Toplumu' kavramı teorik çerçeve olarak farklı bir marka üzerinden işlenmiştir. Çalışmanın amacı 'Gösteri Toplumu' bağlamında postmodern tüketim kavramını Coca Cola için oluşturulan Youtube

videoları üzerinden irdelemek, markaların yaşamsal bir önemi olmayan nesnelere, ihtiyaçmış gibi sunulmasında ve tüketimin üretilmesinde Gösteri Toplumu araçlarına ne ölçüde bağlı olduğunu göstermektedir. Çalışmada Coca Cola için Youtube'da oluşturulan "33 Muhteşem Yaşam Tüyosu" videoları 15 örnek üzerinden betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Çalışma ile postmodernizmin ikonik nesnesi Coca Cola Youtube anlatıları ve gösteri olgusu arasındaki dönüştürücü ilişki sorgulanarak markalar ve Gösteri Toplumu arasındaki bağlam gösterilmeye çalışılmıştır.

anahtar kelimeler: *Guy Debord, gösteri toplumu, postmodern tüketim, Youtube, Coca Cola*

Giriş

Tüm dünyada sosyal yaşam, yapay ihtiyaçlar ve seyirlik imajların baskın hale geldiği tüketim merkezli 'Gösteri Toplumu'na doğru evrilmektedir. Seyir, meta, imaj ve tüketim üzerine kurulu Gösteri Toplumu'nun amacı, para, eğlence ve şöhret ile kitlelerin başını döndürerek boş zamanların tüketim fikri ile doldurulmasıdır. Günümüzde gösteri ve metanın güç kaybetmek yerine, yeni medyanın cemaatleri olarak adlandırılan Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp ve YouTube gibi sosyal ağlarda varlığını genişleterek gücüne güç kattığı söylenebilir. Bu mecralarda kullanıcılar iletişimin öznesi olarak görülse de arka planda pazarlama sisteminin birer nesnesi konumundadır. Yabancılaşmanın, doğrudan yaşanan her şeyin bir temsile dönüştüğü sistemde gösterinin kendisi, bireyleri her gün post-modern dünyanın cezbedici kavramları olan mutluluk ve özgürlük sloganlarıyla kendisine çağırılmaktadır.

Herkesin gösterinin bir yapımcısı ve yönetmeni olduğu ortamda roller iç içe geçerek üretici ve tüketici aynı kişi haline gelmektedir (Aydın, 2020, s. 2585). Gösterinin uzantısı bu mecralarda bireyler kendilerine empoze edilenleri kapitalist üretim şeklinin gerektirdiği disiplin ve uysallıkla içselleştirmekte ve gönüllülük esasına göre uygulamaktadır (Foucault, 2011, s. 14). Burada asıl soru başrolü oynayan mecraların diğer bir ifade ile iletişim araçlarının "bize" ne yaptığı ve toplumu ne yönde dönüştürdüğüyle ilgili olmaktadır.

Bu noktada iletişim araçlarının biçimlendirdiği yaşantı toplumunu, Gösteri Toplumu olarak kavramsallaştıran Debord, teziyle sosyal bilimler alanına yeni bir bakış açısı kazandırmıştır (Bayram, 2015, s. 244). Debord'un kavramsallaştırmasına göre gösteri, güçlü markalar aracılığıyla zihinlerin maniple edildiği, eleştirel düşünceden uzaklaşmış pasif, edilgen, kontrol edilen ve yönetilen tüketicilerden oluşmuş bir bilinç endüstrisi yaratma faaliyetidir. Gösterinin lokomotifi her şeyin yerine geçen yanılmalı metalardır. Meta ile yakın ilişkisi bulunan ve temelde Gösteri Toplumu'nun doğmasına neden olan kapitalizm ise tüketim ve pazarlama etkinlikleri için itici güçtür. Kapitalist sistem kültür, dil ve kimliği yeni bir forma sokan gösteriyi, her yerde insanların yaşamlarına entegre edebilmekte reklamlar ve medya yoluyla daha çok tüketmeyi özendirerek toplumu istenilen yönde disipline etmeye çalışmaktadır.

Kurulu sistemi besleyen ve giderek artan meta bolluğunu eritme fonksiyonunu üstlenen reklamlar sürecin en güçlü müttefikidir. Reklamlar kişilerde 'yoksunluk' duygusunu manipüle ederek geçici ve asla tatmin edilmeyen çözümler sunmakta "insan gördüğünü alır, gördüğüne karşı bir ihtiyaç geliştirir" anlayışından hareketle tüketicinin zihninde bu ihtiyacın oluşmasına yardımcı olacak yeni görseller ve metinler üretmektedir (Kök, 2021). Teknoendüstriyel gelişmelerin bir sonucu olarak pazarlama ve reklam alanında hayata geçirilen son teknikler -özellikle dijital medya uygulamaları- tüketici ile etkileşimin arttığı ve hız kazandığı yeni pazarlama alanları olarak kabul edilmektedir. Gösteri bu yolla arzu ettiği kitleleri (alışverişkolik, sosyal medya bağımlısı, edilgen, telkine açık vs.) kolayca üretmekte tüketimi bir yaşam kültürü, bir ideoloji olarak sunabilmektedir.

Süreç, moda ve gençlik dergileri, reklamlar, sosyal medyada paylaşılan içerikler, televizyonda yayınlanan diziler ve programlar üzerinden var olmakta adı geçen mecralar, bireylerin çeşitli tüketim alternatiflerini öğrendikleri, farklı hayat tarzları ve tüketim şekilleri ile ilgili bilgi elde ettikleri önemli araçlar olmaktadır (Yamanoğlu, 2010, s. 58). Gösteri, günümüzde Postmodern dönemin bir sonucu olarak internet ve sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla yeni medya alanlarında kendine açıktan bir yer bularak hem sadık müşterileri korumak hem bağlı yeni müşterilere sahip olabilmek için eğlence ve etkileşim üzerine kurulu interaktif pazarlama uygulamalarını tercih etmektedir.

Bazen açıktan bazen örtülü gösteriyle işbirliği kuran markalar, yeni model içerikler ile (eğlence, deney ya da oyun) tüketicinin "reklam yapıyor" algısını kırarken ürünün gerçek fonksiyonlarına ikinci bir anlam kazandırmaktadır. Bu aynı zamanda tüketicide keşif duygusunu tetiklerken yayılma garantili sonuçlar doğurmakta zaman ve keşif duygusu metalaşmaktadır. Özellikle sosyal medya kullanıcıları açısından beğenilmenin ve izlenmenin normalleştiği hatta haz verici bir durum haline geldiği düşünüldüğünde gösteriyle yakın temas kuran markaların giderek güçlendiği kitlelerin kontrol ve yönlendirilmelerinin kolaylaştığı görülmektedir. Postenformasyon çağıının belirleyicisi olarak internet, içinde barındırdığı temel nitelikleriyle etkileşimli bir iletişim sürecinin doğuşunu sağlamakta etkileşimde bulunan bireyler arasında kolay ve serbest bir şekilde yanıt alma olanağına kavuşulmaktadır (Yılmaz ve Uzunçelebi, 2015, s. 22).

Dünya genelinde toplulukları, günden güne bir ağ toplumuna dönüştüren ve milyonlarca insanın kısa sürede etkileşimine olanak sağlayan internet, bireyin tüm eylemlerinde hızlı ve radikal değişimler yaratabilmektedir. Dolayısıyla interaktif ortamda sayıları giderek artan Postmodern tüketiciler, internetle güç kazanan gösteri kurgularına ve etkinliklerine birebir dahil olabilmektedir. Bu durum, denetimi sürekli hale getirmek isteyen iktidarlar ve global şirketlerin toplumsal bağlamda rızayı inşa etmesini kolaylaştırmakta iletişim teknolojileri ile ivme kazananan Gösteri Toplumunu güçlendirmektedir. Böylece markaların içerik ve söylemleri bağlamında "görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür" anlayışı emeğine yabancılaşmış bu durumu yine kendi arzusuyla yaratmış tüketim endüstrisinin bedava

işçileri haline gelen, bilinci körleşmiş tek boyutlu insan topluluklarını yaratmaktadır. Gösteri, kökleri insanın zaafına dayanan dönüştürücü bir yanılsama paradigmasıdır. İdeolojiktir, evrenseldir ve bitmez bir döngüde kendini var etmesini sürdürmektedir.

Literatür Özeti

Guy Debord'un Gösteri Toplumu ve Gösteri Tanımı

20. Yüzyıldan itibaren gelişen teknolojilerle birlikte yazının yerini görsel kültürün almaya başlaması tüketim ve gösteri ile birleşen kendi simgesel düzeni içinde anlam kazanan görüntü merkezli bir kültür yaratmıştır (Çakır, 2009, s. 79). Nesnelerin, imge, simülasyon ve temsilleriyle var olduğu somut gerçekliğin yerini göstergelerin aldığı bu yeni kültür düzeni Gösteri Toplumdur

Gösteri Toplumu kavramsallaştırmasını ilk kez gündeme getiren Fransız Marksist filozof, yazar ve sinemacı Guy Debord'tur. Debord gösteriye ilişkin dönüşüm noktası niteliğindeki 221 tezden oluşan analizini (La Societe du Spectacle) 1967 yılında yayınlamıştır. Debord'a (1967) göre gösteri, toplumun tam merkezinde yer alan sonsuz bir şekilde her alanı kapsayan ve ana amacı mevcut sistemin akıldışılığını akılcılaştırma olan bir olumluluk halidir. Marx'ın yabancılaşma teorisine dayanan gösteri, toplumsal dünya pasif, yarı görsel ve meta merkezli ilişkiyi tanımlamaktadır (Kaplan, 2012, s. 457). Gösterinin normalleştiği, kanıksandığı ve yaşam biçimine dönüştüğü toplumlar Gösteri Toplumu olarak tanımlanmaktadır. Debord Gösteri Toplumu'nda yabancılaşma, medyanın gücü, kapitalizm, manipüle edilen birey ve toplumu yeniden tanımlayarak modern üretim koşullarının devasa bir gösteri birikimi yarattığının altını çizmektedir.

