T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE SİYASİ VE KÜLTÜREL BİR YÖNELİM OLARAK MİLLİYETÇİLİĞİN REKLAMLAR VE KAMU SPOTLARI ÜZERİNDEN GÜNDELİK HAYATTA İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİMİ

(DOKTORA TEZİ)

AYSEL TAPAN

KOCAELİ 2021

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE SİYASİ VE KÜLTÜREL BİR YÖNELİM OLARAK MİLLİYETÇİLİĞİN REKLAMLAR VE KAMU SPOTLARI ÜZERİNDEN GÜNDELİK HAYATTA İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİMİ

(DOKTORA TEZİ)

AYSEL TAPAN

PROF. DR. EMEL KARAGÖZ

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No:
10.02.2021-05

KOCAELİ 2021

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER..... I
ÖZET..... IV
ABSTRACT..... V
TABLOLAR LİSTESİ..... VI
GİRİŞ..... 1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. MİLLİYETÇİLİĞİN SİYASİ VE KÜLTÜREL BOYUTLARI

1.1.MİLLİYETÇİLİĞİN KAVRAMSAL BİLEŞENLERİ VE KURAMSAL TEMELLERİ..... 10
1.1.1. Etnisitenin Belirleyici Unsurları, Etnisite ve Milliyetçilik İlişkisi..... 16
1.1.1.1. Kültürel Özdeşlik..... 23
1.1.1.1.1. Dil..... 25
1.1.1.1.2. Din..... 30
1.1.1.2. Irk ve Köken Miti..... 35
1.1.1.3. Ortak Tarih ve Kolektif Bellek..... 39
1.1.1.4. Ortak Amaç ve Menfaat Birliği: Dayanışma Duygusu..... 41
1.1.1.5. Teritoryal Sınırlar..... 44
1.1.2. Milliyetçiliğin Kavramsal Bileşenleri..... 46
1.1.2.1. Milli Kimlik..... 47
1.1.2.2. Bireyselleşme ve Bireysel Kimlik..... 50
1.1.2.3. Ben-Öteki Karşıtlığı ve Ötekinin İnşası..... 52
1.1.3. Milliyetçiliğe Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar..... 54
1.1.3.1. İlkçi Yaklaşım..... 56
1.1.3.2. Modernist Paradigma..... 59
1.1.3.3. Etno-sembolcü Yaklaşım..... 70
1.1.3.4. Banal Milliyetçilik..... 74
1.1.3.5. Sivil Milliyetçilik..... 76
1.1.4. Siyasi ve Kültürel Milliyetçilik Arasındaki Diyalektik ve Etkileşim Bağlamında Bir Perspektif..... 79

İKİNCİ BÖLÜM

2. "YENİ DÜNYA DÜZENİ"NDE TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİ'NİN SİYASİ VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM SÜRECİ

2.1.TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİNİN KÜLTÜREL VE SİYASİ BİLEŞENLERİ..... 86
2.1.1. Dil..... 86
2.1.2. Din..... 90
2.1.3. Toplumsal Yapı..... 95
2.1.4. Irk ve Köken Miti: Türklük..... 99
2.1.5. Teritoryal Sınırlar..... 101

2.2.TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİNİN GELİŞİMİNDE TARİHSEL SOSYOLOJİK SÜREÇ..... 102
2.2.1. Milliyetçiliğin Doğuşu ve Ön Türk Milliyetçiliği……..... 106
2.2.2. Cumhuriyet'in Kuruluşu ve Modern Türk Milliyetçiliği..... 110
2.2.3. Soğuk Savaş Döneminde Türk Milliyetçiliği..... 116
2.2.4. Solun Bozguna Uğraması ve Sağın Yükselişi: Muhafazakâr Milliyetçilik..... 119
2.2.5. 12 Eylül Darbesi ve 1990'ların Siyasi Haritası: İdeolojik, Politik ve Toplumsal Bir Hareket Olarak Milliyetçilik..... 122
2.2.6. 2000'li Yıllarda Gündelik Bağdaştırıcı Olarak Milliyetçilik..... 125

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MİLLİYETÇİLİK SÖYLEMİNİN REKLAMLAR ARACILIĞIYLA GÜNDELİK HAYATA TAŞINMASI

3.1. GÜNDELİK HAYATIN TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ..... 128
3.1.1. Yaşam Biçimi Alanları..... 139

3.2. GÜNDELİK HAYATTA GERÇEKLİĞİN VE ANLAMIN TOPLUMSAL İNŞASI..... 143
3.2.1. Gerçekliğin ve Anlamın Toplumsal İnşasında Kitle İletişiminin Rolü..... 148
3.2.2. Gerçekliğin ve Anlamın Toplumsal İnşasında Reklamın Rolü..... 150
3.2.2.1. İdeolojik Bir Araç Olarak Reklam..... 152
3.2.2.2. Kültürel Bir Araç Olarak Reklam..... 157
3.2.3. Gündelik Hayatta Milliyetçiliğin Milli Bayramlar ve Anma Günleri Üzerinden İnşası ve Yeniden Üretimi..... 160

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE YAYINLANAN TELEVİZYON REKLAMLARINDA, DİJİTAL REKLAMLARDA VE KAMU SPOTLARINDA MİLLİYETÇİLİĞİN İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİMİ

4.1. METODOLOJİ..... 164
4.1.1. Araştırmanın Önemi..... 164
4.1.2. Araştırmanın Amacı..... 164
4.1.3. Araştırmanın Soruları..... 165
4.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Örneklemi..... 166
4.1.5. Araştırmanın Yöntemi..... 167
4.1.6. Araştırmanın Varsayımları..... 170

4.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI..... 171
4.2.1. Reklam Metinlerinin Söylem Analizi..... 171
4.2.1.1. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Reklam Metinlerinin Bulguları..... 173

4.2.1.2. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Reklam Metinlerinin Bulguları..... 180
4.2.1.3. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Reklam Metinlerinin Bulgular..... 187
4.2.1.4. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları..... 195
4.2.1.5. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları..... 202
4.2.1.6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları..... 212
4.2.1.7. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları..... 219
4.2.2. Kamu Spotu Metinlerinin Söylem Analizi..... 231
4.2.2.1. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 232
4.2.2.2. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 239
4.2.2.3. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 246
4.2.2.4. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 250
4.2.2.5. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 252
4.2.2.6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 256
4.2.2.7. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları..... 259

4.3. BULGULARIN YORUMLANMASI VE TARTIŞMA..... 264

SONUÇ..... 279
KAYNAKÇA..... 288
EKLER..... 297
ÖZGEÇMİŞ..... 357

ÖZET

Bu tez çalışmasında gündelik hayatta milliyetçi söylemin siyasi ve kültürel bir perspektifle ideolojik ve kültürel bir araç olarak değerlendirdiğimiz reklamlar ve kamu spotları üzerinden inşa ve yeniden üretim sürecinin analizi amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında, milliyetçi söylemin gündelik hayatta inşası ve yeniden üretiminde etkili olan bileşenler irdelenerek, Türk milliyetçiliğinin milli bayramlar ve anma günlerinde hangi unsurlar vurgulanarak yeniden üretildiği incelenmiştir. Söylem analizi yöntemiyle incelenen reklam ve kamu spotlarında kaydedilen sözcük dağarcığı ekseninde kolektif isim, sıfat, nesne, zamir ve fiiller, ortak geçmişe vurgu yapan olayları sembolize eden mekânlar, etiketler ve anma mesajları incelenmiştir. Kolektiviteye üyelik bağlamında biz ve öteki karşıtlığı ile ilgili soruların yanıtı aranarak, olumlu kendini sunma ve olumsuz ötekini sunma, önerme yapıları ve yadsıma ifadelerine odaklanılmıştır. Ayrıca milliyetçi söylemin ortak köken, ortak tarih, din, banal unsurlar ve sembolik tüketim aracılığıyla nasıl yeniden üretildiği araştırılmıştır. Analiz sonucunda, Türk milliyetçiliğinin reklamlar ve kamu spotları üzerinden etnisist yani kültürel milliyetçilik, Kemalist milliyetçilik, liberal ve muhafazakâr milliyetçilik ideolojilerinin eklektik inşası sonucunda; kan/ırk/soy mitleri, ortak köken, ortak tarih, sembolik teritorya ve din bileşenleriyle ve meydan okuma, başarı ve fedakârlık değerleriyle yeniden üretildiği görülmüştür. Ayrıca sembolik tüketim ve milliyetçilik arasındaki ilişki bağlamında markaların ağırlıklı olarak sosyal sorumluluk anlayışıyla şehitlik söylemi, memleket sevgisi, millet, vatan, Cumhuriyet, Mustafa Kemal Atatürk, eğitim, bilim, teknoloji, sanat ve spor unsurlarıyla, kamu kurum ve kuruluşlarının ise kültürel perspektifle şehitlik, ortak ataların ve tarihin yüceltilmesi; neoliberal yaklaşımla başarı, büyüme, kalkınma, ilerleme ve çalışma gibi unsurlarla milliyetçi söylemi yeniden ürettiği saptanmıştır.

Anahtar kelimeler: Milliyetçilik, Gündelik Hayat, Reklam, Söylem Analizi

ABSTRACT

This study aimed at analyzing the construction and reproduction of nationalist discourse in daily life within a political and cultural perspective through advertisements and public service announcements which are considered to be ideological and cultural instruments. The components which were effective in the construction and reproduction of nationalist discourse are dissected and the reproduction of elements that were emphasized in the national holidays and memorial days was examined within the scope of this study. The vocabulary, i.e. collective names, adjectives, objects, adverbs, and verbs, the places that symbolize and emphasize collective past, tags and commemoration messages of advertisements and public service announcements were scrutinized with the discourse analysis method. The answers were sought for the dichotomy of we and the others within the context of membership to collectivity, and the research was focused on the positive self-presentation and negative other-presentation, proposition structures, and expressions of denial. Furthermore, this study also examined how nationalist discourse is reproduced through the common origin, common history, religion, banal elements, and symbolic consumption. As a result of the eclectic construction of Turkish nationalism via advertisements and public service announcements, it has been observed that blood/race/lineage myths are reproduced with the components of common origin, common history, symbolic territory and religion, and with the values of challenge, success, and sacrifice. Likewise, it has been observed that, while the brands predominantly utilized the elements of martyrdom, patriotism, nation, homeland, Republic, Mustafa Kemal Atatürk, education, science, technology, arts, and sport in the context of symbolic consumption and nationalism within the understanding of social responsibility; public institutions and organizations reproduced the nationalist discourse by using the elements of martyrdom, the glorification of common ancestors and common history within a cultural perspective, and the elements of success, growth, development, progress, and labor within a neoliberal approach.

Keywords: Nationalism, Daily Life, Advertising, Discourse Analysis

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Milli Bayramlar ve Anma Günleri Üzerinden İncelenen Reklam ve Kamu Spotlarının Niceliksel Analizi 171
Tablo 2: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 173
Tablo 3: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 176
Tablo 4: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 177
Tablo 5: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 177
Tablo 6: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 178
Tablo 7: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 178
Tablo 8: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 178
Tablo 9: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 179
Tablo 10: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 180
Tablo 11: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 183
Tablo 12: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 185
Tablo 13: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 185
Tablo 14: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 185
Tablo 15: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 186
Tablo 16: Recep Tayyip Erdoğan'ın Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri 186
Tablo 17: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 186
Tablo 18: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 187
Tablo 19: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 190
Tablo 20: Ortak Atalar/Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 194
Tablo 21: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 194
Tablo 22: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 194
Tablo 23: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 195
Tablo 24: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 195

Tablo 25: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 198
Tablo 26: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 199
Tablo 27: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 200
Tablo 28: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 200
Tablo 29: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 200
Tablo 30: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 202
Tablo 31: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 206
Tablo 32: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 208
Tablo 33: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 209
Tablo 34: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 209
Tablo 35: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 210
Tablo 36: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 210
Tablo 37: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 210
Tablo 38: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 212
Tablo 39: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 215
Tablo 40: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 216
Tablo 41: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 217
Tablo 42: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 218
Tablo 43: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 218
Tablo 44: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 218
Tablo 45: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 219
Tablo 46: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 219
Tablo 47: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 227
Tablo 48: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 225
Tablo 49: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 228
Tablo 50: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 229

Tablo 51: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 229
Tablo 52: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 230
Tablo 53: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 230
Tablo 54: Anma Günleri ve Milli Bayramlar'da Kaydedilen Kamu Spotu Sayısı..... 231
Tablo 55: Anma Günleri ve Milli Bayramlar'da Kamu Spotları Kaydedilen Kamu Kurum ve Kuruluşlar 231
Tablo 56: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 232
Tablo 57: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 235
Tablo 58: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 236
Tablo 59: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri 236
Tablo 60: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 237
Tablo 61: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 237
Tablo 62: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 238
Tablo 63: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 238
Tablo 64: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 238
Tablo 65: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 239
Tablo 66: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 242
Tablo 67: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 243
Tablo 68: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri 243
Tablo 69: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 244
Tablo 70: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 244
Tablo 71: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 245
Tablo 72: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 245
Tablo 73: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 245
Tablo 74: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 246
Tablo 75: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 247
Tablo 76: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve

Yeniden Üretimi 248
Tablo 77: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 248
Tablo 78: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 249
Tablo 79: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 249
Tablo 80: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 250
Tablo 81: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 250
Tablo 82: Mustafa Kemal Atatürk'ün Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri 251
Tablo 83: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 251
Tablo 84: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 251
Tablo 85: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 253
Tablo 86: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 254
Tablo 87: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 255
Tablo 88: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 255
Tablo 89: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 256
Tablo 90: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 257
Tablo 91: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 258
Tablo 92: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 258
Tablo 93: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı 259
Tablo 94: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 261
Tablo 95: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 262
Tablo 96: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri 263
Tablo 97: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 263
Tablo 98: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi 264

GİRİŞ

Üretim ilişkilerini ve dolayısıyla toplumsal yapıları dönüştürerek tüm dünyayı etkileyen Fransız Devrimi ile birlikte hem siyasi bir düşünce hem de toplumsal aidiyet ve dayanışma biçimi olarak ortaya çıkan fakat hem modern öncesi etnik bağlara dayanan hem de etnik unsurlar aracılığıyla siyasi ve kültürel bir söylemle inşa edilen milliyetçilik; Sanayi Devrimi, kapitalizm, rasyonalizm, demokratik fikirlerin yükselişi, bireyselleşme, liberalizm, devletçilik, küreselleşme ve çokkültürlülük gibi modernliğin temel özelliklerine ilişkin kavram ve olgular etrafında şekillenmiştir. Çünkü modernizmle birlikte derin kökleri olan karmaşık toplumsal yapılar, çarpıcı bir şekilde kurumsal ve kültürel bir değişim sürecine girmiştir. Böylece, rasyonel bir toplum yaratmanın ortaya çıkardığı tehditler ya da fırsatlar eş zamanlı olarak gündelik hayatta parçalanmanın ve bütünleşmenin yaşanmasına neden olmuştur.

Bu süreçle birlikte; modern ekonomik sistem, nüfus artışı, kentleşme ve kültürün etkisiyle yaşam biçimlerinin neden olduğu parçalanmanın sonucu olarak toplumsal kurumların ve bağların çözülmesi ve dinin sekülerleşmesi nedenleriyle toplumsal birliği ya da seferberliği sağlamak amacıyla gerekli olan bağdaştırıcı araçlar bulanıklaşmıştır ve insanların nasıl bir arada tutulacağı konusu problemli bir alan haline gelmiştir. Milliyetçilik ise ortak aidiyet duygusunun sağlamasının temel mesele olduğu bu problemli alandaki boşluğu doldurabilecek en uygun paradigma olarak düşünülmüştür. Çok genel bir ifadeyle milliyetçilik, Fransız Devrimi ile başlayan, etnik kimliklerin belirleyici olduğu 19. yüzyıl sonunda sanayileşme ve kapitalist sistemin ortaya çıkardığı sonuçlar çerçevesinde dinin bir toplumsal birleştirici ve bağdaştırıcı olarak gündelik hayattan çekilmesine bağlı olarak ortaya çıkmış ve kimliğin temel bileşeni olmuş bir düşünce akımı olmuştur.

Kuşkusuz, dünya tarihinde bir başka kırılma noktası olarak karşımıza çıkan Birinci Dünya savaşı sonrasında ise birçok etnik kimliği aynı teritoryal sınırlar içinde bir arada tutan imparatorlukların dönemi kapanmıştır ve ulus-devletler 20. yüzyıla damgasını vurmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası ise faşizmin yenilgiye uğraması ve Batı'nın sistemli bir şekilde uyguladığı sömürgecilik modelinin zayıflaması

sonucunda sömürgelerin tasfiye olmasıyla milliyetçilik baskın bir güç haline gelmiştir.

Ancak ulus devletlerin milliyetçi söylemle amaçladıkları toplumsal birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun aksine etnik duyguların belirginleştiği görülmüştür. Çünkü tarihsel devamlılık perspektifiyle devletler tarafından milliyetçiliğin içkin olduğu dayanışma duygusu, toplumsal aidiyet ve kültürel homojenlik için talep edilen dil, din, ırk, köken ve teritoryal sınırlar gibi unsurlar, modernist yaklaşımla bir inşanın ürünü olarak toplumdan topluma ve koşullara göre farklılık gösterse de milli kimliğin inşası ve yeniden üretiminde etkili ve belirleyici olabilmektedir. Milliyetçilik çalışmalarında önem derecelerine göre tartışmalı olan bu unsurlar, hem vatandaşlık esasına dayanan ve bir inşanın ürünü olan Fransız milliyetçiliğinde hem de kültür eksenli kolektivist Alman milliyetçiliğinde yeniden üretilmektedir. Çünkü gündelik hayatta sınırları bulanık ve göreli olan bu iki milliyetçilik algısı hem siyasal hem de kültürel bir perspektifle iç içe geçip birbiriyle örtüşmektedir.

Öte yandan 1970 ve 1980'lerde küresel ekonominin derinleşmesi, kolektivist temeller üzerine inşa edilen etnik unsurlarının ortadan kalktığı algısını yaratmıştır ve milliyetçiliğe verilen önem tartışmalı bir şekilde görece azalmıştır. Fakat yaşanan küresel ekonomik bunalımlar ve Batı Avrupa'da milliyetçilik hareketlerinin canlanması hem Batı'nın hem de Batı'nın karşısında yer alan paradigmanın daha da sertleşmesine neden olmuştur. Etnik köken, kimlik ve çokkültürlülük meselelerinin tartışıldığı 1990'larda da milliyetçilik gücünü gittikçe arttıran baskın bir "ideoloji" ve "söylem" olarak ön plana çıkmıştır.

Tüm dünyayı etkisi altına alan bu değişim ve dönüşümler, yeni bir bakış açısıyla milliyetçiliğin meşruiyet zeminini değiştirmiştir. Sınıf, statü ve bunlara bağlı olarak tasarlanan yaşam tarzlarının etkin unsurlar olarak görülmeye başlanmasıyla da keskin bir şekilde benzerliklere ve farklılıklara vurgunun referans kaynağı olan ve devletlerin siyasi güç yaratımı süreçlerinde bir araç olarak kullandığı kültür, milliyetçi söyleminin en önemli dayanak noktalarından biri olmuştur.

Fransız Devrimi'nden sonra bir ideoloji ve düşünce akımı olarak ortaya çıkan milliyetçilik, Osmanlı İmparatorluğu'nu da Türk milli kimliğini ve bilincini derinden etkileyen bir gecikmeyle kaçınılmaz olarak etkilemiştir. Balkanlar'da yaşanan bağımsızlık savaşlarıyla milli kimliğin oluşumu, Tanzimat dönemi, Jöntürk hareketi ve çok etnili Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışı Türk milliyetçiliğinin kırılma noktaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok etnik unsuru bünyesinde barındıran ve Osmanlı İmparatorluğu'nun ardılı olarak kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk dönemlerinde milliyetçilik, etnisist unsurlarına dayanmıştır. Bu dönemde ön Türk milliyetçiliğinin inşa, yeniden üretim ve milli türdeşleşmeyi sağlama sürecinde karşılaşılan zorluklar ağırlıklı olarak dil, din, toplumsal yapı, modernleşme ve sanayileşme ekseninde ortaya çıkmıştır.

Modern Türk milliyetçiliğinin ise genel hatlarıyla, 1950'li yıllarda sol üzerinden yapılan düşman tasarımıyla güçlenen İslâmcı ve muhafazakâr demokrasi yaklaşımına; siyasi ideolojilerin keskin bir biçimde kutuplaştığı, başkaldırıların gündelik hayata yansıdığı 1960'lı yıllarda İslâmcı ve sol düşüncelere; darbelerin gölgesinde siyasal ve toplumsal şiddetin belirleyici unsur olduğu 1970'li yıllarda ise Türk-İslâm sentezini şekillendiren muhafazakârlık ve siyasal İslâm ideolojilerine dayandırılarak inşa edildiği görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin neoliberal politikalarla küresel tüketim kültürüne entegrasyonunun hızlandığı 1980 dönemi ve sonrasında milliyetçiliğin ve siyasal İslâm'ın çarpıcı bir biçimde canlanmaya devam ettiği görülmüştür. Bu süreçler ışığında Türk milliyetçiliğini; Kemalist milliyetçilik, etnik milliyetçilik, muhafazakâr milliyetçilik ve liberal milliyetçilik şeklinde kategorilere ayırdığımızda milli türdeşleşmeyi ve kolektif bilinci sağlayan veya güçlendiren unsurların iç içe geçtiğini görmekteyiz.

Milli türdeşleşme ve kolektif bilincin inşa edildiği ve yeniden üretildiği gündelik hayat ise Türkiye örneğinde olduğu gibi belirsizlik, değişkenlik ve sıradanlık sorunlarıyla yüz yüze kalan bireysel kimliğin, demokrasi kavramıyla içkin olan milli kimlik ile özdeşleştiği bir alandır. Dolayısıyla gündelik hayatta türdeşleştirici bir güç ve toplumsallaşma biçimi olarak işaret edilen milliyetçilik, toplumsal ve siyasal inşa süreçlerinde belirleyici bir ideoloji olarak işaret edilmektedir. Milli kimlik en çok kabul gören toplumsal bir bağdaştırıcıyken,

neoliberal ekonomik politikalarla her türlü yerel ve küresel kimlik bileşeni tüketimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Milliyetçilik ise gündelik hayat ile tüketim ve üretim anlayışını bağdaştırmanın taşıyıcılarından biri konumuna yerleşmiştir. Tüketim ve üretim süreçlerinin katalizörlerinden biri olan reklamlar ise milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde kullanılan ideolojik ve kültürel araçlardan biri olmuştur.

Çünkü reklamlar, toplumu bir arada tutacak duygu, davranış, algı, inanç ve değerlerin temin edilmesi sürecinde toplumsal bağları ve anlamı metalar dolayımıyla kuran bireyin kimlik inşasında üstlendiği işlevler sebebiyle ideolojik ve kültürel bir araçtır. Toplumsal inşa süreçlerinde merkezi bir öneme sahip olan kitle iletişim araçlarının doğal bir parçası olan reklamlarda kullanılan türdeşleştirici ve ötekileştirici stratejiler ise milliyetçi söylemin inşa ve yeniden üretim sürecinde reklamın merkeziliğini yansıtmaktadır. Dahası reklamlar, popüler ve gündelik temelli olan kitle iletişimi, tüketim ve milliyetçilik arasındaki ilişkinin politik ve sosyolojik önemini anlatmaktadır.

Öte yandan, bilinç düzeyi ve yaşam tarzının tasarlanmasıyla ilişkili olarak tüketim imgeleriyle dolu bir çağda milliyetçiliğin yapısını kitle iletişimi gibi çok boyutlu bir alanda değerlendirebilmek, etkili ve sınırları belirgin bir bakış açısına ulaşmak oldukça zor bir çabadır. Dolayısıyla yaşam biçimi, tüketim kültürü ve kimlik örüntüleri açısından birçok paradigmadan etkilenen ve birçok paradigmayı etkileyen çoklu ve parçalı bir alan olan reklamcılık; toplum, ideoloji ve kültür sorunları üzerine yapılan çalışmalarda merkezi öneme sahip olan alanların başında gelmektedir.

Bir başka ifadeyle, karşılıklı birbirini etkileyen ve dönüştüren iki kavram olarak gündelik hayat ile kültürel ve ideolojik bir araç olan reklamın tüketim toplumu bağlamındaki zorunlu ilişkisi toplumsal yapıya ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır. Çünkü milli bilincin ifade bulduğu faaliyetlerden ve aracılardan biri olan reklam, toplumsal çerçevenin çizilmesi için kullanılan anlam ve sembollerin yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. İdeolojilerin tüketime ve reklama yansıması ya da tüketimin ve reklamların ideolojik yönelimleri desteklemesi ise kaçınılmaz bir

durumdur. Bu nedenle reklamlar, gündelik hayatta milliyetçiliğin inşası, yeniden üretilmesi ve içselleştirilmesi için kullanılan araçlardan biri olarak altı çizilen bir inceleme alanıdır.

Yukarıda özetlemeye çalıştığımız gibi bu araştırma, Türk milliyetçiliğinin ve milli kimliğinin reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla gündelik hayatta nasıl inşa edildiği ve yeniden üretildiği konusunu sorgulama gereğinden doğmuştur. Milleti bir araya getiren ve milli kimliği inşa eden ve yeniden üreten unsurları kesin çizgilerle birbirinden ayırmak hem mümkün değildir hem de milli duyguları oluşturan koşulların önem derecesinin değişkenlik gösteren doğasına aykırıdır. Bu nedenle modern toplumlardaki aidiyetlik biçimlerinin, kolektiviteye üye olmanın koşularının ve milleti bütünleştirici kavramların ne şekilde inşa edildiğini ve yeniden üretildiğini incelemek birden çok perspektifin ve kuramın bir araya getirilmesini gerekli kılmaktadır.

Çalışmamızda milliyetçilik, ağırlıklı olarak etnik kimlikten milli kimliğe geçişi sağlayan, milli kimliğe ve bilince duygusal gücünü veren unsurların ve sembollerin merkeze alındığı tarihsel sürekliliği içeren etno-sembolist yaklaşımla ve modern çağın özel koşullarının bir ürünü olarak siyasi ve kültürel bir inşa ve yeniden üretim olarak araçsalcı ve banal milliyetçilik teorisiyle ilişkili olarak toplumsal inşa perspektiflerinden tartışılacaktır. Bu nedenle daha önce de belirttiğimiz gibi gündelik hayatta anlamın ve gerçekliğin inşası sürecinde ideolojik ve kültürel bir araç olan ve toplumsal yapıya ilişkin önemli analizler sunan reklamlar ve kamu spotları, inşa edilen ve yeniden üretilen anlam ve sembollerle milliyetçiliğin gündelik hayattaki yansımalarını açıklayabilmenin etkili yollarından biri olarak belirlenmiştir.

Bu doğrultuda çalışmamızın temel amacı; gündelik bir bağdaştırıcı olarak milliyetçi söylemin siyasi ve kültürel bir paradigmayla reklamlar ve kamu spotları üzerinden hangi anlam, değer ve semboller aracılığıyla inşa edilip yeniden üretildiğini belirlemeye çalışmaktır. Türk milliyetçiliğinin, kurgusal günler olan milli bayramlarda ve anma günlerinde yayınlanan televizyon reklamı, dijital reklam ve kamu spotu metinlerinde hangi unsurlara dayanarak inşa edilip yeniden üretildiğini analiz etmeyi amaçlayan bu çalışmada şu sorulara yanıt aranacaktır: Siyasi ve

kültürel bir yönelim olarak Türk milliyetçiliği, reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla hangi anlam, değer ve sembollerle tasarlanmaktadır? Reklam ve kamu spotu metinlerinde "Türk" kimliği bir üst kimlik olarak mı, kan ve soy esasına dayalı etnik bir kimlik olarak mı yoksa etno-dinsel bir kimlik olarak mı tasarlanmaktır? Reklam ve kamu spotlarında kolektif eylemi güdüleyen hangi sembolik ve duygusal unsurlar kullanılmaktadır? Milliyetçilik söyleminin yeniden üretildiği reklam ve kamu spotları metinlerinde tasarlanan milli bilincin ve milli kimliğin bileşenleri arasındaki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir? Reklamlar ve kamu spotları, milliyetçiliğin biçimlendirdiği hangi kimlik örüntülerini tasarlamaktadır? Reklam ve kamu spotları metinlerinde kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün şartları nelerdir? Milliyetçiliğin içkin olduğuna inanılan ve genetik bir karakter özelliği olarak etnik milliyetçilik hangi unsurlarla üretilmektedir? Milliyetçi bir söylemle tasarlanan reklam ve kamu spotu metinlerinde Kemalist Milliyetçilik hangi unsurlara dayanmaktadır? Reklam ve kamu spotu metinlerinde Muhafazakâr Milliyetçilik hangi unsurlara dayanmaktadır? Reklamlarda milliyetçiliğin duygusal gücü ile sembolik tüketim arasında bir ilişki kurulmuş mudur? Ortak kültürün temel bileşenlerinden biri olan din, reklamlarda ötekileştirme ve ötekini inşa ve yeniden üretim sürecinde referans kaynağı mıdır?

Tarihsel süreçler ve kuramsal tartışmalar ışığında milliyetçi söylemin sadece siyasi manipülasyona indirgenemeyeceği göz önünde bulundurulup milliyetçiliğin, etnik kimliğin unsurları aracılığıyla da inşa edilen ve yeniden üretilen ideolojik ve kültürel bir söylem olarak tartışıldığı bu çalışmada, yukarıdaki sorulara yanıt aramak amacıyla Türk milliyetçiliğinin söylemsel yapısının, Türk milli kimliğinin ve milli bilincinin ne şekilde yeniden üretildiği televizyon reklamları, dijital reklamlar ve kamu spotları üzerinden incelenecektir.

Bu çerçeveden hareketle çalışmamızın birinci bölümünde, etnik toplulukların bileşenleri, milli kimliğin ve milli bilincin inşası ve yeniden üretilmesinde kullanılan taşıyıcıların birleştirici yahut ayrıştırıcı nitelikleri milliyetçilik kuramları çerçevesinde irdelenecektir. Çalışmamızda, genel bir çerçeveyle etnisitenin unsurlarının milliyetçiliği ortaya çıkarabilmesi için hem "olmazsa olmazlar" arasında gösterilen hem de tek başına yeterli görülmeyen kültürel özdeşlik (dil/din), ırk ve

köken miti, ortak tarih ve kolektif bellek, ortak amaç, menfaat birliği, dayanışma duygusu ve teritoryal sınırlar tartışılacaktır. Milliyetçi söylemin kavramsal bağlamını oturtmaya çalıştığımız milli kimlik, bireycilik, bireysel kimlik ve ben-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşa süreci irdelenecektir. En büyük ve kutsal ülke ideali ve milli kimlikler, araçsalcı perspektiften bakıldığında inşa edilen "hayali-düşsel" bir anlatıdır ve gündelik hayatın her alanına yansımaktadır. Tarihsel devamlılığı merkeze alan yaklaşımlara göre de etnik kimliğin bileşenleri milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretiminde kullanılan unsurlar arasında yer almaktadır. Bu bakış açısından hareketle son olarak, milliyetçiliğe yönelik kuramlar modernist paradigma, etno-sembolcü yaklaşım ve banal milliyetçilik vurgulanarak sivil milliyetçilik çerçevesinde incelenecektir.

Çalışmanın ikinci bölümde ise küresel çağda "yeni dünya düzeni"nde yine birden fazla milliyetçilik kuramıyla açıklanabilecek Türk milliyetçiliğinin kültürel ve siyasi bileşenlerine ve Türk milli kimliğinin anlam ve sembollerine odaklanılacaktır. Türkiye, milliyetçilik düşünce hayatı için zor bir iklimdir. Bu nedenle Türk milliyetçiliğinin gelişiminde tarihsel sosyolojik süreç analiz edilmeye çalışılacaktır. Bu süreç, Türkiye'de milliyetçiliğin doğuşu ve ön Türk milliyetçiliği, Cumhuriyet'in kuruluşu ve modern Türk milliyetçiliği, soğuk savaş döneminde Türk milliyetçiliği, milliyetçiliğin ideolojik, siyasi ve toplumsal bir hareket olarak tasarlandığı, solun bozguna uğradığı, muhafazakâr milliyetçiliğin şekillendiği, sağın ve liberal anlayışın baskın bir ideoloji haline geldiği 1980'ler, siyasal İslam'ın çarpıcı bir biçimde yükseldiği 1990'lar ve milliyetçiliğin gündelik hayatta eklektik bir perspektifle bağdaştırıcı olarak yeniden üretildiği 2000'ler olarak dönemselleştirilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümde ise kuramsal yönelimler çerçevesinde gündelik hayat kavramının değişim ve dönüşüm süreciyle yakından ilişkili olan tüketim, reklam ve milliyetçi söylem ilişkilendirilerek analitik bir çerçeve sunulmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda, gündelik hayata ilişkin kuramsal tartışmalar ışığında yaşam biçim alanları, anlamın ve gerçekliğin toplumsal inşası, kapitalist sistemin yeniden üretim sürecinde milliyetçilik ve reklam bağlamında ideolojinin işlevi, gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşasında kitle iletişiminin rolü ve kitle iletişimiyle zorunlu bir ilişkisi bulunan ideolojik ve kültürel bir araç olarak reklamın işlevi ele

alınacaktır. Son olarak, çalışmamızın odak noktasında bulunan kurgusal günler olarak değerlendirdiğimiz milli bayramlar ve anma günlerinin milliyetçi söylemin inşası ve yeniden üretimindeki işlevi gerçekliğin toplumsal inşası perspektifinden tartışılacaktır.

Çalışmamızın analiz kısmı olan dördüncü bölümde, Türk milliyetçiliğinin, Türk milli kimliğinin ve milli bilincinin, milli bayramlar ve anma günlerinde yayınlanan televizyon ve dijital reklamlarda ve kamu spotlarında hangi unsurlar kullanılarak yeniden üretildiği söylem analizi yöntemiyle incelenecektir. Bu doğrultuda, rastgele örneklem tekniğiyle ve kanallardan temin edilen reklamveren listelerine göre belirlenen 2019 yılında Star TV, Kanal D, ATV, TV8, FOX, SHOW TV kanallarına reklamveren markaların anma günleri ve milli bayramlarda yayınladıkları reklam metinleri, bu markaların Youtube kanallarında 2017-2019 tarihleri arasında yayınladıkları reklam metinleri ve kamu kurum ve kuruluşların Youtube kanallarında yayınladıkları kamu spotu metinleri analiz edilecektir.

Analizlerden elde edilen bulgulara bağlı olarak, Türk milliyetçiliğinin söylemsel yapısı, Türk milli kimliğinin ve milli bilincinin referans kaynakları belirlenmeye çalışılacaktır. Milliyetçiliğe ilişkin düşünce ve davranışların reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla hangi temeller üzerine oturtulduğunu ve gündelik hayatta bireylerin değer ve deneyim dünyasının bir ürünü olarak hangi unsurlar üzerinden doğallaştırıldığını inceleyeceğimiz bu çalışmada, zaman zaman daha çarpıcı bir biçimde tüketim kalıpları gibi duygusal ve sembolik özellikler gösteren bir sürecin ürünü olarak milliyetçiliğin hangi kültürel bileşenler ve ideolojiler dolayımıyla gündelik hayatta inşa edildiği ve yeniden üretildiği tartışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

Milliyetçiliğin, milli kimliğin ve milli bilincin inşasında ve yeniden üretiminde etkili olan kaynakların ve unsurların değişen konumları, bu kavramların iç içe geçtiği anlamına gelmektedir. Bu nedenle çalışmamızda milliyetçiliğin siyasi ve kültürel boyutlarını, kavramsal tanımlamalar ve kuramsal yaklaşımlar ışığında ele almak ve ayrıntılı bir şekilde irdelemek önem taşımaktadır.

Çalışmamızın birinci bölümünde; milliyetçili söylemin inşası ve yeniden üretilmesinde kullanılan taşıyıcıların birleştirici yahut ayrıştırıcı işlevleri irdelenmiştir. Bu bağlamda kültürel özdeşlik, ırk ve köken miti, ortak tarih ve kolektif bellek, ortak amaç, menfaat birliği, dayanışma duygusu ve teritoryal sınırlar tartışılacaktır. Bu bakış açısı gereği, milliyetçi söylemin temel dayanak noktaları olan milli kimlik, bireycilik ve ben-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası irdelenecektir. Son olarak, sosyo-kültürel, ideolojik ve siyasi araçlarla inşa edilen ve yeniden üretilen milleti bir arada tutan bağdaştırıcılar çerçevesinde milliyetçilik kuramları ilkçi yaklaşım, modernist paradigma, etno-sembolcü yaklaşım, banal ve sivil milliyetçilik perspektifleriyle incelenerek, çalışmanın kuramsal ve kavramsal yapısından hareketle siyasi ve kültürel milliyetçilik arasındaki diyalektik ve etkileşim tartışılacaktır.

1. MİLLİYETÇİLİĞİN SİYASİ VE KÜLTÜREL BOYUTLARI

Milliyetçiliği hem siyasi bir ideoloji hem de gündelik hayatta yeniden üretilen popüler ve kültürel bir alan olarak değerlendirebilmek, çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinin bir hayli geniş olmasını gerekli kılmıştır. Fakat yukarıda da belirttiğimiz gibi sözkonusu bu kavramsal tanımlamaların ve kuramsal tartışmaların içiçe giren belirsiz çerçevesini çalışmanın amaçları doğrultusunda netleştirmeye çalışacağız.

1.1. MİLLİYETÇİLİĞİN KAVRAMSAL BİLEŞENLERİ VE KURAMSAL TEMELLERİ

Milliyetçilik, modern siyasal düşünce tarihinde ileri sürülen çok sayıdaki görüşün ışığında ve milli kimlik, etnik köken ve çokkültürlülük gibi kavramlar ekseninde siyasi literatürün en çekişmeli, anlaşılması güç ve karmaşık konuları arasında var olmaya ve yoğun bir şekilde tartışılmaya devam etmektedir. Çok boyutlu yapısı nedeniyle geniş bir literatür bulunmasına rağmen milliyetçilik kavramının tanımı bilhassa karmaşık bir meseledir. Çünkü milliyetçilik, bunca farklı akımın, kültürel örüntünün, devlet politikasının ya da kısmen milliyetçilik retoriğinin biçim verdiği diğer projelerin her birini açıklamak şöyle dursun, tek bir kuramın açıklayamayacağı kadar çok şey hakkında bir konuşma ve söylemdir (Calhoun, 2012: 11). Hatta aşırı anlam yükünden dolayı milliyetçilik, o kadar çok sayıda ve çeşitlikte fenomene göndermede bulunuyor ki hiçbir anlam ifade edememe tehlikesiyle karşı karşıyadır (Zawadzki, 2010: 210). Her şeyi kuşatan bir sözcük kesin sınırlarını yitirir ve yavaş yavaş içi boş bir sese dönüşür. Bir terimin anlama sahip olabilmesi için, belirli koşullarda, nelerin onun dışında kaldığının belirlenmesinin olanaklı olması gerekmektedir (Eagleton, 1996: 26).

Millet ve milliyetçilik terimlerinin anlamları ise genellikle belirsiz ve bulanık algılanmaktadır (Eriksen, 2002: 11). Çünkü ulus ve milli kimlik, birbirleriyle ilişkili etnik, kültürel, teritoryal, ekonomik ve yasal-siyasi pek çok unsurdan oluşan karmaşık yapılardır. Milli kimliği modern yaşam ve siyasada böylesine esnek ve daimi bir güç haline getiren ve kendi özelliğini yitirmeksizin diğer güçlü ideoloji ve hareketlerle etkili birleşimlere girmesini sağlayan tam da bu çok boyutluluğudur (Smith, 1994: 33-34). Fakat milliyetçiliğin çok boyutlu yapısıyla kastedilen, kurama ihtiyaç olmadığı değil; ondan ziyade milliyetçiliği çoğulluğu ve çok boyutluluğu içinde kavramanın çoğul kuramlar gerektirdiğidir (Calhoun, 2012: 11). Çünkü milliyetçilik hem ideolojik, hem duygusal bir olgu, hem bir zihin durumu, hem de toplumsal bütünleşmenin bir türüdür (Zawadzki, 2010: 210).

Milliyetçiliğin içkin olduğu toplumsal kavramlar da benzer şekilde açıklanması güç meseleler olarak karşımıza çıkmaktadır. Menfaat birliğine vurgu yapan ortak bir

kamusal kültür ile çokkültürlülüğün ortaya çıkardığı problemli alanlar, milliyetçilik literatüründeki birçok toplumsal kavramı hem çelişkilerle birlikte karşı karşıya getirmektedir hem de bu kavramların genellikle birbiriyle eşdeğer kullanılmasına neden olmaktadır. Memleket sevgisi, yurtseverlik, vatanseverlik, milliyetçilik, ulus, millet, halk, yurttaş ve vatandaş gibi kavramlar sıklıkla birbirine karıştırılmaktadır. Ne var ki, bu kavramlar arasında önemli farklılıklar vardır. Öncelikle memleket sevgisi, vatanseverlik ve yurtseverlik farklı duygulardır. Memleket sevgisi vatanseverlik değildir, devlete duyulan bir sevgi değildir, kökü soyut millet fikrine dayanan bir sevgi de değildir. Memleket sevgisi, kişinin doğduğu yerle arasındaki derin ilişkiden kaynaklanmaktadır. Bu iki duygunun birbiriyle karıştırılması milliyetçi devletlerin emeli olan daha sonraki bölümlerde üzerinde duracağımız mekanik birlik çabalarının kaçınılmaz sonucudur (Rocker, 2019: 257-258). Halk, ırk, ulus, nüfus, medeniyet, kültür, din gibi olguların hepsi büyük bir bulanıklık içinde birbirine karışmaktadır. Seslenilen topluma göre bu kavramlar birbiriyle yer değiştirmektedir (Corm, 2011: 45).

Milliyetçilik kavramının vurgulanan bu bulanık ve muallak yapısı nedeniyle, kimlik ve toplumun bir bileşeni olarak milliyetçilik söyleminin içkin olduğu toplumsal aidiyet ve kültürel homojenlik için talep edilen unsurlarının analiz edilmesi, milliyetçiliğin gündelik hayattaki yansımaları açısından önem taşımaktadır. Çünkü toplumsal ve kültürel yaşamın yeniden örgütlenmesi için kullanılan milliyetçilik ve tüketim gibi ideolojik, siyasi ve kültürel alanlar iç içe geçmiş, gündelik hayatın sıradanlığı içine gömülmüş ve demirlenmiştir.

Ayrıca modernleşme sürecinin içinde oluşan, Avrupa'da icat ve inşa edilen, ve kaçınılmaz olarak Avrupa ülkelerinin tarihi gelişimlerini, siyasi, sosyo-ekonomik ve kültürel koşullarını yansıtan milliyetçiliğin Batı merkezli yapısının (bkz. Gellner, 2018; Hobsbawn, 2017) ortaya çıkartabileceği sorunları ve sakıncaları en azından hafifletebilmek için milliyetçiliğin aynı zamanda popüler ve gündelik temelli bir söylem olduğu unutulmamalıdır. Öte yandan, gündelik hayatın da dinamik ve muallak yapısı nedeniyle siyasal ve kültürel milliyetçilik veya sivil ve etnik milliyetçilik arasında var olduğu kabul edilen karşıtlığın göreceleştirilmesi gerekmektedir. Çünkü ulus inşası süreci siyasal olduğu kadar kültürel kaynakları da

kullanan meşrulaştırıcı bir milliyetçiliği daima gerektirmektedir. Farklı ulus devletler tarafından yürütülen ama başarılı ama başarısız kültürel asimilasyon politikalarının, vatandaşlık bağıyla örülmüş toplumlaşmanın, halkı milli bir topluluk olarak kaynaştırmakta her zaman yetersiz kaldığını kanıtlamaktadır (Dieckhoff, 2010: 15-94). Çünkü ulus ilkesini, siyasal bir güç ve yeni devlet örgütlerinin temeli haline getirmek için, kültürel yaratım kaçınılmazdır. Ulus devletlerinin ortaya çıkışı, birbirine özde bağlanan siyasal ve kültürel süreçlerin ürünüdür (Thiesse, 2010: 152).

Küreselleşme sürecinin hız kazanmaktan ziyade ortaya çıkardığı sorunların belirgin hale geldiği 20. ve 21. yüzyıllarda milliyetçiliğin siyasal ve kültürel yönleri, dünya düzenini de derinden sarsmıştır. Küreselleşmenin etnik ve milliyetçi hareketleri beslediği yönündeki tartışmalar ışığında milli kimlik, hem kışkırtılan hem de kısıtlanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sürecin en keskin tartışıldığı dönemler ise Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı sonrasıdır. Birinci Dünya savaşı sonrası, imparatorluklar dönemi kapanarak "ulus-devletler" dönemi başlamıştır (Kongar, 2007b: 82). Berlin Kongresi'nin yerini Avrupalı olmayanların dışlanmadığı Milletler Birliği almıştır ve bu noktadan itibaren uluslararası norm artık ulus-devlet olmuştur (Anderson, 1995: 16). 20. yüzyılın başlarında pek çok sosyal teorisyen, etnisite ve milliyetçiliğin önemini yitireceğine ve sonunda modernleşme, sanayileşme ve bireyselleşmenin bir sonucu olarak yok olacağına inanmaktaydı. Daha önce altını çizdiğimiz gibi bu hiçbir zaman gerçekleşmedi. Aksine, etnisite ve milliyetçilik, özellikle de İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana siyasi açıdan daha da büyük bir önem kazandı (Eriksen, 2002: 12).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ulus-devletler, ortak bağlılığı tesis etmek, "biz" ve "ötekiler" hakkındaki düşünme biçimlerini şekillendirmek ve gündelik hayatı yeniden düzenlemek amacıyla ulus inşa etme politikaları çerçevesinde kitle iletişimi, eğitim sistemi, edebiyat, arkeoloji, tarih, filoloji, gelenekler, festivaller, kutlamalar, anıtlar, ulusal günler, bayramlar, spor, müzik, sinema, yemek, mimari ve benzeri yollarla bilgi, değer ve normların yeniden üretilmesinde kültürü önemli bir başvuru kaynağı olarak kullanılmışlardır. Bu bağlamda, kültüre özel bir önem atfeden ve kültür kavramını merkezine yerleştiren milliyetçilik yaklaşımları dikkat çekmeye başlamıştır.

Egemen milliyetçilik teorileri, genellikle ekonomi politik ve tarih ile ilgilidir ve bu teorilerin atıfta bulunduğu ulusal kültürel unsurlar; ya "yüksek kültür" alanı, "icat edilmiş gelenekler" ve yıllar önce düzenlenmiş törenler ya da halk kültürü versiyonlarıdır (Edensor, 2002). Çalışmamızın bağlamı açısından ideolojik ve kültürel bir araç olarak ele alınan reklamlar aracılığıyla milliyetçi söylemin, milli kimliğin ve milli bilincin inşa ve yeniden üretim sürecinde kültürün işlevi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle milliyetçiliğe yönelik kuramsal yaklaşımların irdelendiği bölümde özellikle kültürel dönüşümün aracılarını irdeleyen Benedick Anderson'ın milleti "hayali cemaat" olarak tanımladığı inşacı yaklaşımı (bkz. Anderson, 1995), modern ulusal kimlik oluşumuna yönelik itici güç olarak tanımladığı "yüksek kültür" alanına odaklanan Ernest Gellner'ın teorisi (bkz. Gellner, 2018), araçsalcı modernist perspektiften analizler yapan Eric Hobsbawn'ın, bir rutinleşme süreci olarak tanımladığı ve sembolik bir özellik sergileyen "icat edilmiş gelenekler" kuramı (bkz. Hobsbawn, 2005) ve milliyetçiliğin gündelik hayatta inşası ve yeniden üretimi bağlamında çalışmamız açısında önem taşıyan millet olmanın hâlâ yeniden üretildiği, hatta en büyük fedakârlıkları talep edebildiği ve günlük olarak, sembollerine ve faraziyelerine işaret edildiğini vurgulayan Billig'in "banal milliyetçilik" yaklaşımı detaylı bir şekilde ele alınacaktır (Billig, 2002: 18). Milliyetçiliğin tarihsel devamlılığının vurgulandığı yaklaşımlar bağlamımda ise etnosembolist teori (bkz. Smith, 2002; Armstrong, 2018), özellikle etnisite kavramı, etnisite ve milliyetçilik arasındaki ilişki açısında çalışmanın merkezine yerleştirilen kuramlar arasında yer almaktadır.

Milliyetçilik literatüründe kültürün işlevine yönelik yapılan tartışmalarda Fukuyama ve Hungtington'un tezleri de dikkat çekmektedir. Hegel ve Marx'a atıfta bulunarak liberal demokrasinin "tarihin sonu" olduğunu ileri süren ve Batı'nın evrenselciliğini vurgulayan Fukuyama'ya göre dünyanın dört bir yanındaki farklı bölge ve kültürlerin hepsinin gözünde tek açık ve net politik hedef olarak liberal demokrasi duruyor ve belirgin bir kimliğe sahip en eski ulusal devletlerde ise milliyetçilik bir değişim sürecindedir. Fukuyama, "Tıpkı üç ya da dört yüzyıl önce dinsel çatışmaların olduğu gibi ulusal kabul görme ihtiyacı da Batı Avrupa'da bugün ehlileştirilmiş ve evrensel kabul görme ile bağdaşabilir hale gelmiştir" iddiasıyla milliyetçiliğin özellikle kültürel boyutunu görmezden gelmektedir (Fukuyama,

2012:14-23).

Çokkültürlülük, etnik mücadeleler ve din ekseninde Fukuyama'nın tezini en keskin biçimde eleştirenlerden biri olan Hungtington, Fukuyama'nın Batı merkezli düşüncesine karşılık "Medeniyetler Çatışması" teorisini geliştirmiştir. Ona göre, yeni dünyada büyük bölünmelerin ve hâkim mücadelenin esas kaynağı öncelikle ideolojik ve ekonomik değil kültürel olacaktır. Milli devletler dünyadaki olayların yine en güçlü aktörleri olacak fakat global politikanın asıl mücadeleleri farklı medeniyetlere mensup grup ve milletler arasında meydana gelecektir. Hungtington, Batı dışındaki diğer toplumların da modernleştiğini ancak Batılaşamadıkları için modern sayılamayacaklarını iddia etmektedir. Batılı olmayan toplumların gittikçe artan bir biçimde kendi kültürel değerlerini öne sürerek Batı tarafından kendilerine zorla kabul ettirilen değerleri reddettiğini ve ABD, Avrupa, Çin, Japonya, Rusya, Hindistan ve Müslüman ülkeler gibi büyük güçlerin farklı medeniyetlere sahip olduğunu belirten Huntington, küresel politikanın da medeniyetler politikası olduğunu, süper güçlerin rekabetinin yerini medeniyetler çatışmasına bıraktığını savunmaktadır. Bu yeni dünyada en yaygın, önemli ve tehlikeli anlaşmazlıkların ise farklı kültürler arasında ortaya çıkacağını ileri süren Huntington, soğuk savaş sonrasında din ağırlıklı kültürün hem birleştirici hem de bölücü bir güç olduğunu ileri sürmüştür (Huntington, 2006: 22-26).

Hungtington'un "Medeniyetler Çatışması" tezini destekleyen Corm'a göre, 11 Eylül 2001 saldırısından itibaren, egemen siyasi söylem giderek Soğuk Savaş sırasındaki söylemin tarzına bürünmüştür. Kurulu düzene karşı komünizmin yarattığı bozguncu tehdidin yerini, İslâmcı niteliğinden artık şüphe edilmeyen "terörizm" almıştır ve bütün bunlar "uygarlık savaşı" tezini güçlendirmiştir (Corm, 2011: 131).

Öte yandan, Türkiye gibi zorlu bir siyasi iklimi analiz eden Mübeccel Kıray, siyasi İslam tezlerinin, 1990'ların sonunda çok çeşitlenme gösterdiğini, yeniden tefsir edildiğini, giderek İslam'da bir reform yapılması gerektiğinin konuşulur hale geldiğine dikkat çekmektedir. Ona göre siyasal İslam grupları da dünyada birbiriyle mücadeleye girmiştir. Giderek ileri sanayileşmiş toplumların formüle ettiği siyasi köktencilik, yapısal değişmede uzun yol almış toplumlara hemen kabul ettirilemeyeceği anlaşılmıştır (Kıray, 2006: 373). Emre Kongar'ın dikkat çektiği gibi

Kıray'ın 21. yüzyıl dünyasında siyasal İslam'ın işlevini yitirdiğini tezine karşılık "küreselleşme" olgusu üzerinde duran Hungtington hemen hemen tam bir karşı görüş öne sürmektedir. Kongar'a göre Hungtington'un tezi eksikliklerle ve tutarsızlıklarla doludur. Hungtington, dine ve kültüre büyük önem vermesine karşın, tanımlanan uygarlıkların temel nitelikleri ne din, ne mezhep, ne ırk, ne de millet bazında aynıdır (Kongar, 2007b: 234-238). Nilüfer Göle ise hem Fukuyama'nın hem de Hungtington'un Batı merkezli tezini ileri sürmenin mümkün olduğunu; bir yandan liberal piyasa ekonomisinin kuralları küreselleşirken, öte yandan alternatif kimlik-kültür arayışlarının yükseldiğini söylemektedir (Göle, 2007: 56).

Çalışmamızda da özellikle üzerinde durduğumuz temel meselelerden biri, milliyetçi söylemin küresel bir bakış açısıyla gündelik kavramsallaştırmalar içinde değerlendirmek gerektiğidir. Çünkü etnik kimlikten milli kimliğe geçişte belirleyici olan dil ve din temelli kültürel özdeşlik, ırk ve köken miti, ortak tarih, kolektif bellek, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, menfaat birliği, teritoryal sınırlar ve demografik faktörler gibi unsurlar etnik geçmişin canlandırılması amacıyla ideolojik, kültürel, ekonomik ve siyasi olarak kurgulanan yaşam biçimi aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Yaşam biçimi ve milli kimlik arasındaki bağı gündelik hayatta milliyetçi söylemin inşası ve yeniden üretimini irdelediğimiz üçüncü bölümde açıklamaya devam edeceğiz.

Milliyetçiliğe yönelik kurumsal ve kavramsal tartışmaya geçmeden önce de Smith'in incelediği etnik topluluğun altı boyutundan hareketle milli kimliğin ve milli bilincin inşasında ve yeniden üretiminde farklı derecelerde farklı anlamlar yüklenen hem yeterli görülmeyen hem "olmazsa olmazlar" arasında gösterilen kültürel özdeşlik (dil, din), ırk ve köken mitleri, ortak tarih, kolektif bellek, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, menfaat birliği ve teritoryal sınırlara değinmemiz gerekmektedir. Çünkü Smith'in de vurguladığı bu bileşenler, etnisiteyi tanımlamaya yardımcı olmaktadır ve bu, alanımızı benzer sınıfsal ve dinsel topluluklar ve teritoryal birliklerden ayırmamıza yaramaktadır. Pratikte bazı unsurların ya da bileşenlerin açıklık, amaç ya da güçlülük derecelerine göre değişir; soy mitleri karıştırılabilir, tarihsel bellek yüzeysel görünebilir ve kültürel farklılığın sınırları muallak ve bulanık olabilir. Buna rağmen bu boyutların incelenmesi gerçekte bir sınıfsal topluluğu, dinsel topluluğu veya siyasal birliği açığa çıkaracaktır.

Smith, benzer şekilde "etnik biçimlenme" sürecindeki bu kolektivitelerin ortak niteliklerini ve farklılıklarını söz konusu bu altı boyut etrafında çoğaltmaya çalışacaklarını ileri sürmektedir. Eğer öyleyse bu süreç bizim de çalışmamızın odak noktasında yer alan sembolizm ve iletişimi içerecektir. Bir grup insan ortak anılar, teritoryayla özdeşleşme ya da soy miti nedeniyle kendilerini topluluk olarak hissediyorlarsa, kelimenin tam anlamıyla bir etnik grup Smith'in deyimiyle "ethnie [1]" olmaları için bir isim bulmaları, dayanışmayı arttırmaları ve büyük ölçüde ayrı bir din, gelenek, dil, kurumlar ya da renge dayanan kendi kültürlerini formüle etmeleri mümkün olacaktır (Smith, 2002b: 47-56).

Yukarıdaki tespitlerden ve varsayımlardan hareketle, bir fikir uğruna öldürmeyi ve ölmeyi göze alma yönünde bireyleri koşullandıran, "biz" ve "öteki" üzerinden dünyayı tasarlayan milliyetçiliğin karmaşık kavramsal ve kuramsal yapısının açıklanabilmesi çalışmamızın sınırlılıkları doğrultusunda öncelikle etnisite ve milliyetçilik arasındaki ilişkinin sorgulamasını içermektedir.

1.1.1. Etnisitenin Belirleyici Unsurları, Etnisite ve Milliyetçilik İlişkisi

Etnisite ve milliyetçilik arasındaki etkileşim ve ilişki koşullara göre değişkenlik gösterse de milliyetçilik ve milli kimlik gerek bir inşanın ürünü gerek etnik grupların tarihsel devamlılığı olarak hangi yaklaşım bağlamında ele alınırsa alınsın ulusların inşa sürecinde ve yeniden üretiminde etnik grupların kolektiviteye

[1] Anthony Smith'e göre İngilizcede etnik grup ya da etnik topluluk kavramını karşılayan bir terim yoktur. Yunanlılar kabileleri ve milletleri ya da ırkları ve zümreleri birbirinden ayırmamıştır; fakat genos terimi ethnostan daha fazla aynı soya dayalı gruplar için kullanılmıştır. Ethnosun kapsamı ve ifade etti şey genişliğine uygun olarak ve üstü kapalı bir şekilde herhangi bir soya dayalı temeli ima eder. Bir başka deyişle, ethnos biyolojik ve soya dayalı farklılıklardan çok kültürel farklılıkların ifade edilmesine uygundur; bir gruptaki kültürel niteliklerin benzerliği anlamına gelen bu ifade ethnos terimini cazip kılar. Yunanca kullanıma modern Batı dillerindeki en yakın ortak paydayı Fransızca "ethnie" teriminde buluyoruz. Bu terim tarihsel topluluk bağlamında kültürel farklılıklara yapılan vurguyu birleştirir. Bu tarihsel bağlam ve kültürel özgüllüğün algılanması bir halkı diğerlerinden ayırır ve belli bir halka hem kendilerinin hem de dışarıdakilerin gözünde tanımlanmış bir kimlik kazandırır (Smith, 2002b: 45-46).

üyelik koşulları belirgin olabilmektedir. Etnik grupların tanımlanması meselesinin ise hem sosyal bilimler hem de siyaset bilimi araştırmacıları için doğası itibariyle sorunlu bir alan olarak kalacağı açıktır. Birçok bilim insanı uzun zamandan beri genellemeler yapmanın zor olduğu bir alanın sınırlarını çizmeye çalışmaktadır.

Günlük dilde etnisite kelimesi "azınlık sorunları" ve "ırk ilişkileri"ni tanımlamakta kullanılmaktadır ama sosyal antropolojide kendilerini kültürel açıdan farklı tanımlayan ve başkalarınca da bu şekilde tanınan gruplar arasındaki ilişkileri ifade etmektedir (Eriksen, 2002: 15-16). Milliyetçilik literatüründe tartışmalı bir yaklaşım olarak işaret edilen etno-sembolizmin dikkat çeken ismi Anthony Smith, uluslararası farklılıkların en önemlilerinin özgül tarihsel deneyimler ve bu kolektif deneyimlerin bıraktığı izler tarafından belirlendiğini ileri sürmektedir. Smith'in teorisine göre, genellikle ulusları tanımlayan ve onları birbirinden farklı kılan çeşitli "mit" ve "anı", "sembol" ve "değere" verilen önemin değeri de bundan kaynaklanmaktadır. Bunlar ise premodern etnik oluşumla ilgili bir çalışma yapmayı gerektirmektedir. Çünkü etnisite, genel olarak, modern ulusların oluşumunda adaptasyona ve dönüşüme uğramış, ancak tarihten silinmemiş insan toplulukları için güçlü bir model sağlamıştır. Mit ve bellek, ulus için olmazsa olmazlar oluşturmaktadır. Belleksiz kimlik olamaz, mitsiz ortak amaç olamaz; kimlik, amaç ya da kader ulus kavramının zaruri öğeleridir. Ancak bu etnik topluluk kavramı için de geçerlidir. Bu analizler bağlamında "ulus, kabaca, etnik topluluğun daha büyük bir biçimi midir?" diye soran Smith, yaygın ulusal kimlik anlayışının ve duygu yoğunluğunun köklerini analiz etmektedir. Çalışmamızın analiz bölümünde inceleyeceğimiz gibi etnisite büyük ölçüde "mitsel" ve "sembolik" bir karaktere sahiptir. Mit, sembol, bellek ve değerler çok değişen faaliyetlerin ve yapıntıların biçimleri ve üslupları tarafından aktarılır. Bu nedenlerle etnik grup, "kalıplar" yaratarak normal şekilde değişen koşullar altında benzersiz bir süreklilik gösterme eğilimindedir. Smith, etnik grubun boyutlarını kolektif isim, ortak soy miti, ortak tarih, özel ortak kültür, belli bir teritorya ile özdeşleşme, dayanışma duygusu olarak sınıflandırmaktadır. Ona göre etnisite hem üyelerinin birbirine bağlanmasına hem de onları dışarıdakilerden ayırmaya yarayan bir veya daha fazla "kültür" unsuruyla birbirinden ayırmakta ve üyeler, üye olmayanlardan farklı oldukları kültürel ayırt edici nitelikler içinde benzer ve aynı olmaktadırlar (Smith, 2002b: 10-57). Çalışmamızın inceleme nesnesi olan bir kitle

iletişim aracı olarak reklamlar ve kamu spotları da ideolojik ile kültürel ayırmanın mümkün olmadığı devletlerin meşruiyet zeminini sağlamlaştırmak için başvurduğu kültürün yeniden üretilmesi için kullanılan araçlardır.

Reklamların etnik grupların oluşturduğu ve devletler tarafından manipüle edilen kolektivitenin kabul şartlarını sağlayan kültürü ve "öteki"ni yeniden ürettiği bakış açısıyla Smith'in formüle ettiği bu bileşenleri Fredrik Barth'ın etnik grupların toplumsal olarak nasıl tasarlandıklarını incelerken kültürün değişken yapısına dikkat çektiği bakış açısıyla birlikte değerlendirdiğimizde ise millet oluşumu için kültürün belirleyici bir başvuru kaynağı olmadığı sonucuna da varmaktayız. Barth'a göre ortak bir kültürün paylaşımı, etnik grup oluşumu sürecinde belirleyici bir unsur olarak değil, bu oluşumun bir ürünü olarak algılanmalıdır. Barth'ın üzerini çizdiği yaklaşım etnik gruplar arasındaki sınırların varlığının dışlama ve dahil etme gibi toplumsal süreçlerin varlığıyla ilintili olduğudur. Barth, Narol'un (1964) antropoloji literatüründe etnik grupların "biyolojik olarak kendi varlığını sürdürebilen, açık bir şekilde ortak bazı temel kültürel değerlere sahip olan, karşılıklı etkileşim ve iletişimin olduğu bir alan yaratan, kendisi ve diğer etnik gruplara ait bireyler tarafından bir etnik gruba aidiyetle tanımlanan insanlardan oluşan" şeklinde yapılan tanımının bazı yanlış çıkarımlara neden olabileceği için değişmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Ona göre, yanlış algılamalarla yüklü bu anlayış, öncelikle, etnik gruplar arasındaki sınırların korunmasını, doğal bir süreç olarak algılamamıza ve bu sınırların ırksal farklılık, kültürel farklılık, toplumsal bölünme, dilsel engeller ve örgütlü düşmanlık gibi nedenlerden kaynaklandığını düşünmemize neden olacaktır. (Barth, 2001: 12-14). Fredrik Barth ve diğerlerinin yaptığı çalışmalar, etnik farklılıklar ile kültürel özellikler arasında bire bir ilişki olmadığını açıkça ortaya koymuştur.

Armstrong da Barth'ın yaklaşımıyla içkin olan, grupların kendilerini, kendi niteliklerine gönderme yaparak değil, dışlamayla, yani "yabancılar"la kıyaslayarak tanımlama eğiliminde olduğunun altını çizmektedir. Ona göre, etnik grup, ya da dışlanmayla tanımlanan bir grup olarak başlangıç aşamasında olan bir ulus kavramsallaştırması, etnisiteyi, kimliğin diğer türlerinden ayırt etmenin saf tanımsal bir yolunun olmadığını ima eder. Hudut yaklaşımı, etnisitenin, toplumsal

örgütlenmenin çekirdek bileşeni olmak yerine, karşılıklı etkileşimlerin değişen bir demeti olduğunu açıkça belirtir (Armstrong, 2018: 27-28).

Benzer şekilde Barth'ın "bir etnik grup bünyesinde örgütlenen insan malzemesinin değişmez olmadığını" gösteren ilk yazarlar arasında olduğuna dikkat çeken Jafferlot da, insan malzemesinin elverişli olan bir "sınır" dolayımıyla tanımlandığına dikkat çekmektedir. Ona göre, bu değişimler kültürel ve ekolojik mantıkların ya da toplumsal değişkenlerin sonucu olarak ortaya çıkar. Etnik sınır, bir "biz" ile bir "onlar" arasında kaçınılmaz bir ayrım hattı olarak kaldığından, bu dönüşümler yine de hakiki bir kültürel senteze yol açmaz (Jaffrelot, 1998: 60). Çalışmamızın ilerleyen bölümlerinde kolektif hafızada "biz" ve "öteki" arasında bir karşıtlık yaratmanın milli kimliğin inşasında önemli bir yere sahip olduğu için biz-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası sürecini detaylandıracağız.

Çalışmalarında kültüre atfettiği önem bağlamında şüphesiz ki milliyetçilik literatürünün önde gelen isimlerinden filozof ve sosyal antropolog Ernest Gellner'a göre, örtüşenen kültürel özelliklerin tanımladığı etnik grup, kendi varlığından emin olmanın ötesinde kendine ayrıca politik bir sınır da istediği zaman, etnisite politikleşir ve milliyetçiliği doğurur. Buradaki koşul, etnisitenin sınırlarının, aynı zamanda politik birimin de sınırları olması ve yönetenlerle yönetilenlerin aynı etnik kökenden olmasıdır (Gellner, 2016: 59). Gellner, ulusçuluğun temelde siyasal birim ile ulusal birimin çakışmalarını öngören siyasal bir ilke olduğunu vurgularken, bir duygu ya da bir hareket olarak ulusçuluğu en iyi tanımlayan ilkenin bu olduğunu belirtir. Ulusçu duygu ya bu ilkenin çiğnenmesinin yarattığı kızgınlıktan ya da onun gerçekleşmesinden duyulan tatminden kaynaklanmaktadır. Gellner'a göre, türdeşlik ulusçuluğun bir sonucu olarak ortaya çıkmaz çünkü kültür sanayileşmenin baskısıyla türdeşleşmiştir; nesnel kaçınılmaz bir zorunluluğun dayattığı bir türdeşlik, sonunda ulusçuluk olarak belirir ve sanayiye geçiş çağı beraberinde ulusçuluk çağını da getirmiştir (Gellner, 2018: 71-117).

Etnisite ile milliyetçiliğin ilişkisini devlet ekseninde tanımlayan Eriksen'e göre de milliyetçiliğin ayırt edici özelliği tanımı açısından devletle olan ilişkisidir. Bir milliyetçi siyasi sınırların kültürel sınırlar ile yakın olması gerektiğini savunurken; pek

çok etnik grup bir devlet üzerinde egemenlik talep etmez. Bir etnik gruptan siyasi liderler böyle taleplerde bulunduğunda, etnik hareket de tanımı gereği milliyetçi bir harekete dönüşür. Her ne kadar milliyetçiler karakterlerinde etnik olma eğilimindeyseler de bu her zaman geçerli değildir (Eriksen, 2002: 18).

Etnik grupların sınırları bağlamında yapılan bu tartışmalar ışığında etnisite ve milliyetçilik arasındaki ilişkiyi irdelerken milliyetçilik tanımları çerçevesinde bir analize de ihtiyaç duyulmaktadır. Etnik köken temelinde milliyetçiliği tanımlama bağlamında sivil ve teritoryal unsurların baskın olduğu "bireyselci-özgürlükçü" ya da yerli unsurların belirleyici olduğu "kolektivist-otoritaryen" ya da milli kolektiviteye üyelik koşullarına göre "yurttaşça" ya da "etnik" şeklinde kategorilere ayırabiliriz.

"Yurttaşlık" kriterine göre üyelik açık ve iradidir. Etnik milliyetçilikte ise milliyetçiliğin içkin olduğuna inanılır; kişi ona sahip değilse onu edinemez, sahipse de değiştiremez; bireysel iradeyle alâkalı bir şey olmaktan çok genetik bir karakter özelliğini oluşturur. Bireyselci milliyetçilik yurttaşça olmak zorundadır, ancak yurttaşça milliyetçilik kolektivist de olabilir. Bununla birlikte kolektivist mlliyetçilik sıklıkla etnik tikelcilik biçimini alırken, etnik milliyetçilik zorunlu olarak kolektivisttir. Etnik milliyetçilikte, "milliyet", "etnisite" ile eş anlamlı hale gelir ve milli kimlik genellikle "kökensel" ya da miras kalmış grup karakteristiklerini, dil, örf ve adetler, bölgesel bağlılık ya da fiziksel tip gibi "etnisite" bileşenlerini yansıtıyor olma ya da onlara sahip olma bilinci olarak algılanır (Greenfeld, 2017: 30-32).

