

e-journal

# new media



[yenimedya.aydin.edu.tr](http://yenimedya.aydin.edu.tr)



**SEPTEMBER 2017**  
**Volume 1 – Issue 3**  
**ISSN: 2548-0200**  
**DOI: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3**

**Editor**  
Assoc.Prof.Dr. Deniz YENGIN

[yenimedya@aydin.edu.tr](mailto:yenimedya@aydin.edu.tr)

**ABOUT e-JNM**  
**(ISSN: 2548-0200)**

The aim of e-JNM is to create a source for academics and scientists who are doing research in the media, technology and communication that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help develop the fields of study. Accordingly, e-JNM's intentions are on publishing articles and scientific works which are guided by a scientific quality sensibility.

***Peer Review Process***

The editorial board peruses the submitted material with regard to both form and content before sending it on to referees. They may also consider the views of the advisory board. After the deliberation of the editorial board, submitted material is sent to two referees. In order for any material to be published, at least two of the referees must approve it. The revision and improvement demanded by the referees must be implemented in order for an article to be published. Authors are informed within three months about the decision regarding the publication of their material. All the papers are controlled academically with the [iThenticate](#) program.

***Open Access Policy***

Electronic Journal of New Media (e-JNM) adopted a policy of providing open access.

***Call For Papers***

e-JNM will bring together academics and professionals coming from different fields to discuss their differing points of views on these questions related to “*new media*”.

***Main Topics of e-JNM***

- New Media (web 3.0, interactivity, convergence, virtuality, social media, iots, etc.)
- Digital Culture (cultural studies, media studies, media theory, visual culture, etc.)
- Digital Application (virtual reality, augmented reality, etc.)
- Digital Arts (cinema, television, photograph, illustration, kinetic, graphics etc.)
- Digital Society (E-community, surveillance society, network society, etc.)
- Communication Arts (advertising, public relation, marketing, etc.)
- Social Sciences (Communication Studies, researches, applied studies)

***Language of e-JNM***

Turkish and English

**e-JOURNAL OF NEW MEDIA**  
**ISSN: 2548-0200**

***Owner of the Journal***

Dr. Mustafa AYDIN  
İstanbul Aydın University

***Editor***

Assoc.Prof.Dr. Deniz Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey

***Editorial Board***

Prof.Dr. Ahmet Metin Ger, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Hasan Saygın, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Hülya Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey

***Scientific Committee***

Prof.Dr. Aysel Aziz, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Turkey  
Prof.Dr. Sevda Alankuş, Kadir Has University, Turkey  
Prof.Dr. Suat Gezgin, İstanbul University, Turkey  
Prof.Dr. Atilla Girgin, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Erhan Akyazı, Marmara University, Turkey  
Prof.Dr. Erkan Yüksel, Anadolu University, Turkey  
Prof.Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Marmara University, Turkey  
Prof.Dr. Haluk Gürgen, Bahçeşehir University, Turkey  
Prof.Dr. Ahmet Metin Ger, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Hasan Saygın, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Hülya Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Korkmaz Alemdar, Atılım University, Turkey  
Prof.Dr. Lev Manovich, University of California, U.S.A.  
Prof.Dr. Maxwell E. McCombs, University of Texas, U.S.A.  
Prof.Dr. Mutlu Binark, Başkent University, Turkey  
Prof.Dr. Nazife Güngör, Üsküdar University, Turkey  
Prof.Dr. Özden Çankaya, İstanbul Aydın University, Turkey  
Prof.Dr. Pınar Eraslan Yaymoğlu, İstanbul University, Turkey  
Prof.Dr. Selçuk Hünerli, İstanbul University, Turkey  
Prof.Dr. Uğur Demiray, Anadolu University, Turkey  
Prof.Dr. Ümit Atabek, Yaşar University, Turkey  
Prof.Dr. Yasemin Giritli İnceoğlu, Galatasaray University, Turkey  
Prof.Dr. Zafer Ertürk, Işık University, Turkey  
Prof.Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Zeynep Özarlan, Nişantaşı University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Eylem Yanardağoğlu, Kadir Has University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Deniz Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. And Algül, İstanbul Aydın University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Çiğdem Aytekin, Marmara University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Tolga Kara, Marmara University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Müge Demir, Medipol University, Turkey

Assoc.Prof.Dr. Cengiz Erdal, Sakarya University, Turkey  
Assoc.Prof.Dr. Gökhan Uğur, Beykent University, Turkey  
Assist.Prof.Dr. Berrin Kalsın, Medipol University, Turkey  
Assist.Prof.Dr. Adem Ayten, İstanbul Aydın University, Turkey  
Assist.Prof.Dr. Gökmen Karadağ, İstanbul Aydın University, Turkey  
Lecturer İsmail Hakkı Polat, Kadir Has University, Turkey

***Web Supporter***

Tamer Bayrak, İstanbul Aydın University, Turkey

***IMPORTANT:*** All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors. The published contents in the articles can not be used without being cited. All the papers are controlled academically with the [iThenticate](#) program.

***ÖNEMLİ:*** Dergide yayınlanan görüşler ve sorumluluk yazarlara aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Bütün makaleler [iThenticate](#) programı ile intihal yönüyle akademik anlamda kontrol edilmektedir.

## Editörün Mesajı

Sevgili e-JNM Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 1, Sayı 3 yayınımızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 6 yazarın 5 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayınlamak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere e-JNM Sekreterliği [yenimedya@aydin.edu.tr](mailto:yenimedya@aydin.edu.tr) adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

### Editör

Doç.Dr. Deniz YENGİN

İstanbul Aydın Üniversitesi Florya Kampüsü 34295-İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 4441428

E-mail: [denizyengin@aydin.edu.tr](mailto:denizyengin@aydin.edu.tr)

URL: [yenimedya.aydin.edu.tr](http://yenimedya.aydin.edu.tr)

## Message from the Editor

Greetings Dear readers of e-JNM,

We are happy to announce to you that our Volume 1, Issue 3 has been published. There are 5 articles from 6 authors published in this current issue.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, or submit articles for consideration, please contact e-JNM Secretariat at the below address or e-mail us to [yenimedya@aydin.edu.tr](mailto:yenimedya@aydin.edu.tr).

Hope to stay in touch and meeting in our next Issue.

### Editor

Assoc.Prof.Dr. Deniz YENGİN

İstanbul Aydın University Florya Campus 34295-İstanbul TURKEY

Tel: +90 212 4441428

E-mail: [denizyengin@aydin.edu.tr](mailto:denizyengin@aydin.edu.tr)

URL: [yenimedya.aydin.edu.tr](http://yenimedya.aydin.edu.tr)

**TABLE OF CONTENTS**  
**September 2017 Volume 1 Issue 3**  
**(ISSN: 2548-0200)**

THE CONSUMPTION POWER OF SOCIAL MEDIA <i>Çağla CEYHAN</i> .....	221
VIRTUAL TRANSFORMATION IN THE VIRTUAL WORLD <i>Laman İSMAYILZADA</i> .....	227
THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATIONS EDUCATION AND MEDIA SECTOR IN THE PERIOD OF MEDIA TRAINING <i>Özden CANKAYA</i> <i>Aysun KÖKTENER</i> .....	237
IMMIGRATION MOVEMENT AND MIGRANT NEWS IN MEDIA <i>Olca UÇAK</i> .....	242
EXAMINING TWO LOCAL NEWSPAPERS OF ATAKÖY NEWSPAPERS AND YAŞAM NEWSPAPERS <i>Onur DİNÇER</i> .....	255



**İÇİNDEKİLER**  
**Eylül 2017 Cilt 1 Sayı 3**  
**(ISSN: 2548-0200)**

SOSYAL MEDYANIN TÜKETİM GÜCÜ <i>Çağla CEYHAN</i> .....	221
SANAL DÜNYADA SANAL DÖNÜŞÜM <i>Laman İSMAYILZADA</i> .....	227
İLETİŞİM EĞİTİMİ SÜRECİNDE İLETİŞİM EĞİTİMİ VE MEDYA SEKTÖRÜ ARASINDAKİ İLİŞKİ <i>Özden CANKAYA</i> <i>Aysun KÖKTENER</i> .....	237
GÖÇ HAREKETLERİ VE MEDYADA GÖÇMEN HABERLERİ <i>Olçay UÇAK</i> .....	242
YEREL BASIN'DA KENT YAŞAM GAZETESİ VE ATAKÖY GAZETELERİNİN İNCELENMESİ <i>Onur DİNÇER</i> .....	255

**DOI Numbers of e-JNM**  
**September 2017 Volume 1 Issue 3**  
**10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3**

THE CONSUMPTION POWER OF SOCIAL MEDIA

*Çağla CEYHAN*

10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3.221-226

VIRTUAL TRANSFORMATION IN THE VIRTUAL WORLD

*Laman İSMAYILZADA*

10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3.227-236

THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATIONS EDUCATION AND MEDIA  
SECTOR IN THE PERIOD OF MEDIA TRAINING

*Özden CANKAYA*

*Aysun KÖKTENER*

10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3.237-241

IMMIGRATION MOVEMENT AND MIGRANT NEWS IN MEDIA

*Olçay UÇAK*

10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3.242-254

EXAMINING TWO LOCAL NEWSPAPERS OF  
ATAKÖY NEWSPAPERS AND YAŞAM NEWSPAPERS

*Onur DİNÇER*

10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3.255-264

## SOSYAL MEDYANIN TÜKETİM GÜCÜ

Çağla CEYHAN  
İstanbul Aydın Üniversitesi  
caglaceyhan\_@hotmail.com

### ÖZ

Çalışmanın amacı, son yıllarda kullanım alanlarını genişleten sosyal medyayı ele alarak toplum üzerindeki tüketim gücünü belirlemek. Çalışma kapsamında sosyal medya ve tüketicilerin hedef kitlesi ortaya konmaktadır. Ağ uygulamalarında gerçekleştirilen alışverişlerin insanlar üzerindeki etkisi, sosyal medyanın nasıl yönlendirdiği tespit edilmektedir. Bulgulara ulaşabilmek için ise "gittigidiyor" örnekleminde yola çıkılmaktadır.

*Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, tüketim, dijital tüketim*

## THE CONSUMPTION POWER OF SOCIAL MEDIA

### ABSTRACT

The aim of the study is to determine the power of consumption on society by considering social media, which has expanded its usage areas in recent years. Within the scope of the study, the target mass of social media and consumers is revealed. The impact of shopping on network applications is determined by how social media is influencing people. In order to reach the finds, as a sample of "gittigidiyor".

*Keywords: Social media, consumption, digital consumption*

### GİRİŞ

Günümüzde iletişim teknolojilerine olan ilgi her geçen gün artmaktadır. Hayatımızın merkezi konumuna gelmiş iletişim araçlarını sosyal medya adı altında toplamak mümkündür. Sosyal medya kavramı ile kullanıcılar kendilerini ifade edebilir, diğer kullanıcılarla bağlantı kurabilir ve her ihtiyacını sosyal medya yardımıyla karşılayabilir duruma gelmektedir. Kullanıcıların ihtiyaçlarını ağ uygulamalarıyla karşılamaları sosyal medya pazarlaması kavramını da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya pazarlaması dahilinde kullanıcılar oturdukları yerden kolaylıkla istediği ürüne sahip olabileceğine sahiptir. Son dönemlerde hayatımıza giren "gittigidiyor" sosyal medya tüketimine verilebilecek en başarılı örneklerden biridir.

Kullanıcılar firma tarafından oluşturulmuş içeriklerden satın alma noktasında etkilenmektedirler. Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkisini incelemek bu açıdan önemlidir. Bu çalışma teori ve uygulamalı bölümlerinden oluşmakta ve sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın teori bölümünde; sosyal medya, sosyal medya pazarlaması, sosyal medya tüketici davranışları ve gittigidiyor örneği taraması yapılmıştır. Çalışma kapsamında e-ticaretin tüketimi her geçen gün artırdığı görülmüştür. Tüketim, üretilen mal ve hizmetlerin insanların ihtiyaçları dahilinde kullanılmasıdır. Bir bedel ödemek kaydıyla alınan ürünlerin kullanılması olarak da ifade edilir. Tüketim alışkanlıkları her geçen gün değişim göstermektedir. Bireyin ekonomik durumu, bulunduğu çevre ve ihtiyaçları çerçevesinde tüketim durumu değişim gösterir. Tüketim kavramı insanların hayat standartlarını ifade eder. Bireyler toplum içerisinde tüketime ayırdıkları bütçe ile tatmin ve mutluluk duyar. Tüketim "yaşamak için tüketmek" bağlamında vazgeçilmez bir günlük süreçtir (Borgmann, 2000: 418). Tüketim alışkanlıkları ekonomik gelişmeler doğrultusunda değişmektedir. Tüketiciler gelir düzeyine göre tüketim için bütçe ayırmaktadır. Tüketimden elde edilen tatmin bireylerin yaşamında büyük bir önem taşımaktadır.

Doğası gereği tüketim, insanın insanla ve insanın çevreyle arasındaki etkileşim çerçevesinde ahlaki açıdan bir anlamlılık barındırmaktadır (Whatmore ve Thorne, 1997: 287-304). Wilk'e göre (2001) tüketim, içinde adalet, bireysel ve grup çıkarları, acil ve gecikmeli haz gibi konuları içermesi sebebiyle ahlaki barındırır. Ahlak tartışması tüketim içinde toplum politikalarının var olduğu eski çağlardan bu yana gereklilik arz etmektedir (Wilk, 2001: 246). Bu anlamda tüketim temelli müzakerelerin çoğu içinde adalet, güç, temel etik prensipler, doğru ve yanlış davranışlar, iyi ve kötü tüketici davranışı, bireysel ahlak gibi konuları barındıran ahlaki değerlere değinmektedir (Clarke, 1991: 88-10; Sayer, 2003: 341-357; Warde,1997). Tüketim, ihtiyaçların karşılanması yanında insanların sosyal yaşantısında kendisi ifade etme biçimidir. Bireyler toplum içerisinde tükettikleri ürünlerle ön plana çıkmaktan büyük bir haz duymaktadır.

Tüketim, aynı anda zaman ve para harcamayı gerektiren bir süreç olmakla beraber, ürün satın alma anlamında temel değer olarak tanımlanan para artış eğilimi gösterebilmekte fakat zaman parasal değere göre daha kıt kaynak olarak kalmakta ve tüketiciler ellerinde bulunan bu iki kıt kaynağı olabildiğince tasarruflu kullanmak durumundadır. Bu noktada modern tüketimde, hem tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabileceği ve zaman baskısından kurtulabileceği, hem de eğlenceli ve hoş vakit geçirebileceği, tüketicilerin beklenti ve isteklerine cevap verecek alışveriş mekanlarının ortaya çıktığı görülmektedir (Cesur-Kılıçarslan, 2010: 353-356). Günümüzde tüketiciler, tüketim sürecinde etkin ve yetenekli bir rol oynadıklarının farkındadırlar (Barnett ve ark., 2004: 1-12). Bu sebeple tüketiciye "tüketen beden" olarak da bakılabilir (Bell ve Valentine, 1997).

Tüketicilerin kredi kartına kolay bir şekilde sahip olabilmesi ve sosyal medyada tüketiciyi hedef alan reklamların artması tüketim oranlarını her geçen gün artırmaktadır. Tüketim oranlarının artmasıyla birlikte alışveriş bağımlısı bireyler artış göstermektedir. Alışveriş tutkusuna sahip olan bireyler, zamanlarının büyük kısmını ihtiyaç duymadıkları, fuzuli ve finansal açıdan ödemekte güçlük çekecekleri ürünleri satın almakla geçirmektedir. Bazı yazarlara göre, kredi kartına sahip olmanın kolaylaşması, reklamların daha etkin hale gelmesi, alışveriş mekanlarında alışverişin kolaylaşması, televizyon ve internet gibi elektronik ortamlarda alışverişin yaygınlaşması ve toplumsal değişimler gibi modern yaşam biçiminin bir sonucu olduğunu tartışmaktadır (Erkmen, Yüksel, 2008: 689).

*Alışveriş bağımlılığı, takıntılı bir biçimde alışveriş yapma, alışverişi düşünme, alışveriş ile ilgili planlar kurma gibi durumları içine alan bir kavramdır. Alışveriş bağımlısı bir insan, kontrolsüzce para harcamakta ve ihtiyaç dışı alışveriş yapmaktan çekinmemektedir. Globalleşmenin etkisiyle günümüzde aşırı alışveriş yapmak, hemen hemen tüm toplumların ortak sorunu haline gelmiştir. (Ünsalver,2011: 19).*

E-ticaret, bireyleri topluma uyacak şekilde biçimlendirir. Toplum tarafından ilgi çekmek ve dışlanmamak için ihtiyaçlarını sosyal çevresine uyum sağlayacak şekilde gerçekleştirir. E-ticaret, 1995 yılından itibaren internet kullanımının tüm dünya da yaygınlaşması ile ortaya çıkan ticaretin dijital ortamda online olarak yapılması anlamına gelen bir kavramdır. Ürün ya da hizmet için çeşitli ödeme yöntemlerini kullanarak online olarak ticaret yapılmasını ve sipariş verilmesini sağlayan alışveriş yöntemleridir (eticaret.com, 2017). E-ticaret, ürün ve hizmet satın alma/satma faaliyetinin bilgisayar ağları kanalıyla gerçekleştirilmesinin yanı sıra; sunulan ürün için talep yaratmak (pazarlama), müşteri desteği vermek (satışın bütün evrelerinde), ticari kurumlar ile müşterileri arasındaki ticari ve lojistik iletişimi yine küresel bilgisayar ağları kanalıyla sağlamaktır (e-ticaret port, 2017). İhtiyaçlar, sosyal platformların bireylere sunduğu fırsatlar kapsamında toplumsal bir nitelik taşırlar. Ekonomik faaliyet zincirinin son halkası sayılan tüketimle ilişkili olarak ortaya çıkan tüketim kültürü, Zygmunt Bauman'ın deyimiyle "tüketicinin herhangi bir başka toplumdaki tüketiciden farklı bir birey olduğu" (Bauman 2005, s.93) tüketim toplumunda ortaya çıkar ve kapitalist sistemin bir parçası olarak yaşamaya devam eder. Bu kültür, sürekli olarak bireyin denetimi dışındaki güçler tarafından belirlenen bir ihtiyaçlar silsilesi yaratan ve herkesin tüketici olmasını gerektiren özel bir özgürlüğü zorunlu kılan bir kültürdür. Aynı zamanda bütün deneyim, mal ve hizmetlerin ticarileştirilmesi sürecini kapsayan bu kültür, ilke olarak mal ve hizmet üretiminin en yoğun olduğu, ama aynı zamanda üyelerinin en başta, üretici değil de "tüketici rolünü oynama görevinin emrettiği şekilde biçimlendirildiği" toplumlarla

*özdeşleşir. Böyle toplumlarda bireylere dayatılan norm da, “bu rolü oynama kabiliyeti ve istekliliğidir” (Bauman, 2006, s.92)*

### **Sosyal Medyada Dijital Tüketim**

Tüketim, ihtiyaçlarımızı hem maddi hem manevi şekilde karşılayarak hayatımıza devam etmemizi sağlamaktadır. Tüketim ihtiyaçları artık günümüzde ihtiyaçları karşılama dahilinden çıkmış, topluma ayak uydurabilme ve bir eğlence tarzı halini almıştır. Bireyler tüketimlerini toplum içerisinde kendini ifade edebilmek için gerçekleştirmektedir. Son dönemlerde bireylerin ilgisini çeken tüketim şekli, dijital tüketim olmaktadır. Bireyler ürünlerini sosyal medya platformlarından tüketime yönelik geliştirilen uygulamalardan yapmaktadır. Tek bir tuş ile alışverişi kolay hale getiren platformlar bireyleri tüketime doyumsuz hale getirmektedir. Teknolojinin güvenilirliği konusunda tereddüt eden tüketici, zamanla güvenlik açıklarının kaldırılmasıyla birlikte online alışverişe güven duymaya başlamış ve tereddütleri ortadan kalkmıştır.

Tüketici, satın alma kararını verirken bir çok kaynaktan tercihine ve beğenisine uygun ürün ve hizmetler hakkında bilgiyi toplayıp, en uygun olanını ödeme, sipariş ve teslimat süreçlerinde sorunsuz halledebileceği firmaları seçebilmektedir. Mobil cihazların ve akıllı telefonların hızla yaygınlaşması firmaların mobil e-ticaret uygulamaları konusunda farklı uygulamalarla tüketici karşısına geçmesi tercih edilebilirliği de arttırmaktadır. Mobil uygulamalarla tüketiciye “her daim yanındayım” imajı vererek, tüketim için zaman ve mekan kavramlarını ortadan kaldırmaktadır (Karahasan, 2012: s 222-223). Yazılı ve görsel medya aracılığı ile sürekli yeni ihtiyaçlar üretilmektedir. Yeni ihtiyaçların üretilmesi insanlar üzerinde daha fazla tüketimi beraberinde getirmektedir. Tüketiciler sergilenen ürünleri finansal açıdan güçleri yetmese bile satın almak istemektedir. Çünkü post modern tüketim ideolojisi insanları mutluluğun daha çok tüketimle elde edileceğine inandırmaktadır.

Tüketmeyi yaşam biçimi haline getiren birey, dijitalleşmeyle birlikte bilinçlenerek fiyat, ürün, indirim, promosyon gibi pazarlama stratejilerini takip ederek satın alacağı ürünle ilgili tercihini de belirlemektedir (Cop & Oyan, 2010: s 98-100).

Tüketici davranışlarının değişmesine etken olan faktörlerden bir diğeri gün geçtikçe tüketici sayısının artması ve günümüz tüketicilerinin ne aradığını ve bunu nerelerde bulabileceğini iyi bilen bilinçli tüketiciler haline gelmesidir. Pazarda meydana gelen değişimleri sürekli gözlemleyen, yeniliklere açık, değişimleri diğer işletmelere göre en hızlı fark eden, bu bilgileri karar mercilerine en erken ulaştıran ve gerekli kararları hızlı bir şekilde alıp uygulayan işletmeler başarılı olabilmektedir.

Tüketiciler, farklı şekillerde satın alma durumu içerisinde. Planlı alışveriş olarak da tanımlanabilen alışveriş durumunda tüketici, mağazaya gitmeden veya diğer mağaza fırsatlarını incelemeyen, belirli bir marka ya da ürünü satın almaya karar vermektedir. Genellikle plan yapılmasına rağmen; planlı satın alma davranışı çoğunlukla aile, arkadaş gibi referans gruplarının bireyi satın alma kararından vazgeçirmeye yönelik önerilerde bulunması, bireyin finansal açıdan zorluk içinde olması, bireyin işini kaybetmesi, aile veya hane hakkında sayının artması, bireyin sosyal koşullarında değişiklikler yaşanması, satın alma davranışında etkili olmaktadır (Tuncer, 1994: 42).

Tüketimin bu kadar merkeze alındığı bir sistemin ayakta kalabilmesi için insanlara sürekli yeni ve çeşitli ürünler sunmak gerekmektedir. Fordist üretim sistemi olarak adlandırılan ilk dönemde tek tip ürünler üretilmekte idi. Bu ise tüketimin sürekliliğini sağlayamazdı. Post-Fordist üretim sisteminde ise çok sayıda ve çeşitli ürün üretmek mümkün hale gelmiştir. Dolayısıyla tüketicilere sürekli olarak farklı ürünler sunmak mümkün hale gelmiştir. İnsanlar, buldukları statüyü korumak ya da sosyal toplum içerisinde yer bulabilmek için ürün tüketimlerine yönelmektedir. Tüketiciler ihtiyaçlarını karşılamak için değil ekonomik iktidar öyle istediği için, ürünlerle dikkat çekici olabilmek için ürünleri tüketmektedir. Bireylerin tüketime olan ilgisi arttıkça dijital ortamda geliştirilen tüketim içerikli platformlar da artış göstermektedir. Kapitalist ruh fazladan üretilecek mallar için bir talep ya da yeni ihtiyaçların olmaması durumunda ürün üretmenin rasyonel olmayacağını öngörmektedir. Kapitalist sistemde karın sermaye sahibine ulaşması için üretilenlerin bir döngü içinde insanlar tarafından ilgi çekmesi ve tüketilmesi gerekmektedir.