Gösteri ilkesel olarak insanlardan akıldışılığın koşulsuz ve edilgen bir tutum ile kabulleniş göstermesini beklemektedir (Debord, 1967, s. 16). Gösteri, nesnelleşmiş bir toplumsal dünya tanımlaması yapar, bu dünyada bireyler özgürleşmiş politik aktörler değil kolektif bir bilinçdışına sahip edilgen seyircilerdir (Lyu, 2023). Temelde üretilen gerçeklik ile temel gerçeklik arasındaki sınırların ortadan kalktığı, 'gerçekliğin yitimi, yok oluşu' anlamına gelen gösteri, kişiler arasında var olan ve imajların dolaşımından geçen bir toplumsal ilişkidir (Bayram, 2015, s. 245). Güçlü medya kültürleri yoluyla gerçeğin imajda erimesi ve gerçeğin sadece 'görüntüsel' olarak var olması şeklinde karakterize edilebilir.

Gösteri Toplumu yapılanmasında tüm bireyler, "müşteri" olarak etiketlenen reklamlardan, medya ve tüketim hipnozundan kaçamayan, bedensel ve zihinsel sömürüye maruz kalan, edilgen ve yabancılaşmış insan formlarıdır. Gösteri düzeninde genelde medyanın özelde pazarlama ve reklamın maksadı gönüllü tüketiciler üretmektir. Tüketimin işlerliği için bir ürün ya da o ürünün imajının sunulduğu reklam mesajları bireyde yokluk, eksiklik ve ihtiyaç duygusu yaratmak için dizayn edilmektedir (Şahin, 2014). Debord'un eleştirisi bu bağlam üzerine

kuruludur. Debord, tüketimin sanal bir gerçeklik yoluyla dayatıldığını ve bu dayatmaların son derece pratik yollarla bireylerin günlük hayatlarına sunulduğunu ifade etmektedir (Kaya, 2017, s. 819).

Bocock (2009) konuyla ilgili yeni bir tüketim kapitalizminin geliştiğini ve bu durumun çeşitli sorunlar doğurduğunu ve bu sorunlardan birinin de tüketicinin satın aldığı ürün ile gerçek arasında olan bağlantısızlık olduğunu belirterek göstergeler ve sembollerin Baudrillard'ın "*hiper reel*" olarak tanımladığı satın alınan ürünlerin kişinin zihninde kurgulanan ürünle alakası olmayıp bir göstergeler ve semboller alanına dönüştüğünü ifade etmektedir (Bocock, 2009, s. 117). Gösteri ve onun metaları ideolojiktir, hedef odaklıdır, yanılsamalı anlamlandırmalar bütünüdür. Görevi nesne ya da olaylara gerçek anlamlarının dışında yapay anlamlar yükleyerek gerçekmiş gibi sunmaktır.

Özellikle son yıllarda kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve ileri teknolojilerin yaygın olarak kullanılmasıyla gösterinin yükselişinin devam ettiği görülmektedir. Bu anlamda gösterinin her an her yerde olması nedeniyle gösteri tarafından kuşatıldığını fark etmeyen birey, kimlik, eğlence, istek ve boş zamanın metalaştığını görememektedir. Dolayısıyla gündelik hayat, boş zamanların gösteri nesneleri tarafından istila edildiği 'bitmez bir şimdi' dünyası içinde sürekli bir tüketim hipnozu altında devam etmektedir. Gösteri, bir yönetme sanatıdır. Metaları, duyguları, düşünceleri ve eylemleri kualsızca yönetir. Toplumun, bireylerin ne düşündüğünün ya da neyi sevip tercih ettiğinin bir önemi yoktur. Bireyi yasalar da koruyamaz çünkü yasalar da mevcut gösterinin bir parçasıdır.

Gösteri Toplumu ve Meta İlişiselliği

Debord gösteri kavramını formüle ederken yabancılaşma, meta fetişizmi ve şeyleşme gibi tanımları kullanarak fikirlerini sağlam Marksist temeller üzerine inşa etmiştir (Kaplan, 2012, s. 459). Kapitalist servet toplumuna, meta fetişizmine, kitle iletişim araçlarıyla biçimlendirilen insanın sadece edilgen bir müşteri ya da tüketici olarak görülmesine karşı verilen mücadelenin kavramsallaştırması olan "Gösteri Toplumu", en başta meta kavramına dikkat çekmektedir.

Marks'a göre meta, soyut emeğin bir diğer ifade ile değer aldığı form, bir değer biçimi olarak ortaya çıkmaktadır (Marks'tan aktaran Yılmaz, 2019, s. 60). Gösterinin istenilen biçimde görünür kıldığı ve yaşanmış her şey üzerinde hâkim olan şey meta dünyasıdır (Debord, 1967, s. 13-25). Bu dünyada metalar meta olarak kalmamış bir göstergeye dönüşmüş, metanın değişim değeri, gösteri değeri ile yer değiştirmiştir. Bu yapılanmada pek çok meta, romantik yönelme, egzotik arzular, estetik beğeni, doyumsuz duygular vs. gibi iyi yaşam imgeleriyle ilişkili hale gelmiştir (Aytaç, 2006, s. 31). Bu noktada gösteri, aslında kapitalist toplumun meta fetişizminin diğer bir adı olmaktadır.

Yaşamın baskın modeli olan gösteri, bireysel olanı yok etmekte mevcut sistemin koşullarını ve hedeflerine hizmet etmektedir (Köse, 2010, s. 340-341; Goldmann, 2005, s.30; Kaplan, 2012). İnsan, zaman, kültür, toplum, duygular ve doğa metalaşarak gerçek anlamlarını yitirmiştir. Bu yönüyle meta hem soyut hem somut şeylerle toplumu tahakküm altına alan güçlü bir fetiştir, her şeyin üstünde var olan gerçeküstü bir yanılsamalar bütünüdür. Debord'a (1967) göre, her meta kendisi için savaşır, diğerlerini tanıyamaz ve her yerde kendini eşi benzeri yokmuş gibi dayatmaya çalışır. Gösterinin nihai amacı, meta'nın istenilen şekilde farklı bir gerçeklik kazandırılarak sunulması, sahte bir ihtiyaç güdüsü ile yaşamlara entegre edilmesi ve bu ihtiyaç sürekliliğinin sağlanmasıdır. Gösterinin toplumlara yerleşmesi ve ilerlemesi sınırsız meta tüketimine bağlıdır. Meta'nın bolluğu, gösterinin dolayısıyla kapitalizmin önemli sacayağıdır.

Gösteri, metanın ayakta kalma mücadelesinde metaya övgüler düzen, onu yapay ihtiyaçlarla vazgeçilmez şekilde sunan yegane desteği kitle iletişim araçları ve reklamlardan almaktadır. Bu doğrultuda 'Gösteri Toplumunun' gerçek tüketici ve gerçek meta kavramları kendi yarattıkları sanal dünyada sadece bir 'yanılsama' şeklinde var olur. Bu bir anlamda gerçekliğin sosyal inşâsıdır.

Berger ve Luckmann'ın (Berger ve Luckmann, 2008, s. 92) öngördüğü gibi birey ya da bireyler, sosyal etkileşimle oluşturdukları öznel anlamları ve roller şeklinde bizzat kendilerini dışsallaştırmalarıyla başlayan inşâ süreci, faaliyetlerin rutinleşmesi, tipleşmesi ve kurumlaşmasını müteakip nesnel bir karakter kazandırır ve bunların bir sonraki kuşak tarafından sosyalizasyon aracılığıyla içselleştirilmesi sonucu, tam anlamıyla bir sosyal dünya oluşturur (Balkız ve Öğüt, 2012, s. 47). Bu sebeple, meta ile kurulan ihtiyaç ilişkisi, gerçek değil manipüle edilmiş, üretilmiş yapay bir ilişkiler bütünü, yapay gerçekliğin aslında gösterinin yeniden inşâsı tesis edilmesidir.

Gösteri Kavramı ve Kitle İletişim Araçları

Gösteri toplumunda oyunun asıl aktörleri, kitle iletişim araçlarıdır. Günümüzde dijital teknolojiler özellikle sosyal medya araçları enformasyonun nesneleşmesinde, geçici ve anlık gösteriler haline gelmesinde en önemli bağlamı oluşturmaktadır.

Nesneler, ekranda görünmediği sürece 'yok-varlık'lardır. Görünmeyen şey'in yok kabul edilmesidir. İlişkiler bu araçsallık ve işlevsellik üzerine kuruludur, süreklilik ve sahicilikten yoksundur. Anlam ve varoluş kazanmaları için gösteri imgeleri yoluyla yeniden üretilmeleri gerekmektedir (Çakır, 2009, s. 83-84). İlginç ve sansasyonel biçimde sunulan medya içerikleri ile tüketiciye aynı metaları kullanarak farklı deneyimler yaşayacağı, eğleneceği, haz duyacağı, belli gruplara ait olacağı ya da sınıf atlayacağı türünden çekici vaatler sunulmakta, bu mesajlar ürünün gerçekleri önüne geçerek onun asıl özelliği ve karşıladığı gereksinim geri plana atılmaktadır. Burada amaç, ürüne duyulan arzuyu tetiklemek, yoğunlaştırmak

ve onu kaçırılmaması gereken bir fırsat deneyimi olarak göstererek, tüketiciyi 'gösteriye' hizmet eden eylem için hızlı şekilde yönlendirmektir. Kitle iletişim araçları, endüstrinin yakıtı rolündedir. Dolayısıyla ideolojik ve tek yönlü emirlerin iletimi şeklinde yapılan gösterinin kitle iletişim araçları ile her yerde olması, izleyicinin savunmasızlığını ve bilinçsizliğini artırmaktadır.