Milliyetçilik ve etnisite birbirinden farklı toplumsal dayanışma biçimleri olsalar da belli durumlarda değişen derecelerde örtüştükleri de görülmektedir. Her milliyetçilik, değişen derecelerde ve farklı biçimlerde sivil ve etnik unsurlar barındırmaktadır. Kimi zaman sivil ve teritoryal unsurlar hakimdir, kimi zaman da etnik ve yerli unsurların öne çıktığı görülür. Bazen karşılıklı olarak birbirini pekiştirirken, bazen de aralarındaki gerginlikler, birden fazla etnik grubun oluşturduğu toplumlarda daha geniş bir "ulusal" dayanışmanın ortaya çıkmasına ciddi bir engel oluşturmaktadır (Calhoun, 2012: 41-42). Öte yandan, milletin Batı modeli ile Batılı olmayan modeli arasındaki en keskin farklılık da etnik köken yaklaşımında yatmaktadır. Smith, Batılı ve Batılı olmayan model arasındaki farklılıkları teritoryal

ve etnik köken bağlamında analiz etmektedir. Batılı modelde teritoryal, yasal ve siyasal unsurlar ön plandayken, Batılı olmayan milliyetçi retorikte etnik köken ve yerli unsurlar daha baskındır (Smith, 1994: 28-30).

Etnisite, sosyal yapı ve gündelik hayattaki etkileşimler dünyadaki siyasi tartışma ve çatışmaların ana özelliği haline gelmiştir. Küreselleşme süreci, insanları farklı yerlerden farklı geçmişlerle yakın ilişkilerin içine çekmektedir. Devam eden ve artan göç akışı, diasporaların büyümesi ve internet topluluklarının ortaya çıkması her türlü yeni ve önemli sorunu gündeme getirmiştir. Dünyadaki çoğu toplum, etnik ve kültürel olarak çoğul bir yapıya sahiptir. Etnik çeşitlilik mevcut sosyal hiyerarşilere ve dışlayıcı vatandaşlık anlayışlarına meydan okumaktadır. Fakat aynı zamanda demokrasiyi ve sosyal uyumu tehdit eden yeni bir kabileciliğe/grupçuluğa yol açmaktadır. Bu nedenle, birçok ülkede etnik köken, göç, kimlik ve çokkültürlülük meseleleri çok güçlü bir şekilde tartışılmaktadır (Verkuyten, 2005: 1).

En çekişmeli kavramlardan biri olan çokkültürlülüğün getirdiği zorlamalar, liberal demokrasilere özgüdür, çünkü liberal demokrasiler ilke olarak herkesin eşit olarak temsil edilmesine bağlıdır (Gutmann, 1996: 23). Liberal demokrasiler, eşit konumda tanınma politikasını ve tarafsız bir zemin oluşturulabileceği iddiasını da birlikte getirmiştir ve kültürlerin eşit konumda tanınması talebine dönüşmüştür. Fakat liberalizm, bütün kültürlerin olası buluşma alanı değildir; liberalizm, bir kültürler yelpazesinin siyasal açıdan dışavurumudur ve başka türden bir kültürler yelpazesiyle bağdaştırılması oldukça güçtür (Taylor, 1996, 44-71). Evrensel özgürlük, eşitlik ve yeterliliğe ulaşma ideali en iyi örneklerinde bile kısmen gerçekleştirilebilmiştir (Rockefeller, 1996: 95). Çelişkili bir şekilde pek çok "çokkültürlü" toplumlarda "çeşitliliğin kutsanması" ve sözde "kültürel" kimliklerin siyasallaşması giderek daha çok ağırlık kazanıyor ve bu ağırlık, aslında kültürel heterojenliğin azalması oranında artıyor. Fakat ortak aidiyet duygusunu sağlayabilen tek şey milli kimlik olduğu sürece, "çokkültürlülük" taraftarları, milliyetçiliğin baskıcı ve tektipleştirici niteliğini, hiç değilse stratejik gerekçelerle kınamaktan kaçınmalıdırlar (Sabbagh, 2010: 145-147).

Bu nedenlerle milli kimlik ekseninde ötekileştirme ve kültürel farklılıklara, aslında haksızsınız ama buna rağmen kabul görüyorsunuz söylemini meşrulaştıran

"hoşgörü" ikilemiyle özellikle 90'lı yılların ürünü olan çokkültürlülük kültürel, siyasal ve ekonomik temellerde derin tartışmalara neden olmaktadır. Sosyolog ve filozof Zygmunt Bauman'ın ifadesiyle, "mevzu artık hoşgörülü olma meselesi değil çünkü hoşgörü ayrımcılığın başka bir suretidir. Esas zorluk daha da üst bir düzlemde, yani dayanışma hissinin yaratılmasındadır" (Bauman, 2020: 8). Çünkü siyaset kuramcısı Charles Taylor'un da vurguladığı gibi, çokkültürcülük, bazı kültürlerin öbürlerine zorla dayatılmasıyla ve bu dayatmaya itici güç oluşturan üstünlük varsayımıyla çok yakından bağlantılıdır. Milliyetçilik politikası, yüzyılı aşkın bir zamandır, itici gücünü kısmen insanların, yaşadıkları çevrelerdeki başka insanlar tarafından aşağılandıkları ya da saygı gördükleri duygusuna kapılmalarından almaktadır (Taylor, 1996: 71-72).

Demokratik görüş açısından bakıldığında, bir insanın etnik kimliği o kişinin birincil kimliği değildir, çokkültürlü demokratik toplumlarda çeşitliliğe saygı duyulması önemli ise de etnik kimlik, eşit değerde olmanın ve dolayısıyla eşit haklara sahip bulunma düşüncesinin dayandığı temel değildir. Etnik kimliği evrensel kimlikle aynı önem derecesine hatta onun üstüne yükseltmek, liberalizmin temellerini sarsmak ve yukarıda Bauman'ın deyişiyle ayrımcılığın bir başka sureti olan "hoşgörü"süzlüğe açılan kapıyı aralamak anlamına gelmektedir (Rockefeller, 1996: 96).

"Çokkültürlü toplum" kavramı, kültürlerin sınırlanmış varlıklar, net bir şekilde belirlenmiş topluluklar, diğer gruplarla bağlantılı diğer varlıklardan açıkça ayırt edilebilir olduğu fikrine yol açmaktadır. Gruplar arasındaki farklılıklar ve çelişkilerin vurgulanması ise benzerliklerin ve ortak noktaların ihmal edilmesi anlamına gelmektedir. Dahası, gruplar içindeki benzerlikler kolayca abartılır ve farklılıklar unutulur. Eğer insanlar aynı gruba aitse ve her grup kendi kültürüne sahipse, grup içi farklılıklara ve kültürel değişime, karışıma ve yenilenmeye pek dikkat edilmez. Bununla birlikte, çok sayıda araştırmacı etnik gruplar arasında önemli kültürel farklılıklar olduğunu, aynı zamanda etnik gruplar arasında hem farklılıklar hem de benzerlikler olduğunu göstermiştir. Ayrıca, etnik kökene ilişkin kültürel bir tanım, kültürel olarak kendisini ayıran her grubun etnik bir grup olarak kabul edilmesi gerektiği anlamına gelecektir (Verkuyten, 2005: 76-77).

Türdeşliği ortaya çıkaran unsurlar meselesi ve kültürün türdeşliği ortaya çıkarma sürecindeki işlevinin sorunlu bir alan olarak tartışılması, milli bilincin içkin olduğu etnisitenin türdeşlik yapısının milliyetçiliğin ortaya çıkmasında önemli bir unsur olduğunu göstermektedir. Etno-sembolist yaklaşıma yön veren Smith'in etnisitenin insanları örgütlemesi ve iletişim için sosyo-kültürel bir "model" olarak kaldığı teorisinden hareketle bu çalışmada üzerinde durulan ortak kültür, dil, din, ırk ve köken miti, ortak tarih, dayanışma, menfaat birliği, teritoryal sınırlar ve demokrafik özellikler, koşullara göre değişkenlik gösterdikleri için tek başlarına yeterli olmasalar da milliyetçilik anlatısında önemli bir yere sahiptirler (Smith, 2002: 58). Çünkü toplumsal değerlerle ilişkili olan ve toplumsal bağlamı oluşturan bu unsurlar, devlet eliyle milli kimliğin ve milli bilincin inşasında ve her daim her yerde yeniden üretilmesinde kullanılan temel başvuru kaynakları olabilmektedirler. Ayrıca Eriksen'in de vurguladığı gibi etnisitenin izolasyonun değil temasın bir ürünü olduğu unutulmamalıdır (Eriksen, 2002: 60).

1.1.1.1. Kültürel Özdeşlik

Yukarıda da değindiğimiz gibi çekişmeli yapısıyla kültür ile etnik ve milli kimlik inşası arasındaki ilişkiyi irdelemek bu kavramların doğası gereği karşılaştırmalı bir bakış açısı gerektirmektedir. Çalışmamızda kültürel özdeşlik, milliyetçi söylemde farklı derecelerde önem atfedilen dil ve din olguları bağlamında tartışılacaktır. Çünkü özellikle dil ve din, milli kimliği oluşturan iki temel taş olarak görülmektedir ve en fazla paylaşılan ve aynı zamanda ayırt edici olan niteliklerdir. Fakat görenekler, kurumlar, yasalar, folklar, mimari, giyim, beslenme, müzik ve sanat, hatta renk ve fiziksel görünüş farklılıkları arttırabilir veya onların yerini alabilir. Dil ve din paylaşılan kültürle çakışabilir veya diğer görünümleriyle kesişebilir. Etnisitenin "kültürel" boyutu resmedilirken, kültürün bütün görünümleri içerilmeli, topluluğun değerlerinin ve yaşam tarzlarının altını çizen ve paylaşılan bir dille ifade edilen iletişimin belirgin ve dolaysız işaretlerine bakılmalıdır (Smith, 2002b: 51-52). Etnisiteyi meydana getiren kriterlerin değişken olduğu açıktır. Bu kriterler yalnızca bir etnik grubun paylaşılan kültür ile damgalanması ya da paylaşılan din, dil ve gelenekler gibi "paylaşılan özellikler"den ibaret değildir (Eriksen, 2002: 58). Dil hem bir kültürel ortaklıktır hem de insan grupları arasındaki benzerliklerden ziyade farklılıkları tarif

eden bir kavram olarak görülebilir (Eriksen, 2009: 69). Bir başka deyişle verili sistemler olarak kabul edilen dil ve din hem ortak kültürel evreni oluşturup hem de farklılığın bir işareti oldukları için tek başına yeterli olmasalar da toplumsal anlamlandırma ve çözümleme sürecinde önemli unsurlardır. Bu nedenle çalışmamızın üçüncü bölümünde gündelik hayatta milliyetçiliğin inşasında ve yeniden üretiminde kullanılan ve toplumun yapısına göre değişkenlik gösteren birleştirici yahut ayrıştırıcı aracıları yaşam tarzı bağlamında da ele alacağız.

Pek çok bağın ve ilişkinin karşılıklı olarak birbirinin yerine ikâme edilebildiği gözlemlenebilir, ancak topluluğun kaderi olarak kabul edilen ortak geçmiş hafızası, grup içinde yüksek düzeyde bir toplumsal iletişimi mümkün kılan dilsel ve dini bağlar ve sivil bir toplum olarak örgütlenmiş vatandaşlar olarak grubun bütün üyelerinin eşit olduğu fikri değiştirilemez olarak kalmaktadır (Hroch, 2011: 10). Ne var ki, Corm'a göre din her dönemde öyle görünmesine rağmen hiçbir zaman kimliğin ilk kalıbı olmamıştır. En dinsel toplumlarda bile birey hiçbir zaman soyunun, dil özelliğinin ve coğrafi ortamının bilincini kaybetmemiştir. Fakat, bireysel ve toplumsal ahlâkın oluşumunda dinin önemli bir esin kaynağı olduğundan da şüphe yoktur. Din, iyinin ve kötünün kıstaslarını koyarken caiz olanı belirler, olmayanı kınar. Bu nedenledir ki, iktidar ve din birbirine sıkıca bağlıdır ve dinî sistemlerle siyasi sistemler arasında farklı, karmaşık ilişkiler vardır (Corm, 2011: 45).

Öte yandan, dil değerli bir kaynaktır, çünkü basit bir iletişim aracı olmaktan öte bir şeydir. Din ise çok daha karmaşık bir kültürel kaynaktır. Milliyetçilik kuvvetli bir şekilde etnikleştiğinde din, ulusu organik ve bütüncül bir varlık olarak yeniden temellendirmenin bir aracı haline gelir. Bu radikal milliyetçilikle birlikte, geçmişte dinle ilişkilendirilen mutlaklık payesi, milliyetçiliği seküler bir din haline getiren ulusa devredilir (Dieckhoff ve Jaffrelot, 2010: 16). Her biçim ve boyutta olabilen ulus-devletlerin, dil ve din ayrımının mantığına her zaman dayanmadığı da unutulmamalıdır. Dil ve din arasındaki denge zamanla değişebilmektedir (Billig, 2002: 34). Dil ve dinin etkileşimi milliyetçiliğin ve milli kimliğin sosyo kültürel gelişiminin temel dinamiklerinden biri olmuştur. Avrupa'nın dini bütünlüğünü parçalayan papaların ve papazların aracılığını kaldırarak insanla Tanrı arasında doğrudan bağlantı kuran Protestanlık, böylece büyük ölçüde çalışmamızın ileriki bölümlerinde üzerinde

duracağımız Latince temelinde kurulu okumuş seçkin kültürü de parçalayıp, modern milliyetçiliklerin ve bunların farklı İngiliz, Alman, Fransız doktirinlerinin doğuş yolunu açmıştır. Dil, kimliğin kilit unsuru olmuştur (Corm, 2011: 169).

Milliyetçiliğin yani millet olma fikrinin din ve dil ile bütünleştirilmesi, halkın/milletin/vatandaşın/yurttaşın seferber edilmesinde ve birlik algısının inşa edilip yeniden üretilmesinde sağduyuymuşçasına yaygın bir ideoloji olarak kullanılmaktadırlar. Milliyetçiliğin en çok yoğunlaşılan unsurları arasında yer alan ve toplumsal değişkenlerden etkilenen din ve dil; her dönemde tartışmaların, birliğin ya da çatışmaların odak noktası olmuştur. Bu bağlamda milliyetçiliğin ortaya çıkışı ile dinin ve dilin millet olmanın doğallığını güçlendiren fonksiyonları arasında bir ilişki kurabilmek çalışmamızın hem siyasi hem de kültürel perspektifi için önem taşımaktadır.

1.1.1.1.1. Dil

Dil birliği, etnik kökenden milli kimliğe geçiş sürecinde toplumsal birliği sağlamak amacıyla devletler tarafından kullanılan ve ikinci bölümde irdeleyeceğimiz Türk milliyetçiliğinin doğuşu sürecinde de en tartışmalı ve millet kavramının en önemli görülen unsurlardan biridir. Fakat birçok sosyal bilimci ortak dilin modern ulus bilincinin ortaya çıkabilmesi için "olmazsa olmaz" unsurlar arasında yer aldığını ama bu unsurun yeterli de olmadığının altını çizmektedir. Busekist'in de vurguladığı gibi, dilin milliyetçilikler dahilinde oynadığı rol ve doldurduğu yerle ilgili sistematik ve karşılaştırmalı bir incelemenin halen noksan olduğu görülmektedir (Busekist, 2010: 180). Böylesine iç içe geçmiş bir alanda bunun altında yatan nedenleri tespit etmek zor olsa da özellikle farklılaşan sosyo-ekonomik ve siyasi koşullarda dilin, ırk ve din gibi olgulara göre daha değişken bir yapıya sahip olması, gösterge ve simgelerle oluşturduğu bağlamların toplumsal anlamın inşasında değişkenlik göstermesi karşılaşılan zorluklar arasında gösterilebilir.

Dil birliğinin modern ulus bilincinin ortaya çıkışındaki rolüne ilişkin yaklaşımlar farklılıklar gösterse de dilin toplumsal aidiyetin ortaya çıkışındaki işlevi göz ardı edilemez. Ernest Renan, Max Weber ve Hans Kohn'un çalışmaları millet kavramının

ve milli bağın oluşumunun kültür odaklı bir tasarımla, ortak nesnel ve amprik niteliklerle açıklanamayacağını, bu unsurların tek başına yeterli olmadığını ortaya koymuştur. Hans Kohn'un çalışmalarına özel bir önem atfeden Ernest Gellner ise kültürün işlevini merkeze yerleştirdiği milliyetçilik kuramında, kültürün homojenleşmesiyle ulusal bilincin ortaya çıktığını ileri sürerek, baskın dilin öğrenilmesini kültürün homojenleşmesini sağlayan unsurlar arasında göstermiştir (Gellner, 2018). İnşacı bir perspektifle ortak dilin milli bağın kurulmasındaki işlevini irdelerken "Matbaa Kapitalizmi" kuramıyla kitle iletişimi ile milliyetçilik arasında bir bağ kuran Benedic Anderson ise dilin milliyetçiliğin temel dinamiklerinden biri olduğuna işaret etmektedir (Anderson, 1995).

11 Mart 1882 Sorbonne Konferansı'nda etnografik tasavvurların modern ulusların kuruluşlarında hiçbir önemi olmadığının altını çizen Ernest Renan, ırk için geçerli olan bu durumun dil için de geçerli olduğunu ve dilin birleşmeye davet ettiğini ama zorlamadığını söyler. Bunun nedenini insanlardaki birlik olma iradesi ile açıklayan Renan, dilin ulusallığın bir koşulu olarak tek başına incelenmesinin, ırka verilen aşırı dikkat gibi, kendi tehlike ve sakıncaları olduğunu ve önemi abartıldığında, ulusal sayılan bir kültürle kısıtlandığımızı ileri sürmektedir. Elitist olan Renan iyimser bir bakış açısıyla esas ilkenin insanın o veya bu dile sokulmadan, o veya bu ırka mensup olmadan, o veya bu kültüre dahil olmadan önce rasyonel ve ahlâki bir varlık olduğunu ileri sürmektedir (Renan, 2019: 46-47).

Milliyetçiliğin modern yanına vurgu yapanlardan ilki konumda olan ve gündelik hayatın merkezinde yer alan değerler alanının altını çizen Max Weber'e göre de "millet" kavramının açık tanımı yapılabiliyorsa bu tanım üyelerinin gözlemlenebilir ortak ampirik niteliklerinden bahsedilerek yapılamaz. Bu kavram, her şeyden önce belirli gruplar arasında diğer gruplar karşısında dayanışma hissi uyanabileceği anlamına gelmektedir. Bu nedenle millet kavramı toplumsal değer yargıları alanına girer. Ancak bu grupların nasıl sınırlandırılması gerektiği ya da bu dayanışmadan ne gibi uyumlu eylemler çıkacağı konusunda bir uzlaşma yoktur. Ona göre, millet aynı dili konuşan ya da konuşmak zorunda olan toplum değildir. Aynı dili konuşanlar arasındaki "milli" dayanışma kabul edildiği kadar reddedilebilir de. Bunun yerine

dayanışma, kitlelerin diğer büyük kültürel değerleriyle arasındaki farklılıklar ile ilişkilendirilebilir (Weber, 1946: 172-173).

Milliyetçiliğin önde gelen Alman tarihçilerinden Hans Kohn ise milliyetçilik ve dil arasındaki bağlantıya ilişkin daha çok nesnel faktörlere önem atfederek güçlü bir argüman oluşturur. Kohn'a göre bazı durumlarda, ortak bir dile yapılan vurgu, özellikle 19. yüzyılda kolektif ulusal kimliğe yol açmıştır. Bazı durumlarda ise entelektüellerin milliyetçiliği teşvik etmesi, "ilkel" bir deyimi yeniden keşfetmeyi, meşrulaştırmayı veya yeniden yapılandırmayı gerekli kılmıştır. Milletler, tarihin yaşayan güçlerinin ürünleridir ve bu nedenle dalgalanırlar ve sabit değildirler. Milliyetçiliğin çok boyutluluğuna işaret eden Kohn, milletlerin son derece karmaşık gruplar olduğunu ve tam olarak tanımlanmaya meydan okuduklarının altını çizmektedir. Ona göre, milletlerin çoğu, ortak köken, dil, bölge, siyasi varlık, gelenek ve görenekler veya din gibi diğer milletlerden ayıran belli nesnel faktörlere sahiptir. Fakat bu faktörlerin hiçbirinin milliyetin varlığı veya tanımı için yeterli olmadığı açıktır. Bu nedenle, Amerika Birleşik Devletleri halkı bir vatandaşlık oluşturmak için ortak bir köken talep etmiyor ve İsviçre halkı üç veya dört dil konuşuyor ve yine de iyi tanımlanmış bir vatandaşlık olgusuna sahiptir (Kohn, 1965: 9-10).

Uluslaşma sürecinde dil, kültür ve eğitimin önemini vurgulayan ve Hans Kohn'un çalışmalarından etkilenen Ernest Gellner'e göre ulus, devlet gibi koşullara bağlı olarak oluşan ancak evrensel ve varolması gerekir diye görülen bir kavramdır. Hakim görüşe göre iki insan ancak ve ancak aynı kültürü –düşünceler, işaretler, çağrışımlar, davranış ve iletişim biçimleri sistemi- paylaşıyorlarsa ve birbirlerini aynı ulusun üyesi olarak tanıyorlarsa aynı ulustan sayılırlar. Gellner, bu ifadenin ulusçuluğu tanımlamak için yeterli olmadığını ve kültür terimini tanımlamadan önce kültürün ne işe yaradığının irdelenmesi gerektiğine dikkat çekmektedir (Gellner, 2018: 77-78). Baskın dilin öğrenilmesi, ulusal eğitim sistemi ve böylelikle kültürün homojenleşmesiyle ulusal bilincin ortaya çıktığını ve ulus oluşturmanın önündeki en büyük engelin kültürel heterojenlik olduğunu ileri süren Gellner'a göre milliyetçi toplumsal örgütlenme ilkesi, devletle kültürün evlenmesini gereksinir: devlet kültürün koruyucusu olur ve kişi de soy, mülkiyet, ikamet gibi şeylerle değil; bu kültüre iştirak

edişiyle (ve aynı zamanda, yazılı ben-imgesinin gereklerini yerine getirerek) vatandaşlık kazanmaktadır (Gellner, 2016: 49-50).

Dilin milli kimliğin oluşumundaki rolüne ilişkin iç içe geçen unsurları göz önünde bulundurarak çalışmamızın ortaya çıkışı açısından da önemli olan iletişim sürecine dikkat çeken Benedict Anderson ise milli kimliğin kökenlerini diller çoğulluğunun kaçınılmazlığı, teknoloji ve kapitalizm arasındaki etkileşimler ışığında açıklamaktadır. İdari halk dillerinin doğuşu hem yayıncılık hem de 16. yüzyılın büyük dinsel kabarışlarını öncelemişti; dolayısıyla kutsal hayali cemaatlerin aşınmasında, (hiç değilse başlangıçta) bu etkenin diğerlerinden bağımsız bir rol oynadığı varsayılmalıdır. Halk dillerinin, bir anlamda Latince ile rekabet eden iktidar dilleri statüsüne yükseltilmeleri, Hristiyanlık hayali cemaatinin aşınmasına katkıda bulunmuştur. Kapitalizm ve yayıncılık tek dilli kitlesel okur kamuoyları yaratmıştır. Bu yayın dilleri de üç farklı yoldan ulusal bilincin temellerini atmıştır:

• Yayın dilleri, Latince'nin altında ama konuşulan halk dillerinin üzerinde bir düzeyde, birleşik bir mübadele ve iletişim alanı yaratmıştır. Yayın aracılığıyla birbirlerine bağlı olanlar, kendi dünyevi, tikel ve kendi görünür görünmezlikleriyle ulusal olarak hayal edilen cemaatlerin nüvelerini biçimlendirdiler.

• Kapitalist yayıncılık, dile yeni bir sabitlik kazandırdı. Bu sabitlik, uzun vadede, öznel millet kavramları için son derece merkezi bir rol oynayan kadimlik fikrinin inşa edilmesine katkıda bulundu.

• Kapitalist yayıncılık, eski idari halk dillerinden farklı bir iktidar dili yarattı. Bazı lehçeler diğerleri üzerinde egemenlik kurdu (Anderson, 1995: 52-60).

Etno-sembolcü bakış açısıyla Armstrong da birçok araştırmacı gibi ortak dilin önemini vurgularken bunun tek belirleyici olmadığının altını çizmektedir. Etnik simgesel iletişimi, ölüler ile yaşayanlar arasındaki iletişim olarak tanımlayan Armstrong, dilin milli kimliği belirleyiciliği konusunda özellikle sözlü simgesel araçların grup kimliğini koruduğuna ve simgenin sürekliliğinin geçmişteki kökeninden daha önemi olduğuna dikkat çekmektedir. (Armstrong, 2018: 30). Bu noktada milliyetçiliğin yeniden üretiminde iletişim süreçlerine odaklandığımız çalışmamız açısından sözlü ya da yazılı simgesel araçlar ve simgelerin sürekliliğinin belirgin bir

önemi vardır. Kitle iletişim araçlarının dolaşıma soktuğu göstergelerle simgelerin sürekliliğini sağlayarak milliyetçiliğin yeniden üretimine katkıda bulunduğunu çalışmamızın üçüncü ve dördüncü bölümlerinde tartışmaya devam edeceğiz.

Ötekilere karşı beni tanımlayan kimliği, dilin kullanımı ve toplumsal bağlamı içinde düşünmek gerekmektedir. Bu, milliyetçilik üzerinde yapılan araştırmalarda, "kültürel milliyetçilik evresi"nin ortaya çıkardığı bir meseledir. Milliyetçiliğin altın çağı olan bu barışçı evrede, genellikle "küçük" diller, daha eski dillerin standartlaşmış yazı düzeyini hedefleyerek tanınma arayışındadırlar. Bir dilin tanınma talebi aynı zamanda siyasal alanda kabul görme ve dolayısıyla da meşruiyet talebidir (Busekist, 2010: 183-184). Kültür, kendini tanımlama araçlarına, kimlik ise tanınma ve ilgi alanlarına yönelik mücadelelerde bir araca indirgenmiştir (Verkuyten, 2005: 79). Özellikle tüm dünyada sosyal ağların etkisiyle dijital yaşam tarzlarının benzerlik göstermesi kültürel farklılıkların ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Gerçek kültürel farklılıklar varlığını sürdürmektedir. Söylenen ya da söylenmeyen, gösterilen ya da gizlenen kültürel özelliklerin sınırlarının milli kimlik konusunda önemli bir faktör olduğu her zaman göz önünde bulundurulmalıdır. Dil, kültürel sınırların çizilmesinde etkili bir ölçüdür ve önemli bir işlev görmektedir. Fakat dil unsuru tek başına sınırların çizilebilmesi için yeterli değildir. Dil birliğinin olması ya da olmaması ile milli bilincin ortaya çıkması arasındaki ilişki koşullara göre değişkenlik göstermektedir. Dil birliğinin milli bilincin inşa edilmesinde yeterli olmadığını gösteren en iyi örneklerinden birisi Fransız Devrimi'dir. Fransız Devrimi olduğu zaman (1789) halkın yarısı Fransızca konuşmuyordu. Benzer şekilde kültürel açıdan bakıldığında ise Osmanlı dili Türk olmaktan çok, Müslüman'dı. Türklerin tarihi bir bütün olarak ele alındığında, hiçbir ulus ya da devletin Türkçe konuşan toplulukları bir araya getiremediği görülür (Gergeon, 1986: 14). Osmanlılar, İslamiyet'in kabulüyle sadece Arap alfabesini almakla kalmayıp Arapça ve Farsçadan birçok kelimeyi ve bu dillerin imla özelliklerini de dillerine aktarmışlardır (Kushner, 1979: 2). Bu nedenlerle dil, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde Türklüğün temel unsuru olmuştur.

19. yüzyılda da ulus-devletlerin sınırlarının, dilsel sınırlarla örtüştüğü ve homojen bir dilsel alanı çevrelediği varsayılıyordu. Aslında nüfusun tamamının yerel

lehçeler yerine yeni ulusal dilin kullanılması, farklı devletlerdeki eğitim politikalarının yoğunluğuna, coğrafi ve toplumsal hareketliliklere göre eşitsiz bir şekilde gelişim göstermiştir. Pek çok ülkede ancak 20. yüzyılın ikinci yarısında kitle iletişim araçlarıyla birlikte, milli dil kullanımı lehçelerin kullanımını ortadan kaldırabilmiştir (Thiesse, 2010: 163).

Öte yandan dil birliği olmayan ülkelerde milli dilin biçimlendirilmesi sancılı bir süreç olmuştur. Egemen dilin öğretilmesi için okul sayısının artması, millete bağlılığın artmasına yardımcı olmuştur. Bu nedenle milliyetçilik ve devletçilik el ele gitmiştir (Merriman, 2006). Çünkü millet, devletin nedeni değil sonucudur. Devleti yaratan millet değil, milleti yaratan devlettir. Millet, devletsiz düşünülemez. Her koşulda devletle kaynaşmış olan millet, varlığını sadece onun mevcudiyetine borçludur. Avrupa'nın tamamında, köken itibarıyla farklı bir soydan gelip, farklı bir dil konuştuğu hâlde, sadece hanedanın ekonomik ve siyasi menfaatleri için bir millet içinde birbirine lehimlenen farklı halklarından oluşmamış tek bir devlet yoktur (Rocker, 2019: 241).

1.1.1.1.2. Din

19. yüzyıl dinin toplumsal hayattan çekildiği ve sekülerleşmenin dünya düzenini belirlediği bir yüzyıldır. Bu nedenledir ki Gellner, 19. ve 20. yüzyılların önemli bir özelliği olarak dinin yerini alan milliyetçilik fikriyle ilişkili olan etnik duyguların belirginliğine vurgu yapmaktadır (Gellner, 2016: 58). Çünkü seküler bir din olarak yorumlanan milliyetçilik, "kutsal", "hayırlı", "ebedi" gibi formlara bürünerek dinin toplumsal hayattan çekilmesiyle toplumsal bağdaştırıcı olarak dinin yerini dolduran en uygun kültürel ve siyasi ideoloji şeklinde ortaya çıkmıştır. Fakat bu dinin kolektiviteye aidiyet geliştirme işlevinin ortadan kalktığı anlamına gelmemektedir. Carl Gustav Jung'un ifadesiyle kitle insanı için Devlet politikası düşünce ve eylemin en yüce prensibidir. Kuşkusuz, kitle insanı bu amaç için bilgilendirilmiş, eğitilmiştir ve bundan ötürü, bireye ancak Devlet'in bir fonksiyonu olduğu sürece var olma hakkı tanınır. Öte yandan, inanç sahibi kimse Devlet'in ahlaki ve fiziksel olarak hak sahibi olduğunu kabul etmekle birlikte, sadece insanın değil, Devlet'in de "Tanrı" egemenliğine bağımlı olduğuna ve herhangi bir şüpheye düşüldüğünde, son kararın Devlet

tarafından değil, Tanrı tarafından verileceğine inanır (Jung, 1999: 45). Din, devlet ve milliyetçilik arasındaki ilişki bulanık olmakla birlikte kültürel özdeşliğin unsurlarından biri olarak kabul gören dinin toplumsal yapılar üzerinde derin bir etkisinin olduğu tartışmalarını Türk milliyetçiliğini araştırdığımız çalışmamız kapsamında analiz edilecek reklam ve kamu spotları metinleri açısından dikkate almamız gerekmektedir.

Dinin toplumsal yapılar üzerindeki etkisi öncelikle milliyetçilik söyleminin yeniden üretilmesinde önemli bir rol oynayan geçmişin yeniden canlandırılması ile ilişkilidir. En önemli toplumsal bağdaştırıcılardan olan dinler onları benimsemiş toplumların kökeninde bulunan göçlerin, ırk ve kabile karışımlarının, büyük olayların, savaşların, kuruluşların, icatların ve reformların tarihini yeniden üretmektedirler. Din geçmişi maddi izler, ayinler, metinler ve aynı zamanda psikolojik ve toplumsal verilerin yardımıyla yeniden inşa etmektedir (Halbwachs, 2016: 227). Bu inşa süreci, din ile toplumsal değerler, toplumsal dayanışma ve toplumsal değişim arasındaki ilişki, birçok sosyolog, antropolog, siyaset bilimci, ekonomist ve daha birçok farklı alanda çalışma yapan bilim insanı tarafından incelenmiştir ve milliyetçilik literatüründe bu derin ilişki tartışılmaya devam etmektedir. Özellikle neoliberal politikaların etkisiyle çokkültürlülük bağlamında yoğunlaşılan din olgusu, dil unsuru gibi milli kimlik ve bilincin inşa edilmesi için daha önce de vurguladığımız gibi yeterli görülen bir unsur değildir. Ötekileştirme ve ötekinin inşası sürecinde de din referans kaynağı olmaktan uzaklaşma eğilimi göstermektedir. Renan'ın da belirttiği gibi ırk ve dil unsurları gibi din de modern ulusun kurulması için yeterli bir temel yaratmamaktadır. Ona göre yeknesak bir şekilde inanan kitleler yoktur, din kişisel bir şeye dönüşmüştür, kişinin vicdanına bağlıdır ve halkların sınırlarını çizerken başvurulan şartlardan biri olmaktan neredeyse tamamen çıkmıştır (Renan, 2019: 47-48). Fakat zorunlu bir eylem olmasa da dinin kültürel, ekonomik ve siyasal etkisi her dönem birçok hareketin nedeni ve sonucu da olmuştur. Karşılaştırmalı bir analizle çalışmalarında dini merkez konumda tutan Weber, dinsel olarak güdülü eylemin, özellikle en erken formlarının görece rasyonel bir eylem olduğunu iddia etmektedir. Çünkü bu tür eylemler araç-amaç şeması uyarınca zorunlu bir eylem olmamasına rağmen, tecrübe kurallarını izlemektedir (Weber, 2012: 85-87).

Milliyetçiliğin kültürel kökenlerinin ilk olarak ölüm olgusunda aranması gerektiğini ve ulusun bir yaratım olduğunu ileri süren Anderson ise bunun nedenini sadece milliyetçiliğin doğum çağı olmayan, aynı zamanda dinsel düşünme tarzının günbatımını yaşayan 18. yüzyıl Batı Avrupa'sında aramaktadır. Dinsel inançların geri çekilmesiyle ortaya çıkan ölümün raslantısallığını dünyevi bir tarza dönüştürülmesiyle başka bir şeye ihtiyaç doğmuştur ve bu işi yapmaya çok az şey ulus kavramı kadar elverişliydi ve elverişlidir. Milliyetçiliğin liberalizm ya da sosyalizm gibi modern politik ideolojilerden çok daha fazla din ya da dinsel cemaatler gibi dünyayı hayal ediş şekli olduğunu ileri süren Anderson, ulusun en elverişli kavram olarak görülmesinin nedenini ulus devletlerin "yeni" ve "tarihsel" olduklarının kabul edilmesine rağmen ulusun ezeli bir geçmişten kaynaklandığı ve sınırsız bir geleceğe doğru kesintisizce ilerleyeceğine ilişkin duyulan inanca dayandırmaktadır. Milliyetçiliğin büyüsü, rastlantıyı yazgıya dönüştürmesidir (Anderson, 1995: 25-26). Carl Gustav Jung'un da söylediği gibi, rastlantılı şeyler düzeni seven bir akla itici gelirler ve bizim özenli hesaplarımızın en tehlikeli düşmanlarıdırlar ve bizim garantilerimiz sürekli tehdit ederler (Jung, 1999: 18). Türk olarak doğmak rastlantısaldır ama Türkiye ebedidir. Fakat Anderson, 18. yüzyılda milliyetçiliği "üreten" şeyin sadece dinsel kesinliklerin aşınması olduğunu iddia etmez, milliyetçiliğin bilinçli olarak benimsenmiş siyasal ideolojilerle ilişkilendirerek değil, kendisini önceleyen ve onlardan kaynaklanmış olduğu büyük kültürel sistemlerle ilişkilendirilerek incelenmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Çünkü daha önce de vurguladığımız gibi kültürel ve etnik farklılıklar her özgül çevrede başka türlü düzenlenirler (Calhoun, 2012: 57).

Anderson gibi ulusun icadının ilk planda, siyaset kategorisinin din karşısındaki özerkliğinden kaynaklandığına dikkat çeken Zawadzki, seküler bir din olarak incelediği milliyetçilikle din arasındaki benzerlik konusundaki tartışmaların kutsal kavramına gönderme yapan Durkheim'ın görüşlerine dayandığına dikkat çekmektedir. Ona göre Tanrıları ululamak "tanrıların sembolik ifadeleri olduğu toplum"u yüceltmek ise, kutsal da pekâlâ, mutlak saygıyı gerektiren ve "biz" duygusuyla toplumsal kaynaşmayı besleyen her türden kapsayıcı forma bürünebilir demektir (Zawadzki, 2010: 220-230). Toplumsal ilişkileri şekillendirebilen ve merkezinde ortak amaçların yer aldığı "biz" duygusunun din olgusuyla desteklenmesi, toplumsal yapılar tarafından şekillendirilen karşılıklı bağımlılık ilişkilerine "kutsal" bir anlam kazandırmaktadır.

Dinin milli bağın oluşumunda kolektiviteye üyelik için referans kaynağı olup olmadığı meselesini din olgusunun güç siyaseti ile olan ilişkisi bağlamında değerlendirildiğinde anlamlı olacaktır.

Güç siyaseti, milliyetçiliğin temel dinamiklerinden birisidir. İnanç birliği ise siyasi güç elde etme çabalarının temelini oluşturmaktadır. "Tanrı böyle istiyor" diye Haçlı Seferleri'ne çağrı yapanları bir araya getiren temel güdü ekonomiden ziyade güç siyasetidir. Birinci Dünya Savaşı ise insanın ahlâki sezgilerine, adalet duygusuna sürekli seslenmeden hiçbir savaşın mümkün olmayacağını ve bu savaşın salt ekonomik menfaatlerden ziyade Avrupa'daki hegemonya adına yapıldığını göstermiştir (Rocker: 2019: 25-43). Din olgusuna gücünü veren bu ahlâki temelin en güçlü kaynağı ise dini örgütlerdir. Dünya çapında yerleşen dini örgütler ile iktidar sistemlerinin yaptıkları iş birliği güç siyasetinin dengesini her dönem etkilemiştir.

Dini örgütlerin nüfus edici gücüne odaklanan Armstrong, Hıristiyan-Müslüman kimlik ikiliği ezici bir biçimde önemli olsa da bu ikiliğin, gitgide artan bir biçimde önemli hale gelen daha küçük etnik kimlikleri biçimlendirdiğini ve koşullandırdığını varsaymaktadır. Ona göre, dini örgütlerin nüfus edici gücü, etnik kimliğin oluşumu için önemli içerimlere sahiptir. Dinî yapılar büyük siyasi kurumlarla yakından ilişkili olduğunda, etkinlikleri tamamlayıcı hale geldi; gerçekten de neredeyse ayrılmaz bir biçimde iç içe geçti. Siyasi kurumun seçkinleri tarafından beslenen kimlik, yerel dini örgütlerin ağıyla, ya da İslâm'da ve zaman zaman Hıristiyanlıkta olduğu gibi, gezgin vaizlerle, ölçülemez bir biçimde güçlenmiştir. Kiliselerde, sinagoglarda ya da camilerde, merkezî camilerdeki Cuma namazı ya da katedrallerdeki özel ayin kutlamaları gibi tekrar eden toplanmalar, simgesel olduğu kadar açık mesajlar aktarmak için etkili forumlar sağlamıştır (Armstrong, 2018: 83-252).

Dini örgütler böylece öteki üzerinden birleşme noktaları yaratarak milliyetçiliğin dine yaptığı gibi milliyetçiliği araçsallaştırmaktadırlar. Milliyetçilikler dini araçsallaştırmaya çalışır ya da dindarlar aynı şeyi milliyetçiliğe yaparlar. Bazı vakalar, milli yerelcilik ile evrensel din arasındaki gerilimleri ortaya çıkartır. Başka bazı vakalar ise bu gerilimlerin hem milli hem de dini kimlikler açısından kurucu olduğunu gösterir. Kimi vakalarda ise din, milli duyguların belirginleşmesinde ve yerel kültür

ve dillerin güç kazanmasına araç olur (Zawadzki, 2010: 209-210). Çünkü Smith'in de vurguladığı gibi üretim ve mübadele alanlarından doğan toplumsal sınıf kimliklerinden oldukça farklı bir ölçüte dayan dinsel kimlikler, iletişim ve toplumsallaşma alanlarından doğar, kültür ile kültürü oluşturan unsurlar -gelenek ve ritüeller içinde kodlanmış değerler, semboller, mitler ve görenekler- arasında bir hizalanışa dayanırlar (Smith, 1994: 22).

Öte yandan, 1945-1990 yılları arasında hüküm süren Doğu-Batı kutuplaşmasının çöküşünden sonra onun yerine yavaş yavaş oturtulan yeni jeopolitik düzeni meşrulaştırmak ve fikri egemenliğini pekiştirmek için ister Anglosakson ister Avrupalı olsun, moda olan yeni muhafazakârlık dine geri dönüşü zorunlu kılınmıştır. Dini milliyetçiliğin patlaması ile din ve siyaset birbirine karışmıştır ve din ve dini kimlikler toplu katliam silahlarına dönüşmüştür. Söz konusu olan, atavik saygı; dile kültüre ve kültürün ürettiği edebiyata gibi nesnel köklere dayalı kimlik yapılanmasından ziyade tamamen siyasi bir ideolojidir. 1980 yıllarından itibaren Batılı yeni yönetici seçkinlerle -çelişki ve iç mücadele doğal olarak baki kalmak şartıyla- yeni bir konsensus oluşmuştur. 1989'da Berlin Duvarı'nın yıkılması, ardından 1991'de SSCB'nin dağılması bu konsensusu berraklaştırmıştır. Ve uzun zamandır uluslararası siyaset sahnesinden silinmiş gibi görünen, esasen dini inançlarla beslenen belli bir ideoloji hiç hissettirmeden meşruiyet kazanmıştır (Corm, 2011: 25-41). Berlin Duvarı'nın yıkılışı eski ve yeni biçimlerin birbirine karıştığı bir geçişi simgeliyordu (Traverso, 2018: 24). Berlin Duvarı'nın yıkılışı sahneyi baştan aşağı değiştirmiştir. "Sosyalist kamp" ile "özgür dünya" arasındaki askerî ve ideolojik çekişmenin aniden sona erişi, Avrupa'yı bir kere daha ulusal sorunla karşı karşıya bırakmıştır. Baltık ülkeleri yeniden bağımsızlıklarını kazanırken Almanya hızla yeniden bütünleşme sürecine girmiştir. Başka yerlerde, Yugoslavya ve Kafkasya'da, milliyetçiliklerin karşılaştırılması şiddetli bir hal almıştır. Milletlerin hesaplaşması ve milliyetçiliğin uyanışı tek mesele haline gelmiştir (Dieckhoff ve Jaffrelot, 2010: 10). Avrupa merkezcilik ve Batı kültürü hegemonyası uluslararası düzeyde tanınma savaşımının anahtar sözcükleridir. Bunu Körfez Savaşı çok açık bir şekilde göstermiştir. İnsanların zihninde hâlâ canlı olan bir sömürge tarihinin gölgesi altında, hem dinsel olarak harekete geçirilmiş kitleler, hem de laik entelektüeller, bağlaşıkların müdahalesine, Arap-İslam dünyasının kimliğine ve özerkliğine saygısızlık olarak bakmışlardır. Batı ile Doğu arasındaki tarihsel ilişki,

özellikle de Batının eski üçüncü dünya ile ilişkisi, tanımayı reddedişin izlerini taşımaya devam etmektedir (Habermas, 1996: 122).

1980'lerin sonu ve 1990'larda popüler olan yeni muhafazakârlık ve yeni sağ kavramları neoliberal politikalarla ilişkili olarak düşünüldüğünde birçok farklı paradigmaya, akıma ve harekete gönderme yapmaktadır. Etnisiteden milliyetçiliğe geçişte belirleyici olan ve toplumsal bir inşa sonucu ortaya çıkan ırk ve kökenle ilişkili bu kavramların neofaşit hareketlerle ilişkisinin çerçevesini oluşturmak ise birçok düşünsel paradoks ve çatışmalarla doludur. 21. yüzyılda da milliyetçilik ve dinin tarihsel içiçeliğini göz önünde bulundurduğumuzda dinin siyasi istismarı, dinî-siyasi gerilimlerin giderek tırmandığı bir düzensizlik ve sıklıkla da şiddet ortamı yarattığı İslâm, Hıristiyan ve Yahudi dünyasını özellikle sarsmaktadır. Siyasetin dine sıkıca sarılması, sonuç olarak hem üç tek tanrılı dinde aynı anda görülen alenî sıkıntıyı derinleştirmiştir hem de dünyanın yeni düzensizliğinin algılanmasında görülmedik biçimde siyasal bulanıklık yaratmıştır (Corm, 2011: 160-161).

Öyle ki Sennett'in de eleştirdiği gibi din ve vatanseverlik hıncın hükmettiği intikam silahları haline gelmiştir ve sağın yükselişi hınç kavramıyla ilişkilidir (Sennett, 2011: 85). Sağın yükselişiyle ilişkili olarak dil, din ve vatanseverlik olguları gibi toplumsal aidiyetin referans kaynağı olarak işaret edilen ırk ve köken mitinin milliyetçiliğin ortaya çıkışı ve yeniden üretimi süreçlerinde üstlendiği işlevlerin üzerinde durmak gereklidir.

1.1.1.2. Irk ve Köken Miti

Irk ve köken miti, milli kimliğin geçmişten bugüne süregeldiği inancını söylemsel bir inşa ile güçlendiren ve toplumsal bağları koruyan benzer gibi algılanan ama farklı kolektif aidiyet koşullarına vurgu yapan araçladır. Bir ulusun oluşumunda can alıcı bir noktaya yerleştirilen ırk ve köken miti, kimi zaman gizli kimi zaman saldırgan bir boyutta ötekilere karşı "biz" duygusunun ve "kutsal" ataların mirasının nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır.

İnsanların kendilerini hiyerarşilere göre düzenlediğini ve bir hükmetme durumu olmadan ırksal ya da etnik farklılığın devam ettiği bir durum olmadığına yani özetle daha önce de belirttiğimiz gibi ırkın güçle ilgili olduğuna dikkat çeken Paul Spickard'a göre, ırk bir şey ya da bir durum değildir, ırk bir süreçtir ve kültürel bir üründür (Spickard, 2005: 2-12). Irkı kültürel bir "ürün" ya da bir "yapı" olarak değerlendirdiğimizde sembol ve mitler bu süreçte bir kez daha görünür hale gelmektedir. Etnik bağların ve duygudaşlığın temelini oluşturan anlamlar bileşiminin anahtar unsurlarının yaradılışa ve soya ilişkin mitlere dayandıran Smith, çalışmamızın analiz bölümünde üzerinde duracağımız gerçek soya değil, ortak atalara ve kökenlere yüklenmiş anlamlara dikkat çekmektedir. Mekânsal ve geçici kökenlere, göçe, atalara, aynı kök ve soydan olmaya, şanlı geçmişe, düşüş, sürgün ve yeniden doğuşa ait mitler vardır. Ancak çok daha sonra bu dağınık mit motifleri kökenlere ve soya ilişkin incelikle işlenmiş bir mitoloji oluşturmak için bir araya getirilir. Smith, bunun çoğunlukla modern çağda milliyetçi entelektüeller tarafından yapılan bir iş olduğunu ileri sürmektedir (Smith, 2002b: 48).

Toplumsal olarak yapılandırılan ırk kaderciliğinden farklı olarak köken miti milli kimliğin inşa edilmesinde ve yeniden üretilmesinde önemli bir yere sahiptir. Kimliğin temel kalıbında entelektüel olarak kurgulanan ve incelikli hale getirilen dinden ziyade, bizim de çalışmamızın analiz kısmında irdeleyeceğimiz ortak ataların paylaşılan kökeni vardır. Atalar zaman ilerledikçe ve kuşaklar genişledikçe en şanlı eylemlerle halelenir ve efsaneye dönüşürler (Corm, 2011: 60). Yaratılış mitleri gibi köken mitini de açıklayabilmek çok zordur. Fakat içten gelen bir inanç yaratmak milli kimliğin inşasında belirleyici temel unsurlardan biridir. Milli kimliğin ve bilincin sembollerle, mitlerle inşa ve yeniden üretim sürecinde ancak bir millet uğruna canını vermeye kutsal bir anlam yükleyen böyle bir inanç, "ötekiler" karşısında "biz" olup bir milletin ortaya çıkışında başat bir rol oynayabilmektedir. Köken mitinin sağladığı bu güçlü dayanışma duygusunun ırk miti için de kısmen geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Fakat ırk kavramını, milliyetçiliğin ortaya çıkışı ve yeniden üretim sürecinde daha somut ama muallak bir söylem olarak değerlendirebiliriz.

Irk kavramı kökenlerini sömürgecilikten, kölelikten ve apartheid döneminden alan; tarihi ve bölgesel olarak tanımlanmış görme, düşünme ve konuşma tarzlarının bir

çıktısıdır. Öte yandan, ırk aynı zamanda maddi ve politik açıdan olduğu gibi birçok yönden oldukça gerçektir. Irkçı miras, ırklar şeklinde kodlanmış insan grupları arasında sağlık, zenginlik ve arazi sahipliği açısından büyük çaptaki eşitsizliklerle kemikleşmiştir ve bu farklılıklar süre giden ırk ayrımcılığı ve dışlama pratikleri tarafından sürdürülmektedir (Durrheim, Hook ve Riggs, 2012: 264). Irkçılık, açıkça kişiliğin bir şekilde; 'ırklar' arasında sistematik bir farklılık gösteren ve bu yolla hiçbir 'nesnel' mevcudiyeti olmasa bile sosyolojik bir önem taşıyan ırsi özellikler ile ilintili olduğu varsayımı üzerine inşa edilmektedir (Eriksen, 2002: 16). Sosyo-kültürel, politik ve ekonomik güç ilişkileri ırklar arasında sembolik sınırlar çizilmesinde çok önemli bir yer tutmaktadır.

Irkçılığı söylemsel bir oluşum olarak değerlendiren Balibar da ırk ve ulusun hiçbir zaman birbirinden çok uzak olmadığını ve milliyetçiliğin ırkçılığın tek nedeni değilse de ortaya çıkışının belirleyici koşulu olduğunu söylemektedir. Balibar'a göre ırkçılık farklılık işaretlerinin (isim, derinin rengi, dinsel ibadet) etrafında eklemlenen ve korunma ya da ayrım hayalinin (toplumsam bünyeyi anlaştırma, "kendi", "biz" kimliğini her türlü melezleşme, karışma ve istiladan koruma zorunluluğu) zihinsel ürünleri olan söylemlerde, temsillerde ve pratiklerde (şiddet, horgörme, hoşgörüsüzlük, aşağılama, sömürü biçimlerinde) kayıtlıdır. Wallerstein ise ırk ve dolayısıyla ırkçılığın, eksenel işbölümüyle ilişkili olan coğrafi yoğunlaşmaların dışavurumu, itici gücü ve sonucu olduğunu vurgulamaktadır. Ancak ırk, kullandığımız tek toplumsal kimlik kategorisi değildir. Ulus, dünya sisteminin siyasi yapılanmasından doğmaktadır. Bugün Birleşmiş Milletler'in üyesi olan devletlerin hepsi modern dünya sisteminin yaratımlarıdır. Bu devletlerin çoğu bundan yüz ya da iki yüz yıl önce ne isim ne de idari birim olarak vardılar (Balibar, 2000: 26-50; Wallerstein, 2000: 102). Çünkü Ernest Renan'ın da aktardığı gibi ırk oluşup bozulan bir şeydir. Renan, ulus ilkesinin yerine etnografi ilkesinin konmasının büyük bir hata olduğunu, ulus ilkesi ne kadar doğru ve meşru ise ırkların ilksel hakları ilkesinin o kadar sınırlı ve gerçek ilerleme için tehlikelerle dolu olduğunu ve etnografik tasavvurların modern ulusların kuruluşlarında hiçbir önemi olmadığını ileri sürmüştür. Ona göre, saf ırk yoktur ve politikayı etnografik incelemelere dayandırmak, onu boş hayallere dayandırmak demektir (Renan, 2019: 41-43).

Irk teorileri ekseninde yapılan tartışmalardaki temel mesele ırk kavramının milli bilince yansıması ve tıpkı teritoryal sınırlar gibi sembolik olarak hayal edilmesidir. Fakat bu saf ırk yeniden üretimi birçok sorunu da beraberinde ortaya çıkarabilmektedir. Çünkü Renan ve Rocker gibi birçok araştırmacının belirttiği gibi saf ırkın olması mümkün değildir. Öte yandan ırk teorilerinin savunurları, belli insan topluluklarının zihinsel, ahlâki ve kültürel niteliklerini ırkın gerçek ya da hayâli fiziksel özelliklerinden çıkarmaya çalışmaktadırlar. Çoğunluğu, sözde ırksal özelliklerin, dış koşullardan etkilenmeksizin bizzat doğa tarafından yaratılmış ve ana babanın ırksal akrabalığı şartıyla, değişmeden soya aktarılmış bir kalıtım olduğunu savunurlar. Tüm diğer kadercilikler gibi ırk kaderciliği de aklın reddi, insanın salt ırkın kan-damarına indirgenmesidir. Irk teorisi millet kavramına uyarlandığında, bir soy birliği olmadığını ortaya koyar; milleti ayrı bileşenlerine ayırırken, varoluş temellerini de tahrip eder (Rocker, 2019: 359-410).

Tarihçilerin, en azından bir kısmı, ırkçılığın -kuramsal söylem ve kitle görüngüsü olarak- modern çağda her yerde var olan "milliyetçilik zemininde" geliştiği savını öne sürmüşlerdir. Şu halde Renan ve Rocker'ın aksine bir önceki paragrafta değindiğimiz gibi Balibar'a göre milliyetçilik ırkçılığın tek nedeni değilse de ortaya çıkışının belirleyici koşuludur. Irkçılığın varolmadığı çağdaş ülkeler bulmak güçtür. Bununla beraber hiç bir ayrım olmaksızın, hepimizin "ırkçı toplumlarda" yaşadığımız sonucuna varılmayacaktır. Irkçılık, tek bir tip olmaktan ya da biçimsel kategorilerde sınıflandırılacak özel vakaların yan yana getirilmesi olmaktan çok kesinlikle çizgisel olmayan, modern insanlık durumlarıyla bağlantı kurup onlardan etkilenen, bizzat tekil bir tarihtir. İşte bu nedenle Nazi antisemitizminin ve sömürgeci ırkçılığın, hatta köleliğin sembolleri ne şu ya da bu "ırkçı patlamanın" katışıksızlık ve tehlikelilik derecesinin ölçülebileceği modeller olarak ne de tarihte ırkçılığın yerini sınırlayan olaylar ya da dönemler olarak hatırlanmalıdır. Bunlar her zaman etkin, kısmen bilinçli kısmen bilinçsiz ve güncel koşullardan doğan hareket ve tutumları yapılandırmaya katkıda bulunan oluşumlar olarak değerlendirilmelidir (Balibar, 2000: 50-54).

Irk mitini bir söylem olarak gündelik kavramsallaştırmalar doğrultusunda köken mitiyle ilişkili değerlendirmek milli bilinçte toplumsal birlik ve dayanışma duygusu yaratmak amacıyla ırk ve milli kimlik arasında ortak tarih ve atalar üzerinden

kurulmak istenen bağ açısından daha anlamlı olacaktır. Smith'in etnisite ve milliyetçilik arasında ilişkiyi temel alarak yaptığı analizinde üzerinde durduğu ortak tarih, kolektif bellek ve dayanışma duygusunu milliyetçi söylemin özsel bileşenleri arasında değerlendirebiliriz (Smith, 2002b: 51). Bu unsurlar paylaşılan kimlik ve kader duygusunu güçlendirmektedir. Çünkü Giddens'ın da vurguladığı gibi 20. yüzyılda milliyetçi duygular ilk kökenlerinde ve daha sonraki görünümlerinde bazı ortak semboller içerme eğilimindedir. Modern ekonomik ve politik gelişmenin önceden var olan geleneksel kültürler üzerinde yaptığı parçalayıcı etki ulusçuluğun en güçlü olduğu grup sembolizminin yeni biçimleri için bir arayış yaratır. Milliyetçilik, kültürel bozulma koşullarını enerjik biçimde seferber eden bir dayanışma ruhu ve ortak taahhüt oluşturur (Giddens, 2008: 281-282).

1.1.1.3. Ortak Tarih ve Kolektif Bellek

Ortak tarih ve kolektif bellek, hakikat sorunsalından bağımsız bir manipülasyon ürünü olarak doğrudan birbirine bağlı olan hatırlatma ve unutturma diyalektiğiyle milliyetçi söylemin inşasında önemli bir yere sahiptir. Bireylerin zihninde canlanması istenen ortak tarih, toplumsal bağdaştırıcı araçlarla hatırlatılarak veyahut da unutturularak yeniden üretilmektedir. İster "kurgu" olsun ister "hakikat" geçmiş zamanın nostaljinin halelenmiş gücüyle yeniden üretilmesi ve kolektif belleğe kazınması milliyetçiliğe duygusal gücünü veren ve birçok toplumsal bağdaştırıcı araçla ilişkili olan dayanışma duygusunun ortaya çıkabilmesi açısından dikkat çekicidir.

Bellek -yani şimdiki zaman içinde oluştuğu haliyle geçmişin kolektif temsilleri- toplumsal kimlikleri yapılandırır: Onları tarihsel bir süreklilik içine dahil ederek ve onlara bir anlam, yani bir içerik ve yönelim sunarak yapar bunu. İnsan toplulukları her yerde ve her zaman kolektif bir belleğe sahip olmuştur ve törenler, seremoniler, hatta politikalar aracılığıyla bunu sürdürmüştür (Traverso, 2019: 13). Smith'in de vurguladığı gibi tarihsel toplulukların paylaşılan bir bellek üzerine kurulması gerekmektedir. İçi "doldurularak" çelişen kanıtlarla tutarlılığı sağlanan ortak bir tarihsel anlayış birbirini izleyen kuşakları, ortak birikime eklenen deneyimlerle birleştirir ve gündelik yaşantılar aracılığıyla sonraki kuşaklara kendi deneyimlerinin

tarihselliklerini aktaracakları bir nüfusu tanımlar. Bir başka deyişle tarihsel ardı ardına gelişler daha sonraki deneyimler için "biçimleri", onların yorumlanması için kanalları ve kalıpları yaratmaktadır. Tarihsel kayıtların güvenirliliği ya da tarihselleştirmedeki "nesnel" yöntemler üzerine harcanan çaba değil, tarihsel kayıtların açığa çıkardığı şiirsel, eğitici ve bütünleştirici amaçlar önemlidir. Bu anlamda tarih bir hikâye anlatmalıdır, bu hikâye memnuniyet vermeli ve tatmin etmelidir (Smith, 2002b: 50).

Armstrong da mitin en önemli etkisinin, grup üyeleri arasında, "ortak kader"leri hakkında yoğun bir farkındalığı canlandırması olduğuna dikkat çekmektedir. Mit-simge kuramı bakış açısından ortak kader, basitçe, ister tarihsel isterse de "tamamen mitsel" olsun, bir olayın, yabancı bir güce karşı bireylerin dayanışmasını vurgulayarak, yani, hudut algılarının önemini arttırarak canlandığı yoğun etkinin ölçüsüdür (Armstrong, 2018: 32).

Milliyetçi söylemin dayanak noktalarından biri olan kollektif bellek, kimlik inşasının gruplar düzeyindeki temel süreçlerinden birisidir. Genelde tüm gruplar, grup kimliğinin inşasında, ortak bir geçmişin vurgulanması ve bunun belirli bir tarzda kurgulanması yoluna gitmektedirler. Bu, esas itibariyle kolektif kimliğin gereklerine uygun bir geçmiş icat etme, bir kolektif bellek yaratma, bir tarih yazma etkinliğidir. Kolektif kimlikte geçmişe dönük bir yan vardır; çünkü kolektif kimlik, birtakım semboller, anılar, sanat eserleri, töreler, alışkanlıklar, değerler, inançlar ve bilgilerle yüklü bir gelenekten, geçmişin mirasından, kısacası kolektif bellekten hareketle inşa edilir (Bilgin, 2007: 218).

Kolektif bellek, gündelik hayatın en derin noktalarına demirlenir ve tarihsel, ekonomik, sosyolojik ve kültürel alanlarda eş zamanlı olarak inşa edilir. Bu nedenle kolektif bellek hem milli kimliğin üretilmesinde hem de ötekinin inşasında temel bir rol oynamaktadır. Ne var ki, Calhoun da belirttiği gibi, kolektif kimlik ortak kültüre tam olarak eşit bir şey değildir ya da ortak kültür, kolektif bir kimliğin oluşumunu, kolaylaştırsa da garantilemediği unutulmamalıdır. Fakat "benzerlik" güçlü bir toplumsal bağdaştırıcıdır. Çünkü ortak bilinç, milliyetçi ideoloji tarafından topluma geniş bir zaman dilimi içinde sunulmaktadır (Calhoun, 2012: 68). Milliyetçilik, bir yandan milletle ötekiler arasındaki tutarsızlıkları ve uygunsuzlukları vurgulayabilmek

için yakın geçmişe bakarken diğer taraftan daha iyi bir gelecek ülküsünü özel bir tarihsel geçmiş, ortak gelenekler, dil, din, ortak kimlik ve yurt birliği gibi birleştirici simgeler üzerine kurarak ulusal amaçlar etrafında toplumun harekete geçirilmesi amacını güder (Boztemur, 2006: 166).

Ortak tarih, amaç ve menfaat birliği diğer toplumsal bağdaştırıcı unsurları da kapsayan dayanışma duygusunu ortaya çıkarmaktadır. Özellikle kolektivist kültüre sahip olan Türkiye gibi bir ülkede, ortak tarih ve beraber yaşama iradesiyle ilişkili olarak sıkıntılı ve tehlikeli zamanlarda fedakârlık üzerinden tanımlanan dayanışma duygusunun milli bilincin temel yapı taşlarından birini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Milletin oluşumunda başat rol oynayan ortak amaç ve menfaat birliği doğrultusunda oluşan dayanışma duygusuna bu noktada değinmek çalışmanın hem kuramsal hem de analiz bölümü için faydalı olacaktır.

1.1.1.4. Ortak Amaç ve Menfaat Birliği: Dayanışma Duygusu

Ortak amaç ve menfaat birliği, etnik ve liberal milliyetçilikle ilişkili olan ulusların oluşumunun özünde hem ekonomik gelişmelerle üretim biçimlerinin değişimine ve sahiplik yapılarına bağlı olduğuna hem de geçmişten gelen ortak bir mirasa işaret etmektedir. Maddi ve manevi menfaat birliği ve dayanışma duygusu, milliyetçiliği sübjektif ve objektif faktörlerle iç içe geçmiş bir şekilde anlayabilmek için üzerinde durulması gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Bu çerçevede Weber, Renan ve Smith gibi araştırmacılar kolektiviteye üyelik faktörü olarak milli dayanışma unsuruna yadsınamayacak kadar büyük bir önem vermekle birlikte diğer unsurlar gibi bu duygunun da tek başına bir milleti ortaya çıkarmak için yeterli olmadığını ifade etmektedir. Bir başka deyişle dayanışma duygusu, etnik kimlikten milli kimliğe geçişte belirleyici olan birçok faktörü kapsayan karmaşık bir portre çizmektedir.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi milli bağ oluşumunda aynı kanı taşımak, aynı dili konuşmak ya da aynı dine mensup olmak zorunluluğu yoktur. Milli dayanışma, farklı toplumsal yapı ve gelenekler ve dolayısıyla "etnik" unsurlarla bağlantılı olabilir. Her şeyden önce, ulusal dayanışma diğer uluslarla ortak bir siyasi kaderin anılarıyla

bağlantılı olabilir. Weber'in altını çizdiği gibi gerçekten de özellikle radikal "milliyetçiler" genellikle yabancı kökenlidirler. Bununla birlikte "millet" düşüncesi, ortak soy unsuru ve sık sık belirsiz olsa da homojenlik içermeye eğilimlidir. Millet, bu kavramlara birlikte, çeşitli kaynaklardan da beslenen etnik toplulukların dayanışma duygusuyla ortak bir düşünceye sahiptir. Ancak etnik dayanışma duygusu da kendi başına bir "milleti" ortaya çıkaramaz (Weber, 1946: 172-173).

Araçsalcı bakış açısıyla milli bilincin oluşumunda seçkinlerin rolünü ön plana çıkaran Renan ise bir ulusun bilincinin, diğerlerini eğitip yöneten aydın kesiminde bulunduğuna ve vatan, onur ve ödev kavramlarının kendi haline bırakılırsa bunları önemsemeyecek bir halkın ortasındaki çok az sayıda kişi tarafından yaratılmış ve korunmuş olduğunu ileri sürmüştür. Fakat Renan, demokratik fikri reddetse de güçlü ve mutlak kadir bir iktidarın kör yandaşı değildir. 11 Mart 1882 Sorbonne Konferansı'nda daha önce de vurguladığımız gibi dil, din ve tarihi bellek unsurlarının halkların kaynaşmasındaki önemine işaret eden fakat ne bir hanedana bağlılığın ne ırk ne dil ne din ne ekonomik çıkar ne de coğrafyanın ulusu tanımlayamayacağını ifade eden Renan'a göre ulustan söz etmek için ortak bir tarihsel miras ve bugün de beraber yaşama iradesi olmazsa olmaz iki şarttır. Ulus, tarihin derin karışıklıklarının sonucu doğan ruhani bir ilkedir, ulusta duygusal bir taraf vardır. Ulus, yapılan ve daha da yapmaya hazır olunan fedakârlıkların duygusuyla oluşan büyük bir dayanışmadır. Bir geçmiş gerektirir; ancak şimdide somut bir olayla tekrar edilir (Renan, 2019: 19-51).

Etnik topluluğun önemli bir boyutu olarak dayanışma duygusunu analiz eden Smith'e göre de bir enik topluluk sadece ortak bir isim, soy miti, tarih, kültür ve teritoryal birleşme ile bir araya gelen bir halk kategorisi değildir. Smith'in bir etnik topluluğun oluşumu için olmazsa olmazlar olarak tanımladığı unsurlar arasında kurumsal bir insan sever anlamı olan belirli bir kimlik ve dayanışma duygusu yer almaktadır. Sıkıntılı ve tehlikeli zamanlarda güçlü bir aidiyet ve etkin bir dayanışma duygusu ortaya çıkmalıdır (Smith, 2002b: 55-56).

Öte yandan, milli menfaat ile şahsi menfaatin çatıştığı noktaya dikkat çeken Rocker, gelenek, görenek ve menfaat birliği bağlamında milliyetçilik bilincini analiz ederken maddi ve manevi menfaat, ahlâk, örf ve gelenek birliği aracılığıyla gelişmiş

olan insani gruplaşmaları içine alan millet kavramının netlik derecesinin günlük yaşam deneyimleriyle çatışma halinde olduğunu ileri sürmektedir. Çünkü her milletin, bugün sadece kendi menfaatlerinin peşinden gitmekle kalmayıp sık sık kesin bir uzlaşmazlıkla birbirinin karşısına da dikilen çeşit çeşit kast, koşul, sınıf ve partiden oluşmaktadır ve milletlerin ticari, siyasi veya askeri anlaşmalarla ittifakları değişebilmektedir. Fakat şartların gereğinden kaynaklanan ittifakların hiçbir kalıcılığı olmadığı ve topluluk menfaatleri arasında gerçek bir içsel bağ olmaması nedeniyle daha ilk fırsatta parçalanacaktır. Milli menfaatlerin şahsi menfaatlerle çatışması durumunda tüm yurtsever coşkular sönüp gidecektir (Rocker, 2019: 314-315). Milli menfaat ile şahsi menfaatin çatıştığı noktaları belirleyebilmek ya da bu ayrımı yapabilmek oldukça güç bir yaklaşım olsa da bu bağlamda milli kimliğin inşası ve yeniden üretim sürecini ekonomik perspektiften değerlendirmemiz gerekmektedir.

Ekonomik yaklaşımdan etnik kökenin belirleyici etkisine baktığımızda etnik grup bağlılığının ulusal özdeşleşmeyi sekteye uğratması durumunun, genellikle kapalı pazar ekonomilerinin, ilkel teknolojinin ve ulusal düzeyde iş bölümü yokluğunun güçlendirdiği ayrı diller, değişik kast çıkarları ve ayrı dinler yüzünden meydana geldiği söylenebilir. Ayrıca bazen de egemen sınıfların bazı grupları kendi milletlerinden saymamasıyla ulusal özdeşleşme yerini iç çekişmeye bırakır. Fakat ekonomik gelişme hızlandıkça, kitle iletişim araçları ulusal düzeyde etkili olmaya başladıkça ulusal özdeşleşme semboller ve sloganlarla yaratılarak toplumun gözleri ulusal düzeye çevrilebilir (Yücetürk, 1987: 21-22).