## METODOLOJİ

Sosyal Medyanın Tüketim Gücü Gittigidiyor Örneği çalışmasında bireylerin dijital tüketime olan ilgisinin her geçen gün artmakta olduğu belirlenmiştir. Bireyler, dijital tüketim sayesinde alışveriş merkezlerinde harcadıkları zamanı en aza indirerek tek bir tık ile ihtiyaç duydukları ürüne sahip olabilmektedir. Zamandan tasarruf etmeyi ve kolay bir şekilde istediğimiz ürüne sahip olmamızı sağlayan sosyal medya platformları ihtiyaçlarımızı karşılamamıza olanak sağladığı için kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Dijital tüketime bireyleri yönlendiren kredi kartı, Türkiye’de ilk kez 1986 yılında çıkarılmıştır. İlgili yılda Koç grubuna bağlı Setur A.Ş. Diners Club’tan kart çıkarma yetkisi olarak kredi kartı ihracına başlanmıştır. Ülkemizde bireysel kredi adına çıkan ilk ürün arasında kredi kartı yer almaktadır. Kredi kartının sunduğu taksitlendirme fırsatı bireylere kolaylık sağladığından dolayı sıklıkla tercih edilmektedir. Kredi kartı, bankaların ve bazı finansman kuruluşlarının müşterilerine verdiği, anlaşmalı POS cihazı bulunan alışveriş noktalarında ödeme amaçlı veya banka ATM’lerinden nakit avans çekmek amaçlı kullanılabilen, yapılan harcamaların aylık olarak bankaya tek seferde ya da taksitlerle ödenmek zorunda olduğu, nakit paraya alternatif bir ödeme aracıdır. Genel uygulamada dönemsel borç tutarının belirli bir oranı asgari ödeme tutarı olarak belirlenir. Müşteri en az bu tutar kadar ödeme yaptığında kalan borç tutarına banka tarafından belirlenmiş olan alışveriş veya nakit avans faizi aylık olarak işletilir (Wikipedia.com, 2017). Kredi kartı kullanarak alışveriş yapan bireyler alışveriş yaptığı mağazaya değil, kredi kart hizmeti almış olduğu bankaya borçlanmaktadır. Banka ve finans kuruluşları kredi kartı hesap kesimini müşteriye, otuz (30) günlük bir süre içerisinde sunmaktadır. Ayrıca bu dönem boyunca kart ile yapılan harcamaları hesap bildirim cetveli (hesap özeti) ile kartı kullanan müşteriye bildirmektedir. Hesap bildirim cetveli gönderimi sonrası, müşteriye tanınan ödeme süresi yaklaşık on (10) gündür. Bu süre sonunda ödenmeyen kredi kartı borcu için banka ya da finans kuruluşu günlük olarak gecikme faizi uygulaması başlatır. (Wikipedia.com, 2017)

Kullanıcılar kredi kartında taksit olanağı sayesinde istediği ürüne sahip olabilmekte ve taksitlerini her ay ödemektedir. Kredi kartının dezavantajı ise kredi kartı borcunun takip edilmemesi ve düzenli ödenmemesi durumunda getirdiği faizlerdir. Bireylerin kullanımı kolay olan, nakit ödemek yerine kredi kartıyla taksitlendirme seçeneğini seçerken ödemelerini takip edememesi kredi kart kullanıcıların borçlarının artmasına sebep olmaktadır. Sosyal medya platformlarında ihtiyaca yönelik olmayan sadece toplum içerisinde dikkat çekebilmek adına yapılan alışverişler kredi kartı üzerinden gerçekleşmektedir. Kredi kartının sağladığı olanaklar ve zaman tasarrufu bireyleri GittiGidiyor platformuna yöneltmektedir. GittiGidiyor uygulamasını kullanabilmek ve platform üzerinden alışveriş yapabilmek için öncelikle bir üyelik gerekmektedir. Gitti Gidiyor sitesi, 5 Şubat 2001 tarihinde yayına başlamıştır. Yayına başlayan e-ticaret sitesi, alıcılarla satıcıları buluşturmak amacıyla Serkan Borançılı, Burak Divanlıoğlu ve Tolga Kabataş tarafından kurulmuştur. Türkiye’de e-ticaretin gelişebilmesi için internet kullanıcılarına, güvenli ve keyifli bir alışveriş ortamı sunmak hedefiyle yola çıkan GittiGidiyor, 2001 yılında hem alıcıları hem de satıcıları koruyan bir ödeme-onay sistemi geliştirmiştir. "Sıfır Risk Sistemi" olarak adlandırılan bu sistem ile bugüne kadar 13 milyon üzerinde satış işlemi sorunsuz bir şekilde gerçekleştiği belirlenmiştir. GittiGidiyor’da her gün, cep telefonu, fotoğraf makinesi, bilgisayar, giyim ve mücevher ürünlerinden; para, pul, plak, eski kitap ve dergi benzeri koleksiyon malzemelerine kadar toplam 4.000 kategoride binlerce ürün satışa sunulmaktadır. 2007 yılı Mayıs ayında dünyanın en büyük e-ticaret sitesi eBay, GittiGidiyor’a ortak olmuştur. Bu stratejik ortaklık ve karşılıklı know how transferiyle GittiGidiyor, hizmet çeşitliliği artmıştır. GittiGidiyor’un kurucuları arasında yer alan Aydonat Ataseverin liderliğindeki ekip tarafından, bir GittiGidiyor iştiraki olarak ancak bu şirketten farklı hareket eden bir şirket olarak kurulan Cimri.com, 12 Mayıs 2008 tarihinde açık beta sürümüyle yayın hayatına başladı. 2011 yılı Mayıs ayında eBay’in GittiGidiyor’un %93 hissesini satın alması ile GittiGidiyor tam anlamı ile eBay ailesine katılmıştır. (Wikipedia.com, 2017)

E-Ticaret sitesi Gitti Gidiyor, 2016 yılının ilk yarısında yayınlanan rakamlara göre üye sayısı 15,2 milyon, mobil uygulamasının indirilme sayısı ise 3,7 milyon olarak belirlenmiştir. Her geçen yıl artış gösteren verilen bireylerin e-ticarete olan ilgisinin her geçen gün artmakta olduğunu göstermektedir.

2016 ilk yarısı itibarıyla toplam trafiğinin yüzde 60'ı mobilden gelen site, bu süre içerisinde 232 milyon kez ziyaret edilmiştir. GittiGidiyor'un aylık ortalama ziyaretçi sayısı 38,7 milyondur. Her iki saniyede bir ürünün satıldığı GittiGidiyor'da en çok Salı günleri alışveriş yapıldığı tespit edilmiştir. Günden güne yükselen mobil trafiği ve alışveriş hacmiyle her yerden ürün alıp satabilme fırsatı sunan bu platform, aylık yaklaşık 40 milyon ziyaretçisiyle e-ticaretin en çok tercih edilen alışveriş sitesi olmaya devam etmektedir.

En çok tercih edilen e-ticaret platformu kapsamında tüketicilerin alışveriş merkezine giderek aldığı ürünlerin aynısını GittiGidiyor üzerinden belirlenmiştir. Ürünlerin alışveriş merkezinde ürün seçerken harcadığı zaman, kabinde ürünü deneme süresi, mağazanın içerisinde geçirdiği zaman, aldığı ürün sayısı ve kasada harcadığı zaman ile GittiGidiyor uygulaması üzerinden alışveriş yaparken harcadığı süre ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

<b>ALİŞVERİŞ MERKEZİ</b>							
<b>Varış Süresi</b>	<b>Marka</b>	<b>Ürün</b>	<b>Seçim Süresi</b>	<b>Kabin Süresi</b>	<b>Geçen Süre</b>	<b>Kasa Süresi</b>	<b>Toplam Süre</b>
30 Dakika	Zara	T-shirt/Çanta	30 Dakika	15 Dakika	45 Dakika	10 Dakika	130 Dakika
	Bershka	Cüzdan	16 Dakika	-		13 Dakika	29 Dakika
<b>TOPLAM: 159 DAKİKA</b>							
<b>GİTTİGİDİYOR.COM</b>							
-	Zara	T-shirt/Çanta	7 Dakika		5 Dakika		12 Dakika
-	Bershka	Cüzdan	8 Dakika		5 Dakika		13 Dakika
<b>TOPLAM: 25 DAKİKA</b>							

**Tablo 1:** AVM'de ve GittiGidiyor'da alışveriş yaparken harcanılan zaman

Çalışma kapsamında öncelikle alınacak ürünler ve markalar belirlenmiştir. Alışveriş merkezine gidilerek alınacak ürün Zara markalı t-shirt ile çanta ve Bershka markalı cüzdan olacaktır. Alışveriş merkezi olarak Avrupa Yakası'nda Bayrampaşa'da yer alan Forum İstanbul Alışveriş Merkezi tercih edilmiştir. Şirinevler'den alışveriş merkezine toplu taşıma araçları kullanarak harcanan süre 30 dakika olmuştur. Alışveriş için hafta sonu yoğunluğuna girmemek için Çarşamba günü tercih edilmiştir. Alışveriş merkezine gittikten sonra ilk olarak Zara mağazasına girilmiştir. Zara mağazasından alınacak t-shirt ve çantanın seçimi tercihlerin sıklığından ve mağazadaki kalabalıktan dolayı 30 dakika sürmüştür. Seçilen t-shirt ürününü denemek için kabin sırası beklenmiştir. Bu süreç ise 15 dakika sürmüştür. Alışverişin sadece 45 dakikası ürün seçimi ve deneme süreci olarak harcanmıştır. Ürün tercihi yapıldıktan sonra kasaya geçilerek sıra bekleme aşaması ise 10 dakika sürmüştür. Zara mağazasından aldığımız iki ürünle beraber Bershka markalı mağazaya geçilmiştir. Bershka mağazasında cüzdan seçeneklerinin fazla olması ve cüzdanların üst üste bir şekilde konulmasından dolayı tercih belirlemek 16 dakika sürmüştür. Alınacak cüzdan belirlendikten sonra kasada 13 dakika beklenmiş ve daha sonra alışveriş tamamlanmıştır. Evden alışveriş merkezine gidilerek alışverişin tamamlanması toplam 159 dakika sürmüştür.

Alışveriş merkezinde geçirilen zaman ve alınmış olan ürünler saptandıktan sonra aynı ürünler GittiGidiyor.com üzerinden de seçilmiştir. Siteye giriş yapıldıktan sonra t-shirt, çanta ve cüzdan alışverişi yapılmıştır. Sitede ürün görselleri, ürünün detaylarını belli edecek şekilde görsellerle sabitlenmiştir. Ürün ayrıntıları yol ve tüketicilerin kalabalığı olmadan oturduğumuz yerden tek bir tık işlemi ile bilgisayar ya da mobil cihaz tarafından incelenmiştir. Ürünün incelenmesi, kredi kartı bilgilerinin girilerek, teslimat adresinin yazılarak alışverişin tamamlanması 25 dakika sürmüştür. Yapılan analiz çerçevesinde tüketicilerin internete yönelmesindeki en büyük etken alışveriş

merkezlerinin getirdiği zaman kaydı olarak belirlenmiştir. Bireyler alışveriş esnasında harcadıkları zamanı en aza indirmek adına dijital tüketime yönelmektedirler. İnternet sitelerinin dezavantajı arasında kargo ücreti yer almaktadır. Firmalar bu durumu avantaja çevirebilmek için alınacak ürünlerin birden fazla olduğu durumlarda kargo ücreti talep etmemektedir. Bu durum tüketicilerin memnuniyetini artırmayı ve kullanım alanlarını genişleterek e-ticarete yönlendirmeyi hedeflemektedir.

## SONUÇ

Sosyal medyanın tüketim gücü kapsamında GittiGidiyor örneği incelenmiştir. Çalışma kapsamında e-ticaret uygulamalarının tüketiciler üzerindeki etkisi belirlenmiştir. Bireyler zamandan tasarruf ve kolay alışverişi tercih ettiklerinden dolayı rotasını dijital tüketime çevirmektedir. Alışveriş merkezlerinde tüketicilerin ürün seçimi ve alımı süresi, internet üzerinden gerçekleştirilen alışveriş süresinin iki katı olduğu belirlenmiştir. İnternet üzerinden alışverişin en büyük avantajı zamandan tasarruf sağlıyor olmasıdır. Dezavantajları arasında ise ürünün orijinal olup olmamasıdır. Bireyin dijital tüketime olan ilgisi GittiGidiyor uygulamasının kullanıcı sayıları incelenerek yapılmıştır. GittiGidiyor'un aylık ortalama ziyaretçi sayısı 38,7 milyon olduğu belirlenmiştir. Her iki saniyede bir ürünün satıldığı platformda kullanıcı sayısı her geçen gün artış göstermektedir.

Araştırmada uygulanan nicel ve nitel veriler değerlendirildiğinde sosyal medyada tüketimin kitlelerin gücü haline geldiği ve kitlelerin aktifliği görülmektedir. Bireyler toplum içerisinde statüyü arttırmak ve dikkat çekebilmek adına ihtiyaçları olmasa bile tüketime yönelmektedir. Tüketimin artmasını moda'nın her geçen gün değişim göstermesi ve sosyal medya uygulamalarında yer alan tüketiciyi teşvik etmeye yönelik reklamların artması etkilemektedir. Bu sebeple tüketiciler ihtiyaçlarına yönelik değil, toplumda kendilerini ifade edebilmek ve dikkat çekebilmek adına alışverişlerini gerçekleştirmektedir.

## KAYNAKÇA

- Bell, D., Valentine, G., *Consuming Geographies: We Are What We Eat*.
- Borgmann, A., *Reflections And Reviews: The Moral Complexion Of Consumption, Journal Of Consumer Research* 26 (4), ss. 418, 2000.
- Cesur, S., *Tüketiciler Açısından Serbest Zaman Faaliyetleri Ve Alışveriş*
- Cop, R., & Oyan, D. (2010). *Küçük Yerleşim Yerlerindeki Tüketicilerin, İnternette Ürün Satın Alma Davranışları Üzerine Bir Uygulama. Niğde Üniv. İİBF Dergisi*, s.98-115
- Demografik Ve Sosyo-Kültürel Özelliklerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Ege Akademik Bakış*, ss.689, 2008.
- Erkmen, T., Yüksel, C., A., *Tüketicilerin Alışveriş Davranış Biçimleri İle Fakültesi*, ss.42, 1994.
- Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu, Ayrıntı Yayınları*, s.50, İstanbul 2002
- Karahasan, F. *Taşlar Yerinden Oynarken Dijital Pazarlamanın Kuralları, Doğan Egmont Yayıncılık*, s, 222-223, İstanbul 2012
- Merkezleri, Tüketici Yazıları (II)*, ss. 353-356, 2010. Routledge, London, 1997.
- Tuncer, D., *Pazarlama, Hacettepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler*
- Ünsalver, B., Ö., *Alışverişkolik Tüketirken Tüketen Takıntı, Timaş Yayınları*, s.19, İstanbul 2011.
- Whatmore, S., Thorne, L., *Nourishing Networks: Alternative Geographies Of Food*, ss. 287-304, 1997.
- Wilk, R., *Consuming Morality, Journal Of Consumer Culture* 1 (2), ss. 246, 2001.
- Yengin, D. *İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul*, 2017.
- [https://tr.wikipedia.org/wiki/Kredi\\_kart%C4%B1](https://tr.wikipedia.org/wiki/Kredi_kart%C4%B1)
- <https://tr.wikipedia.org/wiki/GittiGidiyor>



## SANAL DÜNYADA SANAL DÖNÜŞÜM

Laman İSMAYILZADA  
İstanbul Aydın University, İstanbul  
[ismayilzade\\_l@mail.ru](mailto:ismayilzade_l@mail.ru)

### ÖZ

Günümüzde internet kullanımının geniş yayılması büyük bir etkileşim alanının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Her geçen gün internet, sosyal ağlar hayatımıza daha çok dahil olmaktadır ki, bu da farklı bir dünyanın-sanal dünyanın ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Sanal dünyanın ortaya çıkması sanal kimliklerin de oluşumunu gerektirmektedir. Sanal bir dünyada farklı kimliklerin oluşumu, farklı kimliklere dönüşüm kaçınılmazdır. Araştırmanın amacı sanal dünyada kimlik oluşumunun incelenmesi, bu sürecin açıklanmasıdır. Sanal dünya ve kimlik dönüşümü kavramları incelenerek bu dönüşüm sürecinin sebep ve özellikleri açıklanmaktadır. Sanal ve gerçek dünya arasındaki farkı açıklayabilmek için *Black Mirror (Siyah ayna) dizisinin Be Right Back (Hemen Dön)* adlı bölümü incelenecektir. Dizide gerçek ve sanal arasındaki farklar açıklanmıştır ve bu farklılıkların sebepleri belirtilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** *Internet, sosyal medya, kimlik, etkileşim*

## VIRTUAL TRANSFORMATION IN THE VIRTUAL WORLD

### ABSTRACT

Today, the widespread use of the internet has led to the creation of a large field of interaction. With each passing day, the internet, social networks are becoming more and more involved in our lives, which has allowed for the creation of a different world - the virtual world. The trick of a virtual world is that it's a virtual identity. In a virtual world, the formation of different identities, conversion to different identities is inevitable. The study of identity formation in the virtual world of our research is the announcement of this process. The concepts of virtual world and identity transformation were examined and the reasons and features of this transformation process were explained. The concepts of virtual world and identity transformation will be examined and the reasons and features of this transformation process will be explained. To explain the difference between the virtual world and the real world, the Black Mirror series' Be Right Back section was examined. The differences between the real and the virtual were explained and the reasons for these differences were indicated.

**Keywords:** *Internet, social media, identity, interaction*

### GİRİŞ

İletişim teknolojilerinin gelişimi zaman ve mekan kavramlarının yanı sıra günümüzde kimlik kavramının da dönüşümüne yol açmıştır. İletişim teknolojileri ve internet ağlarının ortaya çıkması hem geri kazanılan zaman ve mekan, hem de idealize edilmiş, yaşanılan değil, yaşanılmasının hayal edildiği farklı kimliklerin oluşumuna yol açmıştır. Gerçek kimliklerin simge ve avatarlara bağlı olarak sürdürülmesi var olduğumuz gerçek dünya dışında, sosyal ağlar vasıtasıyla var olduğumuz sanal dünyanın da paralel olarak sürdürüldüğünü gösterir.

Deleuze, dış dünyanın kaçak ihlaller yaptığı dünyayı sanal dünya olarak tanımlamıştır (Deleuze, 2014: 59). Baudrillard' da sanal dünya tarafından silinen bir dünyada yaşadığımızı söylemiştir. Yani gerçeklik yerine görüntülerin önem taşıdığı bir dünya ortaya çıkmıştır. Bu dünyada var olanın kabullenilmesi zorunluluğu yoktur. Yeni, idealize edilmiş, mükemmelleştirilmiş bir kimliğin ortaya çıkması var olanla yaşama zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır ki, bu da sanal dünyanın vatandaşlarının sayının artmasına neden olmuştur.

Sanal dünyanın sunduğu yasaklardan uzak bir dünya, yapılacakların veya yaşanacakların hayat şartlarına değil hayal gücüne bağlı olarak sürdürülmesi, dönüşen kimliklerin dış dünyamıza ters oluşumu,

sağlanan kolaylıkların yanı sıra, real dünyaya adapte olmada sorunlar yaratabilir. Bireylerin kimlik dönüşümleri buldukları toplumun sosyal ve kültürel yapılarına göre farklılık gösterebilir. Sanal dünyada kendilerini ifade edebilmek için bireyler sanal kimliklere bürünebilmektedir.

Araştırmanın amacı sanal dünyada kimlik oluşumunun incelenmesi, bu sürecin açıklanmasıdır. Sanal dünya ve kimlik dönüşümü kavramları incelenerek bu dönüşüm sürecinin sebep ve özellikleri açıklanmaktadır. Sanal hayatın gerçek dünyaya adapte olamama sebeplerinin açıklanmasında çalışmanın genel amaçlarındandır. Sanal dünyanın bireylere sağladığı sonsuz imkanların bireyler üzerindeki etkisi açıklanarak, bireylerin kimliklerini değiştirme sebeplerinin açıklanması amaçlanmıştır. Dış dünyayla iç dünyanın karşılaştırılması yapılarak, bireylerin görsel olarak belirlenmiş bir kimliğin dışına çıkma durumları da araştırılacaktır.

Çalışmamızda genel olarak sanal dünya ve kimlik dönüşümü kavramları incelenecektir. Kimlik dönüşümlerinin genel olarak daha fazla yaşandığı sosyal medya mecraları belirtilerek, kimlik dönüşümlerinin amacı ve sonuçları açıklanacaktır. Verilerin toplanılması için sanallık ve kimlik kavramları ile ilgili literatürlerin yanı sıra internet siteleri incelenecektir. Sosyal medya mecralarında oluşmuş kimlikler üzerine yorumlar yapılacaktır.

Kimlik dönüşümü sürecini Baudrillard'ın simülasyon kuramı ile anlatmaktadır. Bu kuramın temel konusu olmayan bir şeyi var gibi gösterebilmektir. Simülasyon evreni, görünüm evrenidir ya da bir caydırma eylemidir. Caydırmanın en önemli kozu görüntü, ses ve sözü bir arada kullanan medyadır (Özer, 2011 : 34). Araştırmamızda sanal dünya ve gerçek dünyanın benzer ve farklılıklarını gösteren Black Mirror (Siyah ayna) dizisinin *Be Right Back (Hemen Dön)* adlı bölümü incelenmiştir. Filmde sanal dünyanın ortaya çıkma sebepleri, bu dünyaya bağlı yaşamın sonuçları ve sanal dünyanın gerçek olamaması sebepleri gösterilmiştir. Var olan dünyaya dahil olmuş sanal bir dünya ve o sanal dünyaya aktarılmış gerçek bilgilerin sanal olarak yeniden gerçek dünyaya simüle edilmesi açıklanması gereken önemli konulardandır.

## **SANAL KİMLİK**

Kimlik bireylerin yaşamlarında hem kültürel, hem sosyal olarak sergiledikleri davranışların bütünüdür. Kimliğin oluşumuna genel olarak etki eden etkenler bireyin ilk yıllar aile içi, daha sonra okulda ve işyerinde yaşadığı etkileşim sürecidir. Bu etkenler benliklerin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Bu etkenler bireylerin her zaman kazanmak istedikleri benlikleri elde etmelerine izin vermemektedir. Henri Taifel'in "Sosyal kimlik teorisi"ne göre belirli bir rolü ifade edebilen davranışlarının arasında veya içinde tercih yapmak, kişinin, bu rollerle ilgili kimlikler hiyerarşisindeki konumunu yansıtmaktadır.

Sanal dünya ise bireylere kendi istedikleri kimliklerini oluşturmakta yardımcı olur. Oluşmuş sanal kimlikler her zaman bireylerin gerçek hayatta var olan benlikleri değil, olumlu bilgilerini aktardıkları kimliklerdir. Kısacası, sanal kimlikleri kendilerini ifade etme biçimleridir. Baudrillard'a göre bu durum gerçeğin sahte temsilcisi olan simülasyonların çoğalmasındır (Baudrillard, 1991: 80).

Gerçek hayatta beden ve ruh olarak tek bir mekanda var olmamız sanal kimliğin önemini artırır. Sanal kimlikde zaman ve mekan anlayışı yoktur. Sadece zaman ve mekan anlayışı değil, dil, din, ırk olarak seçimler sınırsızdır ve sanal kimlik hayal gücüne dayanarak var olabilir. Var olanı değil, var olması gerekeni yansıtan sanal kimlikler idealize edilmiş kimliklerdir. Gerçek hayatta yaşadığı dezavantajların sanal hayata taşınmaması sanal kimliklerin idealize edilmiş kimlikler olduğunu göstermektedir. Sosyal hayatta ve gerçek ilişkilerde başarılı olamayan kişiler sanal kimliklere bürünerek sanal hayatta başarılı olmaktadır.

Sanal kimliklerin ortaya çıkma sebebi bireylerin ekonomik ve sosyal kaçışları ya da cinsiyet ayrışım sorunları olabilir. Gerçek hayatta toplumsal baskıdan korkarak saklamak zorunda kaldıkları duyguları sanal dünyada rahatca ifade edebilmeleri sanal kimliklerin oluşmasına etki eder. Çeşitli sanal kimlik türleri, çeşitli platformları ve sanal alanları tamamlamak üzere oluşturulmuştur. Video oyunları veya diğer mekanlarda en çok kullanılanlar "avatarlar" olarak adlandırılmaktadır. Bir avatar temsili

görüntüleri profille ilgili isim ve sanal kimlik hakkında bilgi içermektedir. İnsanlar sanal kimlikleri kendilerinin sanal temsilcileri olarak kurarlar. Örneğin, bir çevrim içi rol yapma oyunu oynayan birinin sanal kimliği, kendi kimliğinden neredeyse tamamen farklıdır; ancak, bazı açılardan, kendi kimliğinin bir parçasıdır, çünkü tek tek oluşturulmuştur. Oluşturulma sürecinde seçilen göstergeler bazen birey tarafından elde edilmesi zor olan şeyler olabilir. Bu maddi ve manevi durumlarla bağlı olabilir ki, bunları sanal dünyada elde etmek bir komuta bağlıdır. Gerçek dünyada ise bunlar zaman istemektedir. Gerçek ve sanal kimlikler arasındaki fark bireyin gerçek veya sahte olduğunu göstermektedir. Bu gerçek ve sahte arasındaki farkı göstermektedir. Gerçek hayatta aynı durumla karşılaşıldığında avatara benzer bir kimliğe bürünmenin sebebi ise sanal kimliğin aslında gerçek kimliğin bir parçası olmasıdır.

Kavram olarak, sanal dünyalar ve platformlar daha işlevsel ve hareketli hale geldiğinde, sanal kimlikler de kendini ifade etmek için daha baskın hale gelmektedirler. Sanal kimlik, çevrim içi iletişim kurarken ima edilen bir kişidir. Bu durum, çevrim içi olduğunuzda kim olduğunuzun algılanan bir görünümüdür. Çevrim içi kimlik, nispeten küçük gerçeklik düzeylerine sahip görseldir. Türk Dil Kurumunda “sanal” gerçekte yeri olmayıp zihinde tasarlanan bir olgu olarak açıklanmıştır. Sanal kimlikler de, çevrim içi kişilerin zihinlerinde canlandırarak yayınladığı kişilik, fiziksel açıklama ve kim olmak istediklerini gösterme becerisidir. Marx'a göre bu “kendi emeğine ve ürününe yabancılaşma” durumudur (Marx, 1993: 80 aktaran Kenan Somer). Geray'a göre ise “masaüstü sömürgecilik”tir (Geray, 1995:34).