Ürün ve sunduğu faydalar, gerçeklik üzerinden değil kitle iletişim araçları yoluyla tasarlanmış bir kurgu zemininde çağrışım ve imalar yolu ile sunulmaktadır. Burada önemli nokta, aslında yaşamsal bir ihtiyaç duyulmayan nesnenin, ihtiyaçmış gibi sunulması ve ona duyulan ihtiyacın sürekli hale getirilmesidir. Gösterinin ekonomik hedefi, tüketicilerin zihninde onların isteği dışında yaratılması gereken arzulardır. Kitle iletişim araçları, pazarlama teknikleri ve reklamlar ortaklaşa bu arzuların yaratılmasında etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Reklam içerikleri 'daha iyiden daha fazlaya' bitmez bir döngüde yapay gereksinimleri kışkırtarak, bireyi böyle arzuları varmış gibi harekete geçirmekte gösteriyi beslemektedir. Bu yolla oluşturulan reklamların her yeni yalanı aynı zamanda bir önceki yalanın ikrarıdır. Gösterinin ebedi diye sunduğu şey değişim üzerine kurulur ve temeliyle birlikte değişmek zorundadır (Debord, 1967, s. 40).

Modern dönemden sonra gelen toplumsal, kültürel ve iktisadi pratikleri değiştiren Postmodernizm kökenleri Nietzsche ve Dada'ya uzanmakta olan nihilizm ve anarşizmden beslenen uzlaşmacı yanı olsa da aslında bir başkaldırı felsefesidir. En genel tanımıyla kapitalist kültürde ya da daha genel olarak Batı dünyasında yirminci yüzyılın son çeyreğinde, resim, edebiyat, mimari, vb. güzel sanatlar alanında özellikle de felsefe ve sosyolojide belirgin hale gelen hareket, akım veya yaklaşımdır (Cevizci, 1999, s. 23).

Postmodern Tüketim, Reklam ve Gösteri Toplumu

Tüketim, zaman içinde öğrenilebilen bir davranış biçimidir. Tüketim kültürü, kişinin iç dinamiklerinin yanı sıra içinde yaşanılan toplumun özellikleri ile şekillenmektedir. Toplum, Guy Debord'un, çerçevesini çizdiği 'Gösteri Toplumu' özelliklerine sahip ise tüketimi özendirir, telkin eder elindekilerle yetinen bireyi 'toplumdışı, geri kalmış veya yoksul' olmakla suçlayabilir. Gösteri Toplumunda kültür ve iletişimden kaçamayan, yanlış ihtiyaçların dayatılmasına maruz kalan ve sosyal dünyayı inşa eden kolektif pratikten kopan birey, şirketlerin sunduğu büyüleyici anlatıları tüketmeye indirgenmektedir (Kaplan, 2012, s. 458). Bu toplumsal yapıda bireyler reklamların denetimi altında tutularak sahte gereksinimlere ve sahte çözümlere inandırılır, her gün yenilenen deneyimlere çağrılarak bir meta fetişisti haline getirilir.

Bir reklam, "mesajların iletildiği, anlamların üretildiği iletişimsel bir ortamdır" (Elçi, 2012, s. 255). Bu yönüyle reklamlar sadece bir tüketim ideolojisi değil aynı zamanda tüketici kimliğiyle doyuma ulaşan, kendini sadece bu edimler yoluyla

gerçekleştiren ve kendi imgesiyle örtüşen “ben”in bir tasarımını sunar (Lefebvre, 2010, s. 104-105). Dolayısıyla insanlar reklamlar aracılığıyla sunulan metayı değil aynı zamanda tasarımla gerçek arasında kurulan bir anlam bağının kendisini de satın alır. Bu bağlamda reklamlar ile marka üzerinden yaratılan anlam ve semboller, bireyin kimlik ve yaratım sürecinde önemli bir belirleyicidir. Bu anlamda Postmodernizmle birlikte tüketim ve tüketici etkileşimi kavramı zorunlu ihtiyaçların ötesinde semboller, anlam, reklam ve gösteriyle bütünleşen çoğu defa trans haline benzer eksik bir süreç olarak yaşanmaktadır (Yıldırım, 2013, s. 7).

Ana hedef reklamlar yoluyla bireyin dikkatinin dağıtılması, mutluluğun tüketimde olduğu fikrinin empoze edilerek sadece yeni bir şeyler satın aldıklarında tatmin olacaklarına inandırmadır. Best ve Kellner’e (1998, s. 31) göre çağdaş kapitalizmin reklâm dünyası, kredi planları ve meta şölenleri doyum hedonizmi ve daha sonraları post-modern terimiyle özetlenecek olan yeni alışkanlıkların, kültürel biçimlerin ve hayat tarzlarının benimsenmesini teşvik etmektedir. Tüketim kültürünü öne çıkartan Postmodern dönemde, reklam ve pazarlama algısı karşılıklı etkileşimin olduğu yönlendirici, yaratıcı, aktif, subjektif ve esnek bir süreçtir. Postmodern döneme ait reklam pratiği, sadece bölgesel-fiziksel değil küresel-dijital etkileşimli bir ortam üzerine oturtulmuştur. Hatta ürün ve marka için oluşturulan reklam etkinlikleri, tüketicinin de yaratıcılık sürecine katıldığı ortaklaşa bir işbirliği görünümündedir.

Burada ana hedef, tüketicinin marka ve ürünle ilgili deneyimlerini zenginleştirirken, bıraktığı izlerden onu doğru analiz etmek, doğru stratejilerle tüketimin içine çekmektir. Postmodern reklamların bir stili yoktur, irrasyonel-rasyonel; dolaylı-imalı hatta şimdi ve geçmişidir. Ürününün niteliklerini anlatan düz ve sade anlatım yoktur; bolca ironi, çağırışım, semboller ve duyulara hitap eden çoklu anlamlar vardır (Odabaşı, 2017, s. 183). Postmodern dönemde global markaların reklam ve pazarlama stratejileri de değişmiş yeni yöntem, tüketiciyle geleneksel veya resmi ilişkiler şeklinde değil birebir dostane bağlantılar kurmak, geliştirmek ve sürdürmek biçimine evrilmiş, iletişimde farklı mecralarla (sosyal medya ağları, YouTube, e-posta, oyun siteleri vb.) yakın temas sağlanmaktadır.

Bu amaçla özellikle son yıllarda markalar kullanıcıların sosyal medyada geçirdiği zamanı daha özelleştirebilecek hamlelerle, tepkilerini tetikleyecek yorum, paylaşım ve beğenileri göstererek, kullanıcıların sosyal medyada daha fazla zaman harcamasına ve daha ayrıntılı dijital ayak izine ulaşmaya çalışmaktadır (Papakyriakopoulos vd., 2020, s. 1-15). Karşılıklı bu etkileşimin bir sonucu olarak içeriklerin gösteri değeri değişken olduğundan tüketiciler de ona yeni anlamlar kazandırabilmektedir. Böylece sosyal medyada gerçekle sahtenin iç içe geçtiği akımlar, oyunlar ve içerikler sayıca artmakta sisteme ikonik markalar da katılım göstermektedir.

Bu duruma ilk örnek olarak araştırma konumuzun öznesi Coca Cola tüketicilerinin, ürüne ait farklı kullanım ve deneyimleri dijital ortamda paylaşmak için oluşturduğu videolar (Coca Cola ile 33 farklı yaşam tüyosu) gösterilebilir. Göste-

rinin sahte imaj üretimi ve tüketimi ile bağlantılı olan bu videolardaki öneriler, akademisyen Süreyya Çakır'ın (2009) Guy Debord eksenli yorumladığı "İmaj Katili" oyun metninin analizinde ele aldığı tüketim ve gösteri odaklı kültürel dönüşümün yol açtığı sorunlar ve değişiklikler ile benzerlik göstermektedir.

Araştırmacının film yönetmeni Behiç Ak'a ait "İmaj Katili" çalışmasıyla benzer şekilde Coca Cola markası da tüketim toplumunda nesnelere, imajların ve duyuların duruma göre birbirinin yerine ikame edildikleri bir düş dünyası diğeri bir ifadeyle gösteri perspektifine başvurmakta bir yanılsama, düş ve gerçeğin birbirine bulandığı sisli bir gerçeklik, yeni bir imaj ve enformasyon yaratmaktadır. Coca Cola videoları ile sunulan imaj yanılsamalı haliyle görünür olmakta ötekini yok ederek zincirleme bir ikâmeler sistemi ile varlık yokluğa, yokluk varlığa dönüştürülmektedir. Bu noktada taklit, gerçek ile kopya, doğru ile yanlış arasındaki farkı silikleştirmektedir (Çakır, 2009, s. 85).