Yukarıda değindiğimiz tartışmalar insanların vatan uğruna canını vermesi, vatana karşı kendini sorumlu hissetmesi ve talep edilen fedakârlıkları yerine getirmesi için ortak kültür, dayanışma duygusu, ortak amaç ve menfaat birliğinin ötesinde bir bağlılık olduğunu da göstermektedir. Ortak bir geçmişe dayanan milli bilincin, zorluklarla ve ızdıraplı mücadelelerle var olmuş bir vatana sıkı sıkıya tutunması da gerekmektedir. Bu noktada teritoryal sınırlara özellikle sembolik perspektifle değinmemiz anlam ve sembollerle odaklandığımız çalışmamızın analiz bölümü için de yerinde olacaktır.

1.1.1.5. Teritoryal Sınırlar

Milliyetçilik aslen toplumun aynı siyasal otoriteye aidiyet duyarak tek biçimleştirilmesiyle siyasal ve ulusal sınırları birbirleriyle uyumlu kılmayı amaçlayan siyasal bir güçtür (Boztemur, 2006: 166). Fakat asıl dikkat edilmesi gereken milli sınırların bellek ve bilinçteki sembolik anlamıdır. Teritoryal sınırların reklam ve kamu spotu metinlerinde irdeleyeceğimiz "toprak", "vatan" ve "anavatan" kavramlarıyla kutsanması milliyetçi söylemi yüce bir anlama büründürmektedir. Smith'in vurguladığı gibi mesele etnisitenin sembolik olarak bir coğrafi merkeze, bir kutsal yerleşime ya da bir "anavatana" sahip olmasıdır. Etnisite mitlere, belleğe, değerlere ve sembollere ilişkin olduğu için dağıldığında ve anayurdunu kaybettiği zaman etnisite olmaktan çıkmaz. Siyasi iktidarla ya da maddi mülkiyetle ilgili değildir, bunların gerçekleşmesi için bir yerleşime ihtiyaçları vardır. Fakat bir teritorya parçasının "anavatan" olması için hem "özdeşlik" hem "tanınma" olmalıdır (Smith, 2002b: 53-55).

Bu nedenle 19. yüzyıla kadar hiçbir devlet nüfus sayımı yapmasa da ve fiziki sınırlarının tam olarak nerede başlayıp nerede bittiğini bilmese de ortak kültür, tarih ve amaç etrafında bir arada olabilmiştir ve ulus fikri 15. yüzyılda da varlığını korumuştur. Öte yandan teritoryal devletlerin kendi kesinlik, bilgi, teknik kapasite, güç ve emellerini büyütme eğilimi 19. yüzyıldan itibaren hiç aralıksız, 1960'ların sonuna kadar devam etmiştir (Hobsbawm, 2007: 42-43). Çünkü milli kimlik, zayıf da olsa belli anlamda bir siyasi topluluğu gerektirmektedir. Siyasi bir topluluk da topluluğun bütün fertleri için en azından belli ortak kurumların, hak ve görevlere dair tek bir yasanın varlığını ima eder. Yine topluluk mensuplarının kendilerini özdeşleyecekleri, aidiyet hissi duyacakları belli bir toplumsal mekân, az çok hatları kesin ve sınırlanmış bir toprak parçasını da akla getirmektedir. Bu milletin Batılı tarzında kavramsallaştırılmasıdır (Smith, 1994: 24).

Menfaat birliğiyle ilişkili olan teritoryal sınırlar ve demografik faktörler coğrafi sınırlardan vatanın yaratılması sürecinde merkezi rol oynamaktadır. Çünkü coğrafi ortamın milli bilince yansıması, siyasi ve ekonomik konsensusla yakından ilişkilidir.

Barth, iki ya da daha fazla etnik grubun etkileşimde bulunduğu toplumsal ortamlarda ekolojik bağımlılığın aşağıdaki şekillerde ortaya çıkabileceğini belirtir:

• Bu gruplara mensup insanlar aynı doğal çevrede yaşıyor olmalarına rağmen, farklı iş kollarında istihdam edildiklerinden sınırlı kaynakların paylaşımı konusunda rekabet etmiyor olabilirler. Bu nedenle, bu tür durumlarda, gruplar arasında yoğun bir ilişki kurulmadığı ve ilişkinin büyük ölçüde ticari boyutta kaldığı görülecektir.

• Grupların ayrı toprak parçalarında hükümranlıklarını ilan ettikleri durumlarda, kaynakların paylaşımı konusunda gruplar arası rekabet olacaktır.

• Gruplara mensup insanlar farklı iş kollarında çalışıyor olmalarına rağmen karşılıklı olarak birbirlerine mal ve hizmet sunuyorlarsa gruplar arasındaki bağ daha derin olabilir. Bu bağ siyasal ölçekte ifade edilmiyor olsa dahi, farklı alanlarda kendini gösterebilir. Eğer, bu gruplar belli alanlardaki üretim araçlarını tekellerinde bulunduruyorlarsa gruplar arasındaki yakınlaşma siyaset ve ekonomi alanlarında kendini gösterecektir (Barth, 2001: 22).

Araçsalcı bakış açısıyla Barth, bunların dışında bir dördüncü durumdan daha söz etmektedir: iki veya daha fazla sayıdaki etnik grubun aynı sosyo-ekonomik alanda yer almasından kaynaklanan sınırlı rekabet durumu. Böylesine bir durumda, bir grubun diğer grupların yerine geçmesi ya da gruplar arasındaki bağlılığın artması beklenir. Barth, herhangi bir grubun işgal ettiği sosyo-ekonomik alanın niteliksel ve niceliksel tanımlamasını yaparken nüfus kriterinin de göz önüne alınması gerektiğini söylemektedir. Ona göre, eğer bir etnik grup doğada herhangi bir alanda varlık göstermenin kendi geleceği açısından faydalı olduğunu düşünürse, bu ilgilenilecek alan söz konusu grubun ölçeğini ve nüfusunu da bir şekilde belirleyecektir. Aynı şekilde, ekolojik açıdan birbiriyle yakın ilişki halinde olan iki gruptan birinin nüfusunda olacak bir değişim diğer grubu da doğrudan etkileyecektir (Barth, 2001: 23).

Nicel yaklaşım dünyadaki en etkin sosyo-politik fenomenlerden biri olsa da milliyetçiliğe ilişkin en ilgi çekici yaklaşım değildir (Dieckhoff ve Jaffrelot, 2010: 9). Çünkü özellikle sosyal bilimler alanında nicel veriler üzerine kurulmuş genellemeler yapmanın bağlam kurma açısından sakıncaları bulunmaktadır. Örneğin, etnik

çatışmalarda ölenlerin sayısı ya da azınlıkların nüfusu gibi nicel veriler ekonomik ve kültürel bağları, toplumsal dayanışmayı ya da çatışmayı kısmen açıklayabilmektedir.

1.1.2. MİLLİYETÇİLİĞİN KAVRAMSAL BİLEŞENLERİ

Etnisite kavramı, etnisitenin belirleyici unsurları, etnisite ve milliyetçilik arasındaki ilişki bağlamında bir önceki bölümde yaptığımız tartışmalardan hareketle milliyetçiliğin kavramsal bileşenleri olarak milli kimlik ve bireysel kimlik ekseninde biz-öteki karşıtlığı ve ötekini inşası sürecine değinmemiz gerekmektedir. Çünkü etnik kimlikten milli kimliğe geçişte başat rol oynayan fakat tek başına yeterli olmayan unsurların aynı zamanda milli bilinçteki yansımaları çalışmamızın analiz bölümü için önem taşımaktadır. Greenfeld'in de belirttiği gibi etnisite benzersizlik kimliği yaratmaz. Bireysel ve kişisel kimliklerin yapısında önemli bir değişken olan etnik kökenin benzersizlik kaynağı olarak görülmesi yanıltıcı bir bakış açısıdır (Greenfeld, 2017: 33). Çünkü kimlik toplumsal, siyasal, kültürel ve psikolojik bir inşa sürecinin ürünüdür. Fakat milli kimliğin inşa sürecinde etnisiteyi oluşturan dil ve din birliği, ırk ve köken miti, ortak tarih, amaç, menfaat birliği, dayanışma duygusu ve teritoryal sınırlar gibi unsurlar etkili bir biçimde kullanılabilmektedir. Bu bağlamda milli kimlik tanımını yapabilmek ya da milli kimliğin sınırlarını çizebilmek oldukça güç bir uğraştır. Çünkü milli kimlik, bireyin bilincine ve hafızasına kazınan bu unsurlardan çok daha fazlasında anlam bulabilmektedir.

Son zamanlarda etnik kimlik konusundaki çalışmaların sayısı birçok nedenden dolayı muazzam bir şekilde artmıştır. Ekonomik ve kültürel değişimler, egemen ideolojilerin ve geleneksel sembollerin ortadan kalkması, son derece hızlı bilgi alışverişi, malların, hizmetlerin ve insanların hareketliliğinin artması ve ulusal ve uluslararası çatışmaların şiddetlenmesi kimlik meselelerinin giderek artan bir şekilde önemli olmasının nedenleri arasındadır. Kimlik, birey ile toplum arasındaki ilişkiyi kavramsallaştırmak için çok önemli bir anahtar kelimedir. Kimlik kavramı, insanların kendilerini ve başkalarını sosyal çevrelerine nasıl yerleştirdiklerini ve bu konumların kişisel anlam ve değeri nasıl elde ettiklerini anlatmaktadır (Verkuyten, 2005: 11). Milliyet de her biri kendi içinde, başka, karmaşık kişilerarası ilişki ağları ve kategoriler temelinde tekrar örgütlenen etnik gruplar gibi birçok daha küçük kategoriyi içine alan,

tek bir büyük, kategorik kimlik haline gelir. Milliyetçi retorik, iç farklılıklarına değinmeden, her türlü kategoriden insanı barındırdığını veya bu tür içsel farklılıkların hepsinden öncelikli olduğunu iddia etmektedir (Calhoun, 2012: 56).

1.1.2.1. Milli Kimlik

Milliyetçilik, her şeyden önce, kelimenin psikolojik anlamında, benlik tanımı yapılarak bir kimlik türünü gösterir. Bu anlamda, her kimlik bir fikirler dizgesidir, bir simgesel kurgudur. Kimlik, özel olarak güçlü bir kurgudur, çünkü bir kişinin toplumsal dünyasındaki konumlanışını belirler. Kimlik kendi içinde o kişiden beklentilerini ve kişinin çevresindeki öteki farklı sınıflardan beklentilerini taşır ve dolayısıyla kişinin eylemlerine yön verir. Tarih boyunca insanların özü farklı kimlikler tarafından tanımlanmıştır. Birçok toplumda dinsel kimlik bu işlevi görmüştür. Başka bazı toplumlarda bir zümre ya da kast aynı işlevi görmüştür. Modern toplumdaki böylesine genelleşmiş kimlik ise milli kimliktir (Greenfeld, 2017: 45).

Gündelik hayata demirlenen kategorik kimliklerden biri olan milli kimlik, biz ve ötekine vurgu yaptığı için milliyetçiliği ortaya çıkaran türdeşleşmeyi yeniden üretmektedir. Kimlik, farklılıklara ve ortak değerlere yaptığı vurgu boyutuyla milliyetçilik literatüründe çoğu zaman bir soru ya da sorun olarak çalışılan konular arasında olmuştur. Sanayi Devrimi'nin vaad ettiği benzerliğin aksine özellikle küreselleşme süreciyle birlikte milli kimliğin korunması meselesi farklılıkları keskinleştirmiştir. Milli kimliğin çok boyutlu yapısı çokkültürlülük ve demokrasi ekseninde toplumsal, kültürel, siyasal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak değişip yeniden tanımlanabilmektedir. Bu nedenle milli kimlik kavramının tanımı sorunlu bir meseledir. Hatta milli kimlik tanımının yapılması çok zordur, hemen hemen olanaksızdır. Her tarihsel dönemde, farklı birtakım özellikler ekseninde oluşur. Genellikle dil, din, kültür, etnik köken, pazar birliği, psikolojik birlik fikri gibi birçok neden sayılır. Fakat yapılacak her ulus tanımına ters düşen ulus bulmak mümkündür. Bu öğelerden sadece bir tanesi bile bazen ulus olmaya yeterken, tüm bu ortak öğelere sahip olmalarına rağmen ulus olamamış topluluklar vardır. Bu nedenle ulusal kimlik tanımı ancak her somut koşul için ayrı olarak yapılabilir (Akçam, 1995: 71-72). Ayrıca, bir ulus-devlette yaşanan ulusal deneyimler çevreleriyle de sürekli bir kimlik

alışverişi içindedirler ve milliyetçiliğin ne olduğu ancak faaliyetlerine bakılarak anlaşılabilir (Delannoi, 1998: 34-36).

Milliyetçilik söyleminin gündelik temelli bu çok boyutlu yapısı nedeniyle milli kimlik tanımı toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Milliyetçilik söyleminin, somut ilişki ağlarından ziyade, kişilerin benzerlikleri üzerine kurulu ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve diğer kenetlenme söylemleriyle paylaştığı çok şey vardır. Bireyler kategorik kimlikler halinde gruplanabilen birimlerdir. Milliyet de modern çağda merkezi önem kazanan bir dizi "kategorik kimlikten" yalnızca biridir (Calhoun, 2012: 60). Fakat milliyetçiliği sadece bir kimlik yahut bir bağ olarak adlandırmak kendinde çok az şey açıklamaktadır. Problem, birinin "kimliği", bireyin vücudunda ya da zihninde bulabileceğini ummasıyla başlar. Bu kimliğin faaliyetini yanlış yerde aramak demektir. Eğer milliyetçilik söz konusu ise insanların çağdaş dünyada kendi milliyetlerini unutmamalarının nedenlerine bakılmalıdır (Billig, 2002: 18).

Milli kimliğin ve bilincin banal bir şekilde gündelik hayatta nasıl inşa edildiği ve yeniden üretildiği meselesi, zaman ve mekânın kullanımıyla ilişkili olarak değerlendirilmelidir. Çünkü zamansal derinlik ve içsel bütünleşmeye önem veren bir kimlik oluşturma şekli olan milliyetçilik (Calhoun, 2012: 16), modern dünyadaki belki de en zorlayıcı kimlik mitidir ve muhtelif biçimler almaktadır. Milli kimliğe dair mitlerin, siyasi topluluğun temeli olarak ülkeye/toprağa ve soya (veya her ikisine de) atıfta bulunması manidardır ve bu konudaki farklılıklar, ekseriyetle ihmal edilmiş olmakla birlikte, dünyanın pek çok yöresinde patlak veren çatışmaların ve istikrarsızlığın kaynaklarını oluşturmaktadır. En sert ve uzatmalı "milletlerarası" çatışmaların çoğunun milli kimlik konusunda birbirleriyle rekabet ve çekişme halinde bulunan iddia ve düşüncelerden kaynaklanması bir raslantı değildir (Smith, 1994: 9). Çünkü kimlik biz ve ötekine vurgu yapar. Öte yandan, milli kimlik, esasen siyasal bir boyut üzerine bina edildiğinden, farklı kültürel kimliklerle bir arada var olabilir. Bu yüzden de ulusal azınlıkların ve "devletsiz uluslar"ın taleplerini hesaba katabilecek bir kuramsal çerçeve oluşturmak gerekmektedir (Dieckhoff ve Jaffrelot, 2010: 15).

Devlet ideolojisinin sürekliliğinin sağlanabilmesi için milli kimliğin ekonomi ve kültürü de kapsayan siyasal yapıya ihtiyaç duyulmaktadır. Smith, bir ideoloji ve

hareket olarak milliyetçiliğin çok boyutlu bir kavram olan millî kimlik ile yakından ilişkilendirilmesi ve belirli, özel bir dil, hissiyat ve sembolizmi içerecek şekilde genişletilmesi gerektiğinin altını çizmektedir (Smith, 1994: 8). Çünkü bir milli kimlik sahibi olmak duygusal olduğu kadar fiziksel, hukuksal ve sosyal konumlanmayı da beraberinde getirmektedir. Tipik olarak, kendisi de milletler dünyasında konumlanmış olan bir memlekette konumlanmış olmak anlamına gelir ve ancak, eğer insanlar milli kimliklere sahip olduklarına inanırlarsa, böylesi memleketler ve milli memleketler dünyasının tümü yeniden üretilebilirler (Billig, 2002: 18). İnsanların vatandaşlığın farkına varmaları, tarihsel bakımdan çok yeni ve genel olarak icat edilmiş semboller ve (seçimler gibi) yarı ritüel pratiklerle (bayraklar, imajlar, seremoniler ve müzik) ilişkili kalmaktadır (Hobsbawn, 2005: 15). İnsan toplulukları kendilerini ortak geçmişte tanır, bu geçmişi belleğine işler, ritüel törenlerle anar ve yorumlar (Billig, 2002: 219).

Farklı Avrupalı kimlikleri düşünecek olursak, hepsinin ortak bir listeye göre şekillendirildiklerini görürüz. Her ulusun, kurucu ataları, ulusun çağlara yayılan sürekliliğini sağlayan bir tarihi, milli değerleri şahsında somutlaştıran kahramanları, bir dili, kültürel ve tarihi abideleri, anı mekânları, tipik bir manzarası, bir folklor ve de giysi, damak zevki, sembolik hayvanlar gibi pitoresk ortaklıkları vardır. Daha önce de belirttiğimiz gibi din tam anlamıyla bu "kimlik doğrulama listesi"nin bir maddesi değildir. Zaten dini farklılıkların aşılması bazı durumlarda ulusun yaratılmasının temel bir ayağı olmuştur (Thiesse, 2010: 53-54).

Çünkü Greenfeld'in de belirttiği gibi milli kimlik dışlayıcı bir biçimde dinsel kimlikten ya da bir sınıf kimliğinden farklıdır. Yine dışlayıcı ya da ağırlıklı olarak dilsel ya da coğrafi kimlikle ya da belli türden politik kimlikle hatta bir benzersizlik kimliğiyle, yani hepsi birlikte milli kimliği çağrıştıran Fransızlık, İngilizlik ya da Almanlık anlamındaki kimlikle de eş anlamlı değildir. Sıklıkla (benzersizliğin kaynağına göre, dinsel ya da dilsel, bölgesel ya da politik nitelikli olabilen) bir benzersizlik kimliği, hiçbir biçimde onu garanti etmeksizin ve öngörmeksizin, milli kimlikten yüzyıllarca önce var olmuştur. Milli kimliğin bir belirsizlik kimliğinden oluşması normal olmamakla birlikte mümkündür. Amerika'da kimlik gelişimi bu seyri izlemiştir. Milli kimlik bir soy kimliği değildir; o özgün bir kimliktir. Bir kimlik

yaratmak belki psikolojik bir zorunluluk, insan doğasının olmazsa olmaz bir özelliğidir. Milli kimlik yaratmak ise öyle bir şey değildir (Greenfeld, 2017: 31-32). Milli kimlik; hem tarih, dil, din, gelenek ve görenek gibi toplumsal yapıyı belirleyen birçok faktörü hem de uluslar arasındaki farklılıkları yani "ötekini" vurgulayarak ırkçılık gibi birçok tehlikeyi barındırmaktadır. Dolayısıyla ideolojik, siyasi ve kültürel bir kimlik olarak milli kimliğin ne şekilde biçimlendiği ve bu süreçte hangi faktörlerin etkili olduğu kavramak doğrudan ve dolaylı olarak toplumu anlamaya olanak tanımaktadır.

1.1.2.2. Bireyselleşme ve Bireysel Kimlik

Milliyetçiliğin temel dayanak noktalarını güçlendiren bireycilik, bireyleri ulusun doğrudan üyesi yapar, her birine öz kimliklerinin damgasını vurur ve hepsini anında ve yekvücut bir topluluk haline getirir. Bireyin ulusun bir mensubu olması için, ailenin, cemaatin, bölgenin veya sınıfın aracılığına ihtiyacı yoktur. Bu düşünüş biçimi, kimlik oyununda, milliyet fikrinin bir koz olarak elini güçlendirmektedir (Calhoun, 2012: 64-65). Milliyetçilik bireysel kimliğin kaynağını ise hâkimiyetin taşıyıcısı, sadakatin merkezi öznesi ve kolektif dayanışmanın temeli olarak görülen bir "halk" topluluğuna yerleştirir (Greenfeld, 2017: 19).

Bireysel kimlik, büyük ölçüde toplumsal rol ve kültürel kategorilerden oluşmaktadır. Kimlikler değişebilir hatta ilga edilebilir toplumsal sınıflamalara dayanmaktadır. Smith, kendi'yi oluşturan kolektif kimlik türlerini cinsiyet, mekân ya da ülke/toprak, sosyo-ekonomik toplumsal sınıf kategorilerine göre değerlendirmektedir. Eğer o ülkedeki bütün halkı kuşatacak kadar kapsamlı bir kollektif kimlik ortaya çıkacaksa bunun sınıf ve ekonomik çıkara dayalı bir kimlikten tamamen farklı türden olması gerekmektedir (Smith, 1994:17-22). Çünkü yukarıda da belirttiğimiz gibi milli menfaatle bireysel menfaatin çakışması durumunda milli bilinç ortadan kalkabilmektedir.

Birbirinden ayrı düşünülemeyen iki olgu olarak bireycilik ve demokrasi milliyetçi söylemin inşasında olmazsa olmazlar arasında yer almaktadır. Çünkü millet, siyasal ve toplumsal hiyerarşiden özgürleşmede itici bir güçtür. Milliyetçiğe içkin bir

şekilde bağlı olan demokratikleşme süreci, bir değerler sistemi olan bireyciliğin yayılışından ayrılamaz. Nitekim bireycilik İngiltere ve Fransa'da ortaya çıkmış ve burada milliyetçiliğin oldukça özgün bir versiyonunu beslemiştir. Fransa'da insanlar millet fikrinde sadece bir özgürleşme programı bulmakla kalmayıp, 1789'dan sonra, o dönemde insan hakları anlayışında somutlaşan kendi devrimci ideallerini ihraç etmeye karar vermiştir (Dieckhoff ve Jaffrelot, 2010: 10).

Tarihsel bir düzlemde milli kimlik ve birey arasındaki ilişkiye ışık tutmak istediğimizde modernitenin en önemli boyutlarından birinin yani "geleneksel toplum bağlarından kurtulmuş, kendi aklıyla kendini yönlendiren bireyin doğması" olduğunun bir kez daha altını çizmemiz gerekmektedir. Çünkü geleneksel bağlılıklardan kopanlar, bireyselleşmiş ve modern toplumun bir yurttaşı haline gelmiştir. Kapitalist üretim ve tüketim ilişkileri ve geleneksel bağlılıklardan kopan ve bireyselleşen yurttaş, "ulus devlet olma ve demokratik süreçlere dayanma" şeklinde özetlenebilecek yeni bir örgütlenme biçimi ortaya koymuştur. Yerel bağlamdaki toplumsal ilişki biçimlerini aşarak, daha büyük ve yaygın bir mekânda toplum içi dayanışmanın ve anonim toplumsal ilişki kalıplarının oluşturulabilmesi için ulus kimliklerin geliştirilmesi gerekmiştir (Tekeli, 2007: 20).

Kapitalist üretim ve tüketim ilişkileri ve kültürel örüntülerin etkisiyle bireycilik, küreselleşme süreciyle tıpkı kültür gibi daha da çekişmeli bir alan haline gelmiştir. Küreselleşme, çatışmayı sınırlamak yerine daha geniş ve uzak alanlara yaymaktadır. Bunun nedeni de milli bilincin içkin olarak rekabetçi oluşudur. Milliyetçilik bireysel kimliğe itibar bahşeder. Böylesi bir itibarın bahşedilmesi, milli kimlikle diğer bütün kimlik türlerinin temel farkıdır. Milli gurur ya da yaralı milli itibar duygusu olarak deneyimlenen milli duygu, milletin saygınlığındaki dalgalanmaları yansıtır ve üyeler milletlerinin itibarlarına katkıda bulunmak ve onu savunmak için kolaylıkla seferber edilebilir. Bu psikolojik dinamik, milletlerin prestij için sürekli rekabet etmelerine neden olur (Greenfeld, 2017: 10). Uluslararası rekabet ise ben-öteki karşıtlığının ve ötekinin inşasının temel dinamiklerinden biridir.

1.1.2.3. Biz-Öteki Karşıtlığı ve Ötekinin İnşası

Kolektif bellekte biz ve öteki arasında bir karşıtlık yaratmak milli kimliğin inşasında önemli bir yere sahiptir. Bu süreci etnisiteden milli kimliğe geçişte etkili olan olguların bir bütünü olarak da görmek mümkündür. Çünkü milliyetçi düşünce biçimi "bizden olmayanı" da yani "öteki" kavramını da içerir. "Öteki" milliyetçi ideolojinin, olmazsa olmaz, temel taşlarından birini oluşturur (Millas, 2008: 193). Etnisitenin ilk eylemi içerdekiler ile dışardakiler; Biz ve Onlar arasında sistematik bir ayrım uygulamaktır. Bu tür bir ilke var olmazsa etnisite olamaz, çünkü etnisite bireyleri birbirini kültürel olarak farklı kabul eden şekillendirilmiş kategoriler arasında kurumsallaşmış bir ilişki gerektirmektedir (Eriksen, 2002: 35). İnsan yaşamında, "biz" duygusu her zaman var olmuştur. Tarih boyunca değişen tek şey, bu "biz"in niteliğidir. Bu "biz": boy (klan, kabile), aile, oymak (aşiret), köy, kent-devlet, yurttaşlık, din, mezhep, tarikat vb. olabilir. Bugünkü dünyada, bu "biz"in en etken biçimi, ulustur (Eroğlu, 1992: 42).

Düşman tasarımı da insanlık tarihinin her döneminde yaşanmıştır. Suç işleme potansiyeline sahip olduğu varsayılan "yabancı", yarattığı korku nedeniyle sınırlandırma ve ayrımcılıkla ifade edilen düşmanlıkla karşılaşmaktadır (Alver, 2003: 72). Milletin tanımlanması, millete bireyler tarafından atfedilen ortak özelliklere olduğu kadar milletten dışlanan öteki üyelerin niteliklerinin algılanmasıyla da yakından ilişkilidir. Millete duyulan aidiyet bağının dışlayıcılık üzerine kurulması da ortak tarihsel, kültürel ve psikolojik algılamaların var olduğunu belirtmektedir (Boztemur, 2006: 164).

Aynı millet içerisinde, dış dünyaya doğru hissedilen dayanışma yoğunluğunun değişkenlik gösterdiği ve güçlü yönleriyle büyük ölçüde değiştiği bilinen tarihi bir gerçektir. Genel olarak, bu duygu, iç çıkar çatışmalarının azalmadığı durumlarda bile gelişmiştir (Weber, 1946: 175). 19. yüzyılda milliyetçilik çağına gelindiğinde, kozmopolitik imparatorluk bünyesinde var olan bütün topluluklar birbirlerine karşı olumsuz bir birikim yapmış duruma gelmişlerdi. Dinin yanı sıra etnisite de "Biz/Ötekiler" ayrımını gerginleştirmeye başlamıştır (Belge, 2008: 181). Mücadele/çatışma kavramına dayanan milliyetçilik kuramları, en ikna edici

varsayımlardan birine, "milliyetçiliğin gruplar-arası çekişmeden kaynaklandığı" varsayımına dayanmaktadır. Bununla birlikte ekonomik ve siyasal alanları ilgilendiren rekabet fenomenlerine itibar etmedikleri oranda bu kuramlarda ciddi bir eksiklik bulunmaktadır. Kültürel ve psikolojik olgular alanına giren egemenlik ve yarışma etkisi, milliyetçiliğin gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır (Jaffrelot, 2010: 49).

Kimliğimizi her zaman, önemli saydığımız öbür kişilerin bizde görmek istedikleri şeylerle diyalog içinde, bazen de çatışma içinde tanımlarız (Taylor, 1996: 48). Dışlamayla tanımlanan etnik grup kavramsallaştırılması üzerine çalışmalar yapan Barth'a göre etnik sınırların varlığı, dışlama ve dahil etme gibi sosyal süreçlerin varlığıyla ilintilidir. Etnik farklılıklar sosyal etkileşimdeki eksikliklerden kaynaklanmak yerine oluşturulan sosyal sistemlere kaynaklık yapabilecek unsurlar olarak nitelendirilebilir. Böyle bir sosyal sistemde yer alan karşılıklı toplumsal etkileşim, farklılıkların azalmasına yol açmaz; kültürel farklılıklar etnik gruplar arasındaki ilişkilere ve bağımlılığa rağmen varlıklarını sürdürürler. Ona göre ortak bir kültürün paylaşımı, etnik grup oluşumu sürecinde belirleyici bir unsur olarak değil, bu oluşumun bir ürünü olarak algılanmalıdır. Oluşturulan kültürel formlar dışsal çevresel faktörlerin izlerini taşırlar. Kültürel formların sosyal aktörlerin dikkate almak zorunda oldukları çevresel faktörlerin özelliklerini yansıttırlar. Herhangi bir etnik grup, aynı şekilde, farklı çevresel faktörlerle karşılaştığında değişik yaşama biçimleri ve davranış kalıpları geliştirecektir. Farklı coğrafyalar üzerinde yaşayan ve aynı etnik gruba mensup olan sosyal aktörlerin oluşturdukları davranış kalıpları önemli farklılıklar gösterebilir (Barth, 2001: 11-15).

Billig ise "milliyetçilik" terimini "ötekilerin" ideolojisiyle sınırlanamayacağını çünkü böylesi bir sınırlamanın kendisinin ideolojik anlamlarının haiz olduğunu ileri sürmektedir. Bunun yerine milliyetçilik bir kavram olarak müesses ulus-devletlerin rutin yeniden üretiminin biçimlerini de kapsayacak şekilde genişleten Billig, bu durumun yeni milletler oluşturmak için çarpışanların, ortada olan, açık seçik ifade edilen ve çoğu zaman şiddetle dışa vurulan milliyetçilikleriyle karşıtlık içerisinde bulunan "banal" bir milliyetçiliği ihtiva edeceğini ileri sürmektedir (Billig, 2002: 19-26). Bayraklar, marşlar, coğrafi sınırlar, dilin ortaklığı, politik yapılar ve ortak kültür

fikirleri, ait olma duygusuna katkıda bulunur. Fakat bazen bu unsurlar "öteki"yi dışlayan ulus ile özdeşleşmeye de yol açabilir (Cronin ve Mayall, 2005: 2).

Milliyetçilik seferberlik çağrısı yaparken bir tehdide yaslanır: ideolojik düşman, değerleri çürüyen ve dejenere olan dünya, tahammül edilemez baskılar, ya da hiçe sayıldığı, hakarete uğradığı için aidiyetin acilen ifade edilmesi ihtiyacı (Delannoi, 1998: 33). Bu duruma örnek verecek olursak "hiçe sayıldığı, hakarete uğradığı için aidiyetin acilen ifade edilmesi" Türk milliyetçiliğinin gelişiminde önemli bir unsurdur. Osmanlı döneminde aşağılanmakla eş anlamlı olan "Türk" kimliği "ötekiler" karşısında milli bilincin harekete geçirilmesinin temel dinamiklerinden biri olmuştur (bkz. Kushner, 1979; Lewis, 1993; Akçam, 1995, 2008; Oran, 2016).

Ötekini inşa etme sürecinde liderlerin rolü de çalışmamız açısından dikkat çekmektedir. Maalouf'a göre her yaralı topluluğun içinde doğal olarak önderler belirir. "Öfkeli" ya da "hesapçı" bu kişiler, yaralara merhem olan "sonuna kadar gidelim" söylemleriyle ortaya çıkarlar. Zafer ya da intikam sözü verir, zihinleri ateşlerler. Ötekiler bunu hak etmiştir (Maalouf, 2000: 27). Bu açıdan bakıldığında zafer ya da intikam söylemiyle biz ve ötekiler üzerinden milliyetçiliğin nasıl yeniden üretildiği çalışmamızın analiz bölümü için önem taşımaktadır. Çünkü reklamlar ve kamu spotları ulusların egemenlik sağlama pratikleri gündelik hayatta milliyetçi söylemin inşasında ve yeniden üretiminde etkili olan icat edilen gelenekler, festivaller, kutlamalar, anıtlar, ulusal günler, bayramlar, spor, müzik, sinema, yemek, mimari gibi dahil etme ve dışlama pratiklerini üretmektedir. Reklamlar ve kamu spotları bu yolla milli bayramlar ve anma günleri gibi belirli bağlamlarda kültürel ve siyasi bir işlev görmektedirler.

1.1.3. MİLLİYETÇİLİĞE YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Çalışmanın bu bölümünde milliyetçilik kuramları, ilkçi yaklaşım, modernist paradigma, etno-sembolcü yaklaşım, banal ve sivil milliyetçilik çerçevesinde incelenmiştir. Milliyetçiliğe yönelik bu paradigmalar, bazı çözümlemelerde çok keskin bir biçimde ayrılırken bazı noktalarda iç içe geçmektedir. Farklı yaklaşımları vurguluyor olsalar da bu kuramlar birbiriyle yakından ilişkilidir. Milliyetçiliğin hangi koşullarda ortaya çıktığı konusunda çelişkiler mevcuttur. Jaffrelot'un da belirttiği gibi

ideolojinin bayrağı altında yer alan yazarlar, milliyetçiliği bir inşa olarak çözümleyenlerle, milliyetçilikte bir yayılma fenomeni görenler olarak ikiye ayrılmaktadır. Milliyetçiliğin yayılışını açıklayan teori, milliyetçiliğin başlangıçta hangi koşullarda ortaya çıktığına açıklık getirmemektedir. Daha çok toplumsal fenomenlerin incelenmesiyle uğraşan ve siyasal faktörleri ön plana koyan yazarlar, fikirlerin yayılmasını onları benimseyen toplumlar çerçevesinde ele almaktadırlar. Bu durumda, bu etkinin, kimi zaman çok zengin olan bir etnik kültürü yeniden kalıba dökerek bir ideoloji yaratma sürecini nasıl harekete geçirdiğini araştırmak söz konusudur (Jaffrelot, 1998: 60-61).

İlkçi yaklaşım, milliyetçiliği etnisitenin değişik bir türü olarak görmeye eğilimlidir, çoğu zaman milliyetçiliğin duygusal boyutunu vurgulamaktadır ve birçok modern ulusun sürekli olarak modern öncesi etnik oluşumlardan geliştiğini iddia etmektedir. Öte yandan, modernistler, ulusları modern devletlerin ve ekonomilerin oluşumuna eşlik eden, genellikle milliyetçiliğin ideolojik boyutlarını vurgulayan ve milletleri, etnisitinin biçim verilebilir ve toplumsal olarak inşa edilmiş doğasının kanıtı olarak görme eğilimdedir (Hearn, 2006: 7).

Etno-sembolcü yaklaşım ise modernistlerin yirmi-yirmi beş yıl süren hegemonyasına bir tepki olarak doğmuştur ve temel savlarını modernizm eleştirisinden yola çıkarak geliştirmiştir. Etno-sembolcüler, ilkçiler ya da modernistlere oranla daha türdeş bir kategori oluştururlar. Milliyetçilik çözümlemeleri büyük ölçüde benzerlik gösterir. Vurgu yaptıkları etkenler, öne sürdükleri savlar genellikle aynıdır. Buna göre milletlerin gelişim süreci geniş bir zaman dilimi içinde ele alınmalıdır; çünkü modern milletlerin doğuşunu etnik geçmişlerini dikkate almadan açıklamak mümkün değildir. Etno-sembolcüler, modern çağın ürünü olduğunu kabul ederek ilkçilerden ayrılırlar (Özkırımlı, 1999: 195-196). Smith'in çalışmalarının gösterdiği gibi, etno-sembolistler, etnik bağlardan oluşan çeşitli ağları millet ve milliyetçiliklerin yükselişinde ve devamlılığında en önemli faktör olarak görmektedirler (Smith, 2017: 41).

Banal milliyetçilik perspektifinden ise milliyetçilik, gündelik hayat temelinde ele alınmaktadır. Billig "Banal Milliyetçilik" teziyle milliyetçiliğin, müesses milletler

için gelip geçici bir hat olmaktan öte, onlara özgü yerleşik bir koşul olduğunu ileri sürmektedir. Kamu kurumlarına asılan bayraklar, futbol maçlarından önce söylenen ulusal marşlar milliyetçi ideolojinin günlük yeniden üretimi için bir sorun teşkil etmemektedir. Ona göre, kendi sürekliliklerine inançları tam olan ve özellikle de geleneksel olarak "Batı" diye tabir edilen şeyin parçası olarak görülen müesses milletlerde, milletlik sürekli işaret edilir ve hatırlatılır (Billig, 2002: 16-17).

En tartışmalı yaklaşımlardan biri olan sivil milliyetçilik de sivil toplum ve devlet ikilemiyle özellikle etno-sembolcü yaklaşımın karşısında yer almaktadır. Sivil toplum ve devlet arasındaki karşıtlığa ilişkin literatürde, siyasallaşmış veya ulusal bir kültürü, ortak bir dili ve dini yaygınlaştırmakta aktif rol oynayan devletçe şekillendirilmiş milliyetçilik anlatısı yoğunluk göstermektedir. Nairn'e göre, "sivil" bir toplumsal düzen uzun vadede ulusal kimliğin uygun bir sivil biçimine dayanmaktadır ve "milliyetçiliğin" etnik milliyetçilik olduğu konusunda ısrar edilmezse, buna "milliyetçilik" de denebilir. Fakat "sivil toplum" en iyi durumda, bir tür geçiş ideolojisidir (Nairn, 2015: 126-151).

1.1.3.1. İlkçi Yaklaşım

Bir kuramdan daha çok bir bakış açısı olan ilkçi yaklaşım, milletleri doğal ya da eski çağlardan beri var olan yapılar olarak görenleri nitelemek için kullanılmaktadır. 1960'lara kadar üretilen eserlerin büyük bir bölümünde egemen olan ilkçi yaklaşıma dayalı milliyetçilik kuramlarını, etnik gruplarla ilgili çalışmalardan bağımsız ele almak mümkün değildir. Yaklaşım ilk olarak, etnik kimliği ve bu kimliği oluşturan bağların niteliğini inceleyen çalışmalarla şekillenmiştir (Özkırımlı, 1999: 75). İlkçilik, aşağıdaki yaklaşımların birinin ya da bu yaklaşımlardan birkaçının birleşimini vurgulayabilmektedir:

• Ulusal kimlik söylemlerinde baskın temalar: ortak köken, teritoryal aidyet ve ortak dil,

• Tarihsel derinlik: Ulusların daha önce organik olarak önceden var olan bir etnik kökene dayanarak evrimleştiği fikri,

• Duygusal bağların, bağlılık duygularının ve bunların milliyetçi dil ve sembollerle çağrıştırılmasının vurgulanması (Hearn, 2006: 20).

"Ulusun bütünleştirici kavramı nedir? Ulusları ve milliyetçiliği tamamen modern olgular olarak değerlendirmekte haklı mıyız? Eğer değilsek, milliyetçi bağların ve duyguların tarihi oluşturan doku ve insanlığın evrensel niteliği olduğu görüşüne dönmemiz gerekir mi?" sorularına yanıt ararken Smith, "primordialistlerin" vardığı sonuca dikkat çekmektedir. Dil, din, ırk, etnisite ve toprağa dayalı "primordialist" bağların önemi üzerine Edward Shils'in çalışmasından yola çıkarak bu görüşü savunanlar, etnik toplulukların ve ulusların, tarihin doğal birimleri ve insan deneyiminin bütünleştirici unsurları olduğunu iddia ederler. Bu önermenin sosyo-biyolojik versiyonu, etnisitenin kan bağının uzantısı olduğunu ve kan bağının da hayatta kalma mücadelesinde kolektif amaçları gerçekleştirmede normal bir araç olduğunu vurgular. Aynı görüş açısının sosyolojik versiyonları dili, dini, ırkı, etnisiteyi ve toprağı tarih boyunca ortak amaca sahip insan gruplarını örgütleyen temel ilke ve bağlar olarak değerlendirmiştir. Bu bakımdan söz konusu unsurlar karmaşık siyasal oluşumlardan önce geldiği ve bu siyasal oluşumların üzerine inşa edilebileceği temeli oluşturduğu için kesinlikle "primordialist"tir. Bu görüşe göre daha da önemlisi "primordialist bağlar" tıpkı cinsiyet ve coğrafyanın yaptığı gibi insanları farklı gruplara ayırmıştır ve ayırmaya da devam edecektir. Dolayısıyla milliyetçilikle ilgili özel olarak modern bir şey yoktur. Ayrıca "modern koşulların" değişmesiyle ortadan kalkması mümkün görünmemektedir. "Primordialistler" ulusların ve milliyetçiliğin sürekli ve doğal olduğunu savunurlar. Modernizme karşı olan "Perennialistler" adı verilen perspektife göre uluslar ve milliyetçilikler sürekli, hatta belki evrenseldir. Modern dünyada bulunan birimlerin ve duyguların, aslında, izlerine sadece insanlık tarihinin çok eski dönemlerinde rastlanan benzer birimlerin ve duyguların daha büyük ve etkin ifadeleridir. Smith, kolektif kültürel bağların ve duyguların Antik Çağ'dan beri var olduğu iddialarının bunların evrensel olduğu varsayımını açıklamakta yetersiz kaldığı konusunda "Perennialistler" eleştirmektedir. Ona göre, kolektif kültürel bağ ve duyguların kapsamında, yoğunluğunda, öne çıkmasında ve siyasal önemindeki çeşitliliklerin "perennialist" perspektife yerleştirilmesi gereklidir; bu da sadece geniş toplumsal süreçlerdeki rolleriyle birlikte sembolizmin ve mitolojilerinin içerik ve biçimlerinin tarihsel analizi yoluyla yapılabilir. Smith, modernistlerin ve

"perennialistlerin" yüzeysel olarak yorumladığı iddialarından uzak durmak ve modern ulusal birimler ve duygularla önceki dönemlerin kültürel birimleri ve duyguları arasındaki benzerlikler ve farklılıkları ortaya koyacak bir analiz yapabilmek için etnik topluluk ve ona ait sembolizmden yani onun deyimiyle "ethnie" kavramından yararlanmaktadır (Smith, 2002b: 10-57).

İlkçiliğin en uç noktada savunan "doğalcı" yaklaşıma göre etnik kimlik konuşma yeteneği, koku alma, görme duyuları ya da cinsiyet kadar doğal bir parçamızdır. Kişilerin ait olduğu etnik topluluk önceden belirlenmiştir ve milletin doğal sınırları vardır. "Eskilci" yaklaşım ise milletlerin eski çağlardan beri var olduğunu ve geçmişten bugüne fazla değişikliğe uğramadan geldiğini savunur ve biçimsel farklılıklar gözlense bile, milli özün hep aynı kaldığını ileri sürer. Eskicilere göre hem milletler hem de milliyetçiliğin kökenleri modernleşme sürecinin ötesine, eski çağlara uzanır (Özkırımlı, 1999: 78-86).

"Sosyo-biyolojik" bakış açısının en etkili savunucusu Pierre van den Berghe, "ırk ve etnik ilişkiler" olarak adlandırılan akademik uzmanlığın literatür açısından zengin, teoride ise zayıf olduğunu ve aynı durumun, ekonominin ve dilbilimin kısmen istisnası dışında bir bütün olarak sosyal bilimler için de geçerli olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre bu durumun nedeni, sosyal bilimlerle ideolojinin iç içe geçmiş olması ve kendilerini uzun zamandan beri yaşam bilimlerinden ayırmalarıdır. Bu olgular, toplumsal davranış çalışmalarını, insan organizmasının evriminden neredeyse tamamen ayrılmış bir fenomen olarak değerlendirmişlerdir. Söz konusu bu iki neden birbiriyle ilişkilidir ve bu nedenlerin etkileri, uzun zamandan beri politik tartışmaların ana çatışma noktasında yer alan ırk ve etnik ilişkiler alanında özellikle belirgindir. 1981 yılında yayınlanan "The Ethnic Phenomenon" kitabında Pierre van den Berghe, son on yılda giderek artan bir şekilde, toplumları sosyal bilimlere hâkim olan kültürel belirleyici bakış açısıyla birbirleriyle karşılaştırmanın yeterli olmadığını ve davranışımızı diğer türlerinkiyle karşılaştırmazsak, insan davranışının pek çok temel özelliğinin anlaşılamayacağını ileri sürmüştür (Berghe: 1987: 1-5). Özetle "sosyo-biyolojik" yaklaşım etnik bağlılıkların kökenini genetik özelliklerde ve iç güdülerde aramaktadır. Bu görüşe göre milletler, geniş ölçekli ailelerdir. Bu yaklaşım neden her etnik grubun millet olamadığını açıklayamamaktadır (Özkırımlı, 1999: 83-84).

Kültürel ilkçi yaklaşım ise etnik bağlılıklarda inancı ön plana çıkarmaktadır. Bireyleri, etnik topluluğu ya da milleti ötekilerden ayırdığı düşünülen din, dil, ortak geçmiş gibi öğelere sımsıkı bağlayan bu öğelerin ilk olma niteliği taşıdığına, her şeyden önce var olduğuna duyulan inançtır. Bu inanç, söz konusu öğelere mistik bir hava, tinsel bir önem kazandırmaktadır (Özkırımlı, 1999: 86-87). Kültürel ilkçiliğin önde gelen savucusu Clifford Geertz, devletlerin halklarının benlik duygusunun büyük ölçüde ve bir bakıma tek bir parça halinde olan kan, ırk, dil, bölge ve geleneğin mutlak gerçekliklerine bağlı kalmayı sürdürdüklerini ileri sürmektedir. Fakat Geertz, bu iddiasıyla anlamın ve bağlamın altını çizmektedir. Ona göre, bir anlama sahip olduğu için kültür kamusaldır ve eylemlerin birer gösterge olduğu evrenleri tanımak gerekmektedir. Yani Geertz'e göre kültür bağlamdır (Geertz, 2010: 27-288). Bu "kökçü" yaklaşım, etnik kimliğin devingen niteliğinin altını çizen, ama büyük çoğunlukla kültürel verilere atıfta bulunan, böylece materyalizmden esinlenen çatışma teorilerinden ayrılan yazarlar tarafından "sabitçiliği" nedeniyle kısa sürede reddedilmiştir (Jaffrelot, 1998: 60).

1.1.3.2. Modernist Paradigma

Çalışmamız açısından milliyetçiliği toplumsal inşa ve araçsalcı perspektiflerden inceleyen modernist yaklaşımlar büyük önem taşımaktadır. Milliyetçiliğin önemli tarihçilerinden Liah Greenfeld'in de belirttiği gibi modernliğin kurucu unsuru olan millet fikri, on altıncı yüzyılda, dünyadaki ilk millet olan İngiltere'de ortaya çıkmıştır. Orada gelişen bireyselci milliyetçiliği Amerika'daki kolonileri tarafından miras alınmış ve sonra da Amerika Birleşik Devletleri'nin karakteristik özelliği haline gelmiştir. Egemenliğin taşıyıcısı, kolektif sadakatin merkezi nesnesi ve politik dayanışmanın temeli olarak methedilen bir "halk" olarak "millet"in anlamını, bir elit anlamından koparan ve onu tikel nüfusların jeopolitik ve/veya etnik karakteristikleriyle kaynaştıran tikelci milliyetçilik on sekizinci yüzyıla kadar görülmemiştir. Bu tür bir milliyetçilik Avrupa kıtasında ortaya çıkmış ve oradan bütün dünyaya yayılmaya başlamıştır. Kolektivist milliyetçilik önce ve neredeyse eş zamanlı olarak Fransa ve Rusya'da kendini göstermiş, sonra, on sekizinci yüzyılın sonuna doğru on dokuzuncu yüzyılın başında Alman prensliklerinde görülmüştür. Milliyetçilik, on sekizinci yüzyılda yayılmaya başladığında, yeni milli kimliklerin

ortaya çıkışı artık bir orijinal yaratım sonucu olmaktan çıkmış, halihazırda var olan bir fikrin ithal edilmesi halini almıştır. On sekizinci yüzyıl Avrupa'sında İngiltere'nin hakimiyeti ve ardından dünyada Batının hakimiyeti milliyetçiliği genel kural haline getirmiştir (Greenfeld, 2017: 34-35).

İngiliz tarihçi Edward Hallett Carr ise modern uluslararası ilişkiler tarihini üç döneme ayırmaktadır: Birinci dönem, "tek ülke tek din" ilkesiyle Orta Çağ'ın imparatorluk ve kilise birliğinin tedrici dağılışı ile ulusal devlet ve ulusal kilise düzeninin kurulmasıyla başlamıştır ve Fransız Devrimi ve Napoleon savaşlarıyla sona ermiştir. Dönemin esas karakteristiği, ulusun hükümdarın kişiliğinde somutlaşmasıydı. Fransız Devrimi'nin ürünü olan ikinci dönem, her ne kadar temelleri 1870'ten sonra sarsılsa da 1914 Birinci Dünya Savaşı'na kadar devam etmiştir. Bu dönemde, düzenli ve barışçıl uluslararası ilişkileri büyük ölçüde zedelemeden, ulusal duygunun çarpıcı bir biçimde yayılmasına ve güçlenmesine olanak sağlamaya yetecek kadar sağlam bir uluslararası düzen ya da yapı kurulduğu için "milliyetçilik" ile "enternasyonalizm" güçlerini hassas bir biçimde dengelemeyi başarmıştır. Ana özellikleri 1870'ten sonra biçimlenmeye başlayan ve yeni toplumsal katmanların ulusun fiili üyeliğine getirilmesi, ekonomik güçle siyasal gücün yeniden birleşmesinin gözle görülür hale gelmesi ve ulusların sayısındaki artış nedeniyle milliyetçiliğin yeni bir siyasal ve ekonomik ortamda işlemeye başladığı üçüncü dönem ise en üst noktasına 1914-1939 yılları arasında ulaşmıştır (Carr, 1990: 7-23). Öte yandan Anthony Smith'in belirttiği gibi iki dünya savaşının yarattığı şok ve soykırımın dehşeti hem ırkçı hem de milliyetçi ideolojileri ve "daimici" millet anlayışının kuramsal doğalcılığını zayıflatmıştı ve artık millet kavramını "ırk" mefhumuyla özdeşleştirmek mümkün değildir (Smith, 2017: 14).

Milliyetçiliği sosyolojik bir perspektiften aydınlatan, ulusun tamamen modern bir olgu olmadığını ve etnik duygu ve bağların modern "etnik uyanışta" önemli bir rolü olduğunu ileri süren Smith, Batı anlayışında milliyetçiliğin ne eskilerin münhasır mülkiyeti ne de birisinin ülkesi için gösterdiği kahramanca özveri değil, antik dünya kadar modern dünyanın da bir fenomeni olduğundan hareketle tarihsel bağlamda ulus inşa etme sürecine dikkat çekmektedir. 1920'li ve 1930'lu yıllarda milliyetçi ideolojilerin modern ve seküler içeriği ile bunların rasyonalizm ve liberalizm ile yakın

ilişkisi vurgulanmaya başlanmıştır ve son zamanlara kadar geniş çapta kabul edilen milliyetçilik paradigması, klasik modernizmin paradigmasıdır. Ona göre, tarihçiler milliyetçiliğin kökenleri konusunda farklı düşünüyor olabilir fakat sosyal bilimciler açısından milliyetçilik, daha önce de belirttiğimiz gibi 18. yüzyılın ikinci yarısının sonlarında Batı Avrupa ve Amerika'da ortaya çıkmış modern bir hareket ve ideolojidir. İki dünya savaşıyla milliyetçiliğin en yüksek aşamaya geçmesinin ardından, ulus devletlerin sınırlarını aşan küresel güçlere yerini terk ederek düşüşe geçmiştir. 19. yüzyıl boyunca ve 20. yüzyıla kadar milliyetçilik, yerli elitlerin yabancı emperyal ve sömürgeci yönetimleri devirmek için savaştıkları her yerdeydi ve o kadar ki bir zamanlar popüler demokrasiden ayırt edilemez bir olguydu. 20. yüzyılın ortalarında, 1960'ların sonlarına ve 1970'lerin başlarına kadar gerçekten haklı olarak, ulusların ve milliyetçiliğin iyimser ve gerçekçi bir görüşü hâkim olmuştur. Diğer farklılıkları ne olursa olsun, milliyetçilik üzerine çalışan akademisyenler ve kuramcılar, ulusların ve ulus-devletlerin psikolojik gücü ve sosyolojik gerçekliği üzerinde hemfikir gibiydi. Milliyetçiliğin Batı modelinin iyi bir kopyasını yaratmak için iletişim, kentleşme, kitle eğitimi ve politik katılım gibi teknikler aracılığıyla ulusları inşa etme ihtiyacından bahsetmişlerdir (Smith, 2003: 1-3).

Çalışmamız açısından bakarsak ulusları inşa etme ve yeniden üretme sürecinde kitle iletişiminin rolünden hareketle yapılacak reklam ve kamu spotu analizlerinde dikkate alınacak kategoriler etno-sembolist ve modernist paradigmanın ortaya koyduğu unsurların yanı sıra bir sonraki başlıkta ele alacağımız milliyetçiliğin gündelik hayatın dinamik yapısı içerisinde banal bir şekilde yeniden üretilirken kullanılan öğelerin etrafında şekillendirilecektir. Bu noktada öncelikle Gellner'ın bağlayıcı etmen olarak kültürü ön plana çıkardığı ve yapı ve kültür arasındaki farklılığı vurguladığı kuramına değinmemiz yerinde olacaktır. Gellner, modern milliyetçiliğin ortak kültür ve kültürel imgelere bağlı geniş anonim topluluklarla tutkulu bir özdeşleşme olduğunu ve kendi birimlerini önceden var olan muhtelif türde farklılıklar yarattığını söylemektedir. Ona göre, bunların arasında dini olanlar önemlidir (Gellner, 2016: 226).

Gellner, Marx ve Engels'e atıfta bulunarak endüstrileşmenin dışsal ifadesini ve meşruluğunu ya da bazen edebî törenselliğini kültürel farklılıktan alan toplumsal

ayrışmayı yok ettiğinin altını çizmektedir. Kapitalizm emeği, sahibinin kimliğine ve sosyal durumuna hiçbir referans olmaksızın, sadece arz ve talep koşullarıyla alınıp satılan bir mala dönüştürür. Emeğin, bu emeği icra eden kişinin toplumsal kimliğinden tamamen koparılması Marksizmin 'yabancılaşma' nosyonunun da önemli bir öğesidir (Gellner, 2016: 60). Kapitalist üretim düzeninin ve kapitalist üretim ilişkilerinin doğurduğu devletin sistematik bir incelemesini sunan Marksist düşünce, milliyetçiliğin piyasa ekonomisinin yaratılması ve burjuvazinin sürekliliği için sistemin kendisi tarafından üretilmiş ve maddi temelleri kapitalist düzen tarafından belirlenmiş bir gereklilik olduğunu vurgulamaktadır. Milliyetçilik, Marksizmin toplumsal yapıların geçeceğini varsaydığı geleneksel gelişme aşamalarından birinden diğerine geçişte toplumsal sınıfların gelişimi açısından bir araç işlevi görmektedir. Milliyetçiliği tarihsel aşamalar dizgesinde bir aşama olarak gören Marksizim, klasik liberalizmin milliyetçilik anlayışını benimsemiş görünmektedir. Liberal düşünce de milliyetçiliği, toplumların gelişme sürecinde daha üst bir aşamaya, başka bir deyişle ulusaldan uluslararası topluma geçişte gözlemlenen gerekli bir aşama olarak tanımlamaktadır. Marksist düşünce milliyetçiliği, sorunlu, dışlayıcı ve egemen sınıfların kendi çıkarlarını topluma dayattıkları bir egemenlik kurgusu olarak düşünmektedir (Boztemur, 2006: 161-162).

Milliyetçilik, çağdaş dünyada evrensel taleplerde bulunmaktadır ve yeni dünya düzeni söylemi milli olanın ve milletler arası olanın nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir. Ancak, özellikle bir millet bu düzeni temsil etmeyi arzulamaktadır (Billig, 2002: 19). Calhoun'un da vurguladığı gibi modern toplumsal ve kültürel düşüncenin üstü örtülü varsayımı, "insanların normal olarak bir ve yalnızca tek bir ulusun, ırkın, cinsel yönelimin ve toplumsal cinsiyetin mensubu olduğu ve her bir mensubiyetin, onların varlığının bir cephesini somut ve düzgün bir biçimde tanımladığı" olmuştur. Fakat Calhoun'a göre tam aksine, tarih boyunca ve önemli ölçüde bugün de, çok dilliliğin yaygın olduğunu; insanların aynı anda farklı dünya görüşlerinden etkilendiğini (en önemlileri din ve bilim); kendilerini, aileden cemaatlere, devletlere, bölgelere, uluslara ve uluslararası örgütlere kadar, farklı düzende birçok topluluğun üyesi olarak görebilen ve farklı zamanlarda ya da hayatlarının bir döneminde başka başka kimliklerle tanımlayabildiği bireyler olduğunu görmekteyiz. 19. yüzyılın son dönemlerinde, siyasi ve iktisadi örgütlenmenin ve dünya

çapındaki kültürel akımların küreselleşmesinin, daha önce görülmemiş boyutlara ulaştığı sıralarda, toplumsal hayatı kesin sınırlar, ulusal kimlikler ve özcü kültürel kategorilere göre düzenlenmesi dürtüsü de zirveye ulaşmıştır (Calhoun, 2012: 25-27).

Anthony Smith, küreselleşme çağında yükselen milliyetçiliğin nedenini sorgulayanların bu paradoksa karşılık ortaya attığı argümanlardan birini şu şekilde özetlemektedir: Genellikle Fransız ve Sanayi Devrimlerinden (bazen de Reformasyon'dan) başlatılan modernleşme, Neolitik Devrim ve yerleşik tarımın doğuşundan itibaren süregelen yaşam biçimlerimizi bir ölçüde tümüyle ve bilinmeyen bir biçimde dönüşüme uğratmıştır. Yaşam biçimlerini farklılaştıran Modernleşme devrimi son derece büyük bir parçalanmaya yol açmıştır. Fakat aynı zamanda yeni iletişim tarzları ile yeni elektronik enformasyon ve yayın teknolojileri üzerine kurulu bir bütünleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Smith, parçalayıcı ve yabancılaştırıcı bir dünyada en alt düzeyde bir toplumsal uyum, düzen ve anlam sağlayabilecek büyük ölçekli güçlü cemaatler ve inanç sistemlerini yalnızca milletler ve milliyetçiliklerin sunabileceğinin altını çizmektedir. Dahası onlar, toplumsal dönüşümün en güçlü modern faili, rasyonel devletin etkinliklerini meşrulaştıran ve anlamlı kılan tek popüler güçtür (Smith, 2002a).

Küreselleşmenin yaygınlaşmasıyla farkçı ve cemaatçi arayışların artması, bir bakıma insanın "tutunma" ihtiyacını yansıtmaktadır. Geleneksel yapıların hızla çözülmesinin sonuçlarına ilişkin mevcut veriler, ulusal aidiyetin zayıflaması halinde, regresyon hareketlerine büyük bir dönüş olacağına işaret etmektedir. Küresel topluluk, insanın affektif olarak kendini güvende hissedeceği bir çerçeve olamayacak ve başa çıkılamayacak kadar devasa büyüklükte bir "ucube varlık" (monstrum), bir aparat, hatları ve sınırları belirsiz bir yayılım gibi algılanmaktadır. Bu durumda, aile, mahalle, etnik veya dinsel gruplar, koruyucu ve güven verici bir çerçeve (yuva fikri) olarak önem kazanmaktadır. Bu tür cemaat yapılarına kıyasla farklı özellikler taşımakla birlikte uluslar da insana moral planda rehberlik edecek bir referans sistemi olarak işlevselliğini korumaktadır. Ulusal aidiyet, mantıksal olmasa da çoğu insan tarafından, psiko-sosyal bir gereklilik gibi hissedilmektedir (Bilgin, 2007: 269-270).

Milliyetçilik literatürüne radikal bir tanım getirirken milliyetçilik kavramını disiplinlerarası bir yaklaşımla inceleyen ve milliyetçiliğin modern dünya ve sanayileşme ile ilişkisine dikkat çeken Gellner, Avrupa merkezli bakış açısıyla etnik determinizme karşı bir tartışma başlatmıştır. Gelner'e göre her etnik topluluk ulus değildir, millet ancak modern dünyanın nesnel koşulları içinde oluşur ve milliyetçilik ulus-devletler çağına aittir. Gellner, milliyetçiliği temelde siyasal birim ile milli birimin çakışmalarını öngören siyasal bir ilke olarak ele almıştır. Ona göre bir duygu veya bir akım olarak ulusçuluğu en iyi tanımlayan ilke budur. Milliyetçi duygu, ya bu ilkenin çiğnenmesinin yarattığı kızgınlık ya da onun gerçekleşmesinden duyulan tatminden kaynaklanır. Milliyetçi akım ise bu tür bir duygudan hareketlenir. Milliyetçilik, etnik sınırların siyasal sınırların ötesine taşmamasını ve özellikle bir devletin içindeki etkinlik sınırlarını iktidar sahipleriyle yönetilenleri birbirinden ayırmamasını öngören bir siyasal meşruiyet kuramıdır. Modern toplum işin fiziksel değil, semantik olduğu ve insanların kendilerini çevreleyen bürokrasinin dilini ve kültürünü kullanabildiğinde etkin ekonomik ve siyasal vatandaşlık iddiasında bulunabileceği, bir kitle, bir anonim toplumudur. Batı'da liberal tüketim toplumunun oluşmasını sağlayan sosyo-ekonomik süreçler, insanlar sadece kendi kültürlerinin sağlanmasına adanmış siyasal birimlerle yaşayabileceğinden, aynı zamanda milliyetçiliği de doğurmuştur. Batı'da modernliğin ortaya çıkışına milliyetçiliğin ortaya çıkışı eşlik etmiştir (Gellner, 2018: 71, Gellner, 2016: 225).

Gellner ile Orta Avrupa Üniversitesi'nde 1994-95 yıllarında birlikte çalışan Tom Nairn, Gellner'ın modernleşme ve milliyetçilik teorisinin kabul edilebilir bir tarafı olduğu gibi eksik bir yönü olduğu konusunda eleştirmektedir. Ona göre, Gellener, sanayileşmenin modern siyasal milliyetleri ürettiğini göstermiştir, fakat modern felsefenin esas konusunun sanayileşmenin kendisi değil, onun son derece karmaşık ve değişken artçı sarsıntısının, yani milliyetçiliğin olabileceği fikrini ileri sürmemiştir (Nairn, 2015:14). Ayrıca Christophe Jaffelot da Gellner'ın bir ideoloji olarak milliyetçilikle değil, daha ziyade ulusun ve milli duyguların inşasıyla ilgilendiğini ve onun da birçok yazar gibi milliyetçilik kavramını ideoloji olarak doğru anlamak için ulus kavramından ayırmadığı noktasında eleştirmektedir (Jaffrelot, 2010: 38-43).

Bu eleştiriler bağlamında milletlerin ve çağrıştırdığı olguların politik, teknik, idari, ekonomik ve diğer koşullarla ihtiyaç çerçevesinde analiz edilmesi gerektiğine bir kez daha dikkat çekmemiz gerekmektedir. Marksist kuramın savunucularından Hobsbawn'a göre milletler, özünde tepeden oluşturulmuş, ama ayrıca aşağıdan bir bakışla, yani sıradan insanların mutlaka milli olması gerekmediği gibi milliyetçiliği daha da az olan varsayımları, umutları, ihtiyaçları, özlemleri ve çıkarları temelinde analiz edilmedikçe anlaşılmayan ikili olgulardır. Milliyetin çok yönlülüğüne vurgu yapan Hobsbawn, Gellner'ın tepeden modernleşme perspektifinin, aşağıdan değerlendirmeye yeteri kadar önem verilmesini güçleştirdiği konusunda eleştirmektedir (Hobsbawn, 2017: 26).

Milliyetçiliği "bilinç biçimdeki köklü bir değişikliğin ifadesi" olarak yorumlayan ve milliyetçiliği inşacı bir perspektiften ele alan Anderson, modern dünyada önemli olan her şeyin kökeninin Avrupa'da olması gerektiği fikrini eleştirmektedir. Ona göre, ulus kendisini aynı zamanda hem egemenlik hem de sınırlılık içkin olacak şekilde hayal edilmiş bir siyasal topluluktur. Fakat özellikle Anderson'un milliyetçiliğin yükselişinde dinin gerileyişine verdiği önemli rol, Avrupa merkezli bir bakış açısıdır. Çünkü din her coğrafyada her ülkede gerilememiştir. Daha önce de belirttiğimiz gibi milliyetçilik, toplumsal koşullarla anlaşılabilecek çok boyutlu bir olgudur. Ayrıca Anderson, Gellner'ın "icat"ı "hayal" ve "yaratım"la birlikte değil, "uydurma" ve "sahtekârlık"la birlikte düşündüğünü ileri sürerek eleştirmektedir. Milliyetçiliğin duygusal yönünün altını çizen Anderson'a göre cemaatler birbirlerinden hakikilik/sahtelik boyutu üzerinde değil hayal edilme tarzlarına bağlı olarak ayrıştırılmalıdır. Bu bağlamda insanların sınırlı hayaller uğruna nasıl oluyor da çok büyük fedakarlıklarda bulunabildiği sorusunun cevabını milliyetçiliğin kültürel kökenlerinde arayan Anderson'a göre ulus sınırlı, egemen ve bir topluluk ve cemaat olarak hayal edilir. Çünkü, hiçbir ulus kendisini insanlığın tümü ile örtüşüyor olarak hayal etmez. Ulus kavramı, Aydınlanma ve Devrim'in ilahi olarak buyrulmuş, hiyerarşik hanedanlık mülklerinin meşruiyetini aşındırmakta olduğu bir çağda doğmuştu ve her ulusta fiilen geçerli olan eşitsizlik ve sömürü ilişkileri ne olursa olsun, ulus daima derin ve yatay bir yoldaşlık olarak tasarlanır (Anderson, 1995: 20-22).

Batılı ulus-devletlerin gelişimini yorumlayan Anthony Giddens da milliyetçilik kavramıyla asıl olarak "psikolojik bir olayı-bireylerin bir politik düzenin üyeleri arasındaki toplumsallığı vurgulayan semboller ve inançlar dizisiyle ilişkisine" işaret ederek milliyetçiliğin modern biçiminin altını çizmektedir. Hem kapitalizm hem de sanayicilik ulus-devletlerin yükselişini kesinlikle etkilemiştir, fakat ulus-devlet sistemi, bunların mevcudiyetine indirgenerek açıklanamaz. Modern dünya kapitalizm, sanayicilik ve ulus-devlet sisteminin kesişmesi sayesinde şekillenmiştir (Giddens, 2008: 12-159).

Anderson gibi "içinde yaşadıkları kurumlar parçalanırken insanları hangi değerler ve pratikler bir arada tutabilir?" sorusunu irdeleyen Richard Sennett "Yeni Kapitalizmin Kültürü" kitabında yeni tüketim biçimlerinin sahiplenme duygusunu nasıl azalttığını ve bunun siyasi sonuçlarını ele almıştır. Ona göre inanç, ulus ya da sınıf konularında kişisel açıklamalar yapılırken ortaya çıkan muğlaklık, bozulma ve sorunlar, bireyin kültür anlayışını oluşturur. "Tüketim davranışı ile siyasi tutumlar arasında nasıl bir bağlantı var?" sorusu bağlamında Marx'ın kapitalizmi yanlış anladığını varsayan yeni sayfa tezini destekleyenlere göre çokuluslu şirketlerin dünyanın her yerinden yatırımcılara, hissedarlara ve tek bir ulusun çıkarlarına hizmet etmesine izin vermeyecek kadar karmaşık bir mülkiyet yapısına sahipler. Uluslar ekonomik değerini kaybetmektedir. Sennett'in de işaret ettiği gibi Weber'e göre kurumsal yaşamı ussallaştırma biçimleri, esasen askeri bir kökenden geliyordu. Sivil insanlar asker gibi düşündüklerinin farkında olmayabilirdi ama bu durum, kardeşlik, otorite ve saldırganlık normları da eşit derecede askeri özellikler taşıyan bir topluma ebelik edecekti. Weber, ordunun piyasalardan daha iyi sonuç verecek bir modernlik modeli olduğunu savunuyordu. Ussallaştırılmış zamanla insanların yaşamlarını bir anlatı olarak görmesinin yolu açılmıştır (Sennett, 2011: 22).

Zaman ve uzamın sıkıştırılmasıyla insanların birbirleriyle ve toplumsal ağlarıyla ilişki kurma biçimleri de kökten değişmiştir. Bir yandan dünya daha çok birbirine bağlanırken bir yandan feminizmden çevre hareketlerine sivil haklar hareketinden dinsel uyanışlara kadar uzanan her türlü toplumsal hareket ve kimlik protestosu dikkat çekmektedir (Smith, 2002). Modern topluma geçişle şehirleşme, okur yazar oranının artması ve ekonomik gelişmenin sağladığı iş bölümü ve ihtisaslaşmanın ortaya

çıkardığı itici güçle yoğun bir şekilde gerçekleşen yatay ve dikey sosyal hareketlilik ve ekonomik çıkar farklılaşması, siyasal katılma ve hareketliliğin de artmasına neden olmuştur (Yücetürk, 1987: 21-22).