Çevrim içi kimlik, kişinin daha zeki, daha seksi, daha pürüzsüz veya daha cesur görünmelerini sağlamak için yaratılmış bir kimliktir. Seçilen kişilik genellikle o kişinin sahip olduğu veya sunmak istediği kimliği gösterir. İletişim sistemlerinde çevrim içi kimliği kolaylaştırmak için, belirli çevrim içi kimliği yürütmek için bir 'sanal kimlik' oluşturulmalıdır. Anlatmakta olduğumuz dizide aktif internet kullanıcısı olan birinin veritabanında toplanan bilgilerinin insanın gerçek hayatta olmadığı zamanda bile sanal kimliğin gerçek hayata simüle edilmesi anlatılır. Sanal bellekte depolanmış bilgilere dayanarak sanal kimliğin gerçek hayata entegrasyonu siyah ekranı aradan kaldırmıştır.

### **SOSYAL MEDYADA DÖNÜŞEN KİMLİKLER**

Sosyal medya kişilerarası iletişim ve etkileşimin çevrim içi olarak sürdürüldüğü sanal mekanlardır. kişilerin kendi düşüncelerini söyleyebildikleri ve dikkate alınacakları mekanlar olduğundan sosyal medya önem kazanmıştır. Mekanların sanal olmasına rağmen bireyler arası etkileşimi sağlaması büyük etki yaratmaktadır. Günümüz toplumunu gösteren toplumu adlandıran Debord, teknolojinin bireyleri yabancılaştırıp, sadece gösteri yapan bireylere dönüştürdüğünü belirtmiştir (Debord, 2006 : 41). Kısaca, teknolojinin gelişimi ile yeni medya artık bireylerin kendilerini ifade etme imkanı buldukları bir mekan haline gelmiştir. Gerçeklikten uzaklaşarak sahte bir kimliğe bürünen bireyler var oldukları değil, var olmak istedikleri kimliklere bürünmektedirler.

Sosyal medya bireylere özel alanlarda sadece sanal kimliklerle varlıklarını sürdürebilmelerine izin verir. Bu alanlar bireylerin kendi kimliklerinin, kendi yaşantılarının belirli bir kısmını sınırlı şekilde ifade ederek kendilerini tatmin ettikleri bir mecradır. Gerçek hayatta sergilemekte zorluk çektikleri davranış ve düşüncelerini sanal dünyada rahatlıkla görsel olarak kitlelere yansıtılması sosyal medyada dönüşen kimliklerin gerçek kimliklerden farkını yansıtmaktadır. Bireylerin sanal kimliklere bürünme sebebinin sadece sahip olmak istedikleri kimlikler olmadığını söyleyebiliriz. Kendi düşüncelerini toplumsal baskılardan uzak özgür ifade edebilmeleri de yeni medyaya olan ilgiyi artırmaktalar.

Bireylerin sanal kimlikleri son zamanlarda en çok Instagram, Facebook gibi sosyal medya mecralarda görülmektedir. Kişiyi sadece bu mecralarda paylaştığı görsel veya yazılı iletilere göre tanıyabiliriz. Toplumsal etkileşim sonucunda sadece göstermek ve iletmek istediklerini paylaşarak sadece tanıtmak ve göstermek istediği kimliğini gördüğümüzü anlamaktayız.

Sosyal medya bireylere zaman ve mekandan bağımsız olarak iletişim kurmalarına izin vermektedir. Bireyin kendini gösterebilme şeklinin her zaman çevrim içi olması bireyin sosyal ağlara olan ilgisini artırmaktadır. Gerçek hayatta gerçek kimliklerin yorulabileceği, uyuyabileceği ihtimallerinin internette

bulunmaması, gösterilmesi istenen kimliğin her zaman aktif ve çevrim içi olması sanal kimliğe olan ilginin sebebidir. Sanal kimliğin kullanıcılara sağladığı anonimleşme durumu sosyal medya ortamlarında bireylerin daha özgür olmalarına izin verir.

Gerçek hayatta sosyalleme problemi yaşayan bireyler daha fazla sosyal medya mecraları üzerinden sosyalleşebilirler. Sosyal medya bireylerin sanal dünyada var olmalarına, diğer kullanıcılarla etkileşim içinde iletişim kurmalarına izin verir. Avcıoğlu, sanal kimliklerin inşa edilmesinde siyaset, din, coğrafya gibi unsurların katkıda bulunduğunu söylemiştir (Avcıoğlu, 2011: 363).

Sosyal medya üzerinden gerçek hayatta bulmakta zorluk çekebileceği düşünce arkadaşları ile sürekli iletişim içinde olmak sanal kimliğin sağladığı avantajlardandır. Hem anlaşabileceği bireylerle iletişim içinde olmak, hemde kendi düşünce tarzlarını yaymak amaçlı kullanılan sosyal medya mecraları ve her bir sanal kimlik propaganda aracı olmuştur. Hem düşüncelerin paylaşımı, hem de yayılması olarak sanal dünya kullanılmaktadır. Daha büyük kitlelerle iletişim kurabilen sanal kimlikler sanal ortamdan ayrılmadığı süreçte hem de gerçek dünyadan uzaklaşarak yalnız kalabilirler. Çünkü, sosyal ağ kullanıcısı kendisinde gördüğü eksik noktaların sosyalleşme sürecine olumsuz etkide bulunabileceğini düşünmektedir (Özdemir, 2015: 114).

Sosyal medyada aktif olan kullanıcılar toplumda kabul edilmeyen özelliklerini sanal kimliklerinde yansıtmamaktadırlar. Sanal alemin onlara sağladığı anonimlik onlara istedikleri gibi görünmelerine izin verir. Çevrim içi olmaları ve görünmez olmaları bireyleri sosyal medyanın ilgi çeken tarafıdır. Sosyal medyada kullanılan takma adlarda bu görünmemeziği destekler. Kendi bilgilerine erişimi istedikleri şekilde sınırlayabilmeleri bu gizliliği yürütmektedir.

Bu gizlilik ve özgürlük çevrim içi oyunlarda da kendini göstermektedir. Bu oyunlarda sanal kimlikler arası iletişim hem gizlilik he özgürlük bakımından sınırsızdır. Gerçek hayatta kaybedeceği hayatın, evin, bir eşyanın vereceği kayıp sanal alemde hissedilmemektedir ve ciddiye alınmamaktadır. Örneğin, gerçek hayatta yüksek hızla kullanılan arabanın yaratabileceği risklerin sanal hayatta olmaması, savaş halinde farklı taktiklerin kullanılması hayati risklerin sanal savaş oyunlarında olmadığı bireylerin bu ortamlarda daha rahat olduklarını gösterir.

Başka bir avantaj, sanal dünyada kullanılan dil, ifade biçimleri aynıdır ve farklı dillere ihtiyaç duyulmamaktadır. Caneron Bailey bu durumu kullanıcıların kendilerine “*Sanal bir deri giydirmesi*” olarak tanımlamıştır (Bailey, 2001: 335-336). Bu görünmezlik özelliği siber zorbalık adlanan davranışın sergilenmesinde yol açmaktadır. Mekan ve zaman sınırlığının olmaması siber zorbalığın artmasına neden olmuştur ki, bu zorbalık bazen gerçek hayatta da kendini göstermektedir.

### **SANAL GERÇEKLIK KAVRAMI**

Gerçeklik hakkında bildiğimiz her şey duyularımız yoluyla gelir. Tüm gerçeklik tecrübemiz sadece duyuusal bilgilerin bir kombinasyonudur ve beynimiz bu bilgiyi algılama mekanizmasıdır. Bu durumda, eğer duyularınızı uydurma bilgilerle sunabiliyorsanız, gerçeklik algısı buna tepki olarak değişecektir. Gerçekte var olmayan bir gerçeklik versiyonu sunulmakta, ancak bakış açımızdan gerçek olarak algılanmaktadır. Sanal gerçeklik olarak adlandırdığımız kavram budur. Sanal gerçeklik internet aracılığı ile yaratılmış bir dünyada karşılıklı iletişimin kurulduğu bir alandır. Katılımcılara gerçeklik hissi veren bir ortamdır. Bu ortam gerçek hayatın ötesinde bir ortamdır. Bu alanı Wiliam Gibson “*cyberspace*” (Gibson, 1984 : 77), “*siberuzay*” olarak adlandırmıştır. Bugün sanal gerçeklik genellikle bilgisayar teknolojisi kullanılarak uygulanmaktadır. Kulaklıklar, gözlükler ve başka özel nesnelere gibi bu amaçla kullanılan sistemler vardır. Bu nesnelere gerçekliğin yansımalarını yaratmak için duyularımızla beraber hayata geçirilmek için kullanılmaktadır. Gerçekte yapması zor, pahalı, tehlikeli olan her şey ekran arkasında yapıldığı zaman sanal gerçeklik kavramı ortaya çıkarmaktadır.

Siberuzay - bilgisayar ağları vasıtasıyla dijital ortamda enfarmasyon paylaşımının yaşandığı bir alandır. Somut bir mekanda oluşmuş bu dünyada var olan gerçeklikte sanaldır. Foucault siber uzay kavramını açıklarken ütopya ve heterotopya kavramlarını kullanmıştır. Foucault'a göre ütopya gerçeklikle bağlantısı olmayan bir alandır. Toplumun ütopya ile ters ilişki içinde olduğunu belirtmiştir

(Foucault, 1984: 295). “Ters” olarak tanımladığı mekanlar aynı yerde olan ve aynı anda tersine çevrilmiş mekanlar olarak anlatmıştır. Örnek olarak buna aynayı göstermiştir. Aynanın, yersiz bir mekan olduğu için yersiz olduğunu söylemiştir. “Ben, aynada kendimi görürüm ama ben gerçekdışı, sanal bir mekanda değilimdir. Ben ordayım, ama orada değilimdir. Ayna, orada olan, beni kendime gösteren bir gölgedir ve bu gölge benim nerede olmadığımı görmemi sağlar; aynanın ütopyası budur. Heterotopya olmasının nedeni ise ayna gerçekte var olmaktadır ve var olmamın karşısı bir hareketi simgeler. Aynanın var olduğu noktadan benim olmadığım noktayı görebilirim” (Foucault, 1984:296). Sanal gerçeklik kavramı da, Foucault’ın anlatmaya çalıştığı gibi insanların kendilerini gördükleri sadece içinde var olmadıkları bir ortamdır. Sanal gerçeklik içinde insanların kendilerini gösterdikleri, kendilerini tanıtdıkları mekanlar dijital oyunlar, sosyal medya mecraları, sohbet odaları gibi mekanlardır. Gerçek dünyada bulunduğu süreç içinde başka bir dünyada bulunabilmek sanal gerçeklik kavramını açıklayabilir.

İlk sanal gerçeklik simülasyonu Morton Heilig tarafından “Sensorama Simulator” adı altında sunulmuştur. Helig hem de kafaya takılabilen bir televizyonun yapılabileceğini düşünerek “Telesphere Mask” adında 3D çevresel görüntü ve ses ile gerçeği simüle edebilen bir maske icat etmiştir (Sarnoff, 1960. Aktaran Bostan, 2007: 89). Sanal gerçekliğin bireylere sağladığı avantajlar dijital dünyada onların kimliklerini abartılmış, hayali, egolarını ve cinsel isteklerini tatmin etmiş, olarak ve dünyada ulaşmakta zorluk çektikleri şeylere ulaşmış olarak sunmasıdır. Baudrillard sanal gerçekliği tuzak olarak göstermiştir. Buna sebep ise var olmayanın var olduğunu göstermesi, gerçeği birebir kopya etmesi olarak belirtilmiştir (Baudrillard, 2010: 15).

Burdea, sanal gerçekliğin bilgisayar grafikleri ile yaratılan gerçek dünyanın kopyası olan ancak statik olmayan kullanıcıdan gelen girişlere cevap verebilen bir dünya simülasyonu olduğunu belirtmiştir (Burdea, 2003: 46). Sanal alemin bize sunduğu avantajlar içerisinde gerçek belleklerin yerini almış olan sanal bellek – bulut (cloud) önem taşımaktadır. Var olan verilerin toplanarak sanal bir alemde korunması ve arşivlenmesi enformasyonun gerçek dünyaya paralel olarak dağılımını sağlar. Bulutun topladığı veriler her zaman var olan, doğru bilgiler değildir. Bireylerin hayatlarının her anını değil, sadece belirli dönemlerini sanal dünyaya simüle etmeleri sanal dünyada ortaya çıkan kimliklerin gerçek kimlikler değil, sanal dünyaya simüle edilmiş kimlikler olduğunu söyleyebiliriz.

Teknolojinin gelişimi ve internetin ortaya çıkması ile ekranlara bağlı yaşamları anlatan *Black Mirror (Siyah ayna)* dizisinin *Be Right Back (Hemen Dön)* adlı bölümünde buluta yüklenen verilerle gerçek hayatta sanal olan bir kimliğin ortaya çıkma süreci anlatılmaktadır. Filmde simülasyon olan gerçek izlenimi yaratabilen bir bilgisayar programı anlatılarak, gerçek veya sahte olması konusunda sorular yaratılmıştır. Gerçek hayata simüle edilmiş illüzyonun gerçek veya yansıma olduğu tartışılır. Gerçeğin sahteye dönüşmesi, sahtenin gerçeğin yerini almış olduğunu göstermez ve bu sadece bir yansımadır. Sahte gerçeklik konusunu merkez alan film *Black Mirror*, genel olarak film yapısında gerçek ve sanal alemleri karşılaştırmalı olarak kullanmıştır. Başaran’ın söylediği gibi, filmde de, dijital teknolojiler gerçeğin önünü keserek kendi simülasyonlarını yaratmışlardır (Başaran, 2007: 136).

Filmde gerçeğe benzer ama sahte yaşanan bir dünya açıklanmaktadır. Bulutta toplanan verilere göre insanın ikizi yaratılmıştır. Baudrillard bu durumu yaşantımızda eski gerçekliğin yerini yeni bir simülasyon ilkesinin aldığını söyleyerek açıklamıştır. Film üzerinden sanal ve gerçek alemleri karşılaştırsak, yapay bilinçin gerçek bilinç gibi var olabilme süresinin Bostromun`da söylediği gibi sadece fişe bağlı olduğu süreçlerdir. Bunun sebebi insanların beyine sahip olmasıdır. Yapay zeka sadece matematik sembollerden oluşmaktadır ve sadece verilen komutlara uymaktadır. Ruh, his, duygu gibi kavramlar yapay zekalarda bulunmamaktadır ve bu gerçek zekadan farklıdır.

## **BLACK MIRROR (SİYAH AYNA) DİZİSİNİN BE RIGHT BACK (HEMEN DÖN) ADLI BÖLÜMÜNDE GERÇEK VE SANAL DÜNYA**

*Be Right Back* bölümü, genel olarak hem geleceğin hem de teknolojiyle olan ilişkimizin ne hale gelebileceğinin bir göstergesidir. Ayrıca teknoloji ile olan ilişkimizin 20. yüzyılın ortalarından beri nasıl değiştiğini de göstermektedir. Bu bölüm, günümüz dünyasındaki birçok konu ile ilgili soruları gündeme getirmektedir. Filmde, eşi Ash’in (Domhnall Gleeson) kazaya uğramasından ve yeni bir

teknoloji ile tanıştıktan sonra Martha'nın hayatının (Hayley Atwell) değişimi tasvir edilmiştir. Bu hizmet, çevrim içi sosyal ağ etkinliklerinden elde edilebilecek materyali ve daha sonra yaptığı özel mesajlar ve Martha'ya yapılan aramaları temel alarak çevrim içi mesajlar ve telefon görüşmeleri yoluyla Ash'i taklit eden bir yazılım paketidir. Gösteri, Ash'in tam gövdeli bir taklidiyle donanıma geçtiğinde daha da soğuk bir etki yaratmaktadır. Martha eşinin kaybindan sonra yeni teknoloji ile uğraşırken onu eski yaşantısından uzaklaştıran bu teknolojinin sadece bir taklit olduğunu da anlamaktadır. Bu teknoloji Ash'in gerçek kişiliğini sosyal medya sitelerinde sergilediği bilgilere göre taklit eden bir teknolojidir. Geriye kalan duygu, samimiyet ve herhangi anlam taşıyan şeylerden uzak bir kişilik yaratmıştır.

Filmde anlatılmak istenen sanal dünya iletişiminin gerçek ilişkiler veya insan etkileşiminin yerini alamamasıdır. Teknolojinin birçok boşluğu kapatabilmesi, ancak kişisel yakınlık veya dostluk arasındaki boşluğu kapatamaması anlatılmaktadır. Daha önemlisi toplumun teknoloji ile olan ilişkisini, aynı zamanda aşırılıklar hakkındaki korkuları temel alan muhafazakarlığı anlatılmaktadır. Teknolojik değişim ve büyüme her zaman insanların hayatlarında radikal bir gelişme ile bağlantılı iken, bu ilişki, hayatımızın belirli yönlerini koruyamadı. Örneğin, facebook var olan arkadaşlarla bağlantıları sürdürülmesi için tasarlanan bir ağıdır. Sonradan çevrim içi arkadaşlıklar kurulan bir ortam olmaya başlamıştır. Akıllı teknolojiler milyonlarca insanın şu anda dünyada var olan inanılmaz miktarda bilgiye erişmesine izin vermektedir. Ash, aktif sosyal medya kullanıcısı olan ve sosyal medyayı “insanları eğlendiren bir platform “ olarak adlandıran bir karakterdir. Onun sosyal medyada oluşturduğu karakter gerçek hayatından zamanını ve gerçekleştireceği eylemleri çalmaktadır. Karısına karşı bile ilgisizliğinin sebebi hayatının gerçek ve sanal olarak ikiye bölünmesidir. Gerçek hayattan uzaklaşarak sanal hayatta kendisini kaybetmektedir ve simülasyon içinde yaşamaktadır. Baudrillard'ın da söylediği gibi, “yalnızca hayal edilen ütopya, kaybedilen bir nesnenin hayalini kurmaktadır” (Baudrillard, 2001: 85).

Eşinin ölümünde dijital ortamı suçlu bulan Martha, yeni teknoloji sayesinde artık kocasının kendi bilgileri üzerinden ortaya çıkmış taklidi ile görüşme imkanını kazanmaktadır. Ash'in sosyal medyada paylaştığı bilgiler aracılığı ile ortaya çıkmış gerçek olmayan bir kişiliğinin sadece gerçeğinin avantajlı taraflarını kendinde toplaması ile sosyal mecralarda yer alan paylaşımların gerçek kişiliği tamamen yansıtmayan bir taklidi ile gerçek hayat da artık onun yerini almaktadır. Hem geçmiş, hem süren hayatında, karakterinde var olan olumsuz davranışlarını saklamak için sosyal ağlarda kendi ile ilgili sadece göstermek istediği bilgileri sunarak farklı bir kişilik oluşturmuştur ki, ölümünden sonra gerçek hayata yansıyan sanal kimliği de kötü özelliklerinden arınmış, sadece olumlu yönlerini gösteren bir kimlik olarak ortaya çıkmıştır. Başlangıçta anlık ileti gönderen, daha sonra telefonda Martha ile konuşan kopya, kendi kendine haber vericidir. Ash'i tamamen değiştiremeyeceğini ve parametrelerinin bir bilgisayar programı olduğunu bilmektedir.





Turingin 1950 yılında "Computing Machinery and Intelligence" adlı makalesinde “ *Eğer bir makine karmaşıkta, sözlü tepkileri bize bir insanla etkileşim kurduğumuzu düşünmemize yol açarsa, bunun bir insan gibi akıllı olduğu sonucuna varabiliriz* ” (Turing, 1950: 450) düşüncesinin Black Mirror dizisinin “Be right back” adlı bölümündeki gerçek insan gibi düşünebilen bir makine için çok uygun olduğunu görebiliriz. Gerçek Ash'den farklı olarak Ash'in sanal taklitinin önemli görevi Martha'ya dikkat ve itaat etmektir. Eşinin dijital ortamlarda kayıp olarak gösteremediği bu özelliklerin taklitinde bulunması kişinin kendini dijital ortamda yansıtmayı ile bağlıdır. Kişilerin farklı karakterlere sahip olduğu gerçek dünyada sadece programlanmış olan bir karakterin sadece bir makine olduğu bilinmektedir.

Filmde gerçek dünya ve sanal dünya arasındaki farkın en önemli özelliği gerçek Ash'le taklidi arasındaki büyük boşluk farkıdır. Yapay zeka ve insan arasındaki düşünebilme ve hissetme farkı, aradaki boşluğun başlıca sebeplerindedir. Filmde Martha'nın telefonu düşürdüğü an paniklemesi sanal dünyanın sadece internete bağlı olarak sürdürülmesini gösterir. “*Seni elimden düşürdüm*” diyerek, onun gerçek olmadığını göstererek onu bir nesneye bağlamaktadır. Bu nesne orijinalinden farklı olarak kopyalana, artırılabilir. Yapay zeka gerçek zekanın bir kopyasıdır. Her gün daha fazla enformasyon yüklenebilen gerçek deyiş ve gelişebilmektedir.

Araştırmanın genel amacı sanal ve gerçek dünya arasındaki farkı araştırmaktır ki, filmde bu Ash'in ölümü ile sahte bir kopyasının ortaya çıkması ile gösterilmektedir. İlk olarak Martanın programın Ash'in bilgilerine erişmesine izin vermesi ile başlar. Bu, yapay zekanın sadece sosyal medyaya yüklenmiş bilgiler doğrultusunda ortaya çıktığının göstericisidir. Bu, yapay zekanın her zaman ideal bir benlik olarak ortaya çıkmasını göstermektedir. Filmde anlatmaya çalıştığımız yapay ve gerçek arasındaki farklar ölü Ash'in yeniden yaratılması ile öne çıkmaya başlar. Bilgilerin, ruhun ve zihnin yerine geçerek yarattığı yapay zeka sadece internete bağlı olarak yaşamını sürdürmektedir. Ash'in bu sahte kopyası gerçekliğin ve orijinalliğinin sadece gerçeğe ait olduğunu göstermektedir. Sahte ve gerçek arasındaki farkı gösteren diğer bir sahne sahte Ash'in Marta'nın isteklerini uygulamak üzerine tasarlanmış olmasıdır. Bir bilgisayar programı olarak sahte Ash'in sadece emirler üzerine eylemler gerçekleştirilmesi onun gerçek insandan farklı olarak kendi kararlarını verme ve düşünme becerisine sahip olmadığını göstermektedir. Gerçek insandan farkı duygu ve düşüncelerinin olmamasıdır. Gerçek bir insanın sadece hiss ederek hayata geçirdiği eylemi, yapay zeka sadece belirtilen emirler olarak hayata geçirmektedir.

Filmin ilk sahnelerinde Ash teknolojiye bağımlı olan bir birey olarak gösterilmiştir. Bu bağımlılık onun etrafında olub bitenle ilişkisini keşmiş ve hatta sevdiklerine karşı ilgisiz bir duruma getirmiştir. Sanal dünyada yaşadığı sanal hayata ve büründüğü sanal kimliğe bağlılığı onu gerçek kimliğinden ve gerçek hayatından uzaklaştırmıştır. Gerçek hayatın farkında olmaması karşılaşacağı risklerin ciddiyetinin de farkında olmadığını göstermektedir. Bu dikkatsizliği sonucunda araba kazası geçirir ve dünyası değişir. Hikayenin dönüm noktası Ash'in kaza geçirerek dünyasını değişmesinden sonra Marta'nın programla tanışması ile başlar. Gerçek Ash'in yarattığı sanal dünyada olan sanal kimliğin gerçek hayata simule edilmesi ile sahte kimlik gerçek hayatla buluşur. Gerçek hayatla buluşmadan sonra artık sahte ile gerçek arasındaki farklar görülmektedir. Gerçek Ash'in olumsuz yönlerinden arınmış sahte Ash artık ideal bir Ash olarak Martanın hayatında yaşamaya devam etmektedir. Gerçek Ash'ten görünüş olarak farkı olmayan simülasyonun gerçek olmadığını anlayan Marta artık gerçek ve sahte arasındaki farkları görmektedir. Aşağıdaki tabloda gerçek Ash'i sahte kimliğinden ayıran başlıca özellikler yer almaktadır.

