

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İNTERNET HABERCİLİĞİNDE GÖRSEL
MALZEME KULLANIMI ÜZERİNE
GÖSTERGEBİLİMSEL BİR İNCELEME**

**ÖDÜL KAZAN
15715008**

**TEZ DANIŞMANI
ÖĞR. GÖR. DR. UĞUR KUTAY**

**İSTANBUL
2019**

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İNTERNET HABERCİLİĞİNDE GÖRSEL
MALZEME KULLANIMI ÜZERİNE
GÖSTERGEBİLİMSEL BİR İNCELEME

ÖDÜL KAZAN
15715008

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih:

Tezin Savunulduğu Tarih: 04.07. 19

Tez Oy Birliği ile Başarılı Bulunmuştur.

	Unvan Ad Soyad	İmza
Tez Danışmanı	: Doç. Öğr. Dr. Uğur KUDAY	
Jüri Üyeleri	: Dr. Öğr. Üyesi Özlem ARDA	
	Doç. Dilan TÜRKMEŞOĞLU	

İSTANBUL
Temmuz, 2019

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**İNTERNET HABERCİLİĞİNDE GÖRSEL
MALZEME KULLANIMI ÜZERİNE
GÖSTERGEBİLİMSEL BİR İNCELEME**

**ÖDÜL KAZAN
15715008**

**TEZ DANIŞMANI
ÖĞR. GÖR. DR. UĞUR KUTAY**

**İSTANBUL
2019**

ÖZ

İnternet Haberciliğinde Görsel Malzeme Kullanımı Üzerine Göstergebilimsel Bir İnceleme Ödül Kazan Temmuz, 2019

Bilginin üretim ve tanımı çağlar boyunca farklı biçimlerde yapılmış, sürekli değişmiş ve gelişmiştir. Ama tarihin hiçbir döneminde internet çağındaki kadar hızlı ve çok bilgi üretilmemiştir. Bu hız ve yoğunluk bilginin doğruluğu, gerçekliği ve geçerliliği konusunda zaten var olan endişeleri daha da artırmıştır, çünkü bilginin üretim ve sunum şekilleri, bilgi paradigmasını da radikal biçimde değiştirmektedir.

Bu çalışmada geleneksel bilgi anlayışı ile internet çağının bilgi anlayışı arasındaki temel farklılıklar ele alınmakta, internet üzerinden bilgi üretim ve paylaşımının getirdiği etik sorunlar gazetelerin internet sayfalarında haber görsellerinin kullanım biçimleri üzerinden tartışmaya açılmaktadır. Böyle bir epistemolojik çözümleme için gazetelerin internet sayfalarının seçilmesinin başlıca nedeni, varoluş sebebi bilgiyi doğru ve tarafsız şekilde okura ulaştırmak olan gazetelerin internet sayfalarındaki haber görsellerinde göze çarpan manipölasyon çabaları ve etik sorunlardır.

Göstergebilimin araçları kullanılarak yapılan bu çalışmada, altı farklı gazetenin internet sitelerinde aynı tarihlerde yer alan üç haberi sunarken kullandıkları görsel malzemeler çözümlenmekte, böylece bu gazetelerin haberi okuyucuya ulaştırırken uyguladığı stratejiler görünür hale getirilmektedir.

Anahtar kelime: Bilgi, İnternet, İnternet Gazetesi, İnternet Gazeteciliğinde Fotoğraf, Göstergebilim

ABSTRACT

A Semiological Research on the Usage of Visual Content in Internet Journalism

Ödül Kazan

July, 2019

Production and description of knowledge has been defined in different manners throughout the ages, constantly changed and developed. However, there is no period in history did we create knowledge as much and as rapidly as in the era of internet. This speed and saturation increase the concerns when it comes to validity, genuineness and effectiveness of knowledge, because method of production and presentation of knowledge and information radically changed the paradigm of information radically as well.

In this research, differences between traditional understanding of knowledge and understanding of information in internet age are discussed. Ethical problems stemming from the production and sharing of information on the internet are discussed with the example of how contents are used in newspapers' webpages. The reason behind choosing newspaper websites for such an epistemological analysis are the ethical problems and manipulative efforts in new visuals in websites of newspapers, whose raison d'etre is to transmit the true information in an unbiased manner to the readers. In this research conducted by using the tools of semiotics, visual contents used in the websites of six different newspapers at the same date for free different news are analysed, thus the strategies the newspapers use while relaying information to the readers are rendered visible.

Keywords: Information, Internet, Internet Newspaper, Photograph in Internet Journalism, Semiotic

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
1. GİRİŞ	1
2. BİLGİNİN OLUŞUMU İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELER	4
2.1. Bilginin Tanımı	4
2.2. İlkçağ, Ortaçağ, Yeniçağ Dönemlerinde Bilgi Anlayışları	4
2.3. Günümüzde Bilginin Oluşumu ve Sunumu	8
3. İNTERNET VE İNTERNET KULLANICISI İLİŞKİSİ	11
3.1. İnternet Üzerine Felsefî Yaklaşımlar	13
3.2. İletişim Teknolojisi Olarak İnternet	15
3.2.1. Geleneksel Gazetecilik ve İnternet Gazeteciliği	16
3.2.2. Dünyada ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Tarihi	18
4. GAZETECİLİK ETİĞİ VE İÇERİK DENETİMİ	22
4.1. Gazetecilik Etiği Üzerine ‘Momo Oyunu’ Örneği.....	24
5. GÖSTERGELER VE İLETİŞİM	29
5.1. İletişimde Dil.....	31
5.2. Kodlar ve Gelenekler	33
5.2.1. Fotoğrafik Kodlar.....	34
6. DİLBİLİM VE GÖSTERGEBİLİM	37
6.1. Dilbilim	37
6.1.1. Ferdinand de Saussure (1857-1913).....	38
6.1.2. Dil ve Söz.....	39
6.2. Göstergebilim.....	40
6.2.1. Göstergebilim Tarihçesi	40
6.2.2. Göstergebilim Alanı	44
6.2.3. Göstergebilim İle İlgili Temel Kavramlar.....	46

6.2.3.1. Gösterge	48
6.2.3.2. Gösterilen	49
6.2.3.3. Gösteren	49
6.2.3.4. Biçim ve Töz	49
6.2.3.5. Dizim ve Dizge	50
6.2.3.6. Anlam ve Anlamlandırma	52
6.2.3.6.1. Düzanlam ve Yananlam	53
6.2.3.6.2. Üst Dil	55
7. FOTOĞRAFIN TARİHSEL KONUMU	56
7.1. Fotoğrafın Temsili Üzerine	58
7.2. Fotoğrafın Dili.....	58
7.3. Bakış Açıları.....	60
8. GÖSTERGEBİLİMSEL ÖRNEK ÇÖZÜMLEMELER	62
8.1. Russel & Bromley Markasına Ait Reklam Afişi Çözümlemesi	62
8.2. Luna Marka Reklam Çözümlemesi.....	64
8.3. Pirelli Reklam Çözümlemesi	65
8.4. Sabun ve Deterjan Reklam Çözümlemesi.....	66
9. ALTI FARKLI GAZETENİN İNTERNET SİTELERİNDE GÖRSEL KULLANIMININ İNCELENMESİ.....	68
9.1. İnternet Sitelerinin Seçilme Ölçütü	69
9.2. Haber Seçilme Ölçütü	71
9.3. Seçilen Haberlerin Görselleri İncelenirken Kullanılan Yöntem	72
9.4. AKM'nin Yıkım Kararı İle İlgili Haber Sunumları	72
9.5. Üniversitelerin Bölünmesi İle İlgili Haber Sunumları	78
9.6. Dolar Kuru İle İlgili Haber Sunumları	84
9.7. Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübünün Başkanı Olması İle İlgili Haber Sunumları	91
10. SONUÇ.....	99
KAYNAKÇA	104
ÖZ GEÇMİŞ.....	111

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1:	Bilgiye Ulaşmada Kullanılan Geleneksel Yöntem	10
Tablo 2:	Bilgiye Ulaşmada Kullanılan Yeni Yöntem	10
Tablo 3:	Sabit Telefon, Cep Telefonu, İnternet Abone Sayısı	16
Tablo 4:	Geleneksel Gazete İle İnternet Gazetesi Arasındaki Temel Farklılıklar	18
Tablo 5:	Her Türlü İletişimde Kullanılan Gösterge Türleri	31
Tablo 6:	Peirce ile Saussure'e Ait Göstergebilimsel Kuramın Bağıntısı	42
Tablo 7:	Anne Henault'un Göstergebilim Bölümleri Şeması	44
Tablo 8:	Hjelmslev'e Ait İçerik ve Anlam Düzleminde Biçim ve Töz Tanımı ...	50
Tablo 9:	Roland Barthes'ın Oluşturduğu Dizge ve Dizim Örnekleme	52
Tablo 10:	Arıtıcı Su, Deterjan ve Sabunun Göstergebilimsel Çözümlemesi	67
Tablo 11:	Altı Farklı Gazetenin Politik Görüşü, Yayıncısı ve Websitesi Listesi ..	70

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1:	Digital Around The World in 2018 raporundan veri Görseli.....	13
Şekil 2:	Temel Göstergeler, 2009-2018.....	12
Şekil 3:	Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Sayısı, 2013-2017	19
Şekil 4:	Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Tirajı, 2013-2017	20
Şekil 5:	Google Arama Motoruna ‘Momo Oyunu Nedir’ Yazınca Çıkan Haber Başlıkları Görseli	26
Şekil 6:	Heykeltraş Keisuke Aiso’ya Ait ‘Anne Kuş’ Adlı Heykelin Görseli	27
Şekil 7:	Roman Jakobson’un İletişim Şeması	29
Şekil 8:	Count de Montizon (Juan Carlos Maria Isidro de Borbon, 1882-87), Regent Parkı, Hayvanat Bahçesi’ndeki Hipopotam, Londra, 1852	35
Şekil 9-10:	Magritte, Elma Örneği ve Pipo Örneği	47
Şekil 11:	Joseph Nicephore Niepce, The View From the Window At Le Gras (Pencereden Görünüm) adlı fotoğrafı, 1826	56
Şekil 12:	John Hilliard, Ölümün Türleri Dizisi, Ezilmiş-Boğulmuş-Yanmış-Düşmüş.....	59
Şekil 13:	Görünenden Fazlası Adlı Kitapta Burton’a Ait Görüntü Çözümlemesi Örneği.....	62
Şekil 14:	Luna Markasına Ait Reklamdan Genel Plan Bir Sahne	64
Şekil 15:	Luna Marka Reklamına Ait Kamera Açısı Örneği.....	64
Şekil 16:	Luna Marka Reklamına Ait Bir Diğer Kamera Açısı Örneği	64
Şekil 17:	Luna Marka Reklamın Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	65
Şekil 18:	Pirelli Marka Reklamın Göstergebilimsel Çözümleme Şeması	66
Şekil 19:	Sabah Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	72
Şekil 20:	Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	73
Şekil 21:	Sözcü Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	73
Şekil 22:	Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	74
Şekil 23-24-25:	Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	74

Şekil 26: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	75
Şekil 27: T24 İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	75
Şekil 28: T24 İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	76
Şekil 29: Posta Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	76
Şekil 30: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	77
Şekil 31: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli	77
Şekil 32: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	78
Şekil 33: Sabah İnternet Gazetesine Ait Üniversite Bölünmeleri Haberleri İle İlgili Görsel	78
Şekil 34: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	79
Şekil 35: Sözcü İnternet Gazetesine Ait Üniversitelerin Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel	79
Şekil 36: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	80
Şekil 37: Yeni Akit İnternet Gazetesine Ait Üniversitelerin Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel	80
Şekil 38: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	81
Şekil 39: T24 İnternet Sitesinde Ait Üniversitelerin Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel.....	81
Şekil 40: T24 İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	82
Şekil 41: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	83
Şekil 42: Posta İnternet Gazetesine Ait Üniversitelerin Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel	82
Şekil 43: Cumhuriyet İnternet Gazetesine Ait Üniversitelerin Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel	83
Şekil 44: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması	84
Şekil 45: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel	85

Şekil 46: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	85
Şekil 47: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel	86
Şekil 48: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	86
Şekil 49: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel	87
Şekil 50: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	87
Şekil 51: T24 İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel...	88
Şekil 52: T24 İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	88
Şekil 53: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel	89
Şekil 54: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	89
Şekil 55: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel	90
Şekil 56: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	90
Şekil 57-58-59: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görseller	91
Şekil 60: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	91
Şekil 61-62-63: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görseller	92
Şekil 64: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	92
Şekil 65: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel.....	94
Şekil 66: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.....	93
Şekil 67: T24 İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel	95
Şekil 68: T24 İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması	94
Şekil 69: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel	96
Şekil 70: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması	95

Şekil 71:	Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görseller.....	97
Şekil 72:	Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerin Göstergebilimsel	98

1.GİRİŞ

20. yüzyılın sonlarında hayatımıza giren internetin gelişmesine paralel olarak bilginin üretim, sunum ve denetiminde yaşanan değişimler topyekün insanlığın yaşamını etkilemektedir. İnternetin insanların tutum, davranış ve alışkanlıklarında önemli boyutta değişikliklere yol açacak bir potansiyele sahip olduğu gözlenmektedir. Bu yüzden internet teknolojileri sosyal bilimler alanının da konusu haline gelmiş, olumlu ve olumsuz yanlarıyla tartışılmaya başlanmıştır:

"Asıl sorulması gereken soru şu: İnternetin neden olacağı bu değişim sonuçta insanlığın refah ve mutluluğuna katkıda mı bulunacak, yoksa insanları daha da mutsuz mu kılacak? Bugün dünyadaki sosyal bilimciler bu konuda farklı düşünceler ileri sürmektedir. Pierre Levy, Marshal McLuhan gibi yazarlar internetin dünya üzerinde demokrasiyi bir kurum olarak geliştireceğini ve sosyal refahı arttıracığını ileri sürerken, Alain Finkielkraut, Paul Virilio gibi felsefeciler ise interneti demokrasi ve özgürlükler için bir tehdit, hatta insanlığın felaketine sebep olabilecek bir faktör olarak görürler."¹

İnternet üzerine ortaya konan olumlu ve olumsuz izlenimler ışığında, internet çağında bilgi anlayışına giriş yapmadan önce çağlar boyunca bilgi üzerine yapılan tanımlar ve farklı bakış açılarına değinilmiştir. İnternetin insanlığın hayatına nüfuz etmesi ile beraber hem bilgi anlayışı, hem de bilgi edinimi ve aktarımı üzerine yaşanan değişim ve 2018 internet kullanıcısı verileri dünya ve Türkiye genelinde belirtilmiştir. İnternet kullanıcısı sayısının her geçen gün artış gösterdiği veriler söylüyor ki; geleneksel basımın yerini birçok sektörde dijital dünya almaktadır. Bu değişimi şiddetle yaşayanlardan biri de haber sektörüdür. Geleneksel gazetecilik anlayışı yerini büyük oranda internet gazeteciliğine kaptırmış durumdadır. Bunların başlıca sebeplerinden birkaçı, erişim kolaylığı, ucuz olması, her an her yerde habere ulaşabilme imkanı ve habere ulaşma hızı olarak söylenebilmektedir. Bu çerçevede internetin gelişmesinin etkisini en çok gösterdiği alanlardan biri olan gazete yayıncılığı hakkında geleneksel basım ve internet haberciliğinin dünyada ve Türkiye'deki yansımalarından bahsedilmiştir ve internet gazeteciliğinde kullanılan görseller göstergebilimsel yöntem aracılığıyla çözümlenmiştir. Bu bağlamda siyasi,

¹ Ahmet Tarcan, İnternet ve Toplum, **Dünden Bugüne İnternet Üzerine Felsefi Yaklaşımlar**, ed. Ahmet Tarcan, Ankara: Anı Yayıncılık, 2005, 3.

eğitim, ekonomi ve spor alanında dört ana başlık altında altı farklı gazetenin internet sitelerinde yer alan otuz haber görseli çözümlenmiştir. Araştırma modeli olarak betimleme modeli uygulanmıştır. Var olan durumu değerlendirebilmek adına literatür taraması yapılmış ve ilgili akademik araştırmalar ışığında betimlenmiştir. Bilgi ve değişen bilgi anlayışı, gazetecilik, gazetecilik etiği, internet, fotoğrafın tarihsel konumu, iletişim, göstergebilim başlıkları çerçevesinde yürütülen literatür taramasında; kitle iletişim araçlarından gazeteciliğin konumu, internet ile ilişkisi, internet ile etik anlayışta yaşanan çözümler haber görselleri üzerinden göstergebilimsel yöntem ışığında açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın evrenini oluşturan basılı ve internet yayını yapan ve yalnız online yayın yapan toplam 46 gazeteden, basılı ve online gazete olan ulusal 31 gazetenin 5'i; Alexa Top 100 listesine giren resmi ve yalnız online 15 gazeteden 1'i seçilmiştir.² Diğer yazılı ve online ve yalnız online gazetelerle, yerel gazeteler çalışma dışında bırakılmıştır. Seçilen basılı ve online gazeteler, Sabah, Sözcü, Posta, Yeni Akit ve Cumhuriyet; yalnızca online olarak haber akışını sağlayan gazete ise, t24 internet gazetesidir. Örneklem sayısı 4 ana başlık altında 30 haber görseli ile belirtilmiştir. Seçilen haber konu başlıklarının niteliği, ülke genelinde ses getirmiş ve aynı gün internet gazetelerinde okuyucuya servis edilmesi sebebiyle tercih edilmiştir. Gazetelerin seçiminde ise, gazetenin politik görüşü ve bağlı oldukları kurum ve kuruluşlar dikkate alınarak farklı hayat görüşüne sahip okuyuculara hitap etmeleri kıstas olmuştur. Sabah gazetesi, Turkuvaz Medya grubu; Sözcü, Estetik Yayıncılık; Yeni Akit, Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın; Posta, Doğan Medya Grubu; Cumhuriyet, Yenigün Haber Ajansı; t24 internet gazetesi ise herhangi bir kurum ya da kuruluşa bağlı olmaksızın yayın hayatını sürdürmektedir. İlgili haberler 2018 yılı içerisinde gündemde en çok ses getiren başlıklar üzerinden tercih edilmiş ve haber tarih aralıkları; 13 Şubat 2018 – 3 Ağustos 2018 şeklindedir. İlgili internet sitelerinden seçilen haberlerin görselleri dışında yer alan tüm görsel öğeler (promosyon, reklam, logo vb.) çözümlene dışı bırakılmıştır. İzlenen yolda, yöntem olarak Ferdinand de Saussure'e ait göstergebilimsel method tercih edilmiştir. Gösteren ve gösterilen şemasının verileri ile çözümlene gerçekleştirilmiştir. Reklam, tanıtım, belgesel fotoğraflar üzerine yapılan Roland Barthes, David Bate, Graeme Burton, Seçil Büker ve Ayşe Eziler Kıran'a ait görsel çözümlene örnekleri bu çalışmaya kaynak

² https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_yay%C4%B1nlanan_gazeteler_listesi.html [20.04.2019].

olmuştur. Çalışmada yer alan görsellerin çözümlemesinde Bükür ve Kıran'ın
çözümleme yolu referans alınmıştır.

2. BİLGİNİN OLUŞUMU İLE İLGİLİ DÜŞÜNCELER

2.1. Bilginin Tanımı

Bilginin kurucu öğeleri olarak üç temel unsurdan söz edilmektedir. Bunlar; “Bilginin öznesi olan *bilen zihin*; ikincisi, bilginin konusu olan *şey, nesne*; son olarak bu iki unsur arasındaki ilişkinin ürünü olan *şey* olarak, *bilgidir*.”³

Ayrıca bilginin çok yaygın olarak kabul edilmiş bir diğer tanımı ise, Platon’un Theaetetos adlı diyalogunda yer alan “*gerekçelendirilmiş doğru inanç*”⁴tır. Benimsenen bu bilgi anlayışından bilginin üç temel koşulu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır: inanma, doğruluk ve gerekçelendirme.

“Buna göre bir şeyin, bir önermenin bilgi olabilmesi, bilgi adını almaya hak kazanabilmesi için, öznenin o önermeye inanması, onun doğru olması ve nihayet ilgili öznenin bu önermeye inanması için birtakım gerekçelerin, yani onun inancını temellendiren veya gerekçelendiren yeterli delillerin olması gerekir.”⁵

Türk Dil Kurumu’nun resmi web sitesinde yer alan bilgi tanımı ise şu şekildedir: “İnsan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü, bili, malumat.”⁶ Dolayısıyla yukarıda yer alan tanımlardan yola çıkacak olursak, bilginin insanın zihinsel yapısında değişiklik yaratan herhangi bir şey olduğu, en yaygın kabul görmüş yargıdır denilebilmektedir.

2.2. İlkçağ, Ortaçağ, Yeniçağ Dönemlerinde Bilgi Anlayışları

İlkçağ dönemine göz attığımızda Antik Yunan’da felsefe alanında iki temel isimle karşılaşırız: Platon ve Aristoteles. Platon, felsefe sahnesinde M.Ö. 4. yy’ın başlarında karşımıza çıkmaktadır. Yukarıda yer alan Platon’a ait bilgi tanımından da çıkarsama yapabileceğimiz üzere; Platon, nesnel ve genel geçer bir bilginin mümkün olduğunu ortaya koymaktadır. Bu önermesini de matematik bilgisi ile temellendirir.

³ Ahmet Cevizci, **Bilgi Felsefesi**, 3 bs. Ankara: Say Yayınları, 2015,14.

⁴ Francis Macdonald Conford, **Platon’un Bilgi Kuramı: Metne Eşlik Eden Bir Yorumla Birlikte Theaetetos ve Sofist’in Çevirisi**, çev. Ahmet Cevizci, Gündoğan Yayınları, Ankara: 1989, ss. 264 -67.

⁵ Murat Bağ, **Epistemoloji, Felsefe**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2009, 33.

⁶ Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c5ab8e9656f07.16280596 [06.02.2019].

Matematik bilgisinin çağdan çağa, yahut kişiden kişiye değişmeyeceğini savunur. Ayrıca, matematik bilgisinde duyulardan yardım almaksızın salt insan zihni ile bilginin ortaya konularak, matematiksel doğruları deneyimden uzak bir şekilde türediğini ifade eder. Örneğin; matematiğin ana malzemesi olan rakamlar reelde doğada mevcut olan yahut gözle görülen şeyler değildirler. Matematikten bahseden kişiler gerçekte akılla anlaşılabilir rakamlardan söz eder.

Antik Yunan’da bilgi felsefesi hakkında en yoğun çalışmalar yapan kişilerden bir diğeri Aristoteles’tir. Aristoteles epistemolojisinde, bilgiyi kuran yeti olarak ruhu ve onu birtakım temel fonksiyonların bir bütünü olarak ele alır. Bu bağlamda biraz daha açıklamak gerekirse, Aristoteles’e göre en aşağı düzey tüm bitki ve hayvanlarda olduğu üzere yaşam düzeyidir. Bu düzeye Aristoteles bitkisel ruh adını vermektedir. Ruhun, bitkilerde olmayıp hayvanlarda olan ikinci temel düzeyi hayvani yaşam düzeyi ise temel fonksiyon olan duyumlama faaliyeti yahut işlevidir. Ruhun, son ve üçüncü gücü olarak akılyürütme olduğunu ifade eder. Ruhun akılyürütme işlemi, düşünme, dil, sembolleri kullanabilme yetisidir ve bunun yalnızca insan varlıklarına özgü olduğunu dile getirmektedir. Aristoteles, Platon’nun aksine, bilgi ediniminde zihinsel gücü ve duyumsamayı birbirinden ayırmaz. Bir maddenin niteliklerini duyularla algılayıp, ayırt ederken; maddenin ne olduğuna dair fikri bir başka yeti olan zihin ile belirleriz. “Aristoteles söz konusu akledilir özün ya da rasyonel formun nesne tanımlarında ortaya konulduğunu ileri sürer. Tanımı, bilimsel akılyürütmenin sıkıştırılmış bir formu olarak gören Aristoteles, gerçek bilginin özler arasındaki bağlantıya ilişkin bir bilgi olduğunu, nedenlerin bilgisinden meydana geldiğini söyler”⁷ Bir başka açıyla ise, asıl epistemeye ulaşmak için nedenini bilmek gerektiği şekilde ifade edilebilmektedir. Beraberinde bilginin kanıtlanması ya da ispatı gelir.

“Aristoteles söz konusu akledilir özün ya da rasyonel formun nesne tanımlarında ortaya konulduğunu ileri sürer. Tanımı, bilimsel akılyürütmenin sıkıştırılmış bir formu olarak gören Aristoteles, gerçek bilginin özler arasındaki bağlantıya ilişkin bir bilgi olduğunu, nedenlerin bilgisinden meydana geldiğini söyler”⁸

“Buna göre, kanıtlamanın öncüllerinin zorunlulukla doğru olması gerekir. Kanıtlamanın öncülleri zorunlu olarak doğru olduktan başka, gerçek nedeni ortaya koymalıdır.”⁹ Bu önermesi ile beraber Aristoteles her bilginin kanıtlanması halinde

⁷ Cevizci, **age**, 98.

⁸ **age**, 98.

⁹ Aristoteles, **Ruh Üzerine**, 78b 12-32’den aktaran Ahmet Cevizci, *Bilgi Felsefesi*, 3 bs. Ankara: Say Yayınları, 2015, 98.

sonsuz bir geriye dönüş yaşanacağını ve bir kısır döngüye düşülerek hiçbir şeyin kanıtlanmayacağını görmüştür ve bu nedenledir ki, “kanıtlama olmaksızın doğrudan doğruya ve sezgisel olarak bilinen belirli ilk ilkelerin var olduğunu savunur.”¹⁰ Bunlar, çelişmezlik ilkesi, üçüncünün imkansızlığı ilkesi, kendileri olmadan akılyürütmenin imkansız olduğudur ki tüm bunlar bütün bilimlere ortak olan ilkelerdir. Bir diğeri, terimlerin anlamlarıyla ilgili kabullerden başka birşeyin olmadığı ve son olarak terimlere karşılık gelen belirli şeylerin varoluşuyla ilgili bir kabulde bulunulan varsayımlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir matematikçinin duyularla algılayamadığı matematiksel değerler ile ortaya koyduğu anlamlar olarak örneklendirebilir. Aristoteles, kanıtlanamayan, bununla beraber apaçık doğru kabul edilen bu ilkelerin epistemesine, nous (tin) ve tümevarım aracılığıyla ulaşılabilirdiğini ifade eder. Aristoteles’in problemleri ortaya koyuş ve çözümleme sistematigi sonrasında, var olan tüm disiplinlere örnek teşkil etmektedir.

Ortaçağ bilgi felsefesine ulaştığımızda ise episteme ile ilgili en radikal değişimin yaşandığını görmekteyizdir. Bunun nedeni, hemen hemen her dönemde etkisi görülen kuşkuculuğun Ortaçağ döneminde neredeyse hiç denecek kadar az dile getirilmesinde saklıdır. Bu dönemde Aziz Augustinus’un kuşkuculara karşı kaleme aldığı kitap örnek teşkil etmektedir. Teoloji ile felsefenin iç içe olduğu bu dönemde *mutlak ve evrensel bilgi Tanrı’dır*. Dolayısıyla Ortaçağ felsefesinde, bilgi hakkındaki tartışmaların merkezinde bilginin konusu ve kaynağı üzerinde durulmaktadır. Bu dönemde, teolojik temelde bilginin kaynağı olarak görülen unsur iman, vahiy dolayısıyla ilahi hakikatlerdir. Ortaçağ epistemolojisinde, Ahmet Cevizci, iman ve akıl ilişkisini, bağdaşmazlık, birlik tezi ve tamamlayıcılık başlıkları altında incelendiğini belirtmektedir. Bağdaşmazlık ilkesinde, iman ile aklın birbiri ile bağdaşamayacağını ifade eder. İman ile kasıt, vahiy yahut dindir ve Tanrı’nın tek ve gerçek varlık olduğunu ve öğretilerinin kalben tamamen onaylamak anlamına geldiği söylenmektedir. Oysa akıl, tam tersine kanıtlanabilene, gördüğüne, ispatlarla desteklenen bilgiye inanır ve bu bağlamda din ile akıl uzlaşamazlar. Aziz Augustinus insan zihninin ezeli, değişmez, doğru bilgiye ulaşabilmesi için yetersiz olduğu ve Tanrı’ya ihtiyaç duyduğunu ifade etmektedir. Bir diğer bakış açısı olan birlik tezi ise; bağdaşmazlık ilkesinin karşısında yer alır. Birlik tezinde iman ile aklın aynı hakikatin farklı görünümünde var olması olarak dile getirilmiştir. İslam felsefesinde

¹⁰ Cevizci, **age**, 99.

İbn Rüşd bu anlayışı ‘Çifte Hakikat Anlayışı’ olarak ifade etmektedir. “Buna göre bir ve aynı hakikat felsefede açık ve seçik bir biçimde akıl temeli üzerinde anlaşılır; söz konusu doğru, dinde mecazi terimlerle ve daha çok hayal gücüne dayanılarak ifade edilir.”¹¹ Hedefi aynı olan iki ayrı disiplin farklı söylemlerle aynı şeyi anlatmaktadırlar. Bu nedenledir ki, “Felsefe dinin ikiz hemşehrisidir ya da onlar birbirlerini tabiatları gereği seven iki arkadaş gibidir.”¹² Üçüncü ilke olan tamamlayıcılıkta ise, iman ile aklın ne bağdaşmadığı ne de uzlaştığı yargısını reddeder. Bu yargıyı kabul edenler arasında İslam dünyasından Farabi ve İbn Sina, Hristiyan dünyasından ise; Aquinalı Thomas’ı görmekteyizdir. Tamamlayıcılıkta benimsenen görüş, insan aklının Tanrı hakkında doğru bilgiye erişmekte bir yere kadar yeterli olabileceğini savunmaktadır. Yani, aklın bildirdiklerinin din yahut vahiy ile tamamlanırken, vahiyin bildirdiklerinin de akıl yoluyla tamamlanmasını bildiren bir yargıdır.

Yeniçağ bilgi anlayışında düşünürler; İlk ve Ortaçağ epistemolojisinin merkezinde olan ‘Neyi bilebilirim?’ sorusunun yerine insan zihninin neyi nasıl bilebildiğine açıklama getirme çabasında olmuşlardır ve bu gayret uğrunda yöntem arayışına girilmiştir. Bu bağlamda ortak amaca hizmet eden filozoflar arasında izlenecek yöntem ile ilgili bir uzlaşmaya varılamamıştır. Bir tarafta dedüktif akılyürütmeyi benimseyen filozoflar Descartes, Spinoza ve Leibniz bir diğer yanda ise, ampirik öğeyi öne çıkaran duyu deneyimi ve gözleme dayalı bilgiyi savunan Lock, Berkeley ve Hume bulunmaktadır (Cevizci, 2015). Bu yolda farklı iki yöntem ve hatta bu yöntemler içinde başka başka alt yollar oluşturulmuş olsa da modern felsefedeki bilgiye bakış yöntemi topyekün değişme göstermiş, ontoloji ve metafiziğin önüne geçen bir epistemoloji ile karşılaşmaktayızdır. Ontolojik bir bakış açısı ile gerçekliğin önemini ortaya koyup ardından bu gerçekliğin bilgisine nasıl ve hangi yöntemlerle erişilebileceği tartışılırken modern filozoflar ilk olarak bilginin ve onun bir diğer yanı olan bilimsel bilginin önemini tartışma konusu yapıp ardından buna uygun bir varlık tasarımı oluşturma çabasına girişmişlerdir. Doğa filozoflarından başlayarak Antik Yunan’dan Helenistik döneme ardından ortaçağ ve yeniçağda bilgi anlayışı en genel anlamda yorumlanacak olursa, her dönem mutlak bir temellendirme üzerinden bilginin “ne olduğu”, “nasıl ulaşılabilceği” ve “insanın neyi bilebileceği”

¹¹ age, 116.

¹² Ahmet Cevizci, **Ortaçağ Felsefesi Tarihi**, 3 bs. Bursa: Asa Kitabevi, 2008, 255.

üzerine durulmuş ve bu kuşkucu yaklaşım her daim özellikle de Aristo'dan sonra sistematik, hiyerarşik ve mantıksal bir biçimde açıklanmaya çalışılmıştır.

2.3. Günümüzde Bilginin Oluşumu ve Sunumu

İnsanlık tarihine bakıldığında, bilginin edinimi, muhafaza edilmesi, işlenmesi, aktarımı ve gösterimi için gerekli teknolojilerin gelişim sürecini, UNESCO'ya bağlı UNRISD'nin (Birleşmiş Milletler Sosyal Gelişme İçin Araştırma Enstitüsü) yayınladığı, Cees J. Hamelink'ce kaleme alınan "New Information and Communication Technologies, Social Development and Cultural Change"¹³ adlı raporda dört dönemde tanımlanmıştır. Ayşegül Başer, Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Evrimi adlı makalesinde rapordan yaptığı derlemede ilk dönemi en uzun dönem olarak aktarır ve M.Ö. 35.000 ile Samuel Morse'un ilk telgraf mesajını yolladığı 1838 yılına kadar gösterir. Bilgi iletiminde kullanılan medya fiziksel ve mekanik güce dayalıdır: haber güvercinleri, duman işaretleri, hızla koşan kuryeler, el-kol hareketleri, ışıkla gönderilen işaretler vb. İkinci dönemi ise, elektriğin bulunması ile beraber elektro-mekanik güç kullanılarak yapılan iletim olarak sınıflandırmaktadır: Telgraf, televizyon, radyo ve telefon. Üçüncü dönemde, elektronik bilgisayarlar, transistör ve vb. elektroniğin verdiği imkanlar dahilinde telekomünikasyon ve bilgisayar bütünleşik bir hale gelmiştir. İlk elektronik hesap makinesinden, ilk büyük elektronik bilgisayara 1950'lere değin gelişimini sürdürmüştür. "İlk mikro işlemci 1971 yılında üretildikten yalnızca dört yıl sonra, mikroişlemci tabanlı ilk bilgisayar pazarlanmaya başlanmıştır. İşte bu 'bilgi çağı' olarak adlandırılan dönemin adıdır."¹⁴ Son olarak dördüncü dönem ise, sınırların daha da ortadan kalkması ile oluşturulmuştur. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası mikroelettronik ve sonrasında telekomünikasyon alanlarında ortak bir dilin oluşması ve "1980'lerde, uluslararası uydu konsorsiyumu INTELSAT, Uluslararası İş Hizmetleri (IBS) ve Intelnet (küçük terminallerle çalışan dijital iletişim hizmeti) gibi tam dijital hizmetleri başlatmıştır."¹⁵ Başer, her bir yeni döneme geçişle beraber bilginin işlenmesinin uzaklık, hız, miktar ve güvenilirliğine yönelik sınırlamaların

¹³ Hamelink, C. J., "New Information and Communication Technologies", Social Development and Cultural Changes, UNRISD, Discussion Paper No.86, 1997, 2'den aktaran Ayşegül Başer, "Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri", **İkinci Medya Çağında İnternet**, ed. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul: Alfa Yayınları, 2010, 37.

¹⁴ Ayşegül Başer, "Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri", **İkinci Medya Çağında İnternet**, 1. bs. ed. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz, İstanbul: Alfa Yayınları, 2010, 39.

¹⁵ Hamelink, **age**, 3.

azaldığını dile getirmektedir. Tüm bunların yanında geleneksel bilginin düzenleniş biçimi ile dijital verinin düzenleniş ve sunuş biçiminde de farklılıklar oldukça etkilidir. Çağlar boyunca bilgi edinimi hakkında ulaşılmaya çalışılan metodlarda ve ortaya konan basılı ve yazılı aktarımlarda hiyerarşik ve doğrusal bir yol izlenirken dijital medyada bu durum hiperlinkler dünyasında oldukça karmaşık bir yol haritasına dönüşür. Doğrusal yapı, bilginin sunulduğu metinde özel bir ardışıklık biçimi ile dizayn edilmesidir. İhtiyaç duyulan bilgi erişiminde beraberinde konu ile ilintili bilginin devamlılığı, kapsamı dışına çıkılmaksızın genişleyerek aynı çizgide artarak süregelir. Dijital medyanın gelişmesi ile hiperlink dünyasında istenilen bilgiye, aranılan bilgiyle ilintili olanların yanı sıra hiçbir ilintisi bulunmayan birçok bilgiye de bir tık ile ulaşılabilme imkanı sunmaktadır. Beraberinde dijital ortam, Yeni çağın bilgiyi oluşturmada, ona ulaşmada ve onu yaymadaki aracı basılı yayından web dünyasına geçiş yaptığından beri “bilgi” form değiştirmiştir.