Öte yandan Kedourie'a göre milliyetçilik ile modernleşme birbirinden ayrılmamakla beraber her modernleşme veya kalkınma hareketine milliyetçilik denemez. Millet, sosyolojik bir birlik olmak itibariyle muayyen bir tarihi gelişmenin mahsulüdür ve yukarıda değindiğimiz gibi bu gelişme içinde ortaya çıkan manevi kültür unsurları (dil, ortak tarih şuuru, din) onun kuruluşunda başlıca rolü oynamaktadır (Kedourie, 1971: 15). Modernist paradigmaya dayalı inşacıların üzerinde durduğu önemli bir nokta da ilkçilerin işaret ettiği kültürel benzerliklerin veya güçlü duygusal bağların varlığının, topluluklarda ille de bir ortak kimlik geliştireceğini veya onları, ulus statüsü talep etme şöyle dursun, herhangi bir siyasi eylem için seferber edeceğini garantilemediğidir. Çalışmamızda da altını çizdiğimiz gibi önemli olan yalnızca kültürel benzerliklerin varlığı ya da yokluğu değil, bunların liderler ve ideologlar tarafından harekete geçirilmek üzere nasıl üretildiği ve yeniden üretildiğidir (Calhoun, 2012: 45). Ancak Tanıl Bora, milliyetçiliğin tümüyle bir gözbağcılık -ve bununla bağlantılı bir opurtünizm- olarak tanımlamanın sol ideolojide de zaman zaman benimsenen bir yaklaşım olduğunu iddia etmektedir. Bu yaklaşıma göre milliyetçilik, tipik bir "yanlış bilinçtir", tamamen manipülasyona dayalıdır, -din için söylendiği gibi- kitleleri afyonlamak için kullanılan bir araçtır. Milliyetçilik, elbette milliyetçi ideolojilerin kendilerini "doğallaştırmak" üzere iddia ettikleri gibi güdüsel bir vaka olarak açıklanamaz; fakat onun insanları etkileme, zihnen ve ruhen "bağlama" mekanizmaları da "manipülasyon"a indirgenemez. Milliyetçilik, modern -ve kapitalist- dünyada insanların kendilerini, durumlarını anlamlandırma ve tutunum bulma ihtiyaçlarına hitap etme yeteneğiyle ve aynı zamanda bu dünyayı "kurma" ve yeniden üretme gücüyle varoluyor. Bu anlam dünyası ve bağlanma içinde, kendi "samimiyetini" de üretiyor (Bora, 2006: 8). Tanıl Bora'nın bu iddiasını daha önce de üzerinde durduğumuz vatanseverlik ve milliyetçilik arasındaki fark bağlamında değerlendirdiğimizde kültürel bir harç olan vatanseverlik ile milliyetçilik arasındaki çok da keskin olmayan yanıltıcı bir fark olduğunun yine altını çizmemiz gerekmektedir. Çünkü Jaffelot'un da belirttiği gibi bu iki kavram madalyonun iki yüzü gibidirler. Milletin kimi zaman kahramanca savunulmasını ifade eden vatanseverlik

saygıdeğer ve hatta ahlâki olmasına karşılık milliyetçilik, daha ziyade yayılmacı ve saldırgan politikaların savunulması anlamına gelmektedir (Jaffrelot, 2010: 25).

Milliyetçiliği demokrasi sorunsalı çerçevesinde ele aldığımızda ise milliyetçilik demokrasi açısından bir tehlike olarak yorumlanabileceği gibi, tersine, birey ile insanlık arasında bir dolayım, demokrasinin zorunlu çerçevesi olarak da yorumlanabilir (Zawadzki, 2010: 211). Demokrasi ve milliyetçilik arasındaki ilişkiler çok karmaşıktır. Yurttaşlığın tesisinde demokrasi bir paradoks olarak da karşımıza çıkmaktadır. Balibar'a göre yurttaşlığın tesisinin bağrında demokrasiyle ilgili bir çelişki vardır ve bu çelişki durmadan tekrar ve tekrar doğar. Yurttaşlık ile demokrasiyi bağdaştırmanın hiç de "doğal" bir yolu yoktur. Bu ilişkide her şey tarihsel olarak belirlenmiştir (Balibar, 2016: 14). Milliyetçilik onları birbirine karşıt hale getirmezden önce ulus yurttaşlıkla bağdaşıktı. 18. yüzyılın sonunda ve 19. yüzyılda ulus ve yurttaşlık birbirini tamamlar durumdaydı. Milliyetin kendisi bile her zaman yurttaşlığın ölçüsü olmaktan çıkmıştır. Bunun aksine milliyet olmadan yurttaşlığın olduğu durumlarda olmuştur (Wenden, 1998: 41-42).

Daha önce de belirttiğimiz gibi 17. yüzyılda İngiltere'de, 18. yüzyılda ABD ve Fransa'da, 19. yüzyılda Almanya'da halkın siyasal katılımının giderek yaygınlaşması milliyetçiliğin ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur (Delannoi, 1998: 34). Modern dünyada politika, milliyetçilik tarafından oluşturulmuştur; çünkü bu dünyada milliyetçilik düşünme ve duyuş tarzımızı, gerçekliği görme ve deneyimleme tarzımızı şekillendiriyor, çünkü bizim bilinçlerimiz "milli"dir. Analizlerinde modernleşmenin etkisini vurgulayan Greenfeld de İngiltere, Fransa, Rusya, Almanya ve Amerika örnekleri üzerinden irdelediği milliyetçiliğin, demokrasinin modern dünyada görünen biçimi olduğunu vurgulamaktadır. Çünkü milli bilinç, toplumsal gerçekliği temelli eşit üyelerden oluşan egemen topluluklardan ibaret bir şey olarak görür; milliyetçilik, modern demokrasinin tanımlayıcı özelliği olan, popüler egemenlik ve eşitlik ilkelerine dayanır. Demokrasi bu yüzden mantıksal olarak milliyetçilikle içkindir; temelli eşit üyelerin bir egemen topluluğu olan millet tanım gereği bir demokrasidir. Modern milliyet fikrinin özünü oluşturan egemenliği halka vermek ve halkın çeşitli katmanları arasındaki temel eşitlik aynı zamanda demokrasinin de ilkeleridir. Demokrasi milliyetçiliğin anlamından doğmuştur (Greenfeld, 2017: 8-28). Bir ulus demokrasiden

vazgeçebilirse de demokrasinin bir ulus olmadan yaşaması zordur. Bir topluluk çeşitli düzeylerde kurulabilir: siyasal, kültüre ya da ülkenin toprak sınırlarına dayalı (Wenden, 1998: 42).

Benzer şekilde Rocker de Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde milliyetçiliğin yükselişinin demokratik fikirlerin yayılmasıyla başladığına dikkat çekmektedir. Ona göre, yeni model devletin kurulmasıyla birlikte de –en azından teoride- her yurttaşa anayasal hak olarak ülkesinin siyasi hayatına katılma ve hükümet seçiminde yer alma güvencesi sağlanır. Böylelikle milli bilincin kitlelerde kök salması mümkün oldu; ayrılmaz bir biçimde birlikte geliştiği ve kendi ayrı varoluşuna içerik ve amaç kazandıran milletin büyük siyasi birliğinin bir üyesi olduğu inancı bireyde beslendi. Siyasi bir din olarak milliyetçiliğe ilişkin geniş çaplı ve derin analiz ve eleştiriler yapan Rocker'e göre, modern milliyetçilik kişinin kendi ülkesini ya da halkını sevmesinden kaynaklanmaz. Tersine, kaynağını, çoğunluk iradesine tamamen ters düşse bile halka belirli bir devlet biçimini dayatmaya kararlı, diktatörlük heveslisi bir azınlığın tutkulu planlarından almaktadır (Rocker, 2019: 243-293). Ulusu kesin bir şekilde demokratik özerklik safına yerleştiren unsurları Zawadzki şu şeklinde özetlemektedir: eşitlik talebinin siyaset sahnesine çıkması, kendi kendini yönetme arzusu, bireylerin siyasal hüvviyet kazanmasının mümkün kılınması (Zawadzki, 2010: 215-218).

Milliyetçilikteki yükselişin ulusları somutlaştırmamıza neden olması gerektiğini ve milliyetçiliği ortaya çıkaran olgunun uluslar olmadığını belirten Brubaker'a göre, "milliyetçilik, ulusları temel varlıklar olarak çağırmadan anlaşılabilir, anlaşılmalıdır. Milletlere gerçek gruplar olarak odaklanmak yerine, ulus ve ulus olmaya ve pratik kategori, kurumsallaşmış biçim ve koşullu olgu olarak ulusa odaklanmalıyız." Ona göre milliyetçiliği anlamak için, "ulus" kategorisinin pratik kullanımlarını, algıyı yapılandırabilmenin, düşünce ve deneyimi etkilemenin, söylem ve politik eylemi düzenlemenin yollarını anlamamız gerekmektedir (Brubaker, 1996: 7). Postmodernist paradigma bağlamında modernistlere yapılan eleştiri ise milliyetçiliğin reddedildiği veya zayıfladığı yönündedir. Milletlerin ve milliyetçiliğin modern çağa "ait" olduğunu kabul eden postmodernistler, modernlik sonrası çağa girdiğimizi ve dolayısıyla "milliyet sonrası" düzenin doğuşuna şahit olduğumuzu ileri sürmektedirler (Smith, 2017: 24).

1.1.3.3. Etno-Sembolist Yaklaşım

Modernist bakış açısını eleştiren fakat belli noktalarda modernist paradigmayla benzeşen etno-sembolcülere göre bugünün milletleri modern öncesi dönemin etnik topluluklarının devamıdır. İki yapı tür olarak değil gelişmişlik düzeyi açısından farklıdır. Etnik kimlikler düşünüldüğünden daha dayanıklıdır. Modern dönemin milletleri, yıllanmış etnik kültürlerin gölgesi altında şekillenir. Geçmişten gelen mitler, semboller, töreler bugünün milliyetçiliklerinin içeriğini belirler, söylemlerin ana dolgu maddesini oluşturur. Milliyetçiliğin modern çağın ürünü olduğunu kabul eden Etno-sembolcüler, milliyetçiliği kapitalizm, endüstrileşme gibi modern süreçlerle açıklayan kuramlarla da yetinilmemesi gerektiğini öne sürerler, çünkü bu tür yaklaşımlar etnik bağlılıkların kalıcılığını göz ardı etmektedir (Özkırımlı, 1999:195-196).

Etno-sembolist yaklaşıma yön veren John Armstrong ve Anthony Smith modern öncesi dönemde etnik biçimlenme ve ulusların oluşumu sürecinde reklam stratejilerinin de odak noktasında yer alan simgeler, mitler, anılar, değerler ve iletişime büyük önem atfetmektedirler. Bu bağlamda ilk olarak John Armstrong'un zihinsel tutumlara verdiği önem dikkat çekmektedir. Ona göre, etnik hudutlar temelde coğrafi bölünmeler yerine grup tutumlarını yansıtır ve mit, simge iletişim ve bunlara eşlik eden tutumsal etmenler saf maddi etmenlerden genellikle daha kalıcıdır. Çünkü zihinsel tutumlar maddi koşullardan daha dayanıklıdır. Simge, mit ve iletişimin modern öncesi dönemde ulusların yavaş ortaya çıkışının çözümlenmesinde kritik olduğunun altını çizen Armstrong, etnik hudut mekanizmalarının, bir haritadaki çizgiler ya da bir kurallar kitabındaki normlar gibi olmak yerine tabiiyetindekilerin zihninde var olduğunu ve simgesel hudut mekanizmalarının çoğu zaman sözcükler olduğunu ileri sürmektedir. Simgelerle aktarılan işaretler bir etnik gruptan diğerine ya da aynı grubun üyeleri arasında uyarılar olduğundan, simgesel etkileşim iletişimin bir türüdür. Etnik simgesel iletişim, sıra dışı bir ölçüde, ölüler ile yaşayanlar arasındaki iletişimdir ve simgelerin sürekliliği geçmişteki kökeninden daha önemlidir (Armstrong, 2018: 30-37).

Armstrong'un çalışmalarından etkilenerek etno-sembolizm yaklaşımına yön veren ve etnik grupların ve milletlerin doğası ile bunların sembolik boyutlarını göz

önünde bulunduran Anthony Smith de milleti, tarihi bir toprağı ya da "anavatanı", ülkeyi ortak hatıra, sembol ve mitleri ve tarihi belleği, kitlevi bir kamu kültürünü, ortak bir ekonomiyi, ortak yasal hak ve görevleri paylaşan bir insan topluluğunun adı olarak tanımlamaktadır. Etnik kimlikle millet arasındaki bağı inceleyen Smith'e göre aldatmaca ve çarpıtmalarla dolu bu kadar çok "efsane" ve "hatıra" olması hiçbir şey ifade etmez. Tabii ki, "ulus" kavramında efsanelerden ve hatıralardan çok daha fazlası vardır. Fakat mit ve hatıralar olmazsa olmazları oluşturmaktadır. Hafıza (seçici de olsa) olmadan kimlik olamayabilir, mit olmadan kolektif bir amaç olamaz ve amaç ya da kader, millet kavramının temel unsurları olabilir. Ancak bu aynı zamanda etnik bir topluluk kavramı için de geçerlidir; aynı zamanda bir kimliğe ve kadere, efsanelere ve anılara sahip olduğu hissedilmelidir. "Öyleyse millet basitçe genişlemiş bir etnik topluluk mudur?" diye soran Smith, artık milleti bir sosyal varoluş, "ilkel" olarak ve zamanın dışındaki doğal bir insan topluluğu olarak göremiyorken, ne de milleti tamamen modern bir olgu, "kapitalizmin gergin bağı" ya da endüstriyel toplumun gerekli bir biçimi ve kültürü olarak kabul edilmediğine işaret etmektedir. Ona göre endüstriyel kapitalizmin devrimleri, bürokratik devlet ve laik kitle eğitimi, Neolitik geçişe benzeyen bir insan havzasını temsil etse de modern öncesi çağlarda oluşan pek çok kültür ve kimliği ortadan kaldırmış ya da eski haline getirmemişlerdir. Pek çok kimlik ve kültürün birçoğu kesinlikle dönüşüyor; diğerleri yok ediliyor, ama diğerleri birleşiyor ve canlanıyor. Bu kültürlerin ve kimliklerin kaderi, modern devrimlerin eşitsiz etki alanı kadar iç özelliklerine de bağlıydı. Smith'e göre bunun nedeni, bu kimliklerin ve kültürlerin bileşenlerinin -mitlerin, hatıraların, sembollerin ve değerlerin- uyum sağlamış yeni anlamlar ve işlevlerle sık sık yeni koşullara uyarlanabilmesidir (Smith, 1994: 32; Smith, 2005: 2-3; Smith, 2017: 45). Ayrıca Smith (2002), milliyetçiliğin gücünü daha çok tarihsel yerleşmişlikten aldığının ve bir ideoloji olarak milliyetçiliğin sadece popüler bir akort tutturduğunda, belirli toplumsal gruplar ya da tabakalar tarafından benimsendiğinin ve onlara ilham verdiği takdirde kök salabileceğinin de altını çizmektedir.

Modernist paradigmayla etno-sembolist yaklaşım arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları derinlemesine inceleyen Smith, etno-sembolistler ile modernistlerin hemfikir olduğu konuları şöyle özetlemektedir:

• Milletler “gerçek” sosyolojik cemaatler olarak ele alınmalıdır.

• Milletler, dinamik ve amaçlı eylem topluluklarıdır.

• Milletler, belirli tarihsel ve jeokültürel bağlamlara yerleşik tarihsel cemaatlerdir.

Milletlerin yapımına dâhil olan hayali öğeler her ne olursa olsun, sonuçta ortaya çıkanın, kurgusal ve söylemsel bir oluşumdan çok daha fazlası olduğunun altını çizen Smith’e göre, etno-sembolcülerin modernistlerden ayrıldığı bazı temel konular ise şunlardır:

• Modernistler maddesel ve siyasi alanlara vurgu yaparken, etno-sembolistler ideolojileri ve kolektif eylemleri güdüleyen öznel ve sembolik kaynakların oynadığı rolün altını çizmektedir.

• Modernistlere göre, milletler matrisini oluşturan şey, modernliktir.

• Modernistler, modernlik öncesi toplumların “modern anlamda” millet olmadığını öne sürerler. Ayrıca modernistler etnik köken konusuna da kültürü ele aldıkları gibi yaklaşmış, millet ve milliyetçilik tanımlarından etnik olguları büyük ölçüde ya da tamamıyla çıkarmıştır.

• Etnik köken ve cemaatleri milletlerin oluşumu ve devamlılığı açısından elzem gören etno-sembolistler ise etnik kökenin, katılımcıların “iç dünyalarına” özellikle de milletin uyandırdığı, çoğu zaman yoğun hissedilen adanmışlığa çok önemli bir giriş yolu sağladığını vurgulamaktadır. Milletlerin ve milliyetçiliğin sembolik ve duygusal boyutlarını açıklayabilmek için mit, değer, hatıra ve sembol gibi kültürel ve sembolik unsurların anlayış ve istek çerçevelerini sağlayış şekillerinin araştırılması gerekmektedir. Milletler kısmen siyasi kurumlar tarafından şekillendirilmiş olsa da uzun vadede sağlam bir cemaat yaratabilmek için etno-kültürel kaynaklar gerekmektedir (Smith, 2017: 27-36).

Etno-sembolistler etnik köken, milletler ve milliyetçiliğin analizinde sembol, mit, hatıra, değer, ritüel ve geleneklerin elzem olduğunu düşünmektedir. Çünkü öncelikle bu unsurların çeşitli birleşimleri cemaatlerin farklı kesim, grup ve kurumları arasındaki ilişkileri tanımlayıp ve meşrulaştırarak, toplumsal yapıların ve kültürlerin şekillendirilmesinde hayati bir rol oynamıştır ve oynamayı sürdürmektedir. İkinci

olarak aynı kültürel unsurlar her topluluğa dil, din, âdet ve kurumlar açısından hem kendi üyeleri hem de yabancılar tarafından diğer benzer topluluklardan ayırt edilmelerine yardımcı olan özgün birer sembolik repertuvar kazandırmıştır. Ayrıca paylaşılan değer, hatıra, ritüel ve gelenekler topluluğun önceki nesillerine ilişkin bir devamlılık hissine sahip olmasına yardımcı olmuştur. Bu duygu bayrak, milli marş ya da bayramlar gibi değişebilen fakat biçimleri nispeten aynı kalan kolektif sembollerin yaygın bir şekilde kabul edilmesiyle daha da pekişmektedir. Öte yandan etnik kökenin rolünü ilk sırada vurgulayan etno-sembolistler, diğer ekonomik, toplumsal ve siyasi faktörlerin etkisini göz ardı etmemektedirler. Homojen bir milli cemaatin veya tek bir "milli kaderin" asla mevcut olmaması gibi, millet ve geçmişi hiçbir zaman tek bir "versiyon" ile sınırlı değildir. Farklı sınıf, kast, mezhep, bölge ve etnik cemaatlerin milletin değişik versiyonlarını ve muhalif anlatılarını benimseyebileceğine dikkat çeken Smith, bu çatışmanın Kemal Atatürk tarafından kurulan ve askeriye tarafından desteklenen güçlü, seküler cumhuriyetçi milliyetçiliğin, kırsal iç bölgelerde Atatürk'ün Batılılaşma reformlarından nispeten daha az etkilenen kuvvetli İslami kesimi de temsil eden siyasi İslamcı Recep Tayyip Erdoğan'ın partisinin milliyetçiliğiyle tehdit edilir göründüğü yirminci yüzyıl sonu Türkiye'sinde gözlemlendiğini iddia etmektedir (Smith, 2017: 39-51).

Özellikle Gellner, Hobsbawnm, Anderson ve Breuilly'in işlevsel ve araçsal milli kimlik tanımlarını eleştiren ve ulusları modernitenin biçimlerini oluşturan dinamik ve uzun vadeli tarihsel süreçler olarak gören Armstrong ve Smith'e işaret eden John Hutchinson ise güçlü ve genellikle uzun süreli deneyimlerin ürünleri olarak ulusların, modern dönemlerden çok önce meydana geldiğini ve modern toplumların yollarını yönlendirmede merkezi bir konumda yer aldıklarını söylemektedir. Ona göre milletler çatışma bölgeleridir. Ulusal kimlikler, modern bilincimizde çok derinden etkilenmektedir, çünkü onların dayandığı kolektif kimlikler, yüzyıllar süren çatışmalara ve kurumlar tarafından modern dünyaya taşınan anılara gömülüdür (Hutchinson, 2005: 4-5).

1.1.3.4. Banal Milliyetçilik

Michael Billig'in milliyetçiliğin günlük yeniden üretimle sürekli işaret edildiği ve hatırlatıldığı "Banal milliyetçilik" tezi, milliyetçilik çalışmalarına yeni ve etkileyici bir yaklaşım getiren "Hayali Cemaatler" çalışmasıyla Benedict Anderson'ının işaret ettiği söylemsel düzleme yerleştirilmelidir. Çünkü Billig, milliyetçilik konusundaki odak nokta olan ulus devletin ortaya çıkmasına izin veren politik, ekonomik ve sosyal koşullar yerine Batı dünyasının yerleşik uluslarında milliyetçiliğin yeniden üretimine odaklanmıştır (Antonsich ve Skey, 2017: 2). "Milliyetçiliği bu kadar yaygın ve kalıcı kılan şey nedir?" diye soran Billig, Anderson'ın "hayali cemaatler" kavramına atıfta bulunarak, psikolojik kimliklerin tek başına, devletleri bugünkü durumuna getiren tarihin itici gücü olamayacağını ve milli kimliklerin içsel ruh halleri değil, toplumsal hayat formları olduğuna ve böyle formlar olarak da milliyetçiliğin tarihsel süreçlerinde gerçekleşen ideolojik üretimler olduğuna işaret etmektedir (Billig, 2002: 34).

Billig'e göre, "bizim" milletlerimizin milletler olarak yeniden üretildikleri ideolojik alışkanlıklar adlandırılmamışlardır ve böylelikle fark edilmeden kalırlar. Billig, banal milliyetçilik terimini, batının müesses milletlerinin yeniden üretilmesine izin veren ideolojik alışkanlıkları örtmesi için ileri sürüldüğünün ve her gün, millet, uyruklarının yaşamlarında imlenip ya da dalgalandırıldığının altını çizmektedir. Çünkü milliyetçilik, müesses milletler için gelip geçici bir hat olmaktan öte, onlara özgü yerleşik bir koşuldur. Birçok küçük vesileyle uyruklara her gün milletler dünyasındaki milli konumları hatırlatılır. Ancak bu hatırlatma o kadar aşina, o kadar süreklidir ki, bir hatırlatma olarak bilinçli bir şekilde kayda geçirilmez. Banal milliyetçiliğin mecazi imgesi, bilinçli olarak, ateşli bir tutkuyla sallanan bir bayrak değil, kamu binasının önünde fark edilmeden dalgalanan bayraktır. Milli kimlik ise tüm bu unutulmuş hatırlatıcıları kapsamaktadır (Billig, 2002: 16-18).

Milli kimlik sadece sahip olunması tabii görünen şey değil, aynı zamanda hatırlanılması da tabiî görünen bir şeydir. Milliyetçilik ideolojisi çalışmamızın analiz bölümünde de üzerinde duracağımız karmaşık bir hatırlatma ve unutma diyalektiği içinde işler. Bu diyalektik müesses milletlerde, milliyetçiliğin banal bir biçimde yeniden üretimi için önemlidir. Her milletin kendine ait bir tarihi, kendine ait bir

kolektif hafızası olması gerekir. Bu hatırlatma aynı zamanda kolektif bir unutmadır. Bir taraftan kadimliğini kutlayan millet, diğer taraftan tarihteki yeniliğini unutur. Söz konusu bu diyalektiğin Ernest Renan'ın "bir millet tesis olduktan sonra, mevcudiyetinin sürekliliğini kolektif bir hafıza kaybına borçludur" kavrayışından daha karmaşık bir yapıya sahip olduğunu belirten Billig'e göre sürekli hatırlanıyormuş gibi görünürken unutulan sadece geçmiş değildir, bir de buna paralel bir şimdiyi unutma vardır. Müesses olan milletlerde milli kimlik her an hafızalardadır; çünkü bu kimlik durmadan milletliği anımsatan veya onu ortalık yerde "dalgalandıran" günlük rutinlere yerleşmiştir. Bu hatırlatmalar veya "dalgalandırmalar" o kadar sıktır ve sosyal ortamın o kadar aşina olunmuş parçalarıdır ki, işleyişleri "düşünceli" olmaktan çok "düşüncesizdir" (Billig, 2002: 50). Renan'ın Billig'in dikkat çektiği değerlendirmesi ise şu şekildedir:

"Unutmak, hatta tarihsel hata da diyebilirim, bir ulusun yaratılmasında çok önemli bir etkendir ve bu nedenle tarih araştırmalarındaki ilerlemeler genelde ulus için tehlikelidir" (Renan, 2019: 19-51).

Milliyetçiliğin gündelik hayat ve popüler kültür aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini ve sunulduğunu inceleyen Tim Edensor da Billig gibi millileştirme pratiklerini gündelik ve popüler bir düzeyde analiz etmektedir. Edensor'a göre millet kavramı, popüler kültür yoluyla ve günlük hayatta nasıl temsil edildiği ve yaşandığı açısından çok az bir eleştirel analize tabi tutulmaktadır. Ulus, kimliğin en önde gelen bileşenlerinden biridir. Ekonomilerin, kültürlerin ve toplumsal süreçlerin küreselleşmesine rağmen, kimliğin yönsüz modelinin öncelikle ulusal alana demirlendiğine inanılmaktadır. Kültür ve gündelik hayatın faaliyet gösterdiği alan, tartışmasız bir şekilde millet olarak düşünülmektedir. Bu tür kültürlerin nasıl (yeniden) üretildiği ve tecrübe edildiği ile ilgili araştırmaların eksikliğinden dolayı ulusun, sosyal ve kültürel bir yapı olmaktan çok doğal bir varlık olduğu yönündeki illüzyon, kültür aracılığıyla sağlanıp ve sürdürülmektedir (Edensor, 2002:1).

Antonsich ve Skey'in altını çizdiği gibi Billig'in yaklaşımının bir bakıma doğru ve uygun ama sınırlı olduğunu ileri süren Calhoun ise dilin Billig'in özel ilgi alanı olmasına rağmen, son yıllarda araştırmacıların görsel temsile gittikçe daha fazla önem

verdiğine dikkat çekmektedir. Bu durum sembolizm ve ikonografiyi içermektedir ancak aynı zamanda dilde olduğu gibi, bayrak, harita ve Fransız veya İtalyan sanatçıların sunumu olarak düzenlenen müzeler gibi görünür bir şekilde değişmez gösterimler vardır. Billig'in kilit noktalarından birinin biraz üstünün örtüldüğünü ileri süren Calhoun'a göre milliyetçi politikalar ulus söyleminin görünüşte apolitik bir şekilde konuşlandırılmasına bağlıdır ve "ateşli" milliyetçilik, banal milliyetçiliğe dayanmaktadır. Billing, merkezi öneme sahip bu durumu biraz üstü kapalı bırakmıştır. Milliyetçilik, politik amaçlar ve etkileyici seferberlik anları için uygundur. Çünkü sadece banal ve günlük formlarda üretilip yeniden üretilir. Bu nokta hem uzman akademisyenlerin hem de daha geniş halkların tartışmalarına yetersiz bir biçimde dahil edilmiştir (Antonsich ve Skey, 2017:19).

1.1.3.5. Sivil Milliyetçilik

Sivil toplum-devlet ikiliğini irdeleyen kuramsal tartışmalarda, sivil toplum ve devlet arasındaki karşıtlığın derecesi farklılıklar göstermektedir. Devlete büyük bir önem atfeden Hegel, etik yaşamı (sittlichkeit) soyut hukuk (özgür irade henüz dolaysız bir varlığa sahiptir), sübjektif ahlâklılık (özgür irade iç özelliğe, ahlâki süjenin içine dalmış, gömülmüştür) ve objektif ahlâklılık (somut ahlâklılık) olarak üç aşamada irdelemektedir ve genel anlamda hukuk, bu üç momentte gerçekleşmektedir. Sivil toplum, aile ve devlet arasındaki objektif ahlâklılığın gelişim uğrağıdır. Hegel, sivil toplum-devlet karşıtlığında devletin sivil toplumun üstünde olduğunu bireylerin, sivil toplumda bireysel ve sübjektif özgürlüklerini gerçekleştirdiklerini sandıklarını ileri sürmüştür. Üyeleri formel bir evrensellik içinde bağımsız bireylerden oluşan bir topluluk olan sivil toplum üyelerini birarada tutan şey, bunların ihtiyaçları, şahıs ve mülkiyet güvenliğini sağlama aracı olan hukuk sistemi ve özel ve kollektif menfaatleri düzene koyan bir dış organizasyondur. Hegel sivil toplumunun, bütün bireysel menfaatlerin birbiriyle çatıştığı bir savaş alanı olduğunu ve görülen fizikî ve moral yozlaşma nedeniyle devletin çökebileceğini belirtir. Ona göre etik yaşam sadece devletle gerçekleşebilir (Hegel, 1991: 144-237).

Hegel'in siyaset feslsefesinden hareketle Yüksel Taşkın'ın ifadesiyle "Hegel'de ilginç olan, Türk milliyetçi muhafazakârlığında da gözlenen bir kutsallaştırma

edimidir. Buna göre, millete aidiyet, vazife bilinci ona bağlanmak neredeyse dinsel bir anlamlandırmaya dayandırılır. Seküler bir ideoloji olan milliyetçiliğin dinselliği andıran motiflerle anlamlandırılması, entelektüel bir tahayyülün kitlelerle buluşabildiği anlam dünyasına işaret etmesi bakımından da önemlidir. Bir entelektüel tasarım olarak gelişen milliyetçi muhafazakârlığın kitleselleşebilmesi, inanç algısına dayalı bir ikna başarısı yaratabilmesiyle doğru orantılıdır" (Taşkın, 2019: 31-32). Bu nedenle kitlelerde anlam dünyası inşa eden ve/ veya yeniden üreten reklam ve kamu spotları aracılığıyla milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde ortak kültürün temel unsurlarından biri olan din kategorisinde, şehitlik söylemi ve kutsallaştırmanın temel referans kaynağı olarak işlev gördüğü varsayımımızı çalışmanın analiz bölümünde detaylandıracağız.

Öte yandan, İskoç siyaset teorisyeni Nairn, kökenini İskoç Aydınlanması'ndan alan "sivil toplum"un günümüzün en popüler ve etkili fikirlerinden biri olmasının ve bu yeniden canlandırmanın genel olarak hak edilmediğini ileri sürmektedir. Ona göre, "sivil" bir toplumsal düzen uzun vadede ulusal kimliğin uygun bir sivil biçimine dayanmaktadır. Şayet "milliyetçiliğin" her yerde ve zorunlu olarak, son kertede, etnik milliyetçilik olduğu konusunda ısrar edilmezse, buna "milliyetçilik" de denebilir. Fakat "sivil toplum" en iyi durumda, bir tür geçiş ideolojisidir. Gellner'ın Marksizmin düşüşünün bir sonucu olarak sivil toplumu demokrasiden daha önemli bir ideal olduğunu ilan etmesini ve geçiş koşullarını ebedi kılmaya çalışmasını eleştiren Nairn, komünist blok ülkelerinde yaşayan insanların otoriter hükümetlerce hükmedilmiş ve yalnızlaştırılmış olmalarının, özünde tepkisel olan sivil toplum fikrinin dolaysız veya sezgisel geçerliliğini doğal yollarla ortaya çıkardığını ve Marksistlerin "sivil toplum" hakkında veya en azından sosyolojik "sivil toplum" kavramı hakkında oldukça haklı olduklarını söylemektedir. Nairn, "sivil toplum" kavramının bir mit olduğunu ileri sürmektedir. Nairn, Biritanya İmparatorluğu kapsamında İskoçya'da marjinal bir "sivil toplum" devleti ve ayrı bir siyasal kimliği olmaksızın oldukça iyi serpilmişti ama savaş sonrası Fransa'da yaşananların Britanya'daki yankılarıyla İskoçlar arasında huzursuzluk başladı ve kurtuluş arzusu tetiklendi. 1960'da bir siyasal milliyetçilik biçimi ortaya çıktı. Söz konusu olan "sivil toplum"dan kaçma ve iş görmeye siyasal toplum olarak devam etme arzusuydu. Nairn, sivil toplumun, kendi başına kaldığında, normal veya "yüksek siyaset"le ilişkisi kesildiğinde bir tür hastalıktan, fiilen patolojik

bir alan korkusu, dalkavukça bir yerelcilik ve kasvetli bir bencillikten başka birşey olmayabileceğini iddia etmektedir. Nairn aynı zamanda sivil toplumsuz bir yaşamın gerçekten mümkün olamayabileceğini de belirtir fakat ona göre gerekli koşul hiçbir zaman yeterli olmayacaktır. Hiçbir toplum yalnızca sivil toplum olarak yaşamamalıdır. Halkların istediği farklılaşmış bir sivil kimliktir; bunu edinmek ve korumak modern "kimlik siyaseti" gerektirir ki bu da siyasallaşmış veya devletçe şekillendirilmiş milliyetin ta kendisidir (Nairn, 2015: 125-153).

Daniel Sabbah ise var olan kültürel kimliğini muhafaza ederken milliyetçiliği esasen siyasal bir kimlik olarak kabul edip içselleştirmeyi mümkün gören Amerikan tarzı milliyetçilik anlayışının tamamen temelsiz olmadığını ileri sürmektedir. Ona göre, Amerikalı kimliği büyük oranda, siyasal değerler ve ilkeler bütününün kabulüyle edinilmiştir ve genel olarak göç tecrübesi Amerika'nın kolektif hatırasında derinden iz bırakmış, milletin kendini tasarlayışında özel bir rol oynamıştır ve nüfustaki "çeşitlilik"in milli kimliğin belirleyici özelliklerinin başında geldiği yönünde baskın bir görüş hakimdir. Sabbah, "sivil milliyetçilik" paradigmasının pratiğe geçirildiği bir diğer ülke olan devrim sonrası Fransa'sında da siyasal topluluğa aidiyet tanımlarken ırk, etnisite, din veya milli köken gibi farklılıkları kasten görmezden gelen ve katı bir biçimde sınıflandırılmış bir kamusal alan içinde, her tür yerelciliği aşma aracı olarak, atomist bir vatandaşlık yorumunun öne çıktığına işaret etmektedir. Nitekim Fransa olsun Amerika olsun her iki örnekte de devlet, ulusal bir kültürü ve ortak bir dili yaygınlaştırmakta aktif rol oynamaktadır. "Sivil" milletlerle "etnik" milletleri ayıran şey, topluluğa kabul koşullarıdır (Sabbagh, 2010: 133-139).

Özellikle Marksist felsefe ve teoriyi eleştiren Gellner da Doğu-Batı bölünmesiyle belirsiz bir post-Reformasyon uzlaşması üzerine kurulmuş, pek çok öğesini Aydınlanma'dan alan ama ideolojik tutarlılık ve birlikten yoksun bir Avrupa'nın, ideokratik ve Aydınlanma'nın Marksist versiyonunun güçlenmiş ve uzlaşmaz bir biçimde tepeden indirildiği Doğu Avrupa'dan ayrıldığı sürecine işaret ederek, Sovyet sisteminin zayıflamasıyla ortaya çıkan özgürleşmenin merkezindeki yeni fikir ve idealin "sivil toplum" olduğunu söylemektedir. Ona göre, sivil toplumun temeli, ideolojik tekelin reddidir (Gellner, 2016: 218-221)

1.1.4. SİYASİ VE KÜLTÜREL MİLLİYETÇİLİK ARASINDAKİ DİYALEKTİK VE ETKİLEŞİM BAĞLAMINDA BİR PERSPEKTİF

Milliyetçilik litaratüründe karşı karşıya getirilen temel olarak üç ulus algısı vardır. Bunlardan ilki, vatandaşların hür siyasal ortaklığının, akılcı ve iradeye dayalı bir inşanın ürünüdür. Sözleşmeci ve seçici olan bu siyasal ulus, Aydınlanma filozoflarının tasarladığı, Fransız Devrimi'nin hayata geçirdiği, "Fransız tarzı ulus"tur. Buna karşın ikincisi, kültürel bir cemaatin cisimleşmesi, bir kimlik duygusunun dışavurumu, doğal bir birliğin yansıması biçiminde tarif edilir. Kolektif bir ruhun taşıyıcısı, kültürel ve organik bir bütün olan bu ulus "Alman tarzı ulus"tur (Dieckhoff, 2010: 83). Fransız tarzı ulus Tanrı'nın ve Kral'ın yerine ulusu ve genel iradeyi koyan yurttaşlık temeline dayanırken Almanya ve Rusya örneğinde olduğu gibi Alman tarzı ulus Batı'ya karşı ortak bir hınçtan doğan, kolektivist, organik, etnik, doğal bir birliğin yansıması biçiminde tarif edilmektedir. Son olarak, İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri örneğinde olduğu gibi bireyci, çoğulcu, özgürlükçü ve evrenselci (İrlandalılar, köleler, Kızılderililer, Meksika asıllılar görmezden gelinir) bir ulus tarzı bulunmaktadır (Leca, 1998: 15).

Fransız devrimi kaynaklı ulus akılcı, ilerlemeci ve demokratik iken Alman romantizmi kaynaklı ulus muhafazakâr ve duygusaldır. Bir yandan bireylerin eşitlikçi bir siyasal yapıya özgür iştiraki, diğer yandan ise organizmacı bir belirlenime tabiiyet söz konusudur. Bu zıtlık aldatıcıdır; nitekim Fransız ve Alman uluslarının oluşumunda her iki anlayış da rol oynamıştır; fakat tarihsel düzlemde değişen siyasal ve toplumsal bağlamlara göre bu iki anlayışın ağırlığı değişkenlik göstermiştir (Thiesse, 2010: 152-153). Dieckhoff (2010: 83) ve Rocker (2019: 256-257), kültür milliyetçiliğinin siyasi milliyetçilikten hiçbir şekilde farklı olmadığını bu iki perspektifin büyük ölçüde birbiriyle örtüştüğünü siyasal ve kültürel olan arasında varsayılan karşıtlığın oldukça tartışmalı olduğunu ileri sürmektedir. Jaffrelot'un da belirttiği gibi, ulus ve milliyetçiliği birlikte ele almaya kalkışan pek çok karşılaştırmalı ve hatta kuramsal eser vardır. Fakat bir ulus kuramı, aynı zamanda bir milliyetçilik kuramı olamaz. Ulus, yüzü devlete dönük kurumsal bir boyuta sahipken milliyetçilik, kimi zaman ulus-devlet şeklinde örgütlenmiş bir devletten yoksun veya kendi grubunu diğer gruplara üstün kılmaya çalışan bir ideolojidir (Jaffrelot, 2010: 26-27).

Bütün milliyetçilikler ulusa dayanırlar, ama ulus milliyetçiliği anlamada tek kıstas olamaz. Milliyetçiliklerin ortak özelliklerini ulusun evrensel biçiminden çok daha net bir biçimde görebiliriz. Milliyetçilik, çoğunlukla dinlerin ve dinsel bilgi biçimlerinin bazı özelliklerini taşıyan bir ideolojidir. Her şeyden önce bir meşrulaştırma ve seferber etme aracıdır, ama aynı zamanda kişisel ve kolektif selamete dair bazı unsurlar da taşır (Delannoi, 1998: 32).

Batı ulusçuluğunun sanayileşmenin itici gücüyle ulus devlet içinde şekillenmesine karşın Doğu ulusçuluğunun çokuluslu bir yapı içerisinde ortaya çıkması kültürün etkisinin ağırlığında büyük farklılıklar olabileceğini düşündürebilmektedir. Fakat Dieckhoff da ifade ettiği gibi, "Batı tarzı" ulusun, her türlü kültürel referanstan sanıldığı kadar köklü bir biçimde kopuk olmayışı gibi, "Doğu tarzı" ulus da ne yazıldığı kadar kültürle içli dışlı ne de siyasal olanla zannedildiği kadar alâkasızdır (Dieckhoff, 2010: 94). Bu noktada Doğu ve Batı etkileri ile beş yüz yıldan beri modernleşmeye çalışan ve geç uluslaşan Türkiye Cumhuriyeti'nde siyasi ve kültürel milliyetçiliğin ağırlığı zamana ve bağlama göre değiştiğini söyleyebiliriz. Türk milliyetçiliği tıpkı Türk burjuvazisi gibi devlet eliyle inşa edilmiştir. Devlet eliyle inşa edilen milliyetçilikte kullanılan en önemli unsurlardan biri ise kültürdür. Milli kimliğe ve bilince duyarlı kılmak ve halkı harekete geçirmek amacıyla banal bir şekilde gündelik hayata yansıyan milliyetçi anlam ve semboller, siyasi ve kültürel milliyetçiliği yeniden üretmektedir. Özellikle 1945 sonrasındaki yeni gelişmelerin sonucunda, "Kemalizmin etkisinde 'geleneğin' yeniden icadı olarak milliyetçi muhafazakârlığın şekillenmesi" meselesini irdeleyen Taşkın'ın da belirttiği gibi Hegel'in siyaset felsefesi milliyetçi muhafazakâr ideolojiye kültür milliyetçiliğinden ya da romantik milliyetçilikten daha yakındır. Fakat bir iktidar stratejisi olarak muhafazakâr milliyetçilik, önemli tahriflerle beraber bu iki anlayıştan da beslenmektedir (Taşkın, 2019: 32).

Yukarıda detaylı bir şekilde değindiğimiz gibi milliyetçilik, bütün siyasal çeşitliliğine rağmen kendisini tanınabilir kılan belirli özelliklere sahiptir. İlk başta, bir kültürün homojenliği adına yönetmek söz konusudur. Daha özgül olan ikinci aşamada, siyasal kaynaklar kültürü daha da homojen hale getirmek için kullanır. Delannoi'ye göre milliyetçiliğin, az çok fiili bir program, hatta iktidarı fethetme ve meşrulaştırma

aracı haline gelmesi işte burada başlar. Zira milliyetçiliğin en önemli vasıflarını bu araçlarında ve çekim gücünde görebiliriz. Ona göre, bütün milliyetçilikler, aslında, organisist bileşenler içerirler; bir düşman (iç, dış) gösterirler, bir eylem planı geliştirebilmek için tarihi kendi işlerine geldiği gibi yorumlarlar ve propaganda aracılığıyla kitleleri seferber ederler (Delannoi, 1998: 33). Bu nedenlerle milliyetçi söylemin hem siyasal hem de kültürel bir paradigmaya yaslanması gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

Birinci bölümde ulus kavramının etnik bileşenlerini irdeleyerek bir ideoloji olarak milliyetçiliğin 19. yüzyılın başlarında Avrupa'da icat edilen bir "fikir", "ideoloji" ve "söylem" olduğunu ve Avrupa'da tarihsel gelişmenin bir sonucu olarak nasıl yerleştiğini irdeledik. Bu bölümde ise diğer akımlar gibi farklı zaman ve coğrafyalarda farklı şekillerde siyasi, ideolojik, sosyal ve kültürel bir yer bulan milliyetçiliğin, Türkiye'deki inşa, yeniden üretim ve değişim sürecini anlamaya çalışacağız.

2."YENİ DÜNYA DÜZENİ"NDE TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİ'NİN SİYASİ VE KÜLTÜREL DEĞİŞİM SÜRECİ

Fransız Devrimi'nden sonra bir ideoloji olarak ortaya çıkan milliyetçilik, 19. yüzyıl boyunca büyük bir gelişme göstererek, bir milletler topluluğu olan Osmanlı İmparatorluğu'nu da kaçınılmaz olarak etkilemiştir. Milliyetçilik akımının Avrupa dışındaki bütün ülkelerde meydana çıkışında görüldüğü gibi Türk milliyetçiliği de dıştan gelen dürtülerden ve bu dürtülere tepki olarak ortaya çıkan iç tepkilerden kaynaklanmıştır (Turan, 1995: 162-163). Müslüman özellikle de liberal toplumların geleceği, ekonomik gelişme ve İslam bağlamında Türkiye ile ilgili çalışmalar yapan Ernest Gellner, Türkiye'de modern politik fikirlerin kabul edilişi konusunda daha çok içsel dinamiklere dikkat çekmektedir. Ona göre, Türkiye'de anayasal hükümet geleneği paradoksal olarak, hem sık sık kesintiye uğruyor, hem de köklü bir gelenektir. Türkiye, hiç bir zaman işgal edilmemiştir ve kolonileştirilmemiştir. Bu nedenlerle Gellener, Türkiye'deki modern politik fikirlerin kabul edilişini, yabancıların empoze ettiği bir şey olarak değil, tamamen endojen yani içsel dinamiklerle açıklanan bir gelişme olarak yorumlamaktadır. Ona göre, Türkiye kendi kaderini belirlemiştir. Politik moderniteye kendisi ulaşmıştır, buna mecbur bırakılmamıştır (Gellner, 2016: 114).

Cumhuriyetin kuruluşu ve modern Türk milliyetçiliğinin inşa sürecini inceleyeceğimiz bölümlerde hem içsel hem de dışsal dinamikleri detaylandırmaya çalışacağız. Fakat öncelikle Türk milliyetçiliğinin tarihindeki kavramsal karmaşaya

değinmemiz gerekmektedir. Çünkü bu kavramsal karmaşa aynı zamanda çok kültürlü Osmanlı'dan miras kalan toplumsal yapıdaki ayrılığı yansıtmaktadır. Bilindiği üzere ulus, millet ve ümmet gibi kelimelerin kökenleri farklılık göstermektedir. Türkçe "Ulus" yerine kullanılan "Millet" sözcüğü Arapça kökenlidir ve "din topluluğu, cemaat" anlamına gelmektedir. Bu nedenle "Millet", Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Müslüman olmayan uyruklar, topluluklar için kullanılmıştır. Müslüman kesim ise daha çok "Ümmet" olarak anılmıştır (Turan, 1995: 162-163). Osmanlı'daki millet-ümmet farklılaşması, temelde Osmanlı İmparatorluğu'nun dilde, duyguda, düşüncede ve kültürde birliği meydana getirememesinden kaynaklanmaktadır. Osmanlı toplumu, milliyet yerine dini ön plana alan "ümmet" esasına dayalı bir imparatorluktu. İslamiyet, farklı dil, din ve ırklardan ibaret kalabalığı kendi potasında eriterek Osmanlı kimliğini kazandırıyordu. Osmanlı'da ümmet, değişik etnik ve bölgesel farklılıklar için düşünülmüş bir kavramdır ve bütün unsurları "ümmet" şemsiyesi altında toplama anlamını taşımaktadır. Osmanlı İmparatorluğu'nda milliyetçilik ve ümmetçilik birbirine zıt kavramlar olarak düşünülmemiştir. Ümmetçilikten milliyetçiliğe yöneliş ise Balkanlar'da başlayan bağımsızlık savaşlarıyla ve toplum yapısının dokularının çözülmesiyle tarihi bir zaruret olmuştur (Türkdoğan, 2013: 10-11).

Öte yandan Tanzimat döneminde, dini ve etnik kökeni ne olursa olsun bütün uyrukları bir "Osmanlı Milleti" anlayışında birleştirme girişimi ise sonuç vermemiştir. 1839'da Hıristiyan uyruklar ile Müslüman uyrukları yasa önünde eşit kılan "Gülhane Hattı-ı Hümayun"un yayınlanmasıyla başlayan Tanzimat dönemi Türk milliyetçiliği açısından önemli bir kırılma noktası olmuştur. Osmanlı'nın "çok-hukuk"tan, vatandaşlık esasına dayalı hukuk birliğine geçiş çabası, Hıristiyan azınlıklar arasındaki Avrupai milliyetçilik akımına karşı düşünülmüş, ümit bağlanmış bir siyasettir (Akyol, 2014: 26). Yabancı ülkelerin, Osmanlıların içişlerine daha çok karışmasına neden olan Tanzimat, sonunda Osmanlıların yarı-sömürgeleşmesine yol açmıştır (Kongar, 2007b: 66). 1840'ların "Genç Avrupa" hareketinin "Jön Türklerde" hızla yankı bulması gibi, savaş ve Osmanlı İmparatorluğu'nun yıkılışı da, Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde 1923'te Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasına giden başarılı Türk milliyetçiliği hareketinin yolunu açmıştır (Calhoun, 2012: 33-34).

Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinde bir "devlet" ve "millet/millilik" kodu olarak cumhuriyet, Türk milliyetçiliğinin "vatan=millet=devlet=din=ordu" silsilesine, totolojiyi zenginleştirici bir unsur olarak katılmaktadır. "Çağdaşlık" ve "laiklik" anlamında algılanan Cumhuriyeti, bir "modernleşme projesi" olarak bir "performans" ölçüsüyle değerlendirip meşrulaştıran söylem hâlâ kullanılmaktadır. Türk milliyetçilikleri ideolojik içeriklerine göre "Resmi milliyetiçilik-'Atatürk milliyetçiliği', Kemalist sol milliyetçilik-'Ulusal solculuk', Liberal milliyetçilik, Etnisist milliyetçilik, Muhafazakâr milliyetçilik" şeklinde tasnif edilebilir. Her milliyetçilik anlayışı, tarihsel bağlamlara göre değişen "repertuarlar" kullanmış, vurgu kaymalarına, farklı iç ve dış eklemlenmelere tabi olabilmiştir. Türk milliyetçiliğinin Meşrutiyet döneminden süregelen birikiminin (ya da ön-milliyetçiliğin) ulus devlet ideolojisine dönüşmek üzere yoğrulduğu dönem milli mücadele ve Cumhuriyetin kuruluş dönemidir. Tek parti döneminde ise Türk milliyetçiliği resmi ideoloji -hatta bir tür "din ikamesi"- olarak inşa ve tahkim edilmiştir. 1950-60 Demokrat Parti iktidarı devrini ise Türk milliyetçiliğinin gelişmesi açısından bir "ara dönem" sayabiliriz. 1960-80 dönemi de milliyetçiliğinin hegemonik gücünün sarsıldığı bir dönemdir. Resmi milliyetçiliğin "zorunlu ideoloji" olarak restore edildiği 1980-90 dönemi sonrasında, milliyetçilik farklı saiklerle olağanüstü bir şekilde canlanmıştır (Bora, 2006: 18-19; Bora, 2008: 19-20). Çünkü küreselleşme süreciyle birlikte ulus devletlerin gücü azalmamıştır. 20. yüzyılda, devletlerin sınırlarını aşan küresel bağlantıların gitgide artması, bunların egemenliklerinin aslında azalması şeklinde algılanmamalıdır. Tersine, bu durum, günümüzde ulus-devlet sisteminin dünya çapında yayılışının önemli ölçüde baş koşuludur. Fakat küreselleşme ve neoliberal politikalar da asla göz ardı edilemeyecek değişkenlerdir (Giddens, 2008: 12).

21. yüzyıl Türkiye'si konusunda kestirimlerde bulunurken de en önemli bağımsız değişkenin küreselleşmenin etkisiyle artık dış dünya olduğu sürekli akılda tutulmalıdır (Kongar, 2007b:13). Çünkü özellikle Türkiye gibi Sanayi Devrimi'nin ve modernleşmenin sonuçlarını ithal eden ülkelerde toplum, İslam ve laiklik, demokrasi ve milliyetçilik, ekonomik kalkınma ve ahlak değerleri, ulus-devlet ve uluslararası güç odakları gibi, kimi zaman birbirlerine zıt, kimi zamanda birbirlerinin varlığına destek veren kavramların etkileşimi ile yepyeni bileşimlere ulaşmaktadır

(Kongar, 2007a: 19). Yeni anayasa yapılması tartışmalarının odak noktasında yer alan "Türk" kimliğinin tanımı da bu çelişkileri yansıtmaktadır. Mübadele sonrası Türkiye'nin toplumsal yapısının keskin bir şekilde değişmesi milliyetçiliğin en temel söylemi olan millet olarak "Türküz", 1924 Anayasasıyla milli kimlik tartışmalarının odak noktası haline gelmiştir. Günümüzde ise "Türk" üst kimlik olmaya devam etmeli mi sorusuna resmi ideolojinin cevabı şöyledir: "Türk, milletimizin adıdır, etnik bir kimlik değildir, bütün milleti ifade eden, kucaklayan bir üst kimliktir". Bunun karşıtı olan fikir de şöyledir: "Türk bir etnik kimliktir. "Toprak" değil, 'kan' esasına dayalıdır. Hatta, bir etno-dinsel kimliktir. Bu yüzden, üst kimlik olamaz, bir alt kimliktir. Anayasa'da üst kimlik olarak zikredilemez". Osmanlı'da alt kimlikler etnik değildir ve başta "Türk" olmak üzere hiç bir alt kimliğin öne fırlamasına izin verilmemiştir. Oysa bir ulus-devlet olan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçildiğinde üst kimlik "Türk" olarak saptanmış, yani devletin en güçlü etno-dinsel kimliği kendi kendini üst kimliğe terfi ettirmiştir (Oran, 2016: 249-250). Öte yandan din, Kemalist Türk kimliğinin inşasında istenmeyen ama kovulamayan tarihsel gerçekliğin dikte ettiği gizil bir damardır. Kemalist milliyetçilik, seküler bir kolektif tasavvur oluşturabilmek için mülki (teritoryal) milliyetçiliğin yanı sıra, hatta daha da fazla, etnik temalara başvurmuştur ve Osmanlıcılık, panislâmcılık ve partürkçülükten oluşan "eklektik" çözümleri açıkça reddetmiştir (Yıldız, 2009: 211-220).

Türk siyasi hayatında her daim işaret edilen 1980 Askeri Darbesi, Turgut Özal liderliğindeki Anavatan Partisi'nin Türkiye'nin devlet kontrolündeki ekonomisini dünya piyasasında rekabete açması ve 1990'larda büyük bir seçim başarısı gösteren İslamcı siyasal partilerin yükselişi, Türk milli kimliği tartışmalarında önemli kırılma noktalarıdır. 1980'lerin ilk yıllarında ordu, Özal hükümetini, sosyalist ve komünist fikirlere meyilli Türk gençlerine karşı devletin tanımladığı, ılımlı bir Türk-İslam sentezine daha fazla özgürlük tanımaya teşvik etmiştir. Hükümet, İslam'ı ders kitaplarına dahil etmiş ve daha fazla imam-hatip okulu açmıştır. Ne var ki bu "Türk-İslam Sentezi"nin bazı riskleri vardı; çünkü İslâmi fikirlerin tartışılmasına yönelik özgürlük, medyanın üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması ve Müslüman siyasal ve ekonomik elitlerin yükselişini de beraberinde getirmiştir. Özetle Jenny B. White'ın "Müslüman Milliyetçiliği" olarak adlandırdığı bu yeni Türk kimliği, Kemalist devlet projesinden kopmuş, Cumhuriyet devletinin çerçevesine yerleştirilen ve Osmanlı'nın

emperyal geçmişinin şekillendirdiği bir gelecek vizyonuna ve özelliğine sahip dindar bir Müslüman Türklüktür (White, 2013: 22). Çalışmamızın analiz bölümünde reklamlar ve kamu spotları üzerinden Türk kimliğinin bir üst kimlik mi yoksa etno-dinsel bir kimlik olarak mı yeniden üretildiğini incelemeye devam edeceğiz.

Özetlemeye çalıştığımız Türk milli kimliğinin ve milliyetçiliğinin siyasal, ideolojik ve kültürel değişim sürecini detaylandırırken de öncelikle dil, din, toplumsal yapı, ırk ve köken miti ve teritoryal sınırlar unsurlarının rolünü ortaya koymaya çalışacağız.

2.1.TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİNİN KÜLTÜREL VE SİYASİ BİLEŞENLERİ

Türk milli kimliğinin ve milliyetçiliğinin kültürel ve ideolojik bileşenlerinin detaylı bir şekilde kavranması milliyetçiliğe ilişkin anlam ve sembollerin yeniden üretiminde ideolojik ve kültürel bir araç olan reklamların analizi için önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde öncelikle dil, din, toplumsal yapı, ırk ve köken miti ve teritoryal sınırlar çerçevesinde Türk milliyetçiliğinin kültürel ve ideolojik taşıyıcıları ve toplumsal kabulün faktörlerini inceleyeceğiz.

2.1.1. Dil

Osmanlıların milli Türk topluluğu haline gelmesini kolaylaştıran en önemli unsurların başında Türk dili gelmektedir (Karpat, 2019: 104). Osmanlı bürokrasisine girmek için gerekli olan şey Türkçe bilmek ve İslamiyet'i kabul etmekti. Osmanlıların devletin Türk özelliğini korumak yolundaki en büyük hizmetleri imparatorluğun resmi dilini Türkçe yapmaları olmuştur. Ancak Osmanlılar, İslamiyet'in kabulüyle sadece Arap alfabesini almakla kalmayıp Arapça ve Farsçadan birçok kelimeyi ve bu dillerin imla özelliklerini de dillerine aktarmışlardır (Kushner, 1979: 2). Bir başka deyişle, Osmanlı İmparatorluğu'nda Türk öğesi olarak bilinen tek özellik, dildi. Ancak, sarayın bürokrasinin ve Osmanlı yönetici sınıfının dilinde Farsça ve Arapça'dan ödünç birçok sözcük yer alırken, geniş halk yığınlarının dili büyük ölçüde saflığını korumuştur. Kültürel açıdan bakıldığında ise

Osmanlı dili Türk olmaktan çok, Müslüman'dı. Türklerin tarihi bir bütün olarak ele alındığında, hiç bir ulus ya da devletin Türkçe konuşan toplulukları bir araya getiremediği görülür. Türkler, tarihleri boyunca ya çokuluslu imparatorluklar kurmuş ya da Moğol İmparatorluğu gibi büyük imparatorlukların içinde entegre olmuşlardır (Gergeon, 1986: 14). Türkler 10. yüzyılda Müslüman olmuşlardır ve bu yeni dinle beraber "cihad"ı, yani Müslümanlığı silah kuvvetiyle yayma doktirinini kabul etmişlerdir. İslamiyet, Türk devletine bir maksat ve anlam vermiş ama aynı zamanda Türklerin ulusal özelliklerini kendi potası içinde karıştırdığından hâlâ günümüzde de kabul gören "Türk" ve "Müslüman" aynı anlama gelir olmuştur. Bununla beraber Türkler, dil ve devlet gibi ayırıcı vasıflarını genel olarak muhafaza etmişlerdir (Karpat, 2010: 90).

Türklerin Osmanlı İmparatorluğu'nun çeşitli kültürüne esas katkısı dil alanında olmuştur. Bir zamanlar Arap dili ve İslam inancı hakimken sonraları ise egemen sosyal sınıf üyeliğinin zorunlu nitelikleri Türk dili ve sünni İslam inancı olmuştur. Müslümanlık ve Türk dili, Kürtler ve Araplar için olduğu kadar, Arnavut, Rum ve Slavlar için de hem gerçek iktidara hem de sosyal statüye açılan kapıya giriş şartlarıydı. İslamiyet, eski Türk uygarlıklarını ve Türk kültürünü çok derin bir biçimde silmiştir. Onu tekrar canlandırma çabalarının en önemlisi ve en çok tartışılanı dil reformudur. Bin yıllık İslam etkisi boyunca Farsça ve Arapçanın etkisini ortadan kaldırarak arı Türkçeye dönmek amaçlanmıştır (Lewis, 1993: 7-10).

Türkçenin çağdaşlaşması sorununu ele alan Niyazi Berkes, düşüncenin gelişmesinin, uluslaşmasının, siyasal özgürlük rejiminin kurulabilmesinin çimentosu olan dilin çağdaşlaşması sorununun 1850'lerde sezilmeye başladığına ve o zamandan bugüne değin devam ettiğine dikkat çekmektedir. Devlet dili, din dili, edebiyat dili, bilim dili ve halk dili aralarındaki sorunlarla uğraşılması 1850'den sonraki yıllarda başlamış, hattâ bu çaba, erken olmakla birlikte, yazı sistemi alanına kadar genişletilmiştir. Tanzimat dönemi, Osmanlılık geleneğinin yıkılmalarının sonucu olarak başlıca dört uçurumun genişlemekte olduğunu açığa çıkarmıştır. Bunların birincisi, daha öncede bahsettiğimiz gibi devlet-halk arasındaki uçurumdur. İkincisi, II. Mahmut'un son yıllarında hızlanan din-dünya ayrılmasıdır. Üçüncüsü, büyük cehalet yığınlarıyla bir avuç okumuş arasındaki uçurumdur. Dördüncüsü, yabancı dil

bilgisinin genişlemesi sonucu olarak tanışılan yeni Batı düşünü ile dinden edebiyata kadar her alandaki düşün davranışlarının altında yatan doğu kafası arasındaki uçurumdur (Berkes, 2003: 254).

Modern yazılı veya kolayca modernize edilebilir bir dilin var olduğu ve nüfusun kayda değer kısmı tarafından bilindiği durumlarda, yapılacak iş üsluba ve anlambilimine ilişkin zenginleştirmelerden ziyade dile ve öğretime değer kazandırmaktan ibarettir. Buna karşın yazılı dilin kullanımının sınırlı olduğu ve çeşitli ifade alanları için elverişsiz olduğu durumlarda anlam bilimsel yeniliklerle ve gramerdeki basitleştirmelerle modern, çok işlevli bir dil yaratmak ve bu dili kullandırmak gerekmektedir (Thiesse, 2010: 160). Bu noktada ikinci duruma örnek gösterilebilecek 1930'lardaki Türkiye'de milliyetçilik Türk tarihinin önemli bir bölümünü teşkil etmektedir. Ülkeyi yöneten Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) iktidar tekelini sağlamlaştırmaya başladığı 1931 senesiyle Atatürk'ün öldüğü 1938 senesi arasında, Türk Tarihi Tezi ve Güneş Dil Teorisi ile, Türklerin şanlı bir ulus olduğu düşüncesi önem kazanmıştır.

Soner Çağaptay'ın belirttiği gibi 1931 ile 1938 yılları arasında, Kemalizm ideologları Türkiye'nin gelmiş geçmiş tüm sakinlerinin etnik ve ırksal olarak Türk olduğunu iddia etmişlerdir. Fakat otuzlardaki Türkiye etnik olarak homojen bir devlet değildi. Öte yandan, otuzlardaki Türk milliyetçiliği ideolojisinde önemli bir role sahip olan ırk unsuru devletin uygulamalarında merkezi bir yer tutmuyordu. Türk Tarih Tezi'nin onaylanmasıyla Türk dili, Türk ulusunun özelliklerini muhafaza ettiğinden sadece bu dili konuşabilenler Türk soyundan sayılabileceklerdi. Böylece Türk dili ve ırkı Türklüğün temel damgası haline gelmiştir. 26 Eylül 1932'de, İstanbul'da Birinci Türk Dili Kurultayı toplanmıştır. Kurultayda özellikle yazılı ve sözlü Türkçe arasındaki uçurum kapatılması, Türk dilinin arılaştırılması için yapılması gereken çalışmalar vurgulanmıştır. Batı'nın yarattığı aşağılanma duygusuna karşıt olarak üstünlük hissinin oluşturulabilmesi için birçok dilin Türkçe kökenli olduğu ileri sürülmüştür. Milliyetçilik ateşi harlanmış ve arılaştırma hareketi doruklardayken 23 Ağustos 1934 tarihinde düzenlenen İkinci Dil Kongresi'nde ise neredeyse bin yıldır Türkçe'nin içerisinde bulunan Arapça ve Farsça kökenli sözcükler tasfiye edilmiştir. Ancak paradoksal olarak ve Atatürk'ün Türkiye'yi

Avrupalılaştırma andını yansıtır biçimde, Avrupa dillerinden gelen kelimeler Türkçeden temizlenmemiştir (Çağaptay, 2008: 245-258). Çünkü ulusal dilin yaratılmasında kullanılacak dilbilimse malzeme tercihi (halk ağızları veya kadim yazı dilinin kullanılması), aynı zamanda ulus içindeki siyasal çatışmaların da ifadesi olabilmektedir (Thiesse, 2010: 163).

Arılaştırma hareketi 1934 yılı boyunca hızla ilerlemiştir. 1935 yılının sonuna doğru atılan kelimelerin yerine halk tarafından kabul gören bir yenisi konulmadığı için dışsal etkenlerle dinamize edilen toplumsal değişim sürecinde sorunlar ortaya çıkmıştır ve bu sorunlara çözüm bulmak amacıyla 24-31 Ağustos 1936 tarihinde düzenlenen Üçüncü Türk Dili Kurultayı'nda Güneş Dili Teorisi ortaya atılmıştır. Teori, Birinci Türk Dili Kurultayı'nda vurgulandığı gibi başlıca tüm dünya dillerinin Türkçe kökenli olduğunu öne sürüyordu. "Dünyadaki en eski ırk olan" ilk Türklerin güneşe taptığı ileri sürülmüştür. Bunlar yaşam kavramlarını "güneş fikrinden edinmişlerdi" ve buna dayanan bir dil geliştirmişlerdi. Bu Türk Güneş Dili tüm diğer dillerin kökeniydi (Çağaptay, 2008: 245- 258).

Yayın dillerinin sabitlik kazanması ve aralarındaki statü farklılaşması, kökenleri bakımından kapitalizm, teknoloji ve insanların dilsel çeşitliliği arasındaki devrimlere gebe etkileşimlere bağlı olarak ortaya çıkan bilinçsiz süreçlerin sonucu olduğunu ileri süren ve Türk dilleri ailelerine mensup dilleri konuşanların durumunu özellikle ibret verici olarak gören Anderson, Türk-Türkiye'nin milli bilincini, daha geniş bir İslami kimlik aleyhine yükseltmek için ve Türk milliyetçiliğini Batı Avrupa'nın modern Latin alfabesini benimsemiş medeniyetiyle ilişkilendirmeyi umarak zorunlu Latin alfabesini dayattığına dikkat çekmektedir (Anderson, 1995: 61).

Günümüz Türkiye'sinde ise İngilizcenin Türkçe üzerindeki etkisi her dönem yoğun bir şekilde tartışılmaya devam etmektedir. Çünkü soyut ve modern terimlerin üretilmesi, ya doğrudan yabancı dilden alıntılarla ya da temelini milli dil semantiğinden alan yaratımlarla gerçekleştirilir (Thiesse, 2010: 161). Daha önce belirttiğimiz gibi Türkiye gibi Sanayi Devrimi'nin ve modernleşmenin sonuçlarını

ithal eden ve teknolojiyi büyük ölçüde üretmeden tüketen bir ülkede doğrudan yabancı dilden alıntılar yapmak kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir.

2.1.2. Din

Milliyetçi sembollerin bilinçli olarak manipülasyonuyla hep varmış gibi doğallaştırılarak inşa edilen modern Türk milliyetçiliğinin ilk dönemlerinde milliyetçilik gücünü, "İslam dini, Osmanlılık, devlet ve ülkeye yürekten bağlılıktan" (Kushner, 1979) temin ediyordu. İslam ülkeleri üzerine derin araştırmalar yapan antropolog Clifford Geertz, Endonezya örneği üzerinden yurttaşlığın ve inancın paylaşımı arasında denklik olduğunun altını çizmektedir. Ulusal kimlik ve dini bağlılık bir madalyonun yüzleri gibidirler (Geertz, 2001: 73). Bu nedenle yukarıda da altını çizdiğimiz gibi İslam da Türk ulusunun geniş bir bölümünün kolektif bilincinde esas unsur değilse bile, açık bir şekilde büyük bir etkendir (Lewis, 1993: 11). Milli kimliğimizin yapılaşmasında din, toplumsal ve ekonomik kurumların yönlendirilmesinde birer etikal değerler sistemi olarak dayanışmacı ve yapıcı bir rol oynamaktadır (Türkoğlu, 2013: 34). Akçam ve Karpat'ın da belirttiği gibi din, Türk Devleti'nin ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucu unsurlarından biridir. Türk Devleti, Anadolu'daki 19. yüzyılda filizlenmiş ve ağırlıkla 1908 sonrası yaşanmış "ulusal hesaplaşmanın" ürünüdür. Bu hesaplaşma, görünürdeki ulusalcı niteliğine rağmen, esas olarak dinî temelde yaşanmıştır (Akçam, 1995: 71-72). Sınırları belli, kendine has kültürel ve milli özellikleri olan bir topluluğu içine alan Türkiye Cumhuriyeti, İslam dünyasında yeni bir devlet tipi olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişme, İslâmî ümmet kavramını yok etmemiş, bilakis bu mefhuma yeni temeller kazandırmıştır. Ümmet kavramı millileşmiş ve millet ile toprak birbirinden ayrılmayan bir bütün haline gelmiştir (Karpat, 2019: 141).

İslam dini, toplum ilişkilerini ilahî bir mesajın ışığında değerlendiren ve toplumu gereken İslâmî ideale yaklaştırmaya çalışan bir dindir. Şerif Mardin'in altını çizdiği gibi bu nedenle dinin kendisinin bir "üst yapı" kurumu olarak değil, bir "temel şekillendirici" olarak ele alınması gerekmektedir. 1878 Berlin Anlaşması ile Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Müslümanlar çok uluslu bir yapı içerisinde daha belirgin bir çoğunluk olarak ortaya çıkmıştır.

II. Abdülhamid, İslâmlığı gerek kendi ülkesindeki tebasını birleştirmek için bir "bayrak" olarak, gerek ülke dışındaki Müslümanlar için emperyalizme bir karşı koyma aracı olarak düşünmeye başlamıştır. Bu bakımdam bir yönüyle İslâmcılık akımının milliyetçilik aleyhtarı olduğuna dikkat çeken Mardin, bu karşıtlığın hedefinin, o sıralarda gelişmekte olan Türkçülük olduğunu ifade etmektedir. İslâmcılara göre en azından Osmanlı İmparatorluğu'nun çok uluslu yapısı korunmalı, imkân görüldüğü oranda İslâm birliği kurulmaya çalışılmalıdır. İslâmcıların fikirleri çok etkin sonuçlar alamamıştır. İzleri daha çok din eğitimi kuramlarında yapılan reformlarla belirmiştir ve bu reformlar da İttihatçıların yardımıyla yapılmıştır. Öte yandan bağımsızlık savaşı sırasında da mücadelenin sürdürülmesinin, genellikle üzerinde durulmayan bir İslâmî dayanağı vardır. Anadolu'da istilâya karşı örgütlenme, birçok yerde din adamları tarafından yürütülmüştür. Fakat 1920'lerde ve 1930'larda yapılan reformlarla laiklik -veya sekülarizm- ilkesi Türk anayasa teorisinin ve siyasî hayatının temel taşı olarak yerleştirmiştir. Rejim değişikliklerine ve anayasa yenilemelerine rağmen günümüze kadar süren laiklik, Türkiye'de dinin resmî bir müessese halinden çıkarılmasından öte bir anlam taşıyordu. Türkiye'de laiklik devlet politikası haline geldiğinde, devletin bir uzvu vücudundan koparılmış gibi olmuştur (Mardin, 1991: 18-38).