**TABLO 1.** Gerçek Ash `i sahtesinden ayıran özellikler

Gerçek	Sahte
<b>Dikkat eksikliği</b> 	<b>Dikkat</b> 
<b>Başarısız olabilmesi</b>	<b>Her zaman başarılı</b>
<b>Öle bilmesi</b>	<b>İnternet olduğu sürece canlı kalabilmesi</b> 
<b>Az konuşma</b> 	<b>konuskan</b> 
<b>Gerçek insanın yaşlana bilmesi</b>	<b>Aktivasyon yaşında kalması</b> 

Elimizdeki nesneye ne kadar çok, fotoğraf yüklersek, sosyal paylaşımında daha başarılı olmaktadır ve gerçek hayatta sosyal olup olmamız bunu değiştirmemektedir. Ancak, gerçek hayatta ve İnternet'te sosyalleşmenin nitelikleri, simülasyon ve gerçek yaşam ikilemi nedeniyle farklı kavramlara sahiptir. Sahte Ash gerçek Ahs'in göstermek istediği bilgilere sahiptir, ve Ash'in gerçek karakteri ile ilgili bilgisi yoktur. Marta ile güzel sohbet eden sahte Ash'in iletişim zekasına sahip olduğunu göstermektedir. Ash'in sesi ile konuşan, görüntüsünü veren yapay zeka Ash'in isyankar veya benzersiz karakterini tam olarak taklit edemez. İnsan olarak organik, ancak yapay, yaratılış olarak programlanmış bir insandır. Biyolojik açıdan mükemmel olsa da, Ash'in günlük yaşam aktiviteleri ve anıları eksiktir. Yukarıda anlattıklarımızdan gerçek ve sahte Ash arasındaki farklılıkları, simülasyonu gerçekten ayıran temel özellikleri aşağıdaki gibi sıralaya biliriz:

**TABLO 2.** Filmde gösterilen sanal ve gerçek kimlik arasındaki farklar.

GERÇEK	SANAL
Hem zayıf, hem güçlü noktaları ile hayatını sürdürmesi	Sosyal Medyada belirtilen özellikler ve gösterilmesi istenen noktaları benimseyerek yaşam sürdürmesi
Kendi kararını verebilme becerisi	Karar verme sürecinin sadece programlaştırılmış olarak belirlenmesi ve emirlere uyarak devam ettirilmesi
Sadece insanlara ait olan duygulara sahip olması	Hiçbir duyguya sahip olmaması, sadece doğru olarak belirlenmiş hareketlerin gerçekleştirilmesi
İletilen emirlere karşı çıkabilme, hayır diyebilme	Sadece verilen emri uygulamak için tasarlanması

Görüldüğü gibi, görünüşte hiç bir fark görmediğimiz sahte ve gerçek kimlik arasında büyük fark vardır ki, bunun en önemlisi gerçek insanın internete, elektrige bağlı olmadan yaşayabilme özelliğidir. Sanal dünyanın sadece internete bağlı kalarak var olması, bu dünyayı gerçekten ayıran önemli özelliktir.

## SONUÇ

Çalışmada modern dünya teknolojileri ile gelişen farklı-sanal bir dünya ve bu dünyada dönüşen kimlikler anlatılmıştır. Bu sanal dünya gerçek olmasa da, bireylerin içinde var olabilir ve kendi yaşam ve karakterlerini biçimlendirebilirler. Bu dünyanın sunabileceği imkanların sınırsız olması sanal dünyayı daha ilgi çekici yapabilmektedir. Sanal dünyanın büyümesi gerçek dünyayla arasındaki bazı farkların bireylerin gözünde kaybolmasına, gerçek ve sahte kavramlarının arasındaki sınırların yok olmasına yol açmıştır. Baudrillard, sahte ve gerçek arasındaki sınırın kaybolmasını sudaki yansımaya aşık olan Naarkissos'a benzetmiştir (Baudrillard, 2002: 85). Sanal dünyanın vatandaşları da bu dünyada yarattıkları ideal kimliklerden büyülenmişler ve bu dünyanın içinde kayıp olmuşlar.

Araştırmanın sonunda sanal dünyada kimlik dönüşümünün incelenmesi sebebinin ideal bir kimliğe sahip olmak ve dış dünyanın kısıtlamalarından uzaklaşmak olduğunu görebiliriz. Sanal dünyaya kolay adapte olma bilme sebeplerinin de bu söylenenler olduğunu açıkça görmekteyiz. Kolay adapte süreci ve sınırlarsız yaşam süreci sanal dünyanın sunduğu imkanlardandır.

Sanal gerçeklik, duyularımıza sanki orada olduğumuz gibi yaşanacak bir sanal ortamın yaratılmasıdır. Bu amacı gerçekleştirmek için bir dizi teknolojiyi kullanır ki, buda algı ve duyularımızı hesaba katması gereken teknolojidir. Hem eğlenceye hem de ciddi kullanımlara sahiptir. Teknoloji zaman geçtikçe ucuzlamaya veyaygınlaşmaya başlamıştır. Gelecekte teknoloji için çok daha yenilikçi kullanımlar ve belkide sanal gerçeklik imkanları sayesinde iletişim sürecimizi daha ilerletmemiz beklenebilir. Çalışmada incelenen *Black Mirror dizisinin "Be right back"* bölümünde gösterilen sanal dünya ve gerçek dünya arasındaki sınırlar açıklanmış ve bu iki dünyayı birbirinden ayıran



farklılıkların yarattığı boşluğun sebebi açıklanmıştır. Bu farklılıklar gerçek insanın bir bilgisayar programından ibaret olmadığını, düşünerek, hissederek aldığı kararları uygulayarak yaşadığını göstermektedir. İletişim sürecinde aktardığı bilgilerin kendi tecrübeleri, istekleri ve yaşantıları doğrultusunda tecrübe ettiği ve anılarında sakladığı bilgiler olduğunu görmekteyiz. İnsanların sadece belirli koşullarda emir alarak uygulayabildiği eylemler vardır.

Filmde yaratılmış sahte kişinin anılarının sadece paylaşılmış bilgilerden oluştuğunu görmekteyiz. Verilen kararların sadece programlanmış olması ve sadece Marta'nın emirlerine uyma gibi programlaştırılması sanal ve gerçek arasındaki bu boşluğun sebebinin göstermektedir. Bu teknolojinin, bu insanın verilerini kullanarak bir insanı tam olarak kopyalayamayacağı anlamına gelir. Her gün devam eden gelişim sonucunda filmlerde gösterilen bu kurguların hayal ürünü olduğunu düşünmemiz yanlış olur. Devam eden araştırmaların küçük bir yansıması olan bu filmler gelecekle ilgili bize bilgiler aktarmaktadır. Filmde oluşturulan yapay bilinç ve yapay insan kontrol altında tutulan bir evrenin kanıtı olabilir. Çalışmamızda görüldüğü gibi internetin ve sosyal medyanın kullanımı teknolojinin artık yaşamımızı ölümsüzleştirilmeye doğru ilerlediğini görmekteyiz. Filmde başarılı olanın teknoloji değil insan olduğu gösterilmektedir.

Araştırmanın sonunda filmin ana fikrinin sadece yapay zeka üretimi ile ilgili olmadığını, artık zor olanın başarılması ve istenilen her şeyin elde edilmesi kolaylığının sağlandığı olduğunu söyleyebiliriz. Kişilerin ölümü yenme arzusu teknoloji ile artık mümkün olabilir. Yeni dijital teknolojiler şüphesiz kültürü değiştireceğinden, bunların eleştirileri Black Mirror teknolojileri bugün yaşayan bireyler için son derece uygundur.

#### **KAYNAK:**

- Avcıoğlu Gürcan, (2011) "Yapısal kimlikten seçimlik kimliğe; kimliğin medya aracılığıyla yeniden üretimi". Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, Cilt 8, sayı:2*
- Bailey, Cameron (2001). "Virtual Skin: Articulating Race in Cyberspace." Reading Digital Culture. David Trend (der.) içinde. Oxford: Blackwell: 335-336.*
- Baudrillard Jean, Şeytana Satılan Ruh, Doğubatu Yayınları*
- Baudrillard Jean, (2002) "Violence of the Virtualand Integral Reality".Ubishops.ca erişim tarihi Mart 2013*
- Baudrillard, J. 2001. (1979). "Baştan çıkarma üzerine". İstanbul Ayrıntı yayınları.*
- Baudrillard, Jean. (2010), Nesnel Sistem, çev. Oğuz Adanır-Aslı Karamollaoğlu, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.*
- Başaran, T. (2007). Soğuk Savaş Sonrası Bilim Kurgu Sinemasında Distopik Sistemler Ve Kontrol Mekanizmaları, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara.*
- Burdea, G. & Coiffet, P. (2003). Virtual Reality Technology. John Wiley & Sons*
- Bostan Basbaros (2007)., Sanal gerçeklikte etkileşim, doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Debord, Guy (2006). Gösteri Toplumu. Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent (Çev.), (2. Baskı). İstanbul: Ayrıntı.*
- Deleuze Gilles (2014) Felix Guattari , What is philosophy, Columbia Üniversitesi.*
- Gibson, W. (1984). Neuromancer. İstanbul:Altıkırkbeş basın yayın*
- Geray, H. (1995) Küreselleşme ve Masaüstü Sömürgecilik: Yeni Dünya Düzeninde İletişim Ağları, Murekkep , 3 (4), Ankara, 33-46.*
- Goffman, E., (2004) Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, Metis Yayınları, 29.,*
- Foucault, M (1984). "Of other Space". Foucault. İnfö erişim tarihi: Kasım 2013 <http://foucault.info/documents/heterotopia/foucault.heterotopia.en.html>*
- Marx, K. (1844/1993) 1844 El Yazmaları, Çev: Kenan Somer, Ankara: Sol.*
- McQuail, D., Windahl, S., (2010). İletişim Modelleri, İmge Kitabevi Yayınları.*
- Özdemir Z.(2015), "Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: Özçekim kullanımı".Maltpe üniversitesi İletişim fakültesi dergisi, 2(1). 112-131*
- Özer Nuri Paşa (2011), Gazete Haberlerinde Manipülasyon: 28 Şubat Örneği, yüksek lisans tezi, Konya*

- Wellman, B. ve Wortley, S. (1990). Different Strokes from Different Folks: Community Ties and Social Support. American Journal of Sociology.*
- Tajfel, H. ve Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worschel ve W. G. Austin (Eds.), Psychology of intergroup relations. Chicago: Nelson-Hall.*
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. Mind, 433-460.*
- Yengin, D.(2015). Yeni medya, Dokunmatik Toplum. İstanbul: Derin yayınları.*
- Yengin, D. (2017). İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları, İstanbul: Derin Yayınları.*

## THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATIONS EDUCATION AND MEDIA SECTOR IN THE PERIOD OF MEDIA TRAINING

Özden CANKAYA  
İstanbul Aydın University, Turkey  
[ozdencankaya@aydin.edu.tr](mailto:ozdencankaya@aydin.edu.tr)

Aysun KÖKTENER  
İstanbul Aydın University, Turkey  
[aysunkoktener@aydin.edu.tr](mailto:aysunkoktener@aydin.edu.tr)

### ABSTRACT

The aim of this study is to examine and interpret the relationships between communications education and media sector in the period of media colleges. The relationships are discussed under four main titles such as “Participation of Press Sector Professionals in the Communications Education, Opportunities and conditions for students to have training in the media sector in that period, ‘Schooled vs. self-educated’ debates which were very intensive in that period, Chances and opportunities for those who study communications to find a job in the media sector”.

*Keywords: communication, communication education, media sector*

## İLETİŞİM EĞİTİMİ SÜRECİNDE İLETİŞİM EĞİTİMİ VE MEDYA SEKTÖRÜ ARASINDAKİ İLİŞKİ

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı, iletişim eğitimi sürecisinde iletişim eğitimi ve medya sektörü arasındaki ilişkileri incelemek ve yorumlamaktır. Bu ilişkiler; “ İletişim eğitiminde basın sektöründeki profesyonellerin katılımı, İletişim eğitimine sahip öğrencilerin medya sektöründeki fırsatları ve durumları, Bu süreçte yoğun olan “okullu- alaylı” tartışmaları ve İletişim eğitimi almışların medya sektöründe iş bulmadaki şansları ve fırsatları” gibi dört ana başlık altında ele alınmıştır.

*Anahtar Kelimeler: iletişim, iletişim eğitimi, medya sektörü*

### INTRODUCTION

Communications education started as ‘journalism education’ in Turkey. Its interaction with media started with the printed press and followed by audio and visual press. The existence of such relationship is natural, because those who studied communications in the early periods also aimed to work in the media sector. This study is limited to look at the media (press) sector relationships of those who were students in that period and organizations providing training in this area, following the start of journalism education and the opening of schools in the area of media. Such relationships can be discussed under four main titles:

- 1- Participation of Press Sector Professionals in the Communications Education;
- 2- Opportunities and conditions for students to have training in the media sector in that period;
- 3- "Schooled vs. self-educated" debates which were very intensive in that period;
- 4- Chances and opportunities for those who study communications to find a job in the media sector.

### START OF JOURNALISM EDUCATION

Looking at the starting days of journalism education, we see that the first suggestion in this respect came from the media sector. The first initiative for the commencement of journalism education was made by Sedat Simavi in 1947, the Chairman of the Journalists' Society back then. Sedat Simavi sent

the İstanbul University Rectorate a letter requesting the establishment of an institute for journalism education. The rectorate welcomed the suggestion. The İstanbul University Senate decided for the establishment of a Journalism Institute within the Economy Faculty on November 24, 1949.

The Journalism Institute started education with 479 students in 1950. Professional journalists wished to be students to have a university degree. Police officers also attended the Institute to get a university diploma.

Finding an academician to give lectures turned out to be the largest problem in the early years. In those years, journalists were raised in the profession, with no education on journalism. Only two journalists, Ahmet Emin Yalman and Zekeriya Sertel, had studied journalism. Zekeriya Sertel was living abroad, and Ahmet Emin Yalman had no time to lecture. It was up to Cevat Fehmi Başkut, Chairman of the Journalists' Society, Enis Tahsin Til, Hasan Refik Ertuğ, Burhan Felek and Şükrü Baban to assume the task of lecturing. In early years, general culture classes gained prevalence. Those hard early years of the İstanbul Journalism Institute continued until the establishment of the İstanbul Media College (Topuz, 2003: 93). Following the enactment of the Private Educational Organizations Law in June 1965, the first Private Journalism School was opened in İstanbul in 1966 which was followed by Başkent Private Journalism School opened in Ankara 1967 and İzmir Karataş Private Journalism School (Tokgöz, 2003:16). However, it was decided under a law enacted in 1971 to nationalize private colleges. The three Private Journalism Colleges were affiliated to the Economic and Commercial Sciences Academies in the cities where they were located. (Altun, 1995:111)

### **COMMUNICATION TRAINING AT THE PRESENT TIME**

Communication Training at the present time is given Faculty Of Communication and Faculty Of Communication Sciences, Faculty Of Fine Arts, Faculty Of Art, Design And Architecture, Faculty Of Fine Arts And Architecture, Faculty Of Arts And Design, Faculty Of Fine Arts And Design, Faculty Of Architecture And Design, Faculty Of Arts And Social Sciences, Academy Of Applied Sciences, Faculty Of Humanities And Social Sciences, Faculty Of Business Management, Faculty Of Economics Administrative And Social Sciences, Faculty Of Humanities And Letters, Faculty Of Humanities And Social Sciences, Faculty Of Science And Letters. According to the data of The Council of Higher Education in 2015, communication education is given as undergraduate programs in 123 universities and as associate degree programs in 236 Vocational Training Schools (Özkanal and Özgür, 2017: 8).

A great majority of professional journalists who lectured at the Journalism Institutes is not alive today. For this reason, in search of answers for the questions we classified into four main titles, we had discussions with professional journalists graduated from a Media College. They include competent and renowned figures, namely Ahmet Abakay, Chairman of the Contemporary Journalists' Association; Recep Yaşar, Trustee at the Journalists Society of Turkey; Abdürrahim Sönmez, an advertising company manager; and Alp Birol, a lecturer.

#### **1- Participation of Press Sector Professionals in the Communications Education**

Practical classes were given by professional journalists, and radio and television employees in the period of the Media Colleges. Mahmut Tali Öngören from TV, journalist Nihat Subaşı, photographer Ozan Sağdıç, author Cevdet Kudret, and Şevket Evliyagil, the owner of Ajans Türk, lectured in Ankara. In İstanbul, well-known figures such as Abdi İpekçi were lecturing. In general, there were no practical profession classes in the first two years. Such classes as Turkish, law, art history, international relationships, social psychology, accounting, statistics, press law were given.

‘Ziya Nebioğlu, a journalist from the sector, lectured on page layout and Mehmet Turaç, on public relations. There was practice only in the page layout class, when draft plans of newspaper pages were drawn. Page 1 of a newspaper was being modelled on an A4 paper, but news could not be placed fully. And the lecturer of the public relations class required us to prepare a project for promotion of a company. Typewriting was the class I most benefited by in my career. I learnt touch typing and still use such skills.

'Guest lecturers were invited to our public relations classes, such as well-known PR agent Betül Mardin.' (Recep Yaşar)

'The journalism teacher Nihat Subaşı took us to various newspapers at Rüzgarlı Sokak, Ankara, giving information on practice. The school had no camera, Güner Sarioğlu brought his own one. The camera we touched for the first time was our teacher's.' (Ahmet Abakay)

'Practice opportunities were not sufficient; there was a lack of tools and equipment. There was a 16 mm. camera. Students took turns to zoom looking through the viewfinder. Every person could look only once during a class hour. We wanted to shoot a film with the 16 mm. camera. The school management required mortgage on some property of ours. They were afraid of the camera being damaged. So, we couldn't get it.' (Alp Birol)

## 2-Opportunities and Conditions for Students to Have Training in the Media Sector

In the early periods of communications education, students met their needs of practice by attending training, since the schools had no printing units, radio-television studios, or advertising and news agencies. The following is what professionals we discussed with remember from their college days:

'Compulsory training started at the Marmara Media College for the first time in the 1982-1983 educational term, when I was a student. Students attended training in various areas of the sector according to own preferences, e.g. newspaper, radio, television, public relations and advertising companies. I had training at the TRT İstanbul Television, working on shooting, and as a studio chief and a vision mixer (on regie desk). It was very useful for me. I got introduced to leading journalists such as Uğur Dündar and Savaş Ay. And this was an important advantage provided by the training.' (Alp Birol)

'Our school in Ankara provided us with a training opportunity in our 3<sup>rd</sup> year. We had training at TRT or leading newspapers, depending on our sections. Training was provided by the school management. I had my training at TRT News Center in 1974. News managers allowed us to accompany the correspondents going out for news. Correspondents who graduated before us treated us very closely and warmly.' (Ahmet Abakay)

Not all who had training at newspapers were of the same opinion:

'I cannot say that I was much welcomed at my place of training. Nobody spoke to me a few days. Professional information sharing was very limited. I had my training at Cumhuriyet Newspaper. Those who shared their professional knowledge with me were limited to 2-3 people.' (Recep Yaşar)

There were also professionals whose training opportunity was provided by their class lecturer.

'I had my training in a film studio thanks to the support by our cinema class lecturer.' (A. Sönmez)

## 3-"Schooled vs. self-educated" debates which were very intensive in that period

A part of students of that period say they were not affected much by such debates. If there were employees who graduated from the same school previously at the training place, this proved to be an advantage. Professionals of today whom we asked for a comment indicated that the schooled vs. self-educated debate of that period was mostly among journalists.

'I met no such discrimination at TRT. But it was at the newspapers. "You are born as a journalist, yet cannot become one", I remember those words I heard very often then.' (Alp Birol)

'When they learned that we were from a school, people acted with more interest, but were unwilling to share their knowledge right away. Flow of knowledge would start only after trust is established, that is, after the trainee's potential, capacity, respect and interest should be witnessed.' (R. Yaşar)

There were intensive "self-educated vs. schooled" debates in those years. Professionals of that period thought journalism could not be taught at school. Those who were students back then taught professionals saw them as potential competitors and so they didn't choose to transfer their professional knowledge.

'Self-educated ones first appeared a step ahead of the schooled in terms of professional concepts, news writing, and taking photographs. But we were different owing to the way to see events and the abundant information brought by classes received in almost all areas. (R. Yaşar)

We may say the schooled vs. self-educated debate resulted from a lack of experience in practice of trainees and graduates from the school and from a feeling of competition vis-à-vis young people arriving there with diversified information and a broad perspective. Professionals of that period were using this schooled vs. self-educated concept almost as a shield to protect themselves from the competition of young communicators with theoretic information on law, economy, sociology, social-psychology, statistics, literature and ethics.

4-Chances and opportunities for those who study communications to find a job in the media sector  
The problem of finding jobs was experienced also in the early periods of communications education. The professionals we interviewed expressed partly different opinions regarding this matter. There are those who say job opportunities were very limited even back then.

'Very few of the Media College graduates could find a job in the press sector. The majority of graduates had to work in other areas. Being a graduate from those schools was not providing an advantage to be a journalist in those years. (R.Yaşar)

Those who disagree say there were opportunities for recruitment, as there were a less number of graduates of communications education in that period.

'Our school had a quota of 200 students in that period. Graduates had a chance - albeit low - to find to a job. Ways to find to a job were clear for those with desire and curiosity to learn. Intellectual background was given more importance.' (A.Birol)

'Finding a job was difficult for them. 40 people graduated in 1975. However, 20 of them could find a job in the printed or visual press. Others worked in areas other than communications.' (A.Abakay)

Yet, another professional says:

'The master-apprentice relationship was very important in the past. Modest trainees eager to learn were told that they could make a job application. Now it is possible to say those who have not received communications education cling to job more strongly. Understanding of concepts and information in this area takes time, but even those who do not hold a communications degree also stand a chance to find a job.' (A. Sönmez)

## CONCLUSION

According to Arık, communication education can be assessed an area covers theoretical and practical education that multi discipliner branch of social sciences. Communication education is needed to produce intellectual knowledge to educate all personnel that needed to communication sector (2011:81). Therefore communication education has to be arranged to raise intellectuals who have both amateur and professional spirit (Öztürk, 2011:145). Nowadays communication education is given as undergraduate programs in 123 universities and as associate degree programs in 236 vocational training schools. Their graduates complete their studies with more technological information and practical experience vs. early periods. However, media market can not produce employment at the same rate with communication faculties. Because of this, market selects carefully its employment among these graduated students. Therefore, people who graduated from communication faculties do not have a chance to work in media market (Şeker and Şeker, 2011: 99).

We can reach the following conclusions based on an analysis of early periods in comparison to today: While the low number of graduates was an advantage in early years, the high numbers today is a disadvantage in finding a job. Present graduates, hoping to find a job, work as trainees for either zero or very low wages. As they will require more wages when they become equipped and experienced in the area they work, the employer welcomes other new trainees.

Those stepping into the profession in a master-apprentice relationship in the early periods could find jobs as part of interpersonal relationships and profession traditions. While the one who was skilful and sophisticated had more chance to get himself accepted, the principle of employing at a lower wage and obtaining more profits (profit maximization) works in today's capitalist economy. Considering the mainstream media's policies on the freedom of expression and the staffing tendencies of public service broadcasting, it may be concluded that media college graduates had more chance to find a job in the media sector in the early periods.

#### REFERENCES

- Arık, B. ve Bayram, F. (2011) "İletişim Eğitimi ve İletişim Akademisyenleri: Veriler Işığında Genel Bir Değerlendirme", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.15: 81-98
- Altun, A. (1995) Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler, Ankara, Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları
- Özkanal, B. ve Özgür, A.Z. (2017) "Türkiye'de Yükseköğretimde Açık ve Uzaktan Öğrenme Yöntemi İle İletişim Eğitimi Üzerine Değerlendirmeler" Selçuk İletişim Dergisi, 9 (4): 5-24
- Öztürk, S. (2011) "İletişim Eğitiminin Hedefi: Yeni Bir Entellektüel Yaratmak" Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.15:145-156
- Şeker, M. ve Şeker, T. (2011) "İletişim Eğitiminde Temel Sorunlar ve Açmazlar" Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, S.15:99-118
- Tokgöz, O. (2003) Türkiye'de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirilmesi, Kültür ve İletişim, 6 (2) 7-32
- Topuz, H. (2003) II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi
- The Interview with Abdürrahim Sönmez, 20 September 2012.
- The Interview with Ahmet Abakay, 30 September 2012.
- The Interview with Alp Birol, 25 September 2012.
- The Interview with Recep Yaşar, 03 October 2012.

## GÖÇ HAREKETLERİ VE MEDYADA GÖÇMEN HABERLERİ

Olca UÇAK  
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye  
olcayucak@aydin.edu.tr

### ÖZ

Günümüzün en önemli sorunlarından biri haline gelen göç sorunu ve ona bağlı olarak gelişen insan ticareti suçu acilen önlem alınması gereken bir sorundur. Bu sorun, aynı zamanda uluslararası boyutta kurulacak işbirliğiyle çözüm bekleyen bir konudur. Türkiye'nin göçmen politikası konusunda uyum ve harmonizasyon görüşlerini içeren araştırmaların medyada doğru metinlerle duyurulması önemlidir. Ancak araştırmalara göre, popüler medya tarafından mülteci ve sığınmacıların ulusal birlik için tehdit oluşturduğu mesajları verilmektedir. Bazı haberlerde ise medya, sığınmacıların devletlerarası ilişkilerde çeşitli zorluklara neden olduğu ve ekonomik göçmenlerin yerli vatandaşların işlerini aldığı mesajlarını vermektedir. Medya ayrıca düzensiz göçmenlerin terörist olduklarını ve sınırları yasa dışı yollarla geçerek devlet güvenliğini hiçe saydıklarını öne sürmektedir. Bu çalışma ilk olarak toplumsal göç sorununun önemini vurgulamayı ve Türkiye'nin medya üzerinden bakış açısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Makale, ayrıca göçmenlerin uyum çalışmalarına uluslararası çözümler bulabilmek için medyanın toplumsal sorumluluğunu hatırlatmaktadır. Bu amaçla, yeni medya haber metinleri söylem analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. İncelenen haber metinleri ile göçmenler konusunun hükümet politikalarını ve politikacıların geleceğini belirleyebilecek kadar önemli bir soruna dönüştüğü tespit edilmiştir.