“Aristo'dan beri bilgiyi, her biri altındaki sınıfı içeren, giderek genişleyen sınıflar hiyerarşisi şeklinde düzenlemeye alışmıştık. Bunu takip ederek cisimlerden canlı cisimlere; hayvanlardan memelilere; köpeklerden, Colie cinsine ve oradan da Lassie'e kadar gelebiliriz. Bilgi bu şekilde dikey bir veritabanı halinde düzenlendiğinde, kullanıcı anlamlı bağlantıları (linkleri) takip edebilir; ancak bu sistemde kullanıcı, bir sınıfın altında kalan daha spesifik veriyi görmeden önce belli bir bilgi sınıfı altında kalan daha spesifik veriyi görmeden önce belli bir bilgi sınıfında iş görmeye zorlanır.”¹⁶

Bilgiye ulaşma ve onu tasnif etme yöntemleri dijital dünya ile birlikte şekil değiştirerek günümüzde oldukça karmaşık bir boyut kazanmıştır.

“Dijital medya atmosferinde herhangi bir metni okumak, ardışık okuma alışkanlığına ve doğrusallığa adeta bir başkaldırıdır. İnternet arayüzünde metin, Eco'nun seneler önce öngördüğü gibi açıktır(1989), sınırları belirsizdir ve yorumlanışı çoklu metinler arasındaki ilişkiyle gerçekleşmektedir. Metne dair bu postmodern bakış açısı, okuru yaratıcı bir yorumlayıcı olarak görür ve hipermetnin bağlantılar aracılığıyla bağlam kurma potansiyelini vurgular. Okuma süreci merkezisizleşmiş bir hareketi ortaya çıkarır.”¹⁷

Ayrıca yeni medyanın üç özelliği olduğu görüşüyle Rogers, etkileşim, kitlesizleştirme, eşzamanlı olmama ile karşımıza çıkmaktadır. Etkileşim iletişimin olduğu medyanın olmazsa olmazıdır, bir gerekliliktir. Geray, etkileşimi şu şekilde tanımlamaktadır: “İletişim sürecine bu amaç için katılmış teknik düzenekler yardımıyla alıcının verici olabilmesi veya kaynağın mesaj üzerindeki kontrolünü arttırabilmesi, etkileşimdir.”¹⁸ Dijital medya, geleneksel medya ortamının kitlelere

¹⁶ Hubert L. Dreyfus, **İnternet Üzerine**, 1. bs. çev.V. Metin Demir, İstanbul: Küre Yayınları, 2016, 23.

¹⁷ Bilge Narin, **g@zetecilik 2.0 - İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik**, 1. bs. Ankara: Gece Kitaplığı, 2017, 16.

¹⁸ Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**, 1. bs. (Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003), 18.

yönelik enformasyon aktarımının aksine bireye yönelik bilgi alışverişine imkan tanıyan bir ortam olarak ifade edilebilmektedir. Bu durum kitlesizleştirme olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer değişiklik ise, dijital ortamdaki enformasyon iletimindeki zaman kavramının topyekün değişmesidir. Birey istediği mekanda ve istediği herhangi bir zaman diliminde mesajını karşı tarafa iletebilmektedir. Alıcı da aynı şekilde istediği zaman aralığında mesajı alabilmekte ve dileğinde yanıtlayabilmektedir. Bu da eşzamanlı olmama kavramını tanımlamaktadır. Dreyfus'un eski kütüphane kültürü ile hiperlinklere dayalı dijital medya kültürünü karşılaştırdığı aşağıdaki tablolarda ise, geleneksel okuma ve araştırma anlayışımız ile yeni nesil araştırma ve bilgiye ulaşma süreçleri arasındaki farklılıklar gösterilmektedir.

Tablo 1: Bilgiye Ulaşmada Kullanılan Geleneksel Yöntem.

Eski Kütüphane Kültürü	
Sınıflandırma	Sabit, hiyerarşik düzen, özel ilgi ile tanımlanır.
Titiz Seçim	Nüshanın kalitesi, metnin otantikliği, eski malzemeyi eleme.
Daimi derlemeler	Sabit bir metnin korunması, ilgiye bağlı ödünç alma

Hubert L. Dreyfus, **İnternet Üzerine**, 1. bs. çev.V. Metin Demir, İstanbul: Küre Yayınları, 2016, 26'dan uyarlanmıştır.

Tablo 2: Bilgiye Ulaşmada Kullanılan Yeni Yöntem.

Hiperlinklere dayalı kültür	
Çeşitlendirme	Esnek, tek düzlem, her türlü birleşime açıktır.
Her şeye ulaşım	Nüshanın kapsayıcılığı, metnin ulaşılabilirliği, her şeyi saklama.
Dinamik Derlemeler	Metinler arası evrim, oyunbaz dolanma

Hubert L. Dreyfus, **İnternet Üzerine**, 1. bs. çev.V. Metin Demir, İstanbul: Küre Yayınları, 2016, 26'dan uyarlanmıştır.

3.İNTERNET VE İNTERNET KULLANICISI İLİŞKİSİ

Bilgiye ulaşma, aktarım ve üretiminde internetle beraber gelen değişimden bahsederken internetin ortaya çıkışı ve kullanıcısı arasındaki ilişkiye değinmekte fayda vardır.

İnternet 1970’li yıllarda Amerika Savunma Bakanlığınca bakanlık bilgisayarlarının ağ üzerinde birleştirilmek üzere tasarlanmış ve uygulamaya konulmuştur.¹⁹ Kurumlar arasındaki haberleşme ve dosya transferleri o kadar kolaylaşmıştır ki, Savunma Bakanlığı’nın ardından üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından da bilgi alışverişi için kullanılmıştır. Çok kısa bir zaman içerisinde internet inanılmaz bir hızda gelişim göstermiştir. İnternetin Türkiye’de kullanıma başlanması ise 1990’lı yılları bulmaktadır. 1993 yılında Türkiye’deki ilk internet bağlantısı ODTÜ’den gerçekleştirilmiştir.²⁰

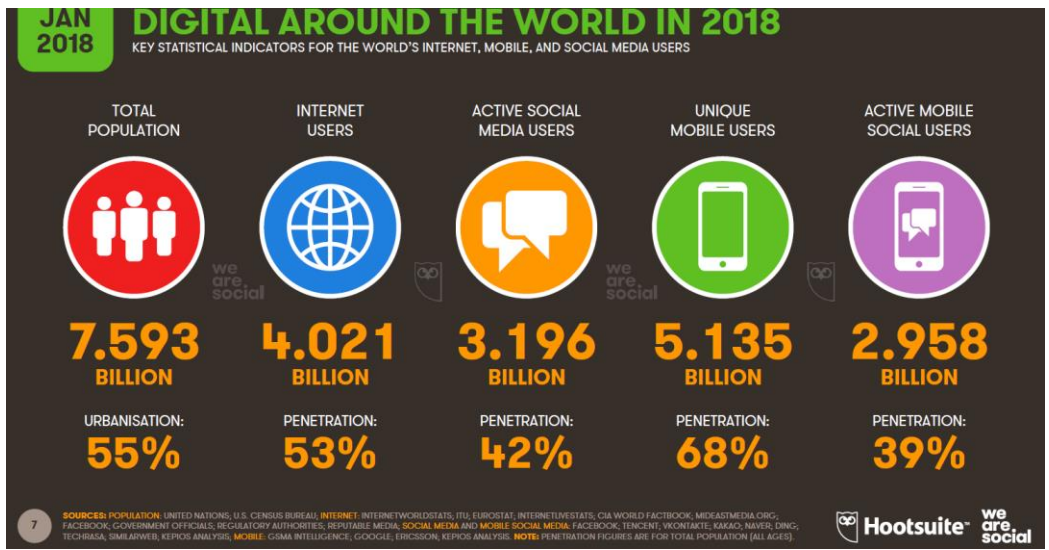
‘We Are Social’ global dijital medya ajansı ve ‘HootSuite’ dijital medya platformu, 2018 yılında 239 ülke ve bölgeyi kapsayan 5,000 çizelgeden oluşan internet, sosyal medya, akıllı telefon ve e-ticaret kullanıma dair hazırladığı ‘Digital in 2018’ başlıklı raporunda²¹; internet kullanıcı sayısının tüm dünyada dört milyar insanı geçmiş olduğunu belirtmektedir. İnsanlar artık daha fazla zamanını internette çevrim içi olarak geçirmektedirler. Raporda, internet kullanıcılarının büyük bir kısmının her gün altı saatini internet kullanarak geçirdiğini ifade etmektedir. İnternet kullanımındaki büyüme akıllı telefon ve mobil uygulamalarla beraber daha da artış göstermiştir. Sosyal medya kullanımı da aynı hızda büyümeyi sürdürmektedir. Raporda, geçtiğimiz 12 aydan bu yana her gün tüm ülkelerde sosyal medya yeni kullanıcısı yaklaşık bir milyon artmıştır. Bu saniyede on birden fazla yeni kullanıcı demektir. Tüm dünyada üç milyar insandan fazla kişi her ay sosyal medyayı

¹⁹ Ahmet Tarcan, İnternet ve Toplum, **Dünden Bugüne İnternet Üzerine Felsefi Yaklaşımlar**, ed. Ahmet Tarcan, Ankara: Anı Yayıncılık, 2005, 2.

²⁰ **age**, 13.

²¹ <https://www.slideshare.net/wearesocial/2018-digital-yearbook-86862930> [11.02.19]

kullanmaktadır. Aşağıdaki görselde de görüldüğü üzere, Ocak 2018 raporuna göre, dünya nüfusu 7 milyar 593 bin kişiden oluşuyor ve bunun yüzde 55'i şehirleşmiştir. 4 milyar 21 bin kişi internet kullanıcısıdır, yani dünya nüfusunun yüzde 53'üne denk gelmektedir. 3 milyar 196 bin kişi ise, aktif sosyal medya kullanıcısıdır, dünya nüfusunun yüzde 42'sini kapsamaktadır. Yalnız telefon kullananların sayısı 5 milyar 135 bin kişi iken aktif olarak telefondan sosyal medya uygulamalarını kullananlar 2 milyar 958 bin kişi olarak görülmektedir. Yalnız telefon kullananların dünya nüfusuna oranı yüzde 68 iken aktif olarak telefondan sosyal medya uygulamalarını kullananların oranı, yüzde 39'a denk gelmektedir.



Şekil 1: Digital Around The World in 2018 raporundan veri görseli.

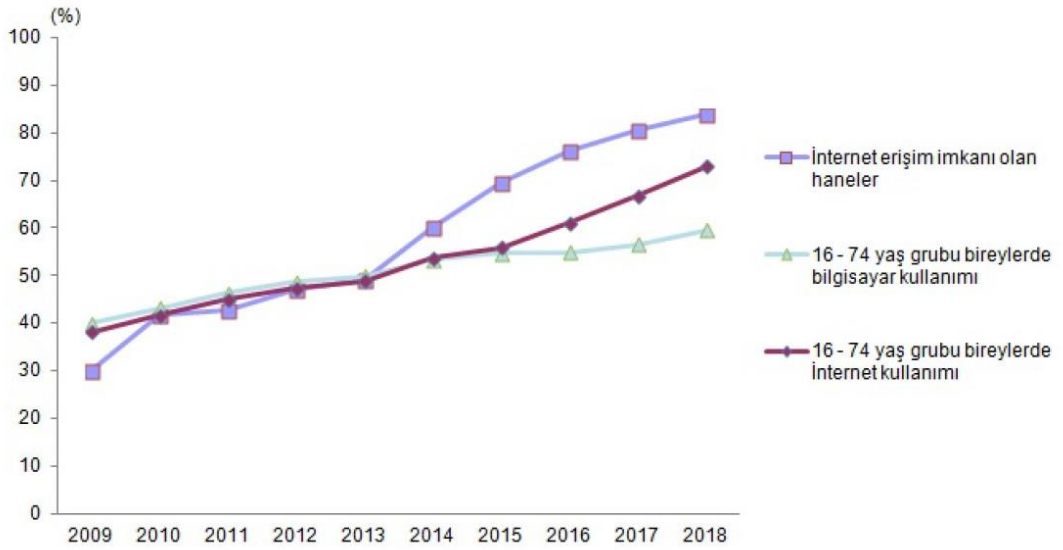
<https://www.slideshare.net/wearesocial/2018-digital-yearbook-86862930>. [11.02.19].

Bu rakamları 2017 yılı dijital medya istatistikleri ile karşılaştırdığımızda 2018 yılında düzenlenen rapora göre, internet kullanıcı sayısının yüzde 7, aktif sosyal medya kullanıcısının yüzde 13, yalnız telefon kullananlarda yüzde 4, aktif mobil sosyal uygulamaları kullananlarda yüzde 14 oranında bir artış gerçekleştiği görülmektedir.

08 Ağustos 2018 tarihle yayımlanan TÜİK, 'Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2018' başlığıyla bilgisayar, internet kullanımı, cinsiyetler üzerine kullanım oranı vs. bilgileri sunulmaktadır. Bilgisayar ve internet kullanım oranlarında 16-74 yaş aralığında sırasıyla 2018 verilerine göre yüzde 59,6 ve yüzde 72,9 olarak ifade edilmektedir. Bu oran kadın ve erkek kullanımında ise sırasıyla

kadınlarda yüzde 50,6 ve yüzde 65,5; erkeklerde ise sırasıyla, yüzde 68,6 ve yüzde 80,4'tür. Aynı zamanda sunulan istatistikte her on haneden sekizinde internete ulaşım imkanı olduğu belirtilmektedir. Bu da yüzdelik olarak 83,8 bir orana denk düşmektedir.

Aşağıda yer alan grafikte ise, 2009 yılından 2018'e kadar ki hane başına internete erişim imkanı, 16-74 yaş aralığında bilgisayar kullanımı ve 16-74 yaş aralığında internet kullanımı değişimi gösterilmektedir.



Şekil 2: Temel Göstergeler, 2009-2018.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819> [11.02.19].

3.1.İnternet Üzerine Felsefi Yaklaşımlar

İnternetin kullanılmaya başlandığı 1970'li yıllardan bu yana, etki alanı, interneti kullanan kişi sayısı göz önüne alındığında ciddi bir ivmeyle her alana yayılma hızı yadsınabilecek düzeyde değildir. 2018 yılına ait yukarıda yer alan veriler bu durumun apaçık kanıtıdır. İnternette de, tekerlekten, elektriğe insanlık tarihi boyunca hayatımıza giren yeniliklerde olduğu gibi, toplumların yaşantılarında, tutum, davranış ve alışkanlıklarda değişimlere sebep olacak bir potansiyele sahip olduğu görülebilmektedir.

Bir grup sosyal bilimci, internetin insanların refahına hizmet edeceği konusunda hem fikir iken bir diğer grup ise, insanları daha da mutsuz kılacağı konusunda öngöründe bulunmaktadır. Olumlu bir bakış açısı ile yaklaşan sosyal bilimcilerden en önemli iki

isim, Pierre Levy ve Marshal McLuhan'dır. "İnternetin dünya üzerinde demokrasiyi bir kurum olarak geliştireceğini ve sosyal refahı arttıracaklarını ileri sürmektedirler."²² Alain Finkielkraut, Paul Virilio gibi felsefeciler ise; "interneti demokrasi ve özgürlükler için bir tehdit, hatta insanlığın felaketine sebep olabilecek bir faktör olarak görürler."²³

Pierre Levy, interneti, dünya üzerinde demokrasiyi geliştiren ve koruyan bir araç olarak görür; bunun başlıca nedeni olarak ise internetin sınıf, dil, din, ırk ayırt etmeksizin her kesimden insana açık ve ulaşılabilir olması ile açıklar. İnternetin, televizyondan farklı olarak tek yönlü değil, interaktif bir iletişim ve bilgiye erişim ağı olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Levy'ye göre, internet ağı, mesafeleri, coğrafi sınırları ortadan kaldırarak, normal koşullarda bir araya gelmesi belki de imkansız olan farklı uluslardan insanları bir araya getirmektedir. Bazı kurumlarda elektronik oylama uygulanmaktadır ve bu yöntem giderek yaygınlaşmaktadır. Hatta, bazı ülkelerde seçimlerde dahi elektronik oylama uygulanmıştır. Levy, elektronik seçimin yaygınlaşmasının en önemli sonucu olarak e-seçim ile beraber dünya üzerindeki herkesin okur yazar olmasını beraberinde getireceğini savunmaktadır; böylelikle okur yazar oranının artması, bilgiye ulaşmada insanlar arasında bir fırsat eşitliği sağlayacaktır.²⁴

Olumsuzlamların karşısında Virilio ve Finkielkraut ise; karşıt görüş olarak internetin refah ve mutluluğa karşı tehdit oluşturabileceğini savunmasını geçmişte yaşanan teknolojik gelişmelerin insanlık tarihinde yaşanan olumsuz değişimlerini öne sürmektedirler. Teknolojik buluşların her ne kadar toplumlar arasında bir bağ oluşmasına katkı sağlasa dahi beraberinde rekabetin ve düşmanlığın ortaya çıkmasına vesile olduklarını savunmaktadırlar. "Paul Virilio buna örnek olarak 1914'de Almanya'nın demiryolları ağını kullanarak Fransa'ya savaş ilan etmesini gösterir."²⁵ Finkielkraut ise örnek olarak televizyonu gösterir, televizyonun insanları özgürleştirmek yerine bağımlı birer varlığa dönüştürdüğünü belirtmektedir. "... elinde televizyon kumandası bulunan adam aslında özgür olmamıştı, karşı koyamadığı sınırsız özgürlük duygularına mahkum edilmişti... Zapping yapma,

²² Tarcan, **age**, 3.

²³ **age**, 3.

²⁴ **age**, 4,5.

²⁵ **age**, 5.

kanal atlama gücüne bir de internette sörf yapma, tıklama, yenileme, durdurma gücü eklenmiştir.”²⁶

Ayrıca Finkelkraut bir adım daha öteye giderek, internet ağları vasıtasıyla uluslararası casusluk faaliyetlerinin gerçekleşeceği yeni bir ortam oluştuğunu savunur ve insanların hiçbir dönemde olmadığı kadar rahatlıkla listelenip, sınıflandırılarak ve de fişlenerek birer veri tabanına bilgilerin kayıt edileceği bu da beraberinde internet kullanıcılarının özgürlük yanılsamasıyla nasıl da ‘özgür’ alanlarına sızılacağından söz etmektedir.

Tüm bu fikirlerle beraber firmalar, okullar, televizyon kanalları, gazeteler, dergiler, marketler, kurumlar ve daha niceleri hızla her geçen gün daha da artarak sanal dünyaya taşınmaktadır.

3.2.İletişim Teknolojisi Olarak İnternet

İnternet dünya genelinde bilgi paylaşımı ve iletişimi sağlayan en önemli ve vazgeçilmez araçlardan biri haline gelmiştir. İletişim araçlarında internetin hızla yaygınlaşması, geleneksel kitle iletişim araçları (gazete, televizyon, radyo) ile internet arasında rekabet ortamı doğmasına sebep olmuştur. İnternet ortamının en önemli özelliği birden fazla medya formatı ile radyonun işitsel işlevini, televizyonun hem görsel hem işitsel yanını, gazetelerin ise yazı formatını tek bir yapıda okura sunabilmesidir. Bu arenada geleneksel basım ve yayın organlarının işleri zorlaşmıştır. Rekabet ortamı, geleneksel basım ve yayın organlarının dijital ortama aktarımını beraberinde getirmiştir.

Tablo 3’te yer alan Türkiye özelinde internetin hizmete başladığı yıllardan günümüze değin iletişim araçlarındaki kullanım oranı abone sayısı ile gösterilmektedir.

²⁶ age, 6.

Tablo 3: Sabit Telefon, Cep Telefonu, İnternet Abone Sayısı

Yıl	Sabit Telefon Abone Sayısı	Cep Telefonu Abone Sayısı	İnternet Abone Sayısı
1998	16 959 500	3 382 137	229 885
1999	18 054 047	7 562 972	436 610
2000	18 395 171	14 970 745	1 629 156
2001	18 904 486	19 502 897	1 619 270
2002	18 914 857	23 323 118	1 309 770
2003	18 916 721	27 887 535	906 650
2004	19 125 163	34 707 549	1 474 590
2005	18 978 223	43 608 965	2 248 105
2006	18 831 616	52 662 709	3 180 580
2007	18 201 006	61 975 807	4 842 798
2008	17 502 205	65 824 110	5 804 923
2009	16 534 356	62 779 554	8 849 779
2010	16 201 466	61 769 635	14 443 644
2011	15 210 846	65 321 745	22 371 441
2012	13 859 672	67 680 547	27 649 055
2013	13 551 705	69 661 108	32 613 930
2014	12 528 865	71 888 416	41 272 940
2015	11 493 057	73 639 261	48 617 291
2016	11 077 559	75 061 699	62 280 191
2017	11 308 444	77 800 170	68 869 578
2018 ⁽¹⁾	11 542 100	80 637 671	73 789 734

TÜİK, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu’nca sunulan rapor, 2018’den uyarlanmıştır.

3.2.1. Geleneksel Gazetecilik ve İnternet Gazeteciliği

Bir gazetenin misyonunda yer alan başlıca birkaç unsur, haberi halka hızlı, doğru ve tarafsız sunmasıdır. Peki, haber nedir? “Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği bir dilde yazılan olay, fikir ve görüş olarak tanımlanmaktadır.”²⁷ Ayrıca habercilik işlevinin iki süreçten oluştuğunu belirten Kars, “sürecin birinci aşaması, neyin haber olduğu, haber olabilecek olguların seçilmesi olmaktadır. İkincisi ise, haberin toplumsal işlevini yerine getirilebilmesi için zorunlu olan anlaşılabilirliği sağlama süreci olmaktadır”²⁸ der. Toplumlar haberlere ilk olarak yazılı basın ile ulaşmıştır. Kitleli iletişimin başlangıcı olarak basılı yayınlar denilebilmektedir. 1930’lardan 1950’lere değin

²⁷ Ali Kaptan, **Haberciliğin Temel Kuramları ve Röportaj Teknikleri (Radyo ve Televizyon Haberciliği)**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2008, 7.

²⁸ Neşe Kars, **Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul: Derin Yayınları, 2010, 4.

radio, sonrasında ise televizyon yadsınamayacak biçimde kitlesel iletişimde büyük rol oynamıştır. Haberin okur yazar olmayana da iletimi radio ve televizyonla sağlanabilmiştir. Ardından internet çağı ile 1990’lardan sonra dijital medya kitlesel iletişim bakımından çığır açmıştır. İnternet ile beraber gazete, dergi, radio, televizyon gibi iletişim araçlarında değişimler yaşanmış, geleneksel kitle iletişim, internet teknolojisi ile iç içe geçerek kendine yeni bir varlık alanı oluşturmuştur.

“Akademik çalışmaların genelinde internet medyasının geleneksel medyadan ayırt edici özellikleri şöyle sıralanmaktadır: modülerlik, dijitallik, senkronizasyon, otomasyon ve hız. Şu üç özellik ise sıklıkla tekrarlanmaktadır: multimedya, etkileşim ve hipermetin.”²⁹ Geleneksel basın örneklerinden gazeteler bu anlamda en hızlı dijital ortama geçişi gerçekleştiren, gerçekleştirmek zorunda kalan medya olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet gazeteciliği, geleneksel gazetelerin, var olan teknolojik değişimin getirisi ile sanal ortama taşınarak günlük hatta anlık haberlerin, okura basılı bir yayın organı olmaksızın dijital mecrada sunulmasıdır. İnternet ve akıllı telefon kullanımındaki artış, ücretsiz, hızlı ve her yerde her an bilgiye ulaşabilme imkanını okura sunarak, geleneksel gazetelerin tercih edilmesindeki düşüşte büyük rol oynamaktadır. Basılı gazeteler basıldıktan sonra üzerinde düzeltme yapılamaz, hareketli görüntü, sayısız fotoğraf ya da benzeri görsel malzeme konulamaz fakat internet gazeteciliğinde bu mümkündür. Sıkça bahsi geçen internetin üç önemli özelliğinden ilki olan multimedya, çoklu medya formatı ile (yazılı, görsel, işitsel) okura internet gazeteleri, geleneksel gazetelerden daha renkli ve ilgi çekici bir ortam sunmaktadır. Ayrıca geleneksel gazete ile internet gazetesi arasındaki en önemli farklardan ikincisi, etkileşimdir. Geleneksel yapıda kaynak merkezli tek yönlü iletişim olurken, internette karşılıklı, çoklu iletişimden ve geri dönüşten bahsedilebilmektedir. Ayrıca internet kullanıcısı artık yalnızca alıcı konumunda değil aynı zamanda kaynak olarak bir diğer deyişle içerik üreticisi olarak da dolaşım imkanı bulur. Üçüncü bir diğer özellik olan hipermetinsellik ise, insanlık tarihi boyunca yüzyıllardır bilgiye ulaşmada kullanılan yazı tekniği, salt yazı ile kısıtlanmaksızın, beraberinde hareketli görüntü, grafik ve videolarla oldukça zengin, gelişmiş özelliklere sahip bir bilgi aktarımı olarak tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla, internet gazeteciliği ile beraber basılı yayının aksine artık herkes gazeteci, içerik üreticisi ve herkes okurdur, bilgi alıcısıdır. İnternet gazeteciliği ile yeterli denetimden

²⁹ Bilge Narin, “İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, s. 43, (2016): 120.

geçmeyen bilgi, multimedya anlayışıyla (çok duyuya hitap etme özelliğiyle) basılı yayına nazaran bilgi doğru yahut yanlış olsun kalıcılığı daha fazla olmaktadır. Bu durum bilgi edinimi ve aktarımda ciddi sorunları beraberinde getirmektedir. Geleneksel gazeteler ‘düne’ ait haberi okura sunarken, internet gazeteleri sürekli olarak güncellenen ‘şimdi’yi okura ulaştırmaktadır. Geleneksel gazeteler bu bağlamda daha durağan bir profil çizerken, internet gazeteleri dinamik bir yapıdadır. Dolayısıyla gazetecilikteki zaman kavramı topyekün bir değişim göstermektedir. Tablo 4’te yer alan, geleneksel gazeteler ile internet gazeteleri arasındaki temel farklılıklar belirtilmiştir.

Tablo 4: Geleneksel Gazete İle İnternet Gazetesi Arasındaki Temel Farklılıklar.

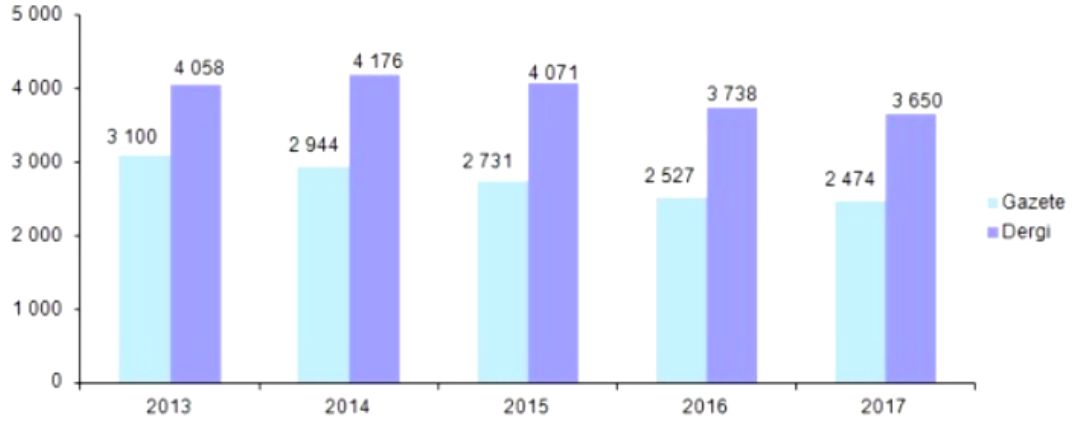
GELENEKSEL GAZETE ÖZELLİKLERİ	İNTERNET GAZETE ÖZELLİKLERİ
Basılı gazete, ücretlidir.	İnternet gazetesine ekstra bir ücret ödenmesi gerekmez.
Haber okura ertesi gün ulaşır.	Haber okura anında ulaşır.
Basılı gazete, basıldıktan sonra düzeltilemez.	Haber yayımlandıktan sonra ekleme ve çıkarmalar yapılabilir (Güncelleyebilme imkanı)
Basılı gazetede okur sayısı ve diğer özelliklerin ölçülebilirliği kısıtlıdır. Veri sadece tiraj ile sınırlıdır.	İnternet gazeteciliğinde okuma, takip edilme, tıklama sayısı gibi nitelikler ölçülebilmektedir.
Basılı gazetede belli sayıda habere ulaşılabilir.	İnternet gazeteciliğinde okur haber yağmuruna tutulur.

3.2.2. Dünyada ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği Tarihi

Dünyada internet gazetesi örnekleri 1990 yılından itibaren -başta ABD ve Avrupa olmak üzere- gündelik hayatımıza girmiştir. Dünya genelinde 1993 yılında toplamda 20 internet gazetesi var iken, üç yıl gibi kısa bir sürenin ardından 1996 yılında, bu sayı 1300’ü aşkın bir rakama ulaşmıştır. 2000 yılına gelindiğinde ise, bu rakam

dünya genelinde 5400'e çıkmıştır. İnternet gazeteciliğindeki artış beraberinde basılı gazetenin sonu olacağı gibi bir endişeyi de gündeme taşımıştır. Hatta, “Basılı gazetelerin bitiş tarihine yönelik öngörülerde bulunan infografikte 2017 yılında ABD’de, 2019’da Birleşik Krallık’ta ve 2036 yılında ise Türkiye’de basılı gazetelerin öleceği kehanetinde bulunulmuştur.”³⁰

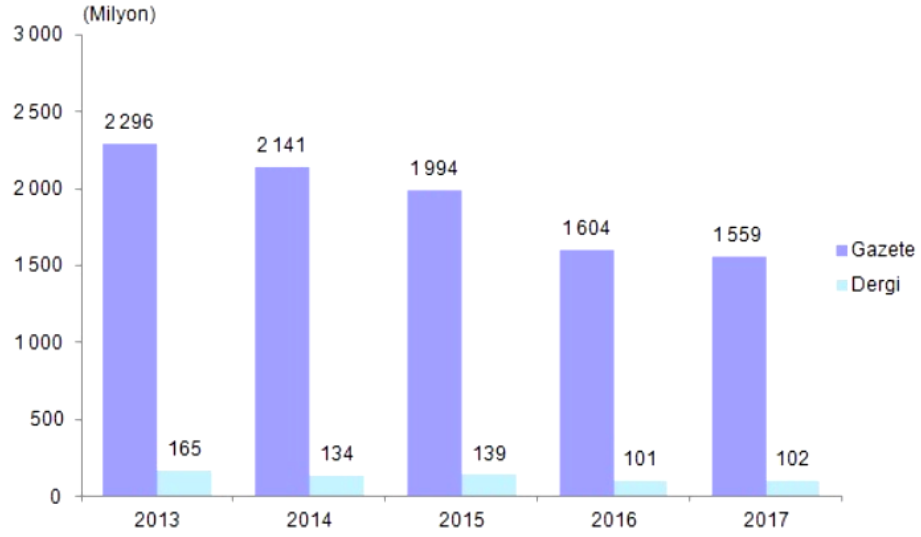
Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) Temmuz 2018’de yayınladığı, ‘Yazılı Medya İstatistikleri, 2017’ verilerine göre gazete - dergi sayısı ve tirajı sırasıyla, 2017 yılında bir önceki yıla göre yüzde 2.3 ve 2.6 oranında azalmıştır. Aşağıda yer alan TÜİK veri grafiklerinde sırasıyla gazete ve dergilerin 2013 ile 2017 yılları arasındaki sayısı ve tirajı görülmektedir.



Şekil 3: Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Sayısı, 2013-2017.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?jsessionid=INfJc7dScWXQmq3QZ1pJx1pMvhLzxyf0dhwLF2JsQ0by1yGpg12v!1994455450?id=27605> [20.03.19].

³⁰ Bilge Narin, *g@zetecilik 2.0 - İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik*, Ankara: Gece Kitaplığı, 2017, 30.



Şekil 4: Gazete ve Dergilerin Yıllara Göre Tirajı, 2013-2017.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?jsessionid=INfJc7dScWXQmq3QZ1pJx1pMvhLzxyf0dhwLF2JsQ0by1yGpg12v!1994455450?id=27605> [20.03.19].

Türkiye’de, internet gazetelerinin ilk örnekleri 1995 yılında görülmektedir. İnternet üzerinden yayına başlayan ilk gazete ise, Zaman’dır. Ardından Türkiye, Milliyet, Hürriyet, Sabah ve diğer ana akım gazeteler dijital ortamda yayın hayatına başlamışlardır. Geleneksel basılı yayın organlarından internet ortamına ilk geçişi gerçekleştiren Aktüel dergisidir, 1995 yılında Boğaziçi Üniversitesi üzerinden ilk internet yayını yapmıştır. 2005 yılında ise, Lemar dergisi internet yayına başlamıştır. Türkiye’nin yalnızca internet üzerinden yayın yapan ilk internet gazetesi ise, Xn (<http://www.xn.com.tr>) 1996 yılında yayın hayatına başlamıştır 1999 yılında ise kapanmıştır. Günümüzde yalnızca internet üzerinden yayın yapan bağımsız internet gazeteleri de mevcuttur: gazeteport.com, internethaber.com, t24.com.tr vs.

Ayrıca yalnızca sosyal medya üzerinden yayın yapan gazetecilik örneği olarak ise 140journos gösterilebilir. Yayın hayatına twitter üzerinden haber paylaşımları ile başlayan 140journos³¹, 2012 yılında üniversitelerin farklı bölümlerinde okuyan 20 genç tarafından kurulmuş bir gazetedir. Tüm dünyada var olan basılı gazetecilik ve internet gazeteciliği rekabeti ve basılı yayınların ömrü ile ilgili endişeler Türkiye’de de dile getirilmekte ve örnekleri mevcuttur.

SoL gazetesi iflasın eşiğine gelerek 2014 yılında basılı gazeteyi terk etmek zorunda kalarak yalnızca internette yayınına devam etmiştir. Aynı şekilde Radikal gazetesi ise, 1996 yılından 2014 yılına değin basılı gazete olarak varlığını sürdürmüştü ve son

³¹ age, 34.

sayısını 2014 yılında vererek basın sektörüne veda etmiştir.³² Tüm dünyadaki gazetecilik anlayışındaki değişim Türkiye özelinde de benzerlik göstermektedir ve beraberinde gazetecilik ile ilgili bir takım sorunların da doğmasına neden olmaktadır.

³² age, 36.

4.GAZETECİLİK ETİĞİ VE İÇERİK DENETİMİ

Uluslararası ve ulusal düzeyde gazetecilik üzerine yaşanan değişimde başlıca unsur olarak gazetecilik etik anlayışı gelmektedir. Öncelikle etik nedir? “Etik; yarar, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi kavramları inceleyen, bireysel ve grupsal davranış ilişkilerinin hangisinin doğru, hangisinin yanlış olduğunu belirleyen, ahlaki ilkeler, değerler, standartlar sistemi olmaktadır.”³³ İdeal gazetecilik anlayışında ise şu ifade yer almaktadır: “Mevcut literatürde gazetecilik ideolojisinin parçası olduğu söylenen kavramlar, değerler ve unsurlar, beş ideal tipik özellik ya da değer olarak kategorize edildiğinde; kamu hizmeti görmesi, objektif olması, özerk olması, hızlı ve etik olması üzerine odaklanmaktadır.”³⁴

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’ne göre gazetenin doğru davranış kurallarından bazıları aşağıdaki gibidir:

“Haber ile Yorum: Görüş ayrımı açık yapılmalı, okurun ve izleyicinin neyin haber, neyin yorum olduğunu kolayca seçebilmesi sağlanmalıdır.