Coca Cola'nın yapay, sağlıksız içeceği doğal ve çeşitli faydalar sunan içecek imajı ile yer değiştirmektedir. Konuyu literatürde farklı bir örnek üzerinden genişletecek olur isek Ming Lim'in (2023) "Net Zero Luxury: Guy Debord, Burberry and The Spectacle" makalesi bu anlamda önemli bir diğeri çalışmadır. Lim, gösterinin lüks giyim markası Burberry üzerinden Debord'cu bir okumasını gerçekleştirdiği çalışmasında gösteri konseptinden esinlenerek tüm dünyada gündeme gelen "Net Zero" (iklim krizi, karbon emisyonlarının azaltımı, sıfır emisyon) hareketinin adı geçen marka tarafından nasıl gösteriye kapı aralandığının ve metalaştırıldığının altını çizmiştir.

"Net Zero" kavramı özellikle lüks bir marka olan Burberry tarafından hedeflere ulaşmanın kaldırıcı olarak kullanılarak markanın internet sitesinde 2040 yılına kadar iklim konularında pozitifte olmayı hedefine alması, yenileme fonu oluşturması ve teknolojilerini yenilemesini sözde taahhüt etmesi bakımından inandırıcı bulunmayarak eleştirilmektedir. Ming (2023) teknik, bilimsel ve politik bir konu olan "Net Zero" kavramının lüks tüketim markası olan Burberry tarafından lüks tüketim ürünü ve iklim krizi arasında temelde zıtlıklar olmasına rağmen sözel taahhütlerle metalaştırıldığına dikkat çekerek gösterinin "bir şeye sahipmiş gibi görünmenin o şeyin kendisi olmak" ilkesinin nesnel bir gerçeklikmiş gibi sunulduğunu göstermektedir.

Gösterinin ortaya çıkması için mutlaka bir metaya ihtiyaç vardır, meta bu örnekte gerçekte muğlak vaatler ile ebedileştirilen "Net Zero" kavramıdır. "Net Zero" anlatısı Burberry markası için takdire şayan bir hareket gibi görülsede gerçekte olması imkansız olduğu için Ming (2023) tarafından yan anlamlar üreten gerçeklikten uzak gösteri metası olarak değerlendirilmiştir. Bir diğeri çarpıcı örnek Bayram'ın (2015) 'Gösteri Toplumunda Zaman Tüketimi: Sünnet Konvoyu Reklamı Üzerinden Eleştirel Bir Analiz' çalışmasıdır. Adı geçen çalışmada incelenen reklamla gerçekte sadece bir oto yakıtı olan benzinin (Mogaz) sembol ve imajlar ile en temel özelliği 'eğlence' olan gösteri metası haline getirildiği, güçlü ve etkili yan bir anlam kazandığı vurgulanmaktadır.

Reklamda birbirinin yerine ikâme olan kopyaların arka planında, paraya ve tüketime endeksli mallar ve değerlerle karakterize olan ekonomik çıkarların dolaşımı bulunmaktadır. Reklamın olay örgüsünde tekrarlar ve yanılısamarlarla herkes gösterinin bir parçası olmakta, metalaşmaktadır. Gerçek durumla sahte durumun iç içe geçtiği gösteri dünyasına ait son örnek olarak Rusya'dan tüm dünyaya yayılan "falling stars" (kayan yıldızlar) akımı verilebilir. Sosyal medyada yayılan akıma odaklandığı "Dünyanın Yeni Sosyal Medya Akımı 'Kayan Yıldızlar' Türkiye'de de Yayılıyor" araştırmasında Aktan (2018), gerçekle sahtenin yer değiştirdiğinden hareketle gösteri ve medya ilişkisine dikkat çekmiş, yüksek gelirli ve tanınmış kişilerin lüks mağazalar önünde arabalarından çıkarken yere düşmüş, alışveriş çantaları etrafa saçılmış ölü taklidi yaptıkları fotoğrafları bu bağlamda ele almıştır. Gerçekle sahtenin kurgu yoluyla yer değiştirdiği ve gerçeklikmiş gibi sunulduğu sosyal medya akımı gösteriye örnektir. Bu konuda "Ülkemizde Seda Sayan'la Gündem Olan Dünyaca Ünlü Falling Stars" analizi ile gösteri konusuna dikkat çeken benzer çalışmada Yıldız (2018)'a aittir. Sosyal medyada nesnelere ve kişilerin metalaşmasını gündeme alan Yıldız (2018) analizinde akıma Rusya'nın ardından Türkiye dahil farklı ülkelerden pek çok kullanıcının katılım gösterdiğini, özünde reklam ve pazarlama amaçlı olan etkinliğin genel bir eleştirisini yaparak bu hareketin başlarda zengin ve tanınmış kişiler tarafından ortaya çıkarılmasına karşın sonrasında sıradan insanların da performans sergiledikleri bir yapıya büründüğünü ifade etmiştir.

Bu bağlamda gerçek yaşamdaki kültürel ve ekonomik eşitsizlik, sosyal medya şirketleri tarafından gösteriye uygun biçimde yeniden üretilerek sanal bir eşitleme yaratılmakta ve kullanıcıların her biri gösteri sürecine dahil edilerek büyük oranda başarı sağlandığı görülmektedir. Konuyla ilgili son örnek Atabey (2023)'in "Bir Gösteri Mekânı Olarak Sosyal Medya" çalışmasıdır. Yazarın sosyal medyada gösteri kavramını farklı boyutlarıyla ele aldığı çalışmasında gündemlerin ve kişilerin seyirlik birer gösteri şeklinde sunulduğu, sosyal medya platformlarının, kullanıcılarına sunduğu yeni uygulamalar yoluyla gösteriyi sürekli desteklediğini ve yeniden üreterek ortamın konforlu, basit ve hızlı doğasının kullanıcılarını ünlü yapabileme hakkında konuşurma imkânı sunması nedeniyle kullanıcılar tarafından gösteriye, daha çok performans sergilemeye yönelttiğine dikkat çekmiştir. Ayrıca bu mecraların günden güne çeşitlenen yapısı ve dahil edilen yeni özellikler ile gösterinin boyutlarını büyüttüğünü savunmuştur.

Sürecin işleyişinde reklam etkinlikleri ve sosyal medyanın kitleleri gösteriye dolayısıyla tüketimin üretilmesine özendirme, içine çekme ve manipüle etme noktasında onlara en kolay ulaşan araçlar olarak rol oynadığı görülmektedir. Sosyal medyada bedel karşılığı gösteriye dahil olmanın sonucu görünmek, var olmaktır. Gösterinin bedel karşılığında kullanıcılara vaat ettiği maddi gelir, sosyal statü ve ünlü olabileme gibi imkânlar kullanıcıları cezbederek onları gösteri dünyasının bir ögesi olarak sisteme işlerlik kazandırması noktasında teşvik etmektedir (Atabey, 2023, s. 275).

Araştırmanın Konusu, Problemi, Bağlam ve Kısıtları

Bu çalışmada ele alınan temel konu Gösteri Toplumu bağlamında, YouTube'da oluşturulan "Coca Cola ile 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu" videoları üzerinden meta tüketimi ele alınarak seçilen görsellerin betimsel analiz yöntemi ile deşifre edilmesidir. Çalışmanın problemi, Gösteri Toplumu bağlamında boş zamanın ve eğlencenin metalaştırılmasında ve tüketim alışkanlıkları ve davranışlarının değiştirilmesinde YouTube gibi yeni mecraları kullanan Coca-Cola markasının bir rolünün olup olmadığının tesbitidir. Bu bakımdan çalışmanın bağlamı, Gösteri Toplumunun Coca-Cola markası üzerinden yeniden üretilmesi ve dolayışma sokulmasıdır. Coca Cola markasını tek bir mecra (YouTube) üzerinden değerlendirmeye tabi tutmak çalışmanın en önemli kısıtıdır.

Çalışmanın Amacı, Önemi, Örneklemi ve Araştırma Soruları

Çalışmanın amacı tüketim kuramcısı Guy Debord'un "Gösteri Toplumu" bağlamında postmodern tüketim/pazarlama kavramını Coca-Cola için oluşturulan Youtube videoları üzerinden irdeleyerek, yaşamsal bir önemi olmayan nesnelerin ihtiyaçmış gibi dayatılmasında ve tüketimin yeniden üretilmesinde markaların rolünün tespitini yapmak konuyu bu yolla tartışmaya açarak olası etkilerin tüketim pratiklerine yansımalarının bir değerlendirilmesini yapmaktır. Nitel yöntemin kullanıldığı çalışmadan elde edilen sonuçların ilgili literatüre katkı sunması araştırmanın ikincil amacını oluşturmaktadır. Gösterinin hâkimiyet kurduğu toplum olan Gösteri Toplumu, iletişim araçlarının biçimlendirdiği yaşantı toplumu olarak adlandırılmaktadır (Bayram, 2015, s .246).

Bunun günümüze yansımaları ise teknolojinin gelişmesiyle beraber pek çok mecranın tüketime eklenerek, reklamların ötesinde yeni içeriklerin gündelik pratiğe aktarılması ve tüketicinin dikkatinin her zamankinden fazla çekilmeye çalışılması şeklinde olmaktadır. Reklamın iticiliğinden bunalan tüketiciler, gösterinin asıl amacı perdelemesi sayesinde farklı bir içerik izlediği duygusu ile bu içerikleri seyre devam edebilmektedir.

Bu araştırmanın önemi, markaların geçmişte olduğu gibi bugün de gösteriyi, bir pazarlama stratejisi olarak gerçek hedeflerini (reklam, pazarlama vb gibi) gizlemede ve yan anlamlar üretip tüketimin yeniden üretilmesinde kullanıldığına dikkat çekmesidir. Eğlence, yaratıcılık ve paylaşım amaçlı dahil olunan gruplarda, marka etkileşiminin gerçek amacının kritize edilmesi aynı zamanda yeni medya mecraları üzerinden boş zamanın, yaratıcılığın ve eğlencenin metalaştırılması hususunda farkındalık yaratılması çalışmanın diğer bir önemidir.