Tanzimatla belirginleşmeye başlayan devlet merkezli modernleşme geleneğinin radikal bir versiyonu olan Kemalist milliyetçiliğin inşa döneminde, Mustafa Kemal'in milli kimlik sınırları tanımlaması, Ziya Gökalp'in ortak kültür tanımına yaklaşacaktır. Ancak Gökalp'in yaklaşımından farklı olarak, Kemalist tanımdan ortak kültürün bir kaynağı olarak İslam'ın yerini İslam dışı geçmiş almıştır. Kemalist milliyetçilik seküler bir "şimdi" oluşturmak için öncelikle "geçmişi" sekülerleştirmiştir (Yıldız, 2009: 211-212). Kurtuluş Savaşı içinde dinsel özelliklerle tanımlanan millet kavramı, 1930'larda oluşan Kemalist ideoloji içinde laiklik ilkesinin bir sonucu olarak, dinsel özelliklerinden arındırılmış bir biçimde girmiştir. Türk ulusunu oluşturan dil, kültür ve ülkü birliğinin korunması hedeflenmiştir. Burada dikkat çeken nokta, dil, kültür ve ülkü birliği terimleriyle tanımlanan millet kavramında, özellikle kültür terimi içinde düşünülebilecek olan din öğesinin açıkça dışlanmış olmasıdır. Millet kavramını dinsel olmayan öğelerle tanımlamanın ötesinde, Kemalist ideolojinin milliyetçiliği, İslam dininden ayrı bir değerler sistemi

olarak ortaya koyma amacında olduğu görülmektedir. Kemalizm, Türk toplumunda yaşayan insanların kendi kimliklerini tanımlayış biçimlerini değiştirmek amacıyla, onlara yeni bir alternatif kimlik sunmak istemektedir (Köker, 2016: 160-162).

Emre Kongar'ın deyişiyle de siyasal devrimler yeni Türkiye'nin tüm çağdaşlaşma ve Batılılaşma çabalarının altındaki temeli oluşturur. Atatürk dini ve geleneği, bir siyasi güç kaynağı olarak baskı altına almış ve toplumu bu açıdan yeni devrimlere hazırlamıştır. Türkiye'de Batılılaşma, Atatürk'ün kafasında, "ulusal gelişme" olarak biçimlenmişti. Bu ulusçu yaklaşım, Türk dili, Türk tarihi, ekonomi ve dış siyaset alanlarında yapılan devrimlerle çok daha güçlendirilmeye çalışılmıştır (Kongar, 2007b: 111-115). Çağlar Keyder ise Türk milliyetçiliğini kitlelerin "sessiz ortak" konumunda kaldığı ve modernleştirici elitin halkın hoşnutsuzluğunu dikkate alma girişiminde bulunmadığı bir durumun uç örneği olarak göstermektedir. Halkın duygularının milliyetçi hareket yönünde seferber edilebilme derecesi Üçüncü Dünya'da büyük farklar gösterir; Anadolu köylüsü bu yelpazenin edilgen ucundadır. Türkiye'de kitleler elitin ilettiği milliyetçi mesajın genellikle edilgen alıcıları olarak kalmışlardır. Halkın isteksizliğini açıklayan bir etken, Osmanlı reformcuları ile Cumhuriyet dönemi milliyetçilerinin birbirinin devamı olmasıdır. Kitlelerin suskunluğu sayesinde, elit "hayali" bir halk yaratılabilmiştir (Keyder, 2005: 35).

Yurttaşı, Cumhuriyet'le ifade bulan ortak bir siyasal projenin parçası olmaktan çok (ya da yanı sıra), ulusal-etnik kültürün parçası olarak kabul eden bir anlayışın 1940'ların sonlarına kadar egemen olduğunu söylemek mümkündür. İnşa edilen bu "vatan" fikri üzerinde yükselen yurttaşlık kavrayışı ise, siyasal sınıflar açısından ilki "romantik ulus"un inşası, ikincisi ise hemşehrilik bağını yurttaş bağı ile nötralize etmek gibi ikili bir işleve sahiptir. Dolayısıyla erken Cumhuriyet dönemindeki resmi yurttaşlık profilinin, yurttaş cumhuriyetçiliği anlayışında bulunan kimliksiz kamu topluluğuna değil, ama ulusal-etnik kültürle ifade bulan bir topluluğa, yani kültürel bir topluluğa dayandığını söylemek mümkündür (Üstel, 2008: 280).

Öte yandan Berkes'in de dikkat çektiği gibi ne din, ne devlet geleneğinde, ne de dilde karşılığı olan ve Fransızca'dan geçen (*laicisme*) bir kavram olarak laiklik teriminin bu yabancı ve bozulmuş biçimi ile girişi ise anlaşmazlıklara yol açmıştır ve

terimin İslam-Türk toplumundaki anlamı ve geçerlik derecesi gereği kadar kavranamamıştır. Ona göre sorun din-devlet ayrımından öte daha geniş anlamda "kutsallaşmış gelenek boyunduruğundan kurtulma" sorunudur (Berkes, 2003: 17-19). Kemal Karpat da Terakkiperverciler ile Cumhuriyet Halk Fırkası arasındaki din temelli farklılığın günümüzde de temel sorun olarak devam ettiğine dikkat çekmektedir. Terakkipervercilere göre, halkın yüzyıllardan beri bütün maddi ve manevi hayatını etkileyen İslamiyet'e yönetilmiş hareketler, eninde sonunda halkın temel benliğini ve kültür varlığını zedeleyecekti. Cumhuriyet Halk Fırkası ise hiçbir zaman din aleyhtarı olmadığını, aksine dini kendi şahsi çıkarları ve siyasi emelleri uğruna kullanmak isteyenlere karşı olduğunu ileri sürmüştür. Ne var ki, siyasetten sıyrılmak istenen din, tam tersine partiler arası tartışma konusu haline gelmiştir ve bu husus günümüzde bile Türk parti hayatının ana meselesi olmaya devam etmiştir (Karpat, 2019: 149).

Çalışmamızda dikkat çektiğimiz geç kalınan bir modernleşme sürecinin ortaya çıkardığı sıkıntılılar bağlamında Akçam ise bu modernleşme sürecinin zor ve sancılı olmasının en önemli nedeninin, Batı modernleşmesinden farklı olarak, Türk modernleşmesinin, dinî-kültürel gelenekleri ile fazla barışık olmayan bir süreç yaşamış olmasına bağlamaktadır. Batı'da modernleşme, esas olarak (aradaki tüm çatışmaya rağmen) Hıristiyan kültürü ve geleneği ile barışık biçimde yaşanmıştır ve onun üzerinde temellenmiştir. Bizde ise özellikle 19. yüzyılda İslam'ın, modernleşmenin, siyasal düzeydeki en temel niteliği olan, yurttaş kavramına, genel eşitlik prensibine karşı çıkması nedeniyle, İslami kültürle (sesli veya sessiz) çatışarak onu karşısına alarak yaşanmıştır (Akçam, 1995: 71-72). Örneğin, 3 Mart 1924'te, dini ve modern eğitim veren okullar, Tevhid-i Tedrisat Kanunu (eğitimi tek elde birleştirme) ile Maarif Vekaleti'ne bağlanmıştır. Bu okulların arkasında vakıfların idare ettiği okullar da mevcuttu ve bir süre sonra bunların din eğitimi yapan kısmı da kapatılmıştır. Tek parti devri, Kurtuluş Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan "millet", "vatan", "halkçılık", gibi bazı temel kavramların tarihi manasını değiştirmiş, bunları milli bütünlük ve beraberlik adına tek bir çizgi üzerinden yorumlayarak, devlet gücü ile yürütülen ideolojik (milliyetçi-laik) bir politika uygulamak istemiştir (Karpat, 2019: 146-180).

Tek parti dönemini mecburi suskunlukla geçiren İslamcı düşünce ise 1940'ların sonuna doğru ardı sıra çıkan yayınlarla uyanmaya başlamıştı. Sadece dönemin hürriyet havasının icabı olarak dinî hayatın rahatlaması olmamalıydı mesele; hürriyetleri ve milli varlığı muhafaza için dinî bağlar takviye edilmeliydi. 1950'li yıllarda rejimin Müslümanların inancına uygun bir çerçeveye otutturulması gerektiği önermesiyle, demokrasiyi çoğunlukçuluğa indirgeyen bu denklem, Türkiye'de muhafazakâr bir demokrasi anlayışının ana formülü olacaktır. Milliyetçi muhalefet de İslamcılar gibi çok partili hayata geçişi ve DP iktidarını bir refahlama duygusuyla karşılamıştır (Bora ve Ünüvar, 2019: 160-161).

Dinin yeniden etkisinin hissedildiği ellili yıllar başında siyasal özgürlüklerin genişlemesi, 1925 Takrir-i Sûkûn döneminde kapatılan yayınların yeniden başlatılmasına olanak tanımıştır. Bu olanaklar, dinsel içerikli taleplerin siyasallaşmasını kolaylaştırmıştır. Bu gelişme, DP'nin söyleminde dinsel unsurlara ağırlık vermesine olanak tanımıştır (Özcan, 2019: 101). Geleneksel tarikat ve cemaatlerin 1950 sonrası sağcılaşma serüvenlerinin de beslediği orta sınıf İslamcılığı, devletle uzlaşma gereğine atfettiği önem biliniyordu. Refah Partisi'nin 1990'lardaki en büyük başarısı ise kaybedenlere bir aidiyet ve sığınma duygusu aşılayarak orta sınıf beklentileri için yarattığı ümit varlıktır. Özal'ın yarattığı toplumsal çözülme sürecinde genelde İslamcılık özelde RP, sadece iktisadi değil, onunla büyük ölçüde ilişkili kimlik krizini aşabilme umudu sunabilen bir sığınma ve aidiyet hissi vermiştir (Aydın ve Taşkın, 2018: 411-412). İslam'ın, cemaat dayanışmasını sağlama yoluyla Müslüman nüfusun maddi refahını ve manevi gelişmesini sağlayacak güçlü bir araç olabileceği tasavvuru vardır (Şeker, 2017: 165). "Türk" üst kimliği asimilasyon yoluyla, Türk olmayan ama Müslüman olan milyonları birleştirmiş, kaynaştırmıştır. Örneğin, 1920, 30 ve 60'larda "Vatandaş Türkçe Konuş" kampanyaları düzenlenmiştir. 1950'lerde "Türk olmayanlardan alışveriş etmeyin" kampanyaları yapılmıştır. 1965'e kadar bütün kanunlar Müslüman Türk olmayanların memur olmasını önleyecek biçimde düzenlenip uygulanmıştır. Çünkü, Balkanlar ve Ortadoğu'da kimliğin esas (hatta, tek) unsuru etnisite ve dil değil, din'dir (Oran, 2016: 263-265).

Özellikle AK Parti döneminde dinin siyasal bir kimlik olarak yeniden üretilmesiyle Türklüğün etnik ve kültürel faktörlerle tasarlanması ve tanımlanması dikkat çekmeye başlamıştır. Çünkü Eriksen'in de ifade ettiği gibi çoğunluklar ve baskın kişiler de azınlıklardan daha az "etnik" değildirler (Eriksen, 2002: 16). Türk milliyetçiliğinin siyasi ve kültürel boyutuna ilişkin önemli tespitler yapan Akçam'a göre tüm laik görünümüne rağmen, din, hem Türkiye Cumhuriyeti devletinin önemli ayaklarından bir tanesi olagelmişti, hem de toplumda tüm kesimleri bir arada tutan bir üst kimlik durumundaydı. Cumhuriyetin kuruluş yıllarından bu yana, Türklük asla etnik-kültürel anlamda tanımlanmamıştır. Din giderek toplumun bir kesiminin siyasal kimliği haline gelmiştir. İslâmi Hareketin güçlenmesi, dinin toplumda bağlayıcı bir üst kimlik olma özelliğini yitirmesi ve bir çevrenin siyasal kimliği haline gelmesi anlamına gelmektedir. Türkiye'de ilk defa sivil toplum boyutunda insanlar din ile aralarına siyasal bir mesafe koymaya başlamaktadır. Egemen topluluk, olarak, dinî kimliğimizden sıyrılmaya başlamış bulunuyoruz. Müslümanlıktan sıyrılarak, onu kültür boyutuna iterek, "hakiki" Türkleşme sürecinin içinde bulunuyoruz (Akçam, 1995: 71-72). Mübeccel Kıray da toplumun hızla değişmesinde 1970'lerde kontrollü dinselliğin yaygınlaşması mümkünmüş gibi başlatılan ve aslında uluslararası politikanın ürünü olan Türk-İslam sentezi çabalarının toplumu çıkmaza soktuğuna ve gene de şehirleşmenin ve çağdaşlaşmanın dinselliğin kişiselleşmesini de getireceğini ileri sürmüştür (Kıray, 2006: 349). He ne kadar din unsuru kişiselleşme eğilimi gösterse de milliyetçiliğin inşasında ve yeniden üretiminde dinin siyasal kimlikle eşleştirilmesiyle uzun yıllar işaret edilen ve tartışılan dinin etkisinin arttığını ve böylece Türk kimliğinin tanımının etnik ve kültürel bir zemine kaydığını söyleyebiliriz.

2.1.3. Toplumsal yapı

Milliyetçilik ve milli kimlik perspektifinden Türk toplum yapısının ve kültürel değişim sürecinin açıklanması karmaşık bir meseledir. Öyle ki Kıray'ın da literatürdeki yaklaşımlardan yola çıkarak söylediği gibi toplum yapısı hem akademik hem de aksiyon çevrelerinde çıkmaza girmiş bir konudur (Kıray, 2006: 121).

Osmanlı İmparatorloğu'nun idaresinde uygulanan millet sistemi her "gayrimüslim" azınlığa kendi kültürel kimliğini muhafaza etmek imkânını veriyor ve bu yüzden Osmanlı İmparatorluğu'nun tek bir toplum halinde bütünleşmesi önlenmiş oluyordu (Karpat, 2010: 90). Osmanlı-Türk ulusal kimliği, çöküş ve dağılmanın baş sorumlularından biri olarak da Hristiyan azınlıkları görmektedir (Akçam, 2008: 56). Yukarıda da değindiğimiz gibi Osmanlı'da "Biz" ve "Öteki" ayırımını gerçekleştiren çizgi olarak, din, etnisiteden daha belirleyiciydi. İmparatorluğun genişlemeye devam ettiği yüzyıllarda dinler ve etnisiteler arasında kurulmuş dengelerin belirli bir istikrar gösterdiğini varsayabiliriz. Kimin "biz" kimin "öteki" olduğu son derece belliydi, ama genel gidiş, refah ve düzen, bunlar arasında gerilimi yükseltecek nedenler üretmiyordu. 18. yüzyılla birlikte gelen "yıkım" anlamına gelen anlaşmalar sonucunda Osmanlı devleti karşındakinin daha güçlü olduğu bilinciyle onur kırıcı bir duruma düştüğüne inandı. Bu durum (uzun süre, bugün dahil, bir türlü değişmeyen bu durum), arada oluşan büyük bir kültürel uçurumun da etkisiyle Osmanlı'nın "yabancı"ya bakışını sorunsallaştırdı: "gıbta" ve "nefret" bir arada sağlıklı bir duygu karışımı yaratmazlar. Yabancı, gerçekten "yabancı"ydı. Ama bu "yabancı", zaman içinde inşa edilen "milli" kimliğin özelliklerini de belirlemeye başlayacaktı (Belge, 2008: 180-181). Biz-öteki ayrımının milli kimliğin inşasında temel başvuru kaynaklarından biri olduğunu çalışmanın birinci bölümünde detaylı bir şekilde irdelemiştik.

Türkler Hristiyanlığı, Hristiyan fikirlerini ve uygarlığını reddetmekle beraber, yine de Hristiyan Avrupa'da iktibas edecek, taklit edecek ve benimseyecek kadar yararlı ve çekici pek çok şey bulmuşlardır (Lewis, 1993: 42). Türkiye beş yüz yıldan beri modernleşmeye çalışan bir ülkedir. Modernleşme, temelde Avrupa'nın iktisadi, askeri-siyasi gücüne karşı koymak ve bu sayede ülkenin siyasi hürriyetini, sosyal ve kültürel benliğini koruyarak devamlılığını sağlamak için başvurulmuş bir yoldur. Daha başlangıçta "modernleşme" adı altında toplanan sosyal, ekonomik, siyasi değişimlerin takip edeceği iki ana yol belirlenmiştir. Birinci yol, teknolojiyi ön planda tutmak iken ikinci yol, Avrupa'nın siyasi teşkilatına, düşüncesine ve yaşayışına öncelik vermekti. Osmanlı Devleti, 18. yüzyılda bazı askeri modernleşme teşebbüslerinde bulunduktan sonra yüzyıl sonunda Avrupa'yı model alarak, siyasi, kültürel ve idari değişimleri ön plana almıştır (Karpat, 2019: 14-15). Osmanlı

Devleti'nde ilk yenileşme hareketlerinin daha çok askeri tekniğin Batı'dan alınmasına yönelik olmuştur. Bunun nedeni 17. yüzyıl sonlarında başlayan askeri yenilgilere ve toprak kayıplarına rağmen Osmanlı Devleti'nin Batı karşısında konumu bir gurur ve üstünlük duygusu tarafından belirlenmesidir. Dolayısıyla, askeri yenilgileri ve bunların sonucunda ortaya çıkan toprak kayıplarını, "düşmanı"ın her yönüyle üstün bir toplum olduğuyla değil de, sadece askeri teknik ve taktik öğeler açısından değerlendirilen bir ileriliğe bağlanmıştır (Köker, 2016: 131).

19. yüzyıl bütün siyasal ve fikirsel ilişkilerle beraber Osmanlı toplumunun temel yapısının değişmeye başladığı bir devredir ve Kıray'ın da belirttiği gibi bu oluşum açıkça dış etkenlerle başlamıştır. 19. yüzyılda toprak mülkiyet düzeni değişmiştir. Hem toprak sahipleri hem de köylüler yönünden eski "feodal" ilişkiler ortadan kalkmış ve büsbütün yeni ilişkiler ortaya çıkmıştır. Sanayileşme, ulaşım ve haberleşmenin gelişmesi ile de şehirlerin önemi artmıştır. Sanayi üretimi tarımdan daha önemli hale gelecek kadar gelişince, nüfusun daha büyük kesimleri buralarda toplanmıştır. Fakat şehirleşme, şehirlerin sanayileşme hızının, tarımın modernleşmesinden çok daha yavaş olması sonucu "sahte şehirleşme" diye nitelediğimiz oluşumlarla sonuçlanmıştır. Nüfusun şehirlerde oturan oranının artması ile asıl modernleşmeyi belirleyen, sanayide çalışan nüfusun artma oranı arasında bir ilişki yoktur. Ticaret ve sanayi burjuvazisine gelince, iki dünya savaşı arasında yeni kurulan cumhuriyet hükümetinin kontrolü ile sanayinin yavaş gelişmesine paralel olarak şehirlerdeki tüccar ve sanayici sayısı da aşağı yukarı sabit kalmıştır. Hiçbir şey birbiri ile sağlam bir ilişki düzenine girmemiştir (Kıray, 2006: 121-134).

Türk toplumunun ümmetten-millete geçerken milletleşme ve millet oluşturma olgusunu, gereği ölçüde gerçekleştirememesi nedeniyle, kültürel yozlaşmaya yol açan önemli yapı bozulmalarına kaydığını varsayan Türkdoğan da, ülkemizde millet oluşturmanın toplumun tarihi gelişim ve kültür değerleriyle uyum içinde yürütülmediğini, hızlı teknolojik değişme ve sanayileşme süreci sonucu bir kaos durumuna dönüştüğünü ve gelenekli yapıların alt üst olduğun altını çizmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde, teknolojinin kültürel yapıları etkilediği gerçeği göz önüne alınmamış, toplum yapısı doludizgin batı norm ve değerlerinin istilasına açık

tutulmuştur (Türkdoğan, 2013: 34). Bu süreç 1950'li yıllarda kendini hissettirme başlamış, 1980'li ve 1990'lı yıllarda çarpıcı bir biçimde devam etmiştir.

1950'li yıllarda Demokrat Parti (DP) söyleminin en önemli unsurlarından birisi "organik/kaynaşmış/bütünleşmiş/içeriden ve dışarıdan tehditlerle kuşatılmış toplum anlayışı" vurgusudur. CHP dönemine özgü dayanışmacı toplum ve siyaset anlayışının sürdürülmesiyle dış tehlikeden söz edip olağanüstü hâl ilan etmek, birlik beraberlik çağrısı yaparak olağan siyasal tartışmaları zararlı bir faaliyet olarak tanımlamak, dış çevrelerin oyuncağı gibi göstererek muhalefeti siyasal özne olmaktan çıkarmak vb. iktidar pratiklerinin daha sık kullanılmaya başlandığı görülür (Özcan, 2019: 103). Soğuk Savaş, Türkiye dahil her yerde nüfus patlaması yaşanmasına neden olmuştur. Avrupa yeniden imar ediliyor, kapitalizm yeniden ve tüketim üzerine inşâ edilirken, günlük hayat buna uygun bir şekilde içerik değiştiriyordu. ABD kültürü ve yaşam tarzı ideal hayat tarzı olarak pompalanıyordu. Türkiye'ye hem maddi yardımın yapılacağı, hem askeri ve sivil Amerikalı personelin gönderileceği hem de Türkiye'den gelen personelin ABD'de eğitileceği kararlarını içeren Truman Doktrini ve Marshal Planı ile Türkiye'de Amerikan kültürünün yayılması için meşru ve resmi destek sağlanmış oldu ve 1950'li yıllarda özellikle Amerikan malı ürünlerin ve tüketimin yaygınlaştığı gündelik hayat Amerikan propagandasıyla değişmeye başlamıştır. Alaturka ile alafranganın rekabetinin adeta çatışmaya dönüşmesi bu yıllarda başlamıştır (Alkan, 2019: 591-593).

12 Eylül darbesi ise sınırları belirlenmiş bir kültürel alan yaratma hedefini buna yönelik belirli kurumlar oluşturarak örgütlemeye çalıştı. Darbe sonrası yürütme görevini ifa eden Milli Güvenlik Konseyi tarafından oluşturulan Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu bu yeni milli bütünlük ve milli kültüre vurgu yapan "kültür politikasının" oluşturulmasında merkezi rol üstlenmiştir. 1980 ve 1990'lı yıllarda ortaya çıkan kültürel dönüşüm sadece yukarıdan aşağıya devlet politikalarıyla belirlenmiyor, piyasalaşma süreçleri de 12 Eylül rejiminin belirlediği sınırların dışına taşmadığı müddetçe yeni kültürel eğilimlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlıyordu (Saraçoğlu, 2015: 863). Ayrıca 12 Eylül darbesi sonrasında baskı politikalarının gölgesinde televizyonun baskın kitle iletişim aracı olması ise Batı'nın etkisini daha da görünür kılmıştır, toplumsal yapı ve kültürel kabul şartları keskin bir biçimde

değiştirip dönüşmüştür. Hobsbawn'ın belirttiği gibi geleneklerin kendini değişmez kılarken göreneklerin kendini değişmez kılmamaktadır. Çünkü "geleneksel" toplumlarda bile hayat değişmez değildir. Gelenekler ve pragmatik temayüller veya rutinler ters orantılıdır. "Gelenekler" pragmatik olarak meşrulaştırıldıklarında zayıflarlar (Hobsbawn, 2005: 3-4). Atatürk ulusçuluğunun değişik biçimlerde yorumlanmasının nedenlerinde biri de "gelenek" kavramına yüklenen farklı değerlendirmelerdir. Ulusal değerlerin yaşatabilmesi için geleneklere uyulması gerekmektedir. Ancak, gelenekler zor değişen, ama değişen, değişebilen değerlerdir. Geleneklerin kuvveti durağandır, oysa ulusal hayat devingendir, sürekli bir akıştır ve değişkendir (Turan, 1995: 168).

Keskin değişim ve dönüşümlerin devam ettiği 90'lı yıllarda ise Rıfat Bali'nin de ifadesiyle "Yeni Türk İnsanı"nı şekillendiren ve onu belirleyen önemli özelliklerden biri milliyetçiliktir. Milliyetçilik yeni bir olgu olmayıp bir alt damar olarak toplum içinde daima mevcuttu. Değişik olan doksanlı yıllarda bu damarın Yeni Türk İnsanı'nı belirleyen unsurlardan biri haline gelmesidir. Kemalist milliyetçilik doksanlı yıllarda Kürt sorununa ve RP'nin koalisyon ortağı olmasına bir tepki olarak gelişmiştir (Bali, 2007: 313). Pop çağı kültürü Can Kozanoğlu'nun deyimiyle bir tür "kimlik açgözlülüğü" tarafından biçimlendirildi. Batıcılık, Batılılık, yerellik, Doğululuk, keskin laiklik, vurgulu dindarlık, alabildiğine duygusallık, alabildiğine hoyratlık, oynaklık, muhafazakârlık, "free"lik, modernlik, milliyetçilik, şiddet, şiddet karşıtlığı, savaş çığlıkları, barış dilekleri... Bunların çoğu rahatlıkla bir araya gelebildi. Keskin laiklik ve vurgulu dindarlık bir araya geldi çünkü İslâmi kültür ya da dindarlık söylemi, merkezdeki kültürün bir parçası oldu artık (Kozanoğlu, 1995: 127-128).

2.1.4. Irk ve Köken Miti: Türklük

Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi Türk etnik kimliği, Kemalist milliyetçilik içinde giderek merkezi bir konum edinmiştir. Türk milli kimliğinin etnik-soya dayalı sınırlarını belirleme çabasında, Kemalizm ırkı kurucu bir unsur olarak kullanmıştır. Ancak bu, hiçbir zaman sistematik ırkçılık şekline bürünmemiştir. Kemalist milliyetçilik ırkçı değil, etnisisttir. Kemalist millet inşa pratiği, çağdaşlaştırıcı bir

söylemle Türklük temelinde milli türdeşleşmeyi sağlamaya yönelen çok boyutlu bir siyasi mühendislik projesinin yansımasıdır (Yıldız, 2009: 228).

Kültürel bağlamda çok önemli kırılmaların yaşandığı 1980'lerin ilk yarısına ise darbenin, baskının, şiddetin; ikinci yarısına görece özgürleşmenin, daha modern, daha sivil bir iktidarın damgasını vurduğu söylenebilir. Bu iki strateji 80'ler boyunca hiç bir zaman birbirinin yerini almadı. 80'lerin kültürel iklimini belirleyen, 80'leri önceki baskı dönemlerinden ayıran da bu çakışmaydı. Türkiye'de ilk kez bu dönemde Kemalist "yüksek" kültürün dışında bir de "aşağı" kültür patlaması yaşanmıştır ve Kemalizmin topluma sunduğu modernleşme vaadi çökmüştür, topluma biçilen modern kimlik parçalanmıştır (Gürbilek, 2001:13-15). 1980'lerde tarihin, geçmiş kurumların, inançların, kimlik ve kültürün sorgulanmaya başlanmasıyla Kemalist modernleşme projesi de eleştirilmeye başlanmıştır. Bu eleştirilere ilişkin Reşat Kasaba üç noktaya dikkat çekmektedir: Bu eleştiriler başta laiklik esasları ve Türk ulusunun etnik kökenleri olmak üzere milliyetçi tarihin tüm temel mitlerinin ısrarla sorgulanmasını gündeme getirmiştir. Ortaya atılan soruların gittikçe inandırıcı bulunması, İslamcılar gibi anti-Kemalist muhalefet gruplarının siyasal yaşam içindeki etkinliklerini artırmıştır. Öte yandan ülkenin Türk olmayan en büyük etnik topluluğunu oluşturan Kürtler, Cumhuriyet öncesi (ve dolayısıyla Türklük dışındaki) kimliklerine açıkça sahip çıkarak, bunu siyasal hareketlerinin temeli haline getirmişlerdir (Kasaba, 2005: 13).

Birinci bölümde belirttiğimiz gibi "kan" ve "ölülerin diriltilmesi" milliyetçiliğin ilkçi yaklaşımlarında özellikle üzerinde durulan olgulardır. Fakat ırkın inşa edilen bir olgu olduğuna ilişkin tüm dünyada her gün sayısız örnek yaşanmaktadır. Kemalist laiklik, kutsallaştırılan bir bakış açısına sahiptir. Türk kanı da milleti temsil eder ve tabularla yüklüdür. Örneğin, Türkiye'de 2008 yılında bir grup lise öğrencisinin kanlarıyla yaptıkları bayrak ülke gündeminde tartışmalara neden olmuştur. Öğrencilerin "Biz bu ülke için bırakın kanımızı, canımızı bile vermeye hazırız" cümlesi kan temelli ve militarist milliyetçiliğin en açık ve çarpıcı örneklerinden biridir. Antropolog Jenny White, Türkiye'de yaptığı araştırmalar sonucunda özellikle Türk milli kimliğinin kana, saflığa, sınırlara ve şerefe vurgu yaptığına ve bu unsurların kültürel bir inşa süreciyle güçlendirildiklerine,

militarizmin düşmanlığın, kuşku ve otoriterliğin temeli olduğuna, abartılı korku söylemi ve toplumun kutuplaşmasına dikkat çekmektedir. Ona göre, Müslüman kimliği ve kültürünü ırkın önüne koyan, ekonomik ve siyasal yaşamda kök salarak her geçen gün güçlenen, kendine güvenli İslami ağlardan (ana-akım Müslümanlar) yükselen yeni heterodoks milliyetçilik biçimleri Kemalist milli kimliğe meydan okumaktadır. Yukarıda da değindiğimiz gibi 1980 Askeri Darbesi Kemalizmin zayıflamasının tohumlarını ekmiştir. İslam statükoya karşı meydan okuma değil; darbe sonrasının kentli, modern ve küreselleşen ortamında pek çok kişi için dinî ve milli kimlik olarak kişisel ifade biçimleri ve tercih nesneleri haline gelmiştir (White, 2013: 14-19).

2.1.5. Teritoryal sınırlar

Teritoryal sınırların bir etnik topluluğun ve milli kimliğin ortaya çıkmasında olmazsa olmazlar arasında olduğunu birinci bölümde irdelemiştik. Özetle hatırlatmak gerekirse Smith'in belirttiği gibi teritorya etnisiteyle asıl olarak dünyanın belli bir parçası ile "kendi" topluluğu arasında iddia edilen ve hissedilen ortak yaşam nedeniyle ilişkilidir. Yine şiirsel ve sembolik nitelikler gündelik olanlardan daha büyük güce sahiptir ve bir düşler ülkesi herhangi bir gerçek toprak parçasından çok daha önemlidir. Fakat teritoryanın "anavatan" olması için ona ait olan topluluk tarafından teritorya olarak hissedilmesi ve teritorya üzerinde iddiası olan topluluğun hakkıyla buna sahip olduğunu dışarıdakilerin kabul etmesi gerekmektedir (Smith, 2002b: 54-55).

Remzi Oğuz Arık ve Cem Eroğlu, milliyetçi düşüncenin ve "biz" duygusunun kaynağı olarak teritoryal sınırlara dikkat çekmektedir. Coğrafyanın vatandaşlaşma sürecine etkisi konusunda arkeolog ve siyaset bilimci Remzi Oğuz Arık, toprağı yani vatanı dil, din, tarih ve soy gibi milliyetçiliğin değişmeyen statik unsurları arasında göstermektedir. Milliyetçi düşünceyi toprağa özellikle Anadolu'ya bağlayan Arık, adsız coğrafya üzerinde birleşen kitlelerin ortak hareketinin, tarih birliğinin milletin önemli şartları olduğunu belirtmektedir (Arık, 1974: 6). Eroğlu ise soydaşlığın, dindaşlığın, dildeşliğin, bir noktadan sonra, yurttaşlığı, ya da ulus birliğini güçlendirmediğini; tam tersine, onu zayıflattığını ileri sürmektedir. Ona göre ulus

birliğini besleyen tek öğe, soyu, dini, dili ne olursa olsun, insanların belli bir toprak parçasında, bağımsız bir devlet yönetiminde, birlikte yaşama dilekleridir. Dolayısıyla Eroğlu, Türk ulusundaki "biz" duygusunun, Türklüğe, Müslümanlığa, ya da anadili Türkçe olmaya değil, yurttaşlığa dayandığını iddia etmektedir. Bunu da yaratan tarihtir (Eroğlu, 1992: 44).

Türkiye Cumhuriyeti'nin sınırları Balkan Savaşları'nın (1913) sonunda imzalanan barış antlaşmasıyla çizilmiş, Milli Misak'la teyit edilmiş ve bu sınırlar, Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin değişmez sınırları olmuştur. Bu mülkilik, İslâmi bir referans taşımadığı gibi daha "evrensel" nitelikler taşıyan pantürkçü ve panislâmist referansların reddine dayanmaktaydı (Yıldız, 2009: 211). Lozan Antlaşması (1923) ise Türkiye Cumhuriyeti'nin toprak esası üzerine kurulmuş bir devlet haline gelişinin, milletlerarası hukuka uygun oluşunun ifadesidir (Karpat, 2019: 140).

Hem akademik hem de popüler Kemalist söylemdeki Kemalist milliyetçilik sunumu, Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde yaşayan herkesi aynı kültür potasında eritmeye çalışan dil, din ve ırktan bağımsız kalarak Türk olarak değerlendirilen, toprak ilkesini esas alan bir anlayışı yansıtmaktadır. Kemalist milliyetçiliğin bu sunumu, olgusal durumu tam olarak yansıtmadığı gibi, Kemalist millet inşa pratiğinin etnisist-soya dayalı bir vehçeye de sahip olduğunu göz ardı etmektedir. Türk olabilmek ise hem söylem hem de eylem düzeyinde etnik-soya dayalı unsurlar ihtiva etmektedir (Yıldız, 2009: 213). Sınırlanmış bir toprak parçası Smith'in belirttiği gibi milletin Batılı tarzda kavramsallaştırılmasıdır. Etnisitede önemli olan mesele "sembolik bir merkez", "kutsal bir yerleşim" ya da "anavatan"a sahip olunmasıdır (Smith, 2002b: 53-55). Çalışmamızın araştırma bölümünde de Türkiye'nin teritoryal sınırlarının reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla milli bilince yansıdığı sembolik anlamı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

2.2. TÜRK MİLLİYETÇİLİĞİNİN GELİŞİMİNDE TARİHSEL VE SOSYOLOJİK SÜREÇ

1850-1950 yılları arasındaki yüz yılın Avrupa'da demografi mühendisliği asrı olduğunu ve etnik azınlıklar bağlamında nüfusu homojenleştirmenin Zürcher'in

deyimiyle "vahşi" sürecinin yüzyıla damgasını vurduğunu söylemek kesinlikle abartı bir yaklaşım olmayacaktır. Güç siyasetinin hesaplarıyla birleşen dinsel önyargı, demografi mühendisliğinin erken dönem örneklerinin altında yatan nedendir. 19. yüzyılın sonlarına yaklaştıkça, milliyetçilik demografi mühendisliğinin ardındaki hakim itici güç haline gelmiştir. Özellikle 1878 Berlin Kongresi'nden sonra Balkanlar'da ortaya çıkan yeni ulusal devletler, Büyük Devletler siyasetin yarattığı elverişli konjonktörü kullanarak Osmanlı İmparatorluğu'ndan toprak koparan romantik milliyetçi hareketlerin ürünüydüler. Sırp, Yunan, Bulgar veya Rumen olsun bütün bu milliyetçi hareketlerde, ulusal devletlerin kurulmasından sonra kendilerini birbirlerine karşı getiren güçlü irredantist akımlar mevcuttu, fakat milli kimliklerini esas olarak Osmanlı yönetimine karşı tanımladılar. Türkiye Cumhuriyeti'nin pek çok açıdan 1912-1922 yılları arasında görülen etnik politikaların ve etnik çatışmaların ürünü olduğunu Osmanlı topraklarının bu süreçte oynadığı rol çerçevesinde anlayabiliriz (Zürcher, 2017: 9-11).

Ulusallık ve ulusçuluk, 19. yüzyıl boyunca büyük bir gelişme göstererek, bir uluslar topluluğu olan Osmanlı İmparatorluğu'nu da etkilemekten geri kalmamıştır. Ulusçuluk akımının bütün ülkelerde meydana çıkışında görüldüğü gibi Türk ulusçuluğu da dıştan gelen dürtülerden ve iç tepkilerden kaynaklanmıştı. Fransız devriminin bir ürünü olan akım, ihtilal savaşlarının da etkisiyle Doğu Avrupa'ya kadar yayılırken Osmanlı İmparatorluğu içindeki farklı toplulukları da harekete geçirmiştir (Turan, 1995: 163). Yozlaşan toplumsal, ekonomik ve siyasi yapı ile "kapitülasyon"lara ek olarak Batı'nın teknik ve ekonomik ilerlemesi ve Fransız Devrimi'nden sonra ortaya çıkan ulusçuluk akımları, imparatorluğun çöküşünü hızlandırmıştır. Toplumsal bütün kurumlarıyla birlikte yeniçerilerin de bozulması, gerek toplumsal, gerekse siyasal yaşam üzerinde son derece olumsuz etkiler yapmıştır. Sonuç olarak, İmparatorluğun ekonomisi gittikçe Batı'ya bağımlı duruma gelmiştir ve bunu siyasi çöküş izlemiştir (Kongar, 2007b: 54 b).

Osmanlı İmparatorluğu'nun 18. yüzyılın ikinci yarısında ve daha göze çarpıcı bir biçimde de 19. yüzyılın ilk yarısında içine girdiği Batılılaşma dönemi, Osmanlı Devleti'nin temeli sayılan kurumları sarsacak değişik kavram ve fikirleri de beraberinde getirmişti. Vatan, millet, hürriyet, eşitlik gibi yeni Avrupa kaynaklı

kavramlar, yabancı ülkelerde kurulan Osmanlı elçilikleri, Avrupa'ya gönderilen öğrenciler, Türkiye'de yeni açılan okullar ve davet edilen yabancı öğretim üyeleri ile kurulan ilişkiler vasıtasıyla bazı Osmanlı aydını arasında kıymet kazanmaya başlamıştı (Kushner, 1979: 3). Aynı zamanda, 1848'de Avrupa'daki ülkelerinde devrim hareketlerine katılmış olan subay, hekim, değişik alanlarda uzman aydınlar, başka yerlere sığınmak zorunda kalınca içlerinden bir kesimi Osmanlı topraklarını seçmişti. Bu kez gelenler de bilgilerine, uzmanlıklarına ek olarak Türkiye'ye ulusçuluk ve özgürlük düşüncesini de taşımışlardı. Osmanlı İmparatorluğu'nda ulusçuluk akımına yol açan dış etkenlerden bir diğeri de doğu bilimcilerin (oriantalist), özellikle türkologların Orta Asya'daki Türk bölgeleri ve eski Türk dili, yazıtları hakkındaki çalışmalarıdır (Turan, 1995: 163-164).

Öte yandan, daha önce de vurguladığımız gibi Osmanlı İmparatorluğu'nda ulusal sorun İslam gelenekleri ve pratik anlayışlar uyarınca düzene konmuştu. Bu gelenekler, Müslümanlarla Yahudiler ve Hıristiyanlar arasındaki ilişkiyi düzenliyordu. Bireyler arasındaki sınırlar etnik ya da toplumsal değil dinseldi. Gayrimüslimler (Ortodokslar, Katolikler, Protestanlar, Yahudiler, vb) millet biçiminde örgütlenmişlerdi. Bunlar dinlerini, dillerini, kültürlerini özgürce geliştirebilen yarı-özerk topluluklardı. Onları yöneten hiyerarşi yalnızca dinsel sorunları değil, bireyin kişisel statüsünü de düzenliyordu. Bu sistemde Türklerin özel bir konumu yoktu. Onlar, imparatorluğun öteki Müslümanları (Araplar, Kürtler, Arnavutlar) ile birlikte hâkim milleti oluşturuyordu. Aralarında etnik engeller yoktu. Osmanlı Türkleri, neredeyse tümüyle, İslam kültürüne entegre olmuşlardı (Georgeon, 1986: 13). Osmanlı İmparatorluğu'nda, iman edenlerle etmeyenler arasında ayırım yapılmıştı. Dahası Türkler, Arap veya diğer Müslüman vatandaşlardan daha fazla haklara sahip olmaktan hoşlanmamışlardır. Gerçekten de hükümet hiyerarşisi Türk olmayanları daha fazla kayırmıştır. Meselâ devlet hizmetinde çalışanlardan Türk olmayanların sayısı bir hayli çoktu (Kushner, 1979: 2). Akçam'a göre de Türk milliyetçiliğinin gecikmesinin en önemli nedeni İslam'dır. Osmanlılar'da İslami kimlik, diğer İslami ülkelerden farklı olarak, Türklüğün unutulması ile birlikte gelişmiştir. İkinci nedeni ise Osmanlı'nın çok büyük bir imparatorluk olmasının tarih bilincini de etkilemesidir; vatan ve millet gibi kavramlara yabancıdırlar. Ayrıca, Osmanlı devletinin çok uluslu karakteri yönetici

ulus grubun çokuluslu devlet yapısını korumak için kendi ulusal kimliklerine açıktan sahip çıkamamışlardır. Daima tüm ulusları bağrında toplayabilecek entegre ideolojileri "resmi ideoloji" olarak savunmuşlardır. Dağılan imparatorluğu kurtarmak için Türkçülük var olan tercihlerden en kötüsüydü. Çünkü hem Hristiyanları hem de Türk olmayan Müslümanları dışlıyordu (Akçam, 2008: 53-54).

2.2.1. Milliyetçiliğin Doğuşu ve Ön Türk Milliyetçiliği

19. yüzyılın sonunda, Osmanlı İmparatorluğu'nda Yunan, Ermeni, Bulgar milliyetçilikleri mevcutken, "Türklüğe" dair kimlik öğeleri (özellikle dil) saptanabilirse de, Türk milliyetçiliğinden söz edilemez (Georgeon, 2008: 23). Türk ulusal kimliğinin ne olduğu veya ne olması gerektiği düşünülmeye başlanması 20. yüzyıl başlarıdır. 20. yüzyılın başlarına kadar bizler esas olarak kendisini Osmanlı ve Müslüman olarak tanımlayan bir topluluk idik. Belli somut koşullarda, belli ideolojik tercihler ve nedenlerin sonucu olarak Türk olmayı seçtik ve Türkleşmeyi benimsedik. Türklük yapılmış bir tercihtir. Bir ideolojik seçimdir. Ayrıca bu gecikmenin doğal bir sonucu olan "arayı kapatma" telaşı diğer ulusal gruplara karşı açık bir saldırganlık biçimini almıştır ve 19. yüzyılın ikinci yarısında ulus anlayışı ırkçı, sosyal darwinist teorilere ve bunların ulus teorisiyle oluşturdukları karmalara bırakmıştır. Türkler aşağılanan ve hor görülen ırklarının aslında üstün bir ırk olduğunu ispat etmeye çalışmışlardır. Türk ulusal kimliği sürekli aşağılanmaya bir tepki olarak oluşmuştur. Osmanlı döneminde Türk olmak aşağılanmakla eş anlamlıydı. Aşağılayıcı Türk tanımı tüm dünyanın Türklere karşı olduğu ve Türklerin sürekli haksızlığa uğradığı fikri sabit olarak Türk ulusal bilincinde yer etmiştir (Akçam, 1995: 71-72; Akçam, 2008: 53). Terim, Osmanlı'da sınıfsal ve küçültücü bir anlam taşır: Köylü. Bunun sebebi, Osmanlı aristokrasisinin kendini alt sınıflardan (özellikle de yerleşik olmayanlardan) ayırması ve ayrıca, İmparatorluğu kuran etnik grup olan Türkleri öne çıkarmak istememesidir. Çünkü, imparatorluk mantığı gereği, böyle bir öne çıkarma devleti parçalamaya götürebilecektir. Avrupalılar Osmanlı İmparatorluğu'na 14. yüzyıldan beri "Türkiye" adını vermişlerdir (Oran, 2016: 253-254). Avrupalıların Osmanlılar için kullandıkları Türk ve Türkiye kelimeleri 19. yüzyıla kadar Osmanlı metinlerinde aşağılayıcı anlamda görülmemiştir. Çünkü daha önce de vurguladığımız gibi 19. yüzyıla kadar Türkler

kendilerini her şeyden önce temelde Müslüman olarak tanımlamışlardır ve modern anlamda Türk milleti fikri 19. yüzyılın ortalarında ortaya çıkmıştır. "Türkler, Türkçe konuşan ve Türkiye'de yaşayan bir millettir" cümlesinin Türk halkı tarafından benimsenmesi Türkiye'nin modernleşmesi sürecinde geçmişin sosyal, kültürel ve siyasal geleneklerinden köklü ve sert bir ayrılışı kapsıyan en büyük devrimlerinden biridir (Lewis, 1993: 1-2). Türk terimi, Türkmen göçebelerin konuştuğu dil, "cahil Anadolu köylüsü" gibi küçük düşürme ve hakaret anlamında veya "Türkçe konuşan Osmanlı" ile "diğer dilleri konuşan Osmanlı"yı ayırdetmek için kullanılmıştır (Kushner, 1979: 2). Bu aşağılayıcı Türk tanımı Yakın Çağ'da da devam etmiştir. 19. yüzyıl Balkan milliyetçilik hareketleri ve bu hareketlerin Osmanlı yöneticilerince çok şiddetli bir biçimde bastırılmış olması, Abdülhamit dönemi Ermeni katliamları vb. bu resmin pekişmesini sağlamıştır. Türk ulusal kimliği, yenilgiler, Müslüman katliamları ve toprak kayıplarının ürettiği bir intikam duygusu ile birlikte şekillenmiştir. 19. yüzyıl ayaklanmaları tarihi sadece, demokratik haklar ve ulusal talepler isteyerek ayaklanan Hristiyan toplulukların katledilmeleri tarihi değildir. Müslüman halkın büyük kıyımlara uğratılmasını da kapsar (Akçam, 2008: 55-59).

Kültür tarihimizde, milliyetçilik ideolojisi ilkin Yeni Osmanlılar, sonra Jön Türk akımlarıyla girmiş, daha sonraları güçlenerek Ziya Gökalp'te sosyolojik bir eksene oturtulmuştur. Millet, vatan, milliyet kavramları bu cereyanlar içinde felsefi, kültürel, tarihi ve sosyolojik yorumlara tabii tutulmuş ve işlenmeye çalışılmıştır (Türkdoğan, 2013: 32). 20. yüzyılda Türk milliyetçiliğinin inşa sürecinde toplumsal kabule nedenler bulmanın ötesine geçmiştir. Bu dönemde İttihat ve Terakki'nin politikalarının etkisi çok fazladır. İttihat ve Terakki, kendisinden sonraki dönemin Türk milliyetçiliklerinin dayanacağı temelleri tanımlamıştır (Göktürk, 2008: 104). Birinci Dünya Savaşı sonunda dünyanın siyasi haritası değişmişti; daha önemlisi imparatorluklar çökmüştü. Savaş sonrası siyasi yapılanmada gözetilecek ilke, self-determinasyon ilkesiydi, yani ulusların kendi kaderini kendilerinin tayin etme hakları olduğu yolundaki ilkeydi. Osmanlı devleti açısından tartışmalara farklı bir boyut kazandıran bu etkenlerden daha önemli ve etkili olan "1913'te bir 'darbe' ile hükümeti ele geçiren" (Kongar, 2007b: 55) İttihat ve Terakki'nin izlediği etnik yeniden yapılandırma politikasıydı. Ermeni ve Rumların maruz kaldığı politikalar tartışmaların merkezinde yer almıştır. Yeniden yapılanma ile ilgili tartışmaların

merkezinde ise "anasır meselesi" yer alıyordu. 1918 başlarında ve özellikle 1919 yılı boyunca, basında Osmanlılık ile birlikte Türk milliyetçiliği, İttihatçıların savaş sırasında izlemiş oldukları Türkleştirme politikaları, Ermeni sorunu, Rumların durumu ve Kürt meselesi yoğun bir şekilde tartışılmıştır. "Anasır meselesi" üzerindeki tartışmalarla bağlantılı olarak, eş zamanlı gerçekleşen iki akımdan bahsedilebilir. Bunlardan birincisi, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan topraklar içinde Türklerin ve Müslümanların birlikteliğini öne çıkaran "Türk Birliği" akımı; ikincisi de, aynı topraklar içinde Hristiyan ve Müslüman, farklı etnik grupların ve mezheplerin birlikteliğini, modern ve seküler bir vatandaşlık bağıyla sağlamayı savunan "Yeni Osmanlılık" akımıdır (Şeker, 2017: 157-159).

1908'de siyasal iktidara ortak olan İttihat Terakki hareketi modern, merkezî bir ulus-devlet yaratmak istiyordu. Merkezî ve modern bir devlet yaratmanın en temel ilkelerinden birisi, elbette vatandaşlık kurumudur. Bunun için de tüm üyelerin genel eşitlik prensibi temelinde sadece devlete karşı sorumlu olmaları sağlanmalı idi. Oysa Osmanlı millet sistemi, esasta buna tersti. Toplum birtakım dinî cemaatlere bölünmüş, her cemaat özel haklarla donatılmıştı. Vatandaş kavramı henüz tam anlamıyla yerleşmemişti. Devletin önemli fonksiyonları, vergi toplamak, yargı vb. hâlâ cemaatlerce de yerine getiriliyordu. Devlet bireylerle değil, bu cemaatlerle (veya aşiretlerle) muhataptı (Akçam, 1995: 71-72).

İttihatçılar, Türkiye'de bilinçli olarak bir kitle teşkilatı ortaya çıkarmışlardı. Toplumu iktidar kaynağı yapma düşüncesi, İttihatçılar devrinde gerçekleşme yolunu tutmuştu. Yine bu dönemde Osmanlı tarihinde ilk defa olarak milli iktisat fikri doğmuştur ve iktisadi faaliyetler sosyal değişimlerin hızını bir kat daha arttırmıştır. Bu devirde kurulan çeşitli siyasi partiler, işçi sendikaları ve çeşitli ideolojileri savunan teşkilat ve yayınların Anadolu'nun her yanında görülmesi Osmanlı toplumunun değiştiğini göstermektedir. Maddi ve manevi alanlarda meydana gelen bu değişimler, milliyetçiliği yakından etkileyerek ona yeni bir hız ve yön vermiştir. (Karpat, 2019: 99-102).

Türk milliyetçiliği, Türk toplumunda, aydınlar ve gençler arasında "yayılmaya" Balkan Savaşları'nda uğranılan bozgunlarla başlar. Türk milliyetçiliğini

pekiştirme aracı olan Panktürkçü akım ise bozgunlara ve toprak kayıplarına bir çare gibi gözükmüştür. Georgeon'a göre, Panislamizm ve Jön Türk hürriyetçiliğine karşılık Türk milliyetçiliği yolunu öneren Yusuf Akçura, ulusçu akımın bünyesinde birinci derecede rol oynamış kişilerden biridir. Türk milliyetçiliği sorununu inceleyen tarihçiler, genellikle, onu, o zamana değin yalnızca kültürel boyutlar taşıyan bir akıma siyasal boyut katmış biri olarak değerlendirirler. Akçura'yı "pantürkizmin yaratıcısı" olarak tanımlarlar. Pantürkizm, uzun vadede, Rusya'da, Çin'de, vb yaşayan Türk topluluklarını Osmanlı İmparatorluğu'nda bir araya getirmeyi amaçlayan, siyasal bir akımdır (Georgeon, 2008: 27; Georgeon, 1986: 7-8). Karpat'ın aktardığı gibi Akçura, açıkça millileşmenin ve Türkleşmenin devlete bağlı bir orta sınıf ile gerçekleşeceğini savunmuştur. Ayrıca pozitivist görüşe dayanan laikleşmenin dahi Türk toplumunun milli ve İslami karakterini değiştiremeyeceğini söyleyen Akçura'ya göre bu değişimler, bir Türk-İslam cemaati çevresinde oluştuğu için toplum, eski kimliğini ve özünü muhafaza ederek modernleşecekti (Karpat, 2019: 181).

Radikal Türk ulusçuluğunun en temel siyasi ayırım noktalarından biri olan "Turancılık" ise temelde, Osmanlı ve daha sonra Türkiye coğrafyasında yaşayan Türklerle siyasi sınırların dışında kalan, özellikle de doğuda, Asya'da Sovyet topraklarında yaşayan Türk dili toplulukları ortak ırk-kan, kültür ve tarih iddiası temelinde birleştirmeyi arzulayan Pantürkçü bir eğilim olarak belirmiştir (Özdoğan, 2008: 388). Türkçülük ya da Ulusçuluk akımı, Osmanlı dünyasında kimi öncülerce daha başlangıçta Türk Birliği yani Pantürkizm diye algılanmıştı. II. Meşrutiyet döneminde 1913 yılında iş başına gelen İttihat ve Terakki Partisi, olayların da etkisiyle Osmanlı birliğinden ulusçuluğa yönelirken, Türkçülüğü ön plana çıkaran örgütlenmelere de gidilmişti. Bu amaçla ilk önce 1908'de Türk Derneği kurulmuştu ve 1911'de aynı adla bir derginin de yayımına başlamıştı. Aynı yıl kurulan Türk Yurdu Derneği de kendi adını taşıyan bir dergi çıkartmıştı. Bunları 1912 Ocak ayında kurulan ve giderek en etkin örgüt durumuna geçen Türk Ocağı izlemişti. 1913 martında, Türkçülük akımına dördüncü bir dernek olarak da Türk Gücü katılmıştır (Turan, 1995: 164).

Öte yandan, 1918 yenilgisi Pantürkizme dönüşmüş olan Türkçülük akımında beslenen umutları söndürmüştü. Ziya Gökalp'ın aynı yıllarda ortaya attığı üçlü Türkleşmek-İslamlaşmak-Muasırlaşmak (çağdaşlaşmak) formülü ise ulusçuluk akımına yeni bir boyut getirmişti. Bununla birlikte Türk toplumunun ulus bilincine varması ancak Kurtuluş Savaşı sonrasında gerçekleşme yoluna girmişti (Turan, 1995: 165). Akçam'ın da vurguladığı gibi Ziya Gökalp, Türkleşme hareketinin genel teorik çerçevesini çizen kişidir. Yazılarında, bir ulus olarak ortaya çıkmanın çeşitli sorunlarını ele alır ve Türk ulusal devleti için gerekli ideolojik-siyasî-iktisadî temellerin neler olması gerektiğini açıklar (Akçam, 1995: 71-72). Türk milliyetçiliğinin şekillenmesinde rol oynayan önemli aktörlerden biri olan Gökalp, dağılmakta olan bir imparatorlukta hem milli kimliğin hem de bağlayıcı unsur olan dini kimliğin milli bünyeye nasıl dahil olacağının tartışmasını sürüklemiştir. Gökalp'e göre ulus, toplumsal grupların en gelişmiş olanıdır; toplum, toplumsal birlik ve dayanışmaya dayanır; dayanışmanın en yüksek biçimi ise, ortak dil ve kültür, ortak bilişim ve duyarlılık normları temeli üstünde yükselir. (Ünüvar, 2008: 30). Fakat Karpat'a göre Gökalp, meselelere temas etmesine rağmen keskin bir çözüm yolu gösterememiştir (Karpat, 2019: 139).

İttihatçılar aleyhine gelişen muhalefet Kasım 1911'de Hürriyet ve İtilaf Fırkası ismi altında tek bir siyasi parti halinde birleşmiştir. Muhalefet saflarında Arap, Arnavut asıllı Müslüman liderler olduğu gibi, birçok gayrimüslim de vardır. İttihatçıların ileriyi düşünmeden Avrupa'dan aldıkları laiklik fikrine sarılmışlardır ve toplum içinde gelişmekte olan tarihi-kültürel Türkçülük yerine etnik-ırkçı bir nasyonalizme ilgi göstermişlerdir. Bu durum Arapları ve diğer Müslüman'ları tedirgin etmiştir (Karpat, 2019: 87-89).

Osmanlı İmparatorluğunun ulusal bir devlete dönüşümünde 1860'larda Tanzimat'a karşı olumsuz tepkilerin birleşmesi sonucu ortaya çıkan "Genç Osmanlılar" Osmanlı İmparatorluğu'nun ulusal bir devlete dönüşümünde önemli öğeler arasında yer almaktadır (Kongar, 2007b: 67). Genç Osmanlıların 1868 yılında çıkardığı Hürriyet gazetesinin ilk sayısında muhtemelen Mustafa Kemal Atatürk tarafından yazılmış "Vatan sevgisi imanın bir parçasıdır" başlıklı makalede vatan

sevgisinden bahsederken Avrupa ülkelerinkine benzer bir Osmanlı vatanseverliği fikrini ileri sürer (Lewis, 1993: 154).

Genç Osmanlılar'ın eylemleri, II. Abdülhamit'in 1876 Anayasasını yürürlüğe sokması ile sonuçlanmıştır. Fakat Abdülhamit kısa bir süre sonra, Anayasa'yı uygulamadan kaldırmıştır. Abdülhamit'in baskı yönetimi ise 1908 Genç Türkler devrimiyle yıkılmıştır. Baskı döneminde kurulan birçok gizli örgüt "Terakki ve İttihat Cemiyeti" adı altında birleşmiş ve daha sonra "İttihat ve Terakki Komitesi" ne dönüşmüştür (Kongar, 2007b: 67-68). Türkiye Cumhuriyeti'nin doğuşunu hazırlayan olaylar, kendine has tarihi, sosyal ve kültürel bir devamlılık içinde şekillenerek İttihat ve Terakki devrinde daha olgun bir safhaya ulaşmıştır. Milli devlet ve milliyetçilik akandaki gelişmeler ise daha önce de vurguladığımız gibi dil ve din çerçevesinde ve Osmanlı çerçevesinde yani tarihi, siyasi ve sosyal çerçevede gerçekleşmiştir. Dil ve din çerçevesi ile siyasi ve sosyal çerçeve birçok noktada birbirini tamamlamaktadır. Yeni ile eskinin bir arada kaynaşmasıyla modern anlamda bugünkü Türk milleti ortaya çıkmıştır (Karpat, 2019: 102-103). Sorun ise ortak manevi bağın, kültürel kimliğin ne olduğu ve nasıl yaratılacağı idi (Akçam, 1995: 71-72).

2.2.2. Cumhuriyet'in Kuruluşu ve Modern Türk Milliyetçiliği

Türk Bağımsızlık Eylemi, yalnızca yabancı güçlere karşı girişilmiş bir savaştan öte aynı zamanda eski düzeni simgeleyen Padişaha karşı da eski düzeni yıkmaya yönelen bir uğraştı. Böylece, Osmanlıların yapısal birikimi, Cumhuriyeti belirleyen en önemli öğelerden biri niteliğini kazanmıştır (Kongar, 2007b: 49). Milli Mücadele'nin başarıyla sonuçlanmasıyla birlikte, sınırları belli toprak esası üzerine kurulmuş milli devletin gelişimi tamamlanmıştır. Cumhuriyet'in ilanı her şeyden önce, kurulan bu yeni devletin bir milli Türk devleti olduğunu ve devlet kültürünün Türk benliği ve gelenekleri üzerine kurulması gerektiği belirtilmiştir (Karpat, 2019: 139). Türkiye'de Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışıyla her alanda gerçekleştirilen köklü değişiklikler, aslında çok yönlü bir devrimin yansımaları, bütünü oluşturan parçalardır. Onun öncüsü Atatürk'ün de "Türk Devrimi" diye adlandırdığı bu büyük dönüşümde, güçlendirilmek, güçlü uluslar arasında saygın bir

yer alması istenen, aynı zamanda kendisinden bir güç kaynağı olarak yararlanılan öğe "Ulus"tur, Türk ulusudur. Bu nedenle, "Ulus, Ulusallık" Kurtuluş Savaşı döneminde olduğu gibi devrim aşamasında da ana öğe, gözetilen temel varlıktır. Amaç ise çağdaşlaşmadır (Turan, 1995: 162). Cumhuriyet'in ilk on yılında yapılan inkılaplar ile her şeyden önce medeni bir millet yaratılmaya çalışılmıştır. Avrupaî anlamda milli bir toplum yaratmada teorik de olsa millilik ile medeniliğin bir bütün olarak ortaya çıktığı, birbirine bağlı iki kavram olduğu görülmüştür (Karpat, 2019: 140). Fakat Türkiye'nin Avrupa kültürünün dış göstergelerini benimseyerek Batılılaşması, çöküşünü engelleyememiştir ve Batı'yla arasındaki uçurum büsbütün derinleşmiştir ya da iyimser bir deyişle bu uçurum kapanmamıştır (Latouche, 1993: 9). Temel mesele geçmişi ve gelenekleri çok eskiye dayanan Türklüğe nasıl milli ve modern bir siyasi vehçe verileceğiydi (Karpat, 2019: 139). Göktürk'ün belirttiği gibi Mustafa Kemal'in önderliğinde ortaya çıkan Türk milliyetçiliği çizgisinin dönemin başlangıcından sonuna kadar aynı tutumu sürdürmediği, ortaya çıkan yeni koşullar ve konjonktürel değişimlere bağlı olarak farklılaştığı gözlemlenmektedir. Osmanlı'nın modernleşme sürecinin ve bu sürecin ortaya çıkardığı siyasi/ideolojik çelişkilerin ışığındaki ilerleyen Türk milliyetçiliği, aynı zamanda çok parçalı ve zaman zaman çelişen öğeler sunmuştur. Özellikle Birinci Dünya Savaşı'nda Panislamizm ya da Pantürkizmin gerçekleşebileceği mekan ya da koşullar ortadan kalkması Mustafa Kemal liderliğinin İttihat ve Terakki'nin "aşamadığı/aşmadığı" çelişik durumdan kurtulmasını sağlamıştır. Böylece 1919-1923 dönemi, aynı zamanda patriarkal-geleneksel devlet sisteminin 20. yüzyıl uluslararası sistemine ve dünya kapitalist sistemine uygun bir modern ulus-devlet kurulması çabalarının sonuçlandırıldığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde Türk milliyetçiliğinin dayanaklarına yönelik tanımlar yapılamamaktadır. Fakat Kuvâ-yi Milliye hareketi çerçevesinde alınan kararlarda milliyetçi tanımlara yer verilmektedir. Bu süreçte Türk kimliği ile Müslüman kimliğinin ayrıştırılmadığı, ancak bu kimliklerin örneğin Yunan kimliği karşısında bir ırk olarak tanımlandığı ve Müslüman kimliğin Türk kimliği içerisinde algılandığı ya da "İslam'ı Türkleştirmek" olarak adlandırılabilecek yaklaşımlardan söz edilebilir (Göktürk, 2008: 103-106).

Kemal Karpat'ın da altını çizdiği gibi Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşayan Türklerin Türklüğünün hangi esaslara göre belirlenmesi gerektiği meselesi

Cumhuriyetin karşılaştığı mesele olarak hâlen de devam etmektedir. İslamiyet'i milliliğin temeli olarak görmek isteyen Türk Ocakları'nın 1924 yılı kongresinde "Türk" kavramı kültürel ve tarihi esaslara göre tayin edilmiştir. Buna göre Türk asıllı kadın ve erkekler kültürleri dolayısıyla Türk sayılırken, kendilerini Türk hisseden ve tarihi bağlarla Türklüğe bağlı olan herkes de Türk olarak kabul edilmiştir. Ancak 1930'a doğru gerçekleşen iç gelişmeler yüzünden dil, yavaş yavaş hükümet çevrelerinde, milliyetin esası olarak görülmeye başlanmış ve 1931'de kapatılmasıyla milliyet, dil ve soy esası üzerinden bina edilmeye çalışılmıştır. Bu yeni milliyetçilik anlayışını uygulamak vazifesi ise Türk Ocakları'nın yerini almış olan Halkevleri'ne düşmüştür (Karpat, 2019: 140-141). 1924 Anayasası Türk ulus-devletinin başlamasını hukuken simgelemiştir. 1924 Anayasası'ndaki Md. 88'den sonra "Türk" terimi, daha önce de belirtildiği gibi, her türlü uygulamada bir etno-dinsel anlam ifade etmeye başlayacaktır (Oran, 2016: 258).

Türkiye yirmiler süresince, her ne kadar güdümlü olsa da, iki kısa çok partili demokrasi tecrübesi yaşamıştır. Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası (17 Kasım 1924-3 Temmuz 1925) ve Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın (12 Ağustos 1930-17 Kasım 1930) kapatılmaları, 1931 yılında, tek partili bir devlet olarak Kemalist Türkiye'nin daha otoriter ve milliyetçi hale gelişini haber veriyordu (Çağaptay, 2008: 245). Totaliter rejimler ve 1930'ların Kemalist Türkiye'si arasında karşılıklı bir etkileşimin varlığı açıktır. Fakat etkilenmek bir şeydir, totaliter olmak başka bir şey. Tek Parti dönemi, diğer rejimlerin aksine uzunca bir süre tam anlamıyla totaliter bir rejim olarak adlandırılamaz. Devlete bir sınır çizilmesi gerektiği düşüncesi 1930 sonunda Serbest Fırka'nın kapatılmasıyla tamamen son bulmuş, devletin millet ile özdeş olduğu ve her şeye karışması gerektiği anlayışı tam anlamıyla yerleşmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nı müteakip hızlanan ters yönde bir dönüşümün sonucunda, önceki totaliter tınılarının önemli bir kısmından kurtulmayı başarmıştır (Atalay, 2018: 66-69).

Milliyetçilik, kolektiviteyi bir topluluk olarak yeniden tanımlamaya çalışır. Türk milliyetçiliği, yeni topluluğun incinebileceğini ve hasmane dış güçlerden dolayı tehlike altında yaşadığını özellikle vurguladı. Bu koruma içerideki aykırı seslerin de yasaklanmasını gerektiriyordu. Otoriterlik devletin meşruiyet ilkesi olarak kolektivist

milliyetçiliğe dayanmanın zorunlu sonucu haline geldi (Keyder, 2005: 38). Çok partili döneme geçildikten sonra Kemalist milliyetçiliğin etnik damarının görünürlüğü askeri darbe dönemlerinde artmakta birlikte resmi söylem düzeyinde mülki boyutu öne çıkarılmış ancak, vatandaşlık haklarının kullanılmasında etnik boyut her zaman göz önünde tutulmuş ve ayırımcı uygulamalara gebelik yapmıştır (Yıldız, 2009: 213). Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, halkın dinine, geleneklerine, diline dokunmadan tarihi ve kültürel devamlılığını korumak suretiyle ilerlemeyi gerçekleştirmeyi amaçlıyordu. Cumhuriyet Halk Fırkası ise Türk insanının, ancak Osmanlı tarihi ve kültürünün devamlılığından koptuktan sonra hazırlanacak bir programla yeni benliğini ve kimliğini kazanabileceğini düşünüyordu. Cumhuriyet Halk Fırkası, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nı cumhuriyete karşı olup sultanlığı ve halifeliği geri getirmek istemekle suçlamıştır. İsmet paşa hükümeti, Şeyh Said İsyanı'nı bahane ederek irticayı körüklediği bahanesiyle bu isyan nedeniyle çıkartılan Takrir-i Sükûn Kanunu'na dayanarak Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nı kapatmıştır. Takrir-i Sükûn Kanunu ile İstiklal Mahkemeleri canlandırılarak yalnız isyancılar cezalandırılmamış, rejimi savunmak bahanesiyle bütün muhalefet yok edilmek istenmiştir (Karpat, 2019: 148-150).

Türkleştirme 1920'lerin ortasında, yani Şeyh Said Kürt isyanı sonrasında Türk milliyetçiliğinin bir alt projesi olarak her alanda başlamıştır. 1920'li yılların sonunda Vatandaş Türkçe Konuş kampanyası, 1934'de Yahudilerin Trakya'dan sürülmesi, 1942'de Varlık Vergisi facialarıı Lozan'da azınlık olarak tanımlanan grupları yeterince sindirmiştir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı yıllarında gayrimüslümler tam anlamıyla ötekileştirildiler. Bu nedenlerle azınlıklar CHP'ye uzak durmuşlardır ve çok partili hayat DP'ye yönelmeleri için ilk fırsatı vermiştir (Alkan, 2019: 616).

1927-28 yıllarında Türklüğün neye dayandığı ve dayanması gerektiği konusu tekrar birinci derecede önem kazanmıştır. Politik bir ilke haline gelen laikliğe göre din, milli kültürün ve benliğin temeli olamayacağı için bu milli benliğe ve kültüre yeni bir temel bulmak zorunlu hale gelmiştir. 9 Nisan 1928 tarihinde "Türkiye Devleti'nin dini İslam'dır" ifadesi kaldırılmıştır. Bu tarihten sonra dil, tarih ve edebiyat üzerinden yapılan ve hızla gelişen çalışmalar doğrudan doğruya bu yeni manadaki milliyetçilik ile ilgilidir. Aynı yılda Latin alfabesine geçilmesi laik bir

Türk milleti yaratma gayretinin en açık örneklerinden biridir (Karpat, 2019: 152-153). Türkiye'de erken Cumhuriyet döneminde yürürlükte olan müfredat programlarının özellikle Türkiye Tarihi, Türkiye Coğrafyası ve Malutmat-ı Vataniye (daha sonra Yurt Bilgisi) gibi derslerle tanık olunmaktadır. Erken Cumhuriyetin "makbul yurttaş" profili, bir yandan medenilik, diğer yandan da yurttaşlık ve yurtseverlik eksenleri üzerinde inşa edilmek istenir. Amaç medeni ve yurtsever yurttaşın yaratılmasıdır (Üstel, 2008: 276).