*Anahtar Kelimeler: Göç Hareketleri, Göçmen, Mülteci, Sığınmacı, Geçici Korunma, Entegrasyon*

## IMMIGRATION MOVEMENT AND MIGRANT NEWS IN MEDIA

### ABSTRACT

Immigration problem and resulting human trafficking crime has become today's one of the most important problems and precautions against these problems must be taken immediately. International cooperation is required to deal with this problem. It is important that research which states Turkey's harmonization and integration opinions on migrant politics are published with suitable articles; however, according to the research popular media spreads the message that refugees and asylum seekers are a threat to the national unity. In some news, media states that asylum seekers create various problems with international relations and economic immigrants take the jobs of the local people. In addition to that media claims that irregular migrants are terrorists who cross the borders illegally and disregard the national security. Primary goal of this study is to highlight the importance of widespread migration problem and Turkey's point of view through media. This paper also reminds the social responsibility of media to find international solutions to migrants' integration problem. Using discourse analysis, new media news articles were examined for this purpose. From studied articles it was discovered that migration topic has become a problem so severe that it can change the course of the governmental politics and the careers of politicians.

*Keywords: Immigration Movement, Migrant, Refugee, Asylum Seeker, Temporary Protection, Integration*

### GİRİŞ

Göç konusunda yapılan ve yapılacak olan çalışmalarda dikkat edilmesi gereken konuların başında eleştiri ve önerilerin etkin, yapıcı ve tamamlayıcı olması anlamında kavramların doğru tanımlanması ve kullanılması gelmektedir. Kavramların tanımlanmasında ülkeleri bağlayıcı hukuki anlaşmaların ve sözleşmelerin temel olarak kabul edilmesi eğer göç sorunu dünyanın ortak çözüm bulması gereken en acil sorunlardan birisi olarak görülüyorsa kaçınılmazdır. Bu bağlamda Türkiye'deki göç çalışmalarının



uluslararası hukuk açısından hangi çerçevede yürütülmesi gerektiği ve dolayısıyla da medya çalışanlarının yapacağı haberlerde hangi hukuksal çerçevenin uygunluğuna dikkat etmesi gerektiği ortaya konulmalıdır. Öncelikle Birleşmiş Milletlerin 28 Temmuz 1951 tarihinde imzalanan ve 22 Nisan 1954 tarihinde yürürlüğe giren ‘Mültecilerin Hukuki Durumuna Dair Sözleşmesi’nin 1 Ocak 1951’den önce Avrupa ülkelerinde meydana gelen olaylar sonucunda mülteci durumuna düşen kişilerin statülerini düzenlediği bilgisi önemlidir. Kendisi için bağlayıcı olan bu sözleşmeyi Türkiye 24 Ağustos 1951 tarihinde bir çekince koyarak imzalamıştır. Çekince açıklaması, “Bu sözleşmenin hiçbir hükmü mülteciye Türkiye’de Türk uyruklu kimselerin haklarından fazlasını sağladığı şeklinde yorumlanamaz” biçimindedir.

‘Mültecilerin Hukuki Durumuna Dair Sözleşme’ye BM 1967 yılında ek bir protokol kabul ederek, coğrafi sınırlamayı (Avrupa ülkelerinde meydana gelen olaylar) kaldırır, ancak ülkelerin Avrupa ülkelerinden gelenlere mülteci sıfatı hakkı tanır. Türkiye, BM’nin bu ek protokole belirtilen hakkını 1968 yılında kullanır. Böylece Türkiye’nin onayladığı ek protokole göre, ‘**mülteci**’ sıfatı sadece Avrupa ülkelerinden gelen kişilere verilebilecektir. Daha sonra yapılan düzenleme ile Türkiye 1994 yılında yayınladığı yönetmelikte Avrupa dışından gelenlere ‘**geçici sığınmacı**’ statüsü verme kararı almıştır (Öymen, 2016, 20).

Türkiye’de mülteciler konusundaki hukuki düzenlemeler 11 Nisan 2013 tarihli 6458 sayılı ‘Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu’ ile devam etmiştir. Bu kanun ile belirli koşullarda uygulanabilmesi şartıyla, **şartlı mülteci** ve **ikincil koruma** gibi kavramlar kabul edilmiştir.

Türkiye’de İç İşleri Bakanlığı bünyesinde yürütülen çalışmalarda bakış açısı, “ 6458 Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanun’da ve İçişleri Bakanlığı, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü çalışmalarında öngörülen uyum, ne asimilasyon ne de entegrasyondur. Göçmenle ve toplumun gönüllülük temelinde birbirlerini anlamalarıyla ortaya çıkan harmonizasyondur.” yönündedir ([www.goc.gov.tr](http://www.goc.gov.tr)). Ancak İçişleri Bakanlığı düzeyindeki bu açıklama medyada yeterince etkinleştirilememiş ve bu konuda alternatif çözümler getirecek bir kamuoyu oluşturulamamıştır.

Öte yandan AB bir taraftan başka ülkelere gözü kapalı itimat etme ve diğer taraftan ulusal ceza adaleti sistemlerindeki pozitif çeşitliliklere haksız müdahale arasında denge kurmak zorundadır. Karşılıklı tanıma tümüyle harmonizasyondan kaçınmayı sağlayacak bir yol değildir (Yakut, 2010: 143). Yabancıların topluma olan karşılıklı uyumlarına ilişkin iş ve işlemleri yürütmek üzere İçişleri Bakanlığı, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Uyum ve İletişim Dairesi görevlidir. Yabancılarla yönelik harmonizasyon ve uyum çalışmaları konusunda İç İşleri Bakanlığı’na bağlı birimlerin yaptığı çalışmaların da medya kuruluşlarıyla aktif paylaşımı mümkün olacaktır.

Bu yapılan son düzenlemelerden sonra da yine Türkiye’de mülteci kavramının hukuki tanımlamasını oluşturan 1968 ek protokol kararındaki şartlı onay, BM Sözleşmesi’ne koyduğu Avrupa dışından **mülteci** kabul edilmeyeceği ilkesi halen geçerliliğini korumaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin en çok göç alan Avrupa dışındaki ülkelere gelen (Suriye, Irak, Afganistan) kişilere mülteci sıfatı verilmesi mevcut hukuki düzenlemelerde karşılık bulamamaktadır. Dolayısıyla medya haberlerinde yapılan en önemli hatalardan birisi kamuoyunu bilgilendirmesi gereken haber metinlerinde Türkiye’deki bu bağlayıcı hukuki şartlar doğrultusunda yeterince açıklanamaması ve dikkate alınmamasıdır. Bu çalışma özellikle hukuk gereği ‘**geçici korunma**’ statüsünde bulunan göçmenler konusunda yapılan haber metinlerinde Türkiye’nin içinde bulunduğu hukuki şartların dikkate alınmasının önemine dikkat çekmek ve göçmenler konusundaki kavramların tanımlanmasında ve kullanılmasında ortaya çıkan hataları en aza indirmeyi amaçlamaktadır.

Medyanın geçici korunma statüsünde bulunan göçmenler konusunda kamuoyuna vereceği bilgilerin yukarıda belirtilen sözleşme ve kanunlar gereği kendi vatandaşlarından çeşitli sebeplerle göç eden bu kişilerin Türkiye’de henüz kalıcı olmadıkları ve misafir edilen, insani ihtiyaçlarının en iyi şekilde karşılanması gereken, yardıma muhtaç guruplar olduğu bilinciyle aktarılması gerekmektedir. Türkiye, **geçici korunma** statüsünde bulunan söz konusu göçmenlere henüz bu statüleri değişmese bile kendi vatandaşlarına sunmak zorunda olduğu gibi barınma, sağlık, eğitim ve beslenme ihtiyaçlarını en iyi

biçimde karşılmalıdır. Göçmenler konusu, şüphesiz günümüzde Türkiye'ye korunma isteği ve beklentisi ile yeni katılan çok sayıda grupta yeni düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır. Medyanın misyonu gereği yapacağı haber çalışmalarında hukuki, sosyal ve kültürel anlamda çok yönlü düşünülmesi gereken bu ihtiyaçların ortaya konulmasında, kamuoyuna bilgi verilmesinde ve yapılan çalışmaların denetlenmesinde yine vazgeçilmez bir sorumluluk taşıdığı bilinciyle titizlik göstermesi beklenmektedir.

Göç konusu, yıllar itibariyle sürekli yeni çözümler ortaya konulması gereken ve dünya ülkelerinin ortak kararlar alarak çözümleyebileceği insanlığın en acil sorunlardan birisi olarak sürekli büyümeye devam etmektedir. Her ülkenin kendi ülke sınırlarında sınırlı kalmamak üzere bu soruna her konuda uzmanlaşmış vatandaşlarından oluşacak ortak çalışma ekiplerini teşvik etmesi gerekmektedir. Akademik birimlerin ve medyanın göç konusunda çalışmalar ve çözümler üretmesi beklenen ve diğer uzmanlık alanlarına rehberlik etmesi ve disiplinlerarası çalışmalarda aracılık etmesi sorumlulukları gereğidir. Dolayısıyla farklı ülkelerden gelen insanların hem göç edenler hem de göç edenlerle yaşamaları beklenen yerli halkın bir arada yaşamasının zorluklarını aşmak ve gruplar arasında dengeyi sağlayacak çözüm önerilerini geliştirmek böyle bir işbirliğini zorunlu kılmaktadır.

Medyanın yapacağı haberlerde vereceği en önemli bilgi türlerinden bir tanesi daha önce yaşanan göç, sığınma ve mülteci örneklerinin olumlu ve olumsuz yönlerinin araştırılarak aktarılması olacaktır. Şüphesiz Almanya 1963 yılında Türkiye'den giden işçiler ve yaşadıkları sorunlar konusunda yaşanan en canlı örneklerinden birisi olarak araştırılıp kamuoyuna sunulabilecek örnekler arasındadır. Gazeteci Nilgün T. Gümüş'ün 'Suriyeli Meselesi' makalesinde görüldüğü gibi (Gümüş, 2016, 24), Almanya'ya çağrılı işçi olarak gitmelerine rağmen Türk işçilerin karşılaştıkları sorunları araştırmalarıyla ortaya koyan medya metinleri kamuoyunu bilgilendirmeleri açısından doğru örnek arasında kabul edilebilir.

Göç konusunda toplumlar arasında yaşanan sorunların başında dil farklılıkları gelmektedir. Almanya Türk işçilerin ortak bir dil kullanımı için yeterli temel eğitim çalışması yapmamasını yıllar boyunca kapalı gruplar halinde yaşayan ve kuşaklar boyunca hem kendi aileleri içinde hem de Alman vatandaşları ile iletişim kurmakta zorlanan işçi ailelerinin iki farklı toplum olarak yaşayacakları sonucunu öngörememiştir.

İkinci olarak göç sorunlarına çözüm önerisi getirilmesinde engel oluşturan konu din ayrılığı konusudur. Farklı dini inançları olan kişilerin bir arada yaşamasının yeni sorunlar oluşturmaması için devlet politikaları çerçevesinde ve hukuki dayanaklar kapsamında farklı inançların ibadet anlayışlarına ve geleneklerine uygun özgürlükçü bir ortamın korunması önemlidir. Medyanın göç konusunda yapılacak çalışmalarda bu konuda hassas davranması vatandaşlar arasında toplumsal bütünlüğün sağlanması açısından önemlidir. Türkiye'nin en fazla göç aldığı başlıca ülkelerin aynı dine mensup kişilerden oluşması bir avantaj olarak düşünülüp, ortak din özelliğinin çözüm önerilerini hızlandırabilecek bir faktör olarak görülmesi mümkündür.

Dil ve din farklılıkları yanı sıra göç konusunda yaşanması mümkün olan sorunlardan bir diğeri ekonomik beklentiler konusudur. Türkiye'ye gelen göçmenlerin barınma, sağlık, eğitim ve beslenme gibi temel insani ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için ekonomik bir güce sahip olmaları gerekmektedir. Ancak henüz 'geçici korunma' statüsünde bulunan göçmenlerin kendi kendilerine yeterli vatandaşlar olarak hayatlarını idame ettirebilecekleri şartların oluşturulması için çalışma izni ve iş güvencesi gibi kanunlarla kendilerine sunulacak, ekonomik güvencelerini verecek bir takım temel haklara ihtiyaçları vardır. Aksi takdirde oluşacak yasal boşluklardan yararlanmak için göç etmek zorunda kalan insanların bu zor durumundan faydalanmak isteyen fırsatçı kişi ve kurumların çıkması mümkündür. Suriyeli göçmenler örneğinde olduğu gibi okul çağındaki 800 bin çocuktan sadece 300 bin çocuğun eğitim aldığı bir ortamda yasal olmayan ve sağlıksız ortamda çocuk işçilerin çalıştırıldığı örnekler artabilecektir.

Göç konusunda ele alınması gereken başlıca çözümler yukarıda saydığımız bu üç ana başlık, dil, din ve ekonomik güvenceler etrafında geliştirilebilir. Çözüm önerilerinde unutulmaması gereken ayrıntılardan birisi de göç eden kişilerin yasal statüsünün sağlanmasından sonra göçmenler ile yerli

halk arasında farklılaştırıcı ve ayrıştırıcı bir söylem yerine birleştirici ve ortak noktaları meydana çıkaran, belirginleştiren çok yönlü ve barışçı bir söylemin yerleştirilmesidir.

Toplumları birleştirici bu söylemin oluşturulabilmesinde şüphesiz ki medyanın kamuoyuna ulaşmada bir aracı olarak önemi büyük olacaktır. Ancak araştırmalara göre, popüler medya, mülteci ve sığınmacıların çoğu zaman ulusal birlik ve bütünlüğe karşı tehdit oluşturduğunu, devletlerarası ilişkilerde çeşitli zorluklara neden olabileceğini, ekonomik göçmenlerin ülke vatandaşlarının işlerinin elinden alındığını, düzensiz göçmenlerin ise terörist olduklarını ve sınırları yasa dışı yollarla geçerek devlet güvenliğini hiçe saydıklarını öne sürmektedirler (Öner ve Öner, 2012: 15).

Öte yandan göç konusu dünyanın katlanarak büyüyen sorunlarından birisi olmasına rağmen en önemli dünya yöneticilerinin söylemleri politik propaganda sınırlarını geçememekte ve “Tek Düşman Kuralı”nı uygulama çabası içerisinde oldukları gözlemlenmektedir. Tek Düşman Kuralı, yapılan hataların ve uygulanan şiddetin nedeni olarak başka hedeflerin gösterilmesi prensibine dayanmaktadır (Aziz, 2015, 59-60).

Göç konusu dünyanın ortak çözüm bulması gereken en önemli sorunlardan birisi olarak karşımızda dururken her ülkenin kendi tarihi ve geleneklerine göre bulacağı ve önereceği özel fikirlerle katkıda bulunması beklenmektedir. Şüphesiz ki Türkiye farklı kültürleri bir arada yaşatan ve kaynaştıran tarihi geçmişine dayanarak yapacağı özel çalışmalar ile bu soruna özgün çözüm önerebilecek ülkeler arasındadır. Dolayısıyla hem her ülke kendi çözümünü bulmak zorundadır, hem de kendi bulacağı çözümleri diğer ülkelerin göç çalışmalarına medyanın da katkısıyla eklemleyebilecek bir bütünlük içerisinde ortak bir zeminde çalışmak zorundadır. Göç sorunu ancak bu şekilde dünya üzerinde çözüm önerilmesi, bir kamuoyu yaratılması ve çözümler bulunmasıyla sorun olmak çıkıp ortak kültürlerin bir arada yaşadığı zenginliğe dönüşebilir.

Göç hareketlerinin nedenlerini açıklayan ve kabul gören teorilerden biri çekme-itme (pull-push) etkisidir ki bu serbest piyasanın işleyiş biçiminin özeti olan arz-talep mekanizmasının göçe uyarlanmış halidir. Neoklasik ekolün bu yaklaşımına göre, arka planda kapitalizm işlemeye devam ederken ücretlerde meydana gelen oynamalar ve istihdam koşullarındaki farklılaşmalar gibi kendi dinamikleri ile yeni insan gücüne yönelik bir talep ortaya çıkararak doğal bir çekim hareketi yaratır (Massey ve diğerleri 1998).

David Harvey’e göre göç, sermayenin yayılmacılığının aslında kapitalizmin dönem dönem içine düştüğü krizleri ortadan kaldırmak için kullandığı bir araçtır (Harvey, 2007-2010). Öte yandan Sassen’e göre göç, hiçbir zaman göç değildir; Tersine kapitalizmin o dönem geçirdiği evrede ortaya çıkan dinamiklerin hem bir sonucu hem de bu sayede ortaya çıkan yeni iş gücünün sisteme nasıl geri döndürüldüğünün siyasi olarak yönetilmesidir (Sassen, 1988, 27).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Almanya ve İsviçre gibi ülkeler artan işçi ihtiyacını karşılamak için geçici olarak yerleşeceklerini düşündükleri için işçilere ‘misafir işçi’ programlarını uygulamaya başlamıştır. Türkiye, İspanya, Yunanistan, Portekiz’den Almanya’ya 60’lı ve 70’li yıllarda giden 2.6 milyon işçinin geçici olarak görülmelerinin sakıncaları Max Frisch’in ünlü sözü ile açıklanır: “Wir riefen Gastarbeiter, und es kamen Menschen”, **(Biz işçileri çağırdık, (yerine) insanlar geldi.)** Ortadoğu’daki misafir göçmen programları ise sistemin katı yapısı ile işçi ve insan hakları konusunda çok daha olumsuz bir yerde durmaya devam etmektedir (Kalin, 2012, 100).

Göç hareketlerindeki önemli bir dönüşüm 90’lı yıllardan sonra değişen üretim biçimleri ve Doğu Bloğu’nun yıkılması gibi nedenler sonucunda ülkelerin 60’lı ve 70’li yıllarda olduğu gibi yoğun işçi alımına ihtiyaç duymamaları ile göçün Batıda engelleme politikaları ile şekillenen ‘Hudut rejimi’ (Regime of Frontier) (Anderson, 2000) ya da Sınırdışı Etme Rejimi (Deportation Regime) olarak algılanmasıdır. Kısaca 2000’li yıllara gelindiğinde De Genova’nın insan yaratıcılığının en temel unsurlarından olan hareket kapasitesinin doğal bir devamı olarak nitelendirdiği göç, özellikle yoksul ve güçsüz gruplar söz konusu olduğunda bir SUÇ olarak görülme eğilimindedir (De Genova, 2010, 39). Günümüzde ise bakış açısı göç hareketlerinin suç ve sorun kavramlarıyla birlikte ilişkilendirilerek algılanması yönündedir. Dünyadaki göçmen sayısı 2015 Dünya Göç Örgütü (International

Organisation for Migration- IOM) Raporu'na göre 243 milyonun üzerindedir. Bu sayının 2050 yılına kadar 405 milyonu bulması beklenmektedir ([www.un.org](http://www.un.org)).

Sort order	Major area, region, country or area of destination	Notes	Country code	Type of data (a)	International migrant stock at mid-year (both sexes)					
					1990	1995	2000	2005	2010	2015
1	WORLD		900		152 563 212	160 801 752	172 703 309	191 269 100	221 714 243	243 700 236

Table1. International migrant stock at mid-year by sex and by major area, 1990-2015.

### Entegrasyon ya da Paralel Yapılar

Avrupa'da göçle ilgili medyada ve kamuoyundaki tartışmalarda *asimilasyon* yerine *göçmenlerin entegrasyonu* kavramı daha yaygın olarak kullanılmaktadır (Unutulmaz, 2012,135). Castles ve Miller'in vurguladığı gibi 20. yüzyılın ikinci yarısı "**Göç Çağı**" olarak adlandırılmıştır (1993). Bu artan göç hareketi iki sorunu meydana çıkarmıştır: Birincisi, artan göç karşısında ülkelerin sınırlarını nasıl kontrol edeceği. İkincisi, hızlı insan hareketinin oluşturduğu dönüşüm ile nasıl başa çıkılacağı. Asıl soru göçmenlerin topluma ne şekilde entegre edileceğidir. Günümüzde *entegrasyon* kavramı, göçmenlerin adil ve hızlı bir şekilde eşit ve tam birer üye olarak katılmalarını içeren, toplumda yükselen kimlik kaygılarına karşı göçmenlerin toplumun kültürünü ve değerlerini benimsemesine olanak veren, ona bir aidiyet bağıyla bağlı hisseden bireyler olduğunu gösteren, aynı zamanda göçmenlerin kendi kültürel kimliklerinden ve değerlerinden vazgeçmelerini gerektirmeyen bir kavram olarak kabul görmektedir (Unutulmaz, 2012,142). Kısaca entegrasyon, göçmenlerin yeni katıldıkları topluma eklenerek, o toplumun bir parçası haline gelmeleri durumu olarak tanımlanmaktadır.

Göçmen entegrasyonu, objektif ya da amprik olarak tanımlanabilecek statik bir kavram değil, anlamı ve erişilme yolları sürekli evrilen, içinde bulunduğu tarihsel, siyasi, sosyal, hukuksal bağlama son derece bağlı ve bağımlı, siyasi içerikli bir toplumsal proje, siyasi bir vizyondur (Unutulmaz, 2012,144).

1948 yılında imzalanan İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi ile "sığınma hakkı" temel bir insan hakkı olarak tanındı (Mad.14). 1951 yılında BM Mültecilerin Statüsüne İlişkin Cenevre Sözleşmesi oluşturulmuştur. Sözleşmeye göre mülteci, ülkesi dışında bulunan ve ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir toplumsal gruba mensubiyeti veya siyasi görüşü nedeniyle zulüm görmek gibi geçerli sebeplerden dolayı korku duyan ve ülkesinin korumasından yararlanamayan kişilerdir (Hazan, 2012, 187). Sözleşmenin 33. Maddesinde yer alan "mültecilerin geri geri gönderilmeme ilkesi" (principle of non-refoulement) evrensel bir hukuk prensibi halini almıştır.

1980'lere doğru göç hareketlerine uluslararası kalıcı çözüm bulunamamasının nedenlerinden birisi mültecilerin "3. Dünya problemi" olarak görülmeleleridir Kalıcı çözüm için düşünülen kampların zamanla orada kalan göçmenleri yardıma muhtaç ve toplumdan soyutlanmış bir konumda bırakmasının kalıcı yoksulluğu tetiklediği görülmüştür (Harrell-Bonda, 1986'dan akt. Hazan, 2012,189).

Britanya hükümeti, 11 Eylül saldırılarından sonra Müslüman göçmenlerin daha fazla şiddete yöneleceği iddialarına karşı Ted Cantle başkanlığında bir heyeti araştırma yapmak üzere görevlendirmiştir. Cantle Raporu'na göre, göçmenlerin birbirleriyle iletişimi olmayan, birbirine paralel gruplar halinde ayrı hayatlar yaşadığını göstermiştir (Cantle Raporu, 2000, 9). Komisyonun bu şaşırtıcı rapor sonuçlarından sonra ortak çözümün **entegrasyon ve kaynaşma** olduğu kararına varılmış ve araştırmalar bu yönde devam etmiştir. Dolayısıyla çözüm, ortak bir kimlik ve ortak bir aidiyet duygusunu oluşturabilmenin gerektiğidir (Grillo, 2005 ve Etzioni, 2004).

Reform Antlaşması olarak da bilinen Lizbon Antlaşması ile göç hareketlerine yasal ve kurumsal çözümler aranmaktadır. AB'nin ortak bir göç ve sığınma politikası geliştirebilmesinde Lizbon Antlaşması'nın etkisiyle oluşturulan karar mekanizmalarının işlerlik kazanacağı 2017 yılı önemlidir. Üye devletlerin göç ve sığınma konularında ne derece ortak hareket edebildikleri değerlendirmesi bu tarihten sonra yapılabilecektir (Şirin, 2012, 560).

### Göçmenler ve Güvenlik

Göç ve güvenlik kavramları birbirlerine zıt olarak görülmelerine karşın neden sonuç ilişkileri açısından ironik bir anlam içermektedir. Göç hareketindeki insanların büyük çoğunluğu kendi güvenliklerini tehlikede gördükleri için buldukları yerlerden ayrıldıktan sonra gittikleri ülkelerde o ülkenin güvenliğini tehdit eden unsurlar olarak görülmektedirler.

Güvenli duruma getirme, bir siyasi aktörün belli bir konuyu ‘normal siyaseti’ tehdit ettiği söylemini kullanarak güvenlik alanına itmesi ve siyasetin resmi ve yerleşik usullerinin ötesinde ‘acil’ önlemler kullanmasıyla gerçekleşir (Karyotis, 2007: 3; Stivachtis, 2008: 4’den akt, Akçapar, 2012, 565).

Ekonomik ve siyasi kriz zamanlarında, popüler medyada mültecilerin ve sığınmacıların çoğu kez ulusal birlik ve bütünlüğü tehdit ettiği, devletlerarası ilişkileri zora sokabileceği, ülke vatandaşlarının işlerini ellerinden aldığı, düzensiz göçmenlerin terörist olduğu ve sınırları yasadışı yollarla geçerek devlet güvenliğini yok saydıkları öne sürülmektedir. Devletler göçmenleri güvenlik tehdidi olarak görmelerine karşın uygun şartlar taşımaları durumunda, 1951 Cenevre Sözleşmesi Geri Göndermeme (NON-refoulement) ilkesine uyma yükümlülüğü taşımaktadırlar (Akçapar, 2012, 565-566).