Olasılıklı olmayan örnekleme, nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılmaktadır. Eğer bir örneklemin seçimi, çalışmanın amacına bağlı ise, bu tür örnekleme olasılıklı olmayan (amaca yönelik) örneklemedir (Marczyk vd., 2005). Araştırmacı

bu örnekleme yönteminde öncelikle evrendeki çeşitlilik içinden ilgilendiği bir tanesini belirler (Marshall & Rossman, 2014). Daha sonra bu çeşitliliği en iyi temsil edeceğini düşündüğü bir örneklem seçer. Amaçlı örneklemenin nitel çalışmalara daha çok uyum sağlamasından hareketle (Forman vd., 2008, s. 767) araştırmacının örnekleme için, Coca-Cola için oluşturulan “Coca Cola ile 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu” başlıklı YouTube videoları bu örnekleme tekniğiyle seçilmiştir. Coca Cola'nın hedef kitleyi iyi okuyabilen, global bir marka olması seçimde etkili olmuştur.

Çalışmaya konu olan, “Coca Cola ile 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu” adlı reklam görsellerinin markanın ürünün kullanımı çeşitlendirmek, yan anlamlar üretmek, hakkında konuşurmak ve satışını desteklemek amacıyla çekildiklerini söylemek mümkündür. Diğer bir deyişle seçilen örneklem araştırmacının kapsamına uygundur. Guy Debord'un “Gösteri Toplumu” eseri bağlamında çalışmada şu sorulara cevap aranmaktadır:

- Tekno endüstriyel gelişmelerin bir sonucu olarak özellikle dijital medya uygulamaları, tüketici ile etkileşimi arttırmakta mıdır?
- Yeni medya mecraları bağlamında YouTube yeni bir pazarlama alanı olarak kabul edilebilir mi?
- Yaratıcılık, eğlence ve zaman geçirme pratiği olarak tüketimin önerildiği videoların, Gösteri Toplumu'nu yeniden üretmede, tüketim alışkanlıkları ve davranışları değiştirmede bir rolü var mıdır?

Araştırma soruları konuyu daha anlaşılır hale getirebilmek adına literatürdeki diğer çalışmalar ışığında araştırmacılar tarafından hazırlanmıştır. Sorular üç madde şeklinde hazırlanmış olup araştırma problemine ilişkin amaca yöneliktir. Yanıtı aranan sorular araştırmacılara mümkün olduğu kadar esneklik sunacak şekilde konunun derinlemesine anlaşılmasına yönelik oluşturulmuştur.

Araştırmanın Yöntemi: Betimsel Analiz

Betimsel analiz modelinde bilimin gözlem, kaydetme olaylar arasındaki bağlantıları tespit etme ve genellemelere varabilme söz konusudur. Bu analizde bilimin tasvir fonksiyonu ön plandadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Betimsel analiz, genellikle nitel veri seti üzerinde detaylı ayrıştırma gerektirmeyen verilerin işlenmesinde kullanılmaktadır (Miles ve Huberman, 1994).

Çoğu betimsel analizde bulgular özetlenir ve özetler ise araştırmacının öznel birikimi ile yorumlanır. Ayrıca araştırmacı bulgular arasında neden-sonuç ilişkisi de kurabilir (Kvale, 1994). Bu çalışmada da örnekleme dâhil edilen “Coca Cola ile 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu” başlıklı YouTube videosundan 15 adet görsel seçilerek anlatıdaki görseller betimsel analiz yöntemiyle çözümlenip elde edilen veriler bu çerçeveye göre işlenmiş ve bulgular tanımlanarak yorumlanmıştır. Analizde kullanılan görseller, örnekleme oluşturan YouTube videosundaki kesitlerden alınmıştır.

Araştırma Bulguları

Coca Cola İçin Oluşturulan Youtube Videolarının Gösteri Toplumu Bağlamında Analizi “Coca Cola İle 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu”

Hall'ın araştırmasında 15 evrensel ihtiyaç "zenginlik, bireysellik, güvenlik, bilgi, saygı, sevgi, rahatına ve zevkine düşkünlük, aitlik, eğlence, liderlik, uyum, kontrol, gelenek, etkileyicilik ve özgürlük olarak belirlenmiştir (Hall, 2004, s. 7). Bu gereksinimlerin aynı zamanda kişilik özellikleri de olduğu bilinmektedir. Kapitalizm tüketim hedefleri için insan değerlerini ve duygularını buna göre yönlendirmektedir (Mengü, 2005, s. 115). Medyada sunulan reklam ya da bu amaçla oluşturulan imgeler, bireyleri evrensel ihtiyaçları kullanarak duygulardan yakalamakta zengin gösterge değerleri sunmaktadır.

Çoğu zaman asıl amacını gizleyen bu göstergeler, tüketiciler için hem eğlence, merak ve haz gibi duygular uyandıran anlam yapıları hem de sosyokültürel oluşumları etkileyen bir anlamlandırma yöntemidirler. Elden ve diğerlerine (2005) göre tüketiciler yaşam tarzlarını, ihtiyaç ve beklentilerini kültürün sunduğu çerçevede şekillendirilmektedirler (Elden vd., 2005, s. 256). Görsel medyanın (özellikle televizyon) kültürel sembolizmin egemen üreticisi olarak bilinç üzerinde her zaman güçlü etkileri bulunmaktadır (Mengü, 2005, s. 119). Bu anlamda medyayı kendine zemin olarak seçen gösterinin topluma yön vermesi, değerler oluşturması ve yönlendirmesi kolay olabilmektedir.

Mengü'ye (2005) göre geleneksel reklâm anlayışı yerini bireylerin hayat tarzlarının ve değer yargılarının kurgulandığı reklâmlara bırakmıştır (Mengü, 2005, s. 116-119). Bu yeni reklam ideolojisinde çok sayıda imge ve metayı tüketme özgürlüğü, özgürleşme olarak içselleştirilir. Debord da reklâmın bir gösteri olarak ideoloji olduğunu, kendi bütünlüğü içinde bütün ideolojik sistemlerin özünü sergilediğini belirtir (Debord, 1967, s. 113).

Aşağıda gösteri ve Postmodern tüketim ideolojisi kapsamında Coca Cola videoları ilişkilendirilerek ihtiyaçmış gibi sunulan görsellerin bireysel ve toplumsal değerleri nasıl dönüştürdüğü incelenerek analiz edilmiştir. Coca Cola için oluşturulan Youtube videoları tüketici ile indirekt yoldan etkileşime girmekte izleyiciler mesajları eğlence, yaratıcılık ve paylaşım gibi dolaylı yoldan almaktadırlar. İzleyenlerin eğlence yoluyla pozitif duygu durumuna katkı sunan bu durum Sutherland ve Sylvester'e (Sutherland ve Sylveste, 2003) göre “Zihinlerimizin mesaj almaya değil eğlendirilmeye hazırlanmış olması olup seyirci konumunda olmak, bizde söylenenlere karşı eleştirel olma eğilimini ve savunmacı tepkiler göstermemize neden olan dürtümüzü azaltıyor gibi görünmektedir” (Sutherland ve Sylveste, 2003, s. 158) şeklinde yorumlanmaktadır.

Tüm bu bilgiler ışığında seçili videolara yönelik analizler aşağıdaki gibidir:

Görsel 1’de, Coca Cola’nın, kendi logosu, iğne yardımı ile delinerek bir mum ışığının üzerini örten, oda için gizemli ve büyümlü bir aksesuar/meta haline getirilmiştir. Tüketim toplumunda en büyük tüketim metalaşan göstergelere yöneliktir. Bir çok meta, romantik yönelme, egzotik arzular, estetik beğeni, doyurucu duygular vs.gibi iyi yaşam imgeleriyle ilişkili hale gelir (Aytaç, 2006, s. 31). Bu haliyle ürün, izlenme, seyir, keyif ve imajın baskın hale geldiği gösteriye uygun bir örnek olmaktadır. Ürün tüketicilere hem oda için şık bir aksesuar kazanma hem de ambalajın yeniden dönüştürülmesi ile tasarruf yapma fikrini sunarken gerçeğin ötesinde başka bir yan anlam kazanmaktadır. Burada markanın gösteriye uygun biçimde imaj yarattığı modern teneke kutunun, eski bir aydınlanma aracı mum ile estetik birlikteliği kurduğu aynı zamanda Post-modernizmin eski-yeni; modern-geleneksel ikili karşıtlığına örnek oluşturduğu görülmektedir.

Görsel 1. Coca Cola Kutusu ile Gece Lambası



Görsel 2. Coca Cola Yüzey Temizleyicisi



Görsel 2’de gösteri ile uyumlu biçimde gerçek ile sahtenin bir iç içeliği söz konusu olup Coca Cola, bir içecek markası olması dışında farklı işlevlere ve kullanım çeşitliliğine sahip olduğunu vurgulayarak ürünün tüketicilere temizlik konusunda sunduğu ek faydaları göstermektedir. Şekerli bir içeceğin, gözlük ve fayans temizlik malzemesi olarak kullanılması kendi içinde tezatlık oluştursa da ‘Gösteri Toplumunda’ vurgulanan, gerçeğin ideolojik olarak değiştirilerek kurumsal başka anlamda sunulması fikrine uyumluluk göstermektedir.