Fotoğraf ve Görüntü: Güncel olup olmadığı açık biçimde belirtilmeli, canlandırma görüntülerde de bu durum izleyicinin fark edebileceği biçimde ifade edilmesi gerekmektedir.

Taraf olma: Gazeteci, yorumcu ve yayın organı, taraf oldukları bir olaydaki konumlarını açıkça belirtmeli, siyasi, ekonomik ve toplumsal tercihleri doğrultusunda yayın yaptığında, bu tavrı açıkça ortaya koymalı, ayrıca yorum ile haber olay ayrımını kesin bir biçimde belirtmesi gerekmektedir.

Sarsıcı durumlarda: Üzüntü, sıkıntı, tehlike, yıkım, felaket ya da şok halindeki insanlar söz konusu olduğunda gazetecinin olaya yaklaşımı ve araştırması insani olmalı ve gizliliklere uyularak duygu sömürsünden kaçınılmalıdır.

Rekabet: Gazeteci, rekabet nedeniyle de olsa, bir başka gazeteciye bilinçli ve açık, mesleki zarar vermekten kaçmalıdır. Bir meslektaşının yayını engelleyici davranışlarda bulunmamalıdır.

Kaynak gösterme: Gazeteci, başta haber ajansları olmak üzere, bir meslektaşının ve herhangi bir yayının sunduğu bilgileri kullandığında mutlaka kaynağı belirtmelidir.

Gazeteci olmayanlar: Bir yayın organında, sürekli veya zaman zaman, gazetecilik kapsamına giren alanlarda faaliyet gösterenlerin asıl sıfatları, asli işleri uygun şekilde belirtilmeli, kamuoyu onların temel konumu hakkında bilgilendirilmelidir.

³³ İzzet Bozkurt, **İletişim Odaklı Pazarlama: Tüketiciden Müşteri Yaratmak**, 4. bs. İstanbul: MediaCat, 2005, 59.

³⁴ Mark Deuze, **What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered, Journalism**, 2005, Vol.6(4), pp: 442-464, Sage Publications, 446-447’den aktaran Bilge Narin, **g@zetecilik 2.0 - İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik**, Ankara: Gece Kitaplığı, 2017.

Özdeşleşme: Gazeteci, uzmanlık alanı ne olursa olsun öncelikle gazetecidir. Polis muhabiri, polis veya sözcüsü, spor muhabiri kulüp yöneticisi veya sözcüsü, herhangi bir partiden sorumlu muhabir onun üyesi veya sözcüsü gibi davranmamalı ve bu yönde, yayın yapmamalıdır.”³⁵

Dolayısıyla bir gazeteci meslek özellikleri sebebiyle topluma, haber sağladığı kişilere ve haber içeriğinde yer alan kişilere karşı sorumludur. Yukarıda belirtilen sınırlar çerçevesinde hareket imkanı sağlamalıdır. Basılı gazetelerde belli ölçüde de olsa bu etik kurallarla sağlanan bir denetim mekanizmasından söz edilebilir. Oysa kesin sayısı bilinemeyecek kadar çok internet sitesi bulunduğu ve bilgi akışı tarihte olmadığı kadar hızlı gerçekleştiği için internet gazeteciliğinde bu kadar etkin bir denetim mekanizması bulunmamaktadır. Bu denetimsizliğin etkileri, internet gazeteciliğinde özellikle görsel malzemelerin kullanımında ortaya çıkar. Basılı gazetecilikte görsel arşiv 'eski kütüphane kültürü'ne göre tasarlanıp kurulduğu ve güncel haberlerde de ya gazetenin foto muhabirlerinin ya da güvenilir haber ajanslarının ürettiği görsel malzemeler kullanıldığı için sayfa tasarımında kullanılacak görsel malzemeler konusunda en başından itibaren bir denetim söz konusudur. Oysa internetin 'hiperlinklere dayalı kültür'ünde bu unsurlar arama motorlarının insafına bırakılmaktadır. En önemli gazetecilik ilkelerinden biri olan tarafsız olma unsuru ise, internet gazeteciliğinde görsel kullanımında doğru görsel kullanım problemi ile aynı oranda deformasyona uğramaktadır. En önemli kitle iletişim aracı olan gazetelerin toplulukları yönlendiren nitelikteki görsel kullanımı gazetecilik etiğinin en önemli ayağının kırılma noktası olmaktadır.

Rekabet geleneksel gazeteler ile internet gazeteleri arasında sınırlı kalmamış internet gazetelerinin de kendi içlerinde bir yarış ortamı oluşturmuştur. İnternet gazeteciliğinin en önemli ayağı hızıdır. Haberi okura en hızlı şekilde ulaştırma çabası haber içeriklerinin gerçeklik ve doğruluğundan emin olmadan internet sayfalarında paylaşılması gibi gazetecilik etiğine son derece aykırı bir tutumun yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Ayrıca, gazete okuru, internet gazeteciliği ile beraber artık yalnızca pasif bir alıcı olmanın dışına çıkarak hem alıcı hem de kaynak olma vasfına erişmiştir. Okur, bir gazeteci gibi internet ortamında haber paylaşabilme imkanı kazanmıştır. Geleneksel gazetede işinin ehli, yetkili kişilerce ve denetimden geçen haber, internet çağında, yetkin olmayan kişilerce ve sorgulanmaksızın halka

³⁵ Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. “Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> [05.08.2018].

ulaşabilmektedir. Bu durum sonsuz sayıda haber ve “gazeteci” olmasının önünü açmakta ve bilginin niteliğinin çözülmesinde büyük bir rol oynamaktadır.

4.1. Gazetecilik Etiği Üzerine ‘Momo Oyunu’ Örneği

Dördüncü bölümde bahsi geçen problemlere yakın zamanda medyada WhatsApp uygulaması ile yayıldığı söylenen Momo adlı oyunun çocukları intihara sürüklediğine dair haberlerin dünya genelinde neredeyse tüm gazetelerin internet sitelerinde yayınlanması örnek olarak gösterilebilir.

Haberin, Arjantin’deki bir kız çocuğunun intiharı ile gündeme geldiği haber sitelerinde belirtilmektedir. 25 Temmuz 2018’de “Buenos Aires Times” gazetesinde yayımlanan intihar vakası ile ilişkilendirilen “Momo oyunu” haberi sonrasında polislerce durumun teyit edebilecek nitelikte bir veriye ulaşamamış olmasıyla sonuçlanmıştır.

Ardından “teyit.org” sitesinde “Medya uydurma oyun Momo’yu nasıl gerçeğe dönüştürdü” adlı yazıdan referansla 26 Temmuz 2018 tarihli “BBC Brezilya haberinde”³⁶ Meksika Bilgisayar Suçları Birimi tarafından “Momo oyunu” hakkında yapılan bir uyarıdan bahsetmesi üzerine kısa sürede tüm dünya basınında yer alarak Facebook ve sonrasında WhatsApp uygulaması üzerinden çocuklar için tehdit oluşturduğu fikrinin yayılmasına zemin oluşturmuştur. Bir süre gündem olan haber unutulmuştu derken, İngiltere’de yaşayan bir annenin, çocuğunun okulda bahsi geçen ‘Momo’ adlı oyundan annesine bahsetmesi ve annenin internetten bu oyunu araştırması sonucunda karşılaştığı haberler üzerine yerel bir “Facebook” sayfasında diğer anne-babaları uyaran bir mesaj yayınlamasıyla yeniden gündeme gelmiştir.

17 Şubat 2019 tarihli bu paylaşımın ardından “Manchester Evening News” gazetesi annenin uyarı mesajı ile beraber 27 Şubat’ta konu ile ilgili bir haber yayınlamıştır.³⁷ Ardından daha önce de hem yabancı basında hem de yerel basında yayımlanan “Momo” haberleri bir de “Meksika Siber Suçlar Polisi” tarafından “Twitter” hesabı üzerinden yapılan ‘oyuna katılmama’ uyarısı sonrası daha da ciddiye alınmış ve yayılmaya devam etmiş; “Manchester Evening News” gazetesinin paylaşımı ile bir tekrara dönüşerek yeniden gündeme gelmiştir. Bu sefer Meksika polisi gibi Kuzey İrlanda Polisi her ihtimale karşın halkı uyarınca durum daha da ciddi bir hal almıştır.

³⁶ <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410> [15.03.2019].

³⁷ <https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/mum-warning-momo-suicide-challenge-15861489> [15.03.2019].

2018 Temmuz’unda gündeme gelen haberlerin derlemesini yapan “teyit.org” internet sitesindeki “Medya uydurma oyun Momo’yu nasıl gerçeğe dönüştürdü”³⁸ başlıklı yazısında yabancı sitelerin hangi başlıklar altında konuya değindiğine ve kullanılan görselin arka planındaki gerçekliğe değinmektedir.

Yabancı internet sitelerinde “Buenos Aires Times”ın 25 Temmuz 2018 tarihli haber başlığı “Polis 12 yaşındaki kızın intiharıyla Momo WhatsApp terörü oyunu arasındaki ilişkiden şüpheleniyor”³⁹ görülürken, 21 Ağustos 2018’de “The Sun” internet sitesinde, “12 yaşındaki kızın esrarengiz ölümünden sonra Momo WhatsApp intihar oyunu uyarıları tetikleniyor”⁴⁰ başlıklı haberi yayınlanmıştır. “BBC Brasil” internet sitesinde ise, 26 Temmuz 2018 tarihinde “WhatsApp oyunu Momo nedir ve tehlikeleri nelerdir”⁴¹ başlıklı haberi görülmektedir. Türkiye’deki gazetelerin internet sitelerindeki manzaralar da pek farklılık göstermemektedir. Tüm ana akım gazeteler “Momo oyunu” hakkındaki haberi araştırmadan yayınlama furasına dahil olmaktadır. Aşağıda, arama motoruna “Momo oyunu nedir” yazıldığında haber sitelerinde yayınlanan haber başlıkları görülmektedir.

³⁸ <https://teyit.org/medya-uydurma-oyun-momoyu-nasil-gercege-donusturdu/> [15.03.2019].

³⁹ <http://www.batimes.com.ar/news/argentina/police-suspect-12-year-old-girls-suicide-linked-to-whatsapp-terror-game-momo.phtml> [15.03.2019].

⁴⁰ <https://www.thesun.co.uk/news/6922459/momo-whatsapp-suicide-challenge-parents-girl-death-argentina/> [15.03.2019].

⁴¹ <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410> [15.03.2019].

Momo oyunu çocukları nasıl etkiliyor? Uzmanlardan Momo uyarısı ...

<https://www.haberturk.com> > Sağlık ▼

1 gün önce - Eskiden bunu Mavi Balina adlı sözde **oyunda** gördük, şimdi de Latin Amerika'da ortaya çıkarak yayılan ve endişeye **neden** olan **Momo** isimli ...

Momo oyunu nedir? Momo tehlikeleri nelerdir? Aileler dikkat! - En Son ...

<https://www.sabah.com.tr> > Yaşam Haberleri ▼

3 gün önce - Bu oyunun ardından birçok ailenin çocukları için tehlike arz eden bir oyun daha ortaya çıktı. **Momo oyunu nedir?** Son dönemde dünyada ...

Momo oyunu nedir? Momo oyunu neden intihara sürüklüyor? - En Son ...

<https://www.sabah.com.tr> > Yaşam Haberleri ▼

6 gün önce - **Momo oyunu nedir?** Son zamanlarda Mavi Balina adlı oyun ile çok sayıda çocuğun ölümüne neden olan ve aileleri korkuya sürükleyen oyunlar ...

Momo oyunu nedir? Nasıl ortaya çıktı? WhatsApp'tan yayılan yeni ...

<https://www.sozcu.com.tr> > Bilim - Teknoloji ▼

1 Ağu 2018 - Başta WhatsApp kullanıcıları olmak üzere neredeyse tüm dünya **Momo oyunu nedir?** Momu nasıl bir oyun? gibi soruların yanıtını arıyor.

Momo oyunu nedir? Uyarı üstüne uyarı geliyor! - Teknolojiden Son ...

<https://www.sozcu.com.tr> > Bilim - Teknoloji ▼

7 Mar 2019 - Sosyal medyanın bir numaralı gündemlerinden biri olan **Momo Oyunu** hakkında birçok iddia ortaya atıldı. Buna göre; Momo sosyal medyada ...

Korkunç tehlike: Momo oyunu | İntihara sürükleyen Momo nedir ...

<https://www.cnnturk.com> > Yaşam ▼

Şekil 5: Google Arama Motoruna ‘Momo Oyunu Nedir’ Yazınca Çıkan Haber Başlıkları Görseli

https://www.google.com/search?q=momo+oyunu+nedir&rlz=1C1CHZL_trTR743TR743&oq=momo+oyunu+nedir&aqs=chrome..69i57.5118j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8
[15.03.19].

Tüm bunların yanında “Momo” adlı oyuna dair herhangi bir veri, bir kanıt yahut oyuna ulaşılabilen bir link bulunamamıştır. Ayrıca, polis ekiplerinin uyarı yapmalarını gerektiren bahsi geçen “Momo oyunu” ile ilgili mesajlaşma kaydı, “Momo”ya ait telefon kaydı ya da ekran görüntüsü bulunmamaktadır. Her ne kadar bazı sitelerde Japonya, Meksika ve Kolombiya ülkelerinin telefon uzantıları ile ilişkilendirilen yazışmalar iddiası yer alsa da kanıt oluşturacak bir yazışma bulunmuş değildir. Durumu araştıran bazı haber sitelerinde “Momo” adlı oyunun aldatmaca olduğuna dair haberler yayınlanmıştır. Bunlardan bazı gazeteler ve başlıkları şu şekildedir: “The Atlantic”, “Momo çocuklarınızı öldürmeye çalışmıyor”⁴²; “The

⁴² <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/02/momo-challenge-hoax/583825/>[15.03.2019].

Guardian”, “Momo uydurması: Okullar, polis ve medyaya viral oyunu beslemelerini durdurmaları söylendi”⁴³, “BBC News” ise, “Momo meydan okuma oyunu: Polis korkutucu oyuna karşı uyarıyor”⁴⁴ başlığıyla bir haber yayınlarken bir gün sonra haberde güncelleme yaparak “Momo meydan okuma oyunu: Bir aldatmacanın anatomisi” adlı bir makale yayınlamıştır. Türkiye’de ise “Evrensel gazetesi” internet sitesinde “Medya’nın Momo balonu ya da Momo ne değildir”⁴⁵ başlıklı haberi yayınlanmıştır. İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin “Dijital Medya ve Çocuk” adlı sitesinde 14 Mart 2019 tarihinde yayınlanan “Momo: Medya eliyle körüklenen panik”⁴⁶ adlı yazıda ise en güvenilir gazetelerden biri olarak bilinen BBC’nin dahi nasıl yanlış haber yayınladığına dair yazısına ulaşılabilmektedir. “Momo oyunu” hakkında yapılan tüm haberler de kullanılan görsel ise Japon heykeltıraş Keisuke Aiso tarafından yapılmış “Anne kuş” adlı heykelin görselidir.



Şekil 6: Heykeltıraş Keisuke Aiso’ya Ait ‘Anne Kuş’ Adlı Heykelin Görseli

<https://teyit.org/medya-uydurma-oyun-momoyu-nasil-gercege-donusturdu/> [15.03.19].

Aiso’ya ait Resim 3’te yer alan heykel, bir galeride, 2016 yılında sergilenmiştir. Sergiyi ziyaret edenlerce sosyal medyada paylaşılan heykel görseli “Reddit internet sitesi”nde de 2018 yılında yayınlanmış ve binlerce kişi tarafından beğenilmiştir. Sonrasında ise heykel görseli “Momo” adlı ölümcül oyunla bir şekilde bağdaştırılarak viral bir haber görseline dönüşmüştür. Heykeltıraş bu durumdan

⁴³ <https://www.theguardian.com/technology/2019/feb/28/schools-police-and-media-told-to-stop-promoting-momo-hoax>[15.03.2019].

⁴⁴ <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>[15.03.2019].

⁴⁵ <https://www.evrensel.net/haber/358395/medyanin-momo-balonu-ya-da-momo-ne-degildir>[15.03.2019].

⁴⁶ <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2019/03/14/momo-medya-eliyle-koruklenen-panik/>[15.03.2019].

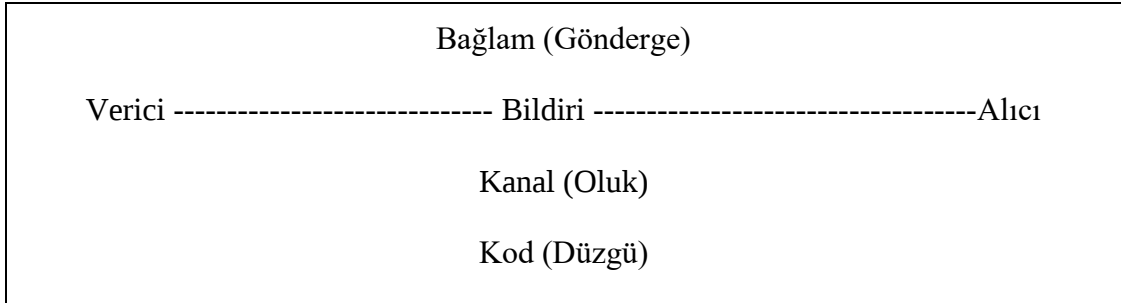
rahatsız olarak, tüm bunların son bulmasını istediği için heykeli yok ettiğini belirtmiştir.⁴⁷

Tüm bunların sonucunda, asılsız bir haberin neredeyse dünyadaki birçok uluslararası, ve ulusal gazetelerin internet sitelerinde yer alması, konu ile ilişiği olmayan bir heykelin haber görseli olarak kullanılması, gazeteciliğin gelmiş olduğu rekabetin ve araştırma yapılmaksızın halka servis edilen bilginin hangi noktada olduğunun en açık kanıtıdır.

⁴⁷ <https://www.webtekno.com/cocuklari-intihara-surukleyen-oyunun-simgesi-olan-momo-nun-yaraticisi-heykeli-yok-ettim-h64286.html> [15.03.2019].

5. GÖSTERGELER VE İLETİŞİM

Kitle iletişim araçlarından biri olan gazetecilik üzerine hem geleneksel hem de internet gazeteciliği hakkında yaşanan değişimi belirtmiştik. Bu bağlamda kitleler arasında var olan iletişimin ve bu araçların tanımı üzerine açıklama yapmak ortaya konan problemin çözümlenmesine katkı sağlayacaktır. İletişim, iki kişi veya çok daha fazla birey arasında söz, el-kol hareketleri, yazı veyahut görüntü vb. yöntemlerle gerçekleşen bilgi aktarımı olarak tanımlanabilir. “İletişim bilgi ve haberlerin karşılıklı bir değişimidir.”⁴⁸ Toplamların var olan ortak değerlerinin oluşabilmesi bu değerlerin kullanım alanının gerekliliğini de beraberinde getirir. İletişim söz konusu olduğunda göstergeler ortaya çıkar ve göstergelerin işlevi, bildiriler aracılığıyla düşünceleri iletmektir. Roman Jakobson’un yıllar önce dilsel iletişim üzerine yapmış olduğu şemaya bakmakta fayda vardır.



Şekil 7: Roman Jakobson’un İletişim Şeması

V. Doğan Günay, Alev F. Parsa, **Görsel Göstergebilim İmgelerin Anlamlandırılması**, (İstanbul: Es Yayınları, 2012), 11.

Şekil 4’te yer alan şemada dilsel iletişim için zorunlu olan altı öge belirtilmektedir. (Verici, Bildiri, Alıcı; Bağlam, Kanal, Kod) İlk olarak verici ile alıcı arasında birbirlerine iletilecek bir mesaj(bildiri) olmalıdır. Bu mesajın anlamlı bir bildiri olabilmesi için verici ile alıcı arasında ortak bir dile (koda) ve iletişim kanalına ihtiyaç duyulmaktadır. Son olarak da iletinin ulaştığı alıcının, vericinin göndermesine

⁴⁸ David Crowley, Paul Heyer, **İletişim Tarihi, Teknoloji, Kültür, Toplum**, 3. bs. çev. Berkay Ersöz, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2014, 18.

eşdeğer yahut benzer bir argümana, bilgiye sahip olması gereklidir ki ileti anlamlı olabilsin. Bu bağlamda iletişim şemasında yer alan her adım önem arz etmektedir, bununla beraber anlamlandırma söz konusu olduğunda gönderge önem sırasında ilk yeri almakta denilebilmektedir. “Toplumların birlikte yaşamaları için bazı ortak değerlerden söz edilir. İşte gönderge dediğimiz şey, toplumlara ait ortak değerlerin bulunduğu kısmı belirtir.”⁴⁹ Doğan Günay, bunun üzerine şu örneği vermektedir; Türkçe konuşuyor olabilirsiniz ama ‘ne yazık ki’ kavramının hangi anlamda ve nerede kullanılacağını bilmiyorsanız ilgili kelimeyi bilmenizin pek de bir faydası olmayacaktır.

Gösterge, “kendi dışında bir şeyi temsil eden ve temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb.”⁵⁰ olarak tanımlanmaktadır. İşaretler, simgeler, sözcükler, vb. her şey gösterge olarak belirtilmektedir. Dolayısıyla toplumda kullanılan her göstergenin bir anlamı ve de kullanım yeri vardır; bir sözcüğü bilmekten ziyade kullanıldığı yeri bilmek çok daha önemlidir ve bu durum gönderge kavramını belirtmektedir. Dolayısıyla verici ile alıcı arasındaki iletişimin anlamlı olma kıstası vericinin sahip olduğu entelektüellik durumunun alıcıda eşit ya da yakın olmasına bağlıdır. Dolayısıyla göstergelerle çevrili olduğumuz yeryüzünde, “göstergelerin doğru bir biçimde algılanması ve yorumlanması da bir bakıma eğitimle, deneyimle ve de toplumsal olmakla ilgilidir.”⁵¹ Göstergebilim bu bağlamda, iletişim aracı olan göstergeleri anlamlandırma yolunda kullanılan kendi içinde tutarlılığa sahip olması beklenen bir yöntem bilimidir.

Tablo 5’te yer alan tabloda toplumdaki her türlü iletişimde kullanılan gösterge türleri belirtilmektedir. Göstergeler insanlar tarafından iletişim kurabilmek için gerek sesli, yazılı gerekse de görüntüsel olarak üretilmiş araçlardır. Günay ve Parsa, iletişim kurabilmek için yalnızca dilsel yöntemden bahsetmek yanlış olacaktır der ve kimi insan kendini ifade etme aracı olarak yazınsal yahut görüntüsel yöntemi tercih edebilir ve bu yöntemle kendini daha rahat hissedebilmektedir diye belirtmektedir. Bu nedenledir ki, herkes kendini farklı türden göstergeler kullanarak iletişim kurabilmektedirler. Sesli ve de sözel olmayan iletişim türünde ortaya konan davranış, sakal bırakma tercihi, kıyafetler, kullanılan eşyalar, mimikler, resim, fotoğraf, reklam

⁴⁹ V. Doğan Günay, Alev F. Parsa, **Görsel Göstergebilim İmgelerin Anlamlandırılması**, İstanbul: Es Yayınları, 2012, 12.

⁵⁰ Mehmet Rifat, **Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü**, İstanbul: Alfa, 2018, 124.

⁵¹ Günay, Parsa, **age**, 13.

afiş vs. her biri birer göstergedir ve toplum içinde bir anlam ifade etmektedir. Bu çalışmada, haber fotoğrafları üzerinden yapılan çözümleme doğrultusunda odaklanılacak iletişim yöntemi sesli ve sözel olmayan iletişim türüdür.

Tablo 5: Her Türü İletişimde Kullanılan Gösterge Türleri

Sesli – Sözel	Sesli – Sözel değil	Sesli değil – Sözel	Sesli değil – Sözel Değil
Sesbilimsel sözcükler	Titreleme, sesin niteliği, debdebe	Yazılı sözcük, grafiksel yazı	Yüz anlatımı, el-kol hareketleri, davranış, simgeler, görüntüsel göstergeler

V. Doğan Günay, Alev F. Parsa, **Görsel Göstergebilim İmgelerin Anlamlandırılması**, (İstanbul: Es Yayınları, 2012), 13'den uyarlanmıştır.

5.1. İletişimde Dil

Sesli ve sözel olmayan iletişim türü başlığı altında yer alan göstergeleri incelemekten önce diğer tüm iletişim kademelerinde yer alan dil ile ilgili konu başlığına değinmekte fayda vardır. Dil, sesle ifade edildiğinde sesli bir iletişim aracı iken yazı dilinde, sözcüklerle ifade de sözel bir iletişim aracı olarak sınıflandırılmaktadır.

Dil, Türk Dil Kurumu'nun sözlük tanımında şu şekilde belirtilmektedir: “İnsanların düşündüklerini ve duyduklarını bildirmek için kelimelerle veya işaretlerle yaptıkları anlaşma.”⁵² Saussure ise dili şu şekilde tanımlar: “Dil, tek tek bireyleri değil, bütün toplumu ilgilendiren bireyüstü bir dizgedir, bir soyutlamadır, bir toplumsal kurumdur. İnsanlar arasında iletişimin kurulması böyle bir dizgenin var olmasına bağlıdır.”⁵³ Ernst Fischer, Sanatın Gerekliliği adlı kitabında dilden bahsederken hayvanların birbirine bildirecekleri şeyin az olduğunu ve iletişim biçimlerinin tehlike anında, çiftleşme vb. zamanlarda içgüdüsel olarak ilkel birtakım işaretlerle olduğunu belirtir. Bununla beraber Fischer, ilk insanların çalışma esnasında, -canlıların birbirlerine söyleyecekleri bir şeyler olacağından- araçların ortaya çıkması ile

⁵²http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c8c03f7c55428.43965563 [15.03.19].

⁵³ Rifat, **age**, 88,89.

beraber dilin de bu vesile ile oluştuğunu söylemektedir. “Bir anlatım aracı olmaktan çok bir bildirişme aracıdır dil. İnsan yavaş yavaş nesnelerle kendi arasında bir yakınlık kurmuş, bu nesnelerin doğadaki seslerine öykünerek onlara doğadan alınma adlar vermiştir”⁵⁴ Dolayısıyla Fisher dilin araçlar vasıtasıyla ihtiyaçtan gelen bir gereksinmeyle doğduğunu ve geliştiğini vurgular.

Bir diğer yandan Akerson, Göstergebilime Giriş adlı kitabında, insanın dili öğrenme aşamalarını açıklarken insanların ilk olarak nesne ile sözcük arasında bir bağlantı kurduğunu ve böylece nesne yokken de hakkında konuşabilmeyi sağladığını dile getirir. Bu vesile ile soyutlama yapılmış demektir. Yapılan soyutlama ile nesneler yokken de zihnimize oluşturabilmemize yani onları düşünebilmemize ve başkalarına bahsedilebilmemize katkı sağlamaktadır. Bu durum geçmiş, şu anı, geleceği konuşabilmeyi, bilgiyi aktarabilmeyi ve tartışabilmeyi doğurmaktadır. Dolayısıyla insanlar arasındaki iletişimin temel direğini oluşturmaktadır. Fischer ise, nesneler ve sözcükler arasındaki ilişkiyi bir balta örneğiyle tarif etmektedir. İnsanlık, tarih boyunca kendine yarar sağlayan araçların sürekli tekrarını yapagelmıştır. Bunun bir örneği de baltadır. İnsanlar ilk balta yapımından sonra birçok balta yapmıştır, hepsi aynı işe yarar ve işlevleri bakımından da birbirlerinin aynısıdır. Fischer var olan birçok baltaya karşılık gerçekte yalnızca bir balta olduğunu söyler; insan, baltaların hepsinin ortak niteliğini, ‘balta olma niteliğini’ soyutlayarak balta kavramını bulmuştur. Böylelikle araçlar vasıtasıyla soyutlamanın, yani kavramların oluşturulduğunu belirtmektedir. Bu tasvir, bize dilin oluşum sürecini ve göstergelerin dil ile ilişkisine de çok güzel bir örnektir.

Dolayısıyla insan, nesneler vasıtasıyla oluşturdukları sesler ve de sözcükler ile iletişim kapısını aralayabilmiştir. İletişimin sağlıklı gerçekleşebilmesi, kullanılması kabul görülen kavramların (dilin) toplum tarafından ortak verilen karar ile gerçekleşebildiği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu bilgiler doğrultusunda Barthes, basın fotoğrafçılığı ile ilgili kaleme aldığı ‘The Photographic Message’ adlı makalede şunları söyler:

“Basın fotoğrafı bir mesajdır. Genel olarak dikkate alınan bu mesaj bir yayım kaynağı, bir iletişim kanalı ve bir alımlama noktası üzerine kuruludur. Yayımın kaynağı, gazete çalışanıdır, fotoğrafı çeken seçen, oluşturan ve işleyen bir grup teknisyendir diğerleri ise, sonucunda bir altyazı, bir başlık ve bir röportaj verirler. Alımlama noktası, gazeteyi okuyan halktır. İletişim kanalına gelince, bu gazetenin kendisidir ya da açık olarak, röportaj, altyazı,

⁵⁴ Ernst Fischer, **Sanatın Gerekliği**, çev. Cevat Çapan, Ankara: Kuzey Yayınları, 1985, 23,24.

başlık, tasarım ve çok fazla ‘bilgilendirici’ olmayacak şekilde bir özetle beraber oluşturulmuş merkeze alınmış ve çepeçevre sarılmış olarak fotoğrafla karmaşık eş zamanlı mesajlardır.”⁵⁵

5.2. Kodlar ve Gelenekler

İletişimde verici ile alıcı arasında mesajı iletirken kullanılan her türlü nesne, simge, imge için kullanılan ‘dil’ koddur. Graeme Burton, ‘Görünenden Fazlası’ adlı kitabında kodlar için göstergelerin konuşma, yazı, resim gibi belirli şekillerde toplanmış formuna dendiğini ifade etmektedir ve devam eder, kodların nasıl bir arada tutulduğu, nerede, nasıl kullanıldıkları ve nasıl anlaşılacaklarının yazılı bir kural çerçevesinde olmaksızın bir varlık alanına sahip olduklarından bahseder. İnsan, sosyal bir varlıktır. Dolayısıyla iletişim söz konusu olduğunda salt bir insan üzerinden bu kavramı ele almak mümkün değildir nitekim iletişim iki veya daha fazla kişi arasında gerçekleşebilen bir durumdur. Böylelikle iletişim, kod, gelenek gibi kavramlar ancak toplumlarla var olabilecektir. Toplumların kuşaktan kuşağa aktardıkları kültürler, deneyim ve bilgiler, alışkanlıklar gelenek olarak tanımlanmaktadır. Geleneklerin toplumların özelinde ciddi yaptırım gücü de vardır. Toplumsallaşma sürecinde gelenekler aracılığıyla bireylere verilmiş olan kuralların varlığı kişilerce pek de fark edilmezler. Kişilere doğal geldiğinden, iletişim sürecinde görünmez olurlar. İletişimde kullanılan kodlar geleneklerle örtüşmelidir. Aksi takdirde kod anlamsızlaşır ve iletişim gerçekleşmez. Kullanılan tüm göstergeler hayata dair ve tanıdık olmak zorundadır. Kodların ve geleneklerin birleşimi ile anlam oluşmaktadır. Örneğin, bir sinema filminde karşı cinsten iki kişi arasında bakışmaların olması, kameranın önce erkeğin bakışını yakın plan ardından kadının bakışlarını yakın plan izleyiciye göstermesi, kişiler arasında duygusal bir ilişkinin varlığına yahut olacağına işaret eder. Ayrıca Burton ikincil kodlardan bahseder. Kod içinde kodlar olabilir ve bizler bu ikincil kodları sonradan öğrenebiliriz ve bu ikincil kodların da gelenekler yoluyla inşa edildiğini belirtmektedir. Yazılı yahut görsel medyalar, özellikle televizyon kendi içinde ikincil kodlara sahiptir. “Örneğin, bir futbol maçında atılan golün hemen sonra tekrar gösterilmesine çok alıştık. Bu insanların görmediklerinde rahatsız oldukları ve naklen yayınlanan bir maçta da olmasını bekledikleri bir gelenek gibidir.”⁵⁶ Medya iletişim sürecinde göstergeler ve kodlar aracılığıyla alıcıya ulaşır ve tüm bunlar iletilenin nasıl anlaşılacağına dair

⁵⁵ Roland Barthes, A Barthes Reader, ‘The Photographic Message’, ed. Susan Sontag, New York: Hill and Wang, 1977, 194.

⁵⁶ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası**, çev. Nefin Dinç, İstanbul: Alan Yayıncılık, 2008, 42.

bizlere bilgi verir. Göstergeler ve kodları bir arada tutan ise geleneklerdir. Son olarak Burton şu örneği verir, tipik bir kadın dergisinde gülümseyen bir kadın (sözsüz kod), dergi kapağında tam merkezdedir (resimsel kod), ve içerikteki yazıların başlıkları kadın yüzünün çevresine yerleştirilmiştir (dergi ikincil kodu). Tüm bunların bizi götürdüğü sonuç: “Bu kadınlar için hazırlanmış bir dergidir, bu kapağa dikkat edin, mutlu olun, derginin içindekileri okuyun, bunlar kadınların ilgilendikleri / ilgilenmek zorunda oldukları konulardır.”⁵⁷ Sesli ve sözel olmayan iletişim türüne verilebilecek oldukça iyi bir örnektir.

5.2.1 Fotografik Kodlar

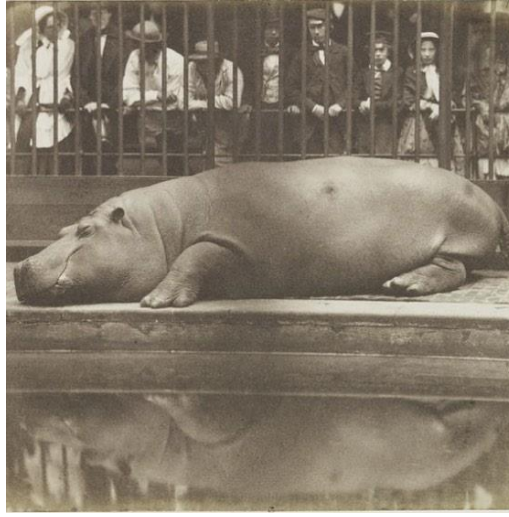
Bir dilin kullanılabilmesi ve anlaşılabilmesi için göndericinin ve alıcının kullanılan ‘kod’un ne anlama geldiğini ve nerede kullanacağını bilmesi gerekliliğinden bahsetmiştik. Fotoğrafta da bu durum geçerliliği bir farkla korumaktadır. Sözel ve yazılı iletişimden farklı olarak dil dışı iletişim türü olan fotoğrafta bu kod materyalleri izleyicinin üzerine düşünmeyeceği biçimde belli şekillerde konumlandırılmaktadırlar.

Örneğin, fotoğrafta odak, bir şeyin önemine, önceliğine vurgu yapmak amacıyla kullanılmaktadır. Odak noktası ile fotoğraftaki diğer öğeler arka plana atılmış olunur ve demek istenen ‘buna bak’tır. Bunu uygulamanın birden fazla farklı yöntemi vardır. Bunlardan biri alan derinliği ile yapılabilir. Fotoğrafta alan derinliği, görselin belli bir alanının net, gösterilmek istenen alanın dışında kalan kısmın ise bulanık olması durumudur. Altın oran uygulanarak yahut odak tam merkeze konumlandırılarak yapılabilir. Kompozisyon kurallarından biri olan altın oran ise, gösterilmek istenen odak noktasının kompozisyonda, çerçevenin üçte birine denk gelecek bir noktaya konumlandırılması ile gerçekleşmektedir. Yahut farklı ışık kullanımları ile vurgulanabilmektedir. Ayrıca farklı fotoğraf türleri farklı kod birleşimlerini vurgulama eğilimindedir diyen David Bate, bunu ‘Fotoğraf: Anahtar Kavramlar’ adlı kitabında şu örnekle açıklar:

⁵⁷ age, 43.