5 Aralık 2001’de Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan belgede, terörist olduğundan şüphe duyulan sığınmacıların 1951 Cenevre Sözleşmesi’nin 1. Maddesinin F Bendi uyarınca üye devletlerce reddedilebilecektir. **Türkiye, 1951 Cenevre Sözleşmesi’ne taraf olduğu halde, Avrupa dışından gelen sığınmacıları mülteci olarak kabul etme doğrultusundaki coğrafi çekinceyi kaldırmayarak, bunu AB üyeliğinde koz olarak kullanmak tercihindedir**(Akçapar, 2012,567- 569).

### **Uluslararası Göç ve Ekonomi**

Ekonomik ya da politik nedenlerle vatandaşı oldukları ülkelerde yaşamak istemeyen milyonlarca insan gelişmiş ülkelerde mülteci olarak yaşamının çarelerini aramakta ancak pek azının başvurusu kabul edilmektedir. Mültecilik statüsüne ulaşamayan göçmenler yaşamak istedikleri ülkelere ulaşabildikleri takdirde düzensiz göçmen olarak ve çoğunlukla yasa dışı yolları da benimseyerek o ülkelerde kalmaya çalışmaktadırlar.

Düzensiz göç, en geniş anlamıyla, sınır ötesi insan hareketlerinin devletler tarafından kontrol edilemeyen ve gözetlenemeyen kısmıdır. Ayrıca düzensiz göç, insan ticaretini, yasal olarak ülke sınırından girip vize süresini geçirenleri, yasal veya yasadışı göçmenlerin kaçak veya zorla çalışması gibi birçok olguyu içine alan bir çatı kavramdır (Topçuoğlu, 2012, 501).

Son kırk yıl içinde teknolojik ilerlemeler sayesinde gelişmiş ülkelerin daha az emek gücüne ihtiyaç duymaya başlamasıyla göç politikalarında daha az kabule doğru değişiklikler yapılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla 1990’lardan sonra değişen göç politikalarının etkisiyle gelişmiş ülkeler daha az mülteci kabulü durumundadırlar. 2000 yılı ile 2010 yılları arasında AB’deki mülteci sayısı %36 oranında azalmıştır ([www.un.desa.2010](http://www.un.desa.2010)) Mülteci sayılarının azalmasına karşın BM 2003 verilerine göre dünyadaki 30-40 milyon düzensiz göçmen bulunduğu bilinmektedir.

Oysa bir başka ekonomik durum ilişkisi gelişmiş ülkelerin gelişme düzeyleri ile göçmen hareketliliği arasındaki bağlantıdır. Gelişmiş ülkelerin 2007’den sonra ekonomik büyümelerinin yavaşlamıştır. <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm> 2009,35

Geçmişte düzensiz göçmenlerin maliyet artırıcı unsurlar yerine ucuz işgücü olarak alternatif görünmüşlerdir. Bu durum düzensiz göç ile ekonomik sektörlerdeki kuralları tanımlanmayan işler arasında çelişkili bir oluşum yaratmaktadır. Dünya hem gelişmiş ülkelere göçmen sorununa çözüm beklemektedir hem de gelişmiş ülkeler ekonomik büyüme oranlarını arttırabilmek ve maliyeti düşürebilmek için ucuz işgücü olarak göçmenlere ihtiyaç duymaktadır (Topçuoğlu, 2012, 511).

Göç hareketlerinde Ortadoğu’dan Türkiye ve Avrupa’ya uzanan artışın 2015 yılı sonlarında ve 2016 yılı başlarında daha önce yaşanan göç hareketlerinden çok daha yoğun yaşanması ülkelerin bu konuda işbirliğini hızlandırması zorunluluğunu göstermiştir. Bu göç yoğunluğu aynı zamanda dünyanın göç hareketlerinin giderek büyük sorunlara yol açacağını ve göçün ülkelerin hayatının bir parçası olduğunu

ve gelecekte de katlanarak (2050 yılında 4005 milyon göçmen) devam edeceğini fark etmesine sebep olmuştur.

Devletlerarası işbirliğinin küresel göç sürecinin yönetimini, daha doğru bir ifade ile yönetişimini kapsayacak şekilde genişletilmesi esas hedeftir. Dolayısıyla uluslararası göçün kaynak ülke ya da bölgelerindeki artış, göç akımlarının yoğunlaşması, göç ağlarının karmaşıklaşması gibi süreçler göçü küresel bir süreç haline getirdiği için uluslararası göçe küresel bir yaklaşımı gerektirmektedir (Ghosh, 2005a: 111).

Avrupa 2. Dünya Savaşı sonrasında 2. sanayi devrimini göçmenler sayesinde başarmıştır. Acak Soğuk Savaş sonrasında Avrupa'daki birçok devlet mülteci politikalarında revizyona giderek kabul sürecini yavaşlatırken, sınır denetimi ve geri gönderme mekanizmalarının geliştirilmesine ağırlık vermektedir. Devletler artan mülteci ve sığınmacı sayıları karşısında mülteci haklarından çok kendi çıkar ve haklarından, ülkelerindeki düzen ve istikrarın öneminden söz etmeye başlamış (Mertus, 2002: 328) kendi vatandaşlarının haklarını dışardan gelenlerinkine karşı koruma yükümlülüklerini de daha yüksek sesle ifade eder hale gelmiştir (Joly, 1996: 41).

Coğrafi konumu ve AB'ye aday ülke olması itibarıyla Türkiye Avrupa'ya yönelen birçok sığınmacı açısından bir güzergah ülkesidir ve ilk sığınma ülkesi (first country of asylik) haline gelmektedir (Kirişçi, 2003'den akt. Öner, 2012, 585). Bu durumda Avrupa'ya yönelen göç hareketleri karşısında son yıllarda bu ülkelerin karşı çıkışları ya da sınırlarını koruma çabaları özellikle 2008'den sonra artan ekonomik kriz nedeniyle hız kazanmıştır.

Küresel bir göç rejimi küresel düzeydeki mevcut eşitsiz güç ilişkileri ve güç siyaseti üzerinden gelişirse güçlü devletler göç rejiminin kural ve koşullarını belirleyecektir. Bu eşitsiz Kuzey-Güney ayrımını pekiştirecek ve göç gönderen ülkeleri ve Güney'i küresel rejimin inşası sürecinden dışlayarak onları belirlenen kuralların alıcıları konumunda tutmaya devam edecektir (Bettss, 2008: 16). Tabandan örgütlenen uluslararası yönetim hükümetlerin sorumluluk alanına giren konularla ilgili çalışan bürokratları, yasa yapan ve uygulayanları, politika üreten ve uygulayanları, bir diğer ifadeyle "politika ağlarını" sorun çözümü odaklı bir çerçevede bir araya getirir (Newland, 2005: 4).

Göç olgusu 1980'lerden sonra ulusal bir sorun olmanın ötesinde uluslararası bir soruna ve giderek dünyada bir güvenlik sorununa dönüşmektedir. BM Nüfus ve Kalkınma Konferansı ile 1994 yılında ilk kez uluslararası kamuoyunda göçün kaynak ve hedef ülkelerin kalkınmalarına katkıları dile getirilmiştir.

2003 yılında ise BM Genel Sekreteri Kofi Annan'ın girişimiyle kurulan Uluslararası Göç Küresel Komisyonu ile konuya dikkat çekilmiştir. Dönem Başkanlığı'nı Türkiye'nin üstlendiği 2014-2015 Küresel Göç ve Kalkınma Forumu (GFMD, Global Forum on Migration&Development), BM çatısı altında New York'ta 14-15 Eylül 2006'da düzenlenen ve bu alanda BM çatısı altında düzenlenen ilk önemli toplantı olma özelliği taşıyan "Uluslararası Göç ve kalkınma Konusunda Yüksek Düzeyli Diyalog Toplantısı (High -Level Dialogue on International Migration and Development)" sırasında ortaya atılan bu konuların daha sistemli ve derinlemesine tartışılabileceği bir "küresel forum" oluşturulması fikrinin genel kabul görmesiyle ortaya çıkmıştır. Küresel Göç ve Kalkınma Forumu'nun ikincisi New York'ta 3-4 Ekim 2013 tarihinde yapılmıştır. Alanındaki en kapsamlı diyalog platformu olan Forum raporları Genel Sekreter aracılığıyla BM üyelerine sunulmaktadır. Forum toplantılarında, uluslararası göçün ekonomik ve sosyal kalkınma üzerindeki etkileri; göçmenlerin hakları ve korunması, insan kaçakçılığı ve ticaretiyle mücadele, göç, işçi dövizleri ve kalkınma bağlamındaki çok boyutlu ilişkiler, uluslararası göç bağlamında ortaklıklar geliştirilmesi, ikili ve bölgesel işbirliği konuları ele alınmaktadır.

Forum, göç alanında uluslararası öncelikler ile göç kalkınma gündemini belirlemenin yanı sıra, ülkeler, uluslararası kuruluşlar, anavatanının dışında yaşayan topluluklar, göçmenler akademisyenler ve diğer ilgili kişi ve kurumlar arasında ortaklık ve işbirliği oluşturmayı amaçlamaktadır.

Yapılan görüşmelere göre uluslararası göç sorununun en önemli sonuçlarından bir tanesi günümüzde “**modern kölelik**” olarak da ifade edilen insan ticaretidir. Kısaca, kadınların, çocukların ve erkeklerin sömürü amacıyla kaçırılması, zorla alıkonulması ve zorla çalıştırılması olarak tanımlanan insan ticareti; yoksulluk ve daha iyi yaşam isteği, toplumsal değerlerin yok edilmesi, politik ve ekonomik alanda kaynak ülkelerde baş gösteren sorunlar, ucuz işgücü ve eğlence sektöründe mevcut talep, suçtan elde edilen menfaatin yüksek olması, cezaların halen bazı ülkelerde caydırıcılıktan uzak olması gibi nedenlerle tüm dünyada yaygın olarak yaşanmaktadır. Kadınlar ve çocuklar uluslararası göç sorununun en önemli mağdurları olarak çözüm bekleyen gruplar arasındadır. Dolayısıyla medyadaki haberlerde kadın ve çocukların bu mağduriyetleri konu edilerek kamuoyunda acil çözümler bulunmasına destek olunmalıdır.

### **Göç konulu yapılan toplantılarda ele alınan başlıca sorunlar,**

1 Türkiye’de yasadışı kalanların “makul sürede” yasal yollara başvurarak Türkiye’de kalmak için izin alması gerektiği yasa da yer alıyor. Fakat “makul sürede”n kastın ne olduğu bilinmiyor.

2 İstenen sağlık sigortasının kapsamı ve nasıl uygulanacağı anlaşılmıyor.

3 Ev içi sektörde çalışanların kayıt altına alınması gerekiyor, yapılamıyor.

4 Yabancılar Şubesi’nde çalışanların yeni personel gelmeden başka birimlere atanmasıyla yeterli hizmet verilememesi.

5 Bazı illerde yeminli tercüman eksikliği.

6 Avukata vekalet vermek için noter izni gerekiyor, noter kimlik istiyor, kimlik olmadığı durumlarda işlem yapılamıyor.

7 Evlenmelerde yabancılardan bekarlık belgesi isteniyor, bunun için ülkesine dönmesi gerekiyor, (Suriye gibi) dönemiyor.

8 Sınırdışı etme konusu karışık, 48 saat süre tanınıyor ama haftasonuna gelince bu süre aşılabiliyor.

Marmara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Öğretim Görevlisi Murat Daoudov, “Uluslararası göç alanında yerel yönetimlerin rolü” sunumunda gelişmiş ülkelerde göç politikasında kurumlar arasında görev paylaşımı olduğunu belirterek, uyum konusunu altı aşamada değerlendirmektedir:

1 Merkezi idareye ait olan ülkeye giriş-çıkış gibi işlemlerinin olduğu vize, oturma izni, çalışma izni gibi alanlarda merkezi idarenin üzerine düşen görevler.

2 Bireysel uyum aşamasıdır. Yabancıya yönelik dil kursları, ülke hakkında bilgi, kanun hakkında bilgi, sanat kursları, meslek edinme kursları gibi faaliyetler yapmak.

3 Yabancıların grup olarak algılanması. Örneğin İngilizlerin ihtiyaç ve beklentileri nelerdir. Bu aşamada çalışılan ülkelerin ülkemizdeki dernekleri ile beraber çalışma yürütülebilir. Ferdi yaklaşımı daha çok Fransa benimsiyor. Grup yaklaşımını ise Anglo-Sakson ülkeleri benimsiyor.

4 Karar alma mekanizmasına katılım. Avrupa ülkelerinde yerel yönetimler düzeyinde çalışma yapıp resmiyet kazanmaya başlanmıştır. Kent konseyine katılım gibi.

5 Yerel seçimlerde yabancılara seçme hakkının verilmesi. 1960’dan beri Portekiz’de olduğu gibi.

6 Vatandaşlık aşaması. Yabancının vatandaşlık kazanımı. 1., 5. ve 6. Aşamalar da merkezi idarenin karar vermesi gerekmektedir ([www.goc.gov.tr](http://www.goc.gov.tr)).

Göç hareketleri konusu ve başlıca sorunlar dile getirildikten sonra bunların medyada ne oranda yansıtıldıklarına bakılmalıdır. Göç yazını araştırmalarına bakıldığında değişik amaçlarla ve farklı bakış açılarıyla araştırma teknikleri kullanılmakla beraber nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanılması kabul görmektedir. Bu nedenle araştırmamızda aşağıda belirtilen kavramlar çerçevesinde nitel inceleme yöntemlerinden olan Söylem Analizi yöntemi esas alınacaktır. (Dijk,1998, 271, Aziz, 2008, 140).

Tek ve kapsayıcı bir uluslararası göç teorisinden bahsetmenin zorluğunu belirten araştırmacılar bunun sadece disiplinler arası sınırlardan değil, aynı zamanda göçü açıklayan teorilerin her birinin birbirinden kopuk ve ayrı bir şekilde gelişmesinden kaynaklandığını da göstermektedir (Massey ve diğerleri, 1993:432).

Göç konusunda yapılan araştırmaların medyada yeterince ve çok yönlü biçimde yansıtılmadığı düşüncesiyle inceleme kapsamına alınan haberlerin ana unsurlarının neler oldukları araştırılmıştır. Göç kavramı ve hareketleri konusunda yapılacak incelemeler amacıyla seçilen haberlerden ilk iki tanesi Türkiye’nin göç konusundaki hukuki durumunu ve dünyadaki göç hareketleri sürecindeki önemini ortaya koymasından dolayı ele alınmıştır. Yapılan haberler arasında nispeten kapsamlı olan bir örnek [euronews.com](http://euronews.com) adresli haberlerdir.

### **Haber Örneği 1**

*“AB ve Türkiye arasında göçmen kriziyle ilgili üzerinde mutabakata varılan anlaşma da 20 Mart pazar günü yani 4 gün önce resmen yürürlüğe girdi. Buna göre Yunanistan’a varan yasadışı göçmenler 4 Nisan’dan itibaren Türkiye’ye geri gönderilecek.”*

#### **AB-Türkiye anlaşmasının maddeleri neler**

- 20 Mart 2016 tarihi itibarıyla Türkiye’den Yunan adalarına geçen tüm yeni düzensiz göçmenler Türkiye’ye iade edilecek. İade işlemi, AB hukukuna ve uluslararası hukuka tam olarak uygun şekilde gerçekleştirilecek; hiçbir surette toplu sınır dışı etme işlemi olmayacak.
- Korunmaya muhtaç gruplara yönelik BM Kriterleri dikkate alınmak suretiyle, Yunan adalarından Türkiye’ye iade edilen her bir Suriyeli için, Türkiye’den bir diğer Suriyeli AB’ye yerleştirilecek. BMMYK’nın yanı sıra Komisyonun, AB ajanslarının ve diğer üye devletlerin desteği ile geri dönüşlerin başladığı ilk günden itibaren bu ilkenin uygulanmasının sağlanmasına yönelik bir mekanizma tesis edilecek. Daha önce düzensiz bir şekilde AB’ye girmemiş ya da girmeye teşebbüs etmemiş göçmenlere öncelik verilecek.
- Türkiye, Türkiye’den AB’ye yasadışı göçe yönelik yeni deniz ve kara güzergahlarını önlemek için gerekli her türlü tedbiri alacak ve bu amaç doğrultusunda AB’nin yanı sıra komşu devletlerle de işbirliği yapacak.
- Türkiye ve AB arasındaki düzensiz geçişler sona erdiğinde ya da en azından büyük ölçüde ve sürdürülebilir şekilde azaltıldığında Gönüllü İnsani Kabul Planı uygulamaya koyulacak. AB üye devletleri bu plana gönüllülük esasında katkıda bulunacak.
- Tüm beklentilerin karşılanması kaydıyla, en geç Haziran 2016 sonuna kadar Türk vatandaşlarına yönelik vize gerekliliklerinin kaldırılması amacıyla, Vize Serbestisi Yol Haritasının katılan tüm üye devletler bakımından yerine getirilmesine hız verilecek.
- AB, Türkiye ile yakın işbirliği içerisinde, Türkiye için Sığınmacı Mali İmkânı kapsamında başlangıç olarak tahsis edilen 3 milyar euronun ödenmesini hızlandıracak ve Mart ayı sonundan önce, Türkiye’nin sağlayacağı hızlı bildirimler ile tespit edilecek geçici koruma altındaki kişilere yönelik daha çok sayıda projenin finansmanını sağlayacak.

AB ve AB’ye üye devletler, özellikle Türkiye sınırına yakın belirli alanlarda Suriye içindeki insani koşulların iyileştirilmesine yönelik olarak ve yerel nüfusun ve mültecilerin daha güvenli olacak alanlarda yaşamasını sağlamak üzere Türkiye ile her türlü ortak çabayı gösterecek. (<http://tr.euronews.com>)

İkinci olarak seçilen haber örneği bbc.com kaynaklıdır ve BM internet sitelerindeki raporların baz alınarak oluşturulmuş ayrıntılı haberleri içermektedir.

### **Haber Örneği 2**

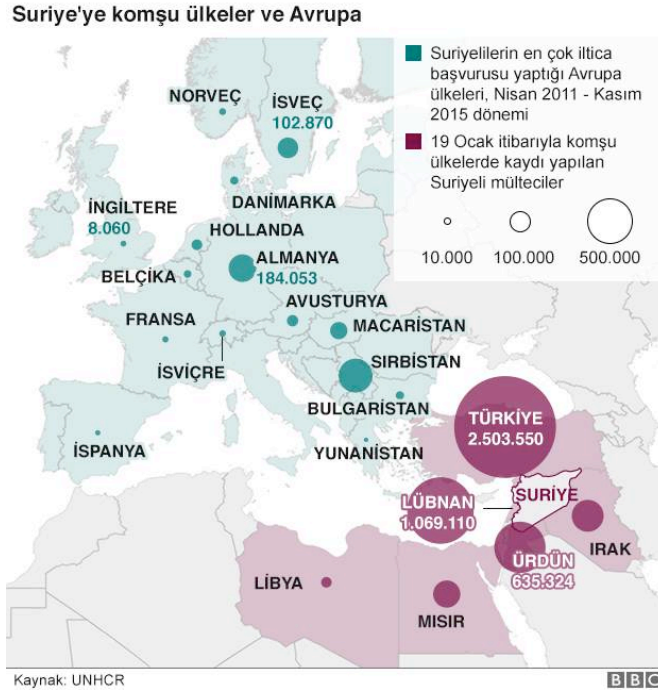
İngiltere’de 22 Mart 2016 tarihinde yayınlanan Daily Telegraph gazetesinin yorumu, Türkiye’deki yasal mevzuatın Brüksel ve Ankara arasında imzalanan ve Pazar günü yürürlüğe giren göçmen anlaşmasını uygulanamaz hale getirebileceği yönündedir:

"AB'nin Türkiye'yle imzaladığı 6 milyar euroluk anlaşma kaosa doğru sürüklenirken, binlerce Afgan ve Iraklı Türkiye'ye iade edilmekten kurtulabilir.

"Türk hükümetinden yetkililer Afganlara ve Iraklılara mülteci statüsü verilmesi için Ankara'dan beklenen yasal değişikliklerin gündemde olmadığını söyleyerek Brüksel'e büyük bir darbe vurdu.

"AB, yasal değişikliklerin anlaşmanın sağlıklı bir hukuki zemine oturması için şart olduğunu söylüyordu.





"Konuyla ilgili konuşan bir Türk diplomat da 'Türkiye'nin yeni yasal düzenlemelere ihtiyacı yok' diyor.

"Anlaşmayı daha da karmaşık hale getiren şey ise Türkiye'nin 'Kimse zorla sınır dışı edilemez' demesi oldu. [http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160322\\_gocmen\\_anlasma\\_telegraph](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160322_gocmen_anlasma_telegraph)

Bu haberler dışında göç konulu haberlerin 2015 yılından sonra dünya siyasetinde etkili olduğu ve politikacıların konuşmalarına hakim olduğu gözlemlenmiştir. ABD'de Donald Trump örneğinde olduğu gibi seçim kampanyaları da göç konusuna endekslenerek kadar önemli görülmektedir. Trump sertlik yanlısı seçim kampanyasında Suriyelileri terörist ve Meksikalıları ise uyuşturucu satıcısı ve fuhuş kaynakları olabilecekleri şeklinde nitelendirmiştir.

### Haber Örneği 3

"ABD'de gelen Cumhuriyetçi başkan aday adaylarından işadamı Donald Trump başkan olursa ABD'nin kabul ettiği tüm Suriyeli mültecileri ülkelerine geri göndereceğini belirtti." [http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151001\\_trump\\_suriye](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151001_trump_suriye)

### Haber Örneği 4

Donald Trump ABD Başkanı seçildikten sonra seçim kampanyasındaki göçmenler konulu sertlik politikasını Federal Mahkeme kararlarıyla görüş ayrılığına rağmen sürdürmüştür.

"Suriyeli mültecilere kapıları açan Avrupa'nın büyük bir hata yaptığını savunan ABD Başkanı Donald Trump, Suriye'de ve komşu ülkelerde 'güvenli bölgeler' kurmaya girişti."

<http://www.diken.com.tr/avrupa-hata-yapti-diyen-trump-suriyede-multeciler-icin-guvenli-bolgeler-olusturulacak/> 26/01/2017

### Haber Örneği 5

"ABD Başkanı Donald Trump'ın yedi ülkenin vatandaşlarına vize kısıtlama getiren kararnamesi New York federal mahkemesi tarafından geçici olarak askıya alındı.

Trump, imzaladığı kararnameyle Suriyelilerin ülkeye girişini yasaklamış, İran, Irak, Yemen, Libya, Somali ve Sudan vatandaşlarına üç ay boyunca sürecek vize kısıtlaması **getirmişti**"

<http://www.diken.com.tr/trumpin-vize-kisitlamasina-yargi-freni-kararname-gecici-olarak-askiya-alindi/> 29/01/2017

ABD dışında Avrupa ülkeleri de Türkiye'yi kapsamına alan haber ve yorumlarla göç konusunu aşağıdaki örneklerde görüleceği gibi aktarmaya başlamışlardır.

### Haber Örneği 6

“Financial Times, Avrupa Birliği'nin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ı, Suriyeli göçmenlerin Avrupa'ya akışını durdurmak için büyük bir plana ikna etmeye çalışacağını yazdı.

Gazetede bugün yayımlanan haberde, göç krizinin çözümüne odaklanan Avrupa'nın Erdoğan'a eleştirilerini yumuşatmaya başladığını belirtiyor.” 5 Ekim 2015

[http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151004\\_ft\\_analiz\\_ab\\_erdogan](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151004_ft_analiz_ab_erdogan)

AB ve diğer ülkelerle ilişkilerde göç konusu 2015 yılından sonra ülkelerarası ilişkileri belirleyen en önemli siyasi maddeler arasına girmiştir ve bu süreç devam etmektedir.

### Haber Örneği 7

“Kosovalılar niye yeniden Avrupa kapılarını zorluyor?”

Tarık Demirkan Budapeşte/12 Şubat 2015

**Kosova'dan Avrupa Birliği'ne ve özellikle de Almanya'ya yönelik 2015 yılının başlarından itibaren görülmemiş bir şekilde artan mülteci akını yeni önlemlerin de gündeme alınmasına neden oldu.**

Almanya Priştine Büyükelçisi, her ay Kosova'dan 30 bin dolayında mültecinin kaçak yollardan AB ülkelerine ve özellikle de Almanya'ya doğru yola çıktığını söyledi. Bu durum, eğer önlem alınmazsa bir yıl içinde Kosova ülke nüfusunun altıda birinin göç edeceği anlamına geliyor. Almanya tarafından gündeme getirilen sorun Macaristan için de can alıcı öneme sahip.

### Haber Örneği 8

Özellikle 2016'dan sonra göçmenler konusunun uluslararası boyutlarının arttığı ve ABD, Avrupa ülkeleri ve Ortadoğu ülkelerini de içine alan birçok bölgeyi içeren ortak çözüm politikalarının ihtiyacını görmektedir.

“Guardian: Schengen Bölgesi iki yıl askıya alınabilir.”