Türkiye Cumhuriyeti'nde resmi yurttaş profilinin ders kitaplarında nasıl inşa edildiği meselesi çok uzun bir süreci kapsamaktadır. Kemalist rejimin eğitim politikasında "kuvvetli cumhuriyetçi, milliyetçi ve laik vatandaşlar" yetiştirmek eğitimin her aşamasında en çok önemsenen, telkini zorunlu temasıdır. Tarihin yeni Türk milli kimliğinin kurucu unsurlarından birisi olarak kullanılması her zaman etnik temalar barındırmıştır (Yıldız, 2009: 214). Okulda yurttaşlık eğitimi II. Meşrutiyet dönemi Malumat-ı medeniye ve Ahlakiye ve İktisadiye dersi ile başlamış ve 1924 yılında ilk ve orta öğretim müfredat programında yer alan Malumat-ı Vataniye dersi ile devam etmiştir. 1927'de bu dersin yerini Yurt Bilgisi, daha sonra Yurttaşlık Bilgileri, 1985'ten sonra ise Vatandaşlık Bilgileri, doksanların sonlarından itibaren ise Vatandaşlık ve İnsan Hakları dersi almıştır (Üstel, 2008: 275). Turan, Atatürk'ün Türkiye'de yepyeni bir ulusun var olduğu yolundaki inancının en açık kanıtının, 1931'de ortaokullar için ders kitabı olarak hazırlanan ve onun denetiminden geçen yapıtlarda bulunduğuna dikkat çekmektedir. Bn. Âfet (İnan) imzasını taşıyan Vatandaş İçin Medeni Bilgiler kitabının "Millet/Ulus" bölümünde, doğrudan doğruya Atatürk'ün kaleminden çıkmış olan şu tanım yer almaktadır: "Türkiye Cumhuriyetini kuran Türkiye halkına Türk milleti (ulusu) denir". Öte yandan gene 1931'de basılan ve Atatürk'ün gözden geçirdiği IV. cilt Tarih kitabında, Türk ulusu deyimine biraz daha açıklık getirilerek yeni bir tanım yapılmıştı: "Türkiye Cumhuriyeti içerisinde Türk dili ile konuşan, Türk kültürü ile yetişen, Türk ülküsünü benimseyen kişi, hangi dinden olursa olsun Türktür." Böylece Atatürk'ün ulus tanımı kültürel içerikli olup, dil, kültür ve ülküden oluşan bir üçlü temele oturtulmuş oluyordu. Onun bir ulus için en önemli gördüğü öğelerden biri, "ayırıcı ulusal nitelikler" dir (Turan, 1995: 165).

İdeoloji ve eğitim ilişkisi çerçevesinde Parlak'ın tarih ve yurt bilgisi kitaplarına ilişkin çalışmasına göre de Atatürk döneminde milliyetçilik ilkesi, rejimin ideolojik söyleminin şekillenmesinde kendisine devletçilik ve laiklik ilkelerinden sonra yer bulabilmiştir. Ancak İnönü döneminde ise milliyetçilik ilkesinin, hem tarih kitaplarında hem de yurt bilgisi kitaplarında diğer ilkelere nazaran açık bir farkla ilk sırada zikredildiği görülmektedir. Diğer bir deyişle milliyetçilik ilkesi, hem ders kitapları bazında hem de dönemsel olarak İnönü döneminde, rejimin temel karakteristiğini oluşturan söylemsel bir paradigma olarak değerlendirilebilir (Parlak, 2005: 208).

Fransa toplum yapısının dokusunu oluşturan ve Hıristiyan dünyasının değerler düzenini temsil eden laiklik anlayışı, hiçbir ön hazırlığı yapılmadan bir organ nakli gibi bünyemize aktarılmış, fakat bu sosyal depresyonların neler yaratabileceği önceden hesaplanmamıştır. Seküler bir eğitim sistemi, toplumun potansiyel inanç düzeni ve normlarıyla çatışma durumuna geçmiş, bu da bir süre sonra dindar-laik kadroların oluşumuna yol açmıştır. Milletleşme sürecine indirilmiş en büyük darbe, belki de bu noktada olmuştur. Bizim laikliğimiz, İslam-dışı bir yapıya yönelmiş, İslami sosyal bir olgu olarak dışlamıştır. 1924-1948 arası geçen 24 yıl içinde vatandaş ne, resmi ne de resmi olmayan yollarla dini eğitimi sağlayamamıştır. Çeyrek yüzyıl, bir toplumun hayatından dinin silinmiş olması günümüzde önemli yapısal yarılmaların nedeni olmuştur (Türkdoğan, 2013: 35).

Siyasal devrimin yanında toplumsal/sosyal devrimden söz etmeye başlanan yıllarda laik ve çağdaş hukuk düzenini gerçekleştirmek için başta Medeni Yasa olmak üzere Ceza, Borçlar ve Ticaret Yasalan bu dönemde çıkartılmış, bunları uygulayacak uzmanlan yetiştirecek bir Hukuk Fakültesi de açılmıştı. Ulusal ekonomiyi kalkındıracak ilkeleri saptamak için bir İktisat Kongresi toplanmış, alt yapıyı oluşturacak örgütlenmeye o bunalımlı yıllarda başlanılmış, bankacılığa yönelinmişti (Turan, 1995: 161).

Siyasal sınıf tarafından inşa edilmek istenen medeni yurttaş profilinin "yurttaş" cephesiyle ilgili temel özelliği "militan" yurttaş olmasıdır. Üstel'e göre söz konusu "militan yurttaş" profili, üç ana eksen üzerinde inşa edilir: 1) Yurtseverlik; 2)

Yurttaşlık hak-vazife görevleri 3) Tehlike ve düşman motifi. "Militan yurttaş"ın üzerinde inşa edildiği yurtseverlik ekseni incelendiğinde erken Cumhuriyet döneminde yurttaş profilinin, yurttaşlığın önkoşulu olarak yurtseverliği çıkardığını, bu yurtseverliğin ise yalnızca teritoryal sadakat ekseninde değil, ama aynı zamanda kültürel ve etnik anlamda bir duyarlılık ve "akrabalık" duygusuyla beslenen bir anlayış etrafında biçimlenmiştir (Üstel, 2008: 277).

Türk milli kimliğinin Kemalist inşasının yapısal unsurlarını hukuki-siyasi (seküler-cumhuriyetçi) ve etnik olmak üzere iki kurucu bileşen ayırt edilebilir. Bu süreci Yıldız, birbirini izleyen ve 1919-1938 yıllarını kapsayan üç döneme ayırmaktadır: Milli Mücadele Dönemi (1919-1923), Cumhuriyet Dönemi (1923-1929), Etnik Tanıma Kayış: "Halkta Birlik" Dönemi (1929-1938). Milli mücadele döneminde Türk kimliği baskın bir karaktere sahip olmuştur ve milliyet Müslümanlıkla tanımlanmıştır. Temel toplumsal aidiyeti İslam ümmeti fikri etrafında cisimleşen dini bağlanma oluşturmaktaydı. Cumhuriyet döneminde ise din sosyopolitik alandan kovulmuştur ve doğan boşluk, din olarak algılanan "millet duygusu" ile doldurulmaya çalışılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan ve Türkçe konuşan, Türk kültürüyle yetişmiş ve cumhuriyet ülküsüne sadık herkes, Türk olarak kabul edilmekteydi. Etnik tanıma kayış döneminde de milli topluluğu etniklik ekseninde tanımlayan ve ortak köken duygusunu temel alan ırkî-soya dayalı motiflerin Cumhuriyetçi tanıma eklemlenmesi çabaları olmuştur (Yıldız, 2009: 216-224).

2.2.3. Soğuk Savaş Döneminde Türk Milliyetçiliği

Soğuk Savaş döneminde dünyanın görece istikrarlı bir yer olması, esas itibariyle, uluslararası sistemin Hobsbawn'ın deyişiyle şu altın kuralına dayanmaktadır: Hiç kimse bir başka egemen devletin sınırlarını geçemez, zira böylesi bir hareket dengenin altüst olması sonucunu doğurur. Soğuk Savaş'ın bitmesinden bu yana bu öz sınırlamanın da sona erdiğini görmekteyiz (Hobsbawn, 2007: 20). Soğuk savaş döneminde ideolojik gerginlikler, azınlık politikaları, homojenleştirme, milliyetçilik, militarizm ve devletin önlenemez kutsanışı ve komünizmin tehdit olarak gösterilmesi temel hak ve özgürlükleri ağır bir şekilde

tahrip etmiştir. İki kutuplu dünyada, bir yanda kapitalizmi simgeleyen ABD ve diğer yanda sosyalizmi simgeleyen SSCB vardı (Alkan, 2019: 591).

Dünya düzeninin değiştiren ve bir dönemin sonu sayılabilecek Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte bağımsız Türk cumhuriyetlerin kurulması Türkiye'nin dış politikası ve kimlik algılamasında yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve komünist blokun çökmesi Türkiye'nin dış Türklerle sıcak ilişki kurmasının önündeki ideolojik ve siyasi engelleri ortadan kaldırdığı gibi Türk dış politikasında Avrasyacı bir açılımı da gerçekleştirebilecek yeni bir bölgesel yaklaşımın başlamasını gerekli kılmıştır (Özdoğan, 2008: 402). 1930'ların ikinci yarısı ile 1940'ların ilk yarısında çok canlı ve etkili olan Türkçülük, ırkçı ve Turancı görüşlere sistemin karşı kendini kapatması da uluslararası konjonktürle doğrudan ilişkilidir (Bora ve Ünivar, 2019:165-166). İkinci Dünya Savaşı sonrası itibariyle de faşizm ve ırkçılık, siyasi alanda keskin bir biçimde mağlubiyete uğramış durumdadır ve Türkiye'nin de dahil olmaya çalıştığı Batı bloğunda bu fikirler artık, bir suç unsuru sayılacak derecede toplumsal hayattan dışlanmaya çalışılmaktadır (Varel, 2019: 204).

Türkiye, yeni bir dünya düzeni kurulurken Sovyet hakimiyetine girmemek için mücadele verdiği ve soğuk savaştaki yerini Türkiye'ye ekonomik açıdan yüklü yardımlar yapan ABD'den yana olarak belirlediği 1950'li yıllarda kapitalizmi küresel ölçekte siyasi, askeri ve iktisadi açıdan düzenleyen tüm kurumlara üye olmuştur (Karpat, 2019: 170). Böylece ellili yıllar Türkiye'nin ekonomik açıdan küresel kapitalizme eklemlendiği, askeri açıdan NATO'ya uyumun ve uluslararası açıdan da ABD hegemonyasının tesis edildiği yıllar olmuştur (Kaynar, 2019: 13-14). DP hükümetinin dış politikasının bir sonucu olarak özellikle Amerika'dan aldığı ekonomik yardımlarla 1950'lerin başında yaşanan yüksek ekonomik büyüme performansı, 1954 yılında yaşanan büyük kuraklık ve Kore Savaşı'nın sona ermesiyle gerilemeye başlamıştır (Özcan, 2019: 39-42). Çünkü, ekonomik sıkıntı siyasal gerginliği de beraberinde getirmiştir ve siyasal ve toplumsal muhalefet güçlenmiştir. DP ise muhalefete, basına, üniversitelere ve aydınlara yönelik bir sindirme programı uygulamaya başlamıştı (Alkan, 2019: 617). Karpat'ın deyişiyle bunu fırsat bilen Cumhuriyet Halk Partisi iktidar aleyhinde sistemli bir kampanyaya

girişmiştir. Bu durum hem demokrasiyi hem de ekonomiyi sarsarak birçok sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. 1950'den sonra yaşanan makineleşmenin sonucunda köyden kente göç başlamıştır ve Türkiye'nin sosyal yapısı hızla değişmeye başlamıştır. Fakat Demokrat Parti programı ve düşüncesi şehirlerde baş göstermeye başlayan meseleleri karşılayacak durumda değildi. Ekonomik ve sosyal konularda yaşanan sorunlar nedeniyle 1957'den sonra iktidar ile muhalefet arasındaki çekişme gittikçe şiddetlenmiş, parti mücadelesi yavaş yavaş meydan savaşlarına dönmüştür. DP'nin, zayıf bir demokrasideki, heyecanlı ve telaşlı kalkınma macerası 27 Mayıs 1960'ta ani hazırlanmış askeri bir darbeyle son bulmuştur. Milli Birlik Komitesi olarak ortaya çıkan grup demokrasiyi, Atatürk inkılaplarını, laikliği savunmak amacıyla bu harekete giriştiklerini ve kısa bir süre içinde tekrar demokrasinin kurulacağını ilan etmiştir. Fakat eski Demokrat Partililerin yargılandığı Yassıada Mahkemesi, Türk demokrasisinin ve adaletinin kalbinde büyük bir yara açarak tarihe gömülmüştür (Karpat, 2019: 172-175).

Bir başka bakış açısıyla, 1960'lı yılların siyaset yapma şeklinin baştan aşağı değiştiği, siyasetin tabiri câizse sokağa indiği, Cumhuriyetin ilk kuşağının siyasal sistemin tepe noktalarında yer almaya başladığı yıllar olarak tarihe geçecektir (Kaynar, 2019: 667). Özetle, 1965-80 döneminin özgün niteliği, toplumun her kesimini saran hak arama, örgütlenme ve mücadele arzusu ile bununla bağlantılı sol, sosyalist fikir ve örgütlenmelere yöneliştir (Ersan, 2014: 12).

1970'lerin ortasında meydana gelen küresel ekonomik bunalım yeni devletlerin istikrarını bozdu ve daha saldırgan Batı karşıtı hareketlerin ortaya çıkmasına neden oldu. Bu küresel bunalım, Reagan'ın ABD'de Thatcher'ın Britanya'da seçilmeleriyle bağlantılı olarak, Batıda saldırgan neo-liberalizmin etkilediği siyasal tartışmalarda daha keskin bir ideolojik ton ortaya çıkardı (Breuilly, 2018: 39). Öte yandan Türkiye'deki milliyetçi muhafazakârlık, egemen olana (Batı'ya) uyum istenci ve entegre olma konusundaki hevesiyle, post-kolonyal toplumlarının milliyetçiliklerinden çok farklı bir "benzeme" dinamiğine sahiptir (Taşkın, 2019: 19).

2.2.4. Solun Bozguna Uğraması ve Sağın Yükselişi: Muhafazakâr Milliyetçilik

Fransız Devrimi, siyasetin, kültürün ve toplumun derinlemesine dönüştüğü yeni bir devrim kavramını da beraberinde getirdi ve sanayi toplumunun büyümesiyle birlikte gelişecek sosyalizmin doğumuna zemin hazırlamıştır. Birinci Dünya Savaşı, Avrupa'daki hanedanlık düzenini yıkarak 20. yüzyılı doğursa da, bu kargaşa aynı zamanda Rus Devrimi'nin de yolunu açmıştır. Sovyet komünizminin yükselişi, İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda zirveye ulaşması ve akabinde düşüşü 20. yüzyılın tarihini büyük ölçüde belirlemiştir. Komünizm, özgürleşme vaadi suretinde girdiği 20. yüzyıldan yabancılaşmanın ve zulmün simgesi olarak çıkmıştır (Traverso, 2018: 23-27). Öyle ki soğuk savaş döneminde "Hür Dünya" kapitalizm olarak tarif ediliyordu. "Hür Dünya" için, iki kutuplu dünyanın öcüsü Sovyetler Birliği, yani "Esir Dünya" kutbuydu. İki ekonomik model ve yaşam tarzı yaklaşık 50 yıllık yoğun bir rekabete girmiştir. "Hür Dünya"nın ülkelerinde her türlü toplumsal öneri, yaklaşım hatta sol, kriminal bir komünizm olarak algılanacaktı, tersi de Sosyalist Blokta dejenere kapitalizm olarak suçlanacak ve Soğuk Savaş bitene kadar adeta affedilmez bir suç olarak kalacaktı. Soğuk Savaş'ın ana mücadele eksenlerinden biri milliyetçilik ile komünizm arasındaki çatışmanın yaratılmasıdır. Bir ideoloji olarak milliyetçilik, komünizm için bir panzehir olarak ABD bloğunda yer alan tüm ülkelerde teşvik edilen bir ideoloji haline gelmiştir (Alkan, 2019: 591-592). ABD'nin yanında yer alan Türkiye'de de Türk solu uluslararası konjonktüre paralel olarak özellikle 1950 sonrası hem iktisadi hem de toplumsal krize alternatif sunabileceğine dair inandırıcılığını yitirmiştir (Aydın ve Taşkın, 2018: 412).

İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen süreçte rejimin neden olduğu istikrarsızlıkların ve dışa bağımlı kalkınma stratejilerinin Türk milli bilinci üzerindeki etkilerini değerlendirmek 2000'li yılların Türk milliyetçiliğini anlamak açısından önemlidir. Çünkü, 1950'lilerdeki DP iktidarı dönemi, Türk sağının bütün kollarının fikrî mayalanma dönemidir. Sol düşüncenin suskunluk döneminde olduğu ve anti-komünizmin resmi ve milli ideoloji olduğu 1950'lerde, 60'ların İslamcı ve milliyetçi akımları hazırlamıştır (Bora ve Ünivar, 2019: 159). 2000'li yılların Türkiye'sinin sosyokültürel, siyasi ve ekonomik yapısını özellikle milliyetçilik ve din arasındaki

ilişki bağlamında irdeleyebilmek için bu dönemde yapılan ve simge haline gelen bazı değişimlere dikkat çekmemiz gerekmektedir. Ezanın Türkçe okunmasına son verilerek Arapça okunmasına geri dönülmüş, Osmanlı devlet adamlarının türbeleri halka açılmış, İmam Hatip okullarının açılması ve mevcut okullarda din derslerinin okutulması sağlanmış, bununla birlikte çocuklarını din derslerine sokmak istemeyen ana ve babalara da özgürlük tanınmıştır. Ancak demokratik hürriyetlerin bir parçası sayılan din hürriyeti adına yürürlüğe konan bu kanunlar, aşırı dincilere cesaret vererek bu kişilerin Atatürk aleyhtarlığı yapmalarına sebep olmuştur. Ayrıca Cumhuriyet Halk Partisi'nin birer organı gibi çalışan Halkevleri kapatılarak Türk Ocakları yeniden açılmıştır (Karpat, 2019: 171).

Toplumsal değişim görece hızlı ya da geniş çaplıysa ve özellikle iki farklı yapı birbiriyle çarpışmaya başlamışsa, temel yapıların her ikisine de yabancı olan, bütünleştirici yeni kurum ve ilişkiler ortaya çıkar. Kıray, ne yeni ne de eski yapıya ait olan, ama bunalımın ve düzensizliğin hafifletilmesine yardım eden bu yeni kurum, ilişki, değer ve işlevleri "tampon mekanizmalar" ya da ara formlar olarak adlandırmaktadır. Siyasal İslam'ı ara form olarak değerlendiren Kıray'a göre Vietnam Savaşı ve yenilgisi üçüncü dünya toplumları ile ilişkilerde yüksek teknolojinin yetmeyeceğini gösterdi ve ABD'yi ürküttü. 1973'ten sonra Türkiye en başta olmak üzere her yerde Sovyetler Birliği'ne karşı ideoloji seviyesinde mücadele için, dinsel eğitimi düşünmeye, örgütlemeye, politika geliştirmeye başlandı. Zaten sanayileşmesini ve dinselliğin kişileşmesini tamamlamamış olan toplumlarda ve doğal olarak bizde hemen yer yaptı. 1970'lerin muhafazakârlığı hem milliyetçiliğe hem dinselliğe dayandırmayı uygun gördü. Türk-İslam sentezi 1970'lerdeki İslam'ı milli devlet anlayışı ile birleştiriyordu (Kıray, 2006: 330-346).

Demokrat Parti'nin bölünmesinden sonra yaşanan toplumsal gerilim ve çatışmalar CHP ve Adalet Partisi (AP) arasındaki iktidar çekişmesi ekseninde şiddetlenmiştir. Kongar'ın ifadesiyle AP, MSP (Milli Selamet Partisi), CGP (Cumhuriyetçi Güven Partisi), MHP (Milliyetçi Hareket Partisi) ve Bağımsızlar arasında kurulan "Milliyetçi Cephe" hükümeti, solun ciddi biçimde ilk kez iktidar seçeneği durumuna gelişine karşı, sağın verdiği yanıttı. 1977 seçimleri, hiçbir partiye Mecliste yeterli çoğunluk sağlamadı. Mecliste en çok sandalye kazanan CHP lideri

Bülent Ecevit Mecliste güven oylamasını kaybetti. İkinci büyük parti olarak Adalet Partisi genel başkanı olarak hükümeti kurma görevini üstlenen Demirel, Milli Selamet Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi ile birlikte, kendi deyimiyle, "İkinci Milliyetçi Cephe" hükümetini kurdu. Ekonomik durumun ve bunun en önemli göstergesi olan enflasyon artış hızının bir türlü düzeltilememesi yanında, gittikçe yoğunlaşan cinayetler, soygunlar, kitlesel katliamlar, durumu büyük bir hızla tam bir iç savaşa doğru sürüklüyordu. Özellikle siyasal durumun çözümsüzlüğü ve kamuoyu baskısı, pek çok milletvekilinin partilerinden ayrılarak, yeni bir iktidar alternatifi oluşturmak için Ecevit'e destek vermelerine yol açtı. Bülent Ecevit hükümeti, Demokratik Parti, Cumhuriyetçi Güven Partisi ve Bağımsızlar ile CHP arasında bir koalisyon olarak kuruldu. 14 Ekim 1979'da yapılan ara seçimlerin sonuçlarını, halkın "güvensizlik oyu" olarak doğru biçimde yorumlayan Bülent Ecevit, seçimlerin ertesinde istifa etti. Demirel, iktidarı, tam bir iç savaş durumunda devir almıştı. Parlamentodaki sağ partilerden destek sağlayarak, bir AP azınlık hükümeti kurmuştu. Demirel "24 Ocak Kararları" diye geçen bir dizi radikal önlemi ortaya koyuyordu. Şiddet eylemleri ve cinayetler, tam bir "iç savaş" durumunu belirtiyordu. Kitlesel çatışmaların boyutu büyümüştü (Kongar, 2007b: 184-187). 12 Eylül öncesini bugün içinde önemli kılan konu, toplumsal muhalefetin karakteri ve onunla ilişkisidir. Toplumsal muhalefet sosyalist hareketin varoluş zemini olduğu kadar teori ve politika alanını da oluşturur (Ersan, 2014: 11-12).

Ayrıca 1980 öncesinde popüler algıda yaratılan "biz" duygusunun, giderek derinleşen kimlik ve aidiyet krizi karşısında yeniden üretilmemesi solun gerileyişinde son derece önemlidir. İnsanların kimliklerine sarılma tepkileri küresel düzlemde eş anlı olarak yaygınlaşmıştır (Aydın ve Taşkın, 2018: 412). Soğuk savaş süresince olumsuz kültürel sızmalardan sorumlu tutulan aktörler olarak solcular, Taşkın'ın deyimiyle "sahnenin" dışına itildikleri halde, küreselleşmenin kültürel sızmaları artmış ve bu sızmaları bir merkez veya aktörle özdeşleştirmek giderek zorlaşmaya başlamıştır. Bu dönem, milliyetçi muhafazakâr ideolojiyi zorlayan üç sürece önayak olması bakımından önemlidir: Piyasa eksenli popüler kültürün moral-entelektüel denetim kalıplarını kırarak özgüvenini kazanması, Siyasal İslam'ın milliyetçi muhafazakâr hegemonyadan özerkleşmesi ve Kürt hareketinin ivme kazanması (Taşkın, 2019: 13). 1980'lerin başında laik ile Müslümanın, Türk ile

Kürtün, akıl ile inancın, kırsal ile kentselin, kısacası eski ile yeninin birbiriyle çelişerek ve çoğu zaman birbirini pekiştirerek iç içe yaşadığı bir çalkantı söz konusuydu (Kasaba, 2005: 13). Bu değişim ve dönüşümler bağlamında 1980 sonrası milliyetçilik söyleminin dinamiklerini ve meşruiyet zemini yeniden değerlendirmemiz özellikle neoliberal ve muhafazakâr milliyetçilik çözümlemeleri açısından çalışmamızın analiz bölümü için faydalı olacaktır.

2.2.5. 12 Eylül Darbesi ve 1990'ların Siyasi Haritası: İdeolojik, Politik ve Toplumsal Bir Hareket Olarak Milliyetçilik

1980'lerde Türkiye büyük bir değişimin eşiğine gelmiştir. Aslına bakılırsa yukarıda da belirttiğimiz gibi yenilikler otuz seneden beri toplumu yavaş yavaş etkilemekteydi. Askeri müdahaleler, bir yandan eski elitist düzeni ayakta tutmaya gayret ederken; diğer yandan toplum, basın, partiler, kişiler ve dünya konjonktürünün baskılarına dayanamayıp siyasi, sosyal, kültürel hayatın çerçevelerini genişletmek zorunda kalmışlardı (Karpat, 2019: 217). 12 Eylül darbesinin nedeni ise yukarıda da değindiğimiz siyasi şiddet ve akan kan değildir. Generallerin müdahalesinin nedeni, İran Devrimi'nden sonra Batı için aniden stratejik olarak önemli olmaya başlayan Türkiye'nin istikrarı ile ilgili kaygı ve tazyik duygularıdır. Daha çok solun sorumlu tutulduğu terör ve ekonomik kriz nedeniyle siyasi ve toplumsal uyum sağlanması isteniyordu. 1980 askeri müdahalesinin bir diğer nedeni muhalefetin bulunmadığı sükûnet ortamını sağlamak ve toplumu depolize ederek uzun erimli bir istikrar sağlayacak yeni bir siyasi yapılanma yaratmaktı (Ahmad, 1994: 423-428).

Turgut Özal, 12 Eylül Yönetimi'nin izniyle katıldığı ve son dakika Evren'in açık karşı çıkmasına karşın kazandığı 1983 seçimleri sırasında, "siyasal İslam"ın hemen hemen tüm desteğini yanına almıştır. Artık "siyasal İslam" Özal'ın kimliğinde ve Anavatan Partisi'nin içinde tam anlamıyla "devletle bütünleşmişti" (Kongar, 2007b: 253). Özal iktidarı, batının istediği sosyo-ekonomik politikaları ve muhafazakâr dinsel davranışları yerleştirmeye gayret etmiştir (Kıray, 2006: 347). Özal'ın hem Türkiye modernistleri, laikleri ve ordusu hem de dindarlar tarafından kabul edildiği düşünülürse, onun açık bir ideolojisinin olmadığı görülür. Özal,

kendisinin de bir parçası olduğu elitist düzeni ve vesayet rejimini kökünden sarsan değişimlere yol açmıştır (Karpat, 2019: 226-227). Böylece 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi, Kemalizm'in zayıflamasının tohumlarını ekmiştir. İslam statükoya karşı meydan okuma değil; darbe sonrasının kentli, modern ve küreselleşen ortamında pek çok kişi için dinî ve milli kimlik olarak kişisel ifade biçimleri ve tercih nesneleri haline gelmiştir (White, 2013: 19). Bir başka deyişle 1980 darbesi, hükümetin içinde bulunduğu siyasi açmaza son vererek, başka bunalımlar yaratarak ve Atatürk milliyetçiliğini zayıflatarak siyasal alanı ve gündelik hayatı yeniden yapılandırmıştır. Örneğin, Türkiye'de "okul"da yurttaş eğitimi 1980 darbesi sonrası yeni bir devreye girecektir. 1985 yılında Ortaokullarda Sosyal Bilgiler başlığı altında Milli Tarih, Milli Coğrafya, Vatandaşlık Bilgileri adları altında üç ayrı ders okutulmasına karar verilmiştir. Söz konusu değişiklik, basit bir ad değiştirmenin ötesinde yeni bir zihniyetin egemen olacağının ifadesidir (Üstel, 2008: 282).

Günlük yaşamda İslam'ın ne olduğu sorusunu dinsel örgütler ve tarikatlara dikkat çekerek yanıtlan Kıray, köyünü terk eden köylünün sorunlarını çözmesinde genelde birebir ilişkilere dayanan ve patronaj ilişkileri düzenini kullandığını fakat pazar ekonomisi yaratılıp rekabet keskinleştirildikçe ev yapmaktan okul bulmaya kadar zorlaşan sorunların çözülmesini dinsel örgütlerin ve tarikatların üstlendiğinin altını çizmektedir. Bu tarikatlar mali kaynak, otoriter hiyerarşik düzene bağlı ve hukuksuzluğu gizleyen, devleti dışlayan olağan ve istenir bir şey gibi gösteren yeni bir tür patronaj ilişkisini kolayca yerleştirdiler (Kıray, 2006: 347-348). 12 Eylül sonrası siyasal partiler kapatılınca insanlar, devletle ilişkilerinde ve toplumsal işlevlerinin yerine getirilmesinde, siyasal partiler yerine, tarikatlara ve cemaatlere sığınıyor. Kongar'ın da aktardığı gibi Kıray, böylece, siyasal İslam'ın güçlenmesini doğrudan doğruya, tarikatların siyasal işlev yüklenmesi olayına bağlıyor (Kongar, 2007b: 233).

Siyasal İslam'ın yükselişinin çözümlenmesinde, Demokrat Parti dönemi kadar 1980'ler ve 1990'lar da önemli kırılma noktalarıdır. Çünkü bu yıllarda dinsellik siyasi, ekonomik ve kültürel olarak her yönde yaşanan toplumsal değişimlerde belirleyici rol oynamıştır. Dinin gördüğü kültürel ve kurumsal işlev ve topluma

yansıma biçimleri, İslamcı siyasetin yükselmesinde temel bir rol oynamıştır. Bu dönemlerde siyasi ve gündelik hayat baş döndürücü değişimlere sahne olmuştur.

Bu dönemi derinlemesine analiz eden Karpat'ın aktardığı gibi 24 Aralık 1995'te yapılan seçimde artık yıpranmış olarak bilinen partilerden ANAP (Anavatan Partisi) oyların %20'sini, DYP (Doğru Yol Partisi) %19'unu, DSP (Demokratik Sol Parti) %14.6'sını, CHP %10.7'sini almasına rağmen Refah Partisi oyların %21.4'ünü alarak Türkiye'nin en büyük partisi haline gelmiştir. 1995 seçimleri sonunda kurulan ANAYOL (DYP-ANAP) hükümeti Tansu Çiller'in yolsuzluklarıyla ilgili tartışma nedeniyle 6 Haziran 1996'da sona ermiştir. ANAP'ın örtülü ödenekle ilgili olarak Tansu Çiller hakkında verdiği soruşturma önergesine Refah Partisi karşı oy verince, Çiller soruşturmadan kurtulmuş ve Erbakan'ın kuracağı hükümete katılmaya karar vermiştir. 3 Kasım 1996 yılında gerçekleşen Susurluk Olayı ile derin devletin her tarafa kol salmış olduğu görülmüş, sonuçta öteden beri Erbakan'a şüphe ile bakan ordu yüksek komuta kademesi, 28 Şubat Muhtırası ile Erbakan'ı istifaya zorlamıştır. Sonuç olarak Refah Partisi 16 Ocak 1998'de Anayasa Mahkemesi tarafından laik Cumhuriyet'e karşı olduğu gerekçesiyle kapatılmıştır. Fakat 1999'da yapılan seçimlerde Refah Partisi'nin yerine kurulan Fazilet Partisi tehdit altında olmasına rağmen yine de oyların %15.4'ünü almayı başarmıştır, fakat 22 Haziran 2001'de mahkeme kararı ile kapatılmıştır. Parti üyeleri 20 Temmuz 2001'de Recai Kutan başkanlığında Saadet Partisi'ni kurmuşlardır. Recep Tayyip Erdoğan ve Abdullah Gül "Yenilikçiler" olarak 14 Ağustos 2001'de Adalet ve Kalkınma Partisi'yle yola devam etme kararı almışlardır (Karpat, 2019: 236-243).

1980 Askeri Darbesi sonrası Kemalist Milliyetçiliğin zayıflaması, neoliberal milliyetçiliğin önem kazanması ve 1990'larda siyasal İslam'ın yükselişi Adalet ve Kalkınma Partisi'nin (AK Parti) gelişmesine yarayacak ortamı da yaratmıştır ve milliyetçi söylemin ağırlıklı olarak kültürel zemini değişmiştir. Genel hatlarıyla 1990'lara bakacak olursak, İslamcı siyasal partilerin yükselişinin damgasını vurduğu ve Türkiye'nin neoliberal politikalar doğrultusunda dünya ile eklemlenmesinin en yoğun olduğu dönemdir. 1990'ları Türkiye'nin modernleşme vaatlerinin sorgulandığı, kültürel kimlik taleplerinin ön plana çıktığı, yaşam tarzının gündelik

hayatta fark edilir olduğu, kitle kültürünün kimlik örüntülerini belirlediği, milliyetçi ideolojinin ve dini popülist söylemin yükseldiği yıllar olarak yorumlayabiliriz.

2.2.6. 2000'li Yıllarda Gündelik Bağdaştırıcı Olarak Milliyetçilik

Gündelik bir bağdaştırıcı olarak milliyetçi söylemin 2000'li yıllar Türkiye'sinde inşasını ve yeniden üretimini, Kemalizm ve muhafazakârlığın farklılaştığı ve kesiştiği noktalar ve gerilimli alanlar çerçevesinde anlaşılması gerekmektedir. Çünkü Taşkın'ın belirttiği gibi milliyetçi muhafazakârlık, Kemalizm'in bakiyesi olmadan anlaşılamaz. Kemalizm gibi radikal bir kültürel yenilenme projesi, milliyetçi muhafazakârlık üzerinde önemli izler bırakmıştır. Kültüralizmi Kemalizm'den öğrenen milliyetçi muhafazakârlar, söylemlerinin kurucu bir bileşenini Batılılaşma hamlesinin bizleri kökenlerimizden kopardığı tezi üzerine inşa ettiler. Onların kültüralizmi, ulusun küllerinden yeniden doğuşuna değil, *milli kültürün yeniden ihyasına* dayandırıldı. Milliyetçi muhafazakârlık, Kemalizmin 'ulus'la kurduğu seçkinci ilişkiden ve onun aşırı voluntarist iyimserliğinden etkilenmiştir (Taşkın, 2019: 39-57).

Öte yandan, Kemalizm dar manasıyla bugün artık miadını doldurmuş bir ideolojidir. Fakat farklı bir açıdan bakıldığında, son on yılda muhafazakârların Kemalizm'in temel umarelerini daha önce hiç olmadığı kadar candan benimsediğini, devletle ve onun ürettiği popülist milliyetçi söylemle kendini tamamen özdeş kıldığını, yani otoriter kalkınmacı ideolojinin, büründüğü yeni şekliyle belki de ikinci baharını yaşadığını söylemek yanlış olmayacaktır (Atalay, 2018: 14-15). AK Parti'nin gündelik hayattaki belirleyiciliği nedeniyle artan kutuplaşma ikliminde birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun tesisi amacıyla "Türklük" etno-dinsel bir üst kimlik olarak yeniden üretilmeye devam etmektedir.

Muhafazakâr milliyetçilere göre "Türklük" tarihsel ulus misyonunda devşirilmiş bir siyasal "kalın"lık, yoğunluk ve geçirimsizlik arz eder. Bununla birlikte, Türklüğün aynı zamanda bir kapsayıcı şemsiye olduğu iddia edilir. Muhafazakâr milliyetçilerin bir tür eritme potasıdır bu. İslami milliyetçiliğin bir asimilastyonist milliyetçilik ürettiğini de söyleyebiliriz (Mollaer, 2016: 167-168).

Din, ulusal kimlik içerisinde ulus duygusunu beslediği ve ulusal kimlik tanımının diğer modernlik ideali gibi unsurları ile uyum sağlayarak dönüştüğü ölçüde meşruiyet kazanabilmektedir. AK Parti'nin dini referanslara başvurması şüphesiz dini sermayenin ulusal kimlik içerisindeki gücünü sürekli pekiştirmekte ve ulusal kimliği gitgide İslamileştirmektedir. Öte yandan, dinin toplumsal işlevlerine vurgu yapan modern bir din tanımının kullanılıyor olması, referansın öteki dünyadan bu dünyaya kayması oranında, Müslümanlık bağlamında bir iç-sekülerleşme sürecinin de izlerini taşımaktadır (Koyuncu, 2014: 319-320).

He ne kadar AB süreciyle öne çıkan demokratikleşme ve insan hakları söylemi AKP'nin hem içeride hem de dışarıdaki egemen güçler karşısında meşruiyetini sağlamakta hayati bir rol üstlendiyse de salt bu "liberal haklar" çerçevesiyle sınırlı bir söylemin hegemonyanın asıl hedefi olan geniş halk kesimlerinin rızasını üretmek için yeterli olmayacağı aşikârdı (Saraçoğlu ve Yeşilbağ, 2015: 908). Böylece laik bir Müslüman ülke olan Türkiye'de dinin siyasallaşmasının aynı zamanda ortaya çıkan karşı dirençle dinin kişiselleşmesine neden olduğunu ve muhafazakâr milliyetçiliğin gündelik hayatta din ile milliyetçilik arasında kurmaya çalıştığı organik bağın zayıfladığını da söyleyebiliriz. İslam ile demokrasinin bağdaştırılması geniş bir kesim tarafından kabul görmezken dinin yerine konulan milliyetçilik ile demokrasi arasındaki bağ çalışmamızın birinci bölümünde vurguladığımız gibi zorunlu ve kaçınılmazdır. Siyasal İslam'ın ve muhafazakâr milliyetçiliğin içene düştüğü demokrasi perspektifli bu krizi hem Kemalist milliyetçiliğinin hem de Kemalist milliyetçilikle ilişkili olan etnisist milliyetçiliğin unsurlarıyla ağırlıklı olarak kültürel bir perspektifle aşmaya çalışıldığı varsayımını çalışmanın analiz bölümünde, milliyetçiliğin reklamlar üzerinden gündelik hayatta temsili bağlamında irdeleyip muhafazakâr milliyetçilik, Kemalist milliyetçilik ve etnisist milliyetçiliğin benzerliklerini ve farklılıklarını ortaya koymaya çalışacağız.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çalışmamızın kavramsal ve kuramsal çerçevesinin son bölümünde, teorik yönelimler çerçevesinde gündelik hayat kavramının değişim ve dönüşüm süreciyle yakından ilişkili olan ve gündelik hayatta modeller sunan tüketim, reklam ve milliyetçi söylem ilişkilendirilerek analitik bir çerçeve sunulmaya çalışılacaktır.

Bu bağlamda, gündelik hayata ilişkin kuramsal tartışmalar ışığında yaşam biçim alanları, gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşası, gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşasında kitle iletişiminin rolü ve kitle iletişimle zorunlu ve doğal bir ilişkisi bulunan ideolojik ve kültürel bir araç olarak değerlendirdiğimiz reklamın işlevi ele alınacaktır. Son olarak, çalışmamızın araştırma bölümünde kurgusal günler olarak inceleyeceğimiz milli bayramlar ve anma günleri toplumsal inşa perspektifiyle irdelenecektir.

3.MİLLİYETÇİ SÖYLEMİN REKLAMLAR ARACILIĞIYLA GÜNDELİK HAYATA TAŞINMASI

Gündelik hayat olgusu, birçok farklı tartışmada odak noktası olan küreselleşme süreciyle kapitalist tüketim ve üretim sistemi, ulus devletlerin kontrolü ve gücü bağlamında sürekli değişmeye devam etmektedir. Kültürel deneyimlerimiz sadece yaşadığımız yerlerden kaynaklanmamaktadır ve küresel koşullar altında yerel olan artık kültürün temel belirleyici unsuru değildir. Bir başka deyişle, özellikle dijital yaşam tarzlarının küresel bir düzen haline geldiği günümüzde, kültürel değişme ve gündelik hayat ilişkisi önemli bir çalışma alanı olarak dikkat çekmeye devam etmektedir.

Öte yandan, siyasi ve kültürel bir yönelim olarak milliyetçiliğin yükselmesiyle yerellik de önemli bir güç ve sığınak haline gelmiştir. Küreselleşmenin gündelik hayattaki pratiklere yansıması kültür kavramını daha da çekişmeli ve parçalı bir noktaya taşımıştır. Temel tartışma noktası ise tüketim kültürünün ve popüler kültürün etkisiyle dünyanın birbirine benzemesi ile yerelin baskın hale gelmesiyle kültürel farklılıkların önem kazanması arasındaki denge ve ilişkidir. Öyle ki

Latouche'nin de belirttiği gibi kısır bir içe kapanışa başvurmadan, dünyadaki büyük gelişmelere kör kalmadan, farklı bir kimlik bilincini korumak, kendi dizginlenemez çılgınlığı nedeniyle patlama noktasına gelmiş uluslar ötesi bir teknopolde ayakta kalmanın tek koşulu olarak ortaya çıkmaktadır (Latouche, 1993: 10). Çünkü milliyetçilik, yerelliklerin taşıyıcısı olduğu gibi evrenselciliğin taşıyıcısı da olabilir. Tek tek her olguda, neyi taşıdığı, nasıl taşıdığı çözümlenmeli ve hangi yöne vurgu yaptığı incelenmelidir (Delannoi, 1998: 35).

3.1. GÜNDELİK HAYATIN TÜKETİM KÜLTÜRÜ BAĞLAMINDA KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Gündelik hayat sıradan, değişken, çekişmeli ve çok boyutlu yapısı nedeniyle milliyetçilik gibi tek bir kuramla açıklanabilecek bir kavram değildir. Toplumsal olguların tanımı ancak iç içe geçmiş birçok olgunun etkileşiminin analiziyle açıklanmaya çalışılabilir. Çünkü inşacı perspektiften neyin nasıl yaratıldığı sorunsalı belli bir düzene sahip olmayan sorunları ve çelişkilerle yüklü cevapları gündeme getirmektedir.

Bu çerçevede gündelik hayatı irdeleyen kuramcılar için en büyük sorun ise kimlik ve kültür gibi gündelik hayat kavramının alışıldık, kanıksanmış ve sağ duyusal olanla kaçınılmaz çağrışımlarıdır. Bu niteliği gündelik hayatı toplumsal araştırma için değerli bir nesne haline getirmektedir. Toplumsal olanın yaratılışında "kültür" ve "yapı" arasındaki etkileşime dair süregelen tartışmalar içerisinde gündelik hayat bu etkileşimin gerçekleştiği fiziksel alan olarak önemli hale gelmektedir (Bennett, 2013: 11-12). Fakat sorun göründüğünden daha karmaşık ve zordur. Çünkü gündelik hayat sıradan olmasına rağmen, modern çağda kültürel değişim, gündelik olanı belirsiz ve güvenilmez bir hale getirerek temsili zorlaştırmıştır (Chaney, 2002: 1).

Öte yandan gündelik hayat, moderniteyle birlikte bilinmeyeni bilinir bir hâle getirmek, geleneklerin bozulmasına alışmak, yeni olanı kapsamak ve farklı yaşam biçimlerine uyum sağlamak için dinamik bir süreç haline gelmiştir (Highmore, 2002: 2). Gündelik hayat artık bireylerin etrafındaki dünyayı deneyimleme biçimi hakkında

özsel bir hakikat sunan homojen bir terim olarak görülmemektedir. Daha ziyade gündelik hayat, kültürel olarak inşa edilen çok çekişmeli bir alandır ve hareket ve kültürel melezleşme süreçleriyle devamlı tanımlanıp, yeniden tanımlanmaktadır. Geç modernite bağlamında hem kimlik hem de gündelik hayat son derece karmaşık ve parçalanmış kavramlar haline gelmiştir (Bennett, 2013: 16-17). En açık ifadeyle gündelik hayatın diyalektik bir etkileşim süreci olduğuna vurgu yapan Lefebvre'ye göre bu alan, bu zemin, ne felsefecilerin öznelliği tarafından belirlenmiş (veya üst belirlenmiş) bir şey olarak, ne de kategoriler halinde (giyecekler, yiyecekler, mobilyalar, vs.) sınıflanmış nesnelerin nesnel (veya nesnesel) betimlenmesi olarak özetlenebilir (Lefebvre, 2007: 24).

Gündelik hayat, bizim her zaman sıradan olarak düşündüğümüz ve böylece kanıksadığımız hayatın biçimleridir. Alışılmış deneyimlerin gerçekliğini rutinler ya da meslekler, ilişkiler ve yaşanan yerlerin düzenliliği sağlamaktadır. Daha genel olarak ne zaman, kiminle, nerede ne yapıldığını düzenleyen yer ve zaman yapıları vardır (Chaney, 2002: 10). Bu nedenle gündelik hayat, kültürel ve ideolojik toplumsal yapılara ışık tutan bir kavram olarak siyasi ve sosyolojik tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Gündelik hayat ve modernlik arasındaki özdeşliğin ortaya çıkardığı sorunlar ise bu tartışmaların odak noktası olarak ele alınmaktadır. Gündelik hayat ve milliyetçi söylem arasındaki ilişkiyi toplumsal ve kültürel değişimin ortaya çıkardığı sorunlar bağlamında ele aldığımızda ise karşımıza modernist kuram, sistemler yaklaşımı, fenomenolojik yaklaşım, kültürel teori, yapısalcı ve postyapısalcı yaklaşımlar ve postmodernist kuram çıkmaktadır.

Gündelik hayat literatüründe karşımıza çıkan ilk ve temel sorun modernizm ve gündelik hayat arasındaki ilişkidir. Lefebvre'ye göre birbirine bağlı ve birbiriyle ilişkili iki olgu olan gündeliklik ve modernlik eş zamanlı olarak ortaya çıkmıştır. Gündeliklik ve modernlik, karşılıklı olarak birbirini belirtir ve gizler, meşrulaştırır ve telafi eder. Biri, diğerini çevreler ve üstünü örter; ona ışık tutar ve onu gizler. Bunlar zamanın ruhunun iki yüzüdür. Gündeliklik ve modernlik birbirini karşılıklı olarak gösterir (Lefebvre, 2007: 35). Yaşam biçimi alanları konusunda çalışmalar yapan Chaney de gündelik hayatın nasıl değiştiğine dair belirsizliklerin kitle kültüründeki gelişmelerle ilgili olduğunu ve bu nedenle modern çağa özgü olduğunu

belirtmektedir. Fakat bu durum gündelik yaşamın sadece modern çağda var olduğu anlamına gelmemektedir. Aksine gündelik hayatın ancak o zaman sorunlu hale geldiği anlamına gelmektedir (Chaney, 2002: 5). Bauman ve Bruno Latour da sorunlu hale gelen gündelik hayatta düzen ve kaos ilişkisine dikkat çekmektedir. Bauman'a göre modernliği oluşturan amaçlar arasında öne çıkan unsur düzendir. Düzen ve kaos modern ikizlerdir. Hem modern devlet hem de modern akıl sadece düzen yaratmaya devam etmek için bile olsa kaosa gereksinim duyar. Varoluş, düzen ve kaos olarak çatallaştığı, düzen ve kaos alternatiflerini içerdiği ve tasarım, manipülasyon, yönetim mühendisliği etkisi altında olduğu ve bunlar tarafından sürdürüldüğü ölçüde moderndir. Müphemliğin kökünü kazıma çabası tipik bir modern pratiktir; modern siyasetin, modern aklın ve modern yaşamın özüdür. Bu, kesin olarak tanımlama ve kesin olarak tanımlanamayan her şeyin bastırılması ya da elenmesi çabasıdır (Bauman, 2003: 12-18). Latour da modernin, zamanın düzenli geçişindeki bir kırılmayı belirttiğin altını çizmektedir (Latour, 2008: 17). Bir başka ifadeyle, gündelik hayat düzen ve kaosun iç içe geçtiği modern dünyada ideolojik ve kültürel perspektiflerle bireyin aktif veya pasif olarak konumlandırıldığı bir alandır.

Tüketim kültürü bağlamında ise sosyal kuramcıların bir çalışma nesnesi olarak tüketimle ilgilenmeye başladıkları zaman tüketicinin pasif olduğu yönündeki görüş ağırlıklı olarak savunulmaktaydı. Hâlâ gücünü koruyan bu bakış açısı bağlamında sistemler yaklaşımı, gündelik hayatı bireysel öznenin tahakkümünün ve sömürüsünün gerçekleştiği bir uzam olarak görmektedir (Bennett, 2013). Onlarca yıl boyunca egemen olan, sistem perspektifine göre kültür ve toplum, bireyi bütünüyle hemhâl etmek üzere işlev gören kapsayıcı ve tarafsız sistemler olarak işler. Bu görüşe göre, toplumsal aktörler, var olan toplumsal roller ve davranış normlarını (oydaşmaya dayalı ve sınıf temelli çıkarların bir yansıması olarak) tam anlamıyla pasif bir biçimde içselleştirilirler ve sonuç olarak da toplumsal yapıları ve kurumları büyük ölçüde otomatik olarak ve bilmeyerek yeniden üretecek şekilde hareket ederler (Gardiner, 2016: 17).

Frankfurt Okulu'nun kültürel teorisi ve felsefesi çerçevesinde özellikle Adorno, Horkheimer, Marcuse ve Habermas'ın düşünceleri de reklam ve gündelik hayat ilişkisine eleştirel bir ışık tutmaktadır. Marksistler, kapitalizmi ihtiyaçlardan

ziyade arzuları desteklediği ve tüketicilerin sahte ihtiyaçlara yönlendirildikleri için eleştirmişlerdir. Bununla birlikte, kültürel çalışmalarla birlikte tüketimin insanların basitçe, kötü olarak ve değerlendirmeden yaptığı bir şey olduğu yönündeki paradigmayı eleştiriye doğru güçlü bir dönüş yaşanmıştır. Gündelik hayat kavramını Marksist bir bağlamda tartışan Lefebvre, bireyin "edilgen bir kurban" olduğuna dikkat çekmektedir. Ona göre eğer televizyonda, radyoda, sinemada, basında göstergelerden oluşan bulutların üzerinizden geçmesine izin verir ve sizi yönlendiren yorumları benimserseniz, var olan durumun edilgen bir kurbanı oluyorsunuz demektir. Birkaç ayrım yaptığınızda, örneğin gündeliklik ve modernlik ayrımını uyguladığınızda, durum değişir ve göstergeleri etkin bir biçimde yorumlayabilirsiniz. Ancak, eleştirel sosyolojik bir analiz gündelik hayatı aydınlatabilir (Lefebvre, 2007: 35).

Öte yandan bireyin tanımlanan bu pasif duruşuna karşın 19. yüzyıl sonunda bireyin tamamen pasif olmadığına dikkat çekilmeye başlanmıştır. Sennett'in de belirttiği gibi 20. yüzyılda reklamcılık ve kitle iletişim araçlarının insanların arzularını şekillendirerek, sahip olduklarıyla tatmin olmamış hissetmelerini sağlamayı öğrendikleri anlamına gelen "moda makinası" ve halk yeni şeyler satın alsın diye ürünlerin kasten dayanıksız yapıldığını savunan "planlı eskime" adıyla iki yaklaşım geliştirilmiştir. Bu görüşler, tüketicinin edilgen bir rol oynadığını varsaymaktadır. Ancak iş yaşamındaki değişimler ve yetenek arayışı, bireylerin kendi kendini tüketen tutkuyla ilişkisinde daha etkin bir role sahip olabildiğini göstermektedir (Sennett, 2011: 89). Gündelik hayat fail, birey ve toplumsal yapı arasında olası bir dolayımlayıcı olarak örtük bir şekilde tanınmaya başlamıştır (Bennet, 2013). Çünkü, insanların kendilerini ve dünyalarını anlamak için düşünümsel biçimde kullandıkları sembolik ve öznelerarası anlamlar, bilimsel bir sosyoloji anlayışı içinde bir kenara itilemez (Gardiner, 2016: 18).

Bireyin gündelik hayatta aktif konumuna ilişkin dramaturjik ilkeler üzerine yorumlar yapan Goffman, "birey kendini ve faaliyetlerini başkalarına nasıl sunuyor? Başkalarının kendisi hakkında oluşturduğu izlenimi nasıl yönlendiriyor ve denetliyor?" sorularının ışığında bireylerin gözler önüne serilen önceden belirlenmiş ve başka durumlarda da sergilenebilecek ya da oynanabilecek eylem kalıbı olan

“roller” veya “rutinler” ve “kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifade donanımı” olan “vitrin” aracılığıyla “set”lerde gösterdikleri “performans” yoluyla gündelik hayatlarını yönlendirip denetim altına aldıklarını ileri sürmektedir. Goffman, toplumsal rollerin içselleştirilmesiyle tanımlanan gündelik hayatın “pratik deneyimi” yoluyla, bireylerin sahne önü ve sahne arkası benlikler yaratarak rollerini idare etmeyi ve onların arasında müzakere yapmayı öğrendiklerini ileri sürmüştür. Böyle yaparak bireyler yaratıcı bir şekilde gündelik hayatlarını yönlendirebilmekte, kanıksanmışlıklarını kırmak için uzamlar yaratarak onu çekilebilir bir hale getirmektedirler. Benlik, belirli mekanlarda gerçekleşen performansların bir derlemesidir. Kişi kendini başkalarına sunduğunda, performansı toplumun resmi olarak onaylanmış değerlerini, davranışlarından çok daha fazla içerir ve temsil eder. Toplumsal sınıflarla özdeşleşmiş belki de en önemli işaret aracı maddi varlığın ifadesi olan statü simgeleridir (Goffman, 2014: 45-46).

Gündelik kavramsallaştırmalar ve roller dediğimiz noktada ise fenomenolijik yaklaşım belirgin olmaktadır. Fenomenoloji denince ilk akla gelen filozof Edmund Husserl’e göre, görme sadece şeyleri görür, şeyler yalın olarak orada ve bilinçteki hakiki açık görmede durmaktadır ve görme sadece bilinçte bulunan şeyleri görür. Şeyleri görmenin nasıl farklı olduğu, daha yakın bir çözümlemede ortaya çıkmaktadır ve sadece karşımızda duran ve yalnızca görülmeyi bekleyen şeylerden söz etmenin aslında hiçbir anlamı yoktur. Şeyler, bir fındık kabuğu veya vazonun içinde bir şeyin bulunması gibi, bu yaşantının içinde değildir, tam aksine onların içinde bulunması asla olanaklı olmayan şeyler bu yaşantılarda kurulurlar. “Şeylerin verilmiş olması”, onların fenomenlerde ortaya konulması, tasarımlanmış olmasıdır. Fenomenolojinin görerek, aydınlatarak, anlam belirleyerek ve anlam ayrımı yaparak yol aldığını ifade eden Husserl’e göre, fenomenoloji karşılaştırır, ayrım yapar, bağlar, ilişkiye sokar, parçalara böler, öğelerine ayırır. Ama her şeyi saf görmeyle yapar. Kuramlaştırmaz, matematikleştirmez; zira, tümdengelimli kuram anlamında hiçbir açıklamada bulunmaz (Husserl, 2003: 40-83).

Edmund Husserl ve Max Weber’in bir sentezini sunan Alfred Schütz ise “gündelik yaşam dünyası”nın düzenlenmiş bir dünya olarak bizden önce başkalarınca da yorumlanmış ve deneyimlenmiş olan ortak bir özneler-arası bir

dünyayı işaret ettiğini söyler. Gündelik yaşam dünyası, eylemlerimizin ve etkileşimlerimizin sahnesi ve dahası nesnesidir. Dünya, eylemlerimizle değiştirmek zorunda olduğumuz ve/veya eylemlerimizi değiştiren yerdir. Geçmiş ve şimdiki deneyimleriyle ilgili bir yorum şeması olarak iş gören bir "bilgi stoku" olduğunun altını çizen Schütz'a göre gündelik yaşamda insanın geleceğe yönelik beklentilerini de buna göre belirlemektedir. Homojen olmamakla birlikte belirli bir yapı sergileyen bu bilgi stoku; net, farklı ve tutarlı olan nispeten küçük bir bilgi özünü barındırdığı gibi, çeşitli anlamsızlık, muğlaklık ve belirsizlik alanlarınca da kuşatılmıştır. Gündelik hayatın bu niteliklerine daha önce de değinmiştik. Bu alanların bizim çalışmamız için önemi bu bilgi stokunu, sadece kabul edilen şeylerin, kör inançların, salt varsayımların bulunduğu bölgelerin ve bütünüyle bilgisizlik alanlarımızın takip etmesidir.

Gündelik yaşam dünyası içinde düşünen ve eylemde bulunan insanın bilgisinin homojen olmadığını, tutarsız, sadece kısmen açık ve çelişkilerden bütünüyle muaf olmadığını detaylı bir şekilde ortaya koyan Schütz, öncesinde kurulmuş ve düzenlenmiş bir dünya olan sosyo-kültürel dünyanın kendine özgü bu yapısı, tarihsel bir sürecin sonucu olduğundan ötürü her bir kültür ve toplum açısından farklılıklar sergilediğine fakat aynı zamanda belirli özelliklerin bütün toplumsal dünyalar için ortak olduğuna dikkat çekmektedir. Ona göre, insanın içinde doğduğu ve kendi yönünü bulmak zorunda olduğu toplumsal dünya, toplumsal ilişkilerin, belirli anlam yapılarıyla semboller ve simgeler sisteminin, toplumsal örgütlenmenin kurumsallaşmış biçimlerinin, statü ve itibar sistemlerinin sıkıca örülmüş bir ağı olarak deneyimlenir. Çeşitliliği ve tabakalaşmasının yanı sıra kendi yapısal düzeninin içinde toplumsal dünyanın bütün bu unsurlarının anlamı, bu dünya içinde yaşayanlarca kabul edilir (Schütz, 2018: 85-94).

Gündelik hayattaki bilginin temelleri ve gündelik hayatın gerçekliğinin fenomenolojik bir analizi çerçevesinde Berger ve Luckmann "Gerçekliğin Sosyal İnşâsı" kitabında gerçekliğin, sosyal olarak inşâ edildiğinin altını çizerek, bilgi sosyolojisinin bu inşânın vukû bulduğu süreci nasıl analiz ettiğini detaylandırmışlardır. Sokaktaki adam, genellikle, kendisi için "gerçek" olan şeyleri ve "bildiği" şeyleri, belirli bir problem onu aniden durdurmadıkça, kendine dert

etmez. O, kendi "gerçeklik"lerini ve kendi "bilgi"sini bir toplumdan bir diğerine değişen oldukça farklı "gerçeklikleri" verili bir şey olarak kabul eder. Spesifik "gerçeklik" ve "bilgi" kümelenmeleri, spesifik sosyal kontekstlerle ilintilidir ve bu ilişkilerin, sözkonusu kontekstlerin uygun bir sosyolojik analizine dahil edilmesi gerekmektedir (Berger ve Luckmann, 2008: 4-10).

Gardiner ise Goffman, Schütz, Berger ve Luckmann'ın kuşkusuz gündelik hayatın çalışılmasına önemli katkıları olduğunu fakat kimi açılardan hayati derecelerde kusurlu olduklarını ileri sürmektedir. Ona göre, özellikle beceri sahibi toplumsal aktörlerin gündelik hayatın akışı içindeki pratik başarılarına odaklansalar da, bu türden perspektifler uzmanlık gerektiren ve gerektirmeyen bilgiler arasındaki yaygın ikiliği altüst etmek yerine pekiştirir. İkinci olarak, her ne kadar bu türden yaklaşımlar geçerli sosyolojik bilginin başlangıç noktasının günlük yaşam ve bunun bağlamsal ve "dizinsel" anlamları olduğunu kabul etseler de, gündelik genellikle homojen ve benzeşen bir dizi tutum, pratik ve bilişsel yapı olarak algılanır. Bu yaklaşımlar gündelik yaşam dünyasını, ontolojik veya yorumsamacı anlamda, özellikle "derin" veya karmaşık bir fenomen olarak görmezler. Böylece, gündelik hayat toplumsal dünyanın ebedî bir hâli olarak yorumlanır. Küçük rol karışıklıkları veya değer çatışmaları olabilse de gündelik hayat, toplumsal varoluşun sorunsuz, çatışmasız özsel bir bileşeni olmayı sürdürür. Buna karşın, gündelik hayatın modernitenin ve kimilerine göre postmodernitenin dinamikleriyle çok yakından ilişkili bir tarihi vardır. Kültür teorileri de gündelik hayatın çekişmeli bir alan olarak çatışmalar sonucu parçalandığına dikkat çekmeye başlamışlardır (Gardiner, 2016: 19).

Yirminci yüzyılda kitle kültürüne özgü biçimlerin artan gücü ve egemenliğine dair kötümserlik dalgasına karşı ortaya çıkan kültürel çalışmaların gündelik hayatın düşünümsel biçimde inşa edilmiş bir kültürel alan olarak ortaya konulmasında katkısı bir hayli fazlıdır. 20.yy sonları 21.yy başlarında toplum ve kültür kuramcıları, gündelik hayatı çok daha dinamik ve çekişmeli bir alan olarak kavramsallaştırmaya başladılar. Bu nedenle, gündelik hayatın artık homojen bir bütün olarak değil, son derece çoğul ve çekişmeli bir alan olarak tanımlanmasının gerektiğini iddia ettiler. Kültür gittikçe daha çeşitli hale gelen kimlik projelerini kapsayan, son derece çoğul

ve parçalı bir terim haline gelmiştir (Bennet, 2013: 15). Modernliğin de en önemli başarısı dünyanın parçalanmasıdır. Parçalanma, modernliğin gücünün ana kaynağıdır (Bauman, 2003: 23).

Gündelik ve sıradan olanın incelebilmesi için kültürel süreçler akademik gündemin önemli meselelerinden biridir. Popüler kültür üzerinde yoğunlaşmak hızla gündelik hayatlarımızın inşa edilişine ve kültürün öznelerini nasıl biçimlendirdiğine yoğunlaşmak anlamına gelmiştir. Popüler kültür gündelik hayatın inşasının gözlemlenebileceği bir alandır. Kültürü çalışmak sadece akademik değil, aynı zamanda siyasal bir faaliyettir. Gündelik hayatın belirli inşalarındaki iktidar ilişkilerini inceleyen ve böylelikle bu inşadaki çıkar kümelerini ortaya çıkaran siyasal bir faaliyettir (Turner, 2016: 11-15). Kültürel çalışmaların giderek artan bir şekilde popüler aracılığın otonomluğuna odaklanması ise ideoloji kavrayışını zayıflatmıştır ve böylece popülerin analizi ve eleştirisinde yabancılaşma kuramının oynadığı rol de küçülmüştür (Roberts, 2013:12).

Kültürel Çalışmalar, sıradan yurttaşların -özellikle halk sınıfından olanlar- çağdaş bilgi araçlarının yaydığı iletileri benimseyen edilgen bireyler olmadığını ileri sürmektedir. Tam tersine, okuyucular ve kullanıcılar bilginin yaratıcılarının ve üreticilerinin stratejilerine karşı, kendilerine özgü uygunlaştırma taktikleri geliştirirler. Tüketiciler edilgin alıcılar gibi görülmemelidirler, yaratıcının tekelinin bulunmadığı bir yaratıcı etkinlikte anlamı yeniden oluştururlar, bunu yaparken medyatik tekniğin içeriğinin yönünü değiştirebilirler. Kültürel Çalışmalar yurttaşların politik yetilerini varsayar (Bourse ve Yücel, 2017: 11-12).

Ayrıca yapısalcılığın pek çok kolu olsa da ortak özelliği; sistemlere, ilişki dizelerine ve anlamı üreten ve çerçeveleyen formel yapılara olan ilgisidir. Yapısalcılığın İngiliz kültürel çalışmalar üzerindeki ilk etkisi bir kültür kuramının değil, dil kuramının inşasında olmuştur (Turner, 2016: 23). Bu bölümde genel kuramsal bir çerçeve çizmeye çalıştığımız için dilin gerçekliği düzenleme ve inşa etmek konusundaki işlevini gerçekliğin ve anlamın sosyal inşası sürecinde ideoloji ve söylem kavramlarını irdelediğimiz bölümde detaylandıracağız.

Geleneksel toplumdan modern topluma geçiş Best ve Kellner'ın deyimiyle "felaket ve sorun" olarak algılanmıştır. Bu teorik kriz söylemleri daha evvelki istikrarlı ya da bildik düşünüş ve yaşayış tarzlarının çözülüp dağılmasından kaynaklanan toplumsal ve düşünsel kargaşaya verilen yanıtlar olarak okunabilir. Savaş sonrası tüm Batı'da 1960'lı yıllarda yaşanan toplumsal politik hareketler, yeni düşünsel akımlar ve kültürel başkaldırılar, katı ve baskıcı modern topluma karşı yaygın bir ayaklanma ortaya çıkmakta olduğu duygusu yaratmıştır. Altmışlı yılların radikalizmi modern toplumsal yapıları, pratikleri, kültürü ve düşünce tarzlarını sorgulamıştır. 1968 hareketinin beklediği devrim gerçekleşmemiş olsa da medya, bilgisayarlar ve yeni teknolojilerdeki patlamalarla, yeni kültürel biçimler, zaman ve uzamın yeni yaşantılanma tarzları nedeniyle 1970'Ii ve 1980'li yıllarda görülen bir dizi toplumsal-ekonomik ve kültürel dönüşüm, esasen önceki toplumdan bir kopuşun cereyan etmiş olduğunu göstermiştir (Best ve Kellner, 2011: 10).

1980'li yıllarda postmodernizmin etkisiyle gelişen yeni bir toplumsal ve kültürel kuram okulu bireylerin yazgısını yeniden tanımlamıştır. Postmodernizm endüstriyel kapitalizm ile kapitalist toplumun egemen ideolojik söylemlerinin dayandığı modernist toplumsal yapıların sonunun geldiğini ilan etmiştir. Postmodernistlere göre postmodernizmin etkisi modernitenin ideolojik projesinin parçalanması ve bireylerin merkezsiz öznelere dönüşmesiydi; bireyler anlamları esnek ve kaygan olan imge, metin ve metaların bitmez tükenmez akışından istediklerini seçmekte özgürlerdi (Bennet, 2013: 54-55).

Bir yandan Morley ve Robins'n de ifade ettiği gibi görsel ve işitsel coğrafyalar, ulusal kültürün sembolik mekânlarından uzaklaşmakta ve uluslararası tüketici kültürünün daha "evrensel" ilkeleri temelinde yeniden düzenlenmektedir (Morley ve Robins, 1997: 29-30). Öte yandan Bennet'in de belirttiği gibi gündelik hayat düşünümsel olarak yorumlanan kültürel bir süreçtir ve popüler kültür, gündelik hayatta daha yüksek düzeyde bir çoğulculuğu olanaklı hale getirirken, sınıflar arasındaki hegemonik mücadeleyi azalmaktan ziyade belirgin hale getirmektedir (Bennet, 2013: 48). Bu duruma en belirgin örneği Bourdieu'un yorumuyla gösterebiliriz. Ona göre resim, müzik, müzeleri ziyaret etme gibi birbiri arasında güçlü bir biçimde bağıntılı öğeler eğitim sermayesine bağlıdır ve farklı sınıfları ve

sınıf fraksiyonlarını kesin bir biçimde kademelendirir. Tüketicilerin seçimine sunulan tüm nesneler arasında, tümüyle ayırt edici olan türler, dönemler, üsluplar, yaratıcılar arasındaki bölünmeler ve alt bölünmeler oyunuyla sonsuz ayrımlar üretmeyi sağlayan, meşru sanat yapıtlarından daha sınıflayıcı bir şey yoktur (Bourdieu, 2015: 29-31). Öte yandan dünya birbirine benziyor gibi görünebilir ama dünyanın birbirine benzemesi basit bir şekilde aynı marka ayakkabının giyilmesi, aynı marka kahvenin içilmesi ya da aynı film ve dizilerin izlenmesi, müziğin dinlenmesi ya da aynı müzelere gidilmesi şeklinde düşünülmemelidir.

Modern teori, bilginin dayandırılabileceği sarsılmaz bir temel arayışından, evrenselleştirici ve totalleştirici iddialarından, tartışmasız ve kesin hakikati sağlama kasıntısından ve sözümona kuruntulu rasyonalizminden ötürü eleştirilir. Buna karşılık, modern teorinin savunucuları ise postmodern görecelikçiliğe, irrasyonalizme ve nihilizme saldırır. Postmodern teori, teorinin gerçekliği yansıttığı modern inancın ve temsilin eleştirisini yaparak, teorilerin kendi nesneleri üzerine en iyi ihtimalle kısmi perspektifler sunduğunu ve dünyaya ilişkin tüm bilişsel (cognitive) temsillerin tarihin ve dilin dolayımından geçtiğini savunan "perspektifçi" ve "görecelikçi" konumlara yerleşir (Best ve Kellner, 2011: 17-18). Teknolojik gelişmeler ve kapitalizmin daha yüksek aşamaya taşınmasıyla yaşanan kültürel parçalanma, yeni yaşam tarzları, mekân ve zaman yaşantısındaki değişimler ışığında ortaya çıkan çarpıcı sosyo ekonomik ve kültürel dönüşümlere tepki olarak olumlu ya da olumsuz birçok postmodern teori ortaya atılmıştır. Postmodernist kuram, kimlik ve kültürün yukardan aşağıya basit şekilde "verilmek" ya da "dayatılmak" yerine, düşünümsel olarak kurulduğunu ileri süren postyapısalcı argümanı güçlendirmiştir (Bennett, 2013: 78).