“Portre örneğinde tanıma kodları çok önemlidir; çünkü yüz, fotoğrafı çekilen kişinin karakterini anlamak için, kilit pozisyonda durmaktadır... Portrenin kullanımı, yüz ifadesi uylaşımlarının her birinin anlamını bir diğerine borçlu olduğu kullanımlarına bağlıdır.”⁵⁸

Bate, ışık kullanımı için de tiyatrodan, sinema ve resimde, gündelik hayatta kültürel olarak kodlandığını belirtir. Örneğin, ‘üstten gelen ışık’ başka bir dünyaya ait bir varlığın (meleklerle özgü) masumiyetini temsil ederken, ışığın tersten geldiğinde ‘büyülü’ (gizemli) bir etkisi olduğundan, ‘alttan gelen ışık’ta ise, portrede ‘şeytansı’ gölgeli bir yüz elde edileceğinden bahsetmektedir. Örneklerden de anlaşılacağı üzere bu tarifte sunulan görsellerin anlamlandırmasındaki ortak veri içkin bir kodlamanın olmasının getirisiidir.



Şekil 8: Count de Montizon (Juan Carlos Maria Isidro de Borbon, 1882-87), Regent Parkı, Hayvanat Bahçesi’ndeki Hipopotam, Londra, 1852.

Bate, D., Fotoğraf: Anahtar Kelimeler, çev. Bahar Şimşek, Ankara: De ki Basım Yayım, 2011, 42.

Fotoğraf karesinin izleyiciye orda olduğu hissini vermesi, gerçeklik payının getirisiidir. Beraberinde salt gerçeklik olarak sunulan perspektifin fotoğrafçı tarafından seçili bir karenin, kendi inisiyatifinde izleyiciye sunması gerçeklik kısmını kırar niteliktedir. Anın, öncesi ve sonrası yoktur; sunulan karede hareket imkanı yoktur. ‘Ben’in olmadığı bir mekanda fotoğraf makinesinin perspektifi ile özdeşleşmenin ürünüdür. “Yani fotoğrafçının yaptığı gerçekliği göstermek değil

⁵⁸ David Bate, **Fotoğraf: Anahtar Kavramlar**, çev. Bahar Şimşek, Ankara: De ki Basım Yayım, 2011, 57, 58.

fotoğraf makinesi aracılığıyla belli öğeleri –dünya üzerindeki şeyler- ve hatta orada olma hissimizi retorik bir argüman içinde düzenlemektedir.”⁵⁹ Bir nevi ikna etmedir.

David Bate’in yukarıda yer alan görsel incelemesine göre, merkeze konumlandırılan, önde ve en büyük alanı kaplayan ‘şey’ olarak odak noktası hipopotamdır. Bakış açısı bu amaca hizmet etmesi için hipopotama bakıyormuş şeklinde konumlandırılmıştır. Ayrıca Bate, kadrajlama biçiminin kafesin dışında olan insanlara karşın, hipopotam ile beraber kafesin içindeymiş hissiyatını verdiğini belirtir. Belki de fotoğrafçı da diğer insanlar gibi kafesin dışarısında ve parmaklıkların ardından fotoğrafı çekmiştir fakat Bate odaklanılması gerekenin nasıl çekildiğinden ziyade izleyici olarak konumun kafesin içindeymiş hissi oluşturmaktadır der. İzleyici olarak hipopotama yakınlığımız ile kafesin dışındaki insanların mesafesi birbirine zıtlık oluşturmaktadır. Ayrıca ‘orada olmayan bizlerin’ konumu diğerlerine nazaran ayrıcalıklı bir manzaradır.

Bir diğer yandan fotoğraf karesindeki hipopotam önde yatarken seyir halindeki insanlar ayakta. Kadrajda yatay ve dikey çizgilerle bir karşıtlık oluşturulmuştur. Bir diğer karşıtlık ise hipopotamın cüssesinin insanlardan daha büyük oluşudur. Hipopotam yatar pozisyonda uyur haldeyken insanlar ayakta ve uyanıktırlar. Bate, görseldeki hayvan ile insan arasındaki karşıtlığı şu şekilde sıralar: İri / ufak, yere uzanmış / ayakta duran, uykulu / uyanık, içeride / dışarıda.

Bu kısma kadar var olan fotografik verinin kodları betimlenmiş oldu. Kodlarının anlamlarının detaylı olarak ortaya çıkarılması bir sonraki bölümlerde yer alan düzanlam ve yananlam kısmında açıklanacaktır.

⁵⁹ age, 62.

6. DİLBİLİM VE GÖSTERGEBİLİM

6.1. Dilbilim

Rifat, XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları adlı kitabında yer alan, Ferdinand de Saussure'un yazmış olduğu 'Genel Dilbilim Dersleri'nden yapılan alıntıda dil olgusu çevresinde oluşan yargıların üç evreden geçtiğini belirtmektedir. İlk olarak 'dilbilgisi' başlığı altında çalışmalar yapılmıştır; sonrasında filoloji ortaya çıkmıştır ve son evre olan üçüncü kısımda ise dillerin birbiri ile karşılaştırılabileceğinin fark edilmesi ile 'karşılaştırmalı filoloji'nin kökeni oluşturulmuştur. Bu alandaki ilk örnek olarak 1875 yılında kaleme alınan 'The Life of Language (Dilin Yaşamı)'dır. Dilbilimin görevi ise şu şekilde sıralanmaktadır:

“Ulaşabileceği bütün dillerin betimlemesini yapmak ve tarihini incelemek.(...)”

Bütün dillerde sürekli ve evrensel bir biçimde etkisi görülen güçleri araştırmak ve tarihin bütün özel olgularını bağlayabileceğimiz genel yasaları ortaya çıkarmak,

Kendi sınırlarını belirlemek ve kendi kendini tanımlamak.”⁶⁰

Bir diğer anlamda, doğal dillerin ve dilyetisinin bilimsel olarak incelenmesidir. Dilyetisi Saussure'a göre, “toplumsal dizge olarak dil ile bireysel edim olarak sözün bütünü; ya da iletişim dilbilimi açısından, kod ile dilsel bildirilerin bütünüdür.”⁶¹

Dilbilim başka alanlara katkı sağladığı gibi diğer alanlardan da beslenmiştir ve zamanla yeni araştırma alanları doğmuştur; bunlardan birkaçı, toplumdilbilim, ruhdilbilim, uygulamalı dilbilim, metindilbilim, Avrupa'da gelişen yapısal dilbilim ve Amerika'da üretici-dönüşümsel dilbilim örnek olarak gösterilebilmektedir. Dilbilim üzerine çalışmaları olan en önemli isimler şu şekilde sıralanabilmektedir: Roman Jakobson, Louis Hjelmslev, Andre Martinet, Noam Chomsky, Lucien Tesniere, Emile Benveniste, Thomas Sebeok, Teun Van Dijk vs. Genel olarak dilbilim Ferdinand de Saussure'den bu yana göstergebilimin bir alt bölümü olarak

⁶⁰ Mehmet Rifat, XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları-2, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2014, 21.

⁶¹ Rifat, age, 2018a, 91.

kabul görmektedir. 1907 ve 1911 yıllarında vermiş olduğu derslerde, Saussure, dil ve gösterge üzerine teorisini geliştirmiştir.

“Prag Dilbilim Çevresi’nden Jakobson ve Troubetzkoy, Saussure’ün araştırmalarını yaygınlaştırmış, Kopenhag Dilbilim Çevresi’nden Hjelmslev dizgeleştirmiş, Benveniste söyleme uygulamış, Barthes anlaşılabilir bir dile indirgemiş ve nihayet Greimas da göstergebilimi oluşturmada kuram ve yöntem olarak kullanmıştır.”⁶²

Dil kavramları ifade etmek için kullanılan bir göstergeler dizgesidir. “Bu özelliğiyle de yazıyla, sağır-dilsiz alfabetiyle, simgesel törenlerle, incelik belirten davranış biçimleriyle, askerlerin kullandığı işaretlerle, vb., karşılaştırılabilir.”⁶³ Saussure tüm bunların içinde en önemlisi olarak ‘dil’i görür. Dilin göstergeleri üzerine yapılan çalışmalar beraberinde dili de içine alarak, birçok alana etki gösterecek ve göstergelerin bilimine ön ayak olacaktır. Kıran, göstergebilim için, durduk yere ortaya çıkmadığını belirtir ve ekler: “Özellikle XX. Yüzyılda gelişen ve anlam sorunlarını çözümlemeye yönelik üç toplumbilim disiplinden kaynaklanmıştır. Bunlar, dilbilim, toplumsal antropoloji ve bilgi kuramıdır.”⁶⁴ Konuyu daraltmak adına üzerinde durulan ana başlıklar dilbilim ve göstergebilim üzerine olacaktır.

6.1.1. Ferdinand de Saussure (1857 – 1913)

“Saussure’a göre dil, göstergelerden oluşmuş bir dizgedir ve bu dizge, insanlar arası iletişimi sağlar.”⁶⁵ Saussure dil sorununu, anlam sorunu ile genişleterek, dili yalnızca biçimsel olarak değil anlamsal olarak da çözümleme yoluna gitmiştir. Biçim ve anlam dizgelerini gösteren ve gösterilen olarak şemalaştırmıştır. Ayrıca, Saussure dilin rastlantısal olarak art arda gelmediğini ve kendi içinde bir yapı oluşturduğunu dile getirmektedir. “Dilsel yapı, bu yapıyı oluşturan öğelerden, onlar arasındaki ilişkilerden ve bu öğelerin bütünle olan belirli bağlantılarından ortaya çıkar. Buradan hareketle, Saussure yapısalcı bir düşünür olarak nitelendirilir.”⁶⁶ Saussure’un dili yapısal olarak çözümlerken kullandığı yöntem -yukarıda da bahsi geçen- gösteren ve gösterilen ilişkisidir bunların toplamı bizi göstergeye ulaştırır. Ayrıca dilbilimsel göstergenin buyrutusal olduğundan bahseder yani dilde olan gösteren ve gösterilen ilişkisinin nedensiz ve doğal olmadığını vurgulamaktadır. Gösteren araçtır, gösterilen de anlam, bunların toplamı olan gösterge ise, anlatılmak istenenin temsilidir. “Bir

⁶² Ayşe Eziler Kıran, Dilbilim-Göstergebilim İlişkisi, **Dilbilim Araştırmaları Dergisi**, 1990, 51.

⁶³ Rifat, **age**, 2014, 235.

⁶⁴ Kıran, **age**, 1990, 51.

⁶⁵ Fatma E. Akerson, **Göstergebilime Giriş**, Ankara: Multilingual, 2005, 60.

⁶⁶ Önal Sayın, **Göstergebilim ve Sosyoloji**, Ankara: Anı Yayıncılık, 2014, 46.

dilde, gösterilenlerle gösterenleri arasındaki ilişkiyi bilmek o dilin şifresini bilmektir... Şifrenin neden-sonuç ilişkilerine bağlı bir zorunluluk olmadığı, uzlaşma, seçime bağlı bir saptama olması nedensizlik ilkesidir.”⁶⁷

Saussure şöyle ifade etmektedir: “Göstergeden bir gösterenin bir gösterilene çağrıştırmamasından kaynaklanan bütünü anladığımıza göre, göstereni gösterilene bağlayan bağ buyrutusaldır. Çok basit bir biçimde şöyle diyebiliriz: Dilbilimsel gösterge buyrutusaldır.”⁶⁸ Bir örnek vermek gerekirse, Türkçede örgün eğitim alan kişi için ‘öğrenci’ kelimesini kullanırken, İngilizcede ‘student’, Fransızcada ‘etudiant’ şeklinde söylenir. Örgün eğitim alan bir birey için kullanılan farklı dillerdeki ‘öğrenci, student, etudiant’ sözcükleri, farklı sesler arasında hiçbir şekilde bir neden-sonuç ilişkisi yoktur. O nedenle ki kavramlara verilen adlar buyrutusaldır. Dilin bir diğer yanı ise, artzamanlılık ve eşzamanlılıktır. Saussure daha çok artzamanlılık ile ilgilenmiştir. Dildeki eş zamanlılık, belirli bir zaman diliminde belirli bir dili kullanan topluluktaki dilin aşamalarını kapsarken, artzamanlılık ise, dilin aşamalarında zaman içerisinde yaşanan değişimler ile ilgilenmektedir.

Bir dilbilimci olan Saussure’un dil üzerine yapmış olduğu yapısal çözümlemeler sonrasında dil ve dil dışı tüm göstergesel çözümlemelere uygulanacaktır.

6.1.2. Dil ve Söz

Saussure, ‘dil’i bireyüstü bir dizge olarak konumlandırıp bir soyutlama ve toplumsal bir kurum şeklinde belirtmektedir; ‘söz’ü ise dilin somut kullanım yanı olarak dile getirir ve bireyden bireye değişkenlik gösteren bireysel bir özellik taşıdığını vurgulamaktadır. Dil toplumsaldır, söz ise bireyseldir. “Dil, sözün aynı zamanda hem ürünü hem de aracıdır.”⁶⁹

Dili “birey tek başına ne yaratabilir, ne de değiştirebilir. Özü bakımından, ortaklaşa bir sözleşmedir, bildirişim kurmak istenirse buna tümüyle uymak gerekir; üstelik bu toplumsal ürün, kuralları olan bir oyun gibi özerktir, çünkü ancak öğrenildikten sonra kullanılabilir.”⁷⁰

Dilin dışında sözün olamayacağı gibi dil içerisinde söz olmaması imkansızdır. Dolayısıyla dil ve söz arasında diyalektik bir bağ vardır. Dilin incelenebilmesi için

⁶⁷ Akerson, **age**, 96.

⁶⁸ Ferdinand de Saussure, **Cours De Linguistique Generale**, Paris: Payot, 1973, 100.

⁶⁹ Roland Barthes, **Elements of Semiology**, New York: Hill & Wang, 1986, 16.

⁷⁰ Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018, 31.

önce sözün incelenmesi gerekmektedir. “Tarihsel bakımdan, söz olguları her zaman dil olgularından daha önce ortaya çıkar (dilin evrimini sağlayan sözdür); oluşum bakımındansa, dil bireyde, çevresindeki sözün öğrenilmesiyle belirir.”⁷¹

6.2. Göstergebilim

6.2.1. Göstergebilimin Tarihçesi

Reel hayatta göstergelerle çevrili olunduğu aşıkardır. Bu durum hiperlinkler dünyasında da bir değişikliğe uğramaz. Bu nedenledir ki, internette maruz kalınan bilgi karmaşası ile beraber görsellerin incelenebilmesi için öncelikle bu kavramın, ‘göstergenin’ nereden geldiğini ve tarihsel boyutunu incelemekte fayda vardır. Göstergebilim, bir diğer adıyla göstergeler kuramı yahut öğretisi olarak da ifade edilmektedir. Eskiçağdan itibaren, ilk olarak dilsel göstergeler olmak üzere özellikle tıpta hastalık belirtilerini tanımlamak için kullanılmıştır.

Platon’un, duyularla algılanan gerçeklikler ile idealar arasındaki söylemi göstergelere işaret eder. Platon, duyularla algılanan dünyayı yanıltıcı bulurken varlıkların ardındaki aslolan gerçeğe (ideaya) ulaşmanın akıl yolu ile olacağını vurgulamaktadır. Aristoteles ise, göstergeler için şöyle der; “Yazılı kayıtlar, söylenen, telaffuz edilen seslerin simgeleridir. Söylenen sesler de (öncelikle), zihnimizdeki izlenimlerin göstergeleri ve simgeleridir. Zihnimizdeki izlenimler ise gerçek şeylerin yansımalarıdır.”⁷² Ayrıca, Yorum Üzerine kitabında ise; “Bir ad, söylenen bir sestir, bir şeye gönderme yapması, uzlaşma bağlıdır... Uzlaşım diyorum, çünkü hiçbir ad, doğası gereği bir şeyin adı olmaz, ancak bir şeyin simgesi olursa, ad olur.”⁷³ cümlesi oldukça etkileyicidir.

“Göstergeler öğretisi, Stoacılarla birlikte özellikle dil ve mantık alanındaki araştırmalarda ortaya çıkmış, öte yandan Yunanlı hekim Galenos da hastalık belirtilerinin incelenmesi alanında ‘semeiotike’ terimini kullanmıştır. Ortaçağ’da skolastik felsefeciler ‘anamlama biçimleri’ ile ilgilenmişler, içerik ile biçim arasındaki ilişki üzerinde durmuşlardır.”⁷⁴

Dolayısıyla, göstergeler, anlamlandırmaların sonucudur ve her göstergenin bir anlamı vardır. Göstergebilim ise, anlamın ve anlamlamanın belirli bir bilimsel yöntem çerçevesinde deşifre edilmesi hali olarak tanımlanabilir. Bir bakıma göstergelerle çevrili evrende insanın evreni anlamlandırma sürecini kapsamaktadır.

⁷¹ age, 32.

⁷² Akerson, age, 54.

⁷³ Aristoteles, *Peri Hermenias (Yorum Üzerine)*, çev. Saffet Babür, İstanbul: İmge Kitabevi, 2000.

⁷⁴ Rifat, age, 2018a, 126.

Bu doğrultuda göstergebilim birçok kuram, yöntem ve yaklaşımdan yararlanmıştır: Fenomonoloji, yapısalcılık, diyalektik vb.

Mehmet Rifat, XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları adlı kitabında, göstergeler öğretisinin 19. yy.'da John Locke ve Johann Heinrich Lambert vesilesiyle yeniden gündeme taşındığını belirtir.⁷⁵ John Locke'un, 'mantık' olarak adlandırdığı göstergeler öğretisi anlamını taşıyan semeiotike'ye yer verdiği ve bu öğretinin amacının zihnin şeyleri anlamak ve bilgileri başkalarına aktarmak için kullanıldığı göstergelerin niteliği hakkında bir inceleme yaptığını ifade eder. Lambert ise, gösterge öğretisini, dilsel göstergelerin dışına taşıyarak, müzik, amblem, arma, tören gibi unsurları da gösterge öğretisi incelemelerinin içine dahil eder.⁷⁶

Çağdaş göstergebilimin öncüsü hatta kurucuları olarak, karşımıza Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce çıkar. Biri Amerika Birleşik Devletleri'nde bir diğeri Avrupa'da birbirinden habersiz eşzamanlı olarak göstergebilim çalışmaları ortaya koyarlar. Saussure, bir dilbilimcidir ve göstergebilim için ileride kurulacak bir bilim dalı olarak bahsetmektedir, "...göstergelerin, toplum içindeki yaşamını inceleyecek bir bilim tasarlanabilir; bu bilim toplumsal ruhbilimin, dolayısıyla genel ruhbilimin bir bölümünü oluşturacaktır; biz bu bilimi göstergebilim olarak adlandıracamız."⁷⁷ der. İletişim için ise, gösterge sistemlerine dayandığını ve mors alfabesinin, işaret dilinin, alfabelerin, edebiyatın vs. göstergebilimin çatısı altında izlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Peirce ise, göstergebilim için 'mantık'ın bir diğeri adıdır der ve hemen hemen her türden olguyu dahil ederek dilsel ve dildışı göstergeleri incelerken sınıflandırarak, göstergebilimi üç kademe inceler: salt dilbilgisi, mantık, salt retorik. "Peirce'e göre, göstergeler ve gösterge olmayan şeyler kesinkes birbirinden ayrılacak iki küme olarak görülemez, evren tümüyle göstergelerden ibaret olmasa da bizim açımızdan, göstergelerle sık bir şekilde dokunmuştur."⁷⁸ Peirce, sınırsız bir göstergeler zincirinden bahsetmektedir. Dolayısıyla, göstergebilimi, tüm yaşam alanlarını kapsayıcı evrensel nitelikte bir bilim dalı sayar ve tüm bilimlere ve uğraş alanlarına bu gözle bakmanın mümkün ve de gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Geniş kapsamlı bir gösterge sınıflandırmasına girişen Peirce altmış altı öğeden oluşan zengin bir terimsel dizi meydana getirir ve bu

⁷⁵ Mehmet Rifat, XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları-1, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2019, 115, 116.

⁷⁶ Rifat, *age*, 2018a, 189.

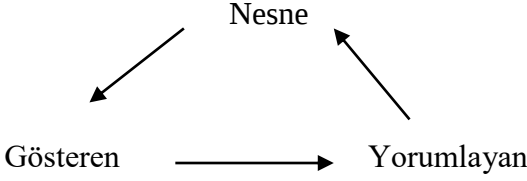
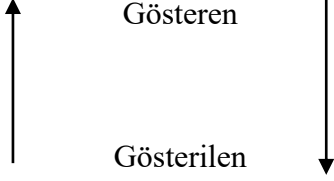
⁷⁷ Rifat, *age*, 2014, 235,236.

⁷⁸ Akerson, *age*, 62.

göstergeler olgularını belli bir başlık altında toplayarak üçlü sınıflandırmalara girişmiştir. “Ne var ki bu araştırmacının açıklamalarının çok karmaşık bir nitelik taşıması, dağınık ve kimi zaman tutarlıktan yoksun olması, görüşlerin neredeyse her yıl büyük değişikliklere uğraması ve yazılarının büyük bir bölümünün uzun yıllardan sonra yayımlanması”⁷⁹ gibi durumlar göstergebilimsel araştırmalarda Peirce’in çalışmalarının kullanılmamasının sebebi olarak ifade edilebilmektedir.

Ferdinand de Saussure’un çalışmalarında göstergebilimin temelini oluşturan tanımlama, göstergeyi, gösteren ve gösterilen olarak sınıflandırmasından öte gelir. Yukarıda, dilbilim bölümünde bahsi geçmiştir. Saussure’un çalışması daha sonrasında edebiyattan, toplumsal tarihe birçok farklı alanda kendine bilimsel bir çalışma alanı bulacaktır.

Tablo 6: Peirce ile Saussure’e Ait Göstergebilimsel Kuramın Bağıntısı.

Ch. S. Peirce’e göre üçlü göstergebilimsel ilişki	F. de Saussure’e göre ikili göstergebilimsel ilişki
	

İlhami Sığırıcı, **Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma**, Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar, 2017, 31’den uyarlanmıştır.

“Saussure göstergebilimin toplumsal işlevini, Peirce ise mantıksal işlevini vurgulamakta. Ama göstergebilimin bu iki yönü arasında sıkı bir bağlantı vardır.”⁸⁰

“Göstergebilim, bir anlamlı bütün, örneğin bir yazınsal ya da bilimsel bildiri, bir imge, bir tiyatro yapıtı, bir film, bir müzik yapıtı bir şiir, vb. hangi anlamsal katmanlardan oluşuyorsa, bunu bir üstdil aracılığıyla çözümlemeyi amaçlar. Açıkçası anlamları değil, anlamın eklemlenmiş biçimini konu edinir ve üretiliş süreçlerini ortaya koymayı hedefler. Bu nedenle de, içkin ve yapısal bir anlamlama kuramıdır. İnsanlar arası ilişkilerde sadece konuşulan dil değil, iletişimin her türlü biçimi anlam üretmektedir. Özellikle görsellik içeren iletişim biçimlerinde anlam üretiminin, sözcüklerden daha başarılı oldukları kabul edilir.”⁸¹

⁷⁹ Tahsin Yücel, **Yapısalcılık**, İstanbul: Ada Yayınları, 1982, 81.

⁸⁰ Pierre Guiraud, **Göstergebilim**, çev. Mehmet Yalçın, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2016, 18.

⁸¹ İlhami Sığırıcı, **Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma**, Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar, 2017, 48.

1950'lerden önce göstergebilimin çalışma alanı ziyadesiyle dilbilim ve edebiyat araştırmaları üzerine olmuştur. Saussure'un çalışmalarından bu yana ise, sosyal ve kültürel bir bağlamda göstergeleri belirli bir çerçeve düzenleyerek belli bir sınıflandırma metodu uygulanarak tüm bunların işleyişini tanımlama çabasının varoluşundan bahsedilebilmektedir. "Bugünkü göstergebilimi niteleyen ise, göstergebilimin evrensel ve tartışılmaz bir sınıflandırmasını yapmak değil, daha ziyade göstergelerin altında ve arasında yatan şeyi ve bunların karşılıklı ilişkilerinden ortaya çıkan anlamı incelemek."⁸² 1960'lardan günümüze göstergebilim üzerine yaklaşımlarda ülkeler bazında, bazı önemli isimler ise şu şekilde sıralanabilmektedir: Fransa'da Julia Kristeva, Tzvetan Todorov, Christian Metz, ABD'de Thomas Albert Sebeok, Michael Riffaterre, Paul De Man, Rusya'da Yuri Mihailoviç Lotman, Mihail Mihailoviç Bahtin, İtalya'da Umberto Eco, Almanya'da Wolfgang Iser, Hans Robert Jauss. Göstergebilimin çalışma alanı, özellikle Umberto Eco ve Roland Barthes'ın katkılarıyla tüm yaşam alanlarına da (mimari, endüstri ürünleri tasarımı, toplumsal davranış kalıpları, sinema, moda, mitoloji vs.) bu gözle bakılabileceği kanıtlanmıştır. Barthes, *Çağdaş Söylenler* kitabında şöyle der:

"Bir anlam varsaymak da göstergebilime başvurmaktır. Göstergebilimin tüm bu araştırmaları eşit bir biçimde açıklayacağını söylemek istemiyorum; içerikleri farklıdır. Ama ortak bir koşulları vardır, hepsi de değerler bilimidir; olguyu karşısına almakla yetinmezler: onu bir başka şey yerini tutan öge olarak tanımlayıp araştırırlar. Anlamamları içeriklerinden bağımsız olarak incelendiğine göre, göstergebilim bir biçimler bilimidir."⁸³

Tüm bunlarla görülebildiği üzere göstergebilim için varolan tek bir kuramsal yöntemden bahsetmek yanlış olur. Ortaya konan birçok farklı göstergebilimsel yöntem ile ilgili birçok isim sayılabilmekle beraber listenin ilk sıralarında katkılarıyla şu isimler yer alabilir: Ferdinand De Saussure, Charles Sanders Peirce, Algirdas Julien Greimas, Louis Hjelmslev, Roman Jakobson, Roland Barthes, Umberto Eco. Görsel ve işitsel medya araçlarının hızla gelişmesi ve yaygınlaşması, göstergebilimin son yıllarda daha da ön plana çıkmasına vesile olmuştur. Özellikle göstergebilimin, 1950 sonrası araştırma alanındaki genişleme ve yaygın kullanımını, Akerson birkaç nedene bağlamaktadır.⁸⁴ Bunları, farklı ülkeler ve topluluklar arasındaki etkileşim düzeyinde artış yaşanması, iletişimin ciddi bir hızla gelişim sağlaması, derinliği olmayan, kolay tüketilecek, basit metinlerin yaygınlaşması, her

⁸² age, 50.

⁸³ Roland Barthes, *Çağdaş Söylenler*, çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Metis, 2014, 181.

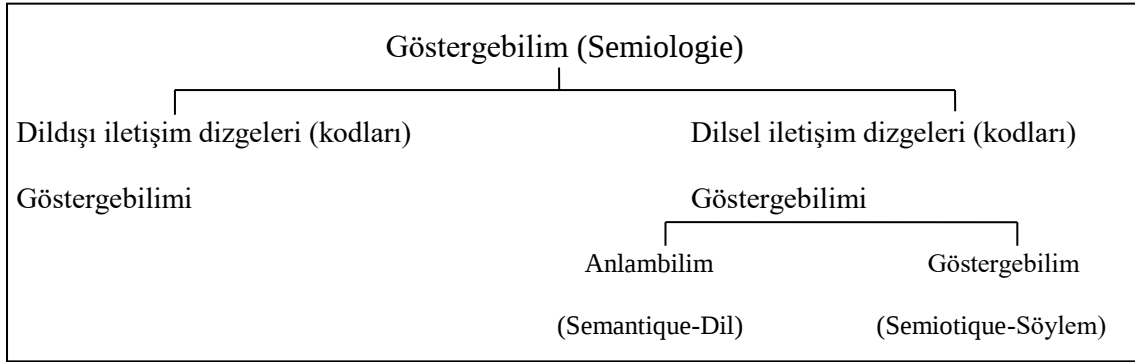
⁸⁴ Akerson, age, 73-76.

yerde reklamların olması ve tüketim furması ile yapay gereksinim ortamı oluşturulması, büyük kitlelere belli bir yaşam tarzının, fikrinin dayatılması gibi bazı sebepler olarak sıralamaktadır. Daha birçok etmen sayılabilir. Göstergebilimciler, var olan bu yapay düzende toplumları uyarmaya çalışmışlardır.

6.2.2. Göstergebilim Alanı

Göstergebilim, başta dil olmak üzere birçok sayıda iletişim biçimlerini kapsayan genel bir bilim olarak kabul edilmektedir. Tablo 7’de yer alan Anne Henault’a ait (genel) göstergebilimin sınıflandırılması yer almaktadır.

Tablo 7: Anne Henault’un Göstergebilim Bölümleri Şeması



Pierre Guiraud, **Göstergebilim**, çev. Mehmet Yalçın, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2016, 13’den uyarlanmıştır.

Henault, göstergebilimi dildışı ve dilsel göstergebilim olarak iki ana bölüme ayırmıştır. Dilsel iletişim dizgeleri ise kendi içinde doğal dilin kullanımındaki yapı; diğeri ise, dilin vasıtasıyla oluşan yapı olarak söylemin çözümlemesi üzerine oluşturulmuş bir yöntemdir. ‘Semiotique’ söylem çözümlemesi için kullanılan bir tabir iken, zamanla başka başka alanlarda da uygulanan bir yöntem olarak genel göstergebilimin adı durumuna gelmiştir.

“Nitekim Greimas, 1986 Eylülünde Fransa’da yapılan ve oldukça değişik ülke ve bilim alanından uzmanları bir araya getiren bir göstergebilim sempozyumunun açılış konuşmasında şunu söylemiştir: Göstergebilim kendi içinde bir bilim değil, bilimlararası bir inceleme yöntemidir.”⁸⁵

Dildışı göstergelerde anlamlandırma süreci dilsel göstergelere göre farklılık göstermektedir. “Dilsel göstergelerde bir eklemcilik olgusu varken, dildışı göstergelerde bu durum yoktur ya da çok farklı biçimde işlemektedir. Bu durumda

⁸⁵ Guiraud, **age**, 14.

dildışı göstergeler bir bütün olarak ele alınıp incelenmek zorundadır.”⁸⁶ Dolayısıyla dildışı göstergeler için, bir diğer tabirle görüntüsel göstergeleri tanımlarken, sözel ve yazının dışında kalan her şeyi kapsayacağını belirtmek yanlış olmayacaktır.

Görsel dilde yazılı anlatıma nazaran algılama biçimi daha kolaydır.

“Öğrendiklerimizin %1’ini tadarak, %1,5’ini dokunarak, %3,5’ini koklayarak, %11’ini duyarak ve %83’ünü görerek öğreniriz. Bilgilerin algılanmasına gelince, okuduklarımızın %10’unu, duyduklarımızın %20’sini, gördüklerimizin %30’unu, hem görüp hem duyduklarımızın %50’sini, söylediklerimizin %70’ini ve söylerken yaptıklarımızın %90’ını akılda tutabiliriz.”⁸⁷

Bu nedendir ki, teknolojik gelişmenin de fazlaca tanıdığı imkanlarla beraber günümüzde görsel malzeme kullanımının yaygınlaşması oldukça olağan bir durumdur. Görsel anlatımdan bahsedilince ilk akla gelecek medya fotoğrafıdır. “Her imge öncelikle düzanlamsal olarak okunur. Düzanlamsal okuma, basit bir betimleme ve var olan öğelerin sıralanmasıdır.”⁸⁸ Yani, görselde yer alan tüm öğelerin tek tek nesnel bir biçimde betimlenme sürecidir. Düzanlamsal okuma biçiminin yanında anlamlandırma sürecine eşlik eden bir diğer unsur yananlamsal okumadır. Bu aşama, düzanlamanın tam tersi olarak öznel bir süreçtir ve göstergenin anlamı göndergeye göre değişiklik gösterebilir. Betimlenen içeriğin olası anlamlarını ifade etmekte kullanır. Tüm detayları elde ettikten ve betimledikten sonra aslolan içeriğin ne anlama geldiğini bulmak adına tek tek ve tamamını kapsayarak incelenmesi ile yapılan çıkarımlardır. “Anlama, göstergelerin anlamının, kullanılan kodun ve kanalın alıcı tarafından tanınmasına bağlıdır.”⁸⁹ Mesaj iletilirken simgelerin kullanılması düzanlamsal okuma düzeyine göre anlamlandırmada zorluk yaşanmasına neden olur; bu durum, var olan iletinin okumasında özneliliğin ve yorumun olmasını beraberinde getirir. Örneğin, bir çanta reklam görselinde alıcıya bildiride, cüzdanını, makyaj malzemelerini vs. koyabileceği bir aksesuar olarak sunulur. Gördüğümüz çanta, dış görünüşü ve işlevi bağlamında, daha öncesinde sahip olduğumuz bilgi doğrultusunda düzanlamsal okumadır. Bununla beraber çanta görseli ile alıcıya iletilmek istenen (örtük) mesaj, lüks, prestij, zenginlik, konfor vs.’dir. Bu da yananlamsal okumayı yani yorumu beraberinde getirir.

⁸⁶ Günay, Parsa, **age**, 25.

⁸⁷ Özge Sönmez, “L’Enseignement de la Culture-Civilisation Française dans les Manuels Scolaires Utilisés en Turquie”, (Yüksek Lisans Tezi, Université de Nantes, 2005), 122.

⁸⁸ Günay, Parsa, **age**, 29.

⁸⁹ **age**, 29.

6.2.3. Göstergebilim ile İlgili Temel Kavramlar

Göstergebilim, insanların, kendilerine dair her konuya göstergeler vasıtasıyla yaklaştığını varsaymaktadır. “Göstergebilime göre anlamın oluşumu doğal bir ilişkiye değil, uzlaşmaya dayalı bir tutumdur.”⁹⁰ Dolayısıyla her gösterge kültürün bir parçası olarak görülmelidir. Saussure’ün terimlerinde gösterilen ile gösteren, gösterenin alt başlıklarıdır. Gösterenler, anlatım düzlemini ifade ederken; gösterilenler ise, içerik düzlemini belirtmektedir ve bunların toplamı gösterge olgusunu oluşturur. Barthes, Göstergebilimsel Serüven adlı kitabında, Saussure’un gösterilenin zihindeki niteliğini, ‘kavram’ olarak belirttiğini ifade eder ve örnek olarak da “...Öküz sözcüğünün gösterileni, hayvanın kendisi değil, onun zihinsel imgesidir.”⁹¹ şeklinde aktarır. Beraberinde kültürlerin ortak bir göstergede hemfikir oluşturduğu durumlar da vardır. Fakat bunlar bile kendi içlerinde farklı anlamlarda alt birimlere ayrılırlar. Akerson, bu konuda toplumun ortak bilgiye sahip olduğu ‘selamlaşma’ ile ilgili örneği verir.⁹² Selamlaşma biçimi olarak, iki arkadaş el ele sıkışırken, bir diğeri öpüşebilir, başka bir tanesi öpüşüyormuş gibi yaparken, diğeri sarılabilir ya da birbirine temas etmeden yalnızca sözlü olarak selamlaşabilirler. Bu davranış biçimlerinin her birinden yapacağımız çıkarım farklı olacaktır, çünkü her birinin bize sunduğu örtük mesaj birbirinden farklıdır. Öpüşerek selamlaşan iki kişinin samimi olduğunu düşünürken, adet yerini bulsun diye yalandan öpüşür gibi yapma kişilerin çok da yakın olmadıklarını gösterir. Dolayısıyla bu ve benzeri birçok mesaj birer göstergedir çoğu zaman bu verili bilgiler bizim kontrolümüz dışında bize sunulan ve hayatımıza entegre ettiğimiz mutlak yapılar olarak kabul görmektedir.