Avrupa'nın 26 ülkesinde pasaportsuz seyahat sağlayan Schengen anlaşması, göçmen krizi nedeniyle tehlikede. [http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160126\\_schengen\\_2\\_yil](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160126_schengen_2_yil) 26 Ocak 2016

### Haber Örneği 9

“Suriyeli mültecilere kapıları açan Avrupa'nın büyük bir hata yaptığını savunan ABD Başkanı Donald Trump, Suriye'de ve komşu ülkelerde ‘**güvenli bölgeler**’ kurmaya girişti....

**Guardian** gazetesinin haberinde, Avrupa'ya ulaşan göçmen sayısındaki azalmanın aksine artışın devam etmesinin AB liderlerini endişelendirdiği vurgulanıyor.

<http://www.diken.com.tr/avrupa-hata-yapti-diyen-trump-suriyede-multeciler-icin-guvenli-bolgeler-olusturulacak/> 26/01/2017

## SONUÇ

Sonuç olarak günümüz dünyasının yüz milyonlarca insanı kapsayan en önemli konularından birisi olan göç hareketi ülkelerin ulusal sınırları çerçevesinde çözüm bulamayacakları kadar çok boyutlu ve karmaşık bir duruma gelmiştir. İnsanlığın ortak sorunu olan göç konusu ekonomik, sosyal ve politik uluslararası çözümler beklemektedir. Özellikle 2016 yılı ilk yarısında doğudan batıya artan göç hareketlerinin çok sayıda insan hayatına yol açması söz konusu çözümlerin aciliyetini vurgulamaktadır. Kamuoyunu artan oranlarda devam eden bu kayıplara ve maddi-manevi istismara karşı uyarması gereken medyadır. Medyanın gelecekte de dünyayı etkilemesi beklenen bu önemli soruna yaklaşımı bu bakımdan önem kazanmaktadır. Medyanın göç haberlerine yaklaşımı son bir yılda göç haberlerinin arttığını ve kapsamının da küresel ölçekte haberlere doğru geliştiğini göstermektedir. Ancak göç hareketlerinin artış ivmesi medyanın göç haberlerine verdiği önemden daha yüksek orandadır. Yakın gelecekte 400 milyonu geçmesi öngörülen göçmenler hakkında medyada yapılacak olan haberlerin sorunun gündemde kalması açısından önemi büyüktür.

Haber örneklerinde görüldüğü gibi Türkiye'nin Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, Yunanistan, Macaristan, Bulgaristan gibi Batı ülkeleri yanı sıra Suriye, Irak, İran, Afganistan, Pakistan gibi Doğu ve Mısır, Libya ve diğer Afrika ülkeleri gibi ülkelerle ve ABD ve Kanada gibi kıtalararası ülkelerden de göç hareketleri kapsamında etkilendiği bulguları artarak devam etmektedir.

İncelenen haberlerin ortak noktası, siyasilere demecilerinin aktarılmalarıyla sınırlı kalmasıdır. Göç konusundaki sorunlar ve çözüm önerileri analitik olarak belli bir süreç dahilinde ve neden-sonuç ilişkisi kurularak sunulmamaktadır. Sorunlar dil, din, ekonomik nedenlere dayalı olmasına rağmen ancak bunlar hakkında haberlerde kamuoyuna yeterince bilgi verilmemektedir. İnsan ticareti, kadın ve çocuk göçmenlerin sorunları dile getirilmekten uzak, duygusal ve dramatik bir biçimde bireysel insan hikayelerine dönüştürülmektedir.

Oysa dünyanın gelişmiş ülkelerinin göç almakta devam ettiği, gelişmekte olan ülkelerin ise; göç vermeye devam ettiği gözlemlenirken, politikacılardan gelecekte acil ve uzun vadeli yeni çözümler bulmaları beklenmektedir. Medyanın toplumdaki denetleme gücünü kullanarak birleştirici politikalar üretilmesine katkısı önemlidir. Göç hareketlerinin ülkelerde “tek düşman” olarak ya da “suç” olarak görülmeye başlanması ancak medyanın politikacılar üzerinde kullanacağı denetim gücüyle önlenebilecektir. Ancak ülke liderlerinin göçmenler sorununa çözüm aramak yerine yeni bir düşman yarattıkları görülmektedir. Bu yeni ve görünmeyen düşmanın son örneği ABD seçimlerinde Trump tarafından tanımlanmıştır: Göçmenler.

Oysa ikinci Dünya Savaşı sonrasında ikinci sanayi devrimini göçmenlerle başaran Avrupa ve bir göçmenler ülkesi olan ABD ironik bir biçimde göçmenlere kapılarını kapatmıştır. Göçmenlerin gittikleri ülkelere entegrasyonunun sağlanması ve göçün yönetilebilmesi durumunda olumlu etkiler ortaya çıkabilecektir. Ekonomik gelişmeye katkı, göç veren ülkeye ekonomik kolaylıklar, yatırımlar sağlanması, uluslararası göçmenlerle işbirliği başlıca yararlar örnek verilebilir. Özellikle Avrupa gibi hızla yaşlanan ülkelere genç nüfus katılımıyla olumlu etki yapması beklenen göçmen nüfus entegre olabildiği ölçüde topluma yarar sağlayacaktır.

Kısaca ülkelerin dış politikalarını belirleyen en önemli sorunlardan biri olarak görülmeye başlanan göç konusunda devletlerarası işbirliğinin küresel göç sürecinin yönetimini kapsayacak şekilde genişletilmesi amaçlanmalıdır. Bu amaçla devletler ve diğer aktörler öncelikle küresel göç yönetimi için nasıl bir kurumsal yapı istediklerini ve bu kurumsal yapının işlevlerini belirlemelidir. Üniversiteler bünyesinde göç araştırma merkezlerinin kurulması, bunların Dışişleri, İçişleri, Çalışma ve Turizm Bakanlığı gibi bakanlıklar bünyesindeki birimlerle ortak çalışmalar yapması üniversite göç merkezleri, akademisyenler ve kamu kuruluşları arasında bilgi paylaşımı ve işbirliği içinde olmaları ihtiyacı vardır. Çünkü göç bir insanlık sorunudur.

## KAYNAKÇA

- Akçapar, Ş.Köşer (2012). “Uluslar arası Göç alanında Güvenlik Algılamaları ve Göçün İnsani Boyutu”. Der. ÖNER I.G., Öner Ş.A., (2012), Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar, İstanbul, İletişim Yayınları, 563-575.
- Aziz, Aysel (2015). Siyasal İletişim, Ankara, Nobel Yayınları.
- Aziz, Aysel (2008). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Ankara, Nobel Yayınları.
- Bettss, A.(2008). “Global Migration Governance”, GEG Working Paper 2008/43.
- Cantle Raporu (2000). “Community Cohesion: A Report of the Independent Review Team Chaired by Ted Cantle”, Londra, Home Office.
- Castles, S. and M. J. Miller (1993). The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World, Guilford Press.
- De Genova, N. (2010), “The Deportation Regime: Sovereignty, Space and the Freedom and Movement”. N.De Genova ve N. Peutz (der.). The Deportation Regime: Sovereignty, Space and the Freedom and Movement (s.33-69). Durham, North Carolina: Duke University Press.
- Dijk, V. (1998). “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, Medya, İktidar, İdeoloji, Çev.M.Küçük, Ankara, Ark Yayınları, 271-328).
- Grillo, R. (2005). “Blaclash Against Diversity? Identity and Cultural Politics in European Cities”, COMPAS Working Paper, Oxford.
- Gümüş, Nilgün, T.(2016). Hürriyet Gazetesi.
- Ghosh, B.(2005a) “Managing Migration: Interstate Cooperation at the Global Level is the Emergence of a New Paradigm of Partnership Around the Corner?”, The Report on Interstate Cooperation Migration, Berne Initiative Studies; Geneva: IOM Publications, s.111-135.

- Etzioni, A. (2004). "Diversity within Unity", *Prospect Magazine* 96.
- Harvey, D., (2007), *The Limits to Capital*, Londra: Verso.
- Harrell-Bonda, B. (1986). *Imposing Aid: Emergency Assistance to Refugees*, Oxford: Oxford University Press.
- Hazan, J.C. (2012). "Geçmişten Geleceğe Zorunlu Göç: Mülteciler ve Ülke İçinde Yerinden Edilmiş Kişiler" 183-197. Der. ÖNER I.G., Öner Ş.A., (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- İç İşleri Bakanlığı Göç idaresi (2014). <http://www.goc.gov.tr/Main/> 2016
- Joly, D. (1996). *Haven or Hell? Asylum Policies and Refugees in Europe*, Houndsmill, MacMillan Press.
- Kalın, Ayşe, (2012), *Açık, Döner, Mühürlü Kapılar: 20. Yüzyılda Batı/Doğu Ekseninde Emek Göçünün Seyri*, Der. ÖNER I.G., Öner Ş.A., (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Karyotis, G. (2007). "European Migration Policy in the Aftermath of September 11: The Security – migration nexus", *Innovation*, 20819: s.1-17.
- Kirişçi, K. (2003). "Turkey: A Transformation from Emigration to Immigration" <http://www.migrationinformation.org/future/display.cfm?ID=176>
- Massey, Douglas S., Joaquin Arango, Groome Hugo, Ali Kouaouci, Adela Pellegrino, Edward Taylor (1993), "Theories of International Migration: A review and Appraisal", *Population and Development Review*, 19 (3): s.431-466.
- Mertus, J. (2002). "The State and the Post – Cold War Refugee Regime: New Models, New Questions", *International Journal of Refugee Law*, 10(3):s.321-348.
- Newland, K. (2005). "The Governance of international Migration: Mechanisms, Processes and Institutions", *Paper Prepared for the Policy Analysis and Research Programme of the Global Commission on International Migration*: <http://www.gcim.org>
- Öner, I.G., Öner, Ş.A. (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Öymen, Onur (2016). *Hürriyet Gazetesi*.
- Sassen, S., (1988), *The Mobility of Labor and Capital: A Study in International Investment and Labor Flow*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Stivachtis, Y. (2008). "International Migrations and Politics Identity and Security", *Journal of Humanities and Social*, 2(1):s.1-24.
- Şirin, N.A. (2012). "Çabalar Sonuç Verecek mi? Avrupa Birliği'nin Ortak Bir Göç ve Sığınma Politikası Oluşturma Girişimleri". Der. ÖNER I.G., Öner Ş.A., (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları, 539-561.
- Topçuoğlu, Reyhan A., (2012). *Düzensiz Göç: Küreselleşmede Kısıtlanan İnsan Hareketliliği*, Der. Öner, I.G., Öner Ş.A., (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları.
- Unutulmaz, K. Onur, (2012). "Gündemdeki Kavram Göçmen Entegrasyonu, Avrupa'daki Gelişimi ve Britanya Örneği", Der. Öner I.G., Öner Ş.A., (2012), *Küreselleşme Çağında Göç, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul, İletişim Yayınları, 135-159.
- Yakut, B. (2010) TAAD, Cilt:1, Yıl:1, Sayı:3.
- [www.goc.gov.tr/files/files/goc\\_kanun.pdf](http://www.goc.gov.tr/files/files/goc_kanun.pdf) / 03.06.2016
- <http://tr.euronews.com/2016/03/24/ab-turkiye-multeci-krizi-anlasmasi-yururlukte> 03.06.2016
- [http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160322\\_gocmen\\_anlasma\\_telegraph](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/03/160322_gocmen_anlasma_telegraph) 03.06.2016
- [www.un.desa.2010](http://www.un.desa.2010)
- <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm> 2009
- [http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/data/UN\\_MigrantStock\\_Total\\_2015.xlsx](http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/data/UN_MigrantStock_Total_2015.xlsx) (12.02.2017)
- <http://www.un.org/en/development/desa/population/migration/data/estimates2/estimates15.shtml> (12.02.2017)

## YEREL BASIN'DA KENT YAŞAM GAZETESİ VE ATAKÖY GAZETELERİNİN İNCELENMESİ

Onur DİNÇER  
İstanbul Aydın Üniversitesi  
[onurdincer9@gmail.com](mailto:onurdincer9@gmail.com)

### ÖZ

Yerel basın yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olarak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak ve yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak amacıyla varlığını sürdürmektedir. Bunu yaparken de bir yandan yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktadır. Yerel basın, gelişen teknolojiye ayak uydurarak tarihsel süreç içerisinde ayakta durmayı başarmıştır. Gelişen teknolojiye ayak uyduran yerel basın, internet gazeteciliğini kullanarak haber içeriklerini zenginleştirip ulusal düzeyde kamuoyuna sesini duyurabilmiştir. Yerel basın gelişen matbaa teknolojisine de ayak uydurmuş, baskı sistemlerini değiştirmiş, tiraj sayılarını artırmış ve sayfa sayılarında artış olmuştur. Yapacağım bu çalışmada makale konusuna dair 1999 ve 2013 tarihlerinde çıkan yerel basının durumu incelenmiştir. Çalışmada ki amaç, tarihsel süreçlerde önemli bir görev üstlenen yerel basının günümüzde geldiği noktaya dikkat çekmektir. Bu çalışma, arşiv taraması, metin analizi ve literatür taraması yöntemiyle yapılmış olup Mart 1999- Mart 2013 tarihlerinde yayımlanmış olan Ataköy Gazetesi ve Kent Yaşam Gazetesi incelenmiştir.

*Anahtar kelimeler: yerel basın, yerel yönetim, kamuoyu, Ataköy Gazetesi, Kent Yaşam Gazetesi*

## EXAMINING TWO LOCAL NEWSPAPERS OF ATAKÖY NEWSPAPERS AND YAŞAM NEWSPAPERS

### ABSTRACT

The local press that concentrates on solving various problems of individuals in local areas, is continuing its existence in order to enhance the relationship between the members of society, and contribute to the formation of the public opinion at local level. With doing this, it inherently monitors and controls the local governance. It is deemed a noble task because it also criticizes the local governance. The local press has adapted to technological advances and this enabled the local press to enrich its content and it has survived being disappeared. Thanks to online journalism, local press have been able to reach millions of people at national level. Besides, the local press have started to use new printing technologies and this have resulted in that local newspapers have increased their circulation and they have been able to increase their number of pages that were limited before shifting to new printing technologies. In this study, the state of the local press in 1999 and 2013 are examined and the main purpose of the study is pointing out the historical evolution of the local press and which roles the local press plays today. This study was carried out by methods such as literature review, archival scanning, and text analysis, and finally “Ataköy Gazetesi” (newspaper) and “Kent Yaşam” (newspaper) which were published between March 1999 and March 2013 were examined in order to elaborate the subject.

*Keywords: the local press, local governance, public opinion, Ataköy Newspaper, Kent Yaşam Newspaper*

### GİRİŞ

Ülkemizde basın ilk olarak, ilk Türkçe gazete sayılan 1 Kasım 1831 tarihinde çıkartılmaya başlayan “Takvim-i Vakayi” ile gerçekleşmiştir. Daha sonra basın, çeşitli dönemlerde kendini göstermiştir. Bu dönemler sırasıyla; Tanzimat dönemi, Meşrutiyet dönemi ve İstibdat dönemleridir. Bu dönemlerde basın ilerleme göstermiştir. 1831 ‘de yayımlanmaya başlayan ilk Türkçe gazetesi Takvim-i Vakayi’den sonra

yayımlanmaya başlayan gazeteler özel girişimli gazetelerdir. Bu özel girişimli gazeteler eğitimli kişiler tarafından çıkarılmıştır. Bu dönemde basın hareketlenmeye başlamış ve bir amaç doğrultusunda hareket etmiştir. Bu amaç habercilik üzerine olmamıştır. Burada ki amaç sadece vatandaşın eğitim seviyesinin yükseltilmesine yönelik olmuştur. Bu yüzden genel olarak bu dönemlerde gazetecilik mesleğini eğitim görmüş, aydınlar ve yazarlar yapmıştır.

Yerel basın görev yaptığı bölgede, il, ilçe veya kasabada bulunan bireylerin, grupların sorunlarına çözüm olabilmek ve bunun yanında yayım yaptığı bölgede kamuoyu oluşturmada katkısı büyük olmaktadır. Yerel basın kamuoyu oluşturmanın yanında aynı zamanda yerel yönetim ve bölgede yaşayan bireyler arasında köprü vazifesi de görmektedir. Böylece yerel basın bulunduğu ve yayım yaptığı bölgede önemli görevler üstlenmektedir.

Yerel basın, ülkenin geneline ulaşamayan, ulusal ve genel okuyucuya ulaşamayan, sadece bulunduğu bölgede okuyucusunun bulunduğunu söyleyebiliriz. Bununla birlikte yerel basın farklı bir şekilde de tanımlanmaktadır. Bu tanım, taşra basınıdır. Genel olarak ulusal basın ve medyada yer alamayan haberi, vatandaşa yerel basın taşımaktadır. Bu bağlamda yerel basın, bulunduğu bölgenin nabzını tutar ve o bölgenin gündemini de oluşturur. Gazete içerikleri, genel olarak ulusal haber ajansları tarafından sağlandığı için yerel sorunların kendilerine gazete içeriklerinde yer bulamamalarına neden olmaktadır. Bundan dolayı yerel basında o bölgenin her sorunu yansıtılmaktadır. Yerel ve ulusal haberi ayıran belli bir kriter bulunmaktadır. Bu kriter okuyucu kitlesidir. Genel olarak ülke gündemini oluşturan pek çok konu ülkede yaşayan tüm yurttaşı ilgilendirebilir. Fakat, bölgesel bir olay kendine ulusal basında fazla yer bulamamakta ve burada yerel basın ve yerel okuyucu kitlesi devreye girmektedir. Sonuç olarak yerel (lokal) basının, bulunduğu bölge üzerindeki etkisi büyüktür diyebiliriz.

### **Yerel Basın Olgusu**

Yerel basın, yayım yaptığı yörelerde, bireylerin genel sorunlarına çözüm olabilmek, bulunduğu yöredeki bireyler arasında olumlu ilişkiler yaratmak, yerel manada kamuoyunun oluşmasına destek sağlamak ve bununla birlikte yerel yönetimleri de bir nebze denetleyerek, kamu yararına çalışmaktadır.

*"Ülkenin tümünü yayın kapsamına alan medyaya yaygın, bölgesel ölçekte yayın yapanına bölgesel, yerel ölçekte kalanına ise yerel medya denmektedir. Yerel, bölgesel ve yaygın medyanın tümü ise ulusal medyayı oluşturur"* (Gürel, 2004, 168-169).

Yerel medya kavramı, yerel düzeyde vatandaşın sorunlarına ya da onları eğlendirmek için yayın yapan gazete, radyo ve televizyonları içine almaktadır. Yerel basın kavramı ise daha çok gazeteleri kapsamaktadır. Bu gazetelerden, "Anadolu Basını" ya da "Taşra Basını" olarak da söz edilmektedir (Atabek, 2005,169). Taşra basını kavramı, günümüz basın anlayışı içerisinde pek de uygun görülmemektedir. İstanbul dışında, Anadolu'da yayınlanan gazeteler arasında ulusal basın olarak adlandırılan gazeteler de bulunmaktadır. Yine İstanbul ve Ankara'da yayınlanan ve Türkiye genelinde dağıtılan çok fazla okunmayan gazeteler de vardır. Bundan dolayı kavramı, Anadolu ya da taşra basını şeklinde adlandırılmamakta, bunun yerine yerel basın olarak tanımlanmaktadır. Yerel basın her ne kadar farklı tanımlamalarla anlatılmaya çalışılsa da, genel anlamda kabul gören bir tanımlaması vardır. Buna göre, ulusal basın kadar geniş çaplı olmayan, il, ilçe ve beldelerde günlük, haftalık veya daha farklı aralıklarla çıkarılan, yakın çevredeki bölgesel haberlere yer veren, bölgesel sorunları ve gelişmeleri öne çıkaran, ulusal gazeteler gibi her noktada bulunmayan, daha ziyade ulusal basının gölgesinde kalmış basın şeklinde tanımlanmaktadır

Yerel Basın; *"Yurdun muhtelif yerlerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayınlanan, yayımlandıkları mahalin haber, havadis ve sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aksettirmeyi hedefleyen yazılı basın organlarıdır"* (Ünal, 1996, 1068).

Genel anlamda ele alacak olursak yerel basın, “sınırları dar ve tanımlanmış bir yörede, (kasaba, kent ya da bölge) yöre halkını bilgilendirmeye, eğitmeye, eğlendirmeye, böylece kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkıda bulunmaya çaba gösteren kitle iletişim araçlarıdır” (Girgin, 2001, 160).

Yerel basın tanımlamalarına bakıldığında ülkemizde, farklı görüşlerin ortaya çıktığını belirtebiliriz. Ancak, bu tanımlamaların geneli kapsamlı olarak ele alındığında, ortak bir noktada toplandığı görülmektedir. Sadece, belli bir bölgede yayınlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı bir şekilde yerel haberlerin ve konuların yer aldığı yerel gazeteler, kapsamlı bir biçimde ortak bir ilçe veya kentte yaşamakta olan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı bir gazete olarak değerlendirilebilir.

5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2. maddesinde yerel basın kavramı "sürelî yayın", "yerel sürelî yayın", "bölgesel sürelî yayın" ve "yaygın sürelî yayın" bağlamında ele alınmış ve şu şekilde tanımlanmıştır; "Sürelî yayın: Belli aralıklarla yayımlanan gazete, dergi gibi basılmış eserler ile haber ajansları yayınlarına sürelî yayın,

Yerel sürelî yayın: Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan sürelî yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları,

Bölgesel sürelî yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan sürelî yayın

Yaygın sürelî yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan sürelî yayın ile haber ajanslarının yayınlarını, (<http://www.tbmm.gov.tr> Erişim Tarihi: 07.03.2015).

## TÜRKİYE'DE YEREL BASIN

Türkiye'ye basın, Avrupa'ya göre daha geç gelmiştir. Yabancıların, Fransız Devrimi'nden başlayarak, İstanbul ve İzmir'de çıkardıkları Fransızca-Türkçe gazeteler olmuştur. Osmanlı sınırları içerisinde çıkan ilk gazete olan "Bulletins Des Nouvelles" (Haberler Bülteni), İstanbul'da Fransız Elçiliği basım evinde, Ağustos 1795'te Fransızca olarak basılmıştır (Girgin, 2009: 30). Bunun yanı sıra, Mısır valisi Mehmet Ali Paşa'nın Kahire'de çıkardığı Vekayii Mısriye gazetesi vardır. Bunları bir köşeye koyarsak aslında Türkiye'de basının temelleri 1831'de İstanbul'da yayımlanan Takvimi Vakayi'yi ile atılmıştır. Daha sonra ikinci Türkçe gazete, 1840'ta Ceridei Havadis yayımlandı. Tarihçiler, ilk Türkçe gazete olarak Ağâh Efendi ile İbrahim Şinasi Efendi'nin 1860'ta çıkardıkları Tercümanı Ahval'i sayarlar.

Türkiye'de basının ortaya çıkması 18. yüzyılda matbaanın İbrahim Müteferrika tarafından ülkemize getirilmesi ve daha sonra da 1831'de Türkiye'de yayımlanan ilk Türkçe gazete olma özelliğine taşıyan Takvim-i Vakayi ile olmuştur. Bu tarihten itibaren Türkiye'de basın tam anlamıyla genişlemeye ve büyümeye başlamıştır. Bununla birlikte 20. Yüzyıla yaklaşırken vilayet gazeteleri ortaya çıkmıştır. Vilayet gazetesi aslında bugün için tanımladığımız yerel basındır. 1860 yılı itibari ile İbrahim Şinasi'nin tarafından Tasviri Efkâr (1862), Namık Kemal ve Ziya Paşa tarafından Londra'da yayımladıkları Hürriyet (1868), Basiretçi Ali Bey tarafından yayımlanan Basiret (1869), Aleksandr Safranyan Efendi'nin çıkarmış olduğu İbret (1870), Papadopoulos'un yayımladığı Sabah (1875), Ahmet Mithat Efendi tarafından yayımlanan Tercümanı Hakikat (1878), dönemin önemli dergileri arasında sayılabilecek nitelikte olan ve Ahmet İhsan Tokgöz'ün çıkarmış olduğu Serveti fûnun (1891), Ahmet Sevdet Efendi'nin çıkarmış olduğu İkdâm (1896), Mizancı Murat Bey'in ilk olarak Kahire'de daha sonra ise Cenevre'de çıkarmış olduğu Mizan (1897) gazeteleri yayımlanmıştır.

Osmanlı'da ilk büyük düzenleme, eyalet sistemi kaldırılarak vilayet sistemine geçişle ilgili, 7 Kasım 1864'te çıkarılan vilayet nizamnamesiyle yapılmıştır. 1864'te yerel yönetimlerle ilgili düzenlemenin çerçevesinde “eyalet sistemi kaldırılarak yerine” vilayet sistemi” getirilince her vilayette kendi gereksinmesini karşılamak için bir de basımevi kurulması, böylece o döneme kadar sınırlı bir kültürel yapı içinde bulunan bölgelerin bu açıdan gelişmeleri öngörülmüştür. Ülkede yapılan bu yasal değişikliklerle

vilayet gazeteleri oluşmaya başlamış ve her vilayette kendi bölgesinin haberlerine yer veren gazeteler çoğalarak yerel gazeteciliğin oluşmasına yardımcı olmuştur. Kısaca vilayet gazeteleri yerel basına önderlik, öncülük etmiştir. Yerel basının doğuş aşamasını oluşturan vilayet gazeteleri olmuştur. Bu arada birçok şehirde aynı isimle resmi vilayet gazetesi çıkarılmıştır. Bunun ilk örneği Niş, Silistre ve Vidin'in birleştirilmesiyle oluşturulan Tuna vilayetinde 1865'te Türkçe-Bulgarca yayımlanan Tuna Gazetesi'dir (Girgin,1997:16).