Görsel 3: Coca Cola ile Saç Bakımı



Özellikle kadın hedef kitlenin seçildiği Görsel 3'te Coca Cola'nın saçlarda yarattığı düzlük ve parlaklık gibi olumlu etkiler, uzun saçlı kadın miti üzerinden anlatılmakta; meta, gösteri ile saç bakım ürünleri yerine geçerek o ürünlerin değerini kendi markasına katma hedefini gerçekleştirmektedir. Burada kadın bakım dünyasına ait bir gereksinimden yaratılan fikir, saç bakımı ile hiç bir bağlantısı olmayan ürüne gösteriye uygun biçimde yapay bir anlam eklenerek, bilinç endüstrisinin merkezine oturtulmaktadır. Bu durum bir imajlar seçkisinin duyumsal dünyanın yerine geçtiği gösteride tam anlamıyla gerçekleşen meta fetişizmi ilkesidir; hem duyumsal şeyler hem de duyüstü şeyler tarafından toplumun tahakküm altına alınmasıdır (Debord, 1967, s. 25).

Görsel 4. Coca Cola ile Wifi Yükseltme



Gösteri toplumunda her şey yerini bir görüntüye ya da imaja bırakmaktadır. Gerçekliğin basit imaja dönüştüğü bir toplumda basit imajlar da gerçek varlıklara dönüşmektedir (Debord, 1967, s. 13). Görsel 4'te Coca Cola teneke kutununun da wifi artırıcı özelliğine vurgu yapılarak ürünle ilgili yeni bir yan anlamın üretilmesi söz konusudur. Gösteriyle uyumlu olarak sahte ihtiyaçlara sahne çözümler üretilmekte ürünün tüketimi sonrası geriye kalan metal ambalaj hem çevre koruma hem internet hizmetini artırma bağlamında tüketicilere ek fayda gibi sunulmaktadır.

Görsel 5. Coca Cola ve Lav Lambası

Görsel 5'te Coca Cola'nın daha önce hiç keşfedilmeyen yumuşatıcı deterjan ile lav lambasına dönüştürülme özelliği görülmektedir. Burada markanın gösteriyle uyumlu olarak yeni bir anlam ürettiği, tüketicisinin yeni deneyimlere açlık duymasını sağlayacak biçimde eğittiği, aynı zamanda üstünkörü bir hayat deneyimine ve tüketime özendirdiği görülmektedir. Geleneksel pazarlama koşullarında bir içeceğin nesne boyutunda bu denli dönüşümü olanaksız gibi görülürken bugünün Postmodern Gösteri Toplumunda tüketimi teşvik etmek amacıyla bir ürüne gerçek dışı bir imaj, değer ve keyifli bir işlevsellik kazandırılması olanaklar dahilindedir.

Görsel 6. Coca Cola Çiçek Canlandırma

Görsel 6'da ürün gösteri unsurlarıyla uyumlu olarak Coca Cola'nın doğal bir nesnenin yerine geçebilir hale getirildiği ve ürünün gerçek işlevi dışında duygulanımsal bir deneyimi temsil ettiği görülmektedir. Bu doğrultuda Coca Cola'nın işlevsellik anlamında tüketimini artırmak için çeşitli sembollerden ve mitlerden faydalandığı Doğu ve Batı mitolojilerinde özel bir anlamı olan gülün burada özellikle seçildiği görülmektedir. Eski mitolojik kaynaklarda gül bitki olarak, aşk tanrıçası

Afrodite ile özdeşleştirilmiştir. Bu mit ile insanların Coca Cola ürünlerini tüketmesinin çeşitli duygusal doymalara da ulaşabileceği mesajı verilmekte, gösterinin anlam zenginleştirme etkisi görülmektedir. Ürün mitler ve duygular üzerinden yeniden metalaşırken, markanın logo rengine uyumlu kırmızı gül görseli ile doğallık, duygusallık ve romantiklik gibi duyguları kendinde birleştirerek sembolik bağlantı kurulmuş iki farklı nesnenin gerçek yaşamda aynı görünmesi yanılısamasına yol açmıştır.

Görsel 7. Coca Cola Pas Giderme



Görsel 7'de Coca Cola'nın, pas giderici ürün grubuyla benzeştirilmesi ve yeni bir anlam kazanması görülmektedir. Görselde ürünün sadece gazlı bir içecek olmadığına gündelik hayata pratik, kolay ek faydalar sunduğuna değinilmekte burada gösterinin, kitlelerin zaafı olan nesnelere kattığı 'yenilik' fikri (Coca Cola'nın pas giderebilmesi yeniliktir) görünenenin ötesinde yeni bir anlam yaratarak tüketicileri cezbetme amaçlı sunulmakta gösterinin parçası olmaktadır. Post-modern tüketici nitelik olarak, irrasyonel, dengesiz, köksüz, bireyci ve kültürel değerlere sıkı sıkıya bağlı değildir. Post-modern tüketicinin seçimi zevk, arzu ve farklılık isteğidir ve onun için önemli olan kendini iyi hissetmektir (Mengü, 2005, s. 122). Bu anlayışın yeniden üretilmesi söz konusudur.

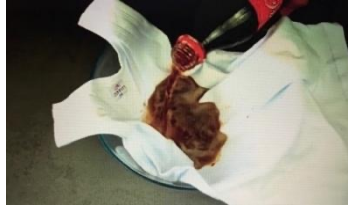
Görsel 8. Coca Cola Yemek Sosu



Coca Cola, bir çok ülkede geleneksel-modern tüm yemeklere eşlik edebilen yapay, gazlı ve mevsimsiz bir içecek türüdür. Görsel 8'de, Coca Cola'nın ilk kez bir yemeğin yanında içecek olarak değil hazırlama aşamasında doğal bir

çeşni gibi kullanıldığı gösterilmektedir. Görselde Coca-Cola, tavuk birlikteliği ile eti soslama, pişirme ve tüketim alışkanlıklarını doğrudan etkileme isteği göze çarpmaktadır. Ayrıca doğal olmak, doğa ile bağlantılı ve arzulanır olmanın önemli bir gösterenidir. Bu görselde pişirilen doğal ürün tavuk ile suni ürün Coca Cola arasında natürel dünya birlikteliği yaratılarak Coca Cola 'doğal' bir sembol olarak yeniden konumlandırılmakta gösterinin "görünen şey güzeldir, iyi olan şey görünür" anlayışı yaygınlaştırılmaktadır.

Görsel 9. Coca Cola Leke Çıkarıcı



Görsel 9'da Coca Cola, deterjan grubu ürünlerin leke çıkarıcı rolünü üstlenerek, tüketicilere yeni ve farklı bir özelliğini tanıtmaktadır. Gösterinin, eğlence, çeşitlilik ve farklılık maskesi altında çarpıtılmış fikirleri, zorlayıcı bir güce gerek kalmaksızın manipüle ettiği bu örnekte görülmektedir. Burada metalaşan içecek bir gösteri haline dönüştürülerek, koyu renk şekerli bir içeceğin leke çıkarıcı olarak kullanıldığı, olağandışı bir duruma yönlendirme ve telkin yoluyla sıradanlaştırıldığı görülmektedir. Bu görsel gösteride ürünlerin içeriklerinden ziyade yarattıkları sahte izlenimlerin önemli olduğunun ileri bir örneğidir.

Üretim, tüketim ve kültür metalaşırken Coca Cola'nın leke çıkarma işlevi aynı zamanda Postmodern tüketicinin, eğlence, başkaldırı, gül-geç, çoğulculuk, alaycılık, zıtlıkların birlikteliği "istediğim zaman-istediğim gibi" gibi beklentilerine yanıt niteliğindedir. Odabaşı'nın (2017) ifadesiyle Postmodern tüketici 'istediğim gibi, istediğim zaman' anlayışı ile kendisini şımartan bir ruh haline bürünür (Odabaşı, 2017, s. 88).

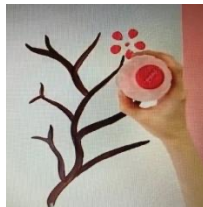
Görsel 10. Çekirdek Aparatı

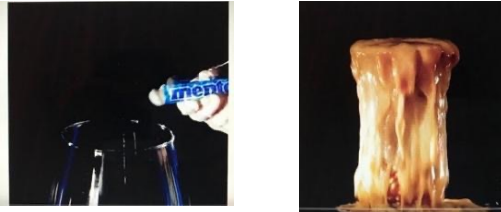


Görsel 11. Böcek Kovucu**Görsel 12.** Coca-Cola Terlik

Tüketim toplumu her şeyi değiştirerek metalaştırmış yeni deneyimler, kimlikler ve alışkanlıklar yaratmıştır. Yaşamın bir gereği olarak ortaya çıkan tüketim zamanla ihtiyaç olmaktan çıkıp haz, eğlence, zevk ve imaj gibi insani tatminleri karşılayan bir araç haline dönüşmüştür (Yılmaz ve Uzunçelebi, 2015, s. 29). Bu durumun bir yansıması olan 10, 11, 12 nolu görsel iletiler herhangi bir özneyi adı geçen nitelikleri 'çağırıştırma' yoluyla yeniden konumlandırmaktadır. Yukarıdaki görsellerde görülen özne, gerçek dışı bir çok özelliği ile Coca Cola'dır.

Burada ürün sadece gazlı bir içecek olmasına karşın yaratılan imaj ve çeşitli işlevlerle tüketicileri daha fazla tatmin olacaklarına inandırmakta, eğlence, lezzet, keşif, oyun ve araç gibi anlamlarla çoklu kullanım alanlarını kendinde toplamaktadır. Burada Gösteri Toplumu'nun semboller ve temsiller yoluyla asıl olanın sahte gerçeklikle yer değiştirdiği olmayan sorunlara olmayan çözümlerin üretildiği belirgin manipülasyonu görülmektedir.