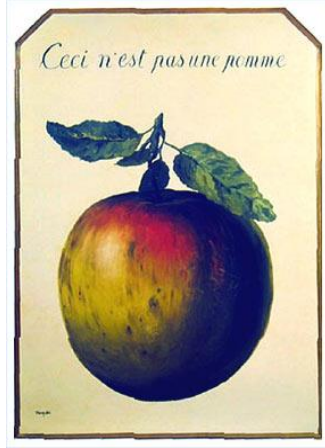
Akerson, ayrıca Rene Magritte’e ait elma ve pipo resimlerini örnek gösterir. Magritte, elma resminin üzerine ‘Bu bir elma değildir’, pipo resminin altına ise, ‘Bu bir pipo değildir’ diye yazmıştır (Fotoğraf 1 ve 2). Akerson, bu söylemin oldukça doğru olduğunu belirtir, çünkü gördüğümüz, gerçek bir elmayı (ya da pipoyu) temsil ediyor ama elmanın kendisi değildir; bir kağıt parçası ve biraz da boyadan ibarettir.

⁹⁰ Algirdas J. Greimas, **Semiotique, Dictionaire Raisonne de la theorie du Langage**, Vol.I., Paris: 1979, 339.

⁹¹ Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018, 50.

⁹² Akerson, **age**, 15,16.

Alıp yiyemeyiz bununla beraber resmi görür görmez elma olduğunu söyleyebilmekteyizdir.



Şekil 9 ve 10: Magritte, Elma Örneği ve Pipo Örneği.

Fatma E. Akerson, **Göstergebilime Giriş**, İstanbul: Bilge Kültür Sanat, 2016, 19, 23.

Dolayısıyla görüntü elmanın yerini tutarak onun göstergesi haline dönüşmektedir. Görüntüsel göstergeler, tüm göstergeler gibi benzerliği olan nesnelerin temsilidir. İnsanlar göstergelerle, nesneler arasında benzerlik düzeyine göre ilişki kurarlar. Eco, görüntüsel göstergeler için, "... nesne ile aynı fiziksel özelliğe sahip değildirler ama nesnenin gösterdiği özelliğe benzer bir yapıyı belirtir."⁹³ der. Yukarıda yer alan 'selamlaşma' örneği ve benzerleri için göstergebilimsel yöntem ile ilintili, değinilmesi gereken birkaç önemli kavramın tanımını aşağıdaki gibidir:

"Gönderen; göstergebilimin anlatı sözdiziminde yer alan eyleyenlerden biridir.

Gönderge; dilsel bir göstergenin kendisini alımlayanı gerçek (ya da imgesel) dünyada ilettiği şey ya da yerdir (nesne ya da varlık)."⁹⁴

"Gösterge; kendi dışında bir şeyi temsil eden ve temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb. gösterge diye adlandırılır."⁹⁵

"Görüntüsel Gösterge; türün, bu türle ilgili anlamlarla çok fazla yüklenmiş olan simgesel bir unsurdur. Bir görüntüsel gösterge gerçekte türün simgesidir; dedektiflik filmi türünün yağmurluk ve fôtr şapkası gibi.

Gösterilen; göstergenin olası anlamının bir parçasıdır. Gösteren, çoğu zaman birkaç olası anlama gönderme yapabilmektedir.

Gösteren; gerçekte bir şeyi işaret eden gösterge fikrinin bir parçasıdır, bir göz kırpış, bir kamera açısı, bir sözcük gibi.

⁹³ Umberto Eco, **La Production des Signes**, Paris: Librairie Generale Française, 1992, 37.

⁹⁴ Rifat, **age**, 2018a, 120,121.

⁹⁵ **age**, 124.

Görüntü çözümlemesi; görüntüdeki (fotoğraf, tablo, çizgi film, vs.) göstergelerin yarattığı anlamların yapısının çözümü için bu göstergelerin çözümlemesidir.”⁹⁶

“Anamlı Bütünler; inceleme öncesinde, gösterge dizgelerine verilen addır.

Konudil; inceleme sürecine alınan gösterge dizgelerine verilen addır.”⁹⁷

“Üstdil; inceleme nesnesi olarak ele alınan bir konudili(birinci dil) çözümlemek ve anlamlandırmak amacıyla oluşturulmuş ikinci dil, araç dildir.

Dizimsel / Dizisel Bağntı; dilsel ya da göstergesel öğeler arasındaki iki tür bağntı. Dizimsel bağntı, aynı söz zinciri ya da sözce içinde birlikte var olan iki veya daha çok birim arasındaki her türlü bağntıyı belirtir. Dizisel bağntı ise, aynı biçimbilimsel-sözdizimsel ya da anlamsal sınıfa ait ve birbirinin yerini alabilecek çeşitli dil birimleri arasındaki gücül bağntıdır.(Saussure bu bağntı türünü çağrışımsal bağntı, Barthes ise, dizgesel bağntı olarak adlandırır).”⁹⁸

Dolayısıyla yukarıdaki tanımlamalardan da yola çıkacak olursak; bir görüntü çözümlemesi yaparken ilk olarak gönderen tarafından iletilen bildiride gösterge dizgeleri ayrıştırılır. Bunlar Saussure yönteminde olduğu gibi, gösterilen ve gösteren olmak üzere iki ana bölümde sınıflandırılabilir. İnceleme sürecinde gösterge dizgeleri konudil düzlemini oluşturur. Çözümlemeye, gönderenin nesnel bir betimlemesi yapılarak devam edilir ki buna düzanlam denir. Beraberinde betimlemenin ardından var olan göstergelerin altında yatan diğer anlamları yorumlanır, bu kısım öznel ve yananlam kavramını belirtmektedir. Gösterenin anlamlandırma ve yorumlanma aşamasında artık üstdile geçilmiş olunacaktır.

6.2.3.1. Gösterge

Barthes, gösterge kelimesini açıklarken Saussure’un gösterge tanımına gelmeden önce, oldukça zengin ve belirsiz bir anlama sahip olduğunu ifade eder. Gösterge ile benzer ve zaman zaman yerine kullanılan kelimeleri şöyle sıralamaktadır; belirtke, belirti, görüntüsel gösterge, simge, alegori. Kullanılan tüm bu öğeler yazarlar tarafından ortak bir anlamda belirtilmez. Örneğin, belirti kelimesi Peirce’a göre varoluşsalken Wallon’a göre değildir; simge, Hegel ve Wallon için bir benzerlik ya da nedenlilik içerirken, Peirce’e göre böyle bir karşılık ifade etmemektedir. Ayrıca Peirce için simge varoluşsal değil iken, Jung için ise varoluşsal bir anlam ifade eder. Görüntüsel gösterge ve alegori terimlerini ise yalnızca Peirce ve Jung kullanır. Dolayısıyla, bu öğeleri birbiri ile benzerlik göstermesi ile beraber anlamlarının örtüşmediği söylenebilmektedir. “... Saussure, bir nedenlilik düşüncesi içerdiğinden simgeyi hemen bir yana itip bir gösteren ile bir gösterilenin ya da bir işitim imgesiyle

⁹⁶ Burton, **age**, 220,221.

⁹⁷ Mehmet Rifat, **Homo Semioticus ve Genel Göstergebilim Sorunları**, 3. bs. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018, 85.

⁹⁸ Rifat, **age**, 2018a, 92, 275.

bir kavramın birleşimi olarak tanımladığı ‘gösterge’yi benimsemiştir.”⁹⁹ Göstergeyi, bir gösteren bir de gösterilenden oluştuğu söylenebilir. “...gösterge –ister sözcük, ister nesne ve isterse görsel materyal olsun- bir kişi ya da bir grup insan için bir anlamı olan oldukça basit bir şeydir. Tek başına bir şey ifade etmez.”¹⁰⁰ Gösterge, kendini alımlayacak bir alıcıya ihtiyaç duyar. “Buradan hareketle kodlar, göstergeler –iletişimin aktarma ya da alma- bir toplumsal ilişkiler pratiğidir.”¹⁰¹

6.2.3.2. Gösterilen

Gösterilen, gösterenin özünü, içeriğini temsil eder, göstergeyi oluşturan iki bağıntıdan biridir. Bir diğer tabirle, “gösterilen, göstergeyi kullananın bundan anladığı ‘şey’dir.”¹⁰² Direkt olarak duyularla algılanamayan, gösterenin aracılığıyla anlamlandırılan olgudur. Bu anlatım trafik ışıkları ile örneklenebilir. Trafik ışıkları tüm insanlar için evrensel bir anlam içerir. Kırmızı ışık yandığında aslında gördüğümüz yalnızca renk spektrumundan bir renktir. Fakat bu renkle beraber insanlara ‘gösterilen’ yoldan geçmeye niyetliken kırmızı ışık yandığında yolun kenarında güvenli bir noktada durulması gerektiğidir. Gönderilen iletinin alıcıda anlamlı bir bilgi olabilmesi için alıcının gösterilene (öze) aşına olması gereklidir.

6.2.3.3. Gösteren

Gösteren bir araçtır, gösterileni anlamlandırmada kullanılan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Anlatım düzlemini ifade eden gösteren iken, gösterilen, içeriksel düzlemi meydana getirir. Örneğin, romantik bir filmde karşı cinsin birbirine bakışı, sahnedeki renkler, cıvıldaayan kuş sesleri, çalan lirik bir müzik ve beraberindeki her şey filmin gösterenidir. En başta söylenen ‘romantik’ tabirini kullanmak için bu gösterenlere ihtiyaç duymaktayızdır. Böylelikle izleyicinin algısında bir anlamlandırma oluşacaktır. Anlamlandırma süreci tamamen çağrışımlara dayalı bir olgudur. Toplumlar birbirleri arasında iletişim kurmak için oluşturdukları kodlar ile iletişim kurarlar dolayısıyla bu kodlar nesiller boyunca toplumlar arasında aktararak süregider. Böylelikle çağrışımlar toplumlar özelinde ortak bir anlamlandırmayı da beraberinde getirmektedir.

⁹⁹ Barthes, **age**, 2018, 46,47.

¹⁰⁰ Uğur Batı, **Reklamların Dili**, İstanbul: Alfa, 2016, 259.

¹⁰¹ John Fiske, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları, 1996, 16.

¹⁰² **age**, 50.

6.2.3.4. Biçim ve Töz

Göstergeyi gösterilen ve gösteren olarak iki ana alt başlıkta açıklayan Saussure’e karşılık Hjelmslev gösterenleri anlatım düzlemi, gösterileni ise, içerik düzlemi olarak belirtir ve bu iki düzlemi incelerken her ikisini de biçim ve töz katmanlarına ayırarak incelemektedir. Hem dilbilimsel hem de göstergebilimsel incelemede önemli bir ayrımı meydana getirmektedir. “Biçim, dilbilim dışı hiçbir öncüle başvurmadan dilbilim tümkapsayıcı, yalın ve tutarlı bir biçimde (bilimkuramsal ölçütler) betimleyeceği olgulardır. Töz ise, dilbilim dışı öncüllere başvurmadan betimlenemeyecek dilsel olguların çeşitli özelliklerinin tümüdür.”¹⁰³

Tablo 8: Hjelmslev’e Ait İçerik ve Anlam Düzleminde Biçim ve Töz Tanımı

	İçerik Düzlemi (Gösterilen)	Anlatım Düzlemi (Gösteren)
Töz	Gösterilenin coşkusal, düşünyapısal ya da yalnızca kavramsal özellikleri, gösterilenin anlamıdır.	İşlevsel olmayan ses tözü, sesbilgisi ilgilenir.
Biçim	Anlamsal bir belirtinin yokluğu ya da varlığı ile gösterilenlerin kendi aralarında kurdukları biçimsel düzendir.	Dizisel ve sözdizimsel kurallardan oluşur.

Roland Bartes, **Göstergebilimsel Serüven**, çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2005, 48’ten uyarlanmıştır.

6.2.3.5. Dizim ve Dizge

Bir kişi ile iletişim kurarken kullanılan sözler anlam yüklü sözcükler olmalıdır aksi takdirde karşınızdaki kişi sarf edilen sözleri anlamlandıramaz ise sestten başka bir şey olmayacaktır. Sözcüklerin zincirleme olarak kullanımı ile anlamlı bir bütün oluşturmaya dizim denilmektedir. Her tümce bir dizimdir denilebilmektedir.

Saussure, dilsel öğeleri birleştiren bağıntıları iki düzleme ayırır: Dizimler düzlemi ve çağrışımsal düzlem. Dizimler düzlemi, uzamda gerçekleşen göstergelerin birleşimidir ve bu eklemlili dilde çizgisel ve tek yönlü olarak söz zinciri biçiminde ifade edilir.

¹⁰³ Barthes, **age**, 2018, 48.

Birbirini izleyen, art arda söylenen öğelerdir: hayvan hakları, kedi gözü, anahtar deliği.

“Bir yandan sözcükler, söylemlerde, iki ögenin aynı zamanda söylenmesini olanaksız kılan dilin çizgisel niteliği üzerine kurulmuş bağıntıların zincirlenmelerinin sayesinde birbirlerine bağlanırlar. Sözcükler söz zinciri üzerinde birbiri ardına sıralanırlar. Dayanağı uzam olan bu birleşimler dizim olarak adlandırılabilir. Dizim her zaman birbirini izleyen iki veya daha çok birimden oluşur.”¹⁰⁴

İkinci düzlem olan çağrışımsal düzlemde ise, “Söylem (dizimsel düzlem) dışında aralarında ortak bir yan bulunan öğeler bellekte birbirini çağrıştırırlar ve böylece çeşitli bağıntıların egemen olduğu öbekler oluştururlar.”¹⁰⁵ Saussure’nin çağrışımsal düzlemine örnek olarak Barthes, Göstergebilimsel Serüven adlı kitabında, Fransızca enseignement (öğretim) kelimesini gösterir. Anlam bakımından education (eğitim), apprentissage (yetiştirme, öğrenme, çıraklık) sözcüklerini çağrıştırabilecekken, ses bakımından ise, enseigner (öğretmek), renseigner (bilgiyi vermek) ya da armement (silahlanma, donanım) ve chargement (yükleme, yük) sözcüklerini çağrıştırabilmektedir der ve aynı anda bir arada bulunmayan öğelerin birbirine bu şekilde bağlı olduğunu belirtmektedir.

Dizge, dizimin yanında dilin ikinci eksenini ifade edilir ve Saussure dizgeyi çağrışımsal alan olarak görmektedir. Bu alan bazen ses bazen de anlamsal benzerlikten oluşturulur ve bu benzerlikten oluşan dizge, bir takım çağrışımsal alanı meydana getirmektedir. Dizge, Türkçe sözlükteki ilk anlamı olan, “Bir bütün oluşturacak biçimde birbirine bağlı öğelerin bütünü”¹⁰⁶ şeklinde ifade edilmektedir. Akerson bu tanımı trafik ışıkları örneği ile açıklar; Kırmızı, sarı ve yeşil renklerden oluşan üç ışığın sırasıyla yandığı trafik lambalarını biçimsel bir düzenleme olarak belirten Akerson, yanıp sönen lambaların süs olmadığı bir işlevi olduğunu ve kırmızı-dur, sarı-bekle, yeşil-geç anlamları ile arabaların birbirlerine çarpmasını önleme bilgisini ilettiklerini vurgular. Dolayısıyla trafik lambasının üç temel öğesi olan yalın bir dizge olduğunu söylemektedir. Işıklar tek başına bir anlam taşımamaktadır, birbirleri ile kurdukları ilişki doğrultusunda her biri bir değer kazanmaktadır ve dolayısıyla birlikte bir dizgeyi meydana getirmektedirler. Aynı zamanda Akerson özellikle bu işleyişin birbirlerini ‘dışlama’ ile varlık alanı bulduğunu belirtir. Yani, Geç ve Dur birbirlerini dışlar, biri yanarken diğeri söner,

¹⁰⁴ Ferdinand de Saussure, **Cours De Linguistique Generale**, Paris: 1973, 170-171.

¹⁰⁵ Barthes, **age**, 2018, 61.

¹⁰⁶ http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c7a766b458a47.94161508 [02.03.19].

birisi varsa diğeri yoktur. Dolayısıyla komutlar birbirinden ayrı fakat bir bütün halinde iken anlamlıdırlar. Aşağıda yer alan tabloda ise, Roland Barthes’e ait dizim ve dizge üzerine örnekleme bir diğr açıklayıcı undur olarak gösterilebilmektedir.

Tablo 9: Roland Barthes’ın Oluşturduğu Dizge ve Dizim Örnekleme

	Dizge	Dizim
Giysi	Bedenin aynı noktasında, aynı anda bulunamayacak olan ve değişimi giyimsel bir anlam değişmesine yol açan parçalar, ek parçalar ya da ayrıntılar öbeği: Takke, bere, şapka, vb.	Aynı kıyafette değişik öğerlerin yan yana bulunması: Etek, bluz, ceket.
Besin	Bir yemeğin belli bir anlamla ilişkili olarak seçildiği, benzerlik ve ayrıtlklar sunan yiyecekler öbeği: Giriş yemeği, kızartma ya da soğukluk türleri.	Yemek bıyunca seçilen yemeklerin gerçek zincirlenişi: Bu mönüdür.
Mobilya	Aynı mobilyanın (bir yatak) üslup değişikliklerinin oluşturduğu öbek.	Değişik mobilyaların aynı uzamda yan yana getirilmesi (yatak, dolap, masa,vs.)
Mimarlık	Bir yapıdaki öğelerden birinin üslup bakımından gösterdiği çeşitlilik: değişik dam, balkon, giriş vb. biçimleri.	Yapının bütünü içinde ayrıntıların birbirine bağlanması.

Roland Barthes, **Göstergebilimsel Serüven**, çev. Mehmet Rifat, Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2005, 64’ten uyarlanmıştır.

6.2.3.6. Anlam ve Anlamlandırma

Anlam, göstergebilimin merkezinde yer almaktadır. İnsan var ise anlam ve anlamlandırmadan bahsedilebilmektedir. Nesneler, simgeler ve imgeler, insan zihninde anlam kazanması ile nitelik kazanmış olur. Dolayısıyla, göstergeler insanın zihninde anlamlı bir olgu olduğu takdirde varlık ve devamlılık alanı bulacaktır. Bahsi geçen alan bireysel değil toplumsaldır ve toplum kendi içinde ortak bir kültür

oluşturur, ki iletişim kurulabilsin. Kültürün içerisinde yer alan her bir öge anlam yüklüdür. Toplum içinde göstergeler için ortak bir anlam ifadesi zorunluluktur aksi takdirde aynı yahut benzer kavramları kişiler için çağrıştırmazsa iletişimin sağlanması beklenemez. Dolayısıyla insan göstergeler vasıtasıyla çevresini, dünyayı anlamlandırmak için çaba sarf eder. “Anlamlama oluş sürecidir. Bu oluş gösteren ile gösterileni birleştiren ve sonuçta gösterge ürününe ulaşan bir edimi içerir.”¹⁰⁷ Akerson ise, Göstergebilime Giriş adlı kitabında göstergelerin salt, tek başına ele alındığında kavram, genelleme ve bir soyutlama olduğunu ifade ederken oldukça kaypak olduğunu belirtir. Bir sözcüğün kesin bir anlam ve değer ifade edebilmesi için ancak bir bağlam içine girdiğinde gerçekleştiğini vurgular. Bu bağlam da toplumların kendi özelinde kodlar üzerine vardıkları örtük anlaşma ile meydana gelmektedir.

6.2.3.6.1. Düzanlam ve Yananlam

Toplamları oluşturan bireylerin aralarında sağlıklı iletişim kurabilmesinin aralarında var olan ortak kültüre bağlı olduğunu belirtmiştik. Bu ortak değerler vasıtasıyla nesne, simge yahut imgeler, bireylerin zihinlerinde oluşan çağrışımlarla anlamlandırılırlar. Nesne ve diğerleri ile karşı karşıya kalan kişilerin, zihinlerinde çağrışım yapan ilk anlam düzanlamdır bir diğer deyişle, reel hayattaki ‘şey’lerin zihnimizdeki yansıması düzanlamdır. “Düzanlam, kelimenin sözlük anlamına denk gelir; düzanlam, kavram (zihinsel durum) düzeyindedir; gerçekte ilişkisi dolaylıdır.”¹⁰⁸ Örnek vermek gerekirse, ağaç denildiğinde her kişinin aklında canlanan ağaç farklı olacaktır bununla beraber belli ortak özelliğiyle (kökleri topraktan beslenen, dalı yahut dalları olan, gövdesinin rengi toprak tonlarında vs.) benzer bir kavramı zihnimizde oluşturmuş olacağız. Dolayısıyla ağaç gerçek bir ağaç değil sadece zihnimizde oluşan herhangi bir ağacın kavramıdır. Ağaç bilgisi zihnimizde yer aldığı için, gerçek bir ağaç gördüğümüzde, ağaç görseli veyahut bir metinde ağaç kelimesi ile karşılaştığımızda anlamlandırmamız hiç de zor olmayacaktır. Toplumdaki ortak kodlar sayesinde bir ‘şey’in kişiler için ilk akla gelen anlamı, ‘şey’in zihindeki yansımasıdır. Bundan yola çıkarak düzanlam için çağrışımlarla anlamlandırmanın sağlanabildiği ifade edilebilmektedir. Dolayısıyla gösterilenin ilk anlamı düzanlamdır. İletişim sürecinde kavramların temsili konusu

¹⁰⁷ Sayın, **age**, 89.

¹⁰⁸ Hülya Yengin, **Medyanın Dili**, İstanbul: Der Yayınları, 1996, 108.

oldukça önem arz etmektedir. Sözcükler bu anlamda görüntüden farklı bir konumda yer alır. Bir nesne yerine kullanılan sözcük o nesnenin temsili değildir, simgesidir. Bir nedenlilik bağı olmak zorunda değildir. Reklamların Dili adlı kitapta Uğur Batı, bu durumu basit bir örnekle dile getirir¹⁰⁹: Dilsel simgelerle iletişim kuran biz, insanlar için ‘araba’ kavramını örneklemede kullanmaktadır. Türkçede ses karşılığı a/r/a/b/a iken, İtalyancada ses öbeği karşılığı m/a/c/c/h/i/n/a olarak ifade edilmektedir. Bu harf diziliminin belli bir nedenselliği yoktur. Buna karşın “... görüntüsel göstergeler arasında doğrudan doğruya aktarma yöntemlerinin tümü yer alır: Fotoğraf, resim sanatları, seslerin tüm görüntüsünü veren müzik bunlara iyi birer örnektir.”¹¹⁰ Dolayısıyla göstergelerin anlamı, göstergeleri kullanan bizler arasındaki bir anlaşmadan doğduğu için birbiri arasında bir bağdan ve nedensellikten bahsedilebilmektedir. “İkinci aşamada kurulan bu bağlara ‘anamlama’, gösterenin gönderme yaptığı kavrama da göstergenin ‘düzanlamı’ diyoruz.”¹¹¹

Yananlam ise, “göstergenin, kullanıcıların kültürel değerleriyle ve duygularıyla bir araya geldiğinde ortaya çıkan etkileşimdir. Temel olarak, düzanlam neyin anamladırıldığı, yananlam ise, nasıl anamlandırıldığıdır.”¹¹² Düzanlamlar toplumsal ortak kod ile anamlandırılırken, yananlam kodların okunmasında bireysel farklılık ve öznel yorumlamalar ön plana çıkar ve önemlidir. Bir gösterge ile gösterilen ‘şey’ yalnızca sözlükteki karşılığıyla alıcıda anlam bulmaz, ilk anlamının yanında çağrışım yaptığı diğer anlamları da harekete geçirir. Bu noktada yananlam kavramı devreye girer. Örneğin, ‘Hamama giren terler’ atasözünde, hamam sıcak bir mekandır ve hakikaten bu mekana giren kişi terlemektedir, bu cümlemin düzanlamıdır. Aslında kalıplaşmış atasözü ile iletilmek istenen bir işe girildiğinde bunun sorumluluğunun, güçlüklerinin göze alınması gerektiği anlamına gelmektedir, bu da cümlemin yananlamını ifade etmektedir. Toplumsal kodlarla ilk anlama (düzanlama), ulaşırken, bireysel olarak kişilerin hayattaki kazanımları doğrultusunda, ilk anlama eklenilen diğer çağrışımsal anlamlarla gösterge kendine zengin bir yorumlama alanı oluşturur. Buradaki hassas nokta göstergeler vasıtasıyla kurulmaya çalışılan iletişimde, ileti ile kültürel kodlar benzerlik göstermek zorundadır. Aksi takdirde alıcı, iletiyi anamlandıramadığında iletişim başarısızlıkla sonuçlanacaktır.

¹⁰⁹ Batı, **age**, 97.

¹¹⁰ Pierre Guiraud, **Anlambilim**, çev. Berke Vardar, İstanbul: Multilingual, 1999, 26.

¹¹¹ Akerson, **age**, 65.

¹¹² Batı, **age**, 98.

6.2.3.6.2. Üst Dil

İnceleme sürecine alınmış olan gösterge dizgelerini yani konudili çözümleme, anlamlandırma süreci üstdil olarak ifade edilmektedir. Mehmet Rifat, Homo Semioticus ve Genel Göstergebilim Sorunları adlı kitabında üstdili birbirini denetleyen, eklemlili ve bütünleşik düzeyde üç ayrı sınıfta belirtir: Betimsel düzey, yöntembilimsel düzey ve bilimkuramsal düzey.

Betimsel düzey, konudili salt betimleme, kavramları saptamayı ve sonrasında kavramlar üzerinde uygulanacak işlemleri belirtir. Yöntembilimsel düzeyde, betimsel düzeyde ele alınan kavramlar ve işlemler arasındaki tutarlılık söz konusudur. Son olarak bilimkuramsal düzeyde ise, ilk iki düzeyin temellendiği düzey olarak belirtilmektedir.

7. FOTOĞRAFIN TARİHSEL KONUMU

İnsanlık tarihinde çok eski zamanlara doğru gidildiğinde optik görüntüyü yüzey üzerinde oluşturma denemelerinin M.Ö. 470-391 yıllarında yaşamış Çinli bir filozof olan Mo Ti'ye kadar uzandığı bilinmektedir. Yüzyıllar boyunca yapılan denemeler ve her bir buluş üzerine yapılan eklemeler sonucu fizik ve kimya biliminin katkılarıyla tarihte bilinen ilk fotoğraf 1826 yılında Joseph Nicephore Niepce tarafından kaydedilmiştir.¹¹³



Şekil 11: Joseph Nicephore Niepce, The View From the Window At Le Gras (Pencereden Görünüm) adlı fotoğrafı, 1826.

<https://www.occipitaliscreations.com/2016/10/04/the-worlds-first-photograph-5-key-facts/>
[06.03.2019].

Görüntünün yüzey üzerine kaydolması beraberinde negatifin bulunuşu ve çoğaltılabilmesi fotoğrafın gelişim dönemi olarak söylenebilir. Fotoğrafın bulunuşu, gelişimi sonrasında sanat çevresi içinde yer edinme sancıları fotoğraf tarihinin başlıca dönüm noktaları olarak belirtilebilmektedir. “Fotoğrafçılığın doğuşundan kısa bir süre sonra Paul Delaroche ‘bugünden sonra resim ölmüştür’ diye bir açıklama yapmıştır”¹¹⁴

¹¹³ Özer Kanburoğlu, **A’dan Z’ye Fotoğraf**, İstanbul: Say Yayınları, 2018, 25.

¹¹⁴ Richard Greenhill, Margaret Murray, Jo Spence, **Fotoğraf Sanatı**, çev. Nurdan Arca, Nurettin Baş, Ankara: Remzi Kitabevi Yayınları, 1978, 34.

Fakat tarih bu söylemi yalanlamıştır. Aksine her iki disiplinde birbirlerinden beslenerek, birbirlerinin gelişim süreçlerine destek olmuşlardır.

“19. ve 20. yüzyılların en önemli ressamaları ve sanat hareketleri ondan etkilenmiş ve esinlenmiştir... Bauhaus sanatçıların birçoğu fotoğrafı ya bir öz açıklama aracı olarak kullanmışlar ya da desenlerinin içine yerleştirmişlerdir... Avrupa’da Dada ve Sürrealist akımlar birçok fotoğraf görüntüsü yaratmışlardır.”¹¹⁵

Fotoğraf sanatta, politik ve sosyal propaganda olarak, belge niteliğiyle, moda sektöründe, reklamcılıkta, vesikalık olarak, ansiklopedik belgelemede, gazetecilikte, polis dosyalarında vb. birçok alan ve amaç için kullanılmıştır. 1888 yılında George Eastman’ın ilk taşınabilir, küçük ebatla fotoğraf makine üretmesi, fotoğrafın her alanda kendini gösterebilmesine en önemli katkıdır. Fotoğrafın bir teknik malzemeyle elde edilişi, çoğaltılabilmesi ve toplumlar için ulaşılabilir ve yaygın oluşu birbiri ardına gerçekleşen olaylardır. David Bate, fotoğraf tarihinin dönüm noktalarını üç başlık altında sınıflandırır. Fotoğrafın icadının ve tüm dünyaya sunulduğu 1830’lar fotoğrafın tarihsel sürecinin dönüm noktalarından ilkidir. Ardından bu serüvende 1920 ve 1930’lar gelir ki, bu dönemi Bate, kitlesel yeniden üretim başlığıyla tarif eder. “Sanatçılar, fotoğraf ve sinemanın yirminci yüzyılın kitlelere hitap eden yeni teknolojileri olduğunu savunuyordu.”¹¹⁶ Bu konuda kaleme alınmış en çarpıcı yazılardan birisi, Walter Benjamin’e ait Pasajlar adlı kitaptaki “Tekniğin Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı” adlı makaledir.

“Yeniden-üretilebilir sanat yapıtı, gittikçe artan ölçüde, yeniden-üretilirliği, hedefleyen bir sanat yapıtının yeniden-üretim’i olmaktadır. Örneğin bir fotoğrafın negatifinden çok sayıda baskı yapılabilir; hangisinin özgün olduğu sorusu bir anlam taşımamaktadır. Gelgelelim sanatsal üretimde hakikilik ölçütünün iflasıyla birlikte, sanatın toplumsal işlevi de bir bütün olarak köklü bir değişim geçirmiştir. Sanatın kutsal törenden temellenmesinin yerini bir başka uygulama, yani sanatın politika temeline oturtulması almıştır.”¹¹⁷

Berger ise, Görme Biçimleri adlı yapıtında fotoğrafların ‘işlerlik’ kazanma süreçlerinin oluşumuna ve bu süreç içerisindeki imgelerin toplumsal amaçlarına eleştirel bir bakış açısıyla yorumlar. “Görme Biçimleri, fotoğrafı sosyal çevremiz içinde konumlandırır ve fotografik imgelerin anlam bağlamında sahip oldukları kitlesel önemi ifşa eder.”¹¹⁸ 1960’ları, 70’leri endüstriyel toplumlarda kültürleri etkileyen en önemli etmenler olan reklam, moda, pazarlama ve sinema gibi iletişim araçlarının yükselişi olarak tarif eden Bate, fotoğrafın tarihsel sürecindeki üçüncü

¹¹⁵ age, 34.

¹¹⁶ Bate, age, 46.

¹¹⁷ Walter Benjamin, “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat”, **Pasajlar**, çev. Ahmet Cemal, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2008, 124,125.

¹¹⁸ Bate, age, 47.

dönüm noktası olarak belirtmektedir. “Fotoğraf, bugün bildiğimiz anlamıyla sanat kurumları içinde yaygın bir çağdaş sanat formu olarak yerini ancak 1980’lerin sonlarına doğru almıştır.”¹¹⁹

7.1. Fotoğrafın Temsili Üzerine

Gün boyunca sürekli olarak reklam panolarında, dergilerde, bir süt kutusunun üzerinde veya cep telefonlarında, bilgisayarlarda, kozmetik ürünlerde, vs. fotoğraflara maruz kalınmasına rağmen kaçına dikkatle bakılmakta ve anlamlandırılmaya çalışılmaktadır? Fotoğraflarla kişiler arasında anlık temastan daha fazlasını yaşayıp üzerine düşünüldükleri belki tek yer, sanat galerilerindeki fotoğraflarla kısıtlanabilir. Fotoğrafın bu kadar hayatın her alanında yer almasının en etkin rolü bir şeyi çekici kılmak, idealleştirmek, ikna etmek için biçilmiş kaftan oluşudur. Her ne kadar her gün yığınla fotoğrafik görüntüye maruz kalıyor olsak da görüntülerin kişiler üzerindeki etkisinin geçici olduğu varsayımı pek gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır. Çünkü görseller sunulduğu şeyin nasıl ‘görülmesi’ gerektiğini öğretmektedir. Kişilere bilinç düzleminin dışında verilen mesajlarla doludurlar. David Bate, buzdolabındaki pastörize süt kutuları üzerindeki inek fotoğrafları ile örneklendirir. “Güneşli bir günde, yeşil bir arazide ‘canlı’ ve ‘mutlu’ görünen ineklerin, ‘sağlıklı’ olduğunu düşünmem beklenir... Fotoğrafını gördüğüm ineklerin sütün elde edildiği inekler olmadığını bilsem de, benzer ineklerin sütünü içeceğimi düşünürüm.”¹²⁰ Bate, dikkatle etrafımıza baktığımızda bu ve benzeri önermelerin birçok sektörde olduğu görülmekte olduğunu da ekler. Fotoğraf, neyi, nasıl göstereceğini belirlemekte kullanılan en etkin araç olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır.

7.2. Fotoğrafın Dili

Ayrıca fotoğrafın bir diğer tartışma konusu ise ‘gerçeklik’ algısı üzerinedir. Resmin başarı kıstaslarından biri olan görüleni birebirine en yakın oranda yüzeye aktarmakken, fotoğrafla bu durum görüntünün aksını birebir kaydetmesiyle ‘gerçeklik’ algısını bir üst seviyeye taşımıştır. Fotoğrafın tarihsel sürecinde akademiden sıyrılarak ‘gerçekliğin’ tanığı olma misyonu, dünya savaşları dönemlerindeki yaşananların doğrudan toplumlara gösterebilmesi ile atfedilmiştir.

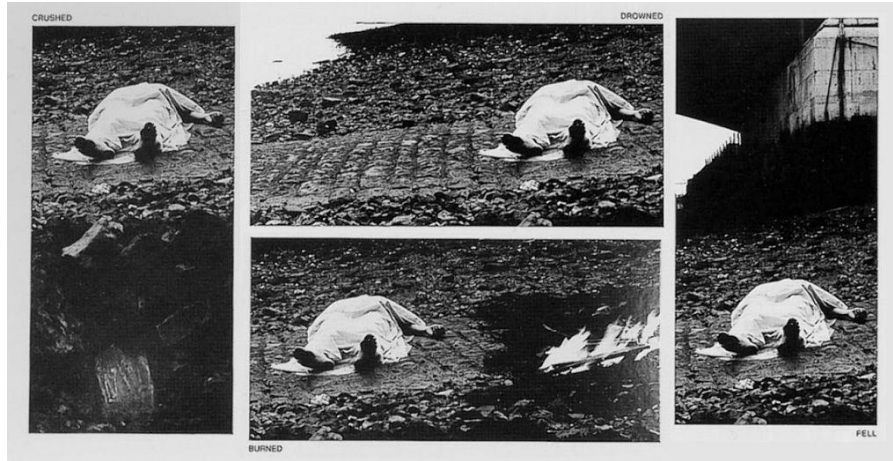
¹¹⁹ age, 49.

¹²⁰ age, 50.