Türkiye'de gazete sayısı, sayıca inanılmaz derecede fazla görülmektedir. Gazeteler sayıca fazla ama tirajlarının da bu sayıların yanında düşük kaldığı görülmektedir. Üstünde önemle durulması gereken asıl mesele, ülkemizde gazeteciliğe bakıldığı zaman genellikle haberlerin İstanbul ve Ankara kaynaklı olduğunu görmekteyiz. Ayrıca ülkemize genel açıdan bakıldığında 1000'e yakın gazete bulunmaktadır. Tabii yerel gazeteler de bu sayı içindedir. Fakat Anadolu'da çıkan yüzlerce yerel gazete teknolojiyi kullanmadığı için ilkel seviyede kalmıştır. Buna karşılık İstanbul ve Ankara gibi önemli şehirlerde gazeteler teknolojiye ayak uydurmuşlardır ve gazeteciliğin merkezi durumundadırlar.

### **Yerel Basının İşlevi ve Önemi**

Yerel basın, yayım yaptığı bölgede bireylerin vazgeçilmez bir unsurudur. Çünkü yerel basın, bölgede ki insanların problemlerini gündeme taşıyarak yerel yöneticilere aktarabilmektedir. Yani yerel basın, bulunduğu bölgede yaşayan vatandaşlar ile o bölgenin yerel yönetimini sağlayanlar arasında bir köprü vazifesindedir. Bununla birlikte, bölgenin sahip olduğu kültüründe gelişmesine ve bunun yanında o kültürün korunmasına destek olmaya çalışmaktadır.

Yerel basın bölgenin ve bölgede yaşayanların her türlü sorununu ve bu sorunların karşısında üretebilecek çözüm önerilerini gündeme getiren, tartışan, yerel yönetim ile merkez yönetim arasında köprü işlevi gören, halkın gözü kulağı olduğu kadar, yerel yönetimin dili de olabilen bir işleyişle, kişileri küreselleşme girdabından biraz olsun alıkoymaktadır. Aslında yerel basın bu yönüyle ülke basınına malzeme sağlamak ve onlara yardım ortamı hazırlamaktadır (Girgin, 2009:238).

### **Yerel basının işlevlerini kısaca şöyle sıralayabiliriz;**

- \* Yöneten-yönetilen ilişkisi çerçevesinde bakımından kamu hizmetlerinin halka iletilmesi,
- \*Yerel yönetim ve kamuoyu arasında köprü vazifesi görmekte,
- \* Bölgenin kültürüne katkı sağlar ve korur,
- \*Bölge halkı arasında kamuoyu oluşturur,
- \* Bölgede yaşayan vatandaşlar arasında olumlu ilişkiler kurmasına katkı sağlar,

Ulusal basın nasıl ülke genelinde bir kamuoyu oluşturabiliyorsa yerel basında yayım yaptığı bölgedeki insanları bilgilendirerek etkisi ne kadar büyük olmasa da bulunduğu bölge açısından büyük kamuoyu oluşturabilmektedir. Özellikle yerel siyaset konusunda vatandaşa olan biteni aktarmaktadır. Bulduğu bölgenin yerel yönetiminde belediye meclisini vatandaşa aktarabilmektedir. Yerel basının ayakta durabilmesi için reklamlardan yararlanması gerekmektedir. Bunu yaparken de yerel basın, yerel ekonomiyi kaldırmak ve yerel firmaların tanıtımını yaparak hem kendine hem yerel unsurlara katkı yapmaktadır.

Yerel basın, yerel bir kamuoyu oluşturabilmektedir. Alanı bulunduğu bölge ile sınırlı olduğu için etkisinin ulusal basın kadar olmayacağı aşıkardır. Etkisi sadece bulunduğu bölge ile sınırlı kalacaktır. Ülkemizde her şehirde yerel basın bulunmaktadır. Her şehirde bulunmakta olan yerel basın, ellerinde bulunan olanakları ile kamuoyu oluşumuna katkı sağlamaktadırlar. Buradan yerel basının o yöre halkının bugünü ve geleceği için ne kadar önemli olduğu da anlaşılmaktadır. Buradan yola çıkarsak, yerel basının yayım yaptığı bölge için ne kadar önemli olduğunu söyleyebiliriz. Yerel basın, bölgede olan bitenden haberdar olduğu için bölgede oluşan olaylara çok yakındır. Böylece yerel basın bulunduğu bölgeyi ve vatandaşı çok yakından tanımaktadır.



Bir yerel iletişim kurumu olan yerel basın, yayınlandığı yerde, yerel kamuoyunun oluşmasında etkili kurumlardan biridir. O kent ya da bölgede yaşayanların, kendi çevreleriyle ilgili konularda dili, gözü, kulağıdır (Vural, 2007:337).

Yerel basın, bölgeyi iyi bildiği için bazı zamanlar ulusal basınada konuyu taşıyabilir ve ulusal bir gündem yaratabilir. Bu yüzden yerel basın, lokal seviyede de olsa toplum açısından önemli bir görev ve sorumluluk taşımaktadır. Özellikle yerel seçim zamanları yerel basın çok büyük önem arz etmektedir. Çünkü, yerel siyasetçiler tarafından bir propaganda unsuru olarak kullanılırlar.

### **Yerel Basının Tarihsel Gelişimi**

Yazılı basının doğuşu ile birlikte bir yerellik kavramını da ortaya çıkmıştır. Daha sonra yerleşik yaşamın, şehir ve kasabaların büyük gelişimi doğrultusunda dar anlamda bölge anlayışı yaratmıştır. 18. ve 19. yüzyılda basının çıkarmış olduğu gazeteler daha çok dar anlamda bölge niteliğinde olan yerlerde dağıtılmıştır ve yerel basın ortaya çıkmıştır. Genel anlamda kısaca açıklamak gerekirse yerel basın kavramı dar diye adlandırdığımız bölgenin sorunlarının ve gündemini tartışmaya açan ve belirlemeye çalışan basındır. Yayımlandığı bölgede ya da yörelerde kendine özgü bir dünya oluşturmaktadır. Yerel basın, ortaya çıkması ve ilerlemesi bakımından yaygın basına benzer bir yol seyretilmiştir.

Yerel basının taşıdığı biçim ve içerik yerel basının işlevi bakımından ele alınırsa yaygın olarak adlandırdığımız basına göre farklı bir kimlik taşımaktadır. Çünkü, yerel basın bölgesel bir özellik taşımaktadır. Dar bölgelerde olan sorunlar ya da farklı bir haber niteliği taşıyan olaylar o dar bölgenin etkilenmesine, gelişmesine etki edebilir. Bu gelişme doğrultusunda vatandaş bulunduğu dar bölgede olan biten hakkında yerel basın sayesinde bilgi sahibi olacaktır. Bilgi sahibi olan vatandaşlarda olan bitenden haberdar olacağı için bölgede olan soruna karşı bilgi sahibi olabilecektir. Yerel basının kamuoyu oluşturma işlevi olduğundan söz etmiştik. Bölgede çıkan soruna karşı vatandaş bilgi sahibi olacağı için tüm vatandaşlar bilgi sahibi olmuş olacak ve birlik içinde kamuoyu oluşturularak bölgede ki sorunlara çözüm yolları bulunulabilecektir. Bu bağlamda ülkemizde yerel basının önemi çok fazladır.

Yerel basının tarih içinde gelişmesine bakacak olursak, teknolojinin etkisi dışında şehir ve nüfusun etkisini de göz ardı etmemeliyiz. Bunun en güzel örneği; İstanbul ve Ankara'dır. Bu iki metropol, şehrin nüfusu ve şehirde bulunan bölgelerin büyüklüğü çok büyük öneme sahiptir. Yerel basının bu metropol şehirlerinde basımı, dağıtımı ve büyük kitlelere ulaşması diğer şehirlere oranla daha gelişmiş ve daha hızlı ilerlemektedir. Anadolu birçok yerel gazete hala eski matbaa sistemlerine göre basımda ve internet haberciliği yapamamaktadır. Ulusal basın, ülke genelinde belli bir hedef kitlesi olduğu için her bölgeye ulaşabilmekte ve yayım gerçekleştirebilmektedir. Ancak bazı durumlarda bölgesel sorunlar tüm ülkeyi ilgilendireceği durumlarda yerel basının etkisi büyük çaplı olacaktır. Bunun için yerel basına destek çıkılmalı ve korunmalıdır.

### **YEREL BASININ GENEL SORUNLARI**

Türkiye'de yerel basının belli başlı genel sorunları bulunmaktadır. Teknolojinin gelişmesine rağmen İstanbul, Ankara vb. şehirler dışında kalan Anadolu bölgesindeki yerel basının teknolojiyi kullanamaması yerel basının Anadolu'da ki sorunlarını göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya ve internet haberciliği kullanılmaması da günümüzde teknolojiye ayak uydurulmadığını göstermektedir. Bunun yanında, yerel basında eğitimsiz kişilerin çalıştırılması ve reklam pastasından yeterince faydalanamamaları yerel basın için büyük bir sorun haline gelmiştir.

### **KENT YAŞAM GAZETESİ**

1994 yılında Celal KARAALİ tarafından kurulmuştur. İlk olarak İKİTELLİ YAŞAM Gazetesi olarak yayım hayatına adım atmıştır. Burada ki amaç, İkitelli bölgesinde halkı bilgilendirmek ve kamuoyu oluşturmak olmuştur. Daha sonra arz-talep doğrultusunda büyüme başlamıştır. Bu büyüme ile birlikte ortaklar oluşmuş ve Kent Yaşam Gazetesi kurulmuştur. Kent Yaşam Gazetesi, İstanbul genelini

kapsayacak şekilde yayım yapmaktadır. 8 yıl boyunca bayilerde satış yapmıştır. Genel yayın yönetmeni Umut Veli DEVELİ, Yazı İşleri Müdürü Emel KARAKAŞ'tır.

### ATAKÖY GAZETESİ

Ataköy Gazetesi 1992 yılında kurulmuştur. İmtiyaz sahibi Göksenin ATAMER İLERİ'DİR. Yayım hayatına Bakırköy'de başlamış ve hala orada devam etmektedir. Basın İlan Kurumunda destek almadan kendi özel reklam ve ilanları sayesinde gazeteyi yürütmektedirler. Sadece Bakırköy'de yayım yapmaktadırlar. Genel Yayın Yönetmeni ve Yazı İşleri Müdürü Özcan ATAMER'dir.

**Tablo 1.** Kent Yaşam Gazetesi 1999-2013 Yılları Karşılaştırılması

<b>MART 1999</b>	<b>MART 2013</b>
HAFTALIK YAYIM YAPMAKTADIR	HAFTALIK YAYIM YAPMAKTADIR
TİRAJ 5.000 (AYLIK GENEL)	TİRAJ 15.000 (AYLIK GENEL)
TOPLAM SAYFA SAYISI:10	TOPLAM SAYFA SAYISI:20
RENKLİ SAYFA:6 RENKSİZ SAYFA:4	RENKLİ SAYFA:16 RENKSİZ SAYFA:4
SİYASİ REKLAMLAR VE ÖZEL REKLAMLAR MEVCUTTUR	SİYASİ REKLAMLAR VE ÖZEL REKLAMLAR MEVCUTTUR
KÜNYE MEVCUT	KÜNYE MEVCUT
İNTERNET HABERCİLİĞİ MEVCUT DEĞİL	İNTERNET HABERCİLİĞİ MEVCUT

**Tablo 2.** Ataköy Gazetesi 1999-2013 Yılları Karşılaştırılması

<b>MART 1999</b>	<b>MART 2013</b>
AYLIK YAYIM YAPMAKTADIR	AYLIK YAYIM YAPMAKTADIR
TİRAJ 1.000 (AYLIK GENEL)	TİRAJ 5.000 (AYLIK GENEL)
TOPLAM SAYFA SAYISI:24	TOPLAM SAYFA SAYISI:40
RENKLİ SAYFA:16 RENKSİZ SAYFA:8	RENKLİ SAYFA:28 RENKSİZ SAYFA:12
ÖZEL REKLAMLAR MEVCUTTUR	SİYASİ REKLAMLAR VE ÖZEL REKLAMLAR MEVCUTTUR
KÜNYE MEVCUT	KÜNYE MEVCUT
İNTERNET HABERCİLİĞİ MEVCUT DEĞİL	İNTERNET HABERCİLİĞİ MEVCUT

### KENT YAŞAM GAZETESİ VE ATAKÖY GAZETESİNİN İNCELENMESİ

Yerel basın, bulunduğu bölge açısından önemli bir görevde bulunmaktadır. Görevde bulunduğu sürece birçok sorunlar yaşamaktadır. Bunlara rağmen ayakta durabilen ve yayım hayatında devam eden yerel gazeteler olduğu gibi kapanan gazetelerde bulunmaktadır. Kent Yaşam Gazetesi, 1994 yılında kurulmasına rağmen hızla büyüyerek bugünlere gelmiştir. Aynı şekilde Ataköy Gazetesi de aynı şekilde gelmiştir. 90'lı yıllarda yayım hayatına giren bu iki gazete günümüze geldiği zaman içerisinde teknolojiye ayak uydurarak değişimler yaşamıştır. Öncelikle Kent Yaşam Gazetesi'nin sayfa sayılarının 90'lı yıllarda

10 iken şuan da 20 sayfaya çıktığını, Ataköy Gazetesinin ise 24 sayfadan 40 sayfaya çıktığını görmekteyiz. Aynı zamanda sayfa sayılarının artmasının yanında renkli sayfa sayılarında da artış olduğu görülmektedir. Bunlar, gelişen teknoloji ve matbaa sistemlerine ayak uydurma ile gerçekleşmiştir. Anadolu’da birçok yerel basın hala ilkel düzeyde gazete çıkarmakta ve yıllar içerisinde tarihin karanlık sayfalarında kaybolmaktadırlar. Teknolojinin ne kadar etkili olduğu görülmektedir. Teknoloji kapsamı içerisinde ayrı bir yeri olan internetin kullanılması da çok önemli bir etkidir. Kent Yaşam Gazetesi ve Ataköy Gazetesi internet haberciliği de yapmaktadır. İnternette kitleye ulaşmak hızlı ve ucuzdur. Kent Yaşam Gazetesi’nin internet haberciliği yaptığı internet sitesi <http://www.yasamgazetesi.com.tr>, Ataköy gazetesinin ise [www.atakoygazete.com.tr](http://www.atakoygazete.com.tr)’dir. Özellikle Kent Yaşam Gazetesinin internet sitesine bakıldığında sürekli güncellendiği ve haber akışının hızlı olduğu görülmekte, Ataköy Gazetesi ise internet haberciliğini kullanmakta fakat sürekli güncellenmemektedir. Ayrıca internet haberciliğinin avantajlarından biri olan anket uygulamasını Kent Yaşam Gazetesi internet sitesinden uygulamaktadır. İnternet haberciliği yapan bu iki yerel gazete aynı zamanda internet sitelerine aldıkları reklamlar ile ek bir gelir elde etmektedirler.

Kent Yaşam Gazetesi ve Ataköy Gazeteleri arasında farklılık vardır. Bu farklılık, Kent Yaşam Gazetesi’nin İstanbul’un geneline hitap etmesidir. Ataköy Gazetesi ise yalnızca Bakırköy’e yayım yapmaktadır. Kısaca ikisi de yerel gazetedir. Fakat hedef kitleleri farklıdır. İki gazetenin de çıkarmış oldukları gazetelere bakıldığında siyasi reklamlar( yerel seçim zamanında başkan adayları, parti adayları, meclis üyesi adayları ve muhtar adayları gibi) ve özel reklam ilanları bulunmaktadır.

Yerel gazeteler, sadece bölgesinde gerçekleşen olaylar veya sorunlar ile yetinmemektedir. Yerel gazeteler, ulusal haberlere de yer vermektedir. Bu bağlamda, Kent Yaşam Gazetesi ulusal haberlere genel anlamda ağırlık vermektedir. Çünkü, İstanbul merkezi bir konumdur. Bu merkez, tüm yurda haber akışı sağlamaktadır. Ulusal haber konusunda diğer incelemiş olduğumuz Ataköy Gazetesi’ne bakacak olursak, Kent Yaşam Gazetesine göre oldukça az sayıda ulusal haber vermektedir. Çünkü, yayım yaptığı bölge dar bölge niteliği taşımakta ve hedef kitlesi de bu dar bölgede bulunmaktadır.

Gazetelerin boyutlarına baktığımızda Kent Yaşam Gazetesi’nin 52,5x 35,4 ölçüsü ile normal bir ulusal gazete boyutunda yayım yapmaktadır. Diğer bir yandan Ataköy Gazetesi tam tersine tabloid boyuttadır. Tabloid boyut olması nedeniyle de sayfa sayısını 40’ a çıkarmış ve ekonomik anlamda sorun yaşamamıştır. İki gazetede yayım hayatına başladıkları tarihten bugüne kadar yayım yaptıkları gazetelerde künyelerini göstermişlerdir. Basın Kanunu’nun 4. maddesi gereğince künye belirtilmek zorunludur. Bu iki gazete bu kanuna uymuştur. Bu kanuna uymamanın cezaları mevcuttur. Cezalar, para cezaları ile karşılığını bulmaktadır. Haber içerikleri kapsamında ele alınacak olursa, her iki yerel gazetede siyasi, kültürel, toplumsal ve güncel konulara yer vermektedir. Haber içeriklerinde spor bölümü bakımından Kent Yaşam Gazetesi genel olarak ülke genelindeki spor faaliyetlerini ele almaktadır. Ataköy Gazetesi ise spor içeriği kapsamında haber yayımlamamaktadır.

Köşe yazarları bir gazetenin ya da internet haberciliğinin olmazsa olmazlarından. Bu kapsamda bakacak olursak, Kent Yaşam Gazetesi’nin 10, Ataköy Gazetesi’nin 11 köşe yazarı bulunmaktadır. Matbaa sistemlerine uyum sağlayan iki gazetede yıllar içerisinde tiraj sayılarını artırmışlardır. Kent Yaşam Gazetesi 5.000’ den 15.000’e, Ataköy Gazetesi ise 1.000’den 5.000 tiraja ulaşmışlardır. Kent Yaşam Gazetesi haftalık olarak yayım yaparken, Ataköy Gazetesi aylık yayım yapmaktadır.

## SONUÇ

Yerel basın, bulunduğu bölgenin sorunlarını gündeme getirerek bir kamuoyu oluşturmaktadır. Bulunduğu bölge açısından önemi büyük olan yerel basın, birçok sorunla karşı karşıya kalmış ve birçok yerel gazete kapanmıştır. Bunun yanında, yıllar boyunca sorunlara karşı ayakta durabilen yerel gazeteler de olmuştur. Kent Yaşam Gazetesi ve Ataköy Gazetesi, 90’lı yıllardan günümüze kadar ayakta durmayı başarmışlar ve yayım hayatlarına devam etmişlerdir.

Kent Yaşam Gazetesi logosunda, İstanbul'un sembolü sayılabilecek Kız Kulesi'ni kullanmıştır. "İstanbul'un Tek Bağımsız Haftalık Kent Gazetesi", sloganı yapılmıştır. Bu slogan gazetenin logo kısmının olduğu bölümde verilmiştir. Logo kısmında ayrıca gazetenin yılı, sayısı ve fiyatı belirtilmiştir. Logo kısmında kırmızı- beyaz renkleri kullanılmıştır. Ataköy Gazetesi'nin ise logosu daha klasik bir şekilde yalnızca gazetenin ismi olarak ele alınmıştır. "Bakırköy'de 1 Numara" sloganı kullanılmıştır. İsim kısmında "Sürekli, Etkili, İlkeli 21 Yaşında" şeklinde ikinci bir slogan yer almıştır. Ataköy Gazetesi'nin ismi, bordo- beyaz renkleri ile belirtilmiştir. Ayrıca tarih, sayı, fiyat ve internet sitesi belirtilmiştir. Kent Yaşam Gazetesi haftalık yayım yaparken, Ataköy Gazetesi aylık yayım yapmaktadır.

Her geçen gün teknoloji gelişmekte ve bununla birlikte gelişen teknolojiye ayak uydurulmaktadır. Gelişen teknolojinin en büyük etkisi medya sektörüne olmuştur. Özellikle internetin var olması ve bununla birlikte internet haberciliğinin başlaması haber akışını hızlandırmış ve haberler topluma daha hızlı bir şekilde ulaştırılmaya başlanmıştır. Matbaa sistemlerinin de teknolojiye ayak uydurması basın açısından önemli olmuştur. Gazetelerin sayfa sayılarında artış olmuştur ve gazeteler daha hızlı bir şekilde matbaa da basılıp okuyucu ile buluşmuştur. Kent Yaşam Gazetesi ve Ataköy Gazetesi, gelişen teknoloji ile birlikte internet haberciliğini ve gelişmiş matbaaları kullanarak yayım hayatlarını sürdürmüşlerdir.

İnternet haberciliği ve teknolojinin gelişmesinin dezavantajı bu iki yerel gazeteye yansımıştır. 1999 yılında Kent Yaşam Gazetesi'nin çalışan sayısı 30 iken 2013 yılında 23 olmuş, Ataköy Gazetesi'nin 1999 yılında çalışan sayısı 10 iken 2013 yılında 6 olmuştur. Her iki gazetede de çalışan sayısında gözle görülür bir şekilde azalma olmuştur.

90'lı yıllardan bugünlere gelen bu iki yerel gazete, yıllar içerisinde birçok değişim yaşamıştır. 1999 yılında Ataköy Gazetesinin sayfa sayısı 20 iken 2013 yılında 40, Kent Yaşam Gazetesi'nin ise 1999 yılında sayfa sayısı 10 iken 2013 yılında 20'ye yükselmiştir. Bu doğrultuda Ataköy Gazetesi'nin tiraj sayısı 1999 yılında 1.000 iken 2013 yılında 5.000, Kent Yaşam Gazetesi'nin 1999 yılında 5.000 iken 2013 yılında 15.000 tiraja yükselmiştir. Aynı zamanda renki sayfa oranlarında bu doğrultuda artış göstermiştir. Gazetelerin boyutlarına bakıldığı zaman, 90'lı yıllar ile 2013 yıllarında iki gazetenin aynı boyutta olduğu gözlemlenmiştir. Künyelerinde ise yalnızca Genel Yayın Yönetmenliği ve Yazı İşleri'nde isim değişiklikleri olmuştur. Seçim zamanlarında özellikle parti, aday reklamları ve adayların röportajları yer almıştır. Seçim zamanı dışında ise sadece belediye ve özel reklamlar yer almıştır.

Haber içerikleri bakımından, Kent Yaşam Gazetesi İstanbul geneline yayım yaptığı için ulusal haber niteliğinde yayımlar yapmaktadır. Çünkü, İstanbul merkezi bir noktadır. Nüfus yoğunluğunun etkisi de büyük etkindir. Ataköy Gazetesi'ne baktığımız zaman, yalnızca Bakırköy ilçesine yayım yaptığı için ulusal haber oranı az yerel nitelikte haber oranı fazladır. Kent Yaşam Gazetesi'nde ortalama haber sayısı 60 iken, Ataköy Gazetesi'nin 50-60'tır. Kent Yaşam Gazetesi her türlü konuyu haber yaparken, Ataköy Gazetesi spor alanında haber yapmamaktadır. Sonuç olarak, yerel basın incelemesinde ele aldığım iki yerel gazete yıllar içerisinde gelişim göstermiştir. Teknolojiye ayak uydurmuş ve yayım hayatlarına aksamadan devam etmişlerdir.

## KAYNAKÇA

Atabek, N. (2005). *Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 23, 63-74.

Basın Kanunu, (<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html>, 10.09.2013 Erişim Tarihi: 07.03.2015).

Girgin, A. (1997). *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Girgin, A. (2009). *Türkiye'de Yerel Basın*. İstanbul: Der Yayınevi

Girgin, Atilla (2001), *Türk Basın Tarihinde lokal Gazetecilik*, İstanbul: İnkılap Kitapevi

Gürel, N. (2004). *Şu Bizim Medya*. İstanbul: Bas-Haş

Millet, Selma; *lokal Basınımız*, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi. Dergisi, üç Temmuz 1993, s.77

Ünal, Ş. (1996). *Yerel Basının Sorunları*. *Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, II (12)*, 1068-1072.

Vural, M.A. (2007). *İşlev, Önem ve Misyonlarıyla Yerel Basın ve Eskişehir Örnekleminde Elde Edilen Bulgular*. Sedat Gezgin (Ed). *Türkiye’de Yerel Basın İçinde (s: 337-356)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Yengin, D. (2017). *İletişim Çalışmalarında Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları*, İstanbul: Der Yayınları.

## Ekler

### ATAKÖY GAZETESİ/ YIL:21/ SAYI:224/2013 MART



### ATAKÖY GAZETESİ/ YIL:6/ SAYI:72/ 1999 MART



### KENT YAŞAM GAZETESİ/ YIL:18/ SAY:765/ 2013 MART



### KENT YAŞAM GAZETESİ/ YIL:5/ SAYI:139/ 1999 MART



e-journal  
**newmedia**