Özetle, sistemler yaklaşımı, gündelik hayatı bireysel öznenin tahakkümünün ve sömürüsünün gerçekleştiği bir uzam olarak görüyordu. Gündelik hayatta anlamın inşasında bireyi aktif bir fail olarak yeniden kavramsallaştırmak isteyen kuramcılar ise 19.yy sonları yeni bakış açılarıyla sistemler yaklaşımına meydan okumaya başladılar. Gündelik hayat fail, birey ve toplumsal yapı arasında olası bir dolayımlayıcı olarak örtük bir şekilde tanınmaya başlamıştı. 20.yy sonları 21.yy başlarında toplum ve kültür kuramcıları, gündelik hayatı çok daha dinamik ve

çekişmeli bir alan olarak kavramsallaştırmaya başladılar. Bu nedenle, gündelik hayatın artık homojen bir bütün olarak değil, son derece çoğul ve çekişmeli bir alan olarak tanımlanmasının gerektiğini iddia etmişlerdir. Postmodernist kuram çerçevesinde ise toplumda, çok güçlü bir hale gelen temsil, gündelik deneyimin ana formu haline gelmiştir (Bennett, 2013: 11-15). Temsil gibi sorunlu bir alan olan toplumsal inşa ve yeniden üretim süreci çerçevesinde öncelikle çalışmamız açısından önemli olan milliyetçi söylem, gündelik hayat ve tüketim kültürü arasındaki bağı incelememiz gerekmektedir.

İnsanların yeni olanı -yeni malları ve hizmetleri- tüketmeyi öğrenme şekillerini inceleyerek gündelik deneyimlerinin daha derinlerine inebiliriz (Sennett, 2011: 85). Yeni tüketiciler ve onların satın alması için üretilen yeni metalar ile birlikte İkinci Dünya Savaşı sonrası ekonominin patlaması, tüketimle ilgili akademik çalışmalarda ve tüketim modellerinde bir değişimin sinyalini vermiştir. Geç kapitalist tüketim toplumunda, anlamlar ve semboller tüketim ve sergilenen metalardan ayrılamaz, basit bir şekilde azaltılamaz. Alışkanlıklara bağlı olarak gündelik hayatımızda bu anlam ve sembolleri kimliğimizi inşa etmek ve sürdürmek için kullanmaktayız. "Kitlesel tüketim" savaş sonrası Amerika'da başlamıştır ve daha sonra Britanya'da ve Avrupa'da yaşanmıştır. Hem kitle üretimi hem de kitle kültürü artmıştır ve düşük sosyo-ekonomik tabakalar da tüketici haline gelmiştir. Statünün bütün işaretleri tüketim yoluyla ortaya çıkmaya başlamıştır. Yaşam tarzlarının değişmesi tüketim kalıplarının da değişmesini zorunlu kılmıştır (Paterson, 2006: 30).

Özetleyecek olursak, satın alma davranışından da öte çok geniş bir kültürel süreci kapsayan ve kendini ifade etmenin bir yolu olarak tüketimin, kültürü kalıcı ve görünür hale getirdiğini söyleyebiliriz. Lefebvre'nin de vurguladığı gibi meta sembolik bir araç haline gelmiştir. Bu dünyadaki yerinizin ne olduğunu pek de iyi bilemezsiniz. Gösterilenlerinizin giderek silikleşen gösterenlere, imgelere, nesnelere, kelimelere; gösterenleriniz ise gösterilenlerinize, yani sizin neye inanmanız ve nasıl olmanız gerektiğini size göstermeye yardımcı olan propagandalara, tumturaklı sözlere ve açıklamalara bağlayarak birçok seraba kapılırsınız (Lefebvre, 2007: 35). Dayatılmış hazlar, yaşam biçim alanlarının yaratılmasına katkıda bulunmaktadır.

Sennett'in de belirttiği gibi reklamcılık da tahayyüle katılmaya davet etmektedir (Sennett, 2011: 95).

3.1.1. Yaşam Biçimi Alanları

Başlangıçta Weber tarafından kullanılan, Marx'ın da öne sürdüğü ekonomik belirlenimcilik modelinin karşısında konumlanan çok boyutlu sosyal tabakalaşma modelindeki başat kavramsal unsur olan "yaşam tarzı" yatmaktadır (Bennett, 2013: 101). Özdeksel kültürün yeni baştan değerlendirilmesi, nesnelerin doğrudan parasal değerlerinden uzaklaşılması, bunun yerine toplumsal ve kültürel değerlerin önem kazanmasıyla yaşam biçimlerinin önemi giderek artmıştır. Yaşam biçimi terimi, günlük yaşamda kimlik ve ilişkilerle ilgili daha geniş ve karmaşık anlamları tanımlamak amacıyla kullanmaktadır (Chaney, 1999: 15-22). Öyle ki bu kavram yerleştirildiği her bakış açısında başka bir anlamı, olguyu ve kavramı açıklıyor olması nedeniyle kuramsal genel çerçevenin merkezinde yer almaktadır.

Tüketim kültürünün tarihi bağlamında özellikle Weber, Marx, Veblen ve Simmel'in görüşleri dikkat çekmektedir. Çünkü Weber, Marx, Veblen ve Simmel'den önce tüketime ilişkin çok az akademik çalışma bulunmaktadır. Modern ve postmodern tüketicinin analizi bağlamında tüketimin rasyonel ekonomik boyutu ve sembolik boyutu arasında bir ayrıma vurgu yapmak istediğimizde öncelikle "Aylak Sınıfı Teorisi" ile 1899'da tüketimin gösteriş amacı ile yapılabildiğini ileri süren Veblen'in öykülenme modeli (emulation model) karşımıza çıkmaktadır. Veblen, tüketimin sembolik tarafına vurgu yapmaya başlamıştır ve sembolik tüketime doğru bir eğilim devam etmektedir (Paterson, 2006: 13-24).

Bir başka deyişle, gündelik hayatın modern Batı kültürünün inşa ettiği düşünce ve eylemler ile rasyonelleştirilmesiyle başlayan gösterişçi ve sembolik tüketimin hakimiyeti sürmektedir. Paterson'un da işaret ettiği gibi, Veblen'in "aylak sınıf" teorisi tüketim ve kimlik arasındaki bağı özetlemektedir. Tüketiciler diğer tüketicilere göre görece kendi pozisyonlarını tanımlayan tüketiciler tarafından metalar satın alınır ve sosyal pozisyonlarını belirlemek için kullanılır. Bir bütün olarak aylak sınıf, soylular, rahipler ve onlara eşlik edenlerden oluşur. Bu sınıfın

uğraşları yönetim, savaş, dinsel edim ve spor adı altında yapılanlardır. Kültürel evrim silsilesinde, aylak sınıfın ortaya çıkışı ile mülkiyet sahipliğinin başlayışı aynı zamana rastlamaktadır. Mallara ilişkin tutarlı bir mülkiyet sistemi aşama aşama kurulmuştur ve gelişmenin son aşamasında, tüketimde malların değerinin en göze batan unsuru işe yararlılık olmasına rağmen, mal varlığı, sahibinin nüfusunun en onursal kanıtı olarak faydasını hiçbir şekilde kaybetmemiştir. Mülkiyet, saygınlık ölçüsü ve itibarın konvansiyel dayanağı haline gelmiştir (Veblen, 2017: 9-32).

Klasik dönem sosyologlar arasında yer alan Alman sosyolog Simmel'in çalışmaları da çağdaş yaşam tarzı kuramlarını derinden etkilemiştir. Kent yaşamı, tüketim süreci ve kimlik konuları arasında önemli bağlar kuran ve modern toplumu sosyolojik bir perspektifle inceleyen Simmel'e göre, insanlar arasındaki ilişkilerin çoğu mübadele kategorisi altında ele alınabilir. "Nasıl manipüle ediliyoruz? Zevklerimiz nasıl tasarlanıyor?" gibi sorulara yanıt ararken ekonomik bir analizden daha çok sosyal teoriler bağlamında değerlendirmeler yapan Simmel'in mübadele ile ilgili değerlendirmeleri çerçevesinde reklam ve tüketici arasındaki etkileşime ilişkin şu yorumu yapabiliriz: "Mübadele" yani "fedakârlık" yapma anında tüketicinin A yerine B ürününü ya da hizmeti tercih etmesi ya da seçmesi için bu mal ya da hizmete "değer" hissinin iliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü Simmel'e göre değer, psikolojik olarak sıklıkla mantıksız görünen bir biçimde ortaya çıkar. Fedakârlık ise arzu edilen nesnenin değerini arttırır. Bir nesnenin bir birey için taşıdığı anlam sadece arzulanırlığından gelir daima. Zira bir nesne bizim için neyi gerçekleştirecek olursa olsun, tayin edici olan o nesnenin nitel karakteridir. Ona sahip olduğumuzda, onun türünde çok sayıda mı az sayıda mı numune olduğu ya da başka hiç numune olup olmadığı fark etmemektedir. Değeri oluşturan unsur ulaşma güçlüğüdür, yani mübadelenin içerdiği fedakârlığın büyüklüğüdür (Simmel, 2009: 65-86). Fedakârlık kavramını çalışmamızın analiz bölümünde milliyetçiliğin yeniden üretiminde talep edilen değerler bağlamında detaylı bir şekilde ele almaya devam edeceğiz.

Tüketim kültürü bağlamında ise Chaney'in de vurguladığı gibi Simmel'e göre para, nesneleri doğal anlamlanndan uzaklaştırarak, işlevlerinden ve bireysel zevklerden bağımsız oldukları yeni, kültürel bir söyleme dönüştürür. Simmel ekonomik ilişkileri değiştirmenin toplumsal yapısını (her ilişkinin iki yanlılığını

gösteren süreç içinde) iki sonuca daha dikkat çekerek ortaya koyar. Bunlardan birincisi, modern dünyada -ekonomik birleşmenin karşılıklı toplumsal bağımlılığının güçlenmesi için- para tüm biçimleriyle daha önemli bir hale geldikçe, bireysel katılımcılar olarak bizlerin, geleneksel toplumunkilere oranla ekonomik ilişkilerden daha uzak kalabilmemizdir ve benzer şekilde, üretimin karmaşık ayırt edicilik mekanizması tüketicileri pazar stoklarına daha bağımlı kılsa da, sıradan bir tüketici bile satıcılar arasında kendi seçimini yapmakta eskisinden daha özgürdür (Chaney, 1999: 59).

Gündelik hayatın çok boyutluluğuna vurgu yapan Fransız sosyolog Michel Maffesoli, moda, hedonizm, vücuda tapınma ve imajların hakimiyetinin toplumsal bütünleşmenin biçimleri olduğunun ve yaşamın olduğu farklı yapılar arasında çok boyutluluk ve bir gerilim ve çatışma yaşandığının altını çizmektedir (Maffesoli, 1989: 2-5). Günümüz koşullarında altı çizilen giyinmek ve davranışlar, farklı olmanın bir şeklidir. İnsanlar kendilerini sunmak isterler. Gösteri bir imajlar toplamı değil, kişiler arasında var olan ve imajların dolayımından geçen bir toplumsal ilişkidir (Debord, 1996: 14).

Hiç şüphe yok ki toplumsal onay ve farklılıkların vurgulanması yaşam biçimi alanları aracılığıyla fark edilmektedir. Yaşam biçimi alanları her şeyden önce benzerlikler yaratarak ötekini konumlandıran sınırların çizilmesine olanak tanıyan ideolojik bir araçtır. Lefebvre'nin de belirttiği gibi teknik ya da sanayi uygarlık, bütün dünyada yaşam düzeyleri arasındaki mesafeleri değil yaşam tarzları arasındaki mesafeleri azaltmaktadır (Lefebvre, 2010: 28).

Tüketimcilikte ideolojik sürekliliklere ve bu durumun yaşam biçimi söylemine de yansıdığına ilişkin değerlendirmesinde Chaney, "Hoşnutluk, etkileyici bir sergileme, sahiplenme, seçme özgürlüğü" kavramlarını yaşam biçiminin ve doğal olarak gündelik hayatın içinde birbirini etkileyen ideolojik süreçler olarak tanımlamaktadır. Hoşnutluk, pazarın yapaylığından hoşnutluk duyulmasıdır. Ticaretteki doğal ve geleneksel toplumsal sınırlamalar tek tek müşterileri memnun etmek uğruna göz ardı edilmektedir. Bu durum, hem pazarlama süreci ve hem de bireysel yaşam biçimlerinin sahip olduğu ikinci nitelik olan etkileyici bir sergilemeye

yol açmaktadır. Tüketicinin sahip olduğu varsayılan üçüncü bir nitelik de sahiplenme, yani malların elde edilmesi ve neredeyse bir hak gibi kullanılması özelliğidir. Bu özellik de bir dördüncü niteliğin açıklığa kavuşturulmasına yol açar ki, bu, aynı anda başkalarının koşullarına da bağımlı olan seçme özgürlüğüdür. Bunun sonucu beğenin özelleştirilmesidir ki, mal, hizmet ve deneyimlerin, bir topluluğu etkilemek için kullanılsalar bile, bireysel olarak kazanıldığı anlamına gelir (Chaney, 1999: 15-49). Bu nokta da kuşkusuz "beğeni" ideoljik, kültürel, ekonomik ve psikolojik bir iskeletle çevrelenmiş bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaşam tarzına vurgu yapan çağdaş toplum ve kültür kuramcısı Pierre Bourdieu, beğeni konusunda ekonomik ve kültürel belirlenimin yanında araçsal bedene ve bilinçdışı güdülere vurgu yapmaktadır. Beğeni yargısı ve yaşam tarzı, habitus kuramının temel kavramlarıdır. Ona göre birey, nasıl yapacağını bilir ama neden yaptığını açıklamakta zorlanır. "Eğer bir grubun tüm yaşam stilini mobilya ve giyim tarzından okuyabiliyorsak, bu sadece söz konusu bu malların, tercih edilmelerine yol açan ekonomik ve kültürel zorunlulukların nesneleştirilmesi olmalarından dolayı değil, ama aynı zamanda lüksleri ya da fakirlikleri, "ayrıcalıkları" ya da "avamlıkları", "güzellikleri" ya da "çirkinlikleri", ile ailevi nesnelerde nesnelleştirilmiş olan toplumsal ilişkilerin kendilerini bedensel deneyimler aracılığıyla çok derin bir biçimde bilinç dışı olarak dayatmasındandır. Edinme biçiminin etkisi, başka hiçbir alanda, özellikle eski yatkınlıkları açığa çıkaran ve yerleşmiş eşya, giysi veya mutfak gibi gündelik varoluşun en sıradan seçimlerinde olduğu kadar belirgin değildir". Bourdieu'a göre toplumsal eşitsizliğin kalıcılığını açıklayan faktörler arasında ilk olarak temelde var olan değerlerin, sermayenin aktarımı vardır. Günümüzde ekonomik sermayenin yanında başka bir çeşit sermaye vardır: kültürel sermaye. Kültürel sermaye öncelikle dil demek, bir nevi dile hükmetme yetisidir. "Kültürlü" bir ailede edindiğiniz şeydir. Sınırlıdır ve eşitsiz olarak dağıtılmıştır. Ve sermayesi daha çok olanlar, bu eşitsiz dağılım sebebiyle kıtlığa bağlı olarak kazanç elde ederler. Eğer bu sermaye herkeste eşit oranda bulunsaydı sahip olunan sermayenin değeri kalmazdı. Okuldan alınan bilgiden önce aileden alınan bilgi önemlidir. Eşitsizliklerin yeniden üretilmesi kültürel sermaye yoluyla gerçekleşiyor. Simgesel tahakküm görünmez. Tahakküm altındaki kişi bunun farkında olmadığı sürece işleyebilir (Bourdieu, 2015: 122-123).

"İnsanlar kendilerini tasarımlamak için yaşam biçimini nasıl kullanırlar?" sorusuna odaklanan Chaney de yaşam tarzının modern dünyanın günlük toplumsal yaşantısının bir parçası olduğunu, yaşam biçimlerinin modern dünyanın özellikleri arasında yer aldığını ve modernliğe özgü bir statü gruplaşması olduğunu söylemektedir. Yaşam biçimleri kültürel yapılara bağlı olmakla birlikte, her biri bir biçim, bir tavır ve bir gruba ait bazı eşyaları, yerleri ve zamanları kullanış şeklidir. Ama o grubun toplumsal deneyimlerinin bütünü değildir. Yaşam biçimleri, özel bağlamlarda anlam kazanan uygulama ve davranış dizileridir. Sosyologlar, sınıfı yapısal düzenin mantığını oluşturan bir unsur olarak görürler. Bunun en tipik örneği, modem toplumsal düzen içinde oluşmuş ayrıcalıkları sürdürmek ve açıklamak için çeşitli dini ya da etnik kimlik modellerinin kullanılmış olmasıdır (Chaney, 1999: 14-16).

Kültürel Çalışmalar, kültürü yaşamın ve toplumun belirli bir algısını biçimlendirmeyi sağlayan görece özerk bir yapı gibi ele alır. Özellikle Kültürel Çalışmalar'ın Richard Hoggart ve Raymond Williams gibi ilk İngiliz kuramcıları "yaşam biçimini" bir kültür kavramı olarak kabul ettirdiler. Kültür böylece popüler pratikler, tutumlarla, kullanımlarla, taktiklerle ve uzlaşılmış konumlarla kendini gösterir. Bunlar da bir "yaşam biçimi" ortaya koyar (Bourse ve Yücel, 2017: 8). Postmodern karakter yöneliminin betimlenmesi için en önemli ipuçlarını sunan ortamlar postmodern hayat tarzının propagandasının yapıldığı ve kurgulandığı ortamlardır. Bu ortamlar, eğlence ve boş zaman endüstrisinin teşhir ettiği yaşam dünyaları, reklamlar, eğilim ve gelecek araştırmaları, ortam ve tüketim araştırmaları, başarılı işletmelerin pazarlama stratejileri, kendini postmodern yaşam tarzına kaptırmış olan yayın organları ya da medyadır (Funk, 2014: 15).

3.2. GÜNDELİK HAYATTA GERÇEKLİĞİN VE ANLAMIN TOPLUMSAL İNŞASI

Gündelik hayatta milliyetçiliğin reklamlar aracılığıyla nasıl tasarlandığı ve/veya yeniden üretildiği meselesi toplumsal inşa sürecinde üretilen bilgi biçimleriyle ilişkilidir. Çünkü Bauman'ın işaret ettiği gibi toplum dediğimiz şey onaylama ve paylaşmanın öteki adıdır, ama aynı zamanda onaylanmış olanı ve

paylaşılanı yüceltilmiş hale getiren güçtür. Bütün toplumlar anlam fabrikalarıdırlar (Bauman, 2015:10-11).

Toplumsal inşa anlayışına göre, dünyayı anlama yollarımıza (kendimiz dahil) yönelik eleştirel bir duruş sergilememiz gerekmektedir. Dünyadaki gözlemlerimizin, doğanın nesnel ve tarafsız gözlemine dayandığı görüşünü temel alan görüşü sorgulamaya davet eden toplumsal inşa, dünyanın nasıl göründüğü konusundaki varsayımlarımızdan şüphelenmemiz konusunda bizi uyarmaktadır. Dünyayı yaygın olarak anlama şeklimiz, kullandığımız kategoriler ve kavramlar, tarihsel ve kültürel açıdan özeldir. Çalışmamızın odak noktasında bulunan milliyetçiliğin reklamlar aracılığıyla gündelik hayatta nasıl yeniden üretildiği sorusuyla ilişkili olarak Vivien Burr'un da vurguladığı "eğer dünya hakkındaki bilgimiz, onu anlamadaki ortak anlayışımız dünyanın doğasından türetilmemişse, nereden geliyor?" sorusuna sosyal inşacı perspektiften verilen cevap, insanların dünya hakkındaki bilgilerini kendi aralarında inşa etmeleridir. Toplumsal yaşam boyunca insanlar arasındaki günlük etkileşimler sayesinde bilgi biçimleri üretilmektedir. Bu nedenle, her türden, özellikle de dilin toplumsal etkileşimi, toplumsal inşacılar için büyük ilgi çekmektedir. Bu "müzakere" anlayışları çok çeşitli şekillerde olabilir ve bu nedenle dünyanın sayısız "toplumsal yapısından" bahsedebiliriz. Fakat her farklı yapı aynı zamanda farklı bir eylem türünü de beraberinde getirmektedir. Eğer toplum bireyleri belirleyici olarak görülürse, bu soruna cevap verilebilir ancak bu süreçte insan temsilini kaybederiz ve bu durum bir yanılsama veya yanlış anlamadan daha fazlası olamaz. Bireyler doğdukları türden bir toplumun ürünü olurlar. Bireylerin seçimleri ve kararları toplumsal normlar ve değerler açısından açıklanabilir (Burr, 1995: 2-3).

Stuart Hall'un da vurguladığı gibi inşacı yaklaşım, dilin kamusal ve sosyal karakterini onaylar. Ne şeylerin ne de bireysel kullanıcıların kendi başlarına dilde anlamı sabitleyebileceğini kabul eder. Şeylerin anlamı yoktur; temsil sistemlerini, kavramlar ve işaretleri kullanarak anlamı biz inşa ederiz. İnşacı yaklaşıma göre, şeylerin ve insanların var olduğu materyal dünya ile temsil, anlam ve dil yoluyla işlev gören sembolik pratikler ve süreçleri birbirine karıştırmamamız gerekir. İnşacılar, materyal dünyanın varlığını inkâr etmez. Ancak anlamı aktaran materyal dünya değildir, dil sistemi ya da kavramlarımızı temsil etmek için kullandığımız

sistemdir. Anlam inşa etmek, dünyayı anlamlı kılmak ve o dünya hakkında başkalarıyla anlamlı bir şekilde iletişim kurmak için kültürlerin kavramsal sistemlerini, dilsel ve diğer temsil sistemlerini kullanan sosyal aktörlerdir. Dile inşacı yaklaşım, kelimeler ve şeylerin işaretler olarak işlev gördüğü hayatın sembolik alanını, sosyal hayatın tam merkezine yerleştirir (Hall, 2017: 36-41).

Bilgi, somut toplumsal tarihten ve beraberinde gelen iktidar ilişkilerinden kopuk değildir (Göle, 2007: 56). Bir başka değişle bilgi, hegemonyanın ve tahakkümün temellerini sağlamlaştıran yegâne kaynaktır. Bilinç de daima intensiyonel/yönelimseldir; o daima nesnelere yönelir ya da yöneltilir. Farklı nesneler, farklı gerçeklik alanlarının unsurları olarak kendilerini bilince sunarlar. Dünya çoklu gerçekliklerden oluşmaktadır. Çoklu gerçeklikler arasında, kendini en üstün gerçeklik olarak sunan gündelik hayat gerçekliğidir. Ayrıcalıklı konumu ona, en üst gerçekliğin ne olduğunu tayin etme yetkisi vermektedir. Gündelik hayat, kendini bilince dayatır. Doğal tutumu gündelik hayat tesis eder ve gündelik hayatın gerçekliğini düzenlenmiş bir gerçekliktir (Berger ve Luckmann, 2008: 33-35). Bauman'ın dediği gibi ideoloji öğrenilen ve inanılan eklemlenmiş bir öğreti, bir sözel ifadeler setinden ibaret değildir; daha ziyade, ideoloji insanların hayat tarzlarına dahil edilir ve onların eyleme ve ilişkilenme tarzı tarafından "emilir". Bu nedenle aktörleri belirlenen çizgide tutmak için beyin yıkamak gerekli değildir; bunun için önceden ayarlanan ve belirlenen kuralların biçimlendirdiği gündelik hayata batmak yeterli olacaktır (Bauman, 2015: 22).

Görüldüğü üzere gündelik hayatta gerçekliğin ve anlamın sosyal inşası sürecinde bazen birbirinin yerine kullanılan, kesin sınırlarla birbirinden ayrılamayan ve bazen de karşı karşıya getirilen "ideoloji" ve "söylem" kavramları dikkat çekmektedir. Bir çok kuram ve kavramla arasındaki yakınlıktan dolayı tanımlanması oldukça güç olan ideoloji kavramını, çalışmamızın amaçları ve sınırlılıkları doğrultusunda kitle iletişiminin ve bir "araç" olarak reklamın ideolojik işlevini irdeleyeceğimiz bölümlerde ele alacağız. Bu noktada çalışmamızın sınırlılıkları çerçevesinde birinci ve ikinci bölümünde milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretilmesi bağlamında üzerinde durduğumuz söylem kavramıyla ilişkili olarak dilin toplumsal etkileşim işlevini ele alacağız. Fakat böylesine sınırlı bir incelemede, dilbilimin salt

ana hatlarına çalışmanın bağlamı ve yöntemi doğrultusunda değinilebilir. Bu nedenle Saussure, Schütz ve Chomsky'nin dilbilime ilişkin görüşlerini çalışmamız bağlamında özetlemeye çalışacağız.

Modernist düşüncenin güdümlerini olağanüstü bir açıklıkla kavramamızı sağlayan Ferdinand de Saussure'in gösterge ve gösterge dizgeleri üstüne ürettiği düşünceler insan yaşantısını düzenleyen yolların genel olarak incelenmesine yol açar. Cullar'ın da vurguladığı gibi Saussure'e göre dil bir göstergeler dizgisidir ve gösterge nedensizdir. Gösteren ile gösterilen arasında doğal ya da kaçınılmaz içsel hiç bir bağ yoktur. Ses dizisiyle kavram arasındaki bağlantı dil nedeniyle olabilmektedir. Her dil dünyayı değişik biçimde eklemler ya da düzenler. Nedensiz olduğundan, gösterge tümüyle tarihe bağımlı, onun, etkisindedir. Belli bir anda belli bir gösterenle gösterilenin birleşimi tarihsel sürecin olası bir sonucudur (Cullar, 1985: 9-38).

Saussure'da temel kavramların dil ve söz olduğuna dikkat çeken Roland Barthes, dilin hem bir toplumsal kurum, hem de bir değerler dizgesi olduğunun altını çizmektedir. Dil sözleşmeye dayanan bir değerler dizgesi olduğu için bireyin tek başına yol açtığı değişikliklere karşı direnir, böyle olduğu için de toplumsal bir kurumdur. Söz ise, özü bakımından, bireysel bir seçme ve gerçekleştirme edimidir. Göstergeler, sözlerin sonsuz çeşitliğine göre birleşmelerine karşın, hem değişik söylemlerde, hem de aynı söylem içinde yinelendiğinden, her gösterge dilin bir öğesi niteliğini kazanır. Söz de, özü bakımından birleşimsel bir bütün olduğundan, salt bir yaratım değil, bireysel bir edimdir. Sözün dilden önce incelenmesi gerekip gerekmediğini araştırmak boşunadır. Çünkü, bunun tersi olanaksızdır: Dilsel özellikleri bakımından ilk elde yalnızca sözü inceleyebiliriz (Barthes, 1979: 3-6).

Fenomenolojik yaklaşımla gündelik dünyaya ışık tutan Schütz da dil ve toplumsal olarak üretilen bilgiye ilişkin analizinde gündelik dildeki sözcük dağarcığına ve sözdizimine dikkat çekmektedir. Gündelik yaşamın ana dili, temel olarak adlandırılmış şeylerin ve olayların bir dilidir ve grup-içi dil dağarcığında geçerli olan ilgililik sistemine dayanan bir genelleştirme ve tipleştirmeyi içerir. Dil bir yorumlama ve ifade şemasıdır. Husserl'in simge ve temsil ettiği şeyin birbiriyle

hiçbir ilgisi olmadığına dikkat çektiğine işaret eden Schütz, simge ve simgelediği şey arasında temsili bir ilişki olduğunun ve dolayısıyla simgesel ilişkinin açık bir şekilde, "simgeler" olarak adlandırılmakta olan dışsal nesnelere uygulanan yorumlayıcı şemalar arasındaki belirli bir ilişki olduğunun altını defalarca çizmektedir. Simge aynı zamanda onu kullanan kişinin zihnindeki bir olayın göstergesidir. Bu durumu simgenin "ifadesel işlevi" olarak adlandıran Schüzt, bu yüzden simgenin her zaman için ya bir artefakt ya da inşa edilmiş, insan yapımı maddeler ya da edim-nesnesi olduğunu belirtmektedir. Her dilde sözlüklerde yer alan normalleştirilmiş yan anlamların yanı sıra, konuşma bağlamında veya içinde yer aldığı toplumsal çevreden edinilen kendi özel ikincil anlamı vardır. Simgenin nesnel anlamı, simge yorumcusu tarafından, kendi deneyimlerini kendi kendisine yorumlamasının bir parçası olarak kavranır. Simgenin ifadesel anlamı ise simgeyi kullanan iletişimcinin zihninde edimsel olarak neler olup bittiğinin, bir başka deyişle bu kişinin kendi anlam bağlamının ne olduğunun bir göstergesidir. Bununla birlikte, bütün ifadeler, hem kullanıcı hem de yorumcu açısından kendi nesnel anlamlarının ötesinde ve üstünde hem öznel hem de raslantısal bir anlama sahiptirler (Schütz, 2018: 111-125).

Çalışmamız açısından önemli bir yere sahip olan "Dil düşünce akışını nasıl biçimlendirir?" sorusu bağlamında Noam Chomsky'in, Barthes'ın "gösteren" ile "gösterilen", "düz anlam" ile "yan anlam" analizleriyle ilişkilendirebileceğimiz "yüzey yapı" ile "derin yapı" arasında yaptığı ayrım dikkat çekmektedir. Ona göre, dil zihinsel bir süreçtir. Bir dile ilişkin bilgiyi edinmiş olan kimse, ses ile anlamı belli bir biçimde birbirine bağlayan bir kurallar dizgesini içselleştirmiştir. Bir dilbilgisi, ses ile anlam arasıdaki sınırsız birtakım bağlantıları tanımlayacaktır. Tümcenin yüzey yapısını, başka bir deyişle fiziksel belirtkeyle doğrudan bağlantılı ulamlar ve söz öbekleri biçimindeki yapılanmayı, yine bir ulamlar ve söz öbekleri dizgesi olan ama daha soyut bir nitelik taşıyan temeldeki derin yapıdan ayırabiliriz. Bir dile ilişkin bilgi, sonsuz bir tümce dizisi için derin ve yüzey yapılar kararlaştırma, bu yapılan uygun biçimde ilişkilendirme ve eşlenen bu derin ve yüzey yapılara bir anlam yorumlamasıyla bir sesçil yorumlama getirme becerisini gerektirir. Chomsky, yüzey yapının sesçil yorumlamayı bütünüyle belirlediğini; derin yapının ise her ne kadar tümcenin anlamını belirlemede yüzey yapının kimi yönleri de işin içine karışabiliyorsa da anlam yorumlamasını belirlemede bir rol oynayan dilbilgisi

işlevlerini dışavurduğunu ileri sürmektedir. Dolayısıyla, bu tür bir dilbilgisi, ses ile anlam arasıdaki sınırsız birtakım bağlantıları tanımlayacaktır. Yüzey yapı kendi başına tümcenin anlamına ilişkin çok az ipucu vermektedir. Belirsizlikler ise tümcelerin genişletilmesiyle ortadan kaldırılabilir (Chomsky, 2001: 47-53).

Chomsky'in "yüzey yapı" ile "derin yapı" arasında yaptığı ayrım ve verdiği örnekler çalışmamızın analiz bölümünde reklam metinlerinde özne, sıfat, zamir ve yüklem çözümlemelerinde referans kaynağı olarak kullanılacaktır. Çünkü Goddard'ın da üzerinde durduğu gibi reklamların işe yaraması için ortak olarak paylaşılan dil kaynaklarımızı bizi etkileyecek ve bizim için bir şey ifade edecek şekilde kullanması gerekmektedir (Goddard, 1998: 4). Swartz'ın da altını çizdiği Bourdieu'nun yaptığı kültür tanımı da ortak olarak paylaşılan dilin ideolojik ve kültürel bir araç olan reklamlar için neden önemli olduğunu göstermektedir. Ona göre kültür, insanlar arasındaki iletişimin ve etkileşimin zeminidir, ama aynı zamanda bir tahakküm kaynağıdır. Sanat, bilim, din, hatta dil de dahil olmak üzere bütün simgesel sistemler, gerçeklik anlayışımızı şekillendirerek insanlar arası iletişimin temelini oluşturmakla kalmaz, toplumsal hiyerarşilerin tesisine ve idamesine de katkıda bulunurlar. Kültür; inanaçları, gelenekleri, değerleri, dili kapsar; aynı zamanda bireyleri ve grupları kurumsallaşmış hiyerarşilere bağlayan pratikleri dolayımlar (Swartz, 2011:11).

Bu noktada gündelik hayatta gerçekliğin ve anlamın yeniden üretilmesinde ideoloji ve kültür bağlamında reklamın işlevine değinmeden önce reklamın doğal ve zorunlu olarak ilişki içerisinde olduğu kitle iletişiminin gerçekliğin ve anlamın inşa edilmesi ve/veya yeniden üretilmesi sürecindeki rolüne değinmemiz yerinde olacaktır.

3.2.1. Gerçekliğin ve Anlamın Toplumsal İnşası Sürecinde Kitle İletişiminin Rolü

Kitle iletişiminin çok boyutlu yapısının gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşası sürecinde yol açtığı paradokslar düşünüldüğünde yine karşımıza ideoloji kavramı çıkmaktadır. John B. Thompson, ideoloji kavramının bu terime geçmişte hayli

yüklenmiş bazı yargılardan arındırılması koşuluyla sembolik biçimlerin analizinde kullanışlı ve önemli bir role sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Thompson, sembolik formların belirli koşullarda egemenlik ilişkilerini tesis etmeye ve sürdürmeye hizmet edeceği yönlere dikkatimizi çekecek dinamik ve pragmatik bir ideoloji kavramsallaştırmasını önermektedir. Ona göre bu kavramsallaştırmaya göre spesifik sembolik biçimler aslında ideolojik değildirler; sadece belirli koşullarda eşitsiz iktidar ilişkilerini sistematik olarak kurmaya ve sürdürmeye hizmet ettikleri sürece ideolojiktirler. Thompson'un analizinde çalışmamız açısında dikkat çeken nokta bu ideoloji tanımıyla medya arasında kurduğu ilişkidir. Medyanın gelişmesi, ideolojik iletileri zaman ve mekanda potansiyel olarak iletme ve belirli mekanlara yeniden gömme kapasitesini artırmaktadır. Diğer bir anlatımla, medyanın gelişmesi, ideolojik iletilerin gündelik yaşamın pratik bağlamları içine dolayımlı sızışları için koşullar yaratır (Thompson, 2008: 321-322). Bu dolayımlı sızışların gerçekleşmesi amacıyla kullanılan araçlardan bir olan reklamlar da tüketicinin zihninde ürün ve hizmetleri, düşünceleri ve davranışları bir başka deyişle toplumsal ve kültürel kimlikleri inşa etmek için kitle iletişiminin merkezinde yer almaktadır.

Paterson'un da işaret ettiği gibi tüketimi güçlendiren ve devam etmesini sağlayan ırk ve kültürel ayırım ile ilgili muazzam imâlar bulunmaktadır (Paterson, 2006: 37). Medya ve tüketim kanalları aracılığıyla ulaşılabilir kılınan kültürel kaynaklar, bireysel düzeyde sınıf, toplumsal cinsiyet ve ırkın yapısal olarak deneyimlenen doğasını yaratıcı bir şekilde değiştirme ve müzakere etme olanağı sağlamaktadır ve böylece yeni, düşünümsel olarak türetilmiş kimlik oluşumlarına yol açmaktadır (Bennett, 2013: 92).

Kitle iletişiminin gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşası sürecindeki rolü bağlamında gündelik hayatta internetin işlevine ve çevrimiçi medyanın toplumsal davranış üzerindeki etkisine de değinmemiz gerekmektedir. Çünkü tüketim kültürü literatüründe dijital yaşam tarzları önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerçekliğin internet aracılığıyla gündelik hayatın sıradanlığı içinde düzenlenmesiyle "gerçek" ve "hakikat" kavramlarına ilişkin tartışmalarda "hakikat sonrası" (post-truth) çağı siyasi bağlamın yanı sıra tüketim ekseninde de öne çıkmaktadır. Bireyin kendini yeniden yaratmasına olanak tanıyan internet, gündelik hayatın gerçekliğinin

düzenlenmesinde görünmez bir nitelik kazanmıştır. Öyle ki Haythornthwaite ve Wellman'ın da belirttiği gibi internet sadece insanların çevrimiçi değil çevrim dışı davranış biçimlerine de yerleşmiştir. Artık internet yalnızca özel becerilere sahip bireylerin değil sıradan insanların da gündelik rutinlerine sirayet etmiştir. Bu nedenle internetin toplumsal ve bireysel etkileşimi nasıl etkilediği yönünde ortaya atılan soruların kısa bir süre içinde sosyal bilimler literatürünün en çekişmeli alanlarından biri haline geldiğini görmekteyiz (Haythornthwaite ve Wellman, 2002: 5-6).

Medyanın ve internetin hızlı bir şekilde dünyaya yayılmasıyla son 20-30 yılda radikal değişimler yaşamasıyla medya ile milliyetçilik arasındaki bağ yeniden düşünülmelidir. Diamandaki'nin de işaret ettiği gibi geç modernitede geleneksel bağların zayıflaması sonucu insanlar, kimliklerini yeniden müzakere ve inşa etmek için sanal toplulukları sosyal mekânlar olarak görmektedirler. Belirsiz ve karmaşık siber ortam, dijital uluslar, sanal diasporalar ve etnik/ulusal yönelimin diğer çevrimiçi toplulukları gibi karma kolektif oluşumlar üreten tanınma politikalarının artikülasyonu için yeni bir alan haline gelmiştir. İnternet aynı zamanda küreselleşmenin de kilit noktası olarak görülmektedir (Diamandaki, 2003). Fakat konunun içinden çıkılması zor bir hale gelmemesi için ve çalışma kapsamında incelenecek reklamların markaların internet dolayımıyla yayınladıkları televizyon reklamları olması sebebiyle milli kimlik ve milliyetçiliğin internet aracılığıyla nasıl yeniden üretildiği, dijital reklamların bu süreçteki rolü ve bu yaklaşıma ilişkin yapılan eleştiriler bu çalışma kapsamında detaylandırılmamıştır.

3.2.2. Gerçekliğin ve Anlamın Toplumsal İnşasında Reklamın Rolü

Modern çağ, milliyetçilik söyleminin evrenselleşip, devletlerin somut güçleri ve idari kapasiteleriyle iç içe girdiği ve kapitalizmin, küresel karşılıklı-bağlantıların ve teknolojik gelişmelerin çağıdır (Calhoun, 2012: 17). Son iki yüzyılda, devlet biçiminde örgütlenme bakımından en elverişli toplum, ulus olmuştur. Çünkü ulus, burjuvazinin belirlenmiş sınırlar içinde serbest bir pazar yaratma gereksinimine en iyi yanıt veren "biz" bilincidir (Eroğlu, 1992: 42). Reklamlar ise "biz" ideolojisinin gündelik hayatta doğal ve hep varmış gibi görünmesi için kullanılan araçlardan biridir. Öyle ki Sennett'in de altını çizdiği gibi pazarlama siyasetin de püf noktası

haline gelmiştir. Siyasetçi de kendini daha kolay satın alınır hâle getirmektedir. Yeni ekonomi, pazarlamayı da siyaseti de daha karmaşık bir hale getirmiştir. Günümüzün ekonomisi kendi kendini tüketme türünü alışveriş merkezlerinde de siyasette de güçlendirmektedir (Sennett, 2011: 86).

Karmaşık ve parçalanmış yapısıyla gündelik hayat kavramını antropolojinin özü olmasına rağmen sosyoloji teorileri bağlamında açıklarken gündelik hayatı Marksist bir çerçevede açıklamaya çalışan Fransız sosyolog Lefebvre'nin işaret ettiği manipülasyon süreci dikkat çekmektedir. Lefebre, modern dünyada gündelik hayatı gerçekliği yanılsamaya dönüştüren bir manipülasyon süreci olarak değerlendirmektedir. Gündelik hayatın diyalektik bir etkileşim süreci olduğuna vurgu yapan Lefebvre'ye göre, asıl önemli olan günlerin sıradanlığı içinde duyguların, fikirlerin, yaşam tarzlarının ve hazların yaratılanın geçerliliğini doğrulamak ve onaylamak için gündelik hayatta teyit edilmesidir. Gündelik hayat, bu anlamda, öncelikle insanın dış doğaya ve kendi doğasına sahiplenme bölgesi olarak; yaşamın tahakküm altında olmayan kesimi ile tahakküm altındaki kesimi arasındaki ayrım ve kesişim bölgesi olarak; malların az çok arzuya dönüşmüş ihtiyaçlarla karşılaştığı bölgedir (Lefebvre, 2007: 24, Lefebvre, 2010: 53-54).

Bu nedenledir ki karşılıklı birbirini etkileyen ve dönüştüren iki kavram olan gündelik hayat ve reklamın zorunlu ve sınırları belirsiz ilişkisi, toplumsal değişime ilişkin önemli ipuçları sunmaktadır. Lefebvre'nin altını çizdiği teyit edilme sürecinde kültürel ve ideolojik bir araç olan reklam, etkili bir manipülasyon aracı olarak kullanılabilmektedir. Chaney'in de (1999: 4) belirttiği gibi en geniş anlamıyla "insanların özelliklerini sıralarken ya da onları tanımlarken kullanabileceğimiz her türlü sosyal etkinlik" bağlamında tüketim, hem kimlik hem de gündelik hayat kavramının değişmesi ve dönüşmesi süreciyle yakından ilişkilidir. Ayrıca, anlamı inşa eden kültür ve ideolojilerin reklama yansıması ya da reklamların kültürel ve ideolojik yönelimleri desteklemesi de kaçınılmaz bir durumdur. Daha önce vurguladığımız gibi Smith, duyguların, tavırların ve algıların kültürel biçimlerinin mitlerde, değerlerde, sembollerde ve belleklerde kodlanıp ifade edildiğini vurgulamaktadır (Smith, 2002b: 38). Reklamların da genel olarak bu duygu, tavır ve algıların anlam ve sembollerle kodlandığı ideolojik ve kültürel bir araç olduğunu ileri

sürebiliriz. Bir başka deyişle, reklamların kanalize etme ve yönlendirme işlevleri nedeniyle toplumsal anlam üretimi sürecinde ideolojik ve kültürel bir araç olarak kullanılmaktadır. Çünkü reklamlar, metalara ve fikirlere/ideolojilere bağımlı ya da bağlı düşünme kalıplarının oluşmasına neden olmaktadır.

3.2.2.1. İdeolojik Bir Araç Olarak Reklam

Milliyetçilik ve reklam arasındaki bağı açıklayabilmek için sık sık vurgulanan gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşası sürecinde değindiğimiz bilgi sosyolojisiyle ilişkili olarak ideoloji sözcüğü, insan zihninde fikirlerin belirme sürecinin nesnel olarak incelenmesinin mümkün olduğunu ve bundan dolayı istenirse "doğru" düşünceleri düşündürmenin bir yolu bulunduğunu iddia eden bir grup düşünür tarafından ortaya atılmıştır (Mardin, 1992: 19). Doğruya akılcı ve bilimsel yoldan ulaşılacağına kesinlikle inanılıyordu ve bununla donanmış bir toplum akılcı olarak yeniden inşa edilebilirdi. Fakat burjuva toplumunun gelişmesi ve kapitalizmin genişlemesi ciddi sorunları, akıldışı uygulamaları ve sisteme içkin çelişkileri gündeme getirmiştir. Larrain'in de belirttiği gibi Marx, burjuvazinin metafizik ve dine ilişkin eleştirilerini model alarak, egemenlik ve sömürünün yeni biçimlerinin maskesini düşürmek için kendi ideoloji kavramını geliştirdi. İdeoloji artık bilim değil, toplumdaki çelişkileri maskeleyerek, sistemin kendini yeniden üretmesini sağlayan bir çeşit çarpık bilinçti (Larrain, 1995: 21-23).

Bu bakış açısından hareketle Mardin'in de belirttiği gibi asıl "ideoloji çağının" büyük kitlelerin politikaya katılmasıyla başladığını söyleyebiliriz. 19. yüzyılın sonuna doğru gerçekleşen bu siyasal yapı değişikliği büyük siyaset demagoglarının politika arenasında çok etkin olmaya başladıkları bir devirdir. 20. yüzyılın başında ise faşist veya Marksist olsun değişik hareketlerin bir eylem çağrısını imâl etmeye önem verdikleri bir devirdi. Demek oluyor ki bu noktada "ideoloji" sistematik bir fikir yapıtı anlamıyla ortaya çıkmaya başlamıştır (Mardin, 1992: 19-48).

"Sistematik fikir yapıtı" olarak ideolojinin reklamlar aracılığıyla gündelik hayatın gerçekliğinin düzenlenmesi sürecindeki işlevini irdelerken ideolojinin söylemle ilişkisi, dil ve göstergeler dünyasının neredeyse merkezinde yer alan

reklamlar açısından dikkat çekmektedir. Çünkü Purvis ve Hunt'ın da söylediği gibi "söylem" iletişimsel pratiklerin içsel özelliklerine, özellikle dilsel ve göstergesel boyutlarına odaklanır. Öte yandan "ideoloji", dikkatleri dışsal boyutlara çeker ve yaşanmış tecrübenin, temelde ondan ayrıştırılabilen çıkar ve konum nosyonlarıyla nasıl bağlantılandığına odaklanmamızı sağlamaktadır. Bazı söylemleri ideolojik yapan, tahakküm sistemleriyle olan ilişkileridir. İdeolojik söylemler yaşanmış tecrübelere katılan gösterge biçimlerini içerirler. Buradaki temel mekanizma kısmî ya da özgül çıkarların evrensel çıkarlar olarak sunulmasıdır. Bu içsel ve dışsal ayrımın "ideoloji", "söylem", "doktirin" olarak kavramsallaştırılan milliyetçiliğin, "ideolojik" ve "kültürel" bir araç olarak ele aldığımız reklamlar dolayımıyla gündelik hayatta nasıl inşa edildiği ve yeniden üretildiğini irdelendiğimiz çalışmamızda bulanıklaştığını ileri sürebiliriz. Bu nedenle söylem ile ideolojinin kaçınılmaz bir şekilde karşıt konumlarda yer almazlar; daha ziyade aralarında tamamlama ve yayılma üzerinden işleyen bir bağlantı vardır (Purvis ve Hunt, 2014: 13-35). Bu bağlamda reklamları ve kamu spotlarını dil ve göstergeler alanıyla ilişkili olan söylemi ideoloji haline getiren bir araç olarak yorumlayabiliriz.

Çalışmamızın reklamın ideolojik bir araç olduğu bu varsayımıyla ilişkili olarak Marksist perspektifle Louis Althusser, Antonio Gramsci, Terry Eagleton, Henri Lefebvre ve Guy Debord'un ideoloji tanımlarından hareketle reklam, ideoloji ve milliyetçilik arasında bir bağ kurmaya çalışacağız. Genel olarak eleştirel ve/veya "olumsuz/negatif" ideoloji tanımlarına baktığımızda ideolojinin işlevine ilişkin aktarılan "olumsuz/negatif" anlamın tüketim toplumu bağlamında reklama yüklenen işlev ile örtüştüğünü görmekteyiz. Marx'ın işaret ettiği anlamda "gerçekliğin çarpıtılması/gizlenmesi, yapay ihtiyaçların üretilmesi/tasarımı" meseleleri tartışmaların odak noktasında yer almaktadır.

Kitle iletişimi üzerine çalışmalar yapan Fransız Marksist düşünür Althusser ideolojiyi "bireylerin gerçek var oluş koşullarıyla kurdukları imgesel ilişkinin imgesel bir tasarımlanması" olarak yorumlamaktadır. Ona göre ideolojide tasarımlanan, bireylerin var oluşunu yöneten gerçek ilişkiler sistemi değil, bu bireylerin boyun eğerek yaşadıkları gerçek ilişkilerle kurdukları imgesel ilişkidir

(Althusser, 2003: 90-92). Reklamların da genel olarak bireylerin imgeler dolayımıyla dünyayla kurdukları ilişkiyi tasarladığını söyleyebiliriz.

Önde gelen Marksist teorisyenlerden Gramsci ise hegemonya kavramıyla ilişkili olarak ideolojinin, bir üst yapı gibi, tarihsel olarak çözümlenmesi gerektiğini söylemektedir. Ona göre ideolojilerin tarihsel bakımdan zorunlu ideolojiler olarak "psikolojik" bir geçerlilik olan bir geçerlilikleri vardır ve ideolojiler, insan yığınlarını "örgütlerler", insanların devindikleri, durumlarının bilincine vardıkları, savaşım verdikleri, vb. alanı oluştururlar (Gramsci, 1986: 254). Gramsci için bir ideolojinin "gerçekliği", siyasal açıdan harekete geçme gücünde ve sonuçta tarihsel olarak gerçekleşmesinde yatmaktadır. İdeolojik egemenlik ve boyun eğdirme bir soyutlama içerisinde değil, yaşamsal bir önemi olmakla birlikte her zaman sınıfların ve sınıf bölümlerinin tüm düzeylerdeki ekonomik ve siyasal olduğu kadar ideolojik/ kültürel ilişkilerinin bir görünümü olarak anlaşılmaktadır. Gramsci'ye göre ideoloji, ayrılmaz bir parçası olduğu toplumsal formasyon gibi karmaşık ve çelişkili bir kimliğe sahiptir. İdeoloji niteliğindeki ideolojiler, kuşkusuz daha yüksek ya da daha düşük bir derecede tutarlı olabilmekle birlikte ne doğru ne de yanlıştırlar. İdeoloji çoklukla (içerisinde ekonomik sınıf mücadelesinin yer aldığı) yapıyı ve karmaşık üstyapılar alemini bir arada tutan bir "sıva-harç" olarak nitelenmektedir (Hall, Lubbley ve McLennan, 1985: 5-24). Gramsci'nin çözümlemesinden hareketle reklamların bireyleri mal ve hizmetlerin veya fikirlerin tüketimine güdüleme amacıyla psikolojik stratejilerin kullanıldığı ideolojik bir araç olduğu yorumunu yapabiliriz.

Birçok ideoloji tanımından hareketle ideoloji kavramına ilişkin çelişkileri tartışan Eagleton ise ideoloji gibi terimlerin tanımını her şeyi kapsayacak şekilde genişletmenin, bunların gücünü yok etmek anlamına geldiğini ve bu durumun egemen düzenin yararına olduğunu belirterek ideoloji terimine ilişkin şu varsayımlarda bulunmaktadır:

- İdeoloji, toplumsal yaşamdaki fikir, inanç ve değerleri üreten genel maddi süreçtir.

- İdeoloji, toplumsal açıdan önemli belirli bir grubun veya sınıfın içinde bulunduğu durumu ve hayat-deneyimlerini simgeleyen (doğru veya yanlış) inanç ve fikirlerdir.
- İdeoloji, çıkar çatışması durumlarında toplumsal grupların çıkarlarının meşrulaştırılması ve desteklenmesidir.
- Egemen ideolojiler yöneticilerin isteklerine uygun tarzda bir toplumsal birlik sağlanmasına yardımcı olur ve ideoloji basit bir fikirlerin yukarıdan zorla benimsetilmesi meselesinden çok bağımlı kılınmış sınıf ve grupların vs. suç ortaklığını sağlama alma meselesidir.
- İdeoloji, bir yönetici grup veya sınıfın çıkarlarını, özellikle ikiyüzlülük ve çarpıtma yoluyla, meşrulaştırmaya yardımcı olan fikir ve inançları simgelemektedir (Eagleton, 1996: 55-57).

Eagleton'ın ideoloji tanımlarından yola çıkarak reklamların "belirli bir grubun veya sınıfın içinde bulunduğu durumu ve hayat-deneyimlerini simgeleyen (doğru veya yanlış) inanç ve fikirleri üreten, toplumsal birlik sağlanmasına yardımcı olan, bir yönetici grup veya sınıfın çıkarlarını meşrulaştırmaya yardımcı olan fikir ve inançları simgeleyen, özetle toplumsal yaşamdaki fikir, inanç ve değerleri üreten" ideolojik bir araç olduğunu söyleyebiliriz.

Gündelik hayatın eleştirel analizinde "tüketim toplumu" olgusu günümüzde daha derin bir gerçekliği gizlemektedir. Lefebvre'ye göre bu gerçek üretim araçlarını elinde bulunduranların, kâr için üretenlerin ve sonuç olarak, ancak elde edebilecekleri kâr dolayısıyla ihtiyaçları düşünenler tarafından tüketicilerin imâl edilmesidir. Geleneksel "yaşam tarzları" ortadan kaldırılmıştır ve ihtiyaçların eşitleştirilmesiyle ihtiyaçlar ile yaşam tarzları arasındaki mesafe kapatılmıştır. Fakat bu yaşam tarzlarının eşitlenmesi anlamına gelmemektedir. İdeoloji, gündelik hayat içinde hem gizli hem açık bir şekilde etki eder ve gündelik hayatın eleştirel çözümlemesi, ideolojileri açığa çıkaracaktır. Gündelik hayat hakkındaki bilgi ise, ideolojik bir eleştiriyi ve sürekli bir özeleştiriyi kapsayacaktır (Lefebvre, 2010: 36, Lefebvre, 2007: 39). Kimliklerin kavramsallaştırılması sürecinde reklamlar ürün ve hizmetlere ilişkin tasarladığı "yapay" farklılıklarla/ihtiyaçlarla yaşam tarzlarını üreterek sınıflı toplumsal koşulların sürekliliğini sağlarken aynı zamanda

milliyetçilik gibi ideolojik yönelimleri yeniden üretmektedir. Bir başka ifadeyle anlam ve gerçekliğin yaratımı süreçlerinde gündelik hayatın bir parçası olarak reklamların eleştirel çözümlemesi ideolojileri açığa çıkaracaktır.

Fransız Marksist filozof Debord ise ideolojik olguları "gündelik hayatta inşa edilen ve düzenlenen gerçekliklerin deforme olmuş bilinci ve gerçekten deforme edici bir eylemi harekete geçiren gerçek etken" olarak tanımlamıştır (Debord, 1996: 112). Bu tanımdan hareketle de benzer bir şekilde reklamların gündelik hayatta gerçekliğin toplumsal inşası sürecinde duygu, düşünce ve davranışları harekete geçiren ideolojik bir araç olarak kullanıldığını söyleyebiliriz.

Yaşam tarzının ve tüketimin merkezinde yer alan sınıflı bir toplum düşüncesinin temeli olan ideolojiler, toplumsal bir çimento işlevi yüklenebilirler. Bu işlev, sosyal gruplara, daha doğrusu tüm toplumlara, onları bir arada tutacak birleştirici inanç ve değerler kümesi temin etmektedir. Siyasal ideolojiler, genellikle belli başlı sınıflarla ilişkilendirilirler (Heywood, 2013: 21). Milliyetçilik gibi düşüncelerin tasarlandığı ve/veya yeniden üretildiği reklamlarda, özellikle görsel mesajları hem destekleyen hem de görsellerle iletilemeyen mesajları ileten reklam metinleri, ideolojiler ile tüketim arasında sıradan ve zaten varmış gibi görünen bir bağlantı kurabilmektedir. Bu bağlantının gerçekleştiği noktada çalışmamız açısından ideolojik bir araç olarak reklamın bir diğer işlevinin ise milliyetçi söylemin gündelik hayatın sıradanlığı içinde doğallaştırması olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü Billig'in belirttiği gibi ideoloji, insanlara dünyanın tarihsel olarak inşa edilmiş olduğunu unutturur. Milliyetçilik ise milletler dünyasının, -sanki milletlerin mevcut olmadığı bir dünya mümkün değilmiş gibi- dünyanın tabî haliymiş gibi görünmesine sebep olan ideolojidir (Billig, 2002: 49). Oysa ki milliyetçiliği söylem olarak yorumlayan Calhoun'un da vurguladığı gibi milliyetçilik modern devletlerin gelişimine ayak uydurabilecek çap ve biçimde kimliklerin kavramlaştırılması çabası olarak gelişmiştir (Calhoun, 2012: 127). Reklamları da benzer şekilde tüketilen ürün ve hizmetler ile toplumsal roller ve kimlikler arasında bağlantı kurmaya çalışan bir ideolojik araç ve/veya söylem olarak yorumlayabiliriz.

3.2.2.2. Kültürel Bir Araç Olarak Reklam

Küresel tüketim kültürü her geçen gün hızla değişip dönüşürken Batı merkezli kültürel yeniden üretim süreçlerinin çözümlenmesi oldukça zor bir uğraştır. Reklamlar ise bu kültürel yeniden üretim süreçlerini tanımlayabilmek ya da analiz edebilmek için kullanılabilecek araçlardan biridir. Çünkü Goddard'ın da belirttiği gibi reklamlar kendisini üreten kültür hakkında mesajlar oluştururlar ve bu mesajlar hem kültürel değerleri yansıtmak hem de inşa etmek için işlev görebilmektedir. Reklamlar, kimliklerimizi oluşturma şeklimize güçlü bir şekilde katkıda bulunan bir söylem biçimidir (Goddard, 1998: 3).

Reklamlar aracılığıyla dolaşıma sokulan imgeler kültürel özdeşliğin ve toplumsal aidiyetin yaratılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenlerle çalışmamızın kültürel perspektifi gereği reklamın ideolojik işleviyle iç içe geçmiş hatta aynı resmin içerisinde yorumlanan kültürel boyutuna da değinmemiz gerekmektedir. Mardin'in de söylediği gibi "ideoloji" gerçeği "kültür" gerçeği ile çok yakından ilintilidir, ideolojinin saygınlığı "kültür" mekanizmasının esaslarına dayalı olarak gelişmektedir. Kültür, insanların diğer kişilerle ve gruplarla paylaştıkları ve belleklerinde taşıdıkları kesin çizgilerle çizilmeyen "toplum haritasi"nın taşıdığı anlamlar esnektir ve değişime -az veya çok- açık bir "simge dağarcığı" yoluyla toplumdan insana, kuşaktan kuşağa geçer. Bu simge sisteminin çalışmasına "kültür" denmektedir (Mardin, 1992:18).

Çalışmamızın merkezinde yer alan tüketim de sadece bir satın alma eyleminden çok kültürel bir süreç olarak genişlemiştir ve yapılan vurgu ekonomik bir karar olarak tüketimden kültürel bağlamda bir diyaloğa doğru yön değiştirmiştir. Tüketim, kendini ifade etmenin bir yolu olarak düşünülmelidir (Paterson, 2006: 34). Reklamcılık sektörü, kültür kavramının popüler söylemlere sürüklenmesiyle kültürü sosyal bir fenomen olarak tüketimi yorumlamanın bir yolu olarak görmeye başlamıştır (Kemper, 2003: 35). Malefyt ve Moeran'ın da belirttiği gibi reklamcılık ilk olarak, ikna edici bir biçimde bir ürün, hizmet veya marka hakkında özel bilgiler sunarak kapitalist bir sistemde talep yaratmanın bir aracı olarak düşünülmüştür. Reklamın toplumsal iletişim aracı olarak rolüyle ilgili bakış açısı ise artık Marksist

ekonomik değişim teorilerine dayanan bu geleneksel reklamcılık görüşünün yerini almıştır. Reklamcılık, reklamı yapılan ürün veya hizmetle somut olarak ilgili olmayan cinsel kimlik, mutluluk veya memnuniyet gibi kavramlarla ve diğer kültürel boyutlarla tüketicilere hitap ederek mal ya da hizmetleri satmaya çalışmaktadır (Malefyt ve Moeran, 2003: 2). Bu bağlamda mal ve hizmetlerin çifte simgesel boyutunun altının çizilmesi gerekmektedir. Tüm olası toplumsal kullanımlara aynı şekilde uyum gösterebilen "doğal" ya da mamül bir ürün var olmasa da, kuşkusuz salt "tek-anlamlı" olan çok az ürün vardır ve ürünün toplumsal kullanımını, kendisinden nadiren çıkarsanabilir. Ürünlerin çoğu, toplumsal değerlerini, toplumsal kullanımları içinde kazanır (Bourdieu, 2015:39).

Medya ve tüketim ürünü imalatçılarının gittikçe daha fazla beraber çalışmaya başlamasının sonucunda gündelik yaşamın aman vermez ve sistematik biçimde sonu gelmez ürün reklamlarıyla doldurulması, boş zaman ve eğlencenin bütünüyle fetişleştirilmesidir (Bennett, 2013: 32-33). Çünkü ihtiyaçların kitlesel tüketimi ve kitlesel üretimi üzerinde temellenen "tüketim toplumu"nda, tüketim ürün ve mallarını imal edenler aynı zamanda tüketicileri de imâl etmeye çabalarlar. Marksist düşünür Fefebvre'ye göre büyük ölçüde de bunu başarırlar. Ona göre tüketici arzu duymaz. Onun tuhaf biçimde "motive edilen" "davranışları" vardır. Reklamın, satış hizmetlerinin ya da toplumsal prestij gereklerinin verdiği telkinlere ya da emirlere itaat eder. İhtiyaçtan arzuya ve arzudan ihtiyaca geçiş döngüsü sürekli olarak kesintiye uğrar ya da deforme olur. Dışardan gelen bu "emirler", "motivasyonların" soyut inceliği içinde, somut dağılması ve saçmalığı içinde ifade bulur. Arzular artık gerçek ihtiyaçlara denk düşmez; yapaydırlar. İhtiyaç arzu halini almaz. Süreç karmaşıklaşır ya da bozulur. Ama yine de yok olmaz; doğası tekrar tekrar biliniyor olmasa da, her zaman için hayati olandan toplumsal olana, eksiklikten kapasiteye, yoksunluktan yararlanmaya ve haz almaya doğru gider (Lefebvre, 2010: 18-19). Markalaşma küresel ölçekte satılan temel bir ürünü farklı gösterme, homojenliği gözden saklama amacındadır ve marka, tüketiciye, ürünün kendisinden daha değerli görünmelidir. Tüm markalaştırmalarda işin zor tarafı, bu asılsız temanın varyasyonlarını yaratmaktır (Sennett, 2011: 91-93). Yaşam biçimleri bu asılsız temanın yaratıldığı varyasyonları yeniden üretmektedir.

Yaşam biçimleri, günlük yaşamın belirli özelliklerinin toplumsal ya da simgesel değerlerle donatıldığı kalıplaşmış biçimlerdir; bu, yaşam biçimlerinin aynı zamanda kimliklerle oynamanın yolları olduğu anlamına da gelmektedir (Chaney, 1999: 53-54). Modernite, ironik bir biçimde, hem kimlikleri "açıklığa kavuşturup" "pekiştirme" iddiasında bulunmuş, hem de muazzam genişlikte bir kültürel farklılıklar alanı yaratmıştır (Calhoun, 2012: 26). Modernite projesinin kurumsal yapısı toplumdaki bireylerin eşitliği varsayımı üzerinden geliştirilmiş olmasına karşın, ekonomik işleyiş bireyler arasındaki eşitsizliği sürekli arttırmaktadır. Bu durum, modernite projesinin doğurduğu bir ulus devletin yaşadığı iç çelişkidir (Tekeli: 2007: 20). Günümüz kapitalizminde bireyler metalar aracılığıyla oluşan anlama bağımlı hale gelmiştir. Tüketim kültürü ve reklam; modernleşme boyunca metalar ile oluşan anlamın yaratılmasında ve kapitalist sistemde toplumsal yeniden üretimi sağlamada önemli roller üstlenmiştir (Dağtaş, 2009: 19).

Kimlik ve gündelik hayatı nesneler üzerinden tanımladığımız günümüz dünyasında, tüketici seçimleri ve kitle kültürü endüstrisi tarafından üretilen "false needs/sahte ihtiyaçlar" kimlik inşa sürecinde kilit faktörlerdir. Kişinin ne olduğunu ve toplumsal olarak nasıl tanımlandığını gösteren toplumsal kimlik kavramı, insanları toplumsal alanda konumlandıran cinsiyet, yaş ve etnik köken gibi kategorik özellikler ile ilgilidir. Bu özellikler, bir kişiyi bu özelliğe sahip olmayan diğer insanlardan ayırır ve onu aynı özelliklere sahip olanlarla bir araya getirmektedir. Etnik bir grubun, belirli bir kültürün veya bir cinsiyetin üyesi olarak kimliğiniz, sizi belirli bir açıdan basitçe kabul ettiğiniz yere yerleştiren belirleyici bir unsurdur (Verkuyten, 2005: 43). Eğer postmodern kimlikler gerçekten tüketim nesneleri ve kaynakları yoluyla şekillendiriliyorlarsa, o halde kimlik bundan böyle sabit olarak tanımlanamaz, bunun yerine üzerinde oynanıp değiştirilebilen daha akışkan bir inşa olarak görülmelidir (Bennett, 2013: 70).

Tüketim ve kimlik arasındaki bağı kurarken en çok açığa kavuşturulması gereken kavramların başında "seçim algısı" gelmektedir. Seçim modernitenin temel kavramlarından biridir. Birçok ürün arasında seçim yapabilme yeteneği ürünler arasındaki farklılığı ifade etmektedir ve bir üründe kendine özgü eşsiz olan şey dikkat çekmek zorundadır. Belirli bir ürünü seçerek beğeni yargılarımızı uygular ve

deneyimleriz ve bu yolla sınıf, geçmiş ve kültürel kimlik algımızı açık bir şekilde ifade etmiş oluruz. Bunun sonucunda/bundan dolayı beğeni algısı, kimlik ve tüketimin gündelik davranışları arasında bir bağ ortaya çıkar. Diğerleri arasından belirli bazı ürünleri seçimi ve zevkler, aile geçmişi ve bireyin sosyalleşme şeklinden kaynaklanır. Böylece "yaşam tarzı" yani zevklerin uygulanması ve ürün seçimimiz kimliğin ifade edilmesi için kullanılan bir yöntemdir. Yaşam tarzının tüketimle şüphesiz bir bağı vardır, kısmen de olsa satın alma yoluyla kim olduğumuzu tanımlarız (Paterson, 2006: 36-37).

Bourdieu'ya göre bedensel kozmetik, giyim veya ev dekorasyonu gibi nesnel ve öznel estetik konumlanmalar, tutulacak bir saf ya da korunacak bir mesafe olarak, toplumsal uzamda işgal edilen konumu sınama ya da olumlama fırsatlarıdır. Bourdieu, beğeniyi bireyselliğe indirgemeden, onu toplumsal ihtiyacın form değiştirmiş tezahürü olarak görmektedir. Beğeni kendinden başka bir şeye gönderme yapmaktadır. Kültürel olarak işlenmiş yatkınlık ve kültürel yetkinlik, tüketilen malların doğası ve tüketme usulleri aracılığıyla kavranmaktadır. Eğitim sermayesi, hem aile tarafından sağlanan kültürel aktarımın hem de okul tarafından sağlanan kültürel aktarımın birikmiş etkilerinin ürünüdür (Bourdieu, 2015: 20-93).

Reklamlar ise tüketimi bireysel beğeni yanılsamasına indirgeyerek tüketilen ürün ve hizmetlerle kim olduğumuzu, bireylerin toplumsal konumlarını tanımlayan, anlatan ya da tasarlayan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmamız açısından ise kültürel aktarımın bileşenlerinden biri olarak yorumladığımız milli bayramlar ve anma günlerinde yayınlanan reklamlar ve kamu spotları milli kimliği ve milli bilinci şekillendiren ideolojik ve kültürel bir araçtır.

3.2.3. Gündelik Hayatta Milliyetçiliğin Milli Bayramlar ve Anma Günleri Üzerinden İnşası ve Yeniden Üretimi

Sanayi Devrimi sonrası icat edilmiş gelenekler aracılığıyla, kurumları, statü ya da otorite ilişkilerini oluşturmak veya meşrulaştırmak ve toplumsallaşma, inançların, değer yargılarının ve davranış teamüllerinin aşılanıp aktarılması amaçlanmaktadır. Bu tarzdaki gelenekler bilerek tasarlanırken, toplumsal birlik-beraberliği ya da

gerçek ya da "yapay cemaatlere" (Anderson, 1995) grup aidiyetini oluşturan veya sembolize eden gelenekler daha yaygın olarak görülürler. İcat edilmiş gelenekler, aşıladıkları grup üyeliğinin değer, hak ve yükümlülükleri (vatanseverlik, sadakat, görev) konusunda oldukça genel ve muğlaktır (Hobsbawn, 2005: 12).

Milli kimliklerin oluşumu "geleneğin icadı"nın tepe noktası olmuştur. Ulusların doğuştan gelme ortaklıklar olarak inşası "atalar kalabalığı" içinden kurucuların seçilip ön plana çıkarılmasıyla, 18. yüzyılın ikinci yarısından başlar. Ulusal kültürün temeli olarak kıymet kazanan halk kültürü, yaşayan köylü kültürüyle birbirine karıştırılamaz. Yazılı kültürde yenilik yapmaya çalışan yazarların yürüttüğü bir inşa faaliyeti söz konusudur. Bu inşa faaliyeti reel halk kültürünün öğelerini kullanır, fakat bu öğeleri toplumsal seçkinler tarafından sahiplenilecek şekilde dönüşüme de uğratır (Thiesse, 2010: 158). Milli bayramların ve anma günlerinin de milli kimliğin inşa edilmesi ve yeniden üretilmesi sürecinde ortak atalar ve tarih hatırlatılarak ön plana çıkan kurgusal günler olduğunu söyleyebiliriz.