Görsel 13. Baskı Boyama

Görsel 14. Mum**Görsel 15.** Coca Cola Şelalesi

Tartışma ve Sonuç

Yaşamı anlamlandırmak için anlam üretme çabaları toplumun gelişimine paralel biçimde dönüşerek devam etmektedir. Son dönem Postmodern tüketim toplumuna geçişle birlikte geçmiş zamanlarda tüketim nesneleri arasında bulunmayan birçok ürünün artık zorunlu tüketim kategorisinde yer aldığı görülmektedir. Günümüz 'Gösteri Toplumunda' postmodern tüketiciler, ürün ya da markanın ihtiyaçları karşılama niteliği yerine, yaşattığı deneyim, haz, eğlence, sembol ve temsiline odaklanmakta deyim yerindeyse bir temsil krizi yaşanmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gelişimi ile teknolojinin insan yaşamında belirleyici olması internetin birey üzerindeki kapsamını artırmıştır. İnternet, insan hayatının her aşamasında bireyleri, hazza ve kolaycılığa daha da yaklaştırmıştır.

Bu noktada günümüz ağ yönetiminin yönlendirme, yönetme, etkileme, etki altına alma, metalaştırma ve şeyleştirme boyutlarında egemen güçler tarafından çokça kullanıldığı ve kullanılmaya da devam edildiği görülmektedir (Yılmaz ve Uzunçelebi, 2015, s. 31). Postmodern gerçeklikte gösteri nesneleri tarafından kuşatılan birey, internet yoluyla kolayca ulaşabildiği metaları, eğlenme, sosyalleşme, haz duyma ve boş zamanlarını keyifle geçirme gibi yapay kaçışlar olarak kullanmaktadır. Birey, büyük beklentilerle içine dahil olduğu gösteri dünyası ve sosyal medyada beklediği tatmin duygusunu yaşamasa da bilerek bu deneyimlere konuk olmayı arzulamaktadır.

Eğlence amaçlı dahil olunan gruplar, gereksinim dışı satın alınan ürünler, bireyi gerçek ihtiyacını tesadüfi olarak karşılamakta çoğunlukla arzunun doyumu tam karşılanmadığı için bir sonraki gösteri ve tüketim eylemine kapı aralamaktadır. Etkileşimin, olumlu ya da olumsuz anında geri yansıdığı yeni medya ortamları, birey için nesnenin ne anlama geldiğinden çok onunla farklı daha neler yapabileceğinin tasarlandığı yeni alanlara dönüşmektedir. Postmodern dönemde bir nesnenin gücü, aynı anda hem fonksiyonel hem sembolik anlam taşımaya başlamıştır. Bu noktada artık yeni tüketiciler, herhangi bir ürünü satın aldığı anda o ürünün yaşattığı çoklu deneyim ve tatmini bir arada yaşamak istemekte deneyimin üreticisi ve tüketimin bir parçası olmayı talep etmektedir.

Deneyimin temeli ve vazgeçilmez unsuru ise katılım olmaktadır (Oda-başı, 2017, s. 151). Tüketim etkinliğine katılım, bireyin eğlence, gezi, merak, bilgi, iletişim, estetik ya da boş zamanlarını doldurma amaçlı şekilde gerçekleşmektedir. Marka tarafından tüketiciyle bağ kurmak ve onu hikayeye çekebilmek için kurgulanan katılım deneyimleri, tüketiciye herhangi bir mecradan oyun, yarışma, etkinlik ya da deney adı altında sunulmaktadır. Bu yolla boş zaman, yaratıcılık ve eğlence duygusunun kendisi bir meta haline gelmekte sosyal mecranın akışkan yapısı sayesinde katılımcılar kendiliğinden gösteri dünyasında yerini almaktadırlar. Bu araştırmada sosyal medyada metalaşan boş zamanı, yaratıcılığı ve paylaşımı bir gösteri haline dönüştüren; eğlenceli ve yaratıcı öğelerle bir araya getiren ve tüketim alternatiflerini duyurmaya çalışan ikonik bir markanın asıl amacına izleyenleri tüketici konumunda tutarak gösterinin bir parçası haline getirmesine dikkat çekilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında Coca Cola için oluşturulan 33 kurgusal anlatı videosu Guy Debord bakış açısıyla incelenmiş Coca Cola'nın Postmodern pazarlamaya uygun bir marka olarak tüketicilerinin karşısına tek bir anlam "serinletici içecek" olarak değil çeşitli çözümler sunan, mutluluk, iyimserlik aşıl原因an, eğlendiren, arkadaş canlısı ve tasarruf sağlayan birden çok sembolik anlam gösterisi ile çıktığı görülmüştür. "Yaratıcılık, eğlence ve zaman geçirme pratiği olarak tüketimin önerildiği videoların, gösteri toplumunu yeniden üretmede, tüketim alışkanlıklarının değiştirmede bir rolü var mıdır?" sorusunun cevabı olarak sosyal medyada oluşturulan videolarda ürünün gösteri yolu ile sahiçilikten yoksun bir fayda ve işlevsellikle yeniden üretildiği markanın ürünün gerçek anlamını aşmaya, dönüştürmeye ve ikincil yeni bir anlam kazandırmaya dolayısıyla 'gösteriye' yönelik bir eğilim içinde olduğu kabul edilebilir.

Çalışmada örneklem olarak seçilen global bir marka olan Coca-Cola, videolarla boş zaman, eğlence, sosyal etkileşim ve yaratıcılığı metalaştırmakta adı geçen videolara katılmanın koşulunu, ürünü satın almak ve harcama yapmak kısaca tüketime katılmak olarak göstermektedir. Coca Cola'nın bugün ulaştığı nokta, hedef kitle ile markasını buluşturmak adına gösteri üzerinden bir çok ortak nokta ve deneyim yaratmaya çalıştığı bu durumun markanın Postmodern kimliği ile de örtüştüğü görülmektedir. Postmodern dönemde görünür olma

isteği, var olma ile eşdeğer olduğundan insanlarda zorlama ve baskı olmaksızın sosyal medyada markaların sonsuz gösteri döngüsüne hizmet ettikleri, imaj üretim mekanizmalarına kendiliğinden katıldıkları ve gönüllülük esası ile içerik ürettikleri görülmektedir.

Sosyal medyada yapılan paylaşımlar aracılığı ile kişilerin ardında bıraktığı dijital izler kitlelerin daha kolay kontrol edilmesine, manipüle edilmesine ve metalaşmalarına zemin hazırlamakta sistem farkında olmadan otoriteye gönüllü itaat eden kişilerin davranışlarını şekillendirirken diğer taraftan izlemeyi ve teşhir edilmeyi de olağan hale getirmektedir (Aydın, 2020, s. 2575). Coca Cola youtube videoları üzerinden genel betimsel bir okuma yapılan bu çalışmada gösteriye dair temsil biçimleri ortaya konulmuştur.

Yurt içi ve yurt dışında alanda yapılan araştırmalarla (Çakır, 2009; Bayram, 2015; Aktan, 2018; Lim, 2023) uyumlu olarak çalışmamız markaların pazarlama stratejilerini, gösteri, metalaştırma ve tüketimi artırıcı yönde kullandığı görüşünü destekler. Araştırmanın "Dijital medya uygulamaları, tüketici ile etkileşimi arttırmakta mıdır?" sorusunun da yanıtı burada gizlidir. Adı geçen çalışmalarda ve araştırma konumuzun öznesi Coca Cola Youtube videolarında gösteri topluma yönelik eğilimlerin; başta interaktif etkileşim, eğlence, özgürlük, tasarım ve doğa dostu gibi konularda devam ettirilmesi yönünde telkin ve yönlendirmelerin olduğu görülmektedir. Bu anlamda gösterinin markalar yoluyla dijital medyada eğlence ve pratik çözümler sunan dijital içeriklere sızarak varlığını sürdürmeye devam ettiği, tüketimi özendirdiği ve yeniden inşa etmede tüketici eğilimlerinin bir araç olarak kullanıldığı söylenebilir.

"Coca Cola ile 33 Muhteşem Yaşam Tüyosu" YouTube anlatısında kurgulanan biçimiyle eğlence, yaratıcılık ve özgürlük öncelikle o metaya sahip olmak Coca Cola kullanmak ve istediği her şeyi, her an istediği şekilde yapmak anlamına evrilmiştir. Oysa gerçekte özgür, yaratıcı ve tasarruflu kişi, doğru değerlendirme yapabilen ve değer bilgisini hesaba katarak yaşayan kişidir (Mengü, 2005, s.123). Videolarda karşılanacağı taahhüt edilen özgürlük, yaratıcılık, tasarruf ve keyif, gerçeklikten kopuk olarak kurgulanmış Coca Cola üzerinden metalaştırılarak gösteri haline getirilmiştir.

Bulgular, araştırmanın "YouTube yeni bir pazarlama alanı olarak kabul edilebilir mi?" sorusuna da cevap niteliğindedir. Ayrıca içeriğin YouTube gibi tekrar izlenme şansının olabildiği bir mecrada sıklıkla izlenebilmesi ya da tıklanabilmesi tekrarlanan reklam etkisi ile benzer şekilde algılar üzerinde oldukça etkilidir. Tekrar, bireyin bir duruma olan yakınlığını artırdığından adı geçen mecra yeni pazarlama alanı olarak kabul edilebilir.