Berger, 'Bir Fotoğrafı Anlamak' adlı kitabında bu misyonun pek kısa sürdüğünü belirtir. "Bu yeni mecranın 'gerçeğe bu kadar sadık' oluşu, propaganda aracı olarak kasten kullanılmasını hızlandırdı. Fotoğrafı sistemli bir biçimde propaganda aracı olarak kullananlar arasında Naziler vardı"¹²¹ Fotoğrafın hangi amaç için kullanıldığına göre 'gerçeklik', 'kanıt olma', 'anı birebir, dolaysız aktarma' gibi işlevlere sahip olacağı nispeten sınırlandırılabilir. Berger şöyle bir örnekle açıklar:

"... fotoğraf bilimsel olarak kullanıldığı zaman, getirdiği sorgulama gerektirmeyen kanıt, bir sonuca varmakta işe yarar: Bu kanıt araştırmanın kavramsal çerçevesi içinde enformasyon sağlar... Fotoğraflar denetim sisteminde kullanıldıklarında, sundukları kanıt az çok, kimlik ve varlık oluşturmakla sınırlıdır. Ancak fotoğraf bir iletişim aracı olarak kullanılır kullanılmaz, işin içine yaşanan deneyimin niteliği girer; o zaman da gerçek karmaşıklaşır."¹²²

Bate, fotoğrafı ikna edici kılan en temel unsur olarak, "şeyleri, göndergelerin, resmin içindeki şeylerin 'arkasına' saklama kapasitesidir"¹²³ der, ve ekler; "fotoğraf 'gerçekliğe' şeffaf erişim yanılsamasını fotoğrafçılığın gerçek 'dili' aracılığıyla yaratmaktadır."¹²⁴



Şekil 12: John Hilliard, Ölümün Türleri Dizisi, Ezilmiş-Boğulmuş-Yanmış-Düşmüş.

Richard Greenhill, Margaret Murray, Jo Spence, **Fotoğraf Sanatı**, çev. Nurdan Arca, Nurettin Baç, Ankara: Remzi Kitabevi Yayınları, 1978, 79.

Fotoğrafçı, karşısında olup bitenden tercih ettiği belli bir sınırlama ile görüntüyü kaydeder. Yaptığı kadrajlama yahut fotoğraf ile beraberinde sunduğu yazı fotoğrafın

¹²¹ John Berger, **Bir Fotoğrafı Anlamak**, 3. bs. çev. Beril Eyüboğlu, İstanbul: Metis Yayınları, 2014, 70.

¹²² **age**, 90.

¹²³ Bate, **age**, 33.

¹²⁴ **age**, 33,34.

anlatmak istediği şeyi topyekün değiştirebilir. John Hillard’a ait yukarıdaki seri bu tarife oldukça iyi bir örnektir. Soldaki görsel ve destekleyici yazısıyla yerde yatan kişinin ezilerek öldüğü fikri benimsenebilmektedir. Orta üstte yer alan kadraj bu sefer yatay tercih edilerek denizi de izleyiciye sunmakta ve ölüm sebebinin boğulmadan kaynaklandığı fikrini desteklemektedir. Orta altta yer alan yatay kadrajda ise deniz kıyısı dışarda bırakılarak kişi sola konumlandırılmıştır ve sağ alt kısımda izleyiciye ateşli bir bölge sunulmaktadır. Bu görselde yanarak öldüğü fikri sunulmaktadır. Sağ kısımda yer alan kadrajda ise, yerde yatan kişi kadrajın altına yerleştirilmiştir ve üst kısımda köprünün ayakları görülmektedir. Yüksek bir noktadan düşerek öldüğü fikri izleyiciye iletilmektedir. Bu doğrultuda, hangi görsel bizlere gerçek, doğru bilgiyi sunmaktadır? “Fotoğraf, belli bir bağlamın ürünüdür. (...) Fotoğrafçının üzerinde çalıştığı malzeme ve tercihleri bilinçli olmasından bağımsız olarak imgenin görünüşünü düzenlemektedir.”¹²⁵ Hangi konu üzerine (düğün, anı, sanat, emlak, hastane fotoğrafları vs., profesyonel ya da amatör çekimlerde) çekim yapılacak olursa olsun fotoğraflar fotoğrafçının çekim koşullarınca belirlenmektedir. Fotoğrafçı ilgisini çeken şeyi fotoğrafın amacına yönelik bir biçimde kadrajlar, çerçeveye alır. “Dolayısıyla fotoğrafın ‘anlamı’ kodladığı söylenebilir. Nihayetinde vardığımız noktada temsilin tarihsel ya da toplumsal, bireysel, estetik, politik ve ideolojik amaçlar bağlamında taşıdığı anlamı sorgulamamız gerekiyor.”¹²⁶

7.3. Bakış Açıları

Fotoğraf, izleyici üzerinde ‘gerçeklik’ algısından yola çıkarar ikna edici ve çarpıcı bir etki yaratır. ‘Oradaymışım’ hissi veren fotoğrafa bakan kişi fotoğraf ile gerçekliğin arasındaki farkın elbette ki ayrımındadır. Baktığı manzarada gerçekten bulunmuş olsa ona seçilerek sunulmuş kadrajdan belki başka sahne ilgisini çekecektir. Bununla beraber orada olan kişinin kendisine sunduğuyla yetinmek zorundadır. Orada olma durumu elindeki fotoğraf kadrajıyla varlık alanı bulur. Burada vurgulanması gereken nokta sunulan mekanda kim olursa olsun aktarmayı tercih edeceği sahne farklılık gösterecektir. Bate, bu konuda şöyle bir ifadeye bulunur:

¹²⁵ Bate, age, 32.

¹²⁶ age, 32.

“Fotoğraf çekilirken orada olabilseydim hareketi izleyebilir ya da fotoğraf karesi uzamının sınırlarının ötesine bakabilir ve odağımı bir düzlemden diğerine kaydırabilirdim. Söylemek istediğim, ‘kod içermeyen bir mesaj’dan söz edemeyeceğimizeyiz.”¹²⁷

Ayrıca Bate orada olma hissini kameranin konumuyla özdeşleştirmektedir. Yani fotoğrafçının amacı gerçeği göstermek değil fotoğraf makinesi aracılığıyla birtakım öğeleri ve orada olma hissiyatımızı retorik bir ifade biçimiyle izleyiciye sunmaktır. Bu argümanlar bizi her fotoğrafçının iletmek istediği mesajı farklı bir perspektifle sunmasının kaçınılmaz olmasına yöneltmektedir. Resim 8’de yer alan Hilliard’a ait aynı mekandan dört farklı kadrajlama biçimi örneği aslında farklı bakış açılarıyla ‘gerçeklik’ olarak algılamak istenen görsel kaynağın nasıl farklı anlamlamalara yön verebildiğinin en başarılı kanıtıdır.

¹²⁷ age, 62.

8. GÖSTERGEBİLİMSEL ÖRNEK ÇÖZÜMLEMELER

8.1. Russel & Bromley Markasına Ait Reklam Afişi Çözümlemesi

Bir görüntünün, ilk anda görüldüğünden çok daha fazla anlam içerdiğini belirten Burton, görüntüdeki anlam incelemelerini üç başlık altında sınıflandırır.

İlki, “görüntü elde edilirken kameranın nerede olduğudur. İzleyiciye neyi göstermek istediği kamera konumu ile belirlenir.

İkincisi, görüntü oluşturulurken kullanılan hilelerdir. Bu da her zaman görüntünün ne anlama geldiğine dair görüşümüzü etkiler. Netlik, ışıklandırma, düzenleme, çerçeveleme, resimde gerçekte ne olduğu hakkındaki kavrayışımızı etkileyen hilelerdir. Burada önemli olan ne söylendiğinden ziyade nasıl söylendiğidir.

Üçüncü olarak ise; görüntünün içeriği, burada yer alan nesnelerdir. İçerik çözümlemesi burada ilginç noktalar ortaya çıkarabilir ve bizim görüntülere genellikle gereken dikkatle bakmadığımızı kanıtlar”¹²⁸



Şekil 13: Görünenden Fazlası Adlı Kitapta Burton’a Ait Görüntü Çözümlemesi Örneği.

Graeme Burton, **Görünenden Fazlası**, çev. Nevin Dinç, İstanbul: Alan Yayıncılık, 2008, 26.

Örnek görselde Russel & Bromley markasına ait bir ayakkabı reklam afişi görülmektedir. Burton, yukarıda bahsi geçen görüntü çözümlemesini yaparken

¹²⁸ Burton, **age**, 24.

kullanılabilir üç ana unsuru Russel & Bromley reklam afişi üzerinden uygulamalı olarak açıklamaktadır. İlki, kameranın nerede olduğu ve izleyiciye göstermek istenilenin ne olduğu ile ilgili kısımdır; Burton, objektifin merkezinin ayakkabıların değil kadının bedeni olduğunu söyler. Bakış açısı için ise, izleyicinin sanki merdivendeki kadına eğilerek bakıyormuş gibi olduğunu ayrıca seyirci yoldan geçen biri olarak konumlandırıldığından uyuyormuş gibi görünen bu kişiye kaçamak bir bakış ile baktığını ifade eder.

İkinci unsur, çekim hileleridir; Burton, ışık kullanımı ve etraftaki nesnelerle beraber, güneşli ve egzotik bir ortam yaratılmaya çalışıldığını belirtir. Elbise, ayakkabı ve çantanın beyazlığı ile ilgi merkezi kadındır ve bronz teniyle beyaz aksesuarlar ayrıca bir kontrast etki ile güçlü bir ifade biçimi bulmaktadır. Ayakkabı üzerindeki lacivert detay ve altın rengi noktalar görseldeki en koyu alan olarak dikkatleri üzerine çekmeyi başarmaktadır. Genel olarak ortamdaki yatay ve dikey çizgilerin aksine figürün bacakları ile oluşturulan diyagonaller arasında bir zıtlık oluşturulmuştur. Kadrajlama biçimi ortamdan detay vermeyip, mekana dair izleyiciyi tahmin etmeye sürüklerken ortamın gerçek bir yer olduğu vurgulanmaktadır. Kadının yüzünün pek de net bir biçimde gösterilmemesini ise Burton, romantizm fikrine bir gönderme olarak açıklamaktadır.

Üçüncü unsur olan, içerikte yer alan nesnelerin izleyiciye aslında ne gösterdiği üzerine olan kısımdır; tül perde ve üzerindeki desenlerin yabancı bir mekanı ve gizemi çağrıştırdığı ifade edilmektedir. Kabaca yontulmuş basamakların izleyiciye buranın yabancı bir yer olduğu, kadının uyuyor gibi gözükmesi ise izlenildiğinden habersiz masum ve kırılgan bir ifade biçimini barındırdığını belirtmektedir. Tercih edilen kıyafet ve aksesuar renkleri (beyaz), masumiyeti, saflığı temsil ederken, kadının açık olan omuz ve bacakları cinselliğe sanatsal olarak bir gönderme yapmaktadır. Son olarak Burton, çanta ve ayakkabıdaki altın işlemlerin zenginliği çağrıştırdığından bahsetmektedir.

Yani, izleyiciye sunulan ‘sıradan’ bir ayakkabı reklamında, gördüğümüzden fazlası yatmaktadır. Tüketiciye yalnızca ayakkabı değil beraberinde zenginlik, doğallık, gençlik, masumiyet ve egzotik diyarlar satılmaktadır.

8.2. Luna Marka Reklam Çözümlemesi

Büker ve Kıran’a ait ‘Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet’ adlı kitaplarında yer alan 1993 yılında Luna yağın görüntü incelemesinde bahsi geçen reklamın genel plan sahnesi Fotoğraf 4’deki gibidir. Görüntüde, abla ve erkek kardeş, evlerinin mutfağında bir aradadırlar. Ürün, kadrajda tam merkeze yerleştirilmiştir. Erkek çocuğun üzerinde kırmızı bir bluz var iken ablanın kıyafeti mutfaktaki hakim tonlar ve pencereden gördüğümüz doğanın renkleri ile uyum içerisindedir. Büker ve Kıran reklam çözümlemesinde erkek çocuğun kıyafetinde tercih edilen kırmızı renk için şöyle bir yorumda bulunmaktadırlar: “...kırmızı giysileriyle gücünü vurgulayan, bu renk aracılığıyla şiddeti çağrıştıran erkektir. Simgesel pek çok yananlamının yanında kırmızı, ‘denetlenemeyen tehlikeli bir içgüdü’ de çağrıştırır; bu da bencillığe ve nefrete götürür.”¹²⁹



Şekil 14: Luna Markasına Ait Reklamdan Genel Plan Bir Sahne.

<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/103352/luna-margarin-reklami-1993> [27.08.2018].

Gelecek sahnelerde abla ile erkek kardeş yağ için tartışmaktadırlar. Tartışma esnasında tercih edilen kamera açısı, yukarıda yer alan Fotoğraf 5 ve 6’da görüldüğü biçimdedir. Ablanın boyu ile erkek kardeşinin boyu arasındaki fark fazla olmasına karşın her ikisinin de ayakta olduğu sahnede abla güçlü konuma geçeceği için yapılan çekim teknikleri (hileleri) ile ablanın üstün olma ihtimalinin ortadan kaldırıldığı Büker ve Kıran tarafından belirtilmektedir. İkisini de aynı boyda gibi göstermek amacıyla tercih edilen çekim açısı eşitliği sağlamakta kullanılan bir yöntem olarak kabul edilmektedir.

¹²⁹ Seçil Büker, Ayşe Eziler Kıran, **Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet**, İstanbul: Alan Yayıncılık, 2004, 62.



Şekil 15: Luna Marka Reklamına Ait Kamera Açısı Örneği.

<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/103352/luna-margarin-reklamı-1993> [27.08.2018].



Şekil 16: Luna Marka Reklamına Ait Bir Diğer Kamera Açısı Örneği.

<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/103352/luna-margarin-reklamı-1993> [27.08.2018].

Kırmızı / Erkek Çocuk	Güç, tehlike, öfke	} Gösteren ile Gösterilenden oluşan Gösterge (Görsel, anlamsal, dilsel bütünlük)
Gösteren	Gösterilen (anlam)	

Şekil 17: Luna Marka Reklamın Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

Seçil Büker, Ayşe Eziler Kıran, Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet, İstanbul: Alan Yayıncılık, 1999, 61-66'dan uyarlanmıştır.

8.3. Pirelli Reklam Çözümlemesi

Büker ve Kıran'a ait bir diğer reklam çözümlemesi olan Pirelli reklamında ise alt ve üst açı kavramlarına değinilmektedir. Reklamda marka, yabancı bir doğa ortamını seçmektedir, atletik vücuda sahip olduğu görülen bir kadın zorlu dik kayalıklı bir yokuşta koşarak ilerlemektedir. İlerleyen sahnelerde kadın durur ve ayağını kaldırır.

İzleyiciye ayak tabanı gösterilir. Kadının tabanı bir otomobil lastiği gibi siyahtır. Kadının ayakları, otomobil lastiği ile özdeşleştirilir. Genç kadın kayalıkları aşip tepeye ulaştığında kadını kuşbakışı bir açıyla tepeden görmekteyizdir. Alt açılı çekimlerin kişiyi yücelten, olduklarından büyük ve yüce gösteren, üst açılı çekimlerin ise kişileri bastırıp, ezen ve olduklarından küçük gösteren bir hissiyat ilettikleri çözümlemeye vurgulanmaktadır. Tüm bu sahneler boyunca zorlu yolu aşan kadının güçlü ve egemen olduğu kanısının bir yanılsamadan ibaret olduğunu son sahnede kadın zirvedeyken üst açı ile ezen bir ifade biçimi kullanmayı tercih eden markaya işaret eden Büker ve Kıran; figürün, kadınlığını, insanlığını yitirmiş ve nesneye dönüştürülmüş (ayak ve araba lastiği özdeşleştirilmesi) bir biçimde izleyiciye sunulduğunu belirtmektedirler. Kullanılan renk, tercih edilen çekim açısı, lastiğin; kadına ve doğaya egemen olduğu fikrini bizlere sunmaktadır.

Lastik (Pirelli) - Doğa ve Kadın		/ Egemen olan - Egemen olunan		} Gösterge
Gösteren	Gösteren	Gösterilen	Gösterilen	

Şekil 18: Pirelli Marka Reklamın Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

Seçil Büker, Ayşe Eziler Kıran, Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet, İstanbul: Alan Yayıncılık, 1999, 132-135'den uyarlanmıştır.

8.4. Sabun ve Deterjanlar Reklam Çözümlemesi

Barthes ise, günümüz kültüründe karşılaştığımız filmlerden, reklamlara, fallardan yemek tariflerine değin birçok farklı mecrada kitlelere iletilen “doğallık” üzerinden sunulanın aksine içeriklerinin aldatıcı yönünü sunduğu Çağdaş Söylenler kitabında özellikle sabun ve deterjanlar üzerine yapmış olduğu inceleme oldukça ilgi çekicidir.

Barthes, arıtıcı sular, sabun ve deterjan tozları ile dert ve çare, pislik ve ürün arasında oluşturulan bağıntının aynı amaca hizmet eden üç ürün için de farklı ifade biçimi bulunduğunu söyler. Arıtıcı suların (çamaşır suları vs.) bir tür sıvı ateş gibi sunulduğunu belirtmektedir. Ürünün belirli miktarda dikkatle kullanılması salık verilir aksi durumda “ateş” etkisinde olan ürünümüz kirlerle birlikte arındırılacak nesneyi de “yakar.” Ürün kiri öldürür. Burada kir bir tür düşmana benzetilir, öldürülmesi gereken oldukça tehlikeli bir düşman(!)

Toz deterjanların izleyiciye sunumunda ise artık bir öldürme eyleminden bahsedilemez. Kir öldürülmez, kovulur. Burada ürün, bir polis misyonu ile karşımıza çıkartılır. “Toz deterjanın yargılamasından korkan sıska, güçsüz düşmanlar korkarak kaçacaktır. Nesnenin üzerindeki sıska düşmanlar polisler tarafından itilip, yönlendirilerek kovulacaktır.”¹³⁰(Bu benzetmede reklam sahnelerinde çokça kullanılan, kadının çamaşırı bir yüzeye yahut birbirinin üzerine sürterek / iterek kirden arındırma çabası örnek olarak verilebilir.)

Barthes, sabun köpüğünün ise lüksü çağrıştırdığından bahseder. Sabun köpüğünün yararsızlık görünüşüyle beraber kolay ve sonsuz çoğalmı ile güçlü bir zenginliği bünyesinde taşıdığını belirtir. Her üç ürünün de işlevi olan hijyeni sağlama görevi sunulmuş ve algılama biçiminde bambaşka formlarda varlık alanı bulmaktadır.

Tablo 10: Arıtıcı Su, Deterjan ve Sabunun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Gösteren	Gösteren	Gösterilen	Gösterilen
Arıtıcı Sular	Kir	Asker	Kir, öldürülmesi gereken bir düşmandır.
Deterjanlar	Kir	Polis	Kir, kovulması, uzaklaştırılması gereken bir suçludur.
Sabunlar	Kir	Zerafet, Lüks	Burada kir ikinci plandadır. Önemli olan nesnedir. Nesneye zarar gelmeksizin zarif ve nazik devinimlerle nesneyi temizlemektir.

Roland Barthes, **Çağdaş Söylenler**, çev. Tahsin Yücel, İstanbul: Metis Yayınları, 2014, 33,34’ten uyarlanmıştır.

¹³⁰ Barthes, **age**, 2014, 33.

9. ALTI FARKLI GAZETENİN İNTERNET SİTELERİNDE GÖRSEL KULLANIMININ İNCELENMESİ

“Görme konuşmadan önce gelmiştir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir. Ne var ki başka bir anlamda da görme sözcüklerden önce gelmiştir. Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz.”

John Berger, Görme Biçimleri¹³¹

Gerek basılı gazetelerde gerekse internet haberciliğinde görsel malzemeler haberi destekleyen en önemli unsurlardır. Haberin içeriğine uygun görsel malzeme kullanımı hem okurun konuyu daha kolay anlamasını sağlayacak nitelikte olmalıdır hem de güncel mi yoksa arşiv malzemesi mi, gerçek mi yoksa kurmaca mı olduğu okurun fark edebileceği biçimde belirtilmelidir. Habere tanıklık eden bir yan unsur olduğu için görsel malzemenin haber ile doğrudan ilintili olması gerekir. Bu konuda kriter oluşturabilecek bazı yargılar şunlardır:

“Bir gazeteyi yarıştığı kulvarlarda farklı kılan, yayınladığı haber ve yazıların yanı sıra, fotoğrafların gerçeği en iyi şekilde yansıtabilme derecesidir.”¹³²

“Fotoğraflar kanıt oluşturur. Duyduğumuz ancak kuşkuyla karşıladığımız bir şey, bize onun bir fotoğrafı gösterildiğinde kanıtlanmış sayılır.”¹³³

“Her imgede bir görme biçimi yatar. Fotoğraflarda bile. Çünkü fotoğraflar çoğu zaman sanıldığı gibi mekanik kayıtlar değildir. Her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini fark ederiz. Rastgele aile fotoğraflarında da böyledir bu. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçişinde yansır.”¹³⁴

¹³¹ John Berger, **Görme Biçimleri**, 10. bs. çev. Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları, 2004, 7.

¹³² Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, 1. bs. Der Yayınevi, 2000, 18.

¹³³ Susan Sontag, **Fotoğraf Üzerine**, çev. Reha Akçakaya, İstanbul: Altıkırkbeş Yayınevi, 1993, 20.

¹³⁴ Berger, **age**, 10.

“Bir gösterge –ister nesne, ister sözcük ve isterse resim olsun- bir kişi ya da bir grup insan için özel bir anlamı olan oldukça basit bir şeydir. Tek başına ne şeydir, ne de anlamdır; ikisi bir aradadır.”¹³⁵

9.1. İnternet Sitelerinin Seçilme Ölçütü

Söz konusu gazetelerin seçimi yapılırken toplumun farklı görüşlerine sahip kesimlerine hitap eden yayın organları olmalarına özen gösterilmiştir. Farklı politik görüşe sahip olan gazeteler olması eleme konusundaki en önemli kıstastır. İnternet siteleri elenerek altı tanesi belirlendikten sonra 4 farklı haber seçilmiş, bu haberlerin yayımlandığı tarihlerde altı sanal gazetenin bu haberlere eşlik etmesi için seçtiği görsel malzemeler ele alınmıştır. Seçilen haberlerin tüm Türkiye’de en çok ses getiren ve aynı gün tüm basılı ve internet gazetelerinde yayınlanması göz önünde bulundurulmuştur. Siyasi, eğitim, ekonomi, spor alanından birer haber görseli olmak üzere 4 ana başlık altında toplamda 30 haber görseli göstergebilimsel incelemeye tabii tutulmuştur. Haber başlıkları sırasıyla “AKM’nin yıkım kararı”, “üniversitelerin bölünme kararı”, “dolar kuru” ve “Ali Koç’un Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlık görevine başlaması” şeklindedir. Görsellerine yer verilen internet siteleri: www.sabah.com.tr, www.sozcu.com.tr, www.yeniakit.com.tr, www.t24.com.tr, www.posta.com.tr, www.cumhuriyet.com.tr’dir. Tablo 11’de seçimi yapılan 6 farklı gazetenin politik görüşü, yayıncısı ve web sitesinin listesi görülmektedir. Sabah, Sözcü, Yeniakit, Cumhuriyet ve Posta gazetelerinin hem basılı olarak hem de internet üzerinden yayın yaparken, yalnızca internet üzerinden yayın yapan T24 internet gazetesi olduğu görülmektedir. Ayrıca tabloda, politik görüş başlığı altında, hiçbir kurum ve de kuruluşa bağlı olmadığı gözlemlenen, tek bağımsız gazete olarak T24 görülürken, seçkisi yapılan diğer tüm gazetelerin bağlı olduğu kurum ile ideolojik bir tavrın varlığı belirtilmektedir.

¹³⁵ Judith Williamson, **Reklamların Dili – Reklamlarda Anlam ve İdeoloji**, çev. Ahmet Fethi, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2001, 15.

Tablo 11: Altı Farklı Gazetenin Politik Görüşü, Yayıncısı ve Websitesi Listesi

İsim	Politik Görüş	Yayıncı / Ortak Şirket	Website
Sabah	Liberal Muhafazakarlık, Merkez Sağ	Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş.	www.sabah.com.tr
Sözcü	Ulusalcılık, Kemalizm, Sekülerizm	EstetikYayıncılık A.Ş.	www.sözcü.com.tr
Yeni Akit	İslami Fundamentalizm, Aşırı Sağ	Uğurlu Gazetecilik Basın Yayın Matbaacılık Reklamcılık Ltd.	www.yeniakit.com.tr
T24	Tarafsız, Bağımsız	Hiçbir kurum, kuruluş ya da oluşumla ilintili olmayan bağımsız internet gazetesi.	www.t24.com.tr
Posta	Popülizm	Demirören Gazetecilik A.Ş.	www.posta.com.tr
Cumhuriyet	Sosyal Demokrasi, Solcu	Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş.	www.cumhuriyet.com .tr

https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-onipfs.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_yay%C4%B1nlanan_gazeteler_listesi.htmles. [03.02.2019]'den uyarlanmıştır.

9.2. Haber Seçilme Ölçütü

13 Şubat 2018 tarihli Atatürk Kültür Merkezi binasının yıkım kararı birçok farklı görüşe sahip kişilerce dikkat çekmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu olan Atatürk'ün ismini taşıması sebebiyle Kemalist çevrece olumsuz karşılanırken, muhafazakar kesim tarafından nötr yahut olumlu atfedilmiştir. Dolayısıyla AKM yıkım kararı politik bir tutum olarak görülmüş ve tüm çevrelerce olumlu yahut olumsuz bir tepki ortaya koymaya vesile olmuştur. Bu sebeple Türkiye'deki gazetelerin aynı gün servis ettiği haber, siyasi haber kategorisinde oldukça ses getirmesi nedeniyle tercih edilmiştir.

25 Nisan 2018 tarihli üniversitelerin bölünmesi kararı ile ilgili haber seçiminde eğitim alanında yıl içerisinde bahsi geçen en dikkat çekici olay olması, uzun süre tartışılmış oluşu ve eylemlere konu olması sebebiyle tercih edilmiştir. Ülke genelinde en çok öğrencileri ve akademisyenleri ilgilendiren bu kararın eğitim alanındaki en büyük ve köklü değişim adımı olması ön plana çıkmasında en önemli faktördür.

2018 yılının başından Temmuz sonuna değin 3.77 ile 4.86 TL arasında seyreden doların, Ağustos itibari ile 5.00 TL'yi aşması üzerine ülke genelinde endişelerin artması ve ekonomide bir süredir devam eden çalkantının, ekonomi başlığı altında çok konuşulması sebebiyle 2 ve 3 Ağustos 2018 dolar kuru ile ilgili haber tercih edilmiştir.

5 Haziran 2018 tarihli Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübü'ne başkan seçilme haberi ise, spor haberleri başlığı altında en ses getiren bir diğer haber olarak öne çıkmaktadır. Aziz Yıldırım, 1998 ile 2018 tarihleri arasında uzun soluklu başkanlık görevinin ardından 5 Haziran 2018'de yapılan seçim ile başkanlık görevini aynı zamanda bir iş insanı olan Ali Koç'a karşı kaybetmiştir. Aziz Yıldırım'a başkanlık süresi esnasında rüşvet ve şike suçlamalarıyla 2012 yılında dava açılmıştır. Yıldırım, 1 yıl hapis cezasına çarptırılmıştır. Yirmi yıllık Yıldırım yönetiminin muhtemelen tazelenmesi gerektiği düşüncesi ve nüfuzlu bir iş insanı olan Koç'un prestiji seçilmesindeki ve taraftarlarca coşkuyla karşılanmasındaki durumu betimler niteliktedir.

9.3. Seçilen Haberlerin Görselleri İncelenirken Kullanılan Yöntem

Bu çalışmada, gazetecilikte görsel malzemelerin kullanımına dair yukarıda sunulan yargılar ışığında, Türkiye'de yayın yapan altı gazetenin internet sitelerinde görsel malzeme kullanım stratejileri incelenmektedir. İncelemede, yöntem olarak Saussure'nin göstergebilimsel methodu tercih edilmiştir. Saussure kuramı çerçevesinde göstergebilimsel açıklama şemasında Büker - Kıran'a ait 'Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet' adlı kitaptan alınan 8. Bölüm başlığı altında, Şekil 5'teki Luna Marka reklam örneğinde kullanılan şemadan yararlanılmıştır.

9.4.AKM'nin Yıkım Kararı ile İlgili Haber Sunumları

Atatürk Kültür Merkezi'nin yıkımı hakkında meclisten geçen karar ile ilgili olarak 13-14 Şubat 2018 tarihinde altı gazetenin internet sitesinde yayımlanan haber görselleri aşağıdaki gibidir.



Şekil 19: Sabah Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı ile İlgili Haber Görseli.

“AKM’de Yıkım Hazırlığı.” <https://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2018/02/14/akmde-yikim-hazirligi> [02.02.2019].

Yukarıda yer alan Sabah gazetesinin internet sitesinde, ‘AKM’de yıkım hazırlığı’ başlığı ile sunulan haber görseli incelendiğinde, düzanlam düzleminde, söz konusu yapının çarpık bir bakış açısıyla, sol ve biraz alttan fotoğraflandığı görülmektedir. . Yapının yakın zamana ait olan, nispeten güncel bir fotoğrafı tercih edilmiştir. Yananlam düzleminde ise, alttan bakış açısı her ne kadar fotoğrafı çekilen kişiyi

veyahut nesneleri yücelten bir bakış açısı olsa da buradaki çarpık bakış açısı yücelten hissiyatı geri plana atılmasına sebebiyet vermektedir. Yapı ve önündeki duvarın hali, yapının oldukça yıpranmış olduğunu vurgular niteliktedir. Verilen kararı onaylayan bir fotoğraf kullanımının tercih edildiği görülmektedir.

Yıpranmış, eski bir yapı	İşlevsiz, yenilenmesi gereken bir yapı	Gösterge
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 20: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli
Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

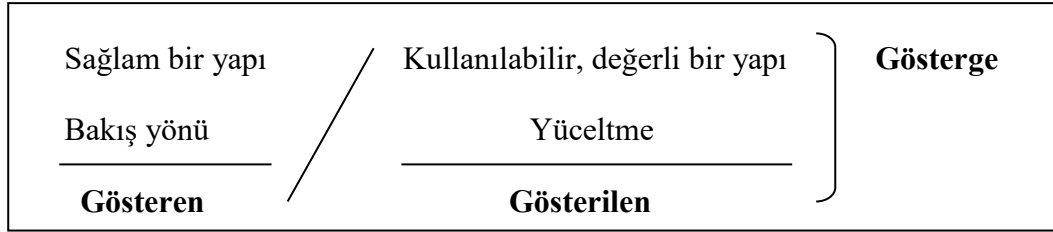


Şekil 21: Sözcü Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım Kararı
İle İlgili Haber Görseli.

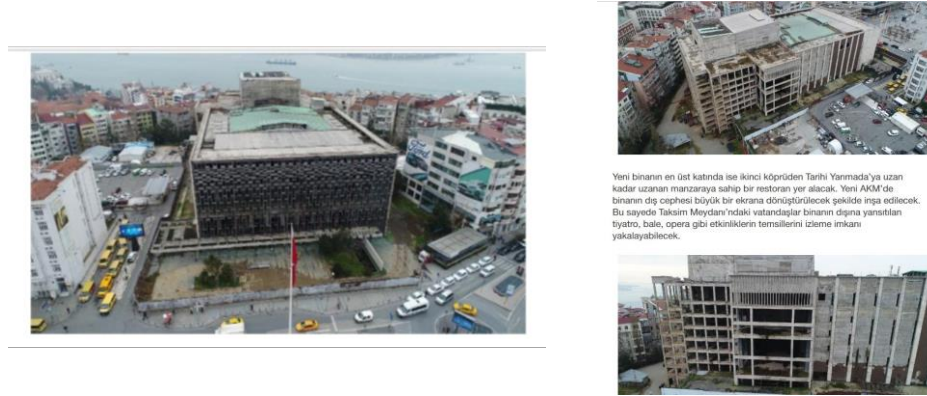
“AKM’de ilk kazma vuruldu, yıkım başladı”. <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/akmde-ilk-kazma-vuruldu-yikim-basladi/> [25.5.2018].

Sözcü gazetesinin internet sitesinde kullandığı fotoğrafta düzanlam düzleminde AKM’nin bakış açısının alt açıdan olduğu görülmektedir. Yapı ayakları yere sağlam basan ve halen kullanılmaktaymış gibi bir görünümde sunulmaktadır. Binanın deforme olmamış ön yüzünden bir görsel tercih edilmiştir. Yananlam düzleminde ise, karşılaştığımız bakış açısı ve kadraj düzenleme biçimi, yapıyı yücelten (alt açı) bir görsel ifade oluşturmaktadır. Ayrıca yapının sağlam ve kullanılabilir nitelikte bir

görselin kullanılması, gazetenin AKM'nin yıkımı konusunda olumlayıcı bir tavır takınmadığının göstergesi olarak okunabilir.



Şekil 22: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli
Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 23.24.25: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan AKM Yıkım
Kararı İle İlgili Haber Görseli.

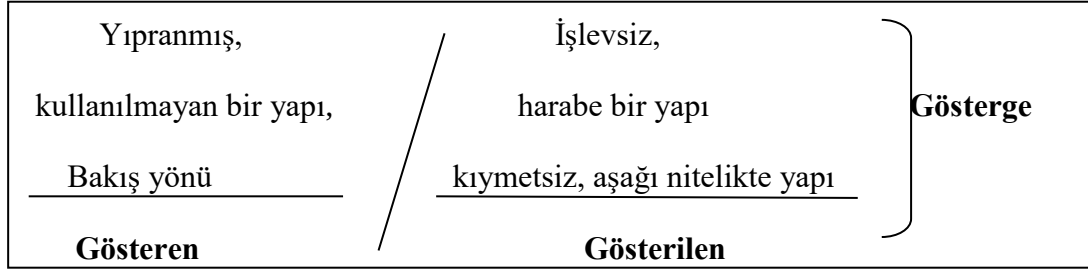
“Taksim’deki AKM yıkılıyor! İlk kazma vuruldu”.

<https://www.yeniakit.com.tr/haber/taksimdeki-akm-yikiliyor-ilk-kazma-vuruldu-423843.html>

[26.5.2018]

Yeni Akit gazetesinin internet sitesinde, AKM yıkım haberini diğer sitelerin bir fotoğraf kullanma tercihinin aksine yukarıda yer alan üç farklı fotoğraf ile sunduğu görülmektedir. Düzanlam boyutunda, AKM binasının ön yukarıdan ve arka yukarıdan (üst açı), altta ise nispeten cepheden çekilmiş fotoğraflarının okura sunulduğu görülmektedir. Her cepheden oldukça yıpranmış bina görselleri kullanılmıştır. Güncel fotoğrafların kullanıldığı söylenebilmektedir. Yananlam düzleminde, yapının birden fazla açıdan yıpranmış görsellerinin kullanılması binanın

yıkılması gerektiğine dair fikri destekleyen nitelikte bir tavra işaret etmektedir. Fotoğraflardaki üst aç tercih yapıyı ezerek, baskılayarak göstermektedir.



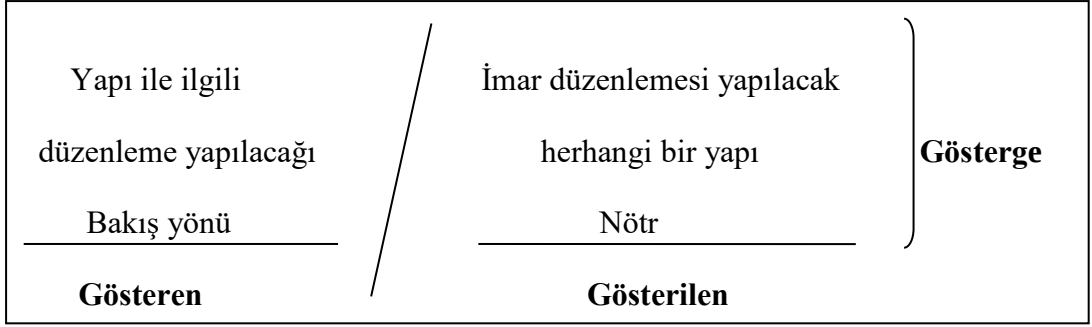
Şekil 26: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 27: www.t24.com.tr Sitesine Ait AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli.

“AKM’ye ilk kazma vuruldu”. <http://t24.com.tr/haber/akmye-ilk-kazma-vuruldu,558793> [26.5.2018].

T24 internet sitesinin haberinde, düz anlam boyutunda yapının hemen önünde yer alan bina ile ilgili imar kararının bulunduğu tabela da kadrja dahil edilmiştir. Yapı ne çok yeni ve işlek görünmektedir ne de harabe ve terk edilmiştir. Bakış açısı göz hizasındadır. Yan anlam düzleminde, kamera çekim açısı, yücelten (alt aç) yahut aşağılayan (üst aç) bir bakış yönü olarak değil göz hizasında tutularak yüce ya da aşağı bir ima yüklenmemiştir. Bina önünde bilgi tabelasının kullanımı ise, haberi okumayan, konu hakkında hiçbir fikri olmayan bir okurun yalnızca fotoğrafa bakarak bina ile ilgili bir yaptırım olduğu bilgisini rahatlıkla edinebilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla tercih edilen tarafsız bakış yönü ile okuyucuya yapı ile ilgili ideolojik bir yönlendirme yapılmadığı söylenebilmektedir.



Şekil 28: T24 İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 29: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan AKM Yıkım Kararı İle İlgili Haber Görseli.

<https://www.posta.com.tr/ataturk-kultur-merkezi-ni-yikim-calismalari-basladi-1381735> [02.02.2019].

Posta gazetesinin internet sitesinde yer alan ‘Atatürk Kültür Merkezi’ni yıkım çalışmaları başladı’ başlıklı haber görselinde düz anlam düzleminde kullanılan görsel bilgisayar ortamında düzenlenmiş AKM yıkımı sonrasında vaat edilen yeni kültür merkez binasının görüntü kullanımı tercih edilmiştir. Diğer haber sitelerinde, AKM’nin yıpranmış, hatta harabe gözüken fotoğraf kullanımının aksine Posta gazetesi yapının eskiliği ile yıkımını destekleyecek bir ‘kanıt’ fotoğraf kullanmamıştır. Oldukça modern çizgide bir yapı sunulmaktadır. Yan anlam düzleminde, var olan yapının yıkımının ardından inşa edilecek yeni kültür merkezi ile okura şimdikinden daha şık ve güzel bir binanın sunumunu vaat etmekte ve verilen kararı onaylatmada pozitif bir yol izlemektedir.

Şık, modern bir yapı	Gösterişli, yeni, heybetli bir yapı	} Gösterge
Simülasyon yapı	‘Eski yapıdan daha iyisi olacak’ söylemi	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 30: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli
Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

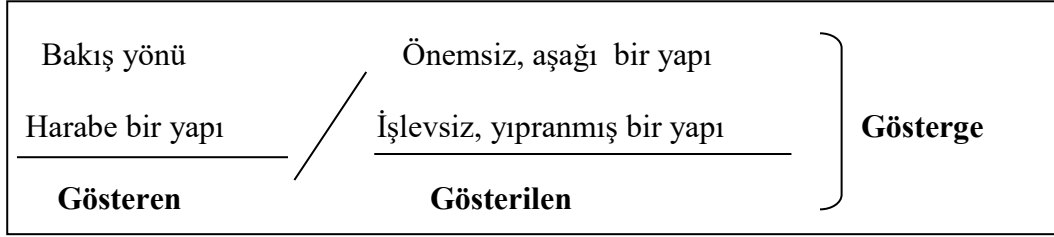


Şekil 31: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sayfasında Yer Alan AKM Yıkım
Kararı İle İlgili Görsel.

“Atatürk Kültür Merkezi’ne ilk kazma vuruldu”.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/925564/Ataturk_Kultur_Merkezi_ne_ilk_kazma_vuruldu.html [26.5.2018].

Cumhuriyet gazetesinin internet sitesinde ilgili haber için kullanılan fotoğraf, düzenlem düzleminde, Yeni Akit'te kullanılan fotoğrafın yatay olarak tersine çevrilmiş bir versiyonudur. Orijinal fotoğrafta, yapının ön yüzüne göre çok daha fazla deforme olmuş sağ yanı bulunmaktadır. Bakış yönü ise üst açıdan verilmektedir. Yananlam düzleminde, bu fotoğraf kullanma biçiminin yapının yıkık halini daha iyi betimleyeceği düşünülmüş olabilir ama binanın sağ yanı sanki sol yanıymış gibi sunulmuştur. Söz konusu sayfanın düzenlenmesinden sorumlu kişinin bu 'tersine çevirme'yi bilinçli bir tercihle mi yoksa farkına varmadan mı yaptığını bilmek imkansız. Ama her iki halde de bir etik sorunla karşı karşıya olduğumuz açıktır. Üst açının tercihi yapıyı ezer bir nitelik taşımaktadır.



Şekil 32: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki AKM Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

9.5. Üniversitelerin Bölünmesi ile İlgili Haber Sunumları

TBMM’de görüşmeleri devam eden üniversitelerin bölünmesi ile ilgili tasarının kabul edildiği 25 Nisan 2018 tarihinde altı gazetenin internet sayfalarında yayımlanan haber görselleri aşağıdaki gibidir.



Şekil 33: Sabah İnternet Gazetesine Ait Üniversite Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel.

<https://www.sabah.com.tr/egitim/2018/04/25/bolunme-uretim-getirecek> [02.02.2019].

Sabah gazetesinin internet sitesinde ‘Bölünme Üretim Getirecek’ başlıklı haber görselinde Türkiye’nin en köklü üniversitelerinden İstanbul Üniversitesi’ne ait bir görsel tercih edilmiştir. Düzenlam boyutunda, yapı kadrajın tam merkezindedir ve en büyük alanı kaplamaktadır. Dolayısıyla odak noktası burada yapıdır. Hemen yapının yanında Türk bayrağı dalgalanmaktadır. Kadrajın her yanından farklı yönlerle doğru ilerleyen insanlar görülmektedir ve büyük yapının yanında kişiler oldukça küçüktür. İnsanlar ana öge olan üniversitenin yanında yardımcı öğeler olarak yer almaktadır. Yananlam düzleminde, kadrajda yer alan Türk bayrağı ulusal bir gündem olduğunu

iletan bir göstergedir, yapının heybetli bakış yönü (alt aç) üniversitelerin tek tek kişilerden daha fazla bir anlam ifade ettiğini belirtir niteliktedir. Özellikle haber başlığında da vurgulanan olumlama görseldeki ferah, mavi bir gökyüzünün olduğı günden çekilmiş fotoğrafla kararın desteklendiğinin kanıtı olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır. Renklerin psikolojik karşılığı her ne kadar toplumlara, kültüre ve yaşanmışlıklara göre değışiklik gösterse de Sözen, Sinemada Renk adlı kitabında renk üzerine genel geçer tespit edilmiş bulgular olduğunu belirtmektedir. Mavi renk, “... insanı dinlendiren, rahatlık ve mutluluk duygusu veren bir özelliğı sahiptir.”¹³⁶

Açık, mavi gökyüzü Türk Bayrağı Yapının Ebatı / Konumu	Mutluluk, Ferahlatıcı, Olumlu Ulusal gündem Heybetli, Önemli	Gösterge
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 34: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 35: Sözcü İnternet Gazetesine Ait Üniversite Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel.

“Üniversiteler için kritik toplantı başladı”. <https://www.sozcu.com.tr/2018/egitim/universiteler-icin-kritik-toplanti-basladi-2370247/> [25.5.2018].

Sözcü gazetesinin internet sayfasında kullanılan fotoğrafta, düzanlam düzleminde büyük bir toplantı salonunda yer alan yetkili kişiler ve basın mensupları görölmektedir. Herkesin birbirini görebileceğı şekilde düzenlenmiş resmi bir toplantı

¹³⁶ Mustafa Sözen, **Sinemada Renk, Sembolik Anlamlar**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2003, 83.

odasında masanın etrafında bulunan yetkili kişiler –muhtemelen- önemli bir karar üzerinde çalışmaktadır. Yananlam düzleminde, görsel tercihi haber konusuna dair hiçbir içerik bilgisi sunmamaktadır -bu fotoğraftaki toplantı herhangi bir konu hakkında olabilir.- Resmi bir toplantı makamında çekilmiş bu fotoğraf ile okuyucuya yasama mekanizmasının bu konudaki kararlılığını iletmeye çalıştığı söylenebilir. Ama gazete bunu yaparken, üniversitelerin bölünmesine dair herhangi bir haber ve bilgi sunmamaktadır. Görsel malzeme ‘yetki’ ve ‘karar’ kavramlarına vurgu yapmaktadır. Yetki, karar ve önem vurgusu, ilgili sitenin iktidarın temsili olan resmi bir makamın görselini kullanmayı tercih etmesinde gizlidir. Dolayısıyla, haber görselinin, içerik ile ilintili ve durumu en doğru biçimde aktarması gerekliliğinin uygulanmadığı görülmektedir.

Resmi Makam / Toplantı Salonu	Bürokrasi, Resmîyet, Önem, Toplumsal
Makam Görevlileri	Yetki Merci, Karar, Arz
Gösteren	Gösterilen
Gösterge	

Şekil 36: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 37: Yeni Akit İnternet Gazetesine Ait Üniversite Bölünmeleri Haberi İle İlgili Görsel.

“Meclis Komisyonunda kabul edildi... 20 yeni üniversite geliyor”.

<https://www.yeniakit.com.tr/haber/komisyonunda-kabul-edildi-20-yeni-universite-geliyor-454306.html>
[26.5.2018].

Yeni Akit gazetesinin internet sayfasında, ilgili haber için kullanılan görsel düzenlem düzleminde, oldukça ferahlatıcı, yeşil alanın hakim olduğu, güneşli bir havada fotoğraflanmış bir kampüs olarak sunulduğu şeklinde betimlenebilir. Yananlam düzleminde, güneşli havanın ve ağaçlık alanın hissettirdiği huzur ve güven duygusu, fotoğrafın kadraj içi çizgi dengesinde de vurgulanmaktadır. “Doğadaki en rahatlatıcı en huzur verici renk yeşildir. Bu renk izleyenlerde açıklık, ferahlık, dinlendiricilik duygusu uyandırmakta bundan dolayı da gençleştirici, yumuşatıcı ve dinlendirici bir etki yaratmaktadır.”¹³⁷ Bir meydandan ayrılan, aynı zamanda bir meydana buluşan yollar hem güneş ışınlarını hem de açmış bir çiçeği çağrıştırmaktadır. Bu fotoğrafın kullanımı, Yeni Akit gazetesinin, üniversitelerin bölünme haberine son derece olumlayıcı ve destekleyici biçimde yaklaştığını göstermektedir.

Yeşil alan	Güven, huzur, rahatlatıcı	} Gösterge
Güneşli hava	Ferahlatıcı, Olumlayıcı	
Yapıların kapladığı alan	Kadrajda köşelerde, Önemsiz	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 38: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

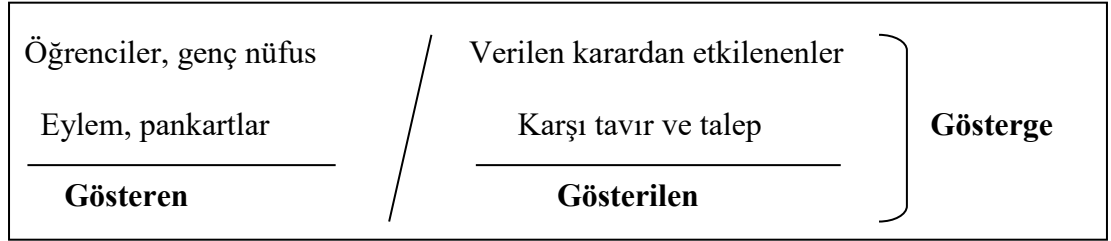


Şekil 39: www.t24.com.tr Sitesinde Yer Alan Üniversitelerin Bölünmesi Haberi İle İlgili Görsel.

“10 Üniversitenin bölünmesini öngören tasarı TBMM Komisyon’unda kabul edildi”.
<https://t24.com.tr/haber/10-universitenin-bolunmesini-ongoren-tasari-tbmm-komisyonunda-kabul-edildi,614001> [26.5.2018].

¹³⁷ Sözen, age, 89.

Yukarıda yer alan t24.com.tr internet gazetesinde yer alan görsel diğer sitelerin aksine meclis kararı ile ilgili eylem yapan öğrencilerin fotoğrafını okuyucuya iletmeyi tercih etmektedir. Düzanlam boyutunda eylem yapan gençler görülmektedir. Kullanılan görselin güncel olduğu pankart yazılarından anlaşılmaktadır. Yananlam düzzleminde, konunun muhatabı olan genç nüfusun TBMM tarafından onaylanan üniversitelerin bölünmesine yönelik kararını desteklemediği görülmektedir. Diğer gazetelerin sitelerine nazaran, haberin içeriği ile doğrudan alakalı bir görsel tercihinde bulunulduğu aşıkardır.



Şekil 40: T24 İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli
Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.



Şekil 41: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Üniversitelerin
Bölünmesi Haberi İle İlgili Görsel.

<https://www.posta.com.tr/20-yeni-universite-geliyor-tasari-kabul-edildi-1410463>
[02.02.2019].

Posta gazetesinin internet sitesinde, ‘20 üniversite geliyor! Tasarı kabul edildi’ başlıklı haberde karar müjde ile sunulmaktadır. Haber görselinde düzanlam

düzleminde, üniversite kampüsünden bir görsel olduğu tahmin edilen iç mekandan bir kadraj tercih edildiği görülmekte ve bir grup öğrenci iç kısımda oturmaktadır. İçeriden kampüsün bahçesi olan yeşillik alan görülmektedir. Yananlam düzleminde ise, gerek ortamdaki güneşli hava ve pencereden görünen yeşillik alan gerekse öğrencilerin oturma pozisyonu oldukça huzurlu, olumlu ve sorunsuz bir ortamı izleyiciye aktarmaktadır. Gazetenin, üniversiteler için verilen kararın olumlu olduğuna dair fikrini, görseldeki pozitif unsurlarla (gün ışığı, yeşillik, sakin ortam) desteklediği görülmektedir.

Güneşli hava	Olumlayıcı, İç ferahlatıcı	Gösterge
Yeşil alan	Huzur, Güven	
İç mekan, Öğrencilerin konumu	Sakin, huzurlu, korunaklı alan	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 42: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.

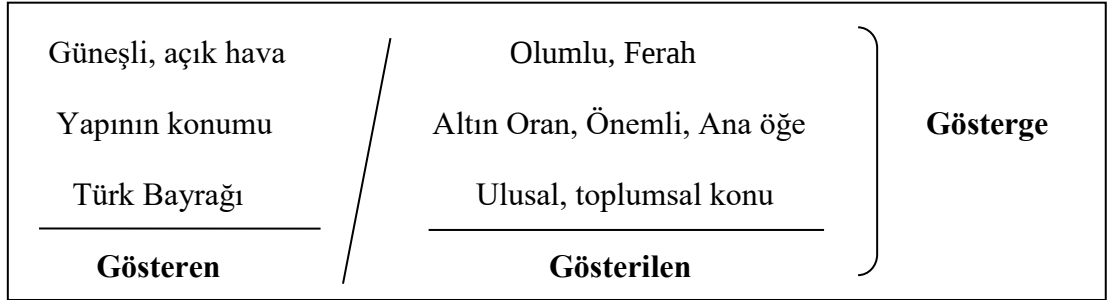


Şekil 43: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Üniversitelerin Bölünmesi Haberi İle İlgili Görsel.

“Bölünme tasarısı büyüyor...Listeye yeni üniversite eklendi”.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/egitim/964052/Bolunme_tasarisi_buyuyor..._Listeye_yeni_universite_eklendi.html [26.5.2018].

Cumhuriyet gazetesine ait internet sitesi, haberi sunarken Türkiye'nin en köklü eğitim kurumlarından biri olan İstanbul Üniversitesi'nin Beyazıt'taki ünlü girişini gösteren bir fotoğraf kullanmayı tercih etmiştir. Bu, üniversitelerle ilgili haberlerde en sık karşılaşılan fotoğraflardan biridir. Düzenlem düzleminde bir üniversite yerleşkesi, Türk bayrağı ve civarında yürümekte olan insanlar görülmektedir. Geniş plan tercih edilen kadrajlama da yapı insanların boyutu ile karşılaştırıldığında yapının büyüklüğü vurgulanmaktadır. Hava güneşlidir. Yananlam düzleminde, Cumhuriyet'in kullandığı görselde kadrajın önemli kesişme noktalarından birinde sunulan Türk bayrağı, komisyonda üniversiteler hakkında verilecek karar ile ilgili başka bir vurgu yapmaktadır. Bu, tüm ulusu ilgilendiren kritik bir karardır. Yapının, kadrajda insanların da yer aldığı geniş açı ile fotoğraflanmış görüntüsü, üniversitelerin binalar topluluğundan fazlasını temsil ettiği şeklinde yoruma açık bir ifade alanı bulmaktadır. Görseldeki açık hava karamsar olmayan bir tutumun benimsendiği şeklinde yorumlanabilmektedir.



**Şekil 44: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki Üniversite Bölünmeleri
Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması.**

9.6. Dolar Kuru ile İlgili Haber Sunumları

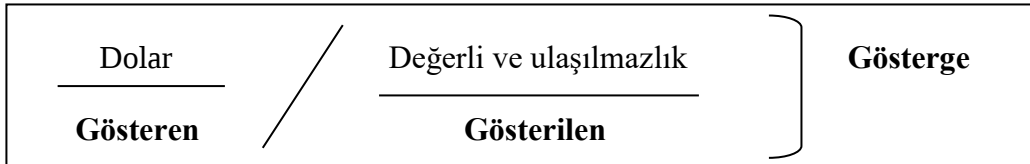
Dolar kurunun durumu üzerine 2 ve 3 Ağustos 2018 tarihlerinde yayımlanan altı farklı internet gazetesinde yer alan haberlerin görsel sunumları aşağıdaki gibidir.



Şekil 45. Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

<https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2018/08/02/son-dakika-dolar-kurunda-bugun-son-durum-ne-2-agustos-2018-guncel-dolar-fiyati> [02.02.2019].

Sabah gazetesinin internet sitesinde yer alan ‘Dolar kurunda bugün son durum ne’ başlıklı haber görselinde, düz anlam düzleminde destelerce Dolar ve Euro banknotlarının masaya çark şeklinde serili olduğu görülmektedir. Kadrajın genelinde sığ alan derinliği uygulanarak kompozisyonun sağ alt kısmında yer alan 100’lük banknottaki portrede ve hemen üzerinde yer alan 100 Euro yazısı üzerinde net alan görülmektedir. Yananlam düzleminde, uygulanan sığ alan derinliği ve konumlandırma ile izleyici odak noktasına yönlendirilmektedir. 100’lük banknotun üzerinde yer alan Benjamin Franklin’e ait portre ile okuyucu göz göze gelmektedir. Bakış yönü itibariyle (alt açı), banknot, üzerindeki portre ile kişileştirilerek yüceltilmiştir. İzleyiciye küstah ve tepeden bir bakışla sunulmaktadır. Doların yükselişi görselde verilmek istenen duygu ile örtüşmektedir.



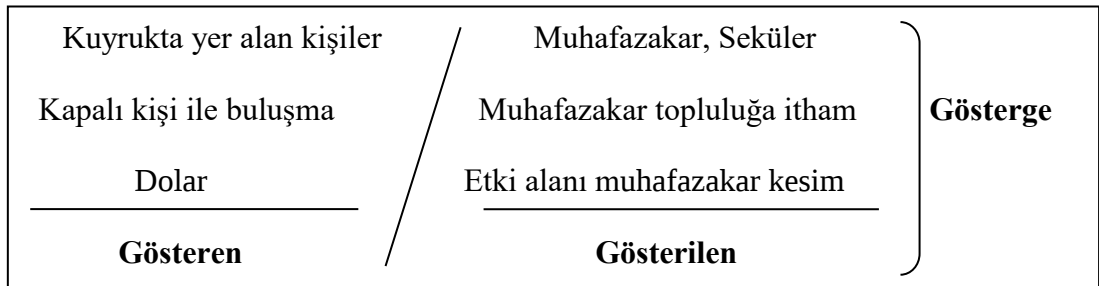
Şekil 46: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 47: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

“Ayaklı Borsa’ dolar hareketliliği”. <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/ayakli-borsada-dolar-hareketliliği-2554108/> [5.9.2018].

Sözcü gazetesinin internet sitesinde yer alan “Ayaklı Borsa’da dolar hareketliliği” başlığı ile sunulan haberin görselinde düzanlam boyutunda, döviz bürosunun önünde iki başörtülü bir de başı açık üç kişinin yer aldığı kısa bir kuyruk okuyucuya sunulmaktadır. Yalnızca başörtülü kişi objektifle göz göze gelmektedir. Yananlam düzleminde, özellikle gazetenin, başörtülü kadının objektifle göz göze geldiği - tedirgin bir ifade ile- görsel tercihi, muhafazakar kesimin döviz oyunlarından daha çok etkilendiği şeklinde bir vurgu ile haberi okuyucuya iletmeyi tercih ettiği görülmektedir.



Şekil 48: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 49: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

“Dolar sabah saatlerinde rekor tazeledi”. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/dolar-sabah-saatlerinde-rekor-tazeledi-500878.html> [5.9.2018].

Yeni Akit gazetesinin internet sayfasında, “Dolar sabah saatlerinde rekor tazeledi” başlığı ile verilen haber görselinde düz anlam boyutunda bir kadın elinin yüzük dolar banknot destesini tuttuğu görülmektedir. Yeni Akit, kadın vücudu ile ilgili görsel kullanımında sansürcü tavrı ile bilinmektedir. Gazetenin duruşu itibariyle, bu haber görselinde kadın elinin kullanımı, yananlamsal düzeyde, Sözcü gazetesinin aksine döviz üzerinde gerçekleşen değişimin etki alanının seküler kesime yönelik olduğunu ifade ettiği söylenebilmektedir. Yeni Akit ve Sözcü, kendi okuyucu kitlesinin hayat görüşünün tam aksi yaşam tarzını hedef alan nitelikte görsel kullanımı ile gazetecilik etik anlayışında yer alan ‘tarafsızlık’ ilkesine oldukça aykırı bir tutum sergilemektedirler.

Kadın eli	Sekülerizm	} Gösterge
Dolar	Seküler kesim ve itham	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 50: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 51: www.t24.com.tr Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

“Rekor kıran dolar yükselmeye devam eder mi”. <http://t24.com.tr/haber/rekor-kiran-dolar-yukselmeye-devam-eder-mi,673285> [5.9.2018].

t24.com.tr haber sitesinde yer alan “Rekor kıran dolar yükselmeye devam eder mi?” başlıklı haberin görseli, düz anlam düzeyinde, destelerce dolar banknotları ve bu desteleri düzenleyen kişi ile sunulduğu şeklinde betimlenebilmektedir. Görseldeki düzen ve banknotların destelenme biçimi fotoğrafın bir bankadan olduğu fikrini desteklemektedir.

Dolar üzerindeki Benjamin Franklin’e ait portrenin tek gözü açık, diğer gözü ise kapalıdır. Bu durum yananlamsal düzeyde, portrenin tek gözünün kapalı sunumu, korsana ve beraberinde bir zorbalığa gönderme yaptığı fikrini akla getirmektedir.

Dolar üzerindeki portre ile paranın bir alışveriş nesnesinden ziyade bir birey gibi gösterilişi fark edilmektedir. Dolar ile uygulanan (ya da uygulanacak) yaptırımların doları kişileştirme aracılığıyla okura iletimi tercih edilmektedir.

Para sayan kişi	Resmiyet, Yasal	Gösterge
Dolar desteleri	Kişileştirme, Korsan, zorbalık benzetmesi	
Destelenme Biçimi	Banka, Yasal	
Gösteren	Gösterilen	

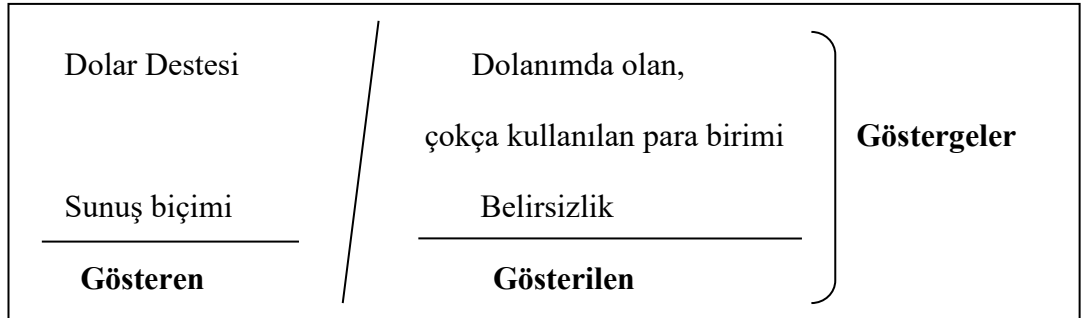
Şekil 52: T24 İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 53: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

<https://www.posta.com.tr/dolarda-son-durum-ne-2-agustos-2018-dolar-fiyati-2032802>
[02.02.2019].

Yukarıda yer alan Posta gazetesine ait internet sitesinde ‘Dolarda son durum ne?’ başlıklı haber görselinde düzanolam düzeyinde, yüzey üzerinde üst üste yerleştirilmiş kalınca, dolar banknotları yer aldığı görölmektedir. En üste konulan banknotta Benjamin Franklin’in portresinin olduğu 100’lük banknotun -diğer dolar kuru haber görsellerinde de olduğu gibi- yer aldığı bir görsel tercih edilmiştir. Paraların bir bankada yer alan desteler gibi ayrıştırılmadığı ve yeni olmadığı fark edilmektedir. Yananlamsal düzeyde, banknotların oldukça kullanılmış, eskimiş hali ile piyasada dolaşım dahilinde olduğu belirtilmek istenmiş olunabilir. Doların yükselişinin dolar kullanımı üzerindeki etkisinin ne oranda olumsuz olacağı konusu bu noktada tartışmaya açık bir görselle ifade alanı bulmaktadır.



Şekil 54: Posta Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 55. Cumhuriyet İnternet Gazetesine Ait Dolar Kuru Haberi İle İlgili Görsel.

“Dolarda yeni zirve”.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/ekonomi/1044636/Dolarda_yeni_zirve.html [5.9.2018].

Cumhuriyet gazetesinin internet sitesinde yer alan ilgili haber görselinde düz anlamsal düzeyde, masaya serili bir şekilde dolar banknotların okura sunulduğu belirtilebilmektedir. Dünya piyasasında, dolaşımda olan en yüksek değere sahip ABD dolarları yüzlük ve ellilik banknotlardan oluşmaktadır. Bu nedenledir ki, sıradan insanın ulaşabileceği en yüksek Amerikan dolarının yüzlük banknotlar olduğu tüm haber sitelerinde olduğu gibi, Cumhuriyet gazetesinin de tercihinin bu doğrultuda olmasını açıklar niteliktedir. Yan anlamsal düzeyde, bu sayede para biriminde yaşanan değişimin boyutu en yüksek Amerikan Doları ile Türk Lirası arasında karşılaştırıldığında aradaki uçurum daha vurucu bir biçimde gözler önüne serilebilecektir. Kadrajın içinde yer almayan bizler, görseldeki doların sahipleriyizdir, para biriminde yaşanan değişim, dolara sahip olalım yahut olmayalım okuyucu olarak hepimizi etkileyecektir mesajı iletilir.

Dolar	Mekanda olmayan kişiler ve	} Göstergeler
100’lük ve 50’lik	etki alanı ve şiddeti	
Banknotlar		
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 56: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesindeki Dolar Kuru Haber Görseli Göstergibilimsel Çözümleme Şeması

9.7. Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübünün Başkanı Olması ile İlgili Haber Sunumları

Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübü'nün başkanı olması üzerine 5 Haziran 2018 tarihlerinde yayımlanan altı farklı internet gazetesinde yer alan haberlerin görsel sunumları aşağıdaki gibidir. Yirmi yıllık Aziz Yıldırım başkanlığının ardından aynı zamanda bir iş insanı olan Ali Koç'un başkan seçilmesi tüm basında oldukça ses getirmiştir.



Şekil 57. 58. 59: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görseller.

<https://www.sabah.com.tr/spor/tum-sporlar/2018/06/05/ali-koc-mazbatasini-aldi-fenerbahcede-yeni-donem-resmen-basladi> [02.02.2019].

Sabah gazetesi internet sitesinde Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı töreni hakkında haberi için tercih ettiği üç görsel yukarıdaki gibidir. Düzanlamsal düzeyde, ilk görselde Ali Koç ve beraberinde bir erkeğin merkezde olduğu bir fotoğraf karesi görülmektedir. Arka planda ise Koç'u destekleyen, alkışlayan bir grup insan bulunmaktadır. Her üç fotoğrafta da Ali Koç kadrajın merkezine konumlandırılmıştır. Tercih edilen çekim planı, genel, boy plandır. İkinci ve üçüncü fotoğrafta ise bel plan bir çekim tercihi görülmektedir. Nadi Kafalı genel çekim ve yarı genel çekim tarifini şu şekilde ifade eder:

“Herhangi bir yere yerleştirilmiş alıcı eğer oda içinde bulunan tüm eşya ve kişileri saptayacak bir çekim ölçeğine sahip bulunuyorsa biz bu çekim ölçeğine ‘genel’ adını veriyoruz. Yarı genel ya da bel çekimi adı verilen çekim ölçeğinde eylemi sürdüren ve

geliştiren kişiler grubunun çözümlemesi yapılır ve görüntü çerçevesi tümü ile bu kişiyle doldurulur.”¹³⁸

Yananlamsal düzeyde, yapılan merkezi konumlandırma, ilgi odağı ve önemli olanın Koç olduğu vurgusu ile yorumlanabilmektedir. Bununla beraber kadraj olarak tercih edilen genel plan çekim mesafeli bir bakış açısını temsil etmektedir. “Genel çekim, eylem ya da aksiyonun olduğu yere genel (kuşbakışı) bir bakıştır, bu çekim izleyiciyi yönlendirir ve ona bilgi verir.”¹³⁹ Sözcü gazetesinin internet sitesinde kullandığı üçüncü fotoğraf ile kıyaslayacak olursak, Koç’un ardında olan destekçilerinin sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Bununla belirtilmek istenen kitlelerin ardında olmadığı, belki de küçük bir zümrenin desteğiyle başkanlığa geldiği fikri sunulmak isteniyor olabilir.

Konumlandırma	Merkez, odak noktası ‘Koç’	Gösterge
Çekim açısı	Başkan’a mesafeli duruş	
Arka planda yer alan insan sayısı	Desteğin az olduğu fikri	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 60: Sabah Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 61. 62. 63: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görseller.

<https://skor.sozcu.com.tr/2018/06/05/canli-ali-koc-ve-yonetim-kurulunun-mazbata-toreni-737523/> [02.02.2019].

¹³⁸ Nadi Kafalı, **Çekim Ölçeklerinin Düşündürdükleri**, Kurgu Dergisi, S:18, 1-12, 2001, 8.

¹³⁹ **age**, 7.

Sözcü gazetesinin internet sitesinde ise, ilgili haber için sabah gazetesinin üç fotoğraf kullanım tercihiyle benzerlik gösterdiği görülmektedir. Sabah gazetesinin mesafeli bakış açısına karşın Sözcü gazetesi ilk iki fotoğrafta göğüs plan bir kadrajlama kullanmıştır. Düzenlamsal düzeyde, ilk fotoğrafta Fenerbahçe üniformalı bir kız çocuğunu, Koç'un kucagında görmekteyizdir. İkinci fotoğrafta ise Koç'un boynunda Fenerbahçe atkısı vardır ve genç bir erkek çocuğu ile kafa kafaya temas etmektedirler. Bir nevi, selamlaşma yahut sarılma olarak tasvir edilebilmektedir. Yananlam boyutunda ise, her iki fotoğrafta da Koç, babacan bir tavırla izleyiciye sunulmaktadır. Kulübün yalnızca başkanı değil, sarıp sarmalayan, koruyan bir baba tasviri ile yakın plan bir çekim ile gösterilmektedir. Üçüncü fotoğrafta ise, düzenlam düzleminde boy plan bir çekim görmekteyizdir. Arka planda stat ve statta yer alan taraftarlar görülmektedir. Alan oldukça kalabalıktır. Ali Koç yanında -muhtemelen- kulüpten bir kişinin elini tutarak sağdan sola doğru, gidiş yönüyle merdivenleri çıkarken görüntülenmiştir. Sağdan sola doğru yönelim, bakış açısı, hareket devinimi, latin alfabesinin yazı yönü olması dolayısıyla ileriye dönük, gelişimi, ilerlemeyi temsil etmektedir. Dolayısıyla yananlam düzleminde yorumlayacak olursak; Ali Koç'un gidiş yönü ve merdivenleri aşarak, bir diğer anlamda zorlukları ardında bırakarak, arkasında ve yanında olan destekçileri ile kulübü ileriye taşıyacağı mesajını ileten bir görsel tercihi olduğu söylenebilmektedir. Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübü'nün başkanlığına gelişini olumlayan bir görsel kullanımından söz edilebilmektedir.

Çekim açısı	Yakın plan, bireyci bir yaklaşım
Çocuklarla iletişim	Babacan, koruyucu misyon
Kalabalık alan	Başkanı sevenin ve desteğin çok olduğu fikri
Merdiven basamakları	Zorluklar
Gidiş yönü	İlerici, ileriye dönük, gelişime açık
Gösteren	Gösterilen
GÖSTERGE	

Şekil 64: Sözcü Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görsellerinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 65: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel.

<https://www.yeniakit.com.tr/haber/ali-kocun-baskan-secildigi-fenerbahceye-buyuk-darbe-cekiliyorlar-476257.html> [02.02.2019].

Yeni Akit gazetesinin internet sitesinde ise başkanlık töreni ile ilgili kullanılan tek bir fotoğraf vardır. Düzanlam düzeyinde Fenerbahçe Spor Kulübü'nün eski başkanı Aziz Yıldırım ile kulübün yeni başkanı olan Ali Koç ile selamlaştığı görülmektedir. Çekim açısı, omuz plandır. Oldukça yakın plan bir mesafe tercih edilmiştir. Burada, kulübe dair bir mekan algısı, taraftarlar, destekleyen insanlar yoktur. Yananlam düzleminde oldukça bireyci bir üslupla izleyiciye durum aktarımı yapılmaktadır. Eski başkan da yeni başkan da durumdan memnun bir ifade ile görüntülenmişlerdir. Birbirlerine barışıktırlar. Sunulan bilgi başkanlar düzeyindeki bir onaydan ibarettir. Kamuoyu ve taraftarların duruma olan bakış açısı ile ilgili bir bilgi sunulmamaktadır.

Çekim açısı	Yakın plan, bireyci bir tavır	Gösterge
Mekan	Belirsizlik, boş alan	
Selamlaşan kişiler	Barışıklık, memnuniyet	
Kadrajlama	Üst düzeyin duruma yaklaşımı	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 66: Yeni Akit Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görselinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 67: T24 İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel.

<https://t24.com.tr/haber/ali-koc-ve-yonetimi-mazbatasini-aldi-fark-ettiniz-mi-fenerbahcenin-buyuklugunu-turkiyenin-gundemini-isgal-ettik,644419> [02.02.2019].

T24 internet sitesindeki Fenerbahçe Spor Kulübü başkanlık töreninden bir fotoğraf kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Düzenlem boyutunda Ali Koç'un kalabalık bir grubun tam merkezinde ve önde olduğu görülmektedir. Çevresindeki insanlarla oldukça yakın ve hep bir ağızdan slogan atıldığı ve ellerin havada olduğu görülmektedir. Yananlam düzleminde Koç'un taraftarlarca desteklendiği, sarıp sarmalandığı anlaşılmaktadır. Atılan slogan ve ellerin havada oluşu ortamdaki coşkuyu gözler önüne sermektedir. Yeni başkan Ali Koç'un kısa sürede sahiplenildiği ve en önemlisi yalnız olmadığı vurgulanmak istenmektedir.