Burada seyirci, ihtiyaçlar, boş zaman, dikkat, yaratıcılık, mutluluk, keyif, eşitlik ve en sonunda anlamın metalaştığı söylenebilir. Bu anlamda markalar bireylerin bilgi ve keyif almak ya da rahatlamak için girdiği interneti tüketime

alıştırmanın yeni mecrası olarak kullanmakta harcama kavramı ise haz, eğlence, yaratıcılık, çalışma ve tasarruf ile yer değiştirmektedir. Marka yaşama dair eğlenceli 33 tüyo sunan videoları ile "görünen şey nesnel gerçektir" fikrini olumlayarak yine kendi çıkarına hizmet etmekte gösteri ve tüketim doğallaştırılmakta diğlerinin (tüketici) eylemler sonucu en başta sağlık olmak üzere düşeceği durumlar önemsizleştirilerek "Coca Cola" metası yaratıcılık ve tasarruf gösterisi olarak kurgulanmaktadır.

Son söz olarak araştırma Baudrillard'ın reklam endüstri sistemi ile ilgili "reklâm aracılığıyla toplumsal amaçları kendi yararına çeviren ve kendi amaçlarını toplumsal amaçlarmış gibi dayatan sistemdir" söylemi kendini doğrulamaktadır (Baudrillard, 2004, s. 83). Çalışma bu bakımdan gelecekte bu konuda araştırma yapacaklara örnek niteliğindedir. Araştırma global şirketler tarafından, markaların tercih edilebilirliğini arttırmak için yaratıcı ve yeni şeyler denenebileceğini gösterirken aynı zamanda gösterinin farklı içerikler üzerinden yeniden üretiminin gözlemine sunmuştur. Benzer konuda çalışma yapacak araştırmacılar da aslında zorunlu bir gereksinim olmayan farklı şeyleri tespit ederek bu ürünlere hangi kanallarla, tüketici zihninde bir yer bulmaya çalışıldığının gözlemine yapabilir, tüketim eylemlerinin bugünkü boyutlarının ortaya çıkarılmasında pazarlamacılara ve sektör temsilcilerine yönelik önerilere yer verebilirler. Bu makalenin Gösteri Toplumu, metalaştırma, sosyal medya, marka stratejileri ve reklam alanına katkı sunması ileride bu konuyu ele alan farklı çalışmalar için yol gösterici olması beklenmektedir.

Etik Kurul Onay Bilgisi

Etik kurul iznine gerek yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Katkı oranı birinci yazar için %50, ikinci yazar için %50 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

Alemdar, K., & Erdoğan, İ. (2010). "Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi", Erişim 10 Aralık 2023, www.irfanerdogan.com/kitaplar/kuram2010book.pdf

Aktan, S. (2019). Dünyanın Yeni Sosyal Medya Akımı 'Kayan Yıldızlar' Türkiye'de de

- Yayıyor. Erişim 20 Ocak 2024, <https://tr.euronews.com/2018/09/17/dunyanin-yeni-sosyal-medya-akim-kayan-yildizlar-turkiye-de-de-yayiliyor>
- Atabey, E. (2023). Bir Gösteri Mekânı Olarak Sosyal Medya. İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, (İSAÜİÇDER) 2023; 11(23): 257-280, ISSN: 2146-4162.
- Aydın, A. (2020). Gösteri Toplumunun Yeni Panoptikonu Olarak Sosyal Medya. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 9(3), 2573-2594.
- Aytaç, Ö. (2006). "Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman", Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 11 (1), 27-53.
- Balkız, B., Vefa, S., Öğütler, (2012). Peter L. Berger ve Thomas Luckmann'ın "Gerçekliğin Sosyal İnşası" Teorisi ve Eleştirisi, Sosyoloji Dergisi/Journal of Sociology. (27), 33-49.
- Barthes, R. (2014). Göstergebilimsel Serüven. (7. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Baudrillard J. (2004). Tüketim Toplumu. (H. Deliçaylı & F. Keskin, Çev.). İstanbul:Ayrıntı Yayınları.
- Bayram, P. (2015). Gösteri Toplumunda Zaman Tüketimi: Sünnet Konvoyu Reklamı Üzerinden Eleştirel Bir Analiz, Akademik Bakış Dergisi (52), 243 – 255.
- Berger P., & Lucmann T. (2008). Gerçekliğin Sosyal İnşası/Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi, İstanbul:Paradigma Yayınları,.
- Best S., & Kelner D. (1998) Postmodern Teori. (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bocock, R. (2009). Tüketim. Ankara: Dost Kitapevi.
- Cevizci, A. (1999) Felsefe Sözlüğü, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Çakır, S. (2009). İmaj, Gösteri ve Tüketim Toplumu Eleştirel Analizi: İmaj Katili, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (11),75-94.
- Debord, G. (1967). Gösteri Toplumu. (Okşan Taşkent, Ayşen Ekmekçi Çev.). Ayrıntı Yayınları:İstanbul.
- Elden, M., Ulukök, Ö., & Yeygel, S. (2005). Şimdi Reklâmlar. İstanbul:İletişim Yayınları.
- Forman, J., Creswell, J. W., Damschroder, L., Kowalski, C. P., & Krein, S. L. (2008). Qualitative Research Methods: Key Features and Insights Gained From Use in Infection Prevention Research. American Journal of Infection Control, 36 (10), 764-771.
- Foucault, M. (2011). Büyük Kapatılma. (Işık Ergüden ve Ferda Keskin Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goldmann, L. (2005). Roman Sosyolojisi. (A. Erktay Çev.). Ankara: Birleşik Yayınları.

Hall, N. (2004). "A Journey to the Centre of the Earth - An Understanding of Consumer's Universal Needs," Marketingist Kongre-Fuar'da Sunulan Bildiri, 19- 21 Kasım 2004, s. 7, İstanbul.

Kaplan, R. (2012). Between mass society and revolutionary praxis: The contradictions of Guy Debord's Society of the Spectacle, *European Journal of Cultural Studies*, 15(4), 457-478.

Kaya, S. (2017). Guy Debord'un Gösteri Toplumu adlı Çalışması Bağlamında Me-kan ve Moda'nın Tüketim Unsuru Olarak İncelenmesi, *Tarih Kültür ve Sanat Araş-tırmaları Dergisi*, 6 (3), 818-830.

Kök, E. (9 Temmuz 2021). Sosyal Medyanın, Toplumun Tüketim Alışkanlıkları Üze-rindeki Etkileri. Erişim 20 Nisan 2024, <https://tr.linkedin.com/pulse/sosyal-med-yan%C4%B1n-toplumun-t%C3%BCketim-al%C4%B1%C5%9Fkanlı%C4%-B1klar%C4%B1-%C3%BCzerindeki-erdem-k%C3%B6k>

Köse, H. (2010). *Medya ve Tüketim Sosyolojisi*. Ankara: Ayraç Yayınevi.

Kvale, S. (1994). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications, Inc.

Lefebvre, H. (2010). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (I. Gürbüz, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Lim, M. (2023). 'Net Zero' Luxury: Guy Debord, Burberry And The Spectacle of (Hypo) Crisis, *Luxury*, 10 (1-2), 23-40.

Lyu, G. (2023). From a Pin to an Elephant: Politics of Consumption and the De-bordian Spectacle in James Lovegrove's Days. *Critique: Studies in Contemporary Fiction*, 1-15.

Marczyk, G., DeMatteo, D., & Festinger, D. (2005). *Essentials Of Research De-sign And Methodology*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Marshall, C. & Rossman, G. B. (2014). *Designing Qualitative Research*. New York: Sage.

Mengü, S.Ç. (2005). Reklamın Toplumsal Değer Yapılanmasına Etkisi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (3),113-132.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.

Odabaşı, Y. (2017). *Postmodern Pazarlama* (5. Baskı). İstanbul: Mediacat Yayıncılık.

Papakyriakopoulos, O., Serrano, J. C. M., & Hegelich, S. (2020). Political Commu-nication on Social Media: A Tale of Hyperactive Users and Bias in Recommender Systems. *Online Social Networks and Media*, 15, 100058.

Sutherland M., ve Sylvester A. (2003). *Reklâm ve Tüketici Zihni*. (B. Kalinyazgan Çev.). İstanbul: Mediacat Yayınları.

- Şahin, A. (2014). Dikkat Reklamcılığı ve Gösteri Toplumu. Erişim 22 Nisan 2024 <https://itaatsiz.org/dikkat-reklamciligi-ve-gosteri-toplumu/>
- Uzunçelebi, H. (2015). Tüketim Kültüründen Postmodern Tüketim Kültürüne Geçişin Elektronik Ticaret Üzerinde Oluşturduğu Etkiler, Atatürk İletişim Dergisi, (9), 13-34.
- Yamanoğlu, M., A. (2010). Tüketim Toplumunda Genç ve Yoksul Olmak: Dışlanma Süreçleri ve Karşı Stratejiler, Kültür ve İletişim, 13 (2), 41-79.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, (5. Baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, T. E. (2013). Klinik Reklamcılık, Reklam Sürecinde Psikodinamik Ve Psikolojik Rahatsızlıkların Kullanımı. Erişim 21 Nisan 2024 <http://www.ek.yildiz.edu.tr//images/images/yayinlar/klinikreklam.pdf>
- Yılmaz, A., & Uzunçelebi, H. (2015). Modern Tüketim Kültüründen Postmodern Tüketim Kültürüne Geçişin Elektronik Ticaret Üzerinde Oluşturduğu Etkiler, Atatürk İletişim Dergisi, (9), 13-34.
- Yıldız, M. (2018). Ülkemizde Seda Sayan'la Gündem Olan Dünyaca Ünlü "Falling Stars" Akımı. Erişim 11 Aralık 2023, <https://listelist.com/seda-sayan-falling-stars-akimi/>