Konulandırma	Merkez, odak noktası 'Koç'	} Gösterge
Kalabalık grup	Desteklenme, sahiplenme	
Yüz ifadeleri	Sevinç, Coşku	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 68: T24 İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görselinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 69: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel.

<https://www.posta.com.tr/fenerbahce-ali-koc-mazbata-toreni-fb-tv-canli-izle-2009305>
[02.02.2019].

Posta gazetesinin internet sitesinde Ali Koç'un Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlık töreninden tek fotoğraf kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. Düzenlam boyutunda, Ali Koç fotoğraftaki kompozisyonel kurallardan biri olan Altın oran kuralına göre sol kenara yerleştirilmiştir. Bel plan bir çekim söz konusudur. Arka planda kulüpten olması yüksek muhtemel iki kişi görülmektedir. Sığ alan derinliği uygulanarak arkada yer alan kişiler flu olarak fotoğraflanmıştır. Böylece Koç kadrajda arka plandan ayrıştırılarak ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca sinematografide kullanılan derinlemesine kompozisyonun uygulandığı görülebilmektedir. “Derinlemesine kompozisyon, çerçevedeki karakterlerin, kameraya göre, birbirine aşırı uzakta olmasını gerektirir ve derinliğe vurgu yapar.”¹⁴⁰ Ayrıca arka planda stadyumun boş olduğu görülmektedir. En azından tercih edilen bakış açısının olduğu alan boştur. Yananlamsal düzlemde, Koç'un arka plandan sığ alan derinliği ile ayrıştırılması ve yakınında ve hatta uzak mesafede dahi statta, destekler nitelikte bir kitlenin olmaması Ali Koç'un yalnızlığını vurgulamak adına tercih edilen bir yöntem olabilir. Kulüp başkanı olarak pek de istenilmediği, taraftarın bundan memnun olmadığı gibi çıkarımlarda da bulunulabilmektedir. Posta gazetesinin internet sitesindeki ilgili haber için kullandığı görsel olumsuzlayıcı nitelikte bir tavır sergilemektedir.

¹⁴⁰ Jeremy Vineyard, **Sinemada Çekim Teknikleri**, çev. Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, İstanbul Organizasyon, 2010, 30.

Konumlandırma	Altın oran, odak noktası ‘Koç’	} Gösterge
Sığ alan	Odak noktasını arka plandan ayırıştırma	
Boş alan	Yalnızlık, istenilmeme, destek olmaması	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 70: Posta Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görselinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması



Şekil 71: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Töreni İle İlgili Görsel.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/futbol/989716/Fenerbahce_Baskani_Ali_Koc_gorevine_esmen_basladi.html [02.02.2019].

Cumhuriyet gazetesinin internet sitesinde Ali Koç’un Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı töreni ile ilgili haberde bir önceki haber sitelerinde olduğu gibi tek fotoğraf kullanılmıştır. Düzenlem boyutunda, kulübün yeni başkanı ile kulüp yönetim kurulunun bir arada olduğu toplu bir fotoğraf görülmektedir. Fotoğrafın statta çekildiği ve çekim yapılan alanın yahut tamamının boş olduğu gösterilmektedir. Grubun arka tarafında, Türk bayrağı ve Fenerbahçe futbol takımının bayrağı, ikisi arasında ise Mustafa Kemal Atatürk’ün portresinin olduğu bir bayrak yer almaktadır. Genel plan bir çekim açısı tercih edilmiştir. Posta gazetesinin uyguladığı derinlemesine kompozisyonun aksine Cumhuriyet gazetesi

internet sitesinde, ilgili haber görseli için düzlemsel kompozisyonu tercih ettiği görülmektedir. “Düzlemsel kompozisyonun kökenleri, bütün karakterlerin sahnede bir çizgi üzerinde durduğu tiyatroya dayanır. Düzlemsel sahneleme, bir planı sahnelerken düz yüzeye vurgu yapar.”¹⁴¹ Yananlam düzleminde bir önceki haber sitelerinin görselleriyle kıyaslanacak olursa, en mesafeli duruş sergileyen haber sitesi olduğu söylenebilmektedir. Bu görselde Ali Koç öncelikli bir yer teşkil etmemektedir. Aksine yönetim kurulu üyeleri ile aynı mesafede ve düzlemde yer almaktadır (Düzlemsel kompozisyon). Hiyerarşik bir kademeden söz edilememektedir. Yalnızca Koç’un kalabalık güruhun ilk sırada ve merkezde oturuyor oluşu ve boynundaki Fenerbahçe atkısı ile ayrıştırılabilmektedir. Oldukça mesafeli bakış yönü izleyiciye Ali Koç hakkında bir fikir vermemektedir. Dolayısıyla bu görsel için olumlayıcı yahut olumsuz bir bakış açısına sahip gibi bir söylem geliştirilememektedir. Uğur Kutay’a ait Andrei’in Bakışı adlı kitapta yer alan sinema sahnesi çözümlemesinde genel plan çekim hakkındaki ifadesi şu şekildedir: “...filmin genel ve toplu çekim ölçeklerinin diğer ölçeklere göre daha fazla olmasının da gösterdiği gibi, İvan’ın yaşadığı, aslında hepimizin yaşadığı/yaşayabileceğidir.”¹⁴² Dolayısıyla burada Ali Koç kulübe yeni başkan olmasıyla diğer kişilerden ayrı ve özel tutulmaz, sıradan ve herkes gibidir. Görselde yer alan bayraklar ile ulusalcı bir izlenim olduğundan söz edilebilmektedir.

Konumlandırma	Nötr, eşitlikçi	Gösterge
Çekim açısı	Genel plan, mesafeli bir tavır	
Kompozisyon	Anı fotoğrafı niteliğinde	
Yer alan kişiler	Yetki sahipleri, destekçi yok	
Yüz ifadeleri	Herhangi bir duygu iletmiyor	
Gösteren	Gösterilen	

Şekil 72: Cumhuriyet Gazetesinin İnternet Sitesinde Yer Alan Ali Koç Fenerbahçe Spor Kulübü Başkanlığı Görselinin Göstergebilimsel Çözümleme Şeması

¹⁴¹ Vineyard, **age**, 30.

¹⁴² Uğur Kutay, **Andrei’in Bakışı, Tarkovsky Sineması’nda Psikanalitik-Semiyolojik Açılımlar**, İstanbul: Es Yayınları, 2017, 42.

10. SONUÇ

Bilginin kavramsal çerçevesi binlerce yıllık insanlık tarihinin her döneminde farklı tanımlarla çizilmiştir. İlkçağ döneminde ‘bilgi nedir’, ‘neyi bilebilirim’ gibi sorulara cevap aranırken Ortaçağ döneminde bilginin kaynağı üzerinde durulmuştur. Yeniçağda ise, insan zihninin bilgiyi nasıl bilebildiği sorusu farklı yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Her dönem bilgiye yönelik sorular çeşitlilik gösterse de her birinin bulunduğu ortak payda cevap ararken kullanılan metodların sistematik, hiyerarşik ve mantıksal bir temellendirme ile gerçekleşmesidir. Sanayi Devrimi sonrası insanın mekanik düzeyde gerçekleştirdiği birçok şeyin artık buhar, makine ve elektrik gücü ile yapılabilmesi, insanlığın yaşamını topyekün değişime uğratmıştır. Bilginin oluşum ve aktarım süreçleri bu değişimden kaçınılmaz olarak etkilenmiştir. ‘Bilgi çağı’ olarak ifade edilen internet çağında bilginin ulaşım ağı, hızı ve çokluğu insanlık tarihi boyunca görülmemiş bir duruma evrilmiştir. Aristo’dan bu yana hiyerarşik düzlemde hareket alanı bulan bilgi ağı, internet ve hiperlinkler vasıtasıyla düzensiz, hipermetinsel ve karmaşık ağlar zincirine dönüşmüştür.

Bu çalışmada bahsi geçen iletişimcilerden bir grup (Marshal McLuhan ve Pierre Levy gibi), yaşanan bu değişimin sosyal refahı arttıracak şekilde olumlu bir yargıda bulunurken, kimi düşünürler (Alain Finkielkraut ve Paul Virilio gibi), insanlığı tehdit eden, olumsuz yönde etkileyeceği varsayımında görüşlerini bildirmişlerdir.

2018’de, uluslararası dijital medya araştırmalarıyla bilinen ‘We Are Social’ ve ‘HootSuite’ kuruluşlarının raporlarına göre, dünya üzerinde internet kullananların sayısının 4,021 milyar olduğu belirtilmektedir. Dünya nüfusu 7,593 milyardır. Ayrıca raporda, sosyal medya kullanan, yalnız telefon kullanan ve aktif olarak telefon sosyal uygulamaları kullananların verilerine de ulaşılabilmektedir.

İnternet, her ne kadar farklı coğrafyadan, ırktan, dinden, vs. toplum ve topluluklara ulaşarak, farklı fırsat eşitsizliklerinden kaynaklanan bilgiye erişim sorunlarının azalmasına ve bilgi paylaşımının nispeten daha eşitlikçi bir düzleme oturmasına vesile olmuşsa da, bilginin niteliği ve güvenilirliği kıstasının darbe aldığı gerçeği

yadsınamamaktadır. Hem dünyada hem de Türkiye’de internetten bilgiye ulaşımında en çok etkilenen kanalların başında yazılı yayın organlarının olduğu görülmektedir. Birçok dergi ve gazete düşük tirajlar sebebiyle kapanmış, kimisi de kapanma eşiğine gelmiştir. Gazete ve dergilerin bu duruma alternatifi, bulundukları internet çağına entegre olarak çözüm üretmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bu durum hem ulusal hem de uluslararası düzeyde benzer yankılar bulmuştur. İnsanların temelde yazılı kaynaklardan ziyade internet aracılığıyla bilgiye ulaşma tercihi, ucuz olması, istediği yerde ve zaman diliminde ulaşabilmesi, hızı, güncellenebilir oluşu gibi sebeplerden ileri gelmektedir.

Bu durum geleneksel gazete ve internet gazeteciliğinde birtakım çözümlere neden olmuştur. Gazetecilik idealinde yer alan ‘kamu işlevi görmesi, hızlı olması, objektif, özerk ve etik olması’ kıstasları internet gazeteciliğinde hem nicelik hem de nitelik düzeyinde sekteye uğramaktadır. İnternette bilgi aktarımında hız her şeydir. Geleneksel yayından ayrılan en temel özellik hız unsurudur ki nitekim internet gazeteleri bu konuda oldukça başarılıdır. Bunun yanı sıra kamu yararına olması, objektiflik, özerklik ve etik olma durumları karşısında sıkıntılar yaşandığı ‘Momo Oyunu’ haber örneği ile aşıkardır. Kitlelere hitap eden bir iletişim aracı olarak gazetelerin kamuyu en doğru, hızlı ve objektif biçimde aydınlatma misyonu vardır. Yayının hem okuyucu kitleye hem de haberini yaptığı kişilere karşı hassas olması mesleki bir gerekliliktir. Bu iletişim sürecinde, gazete kaynak-verici, mesajın-kodun kanal aracılığıyla alıcıya-okuyucuya ulaşımı ile tamamlanır. İletişimin sağlıklı gerçekleşebilmesi alıcı ile verici arasındaki ortak kültüre, yazılı olmayan toplumsal bir anlaşmaya bağlıdır. Böylelikle ileti ulaştığı yerde anlam kazanabilir. Aksi durumda iletişim gerçekleşmiştir denilmez.

Kamuya ulaşmada ve bilgi aktarımında internet gazeteciliğinin kullandığı temel kodlardan biri yazı, diğeri ise bu çalışmanın inceleme alanı olan görsel malzemelerdir. Bu çalışmada, televizyon yayıncılığıyla birlikte en güçlü kitle iletişim araçlarının başında gelen gazetelerin internet sayfalarında kullandığı görsellere dair yayın politikaları ele alınmış, göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle bilginin aktarım kodlarına açıklama getirilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda göstergebilimin tarihi açıklanmış ve farklı görüşlerdeki kuramlar belirtilmiştir.

Günümüzde birçok farklı alanda kullanılan göstergebilimin doğuşunda Ferdinand de Saussure’un Genel Dilbilim Dersleri derlemesinin merkezi konumda olduğu

görülmektedir. Daha sonra dilbilimini de içine alan göstergebilim özellikle Roland Barthes ve Umberto Eco öncülüğünde 1960lardan sonra dil dışı unsurların çözümlemesinde de kullanılagelmiştir. Akerson, bilhassa 1950lerden sonra göstergebilim yönteminin kullanımının yaygınlaşmasını iletişim ağının genişliği, her yerde reklam oluşu, tüketim çılgınlığı ve benzeri sebeplerle açıklamaktadır. Çok sayıda yeni göstergeyle kuşatıldığımız bir çağda göstergebilim, yaşadığımız dünyayı daha iyi anlamlandırmamızı sağlamaktadır. Bu bağlamda başta Ferdinand de Saussure olmak üzere, Charles Sanders Peirce, Roland Barthes, Louis Hjelmslev'e ait göstergebilime katkı sağlayan kuramlardan destek alınarak internet haber görselleri yorumlanmaya çalışılmıştır. Göstergebilimsel metot ile incelenecek unsurun internet haberciliğinde kullanılan görseller olması sebebiyle, fotoğrafın tarihsel süreci, fotoğrafçının perspektifi, fotoğrafın temsil kuramına değinilerek bu çalışmada fotoğrafın nasıl bir araç olarak kullanılabileceği konusuna açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Nitekim, fotoğraf bir sınırlama, bir çerçeveleme biçimidir. Çekime karar verilen alan ve çekim anının seçimi fotoğrafı çeken kişiden bağımsız değildir. Dolayısıyla salt bir tarafsızlık durumundan bahsetmek doğru olmayacaktır. Bu yargı, Graeme Burton, Ayşe Kıran-Seçil Büker, Roland Barthes, Davit Bate gibi düşünür ve akademisyenlerin fotoğraf, afiş, reklam videoları ve reklam söylemleri hakkında yaptıkları göstergebilimsel çözümlemelerle de desteklenmektedir.

Böylece, görseller üzerinde yapılan çözümlemeler ışığında altı farklı politik görüşe sahip gazetenin internet sitelerinde yer alan 4 ana başlık altında, 30 farklı görsel malzeme çözümlenmiştir. Haber başlıkları siyaset, eğitim, ekonomi ve spor alanlarından tercih edilmiştir. Seçilen haber konularının ise ülke genelinde ses getiren ve tüm ulusu ilgilendiren, etkileyen nitelikte olmasına dikkat edilmiştir. İncelenen malzemelerde ilk kategoride ele alınan 'siyasi' haber başlığı altında 'AKM'nin Yıkım Kararı' görsellerinin kullanım biçimi üzerinde yapılan göstergebilimsel çözümleme, çalışmaya konu 6 gazeteden sadece birinin internet sitelerinde 'objektiflik, özerklik, etik ve kamuya hizmet' gibi ideal gazetecilik ölçütlerine uyulduğunu göstermektedir. Bu gazete, herhangi bir kurum ya da kuruluş ile ilişkisi olmayan ve basılı versiyonu bulunmayan T24 internet gazetesidir. İkinci kategoride ele alınan 'eğitim' ile ilgili 'Üniversitelerin Bölünme Kararı' haberinin görsel kullanımında, konu ile ilgili en tarafsız bilgi aktarımında bulunan ve bu bağlamda bir görsel tercih eden tek yayın organının yine T24 internet gazetesi

olduğu görülmektedir. Üçüncü kategoride ele alınan ‘ekonomi’ başlığı altında ‘Dolar Kuru’ hakkındaki haber görsellerinde Sabah, Posta ve Cumhuriyet gazetelerinin internet sitelerinde objektiflik ilkesine aykırı olmayan, nötr bir yaklaşım içerisinde olduğu gözlemlenen bir kullanım söz konusudur. Diğer ilgili gazetelerde bu tutumdan bahsetmek mümkün değildir. Dördüncü ve son kategori olan ‘spor’ başlığı altında ‘Ali Koç’un Fenerbahçe Spor Kulübü’ne Başkan olması’ ile ilgili haber görsellerinde, mesafeli ve nötr duruşu ile, ‘objektif, özerk, etik ve kamuya hizmet etmesi’ ilkelerine uyum sağladığı görülen tek gazete Cumhuriyet’tir. Diğer gazetelerin internet sitelerinde, taraflı bir söylem ve izleyiciyi/okuyucuyu yönlendirmeye yönelik bir yaklaşım söz konusu olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, bilginin tarihsel gelişim sürecinde yaşanan değişimin ayyuka çıktığı internet çağında iletişim araçlarında da gerçekleşen başkalaşım yadsınamayacak boyuttadır. En etkin iletişim araçları arasında yer alan gazetelerin bu değişimden büyük pay aldığı TÜİK verileri ile de sabittir. Önemli bir kitle iletişim aracı olan gazetelerin mesajı ilettikleri alıcılara karşı sorumlulukları vardır. Mark Deuze, bu durumu şu şekilde belirtmiştir: “Mevcut literatürde gazetecilik ideolojisinin parçası olduğu söylenen kavramlar, değerler ve unsurlar, beş ideal tipik özellik ya da değer olarak kategorize edildiğinde; kamu hizmeti görmesi, objektif olması, özerk olması, hızlı ve etik olması üzerine odaklanmaktadır.”¹⁴³ Günümüz internet gazetelerinin hızlarından ödün vermedikleri aşıkardır. Bununla beraber objektiflik, özerklik, etik olma, kamuya hizmet etme ile ilgili ciddi sıkıntılar içerisinde oldukları bu çalışmada çözümlenen görseller üzerinden okunabilmektedir. Gazetelerin bağlı oldukları kurum veya kuruluşlar ve beraberinde sahip oldukları politik görüş çerçevesinde görsel kullanım düzenlam ve yananlam bağlamında incelendiğinde gazetecilik ilkelerine sadık olamadıklarını söylemek mümkün olacaktır.

Bu çalışma, seçili 6 farklı politik görüşe sahip gazetenin 4 farklı kategoride incelenen haberleri üzerinden yapılan çözümlemeler doğrultusunda tartışmaya açıktır. İnternet ve internet haber siteleri, bilgi alışverişinde sınırsız bir derya gibidir, bu nedenledir ki elde edilen verilerin sınırlılığı kabul edilebilir. Bununla beraber Türkiye’nin önde gelen ve büyük kitlelere ulaşan, ‘prestij’ sahibi gazetelerinin 4 farklı haberde dahi, gazetecilik etik anlayışını ve ideolojisini tam anlamıyla ve ortaklaşa biçimde

¹⁴³ Deuze, Mark, **What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered**, *Journalism*, 2005, Vol.6(4), pp: 442-464, Sage Publications, 446-447.

yakalayamadığı görülmektedir. Bu durum, haber görsellerinin seçimindeki sorunları gözler önüne sermektedir.

KAYNAKÇA

- Akerson, E. Fatma. 2005. **Göstergebilime Giriş**. 1. bs. Ankara: Multilingual.
- Aristoteles. 1990. **Ruh Üzerine**. çev. Celal Gürbüz. İstanbul.
- _____. 2000. **Peri Hermenias (Yorum Üzerine)**. çev. Saffet Babür. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Baç, Murat. 2009. **Epistemoloji, Felsefe**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Başer, Ayşegül. 2010. “Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri”. **İkinci Medya Çağında İnternet**. ed. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Barthes, Roland. 1977. “The Photographic Message”. **A Barthes Reader**. ed. Susan Sontag. New York: Hill and Wang.
- _____. 1986. **Elements of Semiology**. New York: Hill & Wang.
- _____. 2018. **Göstergebilimsel Serüven**. 9. bs. çev. Mehmet Rifat-Sema Rifat. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2018.
- _____. 2014. **Çağdaş Söylenler**. 4. bs. çev. Tahsin Yücel. İstanbul: Metis, 2014.
- Bate, David. 2011. **Fotoğraf: Anahtar Kavramlar**. 1. bs. çev. Bahar Şimşek. Ankara: De ki Basım Yayım.
- Batı, Uğur. 2016. **Reklamların Dili**. 4. bs. İstanbul: Alfa.
- Benjamin, Walter. 2008. “Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilebildiği Çağda Sanat”. **Pasajlar**. çev. Ahmet Cemal. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Berger, John. 2017. **Bir Fotoğrafı Anlamak**. 3. bs. çev. Beril Eyüboğlu. İstanbul: Metis Yayınları.
- _____. 2004. **Görme Biçimleri**. 10. bs. çev. Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bozkurt, İzzet. 2005. **İletişim Odaklı Pazarlama: Tüketiciden Müşteri Yaratmak**. 4. bs. İstanbul: MediaCat.
- Burton, Graeme. 2008. **Görünenden Fazlası**. çev. Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık.

- Büker, Seçil, Ayşe Eziler Kıran. 2004. **Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet**. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Cevizci, Ahmet. 2015. **Bilgi Felsefesi**. 3 bs. Ankara: Say Yayınları.
- _____. 2008. **Ortaçağ Felsefesi Tarihi**. 3 bs. Bursa: Asa Kitabevi.
- Conford, Francis Macdonald. 1989. **Platon'un Bilgi Kuramı: Metne Eşlik Eden Bir Yorumla Birlikte Theatetos ve Sofist'in Çevirisi**. çev. Ahmet Cevizci. Gündoğan Yayınları, Ankara.
- Crowley, David, Paul Heyer. 2014. **İletişim Tarihi, Teknoloji, Kültür, Toplum**. 3. bs. çev. Berkay Ersöz. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Deuze, Mark. 2005. **What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered, Journalism**. Vol.6(4), pp: 442-464, Sage Publications, 446-447.
- Dreyfus, L. Hubert. 2016. **İnternet Üzerine**. 1. bs. çev.V. Metin Demir. İstanbul: Küre Yayınları.
- Eco, Umberto. 1992. **La Production des Signes**. Paris: Librairie Generale Française.
- Fischer, Ernst. 1985. **Sanatın Gerekliliği**. 5. bs. çev. Cevat Çapan. Ankara: Kuzey Yayınları.
- Fiske, John. 1996. **İletişim Çalışmalarına Giriş**. çev. Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları.
- Günay, V. Doğan, Alev F. Parsa. 2012. **Görsel Göstergebilim İmgelerin Anlamlandırılması**. İstanbul: Es Yayınları.
- Greenhill, Richard, Margaret Murray, Jo Spence. 1978. **Fotoğraf Sanatı**. 1. bs. çev. Nurdan Arca, Nurettin Baç. Ankara: Remzi Kitabevi Yayınları.
- Geray, Haluk. 2003. **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları**. 1. bs. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Greimas, J. Algirdas. 1979. **Semiotique, Dictionare Raisonne de la theorie du Langage**. Vol.I., Paris.
- Guiraud, Pierre. 2016. **Göstergebilim**. 3. bs. çev. Mehmet Yalçın. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- _____. 1999. **Anlambilim**. 1. bs. çev. Berke Vardar. İstanbul: Multilingual.
- Hamelink, C. J. 1997. "New Information and Communication Technologies". **Social Development and Cultural Changes**. UNRISD, Discussion Paper No.86.
- Kafalı, Nadi. 2001. "Çekim Ölçeklerinin Düşündürdükleri". **Kurgu Dergisi**. S:18.
- Kanburoğlu, Özer. 2018. **A'dan Z'ye Fotoğraf**. 5. bs. İstanbul: Say Yayınları.
- Kaptan, Ali. 2008. **Haberciliğin Temel Kuramları ve Röportaj Teknikleri (Radyo ve Televizyon Haberciliği)**. 1. bs. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Kars, Neşe. 2010. **Radyo-Televizyon Haberciliği**. 1. bs. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kıran, E. Ayşe. 1990. “Dilbilim-Göstergebilim İlişkisi”. **Dilbilim Araştırmaları Dergisi**.
- Kutay, Uğur. 2017. **Andrei’in Bakışı, Tarkovsky Sineması’nda Psikanalitik-Semiyolojik Açılımlar**. 2. bs. İstanbul: Es Yayınları.
- Narin, Bilge. 2016. “İnternet Gazeteciliğinde Hipermetin Üretimi”. **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**. s. 43: 120.
- _____. 2017. **g@zetecilik 2.0 - İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinsellik**. 1. bs. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Rifat, Mehmet. 2018. **Açıklamalı Göstergebilim Sözlüğü**. 1. bs. İstanbul: Alfa.
- _____. 2014. **XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları-2**. 5. bs. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- _____. 2018. **Homo Semioticus ve Genel Göstergebilim Sorunları**. 3. bs. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- _____. 2019. **XX. Yüzyılda Dilbilim ve Göstergebilim Kuramları-1**. 6. bs. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Rigel, Nurdoğan. 2000. **İleti Tasarımında Haber**. 1. bs. Der Yayınevi.
- Sayın, Önal. 2014. **Göstergebilim ve Sosyoloji**. 1. bs. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Saussure, de Ferdinand. 1973. **Cours De Linguistiuque Generale**. Paris: Payot.
- Sığircı, İlhami. 2017. **Göstergebilim Uygulamaları, Metinleri, Görselleri, Sanat Yapıtlarını ve Olayları Okuma**. 2. bs. Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar.
- Sontag, Susan. 1993. **Fotoğraf Üzerine**. çev. Reha Akçakaya. İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınevi.
- Sönmez, Özge. 2005. “L’Enseignement de la Culture-Civilisation Française dans les Manuels Scolaires Utilises en Turquie”. (Yüksek Lisans Tezi, Universite de Nantes).
- Tarcan, Ahmet. 2005. “Dünden Bugüne İnternet Üzerine Felsefi Yaklaşımlar”. **İnternet ve Toplum**. ed. Ahmet Tarcan. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Vineyard, Jeremy. 2010. **Sinemada Çekim Teknikleri**. çev. Gökhan Rızaoğlu. İstanbul, İstanbul Organizasyon.
- Yengin, Hülya. 1996. **Medyanın Dili**. 1. bs. İstanbul: Der Yayınları.
- Yücel, Tahsin. 1982. **Yapısalcılık**. İstanbul: Ada Yayınları.
- Williamson, Judith. 2001. **Reklamların Dili-Reklamlarda Anlam ve İdeoloji**. 1. bs. çev. Ahmet Fethi. Ankara: Ütopya Yayınevi.

- AKM’de Yıkım Hazırlığı. [02.02.2019]. <https://www.sabah.com.tr/kultur-sanat/2018/02/14/akmde-yikim-hazirligi>.
- AKM’de ilk kazma vuruldu, yıkım başladı. [25.5.2018]. <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/kultur-sanat-haberleri/akmde-ilk-kazma-vuruldu-yikim-basladi/>.
- AKM’ye ilk kazma vuruldu. [26.5.2018]. <http://t24.com.tr/haber/akmye-ilk-kazma-vuruldu,558793>.
- Ali Koç Mazbatasını Aldı Fenerbahçede Yeni Dönem Resmen Başladı. [02.02.2019]. <https://www.sabah.com.tr/spor/tum-sporlar/2018/06/05/ali-koc-mazbatasini-aldi-fenerbahcede-yeni-donem-resmen-basladi>.
- Ali Koç ve Yönetim Kurulunun Mazbata Töreni. [02.02.2019]. <https://skor.sozcu.com.tr/2018/06/05/canli-ali-koc-ve-yonetim-kurulunun-mazbata-toreni-737523/>.
- Ali Koç’un Başkan Seçildiği Fenerbahçeye Büyük Darbe. Çekiliyorlar. [02.02.2019]. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/ali-kocun-baskan-secildigi-fenerbahceye-buyuk-darbe-cekiliyorlar-476257.html>.
- Ali Koç ve Yönetimi Mazbatasını Aldı. [02.02.2019]. <https://t24.com.tr/haber/ali-koc-ve-yonetimi-mazbatasini-aldi-fark-ettiniz-mi-fenerbahcenin-buyuklugunu-turkiyenin-gundemini-isgal-ettik,644419>.
- Ayaklı Borsa’ dolar hareketliliği. [05.09.2018]. <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/ayakli-borsada-dolar-hareketlilik-2554108/>.
- Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu. [06.02.2019]. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c5ab8e9656f07.16280596.
- Atatürk Kültür Merkezini Yıkım Çalışmaları Başladı. [02.02.2019]. <https://www.posta.com.tr/ataturk-kultur-merkezi-ni-yikim-calismalari-basladi-1381735>.
- Atatürk Kültür Merkezi’ne ilk kazma vuruldu. [26.5.2018]. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/925564/Ataturk_Kultur_Merkezi_ne_ilk_kazma_vuruldu.html.
- Bölünme Üretim Getirecek. [02.02.2019]. <https://www.sabah.com.tr/egitim/2018/04/25/bolunme-uretim-getirecek>.
- Bölünme tasarısı büyüyor. Listeye yeni üniversite eklendi. [26.05.2018]. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/egitim/964052/Bolunme_tasarisi_buyuyor.._Listeye_yeni_universite_eklendi.html.
- Çocukları İntihara Sürükleyen Oyunun Simgesi Olan Momonun Yaratıcısı Heykeli Yok Etti. [15.03.2019]. <https://www.webtekno.com/cocuklari-intihara-surukleyen-oyunun-simgesi-olan-momo-nun-yaraticisi-heykeli-yok-ettim-h64286.html>.
- Dolar sabah saatlerinde rekor tazeledi. [5.9.2018]. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/dolar-sabah-saatlerinde-rekor-tazeledi-500878.html>.

Dolarda Son Durum Ne. [02.02.2019]. <https://www.posta.com.tr/dolarda-son-durum-ne-2-agustos-2018-dolar-fiyati-2032802>.

Dolarda yeni zirve. [5.9.2018]. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/ekonomi/1044636/Dolarda_yeni_zirve.html.

Fenerbahçe Ali Koç Mazbata Töreni. [02.02.2019]. <https://www.posta.com.tr/fenerbahce-ali-koc-mazbata-toreni-fb-tv-canli-izle-2009305>.

Fenerbahçe Başkanı Ali Koç Resmen Görevine Başladı. [02.02.2019]. http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/futbol/989716/Fenerbahce_Baskani_Ali_Koc_gorevine_resmen_basladi.html.

Gazeteler Listesi. [03.02.2019]. https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-onipfs.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_yay%C4%B1nlanan_gazeteler_listesi.html.

Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. [11.02.2019]. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>.

Meclis Komisyonunda kabul edildi. 20 yeni üniversite geliyor. [26.5.2018]. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/komisyonunda-kabul-edildi-20-yeni-universite-geliyor-454306.html>.

Medyanın Momo Balonu ya da Momo Ne Değildir. [15.03.2019]. <https://www.evrensel.net/haber/358395/medyanin-momo-balonu-ya-da-momo-ne-degildir>.

Medya Uydurma Oyun Momoyu Nasıl Gerçeğe Dönüştürdü. [15.03.2019]. <https://teyit.org/medya-uydurma-oyun-momoyu-nasil-gercege-donusturdu/>.

Momo Oyunu Nedir Google Arama. [15.03.19]. https://www.google.com/search?q=momo+oyunu+nedir&rlz=1C1CHZL_trTR743TR743&oq=momo+oyunu+nedir&aqs=chrome..69i57.5118j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8.

Momo Challenge Hoax. [15.03.2019]. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/02/momo-challenge-hoax/583825/>.

Momo Medya Eliyle Körüklenen Panik. [15.03.2019]. <https://dijitalmedyavecocuk.bilgi.edu.tr/2019/03/14/momo-medya-eliyle-koruklenen-panik/>.

Momo WhatsApp Suicide Challenge Parents Girl Death Argentina. [15.03.2019]. <https://www.thesun.co.uk/news/6922459/momo-whatsapp-suicide-challenge-parents-girl-death-argentina/>.

Mum's warning over 'Momo challenge' after seven-year-old told school pals the character would kill them. [15.03.2019].

<https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/mum-warning-momo-suicide-challenge-15861489>.

O que é a 'Momo do WhatsApp' e quais são os riscos que ela representa. [15.03.2019]. <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>.

Police suspect 12-year-old girl's suicide linked to WhatsApp terror game Momo. [15.03.2019]. <http://www.batimes.com.ar/news/argentina/police-suspect-12-year-old-girls-suicide-linked-to-whatsapp-terror-game-momo.phtml>.

Rekor kıran dolar yükselmeye devam eder mi. [5.9.2018]. <http://t24.com.tr/haber/rekor-kiran-dolar-yukselmeye-devam-eder-mi,673285>.

Schools Police Media Told to Stop Promoting Momo Hoax. [15.03.2019]. <https://www.theguardian.com/technology/2019/feb/28/schools-police-and-media-told-to-stop-promoting-momo-hoax>.

Son Dakika Dolar Kurunda Bugün Son Durum Ne. [02.02.2019]. <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2018/08/02/son-dakika-dolar-kurunda-bugun-son-durum-ne-2-agustos-2018-guncel-dolar-fiyati>.

Taksim'deki AKM yıkılıyor! İlk kazma vuruldu. [26.5.2018]. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/taksimdeki-akm-yikiliyor-ilk-kazma-vuruldu-423843.html>.

TÜİK, Ulaştırma ve Haberleşme. Sabit Telefon, Cep Telefonu, İnternet Abone Sayısı. [02.04.2019]. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do%3Fmetod%3Dtemelist>.

Türkiye'de Yayınlanan Gazeteler Listesi. [20.04.2019]. https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_yay%C4%B1nlanan_gazeteler_listesi.html.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. [05.08.2018]. Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>.

Üniversiteler için kritik toplantı başladı. [25.5.2018]. <https://www.sozcu.com.tr/2018/egitim/universiteler-icin-kritik-toplanti-basladi-2370247/>.

We Are Social. [11.02.2019]. <https://www.slideshare.net/wearesocial/2018-digital-yearbook-86862930>.

Yazılı Medya İstatistikleri. [20.03.2019]. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=INfJc7dScWXQmq3QZ1pJx1pMvhLzxyf0dhwLF2JsQ0by1yGpg12v!1994455450?id=27605>.

[02.03.19].http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c7a766b458a47.94161508.

[06.03.2019].<https://www.occipitaliscreations.com/2016/10/04/the-worlds-first-photograph-5-key-facts/>.

[15.03.19].http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c8c03f7c55428.43965563.

[15.03.2019]. <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>.

[15.03.2019]. <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-44961410>.

[27.08.2018].<http://alkislarlayasiyorum.com/icerik/103352/luna-margarin-reklami> 1993.

10 Üniversitenin bölünmesini öngören tasarı TBMM Komisyon’unda kabul edildi. [26.05.2019]. <https://t24.com.tr/haber/10-universitenin-bolunmesini-ongoren-tasari-tbmm-komisyonunda-kabul-edildi,614001>.

20 Yeni Üniversite Geliyor. Tasarı Kabul Edildi. [02.02.2019]. <https://www.posta.com.tr/20-yeni-universite-geliyor-tasari-kabul-edildi-1410463>.

ÖZ GEÇMİŞ

1. **Adı Soyadı** : Ödül Kazan
2. **Doğum Tarihi** : 08.12.1989
3. **Unvanı** : Yüksek Lisans Öğrencisi
4. **Öğrenim Durumu** :

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Fotoğraf ve Video	Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fk.	2015
Yüksek Lisans	Sanat Tasarım	Yıldız Teknik Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fk.	-

Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışmanı:

“Oda” adlı Fotoğraf Projesi (Freudyen bakış açısıyla “tekinsizlik” kavramı üzerine çalışma)

Danışman: Doç. Nur Aral

5. Yayınlar:

- 5.1. ULUSLARARASI NECATİBEY EĞİTİM VE SOSYAL BİLİMLER ARAŞTIRMALARI KONGRESİ, UNESAK.

Bildiri Başlığı:

İnternet Haberciliğinde Görsel Malzeme Kullanımı Üzerine Göstergebilimsel Bir İnceleme

A Semiological Research On the Usage of Visual Content in Internet Journalism