Çünkü hisleri hatırlamak için, onları toplum temsilimize ait bir olgu, varlık ve fikir bütününe yeniden yerleştirmek gerekmektedir (Halbwachs, 2016: 55). Ulusal marşlar, bayraklar ve belli imaj ya da semboller ulusal hareketlerin veya devletlerin parçaları olarak ortaya çıkmıştır (Hobsbawn, 2005: 9). Özellikle kurgusal günlerin bu yeniden yerleştirme sürecinde büyük bir etkisi bulunmaktadır. Her yıl düzenlenen törenler ve kutlamalar "kim" olduğumuzu güçlendirmek için önemlidir. 19. yüzyıldan kalma modern icatlar olan birçok ulus devlet gibi birçok ulusal gün de yeniden icat sürecinden geçmektedir ve bu süreç siyasi, ekonomik ve kültürel koşullara göre değişmektedir. Ulusal günler ulusal kimliklerin önemli sembolik göstergeleridir. Bu sembolik göstergeler sıklıkla örtük ve bazen de tartışmalıdır. Ulusal günler paydaşlar, vatandaşlar ve tüketiciler olarak bir ulusun sakinleri üzerinde çeşitli olası sorumluluklar imâ edebilirler ve milli kimliğin nasıl hayal edildiğine, şekillendiğine ve seferber edildiğine ışık tutan önemli anma araçlarıdır (McCrone ve McPherson, 2009: 1-8).

Çalışmamızın inceleme nesnesi olan anma günleri ise modernitede biçim değiştirir. Bir yandan, eski rejim toplumlarının sona ermesiyle birlikte bütün toplumu

kapsayarak demokratikleşmiş; diğer yandan, yaşayanlara hitaben yeni mesajlar taşıyarak işlevselleşmiş ve sekülerleşmişlerdir. 19. yüzyıldan itibaren anıtlar laik değerleri (vatan) kutsamak, etik (iyilik) ve politik (özgürlük) ilkeleri savunmak ya da kurucu olayları (savaşlar, devrimler) kutlamak için dikilmeye başlar (Traverso, 2019: 14). Anma günlerinde yaşananlara hitaben yeni mesajların ve dolayısıyla Türk milliyetçiliğinin nasıl yeniden üretildiğini çalışmamız analiz bölümünde irdeleyeceğiz.

Paylaşılan ritüeller, semboller ve kolektif anılar bir ulusun benlik duygusunun oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu unsurlar birlik, ideoloji ve mirasın hatırlatıcısı olarak seçilirler. Milli günler, kimliğin bu yönlerinin bir örneğidir ve insanlara ulusal bilinçlerini ifade etme ve bir ulusa üyeliğin seferberliğine katılma imkânı vermektedirler. Ancak milli günlerin önemi sadece ulusun üyelerinin katılımıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda milli günler milletin değerlerini, tutumlarını ve güçlü yanlarını dünyaya iletmenin ve ülkeyi küresel sahneye yerleştirmenin bir yoludur. Düzenli ve yinelenen tarihler gibi milli günler de millete bir kalp atışı, öz farkındalık ve gurur vermektedir. Milli günlerin nasıl kutlandıkları, neyi simgelemek için seçildikleri ve dünyayla nasıl etkileşime girdikleri, milletin ruhunu tanımlamaktadır (Salmond, 2009).

Milli bayramların en ironik özelliklerinden biri, bayrak, para birimi, ulusal amblemler, ulusal anıtlar, coğrafi bölgeler hatta ulusal marşlar gibi diğer milli semboller karşısında ne kadar görünmez olduklarıdır. Giesler'in de işaret ettiği gibi Smith'in kapsamlı ulusal semboller listesinde göze çarpmayan tek büyük sembol milli günlerdir. Billig'in de bayrak, amblemi para birimi, başkent, marş, ulusal liderler, ulusal anıtları kapsayan milli semboller listesinin aşağı yukarı doğru olduğunu belirten Giesler, milli günlerin diğer milli semboller gibi görülmemesinin üç nedeni olduğunu ileri sürmektedir: İlk olarak yılın sadece bir günü karşılaşılan ulusal günler her yerde her zaman bulunmaz. Bu nedenle "aşırı kararlılık" bu günler için geçerli değildir. İkinci neden ise milli günlerin fark edilmez olduğudur. Son olarak milli günlerin dini günlerle rekabet etmesi gerekmektedir (Giesler, 2009: 10).

Ulus oluşturma stratejisinin önemli bir parçası olan milli günler anlamına göre önemini değiştirmektedir. Milliyetçiliğin çeşitli biçimlerde yükselişi bağlamında, bu günler daha "politik" bir önem kazanabilmektedir (McCrone, 2009: 38). Milli günlerin olumlu ya da olumsuz siyasi öneminin yanı sıra aynı zamanda büyük ekonomik değeri vardır. Milli günler basit bir şekilde "miras" ya da tarihi bir mesele değildir (McCrone ve McPherson, 2009: 7). Milli bayramlar ve anma günleri, markalara reklamlar aracılığıyla "biz" kimliğini kazandırmak için kullanılan taşıyıcılardır.

Milli günlerin kültürel ve siyasi amaçlar için nasıl icat edildiği, yapılandırıldığı ve milli seferberliği yeniden ürettiğini irdeleyebilmek için reklamlar ve kamu spotları önemli ideolojik ve kültürel araçlardır. Reklamlarda ve kamu spotlarında kullanılan anlam ve semboller bir milletin "kim" olarak tasarlandığı konusunda önemli ipuçları sunmaktadır. Siyasi ya da militarist olaylara ilişkin kutlama ve anma günlerinde yayınlanan reklamlar ve kamu spotları, bu sıradanlığı yeniden üretmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.TÜRKİYE'DE YAYINLANAN TELEVİZYON VE DİJİTAL REKLAMLARDA VE KAMU SPOTLARINDA MİLLİYETÇİLİĞİN İNŞASI VE YENİDEN ÜRETİMİ

Bu bölümde marka, kamu kurum ve kuruluşlarının televizyonda ve YouTube kanallarında milli bayramlara ve anma günlerine ilişkin yayınladıkları reklam ve kamu spotları üzerinden inşa ettikleri ve yeniden ürettikleri milliyetçi söylem analiz edilecektir.

4.1. METODOLOJİ

4.1.1. Araştırmanın Önemi

Günümüz dünyasını biçimlendiren sistemlerden biri olan kitle iletişimi, toplumsal gerçeklik alanını analiz etmek için kullanabileceğimiz dinamik bir alandır. Bu nedenle çalışmamızda milliyetçiliğin, iletişim süreçleri içerisinde etkili bir konumda olan reklamlar ve kamu spotları bağlamında ele alınması milliyetçiliğin toplumsal bağdaştırıcı olarak kültürel ve siyasi işlevi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca, yapılan literatür araştırmasıyla reklam, kamu spotları ve milliyetçilik arasında bağ kuran çalışma sayısının sınırlı olduğu görülmüştür.

4.1.2. Araştırmanın Amacı

Modern bir olgu olarak Fransız Devrimi'yle ortaya çıkan, I. Dünya Savaşı sonrası hanedanlıkların ve imparatorlukların ortadan kalkmasıyla yükselen ve II. Dünya Savaşı'yla uluslararası yeni dünya düzeninde baskın norm haline gelen ulus-devletlerin referans kaynağı olan milliyetçilik, popüler ve gündelik temelli bir söylemdir. Etnik köken olarak çoğul bir yapıya sahip olan Türkiye'de ise milliyetçilik tartışmaları kimlik eksininde güçlü bir şekilde tartışılırken "Türk kimliği", kitle iletişim araçları ve popüler kültür dolayımıyla tasarlanıp yeniden üretilmeye devam etmektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, gündelik hayatta bir bağdaştırıcı olarak milliyetçi söylemin ve milli kimliğin siyasi ve kültürel bir paradigmayla ideolojik, kültürel bir araç olan reklamlar ve kamu spotları üzerinden hangi anlam, değer ve semboller aracılığıyla inşa edilip yeniden üretildiğini araştırmaktır. Bu temel amaçtan hareketle belirlenen alt amaçlar ise şunlardır:

1. Düşünce akışını ve düşüncenin biçimlerini belirleyen dil sistemi, kitle iletişim sürecinin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle çalışmanın sınırlılıkları doğrultusunda kaydedilen reklam ve kamu spotu metinlerinde kullanılan dilbilgisi ve sözcük dağarcığı aracılığıyla yeniden üretilen milliyetçi söylem tespit edilmeye çalışılacaktır.
2. Milli kimliğin yaratımında ve bilince yansımasında önemli bir kaynak olarak görülen biz-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası süreci önem taşımaktadır. Bu bağlamda dilin toplumsal gerçekliğin inşasındaki işlevi doğrultusunda elde edilecek bulgular ışığında, reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla "biz" ve "öteki" söyleminin hangi unsurlar üzerinden tasarlanıp yeniden üretildiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.
3. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde üzerinde durduğumuz milli kimliği ve milli bilinci biçimlendiren değişkenler (kültürel özdeşlik, ortak geçmiş vb.) üzerinden Türk milliyetçiliğinin, hangi perspektiflerden hareketle yeniden üretildiği tespit edilmeye çalışılacaktır.
4. Tüketim ile milliyetçilik arasında bir bağ kurabilmek özellikle araştırmamızın sonuçları açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle markaların ve kamu kurum ve kuruluşlarının ürettikleri mal ve hizmetleri vurgulayarak tüketicinin bilincinde sembolik tüketim ile milliyetçilik arasındaki ilişkiyi hangi unsurları kullanılarak tasarladıkları analiz edilecektir.

4.1.3. Araştırmanın Soruları

Çalışmanın kavramsal ve kuramsal temelleri doğrultusunda belirlenen amaçlar çerçevesinde şu sorulara yanıt aranacaktır:

1. Siyasi ve kültürel bir yönelim olarak Türk milliyetçiliği, reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla hangi anlam, değer ve sembollerle tasarlanmaktadır?
2. Reklam ve kamu spotu metinlerinde "Türk" kimliği bir üst kimlik olarak mı, kan ve soy esasına dayalı etnik bir kimlik olarak mı yoksa etno-dinsel bir kimlik olarak mı tasarlanmaktır?
3. Reklam ve kamu spotlarında kolektif eylemi güdüleyen hangi sembolik ve duygusal unsurlar kullanılmaktadır?
4. Milliyetçilik söyleminin yeniden üretildiği reklam ve kamu spotları metinlerinde tasarlanan milli bilincin ve milli kimliğin bileşenleri arasındaki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?
5. Reklamlar ve kamu spotları, milliyetçiliğin biçimlendirdiği hangi kimlik örüntülerini tasarlamaktadır?
6. Reklam ve kamu spotları metinlerinde kolektiviteye aitliğin ve toplumsal kabulün şartları nelerdir?
7. Milliyetçiliğin içkin olduğuna inanılan ve genetik bir karakter özelliği olarak etnik milliyetçilik hangi unsurlarla üretilmektedir?
8. Milliyetçi bir söylemle tasarlanan reklam ve kamu spotu metinlerinde Kemalist Milliyetçilik hangi unsurlara dayanmaktadır?
9. Reklam ve kamu spotu metinlerinde Muhafazakâr Milliyetçilik hangi unsurlara dayanmaktadır?
10. Reklamlarda milliyetçiliğin duygusal gücü ile sembolik tüketim arasında bir ilişki kurulmuş mudur?
11. Ortak kültürün temel bileşenlerinden biri olan din, reklamlarda ötekileştirme ve ötekini inşa ve yeniden üretim sürecinde referans kaynağı mıdır?

4.1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Örneklemi

Milliyetçilik, reklam ve gündelik hayat gibi çok boyutlu üç kavram arasında kurulan ilişkiyi derinlemesine irdelemek ve ayrıntılı bir çerçeve çizebilmek amacıyla belli başlı hareket noktalarını belirleyebilmek için reklamlar ve kamu spotları; milli bayramlar ve anma günlerinde yayınlanan marka reklamları ve kamu kurum ve kuruluşlarının yayınladığı kamu spotları olarak sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın televizyon ve dijital reklamlarla sınırlandırılmasının nedeni hem televizyonun hem de internetin gündelik hayatın merkezinde yer almasıdır. Televizyon, gündelik hayatta gerçekliğin inşası ve yeniden üretiminde kültürün ve ideolojilerin taşıyıcısı konumundadır. Kültürel ve ideolojik bir metin olan reklamların televizyonda dolaşıma sokulması ise gerçekliğin ve anlamın inşasının ve yeniden üretiminin en etkili yollardan biridir. Bireylerin hem çevrim içi hem de çevrim dışı yaşam biçimlerini belirleyen internet ise kültür ve ideolojilerin gündelik hayatın sıradanlığı içine gömülmesine aracılık etmektedir.

Rastgele örneklem tekniğiyle ve televizyon kanallarından elde edilen reklamveren markaların listesi göz önünde bulundurularak 2019 yıllında Star TV, Kanal D, ATV, TV8, FOX, SHOW TV kanallarına reklamveren markaların milli bayramlar ve anma günlerine ilişkin reklamları ve bu markaların Youtube kanallarında 2017-2019 tarihleri arasında yayınladıkları reklamlar kaydedilmiştir. Kamu kurum ve kuruluşların yayınladığı kamu spotları ise Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin internet sitesinden elde edilen verilere göre bu kurum ve kuruluşların Youtube kanallarından kaydedilmiştir.

4.1.5. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızın birinci ve ikinci bölümde irdelediğimiz etnik kimlikten milli kimliğe geçişte milli kimlik ve milli bilincin inşasında ve yeniden üretiminde hem tek başına yeterli olmayan hem de olmazsa olmazlar arasında yer alan kültürel özdeşlik (dil, din), ırk ve köken miti, biz-öteki karşıtlığı, birlik algısı/duygusal dayanışma ve özellikle sembolik boyutuna vurgu yaptığımız teritoryal sınır unsurları televizyon ve dijital marka reklamları ve kamu spotları üzerinden nitel araştırma ve yorumlamacı yöntemlerden biri olan söylem analizi yöntemiyle incelenecektir. Çünkü reklam metinleri ideolojik bir yeniden üretimdir ve Van Dıjk'ın ifadesiyle söylem ise ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde vazgeçilmez bir rol oynamaktadır. Dil kullanımı ve söylem, sırasıyla ideolojileri nasıl edindiğimizi, öğrendiğimizi ve değiştirdiğimizi etkilemektedir (Van Dıjk, 2003:13).

Voloshinov'un vurguladı gibi ideolojik her şey gönderene sahiptir ve gösterge olmaksızın ideoloji de yoktur. İdeolojik her şey göstergesel değere sahiptir. Her ideolojik gösterge yalnızca gerçekliğin bir yansıması olmakla kalmaz aynı zamanda kendisi de tam da bu gerçekliğin maddi bir parçasıdır. İdeolojik bir gösterge olarak işlev gören her fenomen, ister ses, fiziksel kültle, renk ya da isterse bedenin hareketleri vb. olarak bir tür maddi cisimleştirmeye sahiptir. Bu anlamda göstergenin gerçekliği tamamen nesneldir ve üniter, tekçi (monistic), nesnel bir inceleme yöntemine elverişlidir. Ayrıca göstergenin gerçekliği tamamen toplumsal iletişim tarafından belirlenen bir meseledir. Sonuçta göstergenin varoluşu bu iletişimin maddileşmesinden başka bir şey değildir. Tüm ideolojik göstergelerin doğası böyledir. Toplumsal iletişimin göstergesel niteliği ve konuşlandırıcı etken olarak oynadığı bu kesiksiz, kapsamlı rol, dilden başka hiçbir yerde bu kadar açık seçik ve eksiksiz ifade edilemez. Voloshinov'un deyimiyle en âlâsından ideolojik fenomenlerdir sözcük (Voloshinov, 2020: 52-58).

Stuart Hall'un ifadesiyle de anlamlar sadece dile ortak erişimimiz yoluyla paylaşılabilir. Dolayısıyla dil, anlam ve kültür için temel özelliktedir, her zaman kültürel değerler ve anlamların asli havuzu olarak görülmüştür (Hall, 2017: 7). Kültürel evreni oluşturan dil aynı zamanda hem benzerliklere hem de farklılıklara işaret eden bir sistem olarak işlev görmektedir.

Araştırmada ilk olarak reklam metinlerinde hangi kolektif isim, sıfat, nesne, zamir ve fiillerin kullanıldığı tespit edilecektir. İdeolojik bir gösterge olan söz dağarcığının analizi bağlamında ortak geçmişe vurgu yapan olayları sembolize eden mekânlar, etiketler ve anma mesajları incelenecektir. Söz dağarcığındaki anlam değişiklikleri milli kimliğin ve milli bilincin yansımasıdır. Bu nedenle tarihsel süreçte eş anlamlı hale gelmiş kavramlar, Türk milliyetçiliğinin sosyo-kültürel ve politik yapısıyla ilişkili olarak analiz edilecektir. Çünkü Van Dıjk'ın vurguladığı gibi ideolojiler açık bir şekilde ifade edilebilir ve bu nedenle kolayca fark edilebilirler, ancak bu, aynı zamanda oldukça dolaylı, sezdirmeli, üstü kapalı bir biçimde, tonlama, duraksama veya bir zamir kullanmak gibi söylemin daha az belirgin yapılarında da meydana gelebilir (Van Dıjk, 2003:13).

Bir önceki bölümde altını çizdiğimiz gibi Schütz'a göre de her dilde sözlüklerde yer alan normalleştirilmiş yan anlamların yanı sıra, konuşma bağlamında veya içinde yer aldığı toplumsal çevreden edinilen kendi özel ikincil anlamı vardır ve simgenin her zaman için ya bir artefakt ya da inşa edilmiş, insan yapımı maddeler ya da edim-nesnesidir (Schütz, 2018). Ayrıca Smith'in vurguladığı gibi kolektif isimler de etnik toplulukların kesin bir işareti ve simgesidir; topluluklar bu isimlerle kendilerini ayırır ve bu isimler onlara özlerini hatırlatır. Kolektif bir isim dışarıdakiler için hiçbir şey ifade etmeyen ama kapsadığı insanlar için güç ve anlam barındıran bir atmosfer ve etki çağrıştırır. Kollektif isim, bir kişiden veya klandan çok kentten ya da bölgeden kaynaklanmış olabilir. İnsanlar ve teritorya arasında bir özdeşlik ve bağ vardır (Smith, 2002b: 48-54).

Çalışmamızda Van Dıjk'ın eleştirel söylem analizi modelinden hareketle toplumsal inşa perspektifinten reklam ve kamu spotu metinlerinde gizlenmiş ya da açık olan anlamları çözümlemek için öncelikle grup kimliği ile ve böylece de ideolojilerle bağlantılandırılan türden ve milliyetçiliğin inşasında önemli bir unsur olan biz ve öteki karşıtlığı ile ilgili soruların yanıtı aranacaktır. Bu sorular şunlardır:

- Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir?
- Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor?
- Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz?
- İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? Toplumdaki durumumuz nedir?
- Kaynaklar: Başkalarının sahip olmadığı neler sahibiz? Başkalarının sahip olduğu nelere sahip değiliz?

Olumsal kendini-sunma ve olumsuz ötekini-sunma, hem grup çatışmasının ve karşıt gruplarla etkileşim şeklimizin çok genel bir özelliğidir, hem de kendimiz ve başkaları hakkındaki konuşma şeklimizi tanımlar. Bu nedenle reklamlarda olumlu kendini-sunan ve olumsuz ötekini-sunan metinler çözümlenecektir. Reklam metinlerinde anlam ve ideolojik gönderimleri farklı olan eşanlamlı kelimeler analiz edilecektir. Önerme yapıları, çalışmamız açısından özellikle ben-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası üzerinden milliyetçi söylemin yeniden üretilmesi bağlamında

önemlidir. Bu çalışmada biz ve ötekiler hakkındaki önerme yapılarında kullanılan sözcüklerin seçimini analiz edilecektir (Van Dijk, 2003: 55-76).

Yapılacak analizler çerçevesinde biz-öteki karşıtlığı, ortak köken/soy miti, ortak geçmişi vurgulayan anılar, din, banal unsurlar ve sembolik tüketim üzerinden milliyetçiliğin nasıl yeniden üretildiği irdelenecektir.

4.1.6. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışma, temelde kitle iletişiminin ve neo-liberal politikaların ayrılmaz bir parçası olan reklamların ve kamu spotlarının; gündelik hayatta milliyetçiliğin, milli bilincin, milli kimliğin inşa edilmesi, yeniden üretilmesi, dağıtılması ve içselleştirilmesi için kullanılan ideolojik ve kültürel araçlar olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu genel varsayımdan hareketle markaların, kamu kurum ve kuruluşlarının reklam ve kamu spotları stratejileriyle ilişkili varsayımlar şunlardır:

1. Türkiye'de siyasi ve kültürel milliyetçi söylem, etnik toplulukları oluşturan ve milli kimliğe geçişte belirleyici olan bileşenlerin vurgulandığı reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla gündelik hayatta yeniden üretilmektedir.
2. Reklam ve kamu spotu iletilerinde "biz" kavramı yani kolektif aidiyet millet ekseninde yeniden üretilmektedir.
3. Yurttaşlık ve vatandaşlık bağı anlayışına dayanan sivil milliyetçilik, reklamlarda ve kamu spotlarında baskın strateji olarak kullanılmamaktadır.
4. Reklamlar ve kamu spotları, ortak köken/soy/atalar ve ortak tarih aracılığıyla geçmişin duygusal bir söylemle yüceltilmesinde ve milli bilincin yeniden üretilerek sürekliliğinin sağlanmasında ideolojik ve kültürel bir araçtır.
5. Reklam ve kamu spotları aracılığıyla milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde ortak kültürün temel unsurlarından biri olan din kategorisinde, şehitlik söylemi temel referans kaynağı olarak işlev görmektedir.
6. Reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve biz-öteki karşıtlığı temel referans kaynakları olarak işlev görmektedir.

7. Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu üzerinden reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla yeniden üretilen bir üst kimlik olarak Türklüğün duyguda yansıması "fedakârlık, meydan okuma, başarı" kavramlarına dayanmaktadır.
8. Reklam ve kamu spotlarının metinlerinde biz-öteki karşıtlığı üzerinden yeniden üretilen kimlik örüntüleri meydan okuma üzerinden "zafer, intikam, kutsallık" değerlerini ortaya çıkarmaya aracılık etmektedir.
9. Reklam ve kamu spotlarının metinlerinde biz- öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası, "öteki"nin olumsuz sunumuyla değil "biz" olgusunun olumlu sunumuyla vurgulanmaktadır.
10. Türk toplumu kolektivist kültürel değerlere sahip olduğu için reklam ve kamu spotlarında anma ve kutlama mesajları saygı ve inanç üzerinden üretilmektedir.
11. Reklam ve kamu spotu metinlerinde Etnisist, Kemalist, Liberal ve Muhafazakâr milliyetçiliğin unsurları bir arada kullanılmaktadır.
12. Reklam metinlerinde sembolik tüketimle ilişkili olarak markaların sundukları ürün ve hizmetlerle milliyetçiliğin yeniden üretiminde kullanılan unsurlar arasındaki bağ sosyal sorumluluk anlayışı üzerinden kurulmaktadır.

4.2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.2.1. Reklam Metinlerinin Söylem Analizi

Tablo 1. Milli Bayramlar ve Anma Günleri Üzerinden İncelenen Reklam ve Kamu Spotlarının Niceliksel Analizi

	2017		2018		2019		Toplam	
Markalar	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
1. Anma Günleri								
18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi	3	9,09	10	30,3	20	60,6	33	8,9
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	1	6,6	7	46,6	7	46,6	15	4
10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü	16	19,7	25	30,8	40	49,3	81	22
2. Milli Bayramlar								

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	2	5,1	15	38,4	22	56,4	39	10,5
19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı	6	9	16	24,2	44	66,6	66	17,9
30 Ağustos Zafer Bayramı	4	9,3	9	20,9	30	69,7	43	11,6
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı	13	14,2	24	26,3	57	62,6	91	24,7
Toplam							**368**	
Kamu Kurum ve Kuruluşlar	Sayı	Oran%	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %	Sayı	Oran %
1. Anma Günleri								
18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi	-	-	3	%21,4	11	%78,5	14	%19,1
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	15	%51,7	3	%10,3	11	%37,9	29	%39,7
10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü	1	%25	1	%25	2	%50	4	%5,4
2. Milli Bayramlar								
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	1	%33,3	1	%33,3	1	%33,3	3	%4,1
19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı	1	%16,6	2	%33,3	3	%50	6	%8,2
30 Ağustos Zafer Bayramı	-	-	3	%60	3	%60	5	%6,8
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı	3	%25	2	%16,6	7	%58,3	12	%16,4
Toplam							**73**	

2017, 2018 ve 2019 yıllarında belirlenen marka ve kamu kurum ve kuruluşlarının televizyon ve YouTube kanallarında yayınladıkları reklam ve kamu spotlarının niceliksel özelliklerinin, anma günleri ve milli bayramlara göre değişkenlik gösterdiği tespit edilmiştir. İncelemeye dahil edilen yıllarda markaların ve kamu kurum ve kuruluşlarının yayınladığı toplamda 368 reklam, 73 kamu spotu saptanmıştır. Kamu kurum ve kuruluşlarının T.C. Cumhurbaşkanlığı tarafından yayınlanan kamu spotlarını da paylaştıkları kaydedilmiştir. Bu nedenle benzer kamu spotları ayrı kamu kurum ve kuruluşları olarak incelemeye dahil edilmemiştir. Markaların anma günlerinde en çok 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'nde (81), en az 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde (16) reklam yayınladıkları görülmektedir. Milli bayramlarda ise markaların, en çok 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nda (105), en az 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda (40)

reklam yayınladıkları kaydedilmiştir. Markaların aksine Kamu Kurum ve Kuruluşlarının ise anma günlerinde en çok 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde (29), en az 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne (4) kamu spotu yayınladığı görülmektedir. Milli bayramlarda yayınlanan kamu spotları, markalarla uyumlu olarak en çok 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı (12), en az 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı (3) olarak tespit edilmiştir.

4.2.1.1. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 2: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Kahramanlar		12	10
Şehitler		19	18
Gaziler		3	3
Mehmetçik		3	3
Askerler		21	11
Yiğitler		2	2
Evlatlar		3	2
Gençler		1	1
Analar		1	1
Babalar		1	1
Kardeşler		1	1
Yaralılar		3	1
Doktorlar		3	1
Hemşireler		1	1
İşgal güçleri		1	1
Ülke		2	2
Vatan		15	13
Millet		7	12
Anadolu		1	1
Türk		6	4
Dünya		7	8
Cennet		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Mehmetçik	Kahraman	1	1
Asker	Destan yazan	1	1
	Yüreği temiz, sağlam	1	1
	Yaralı	5	1
	Acı içinde kıvranan	2	1
	Toprağa düşmüş	1	1
Şehit	Bu toprakları vatan yapan	1	1
	Aziz	1	1

	Bayrak uğruna canını feda eden	1	1
	Dinmeyecek ezanlar için can veren	1	1
Vatan	Aziz	2	2
	Cennet	1	1
Toprak	Geçilmeyen	1	1
18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi	Tarihin en şanlı kahramanlık destanlarından biri	1	1
	İman zaferi	1	1
	Bir milletin dünyaya meydan okuyuşu	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehitlik	Duygulanmak	3	2
	Hissetmek	1	1
	Burnunda tütmek	1	1
	Özlemek	1	1
	Hüzün çökmek	1	1
	Ağlamak	1	1
	Savaşmak	1	1
	Destan yazmak	2	2
	Yad etmek	1	1
	Anadan, yardan, candan vazgeçmek	1	1
	Minnet borçlu olmak	1	1
	Hakkını ödeyememek	1	1
	Hakkını helal etmek	3	2
	Şehitlerimizin anısına sahip çıkmak	1	1
	Kahramanların isimlerini yaşatmak	1	1
	Unutturmamak	1	1
	Unutmamak	4	4
	Hatırlamak	2	2
	Toprağa düşmek	3	3
	Ebediyete kavuşmak	1	1
	Canını feda etmek	2	1
	Hakka yürümek	1	1
	Ölmek	1	1
	Can vermek	1	1
	Kan Akmak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Çanakkale		58	33
Gelibolu Yarımadası		4	3
Filistin		1	1
Melbourne		1	1
İzmir		1	1
Avustralya		1	1
İstanbul		3	2
Eskişehir		1	1
Gaziantep		1	1
Yemen		1	1
Yeni Zelanda		1	1
Etiketler			

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
#BuVatanİçin	1	1
#GecilmezOl	1	1
Anma Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Rahmetle anmak	12	11
Minnetle anmak	14	14
Saygıyla anmak	12	12

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi reklam metinlerinde markaların "asker, şehit, kahraman, vatan" kolektif isimlerini vurgulayarak milliyetçiliği şehitlik söylemi üzerinden yeniden ürettiği görülmektedir. "Biz" söyleminin olumlu sunumunda markalar, "aziz, cennet, geçilmeyen", "vatan toprakları" ve "dinmeyecek ezanlar için can veren", "bayrak uğruna can veren", "aziz" şehitlik söylemini kullanarak milliyetçiliği din üzerinden yeniden üretmektedir. Reklam metinlerinde şehit olmak "canını feda etmek, can vermek, ölmek, hakka yürümek, ebediyete kavuşmak, toprağa düşmek" fiilleriyle eş anlamlı olarak kullanılmaktadır. Fakat bu fiiller şehit olmakla eş anlamlı olmayan, şehitlik söylemine duygusal gücünü katan nitelemelerdir.

Metinlerde kullanılan fiiller, "fedakâr olmak, minnet duymak, unutmamak ve unutturmamak" beklentilerinin altını çizmektedir. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi ise "tarihin en şanlı kahramanlık destanı, bir milletin dünyaya meydan okuyuşu, iman zaferi" sıfatlarıyla din ve öteki üzerinden nitelendirilmiştir. Metinlerde kullanılan ortak tarihe vurgu yapan mekân isimleri (Çanakkale, İstanbul, Gelibolu Yarımadası, İzmir, Eskişehir, Gaziantep-Melbourne, Yemen, Yeni Zelanda, Filistin, Avusturalya) milliyetçiliğin biz ve öteki üzerinden yeniden inşa edildiğini göstermektedir. Metinlerde "anmak" fiili "rahmet, saygı, minnet, şükran" zarflarıyla birlikte kullanılmıştır. Reklam metinlerinde kullanılan anma mesajları, din ve biz üzerinden yeniden üretilmiştir. Reklam metinlerinde kaydedilen "vatan için" ve "geçilmez ol" etiketleri "fedakârlık ve meydan okuma" üzerinden "biz ve öteki" karşıtlığına işaret etmektedir.

Tablo 3: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Varlığın tek sahibine inanan • Savaşmaya değil ölmeye gelen • Memleketi seven • Şehitlerin anısına sahip çıkan • Bu vatanı bize bırakan kahramanlarımızın isimlerini yaşatan • Şanlı zaferlerimizin nasıl kazanıldığını unutmayan unutturmayan
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Memleketi sevmek • Memleketin geleceğine umut olmak • Şehitlerimizin anısına sahip çıkmak • Vatanı bize bırakan kahramanlarımızın isimlerini yaşatmak • Şanlı zaferlerimizin nasıl kazanıldığını unutmamak, unutturmamak • Anadan, yardan, candan geçmek • Bağlanmak • Kahraman Mehmetçiklerimizi hatırlamak • Adını tarihe yazdıran kahramanları unutmamak • Dünyaları alsan da, bu cennet vatanı vermemek • Şehitlerimizi unutmamak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Kahramanlarımızı anmak için • Vatan için • Şehitlerimizi hatırlamak, unutmamak, unutturmamak için • İntikam almak için • Düşmana koz vermemek için
4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? • Dört kıtadan onlarca farklı milletten gelen düşman • Dünya
5. Kaynaklar: **Başkalarının sahip olmadığı nelere sahibiz?** • İnanç • Fedakârlık • Kahramanlık • Cesaret • Azim • Mucize • Asalet • Kararlılık • Alın teri **Başkalarının sahip olduğu nelere sahip değiliz?** • Dünyanın o güne kadar gördüğü en korkunç donanması • En güçlü silahlar • Güç • Gemi, bomba, uçak • Asker sayısı • Mermi, tüfek, bomba **6. Olumlu kendini sunma:** • Yaralı ve esir düşman askerine iyi bakan Türk • Yaralı oğluna ayrıcalık yapmayan doktor

Reklam metinlerinde "biz" soyut değerler üzerinden tanımlanırken, "ötekiler" maddi değerler üzerinden tanımlanmıştır. Çünkü etnisist milliyetçilik zorunlu olarak kolektivistir. Reklam metinlerinde ötekinin açık olumsuz sunumuna rastlanmamaktadır. Yadsıma ifadeleriyle "öteki" güçlü olarak "biz" ise "inançlı, fedakâr, kahraman, cesaretli, azimli, iyi" olarak sunulmaktadır. Düşman askerlerinin ismi Türk askerlerin ismiyle birlikte yazılmıştır. Böylece "biz" evrensel değerlere vurgu yapılarak olumlu bir şekilde sunulmuştur. Reklam metinlerinde millet olarak bir düşmana işaret edilmemiştir. Düşman dört kıtadan onlarca farklı milletten gelen dünya olarak tasarlanarak meydan okuyan Türk milleti algısı güçlendirilmiştir.

Tablo 4: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Ortak Atalar	Çocuk, yaşlı, fakir, zengin, kadın, erkek demeden çarpışan kahramanlar Kaçmayan Savaşmaya değil ölmeye giden Korkusuz yiğitler Tabutları dimdik omuzlayan babalar Destan yazan askerler Canlarını feda edenler Hayatlarını hiçe sayan aziz kahramanlar Cesur ve kararlı insanlar Vatan, millet, bayrak ve şu dinmeyecek ezanlar için can veren Vatan sevgisiyle dolu işgal güçlerini geçirmemekte kararlı gerçek yürekler Bir ulusun kaderi uğruna savaşan kahramanlar
Teritorya	Bu toprakları vatan yapan şehitler ve gaziler Bu topraklar için toprağa düşen Gönüllü olarak vatan savunması için cephelere katılan Çanakkale'yi geçilmez yapan kahramanlar Bayrakları alıp yerden öpüp alnına koyan Bayrağı indirmeyen Bayrağımız uğruna kanlarını döküp destan yazanlar Bayrak uğruna canını feda eden tüm şehitler
Kan	Vatanı kanla yoğuranlar Kanıyla canınla bu toprakları mayalayanlar

Reklam metinlerinde milliyetçiliğin temel söylemi olan "biz" ortak atalar üzerinden yeniden üretilmiştir. Ortak atalar ise "kan, din, bayrak ve vatan" unsurları ile tanımlanmıştır. Metinlerde ortak köken ve soy mitine işaret eden teritoryanın "toprak, vatan, bayrak" üzerinden yeniden üretildiği kaydedilmiştir.

Tablo 5: Ortak Geçmişi/Tarihi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Keşif uçuşları yapan Türk pilotları	1	1
15'liler Türküsü	2	2
Kuru üzüm/ hoşaf	3	3
Mektup yazan askerler	2	2
Doktor Tarık Nusret	1	1

Reklam metinlerinde milli bilince duygusal gücünü kazandıran ızdırap dolu geçmiş, "15'liler Türküsü, kuru üzüm ve hoşaf" 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'nin sembolleri olarak dikkat çekmektedir. Milli Mücadele döneminde Türk milli kimliği ve milliyetçilik dinsellikle yani Müslümanlıkla tanımlanmaktaydı.

Tablo 6: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehadet şerbeti (Şahadet şerbetini içmek)	1	1
Ezan (Ezanlar için can vermek)	1	1
Hilâl (Hilâl uğruna)	3	3
Allah (Varlığın tek sahibi)	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi reklam metinlerinde milliyetçi söylemin din üzerinden inşası ve yeniden üretimiyle ilişkili olarak fedakârlığın nedeni olarak gösterilen hilâl ve ezan, varlığın tek sahibi olarak tanımlanan Allah ve şehadet şerbeti sözcükleri bulgulanmıştır.

Tablo 7: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	-	-
Millet	7	6
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	1	1

Reklam metinlerinde birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun millet üzerinden tasarlandığı saptanmıştır.

Tablo 8: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı	4	3
Marş İstiklâl Marşı	1	1
Kaside (Vurulup Tertemiz Alnından Uzanmış Yatıyor)	3	3
Türkü Hey Onbeşli Çanakkale İçinde Aynalı Çarşı	2	2
Şiir Çanakkale Şehitlerine	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'nde yayınlanan reklam metinlerinde milliyetçiliğin "Türk bayrağı, kaside, türkü, marş, şiir" banal unsurlarıyla gündelik hayatta inşa edilip yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 9: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

"Anacığım sizi çok özledim. Kardeşlerim ve sen burnumda tütüyorsunuz. Keşke babam da bu günleri görseydi. Bugün erzaklarımızın arasında kuru üzüm vardı. Seni andım anacığım. Ben vatan ve millet uğruna bana düşen vazifeyi ifa ettim. Cümlenize hakkınızı helal ettim siz de hakkınızı helal edin. Büyüklerimin ellerinde küçüklerimin gözlerinden hasretle öperim anacığım." 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Deniz Zaferi'nde destan yazan askerlerimizi minnet ve rahmetle anıyoruz. Bugünün anısına tüm şubelerimizde kuru üzüm paketlerimizi sizlerle paylaşıyoruz. 18 Mart Çanakkale Deniz Zaferi Kutlu Olsun– Altunbilekler
Metin Akpınar: (şarkı) Sevemez kimse seni benim sevdiğim kadar Ata Demirer: Ona ne şüphe – Metin Akpınar: Hadi hadi... Sevemez kimse seni benim sevdiğim kadar. Ata Demirer: Of be baba tutturdun Opet Opet diye. Metin Akpınar: Çok seviyorum çok. Ata Demirer: Babacığım insan benzin istasyonunu sever mi Allah aşkına. Ne bileyim kuş sevilir, kedi sevilir, reçel sevilir, bal sevilir, şehir sevilir, isim sevilir. Tuvaletler temiz diye mi? Metin Akpınar: İstasyonu değil evladım memleketi seviyorum memleketi. Ata Demirer: Yani baba? Metin Akpınar: Yanisi sen sanıyorsun ki biz buradan sadece yakıt alıyoruz. Ata Demirer: Ne alıyoruz baba yakıt alıyoruz Metin Akpınar: Köylerimize hayat veriyoruz. Kaldırımlarına taş meydanlarına çeşme alıyoruz. Memleketin geleceğine umut oluyoruz. Yalnız bu kadar mı? Şehitlerimizin anısına sahip çıkıyoruz. Bu vatanı bize bırakan kahramanlarımızın isimlerini yaşatıyoruz. Şanlı zaferlerimizin nasıl kazanıldığını unutmuyoruz unutturmuyoruz. Anlayacağın biz Opet'ten memleket sevgisi alıyoruz memleket. Çalışan: Teşekkürler yine bekleriz. – Biz teşekkür ederiz –Yıllardır Türkiye'nin müşteri bağlılığı en yüksek akaryakıt markasıysa bir nedeni var. Burada sadece akaryakıt değil memleket sevgisi var. Gücümüz sevgimiz – Opet
43'üncü P. A. 1. P. TB. 1'inci P. BL. 15 Haziran 1915: Sabah: Üzüm Hoşafı Öğle: Yok Akşam: Üzüm Hoşafı Ekmek Tam. 26 Haziran 1915: Sabah: yok Öğle: yok Akşam: Buğday çorbası Ekmek

Tam 18 Temmuz 1915: Sabah: üzüm hoşafı Öğle: yok Akşam: yok Ekmek yarım 21 Temmuz 1915: Sabah: yarım ekmek Öğle: Yok Akşam: Şekersiz Üzüm hoşafı Ekmek Yok. Not: 21 Temmuz 1915'ten itibaren başlayarak ordu emriyle ekmek istihkakı 500 gr'a indirilmiştir. Çünkü un ve ekmek kalmamıştır. 18 Mart Çanakkale şehitlerimiz saygıyla anıyoruz. Bu topraklarda doğduk, bu topraklardan taşıyoruz. Çalışan: Doğtaş bu konuda çok duyarlı Çalışan: Biz çok duygulandık hoşaf, bulgur pilavı, un çorbasıyla. Onlarla birlikte aynı duyguyu yaşadık. Savaş zamanında yaşanan yedikleri şeyler... Çalışan: Dünyanın hiç bir yerinde yaşatmasın ülkemize de yaşatmasın. Bir destandır Çanakkale – Doğtaş

Altunbilekler, markası reklamında promosyon stratejisi kullanarak 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'nin vurgulanan sembolü kuru üzüm paketlerini paylaştığı mesajını iletmektedir. Doğtaş markası da Altunbilekler gibi reklamında cephede üzüm hoşafı içen askerleri anmak için işçilere öğle yemeğinde hoşaf, bulgur pilavı ve un çorbası vermektedir. Opet markası ise reklamında müşteri bağlılığı ile memleket sevgisi arasında bir ilişki kurmaya çalışmaktadır.

4.2.1.2. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 10: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Millet		11	6
Vatan		2	2
Ülke		9	7
Türkiye		3	1
Halk		9	4
Yurttaş		1	1
Vatandaş		1	1
Vatan Evlatları		1	1
Cihan		2	2
Dünya		1	1
Şehit		8	7
Gazi		4	4
Kadın		1	1
Erkek		1	1
Genç/Gençlik		3	3
Yaşlı		1	1
Arkadaş		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Millet	Geleceğe umutla bakan timsal olmuş	1	1
	Bağımsızlık ve demokrasinin simgesi	1	1

Vatan Evlatları	Cephelerde milletinin vasiyetini koruyan	1	1
Ülke	Kahraman yurttaşlarımızın destan yazdığı	1	1
Halk	Söz konusu vatanı olunca canını hiçe sayan	1	1
	Gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik duran	1	1
Yurttaş	Kahraman	1	1
Vatandaş	15 Temmuz 2016'da yaşadığımız bu vahim günde darbe girişimini önlemek için gazi olan ve sokağa çıkan	1	1
Şehit	Ülkemize ve demokrasimize canı pahasına sahip çıkan	1	1
	Aziz	1	1
	Hayatlarını feda eden	1	1
	Ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutan	1	1
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	Türkiye'nin sesinin semada yankılanmaya devam etmesi için canını verenlerin destanı	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Bir olmak	10	5
	Birlik olmak	4	4
	Bir ölmek, bin doğmak	1	1
	Engellere birlikte göğüs germek	1	1
	Demokrasinin, dirilişin, birlikteliğin, milletin ayak seslerini duymak	1	1
	Tek yürek olmak	3	3
	Tek vücut olmak	1	1
	Tek ses olmak	1	1
	Destek olmak	1	1
	Ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutmak	1	1
	Gözünü bile kırpmadan ihanete karşı/ tankların tüfeklerin karşısında dimdik durmak	2	2
	Geri dönmemek üzere yola çıkmak	1	1
	İhaneti susturmak	1	1
	Alçaklara set vurmak	1	1
	Darbecilere geçit vermemek	1	1
	Vazgeçmemek	2	2
	Korkmamak	3	1
	Unutmamak	2	2
	Unutturmamak	1	1
	Geçmişten gelen emaneti korumak	1	1

	Saldırmaktan geri durmamak	1	1
	Canını hiçe saymak	1	1
	Canını vermek	1	1
	Hayatını feda etmek	1	1
	Ölmek için koşmak	1	1
	Malının, canının tamamını ortaya koymak	1	1
	Ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçmek	1	1
	Gönüllere giden yolları tutmak	1	1
"Öteki"	İhanet planı yapmak/işlemeye başlamak	2	2
	Yurdun birçok bölgesine kast etmek	1	1
	Bağımsızlık ve demokrasinin simgesi milletin meclisine saldırmak	1	1
	Korkutabileceğini sanmak	1	1
	Hevesi kursağında kalmak	1	1
	Milleti bölememek	1	1
	Bayrağı indirememek	1	1
	Halka boyunduruk kuramamak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Kırım		1	1
Conk Bayırı		1	1
Cenevre		1	1
İstanbul		1	1
Ankara		1	1
Etiketler			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#BizDahaRomayıFethedeceğiz		2	2
Anma Mesajları			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Rahmetle anmak		3	3
Minnetle anmak		3	3
Saygıyla anmak		4	4
Şükranla anmak		2	2

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin yayınlanan reklam metinlerinde markaların "millet, ülke, halk, şehit" kolektif isimlerini sıklıkla kullandıkları kaydedilmiştir. "Söz konusu vatanı olunca canını hiçe sayan, gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik duran" halk, fedakârlık ve meydan okuma üzerinden nitelendirilirken, "geleceğe umutla bakan, timsal olan, bağımsızlık ve demokrasinin simgesi" olan millet, bir simge olarak gösterilmiştir. Çünkü kimlik kavramıyla ilişkili olan demokrasi söylemi, milliyetçi söylemle içkindir ve

milliyetçiliğin anlamından ortaya çıkmıştır. Reklam metinlerinde yeniden üretilen şehitlik söylemi ise "ülkemize ve demokrasimize canı pahasına sahip çıkan, aziz, hayatlarını feda eden, ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutan" nitelemeleriyle tasarlanmıştır. Reklam metinlerinde kullanılan sözcük dağarcığıyla şehitlik söyleminin "militarizm, fedakârlık, kutsallık ve öteki" üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır.

Elde edilen bulgular markaların, reklam metinlerinde sıklıkla kullandıkları nesne, zarf ve fiiller aracılığıyla milliyetçi söylemi; birlik, beraberlik, dayanışma duygusu ve ötekinin tasarımı üzerinden yeniden ürettiğini göstermiştir. Metinlerde, "malımızın, canımızın tamamını ortaya koymak, ülkemize, demokrasimize canı pahasına sahip çıkmak, canıyla kanıyla tarihine en derin izleri kazımak, ölmek için koşmak, canını hiçe saymak, dönüşü olmayan yola girmek, ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçmek, hayatını feda etmek, ölmeyi emretmek, canını vermek, bir ölmek, bin doğmak, son mesajları yazmak" nesne, zarf ve fiilleriyle fedakârlık üzerinden şehitlik söylemi yeniden üretilmiştir. Reklam metinlerinde anmak mesajının "rahmet, saygı ve minnet" zarflarıyla iletildiği kaydedilmiştir. Kaydedilen anma mesajlarında "birlik, fedakârlık, meydan okuma ve kahramanlık" mesajının öne çıktığı görülmüştür. Kaydedilen reklamlarda sadece bir etiket kaydedilmiştir. #BizDahaRomayıFethedeceğiz etiketi meydan okumaya işaret etmektedir.

Tablo 11: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir?
• 81 milyon sonsuza dek tek yüreğiz • Millet için, bayrak için, ezan için malımızın da canımızın da tamamını ortaya koymayı namus borcu bilen • Bir olan dur diyen! Bir olunca güçlü, bir olunca millet olan • Helikopterden açılan ateşin üzerine ölmek için koşan gençlik • Hiç bir silahı olmadan koca tankı ele geçiren, 2 dakikada tank kullanmayı öğrenen gençlik • Söz konusu vatanı olunca canını hiçe sayan, gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik duran • Gönüllere giden yolları tutan • Yığınlarla tek yürek olan • Dönüşü olmayan yola giren • Gecenin karanlığını yırtan

• Bir ölüp bin doğan • Ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçen • 15 Temmuz 2016 gecesi geri dönmemek üzere yola çıkarlarken de son mesajlarını yazarlarken de korkmayan • Bir olan gerektiğinde bin olan. Engellere birlikte göğüs geren. Zorluklar karşısında tek yürek, tek ses olan • Geleceğe umutla bakan timsal olmuş bir millet • Bir olan, tek vücut olan millet • Bayrağın önüne geçmişten gelen emaneti korumak için göğüs geren kendini siper eden halk • İman dolu göğüsler • Ülkemize ve demokrasimize canı pahasına sahip çıkan • Aziz • Hayatlarını feda eden • Ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutan
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Unutturmamak • Korkmamak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Geçmişten gelen emaneti korumak için • Millet için • Bayrak için • Ezan için • Ülkesinin istikbali için
4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? • Milletimizi bölmek isteyenler • Bayrağımızı indirmek isteyenler • Bu halka boyunduruk kurmak isteyenler • Yurdun birçok bölgesine kast etmeye kalkan hain ruhlar • Bağımsızlık ve demokrasinin simgesi milletin meclisine saldırmaktan geri durmayan hainler

"Biz" üzerinden milliyetçiliğin yeniden üretimi ise "bir olmak, demokrasinin, dirilişin, birlikteliğin, milletin ayak seslerini duymak, tek yürek olmak, destek olmak, birlik olmak, tek vücut olmak, ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutmak" şeklinde kaydedilmiştir. "Milletimizi bölmek, bayrağımızı indirmek, bu halka boyunduruk kurmak isteyen, yurdun birçok bölgesine kast etmeye kalkan hain ruhlar, bağımsızlık ve demokrasinin simgesi milletin meclisine saldırmaktan geri durmayan hainler" olarak nitelendirilen "öteki" üzerinden "biz" yeniden üretimi ise "korkutabileceğini sanmak, ihaneti susturmak, gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik durmak, milleti bölememek, bayrağı indirememek, halka boyunduruk kuramamak, ihanet planı, alçaklara set vurmak, darbecilere geçit vermemek" anlamlarıyla yapılmıştır. "Öteki" üzerinden "biz" tasarımının yapıldığı reklam metinlerinde, "vazgeçmemek, korkmamak, unutmamak, unutturmamak, meydan okumak, canını feda etmek" fiillerinin altının çizildiği ve böylelikle yine fedakârlık ve meydan okuma kavramlarının öne çıktığı görülmektedir. "Biz" den beklenen "unutturmamak, canını feda etmek ve korkmamak" tır.

Tablo 12: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
1855 Kırım Savaşı	1	1
1915 Conk Bayırı Muharebesi	1	1
1974 Cenevre Antlaşması	1	1

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde kaydedilen reklam metinlerinde milliyetçilik ortak geçmiş üzerinden yeniden üretilirken 1855 Kırım Savaşı, 1915 Conk Bayırı Muharebesi, 1974 Cenevre Antlaşması'na işaret edildiği saptanmıştır.

Tablo 13: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Zekat	1	1
Ezan	2	2
İman	2	2
Selâ	1	1

Milliyetçiliğin din üzerinden yeniden üretiminde ise "biz", "iman dolu göğüsler, aziz, ezan için malını da canını da ortaya koymayı namus borcu bilen" olarak tasarlanmıştır. Metinlerde zekat ve sela kelimeleri kaydedilmiştir.

Tablo 14: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Halk	8	3
Millet	11	6
Vatandaş	1	1
Yurttaş	1	1
Ulus	-	-

Reklam metinlerinde kolektif kimliğin ve bilincin ifade bulduğu kolektiviteye üyeliğin millet ve halk üzerinden tanımlandığı bulgulanmıştır.

Tablo 15: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Türk Bayrağı (Alıyla, beyazıyla. Ay'ıyla, yıldızıyla)	2	2
Şiir Birlik Şiiri	1	1
Marş İstiklal Marşı	1	1

Reklam metinlerinde milliyetçi söylemin Türk bayrağı, Birlik şiiri ve İstiklal Marşı unsurları aracılığıyla inşa edilip yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 16: Recep Tayyip Erdoğan'ın Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri

"Cehennem olsa gelen göğsümüzde söndürürüz. Bu yol ki Hak yoludur, dönme bilmeyiz, yürürüz. Değil mi cephemizin sinesinde iman bir; Sevinme bir, acı bir, gaye aynı, vicdan bir; Değil mi sinede birdir vuran yürek yılmaz, Cihan yıkılsa emin ol bu cephe sarsılmaz! 15 Temmuz Diriliş, 16 Nisan Yükseliş" Birlik Şiiri
"Halkın gücünün üstünde bir güç ben tanımadım bugüne kadar."
"Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum."
"Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız."

Reklam metinlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kullandığı cümleler üzerinden milliyetçiliğin yeniden üretiminde, "milli irade, din, demokrasi, öteki" kavram ve olgularının vurgulandığı kaydedilmiştir.

Tablo 17: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Yollar tutulsa ne olur? Gönüllere giden yolları tutmuşuz biz. Demir yığınları olsa ne olur yığınlarla tek yürek olmuşuz biz. Namlular bize dönse ne olur dönüşü olmayan yola girmişiz biz. Sabahı görmesek ne olur gecenin karanlığını yırtmışız biz. Geri dönmesek ne olur bir ölmüşsek bin doğmuşuz biz. Ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçenleri asla unutmayacağız. Ömer Halisdemir. – İstikbal
Biz iyiyiz anneciğim burada bir şey yok. Göreve çağırdılar siz yemeğe beni beklemeyin. Çıkışları kapattılar, oraya gelemiyorum. Ben sizi arayacağım. Hepsi geçecek korkmayın. 15 Temmuz 2016 gecesi geri dönmemek üzere yola çıkarlarken de son mesajlarını yazarlarken de korkmadılar. Çünkü bu toprakların şiiri "KORKMA!" diye başlar. 15 Temmuz 2016 gecesi ülkemizin dört bir yanında ve Acıbadem binamızda hayatlarını feda eden şehitlerimizi saygı ve minnetle anıyoruz. – Türk Telekom

Markaların ürettikleri mal ve hizmetlere vurgu yaptığı reklamlar da ise İstikbal markası "ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçenleri asla unutmayacağız" iletisiyle kaydedilen diğer reklam metinleriyle benzerlik göstererek "canını feda etme ve unutmama" mesajı vurgulanmıştır. Türk Telekom ise reklamında "korkma" mesajını vermektedir.

4.2.1.3. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 18: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Türkiye Cumhuriyeti		5	5
Türk Ulusu		1	1
Türk Milleti		13	7
Türk Halkı		1	1
Halk		19	10
Ulus		1	1
Millet		13	9
TBMM/Meclis		1	1
Gençlik		2	2
Mehmetçik		2	2
Memleket		2	2
Vatan		5	5
Anadolu		1	1
Yurt		2	1
Türkiye		3	3
Dünya		13	11
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türkiye	Modern	3	3
	Yeni	1	1
Millet	Soylu	1	1
Toplum	Laik	1	1
	Demokratik	1	1
	Eşit	1	1
	Medeni	1	1
	Çağdaş	1	1
Türk milleti	Karakteri yüksek	2	2
	Çalışkan	2	2
	Zeki	2	2
Nesne, Zarf ve Fiiller			
Mustafa Kemal Atatürk	(İnancı, cesareti, azmi, umudu ve özlemi-Atatürk'ü) Hatırlamak	3	3
	(Yolumuzu) Aydınlatmak	1	1
	(Atatürk'ü) Anlamak	2	2

	Minnettar olmak	6	5
	(Atatürk'ü) Kaybetmek	4	4
	Göz yaşı dökmek	3	3
	Ölmemek	3	3
	Silinmemek	2	2
	Sevmek	4	1
	Üzülmek	3	2
	Elleri titremek	1	1
	Hissetmek	2	1
Ortak tarih	Türkiye'yi/memleketi kurtarmak	2	2
	Türk ulusunu/milletini diriltmek	2	2
	Milleti ayağa kaldırmak	2	2
	Yeni bir Türkiye ortaya çıkarmak	1	1
	Tarihi değiştirmek	2	2
	Tarihin akışına yön vermek	1	1
	Destan yazmak	1	1
	Doğmak	4	4
Beklentiler	Üretmek	1	1
	Çalışmak	5	5
	Değerler inşa etmek	1	1
	Değerlere sahip çıkmak	2	2
	Geleceğine kıymet vermek	1	1
	Kendi milletinin saadetine kıymet vermek	1	1
	Huzur ve refahı düşünmek	1	1
	Öğretmek	3	3
	Ayakta olmak	15	2
	Dünyayla rekabet etmek	1	1
	İlerlemek	1	1
	Cumhuriyeti yaşatmak	1	1
	İlerleme yolunda önümüze dikilenleri ezip geçmek	1	1
	Mücadele etmek	5	2
	Bugünlere/Geleceğe ışık tutmak	2	2
	Korkmamak	1	1
	Hayalleri yeşertmek	1	1
	Aydınlanmak	2	2
	Umutsuzluğa kapılmamak	1	1
	(Millet) Sonsuz olmak	1	1
	Dik durmak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Dolmabahçe		1	1
Trablusgarp		1	1
Anadolu		2	2
Çanakkale		2	2
Kocatepe		1	1
Selanik		1	1
Etiketler			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#bizimlesin		1	1
#yolumsensin		1	1
#Millimücadelemizihracat		1	1

#aslasilinmez	1	1
#aynıgünaynıdakika	2	2
#Özlüyoruz	1	1
#Gözünarkadakalmayacak	1	1
#DaimiBirÖzlemBizdeki	1	1
#seninyolunda	1	1
#tarifesığmaz	1	1
#ayaktayız	1	1
#daimaayaktayız	2	2
#ilkelerinin bekçileriyiz	1	1
#söz	1	1
#her10kasım	1	1
#ilelebet	1	1
#renkleryasta	1	1
#onunyolundadurmadanileri	1	1
#10Kasımonlinesaygıduruşu	1	1
Anma Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Rahmetle anmak	1	1
Minnetle anmak	13	13
Saygıyla anmak	37	37
Şükranla anmak	1	1
Sevgiyle anmak	6	6
Hüzünle anmak	1	1

10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne ilişkin yayınlanan reklam metinlerinde "Türkiye, Türk milleti, millet, dünya" kolektif isimleri ağırlıklı olarak kaydedilmiştir. Türkiye, "modern, yeni", Türk milleti Atatürk'ün konuşmasından alıntılanan "karakteri yüksek, çalışkan, zeki", millet ise "soylu" sıfatlarıyla nitelendirilmiştir. Dünya kolektif ismi ise "öteki"nin yeniden üretiminde meydan okuma ve Türkiye'ye hayranlık duyma bağlamında anlam üretiminde kullanıldığı bulgulanmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'e ilişkin duygusal mesajlar ise "göz yaşı dökmek, sevmek, özlemek, üzülmek, hissetmek" fiilleriyle iletilmiştir. Reklam metinlerinde kaydedilen etiketler aracılığıyla Atatürk'ün izinde olan "biz" tasarımı yapılmıştır. Mustafa Kemal Atatürk'ü anmak en çok "saygı, özlem ve minnet" zarfıyla iletilmiştir. Anma mesajlarında rahmet (1) zarfının kullanım sıklığının düşük olmasının nedeni ise 10 Kasım Atatürk'ü Anma reklam metinlerinde ortak kültürün din üzerinden yeniden üretilmemesiyle açıklayabiliriz.

Tablo 19: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Atatürk'ü saygıyla anan • Atatürk'ü minnetle anan • Atatürk'ü sevgiyle anan • Atatürk'ü özlemle anan • Atatürk'ü hüzünle anan • Atatürk'ü gururla anan • Atatürk'ü rahmetle anan • Atatürk'ü seven • Atatürk'ü unutmayan • Atatürk'ün gösterdiği hedefte olan • Atatürk'ün gösterdiği hedeflere ilerleyen • Atatürk ilkelerinin takipçisi • Atatürk'ün baktığı yönde giden • Atatürk'ün yolunda olan • Atatürk'ün devrimlerinin, başarılarının, tarihinin, cumhuriyetin, aydınlık yarınların yolunda olan • Borçlu olan • Ayakta olan • Birlik olan • Güçlü olan • Durmayan • Hiç kimsenin boyunduruğu altında olmayan • Özgürce yaşayan • Üreten • Çalışan • Var gücüyle mücadele eden • Bir olan, biz olan • Bu ülkeyi seven • Türkiye olan
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Bu yoldan dönmeyeceğiz • Fransa'ya veya İngiltere'ye özenmeyecek bir duruma geleceğiz • Mücadele edeceğiz • Başarılı olacağız • Ülkeyi modern yapacağız • Yenilik işinde durmayacağız • Atatürk'ün izinde olacağız • En ileri sayılan ülkelerdeki markalara özenmeyecek bir duruma geleceğiz • İlerleme yolunda önümüze dikilenleri ezip geçeceğiz • Değişimin dışında kalmayacağız • Birlikte olacağız • Atatürk'ün yaptıklarını unutmayacağız • Atatürk'ü unutmayacağız • İnancı, cesareti, azmi, umudu ve özlemi hatırlamak • Çalış, umut et, yılma, unutma, koş, mücadele et, oku, öğren, unutma, geliş, değiş, başar, unutma, aya kalk, gör, konuş, hareket et, övün, yetiş, hazırlan, çoğalt, gör, konuş, yılma, düşün! unutma • Hatırlamak ve değerlerine sahip çıkmak • Ayakta kalmak (Sanayide, sanatta, iş başında, eğitimde, bilimde, kalkınmada, • Dünyayla rekabet etmek

- Toplumsal eşitlik
- Beraber yürüdüğümüz yoldan ayrılmamak
- Atatürk ilkelerinin takipçisiyiz
- Cesaret, laiklik, beraber, eşitlik, vatan, özgürlük, bilim, medeniyet
- Karamsar olmamak
- Cumhuriyeti ilelebet yaşatmak
- İstiklal, eşitlik, çağdaşlık, medeniyet, bağımsızlık, yenilik, muasır, cumhuriyet, sanat, spor, hürriyet, bilim, millet, egemenlik, vatanseverlik, Yurtta barış dünyada barış, zafer,
- Unutmayan, unutturmayan. Atatürk'ün fikirlerini ve cumhuriyetini sonsuza kadar yaşatmak
- Karanlığa karşı durmak, ters esen rüzgara karşı durmak, olmaz öyle şey diyenlere karşı durmak
- Atatürk'ün verdiği mücadeleyi, bize armağan ettiklerini Atatürk'ün değerini düşünmek
- Kendini düşün, içindeki potansiyeli düşün, yapabileceklerini katabileceğin değeri düşün

3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz?

- Atatürk'ü anlamak için
- Atatürk'ü anmak için
- Atatürk'e layık olabilmek için
- Atatürk'ü hatırlamak ve değerlerine sahip çıkmak için
- Atatürk'ün açtığı yolda gösterdiği hedefe durmadan yürümek için
- Ülkemiz için
- İş hayatında başarı için
- Yarınlar için
- Hayatımız için
- Dünyayla rekabet edebilmek için
- Toplumsal eşitlik için

4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler?

- Winston Churchill İngiltere Başbakanı: "Savaşta Türkiye'yi kurtaran, savaştan sonra da Türk ulusunu yeniden dirilten Atatürk'ün ölümü, yalnız yurdu için değil, Avrupa için de en büyük kayıptır. Her sınıf halkın O'nun ardından döktükleri içten gözyaşları bu büyük kahramana ve Modern Türkiye'nin Ata'sı layık bir tezahürden başka bir şey değildir.".
- Franklin D. Roosevelt ABD Başkanı. "Benim üzüntüm, bu adamla tanışmak hususundaki şiddetli arzumun gerçekleşmesine artık imkan kalmamış olmasıdır."
- Barack Obama, ABD Başkanı: "Kendisi tarihin şeklini değiştiren bir liderdir. Ama Atatürk'ün yaşamına ait en büyük anıt, hiçbir şekilde taştan ya da mermerden inşa edilemez. Kendisinin bıraktığı en büyük miras, Türkiye'nin canlı, laik demokrasisidir."
- The Daily Telegraph Gazetesi İngiltere: "Atatürk, Türk milletinin ruhunda Türk bayrağı gibi dalgalanan bir baştı."
- Frankfurter Zeitung Gazetesi Almanya: "Türk halkı, Mustafa Kemal'in ölümüyle, bugün sahip olduğu her şeye minnettar olduğu adamı kaybetti. Anadolu'nun milli bilincinden ve merkezinden doğan yeni dinamik devlet ve "Boğazın hasta adamının" yerine içeride ve dışarıda istikrar kazanmış olan cumhuriyet onun eseridir. O, her yönüyle yeni bir Türkiye ortaya çıkardı.
- The Times Birleşik Krallık: "O, Türkiye'nin önceki kuşaklarından hiçbirine nasip olmayan özgürlük ve güven dolu bir hayat sağladı. Başarıları Türkiye'nin Avrupa devleti olmasını sağladı, yakın doğunun tarihini değiştirdi."
- Winston Churchill İngiltere Başbakanı: "Savaşta Türkiye'yi kurtaran, savaştan sonra da Türk milletini yeniden dirilten Atatürk'ün ölümü, yalnız yurdu için değil, Avrupa için de büyük kayıptır."
- Franklin D. Roosevelt: "Benim üzüntüm, bu adamla tanışmak hususundaki şiddetli arzumun gerçekleşmesine artık imkan kalmamış olmasıdır."
- Mahatma Gandhi: "Mustafa Kemal İngilizleri yenene kadar, Tanrı'yı da İngiliz zannederdim."
- Charles de Gaulle: "Türkiye tarihi, Atatürk sayesinde her zamankinden çok Batı ve Avrupa tarihinden ayrılmaz hale gelmiştir."
- Fidel Castro "Ben de devrim yaptım, ama Atatürk'ün yaptığı inkılapları yapamazdım. Atatürk'ün devrimi bizimkinden daha üstün."

Reklam metinlerinde Türk milletinin "ayakta, güçlü, üreten, çalışan, durmayan, var gücüyle mücadele eden, hiç kimsenin boyunduruğu altında olmayan, özgürce yaşayan" olarak ötekine karşı olumlu tanımlandığı kaydedilmiştir. Reklam metinlerinde "biz"den beklentiler "değerler inşa etmek, değerlere sahip çıkmak, geleceğine kıymet vermek, kendi milletinin saadetine kıymet vermek" mesajlarıyla iletilmektedir. Reklam metinlerinde milliyetçiliğin Atatürk üzerinden yeniden üretiminde "Atatürk'ün gösterdiği hedefte olan, hedefe ilerleyen, baktığı yönde giden, devrimlerinin, başarılarının, tarihinin, cumhuriyetin, aydınlık yarınların yolunda olan, Atatürk ilkelerinin takipçisi, Atatürk'ü unutmayan, unutturmayan ve unutturmayacak olan" Türk milletine işaret edilmektedir. Reklam metinlerinde milliyetçiliğin "biz" üzerinden yeniden üretiminde Türk milletini tanımlarken "birlik olan, bir olan, biz olan, Türkiye olan, bu ülkeyi seven" değerleri kullanılmıştır. Bu yeniden üretim, Türk milliyetçiliğinin etnik ve bunun sonucu olarak kolektivist ve kültürel milliyetçiliğe dayandığını göstermektedir. Reklam metinlerinde kullanılan Mustafa Kemal Atatürk'ün cümlelerinde iletilen mesajlarda "çalışkan, karakteri yüksek, zeki" olarak tasarlanan Türk milletinin temeli çocuk, kadın, genç ve öğretmen üzerinden tanımlanmıştır. Ayrıca Cumhuriyet'in sonsuzluğuna ve evrensel huzur ve refaha vurgu yapılmıştır.

Reklam metinlerinde metinlerarasılıkla gazete haberleri ve şahitlikler kullanılarak öteki dost tasarımı yapılarak iletilmektedir. The Daily Telegraph Gazetesi (İngiltere), Frankfurter Zeitung Gazetesi (Almanya), The Times (Birleşik Krallık) gazetelerinde yayınlanan haberler ve İngiltere Başbakanı Winston Churchill, ABD Başkanı Franklin D. Roosevelt, ABD Başkanı Barack Obama, Charles de Gaulle ve Fidel Castro'nun Atatürk'e ilişkin cümleleri kaydedilmiştir. Bu metinlerde Atatürk, "savaşta Türkiye'yi kurtaran, savaştan sonra da Türk Ulusunu yeniden dirilten", "büyük kahraman", "en büyük kayıp", "tarihin şeklini değiştiren bir lider", "Türk milletinin ruhunda Türk bayrağı gibi dalgalanan bir baş" şeklinde nitelendirilmiştir. Öte yandan kaydedilen bir reklamda Fransa ve İngiltere ise "ezip geçilecek" düşman ülkeler olarak tasarlanmıştır.

Tablo 20: Ortak Atalar/Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk kim? • Efelerin Efesi • Güneş • Her zaman bizimle olan • Savaşta Türkiye'yi kurtaran • Türk Ulusu'nu yeniden dirilten • Büyük kahraman • Modern Türkiye'nin Atası • Tarihin şeklini değiştiren bir lider • Baş • Bu ülkenin kurucusu • Eğilmeyen • Kurtarıcı • En büyük evlat • Kurtarıcı ve en büyük evlat • Cumhuriyeti kurup ilkeleriyle bugünlere ışık tutan • Fikirleriyle geleceğimize ışık tutan • Giyinmeyi bize öğreten • Milleti ayağa kaldıran • Yokluklarla verilen savaşlardan ayakta çıkmak • Yıkılmayacak bir ülke ve değerler inşa eden • Zeka, önder, deha, umut, kurtuluş, ulus, millet, devlet, medeniyet, vatan, vicdan, kahraman, cesaret, özgürlük, hürriyet, mücadele, istiklal, asker, mareşal, Gazi, Cumhur, zafer, Çanakkale, Kocatepe, fedakârlık, bağımsızlık, barış, birlik, beraberlik, cumhuriyet, egemenlik, aydınlık, çağdaşlık, çocuk, sevgi, demokrasi, halk, meclis, adalet, Nutuk, başöğretmen, bilim, azim, inkılap, Türkiye, mavi • Bizim için her şeyi dünya için çok şeyi değiştiren bir lider • Öğretmenim, idolüm, rehberim, komutanım, kahramanım • Zekasıyla tüm dünyayı etkisi altına alan, diğer milletlerin de hayranlığını kazanan • Dünya liderlerinin saygıyla önünde eğildiği • Modern Türkiye'nin kurucusu • Lider • Bir milleti ayağa kaldıran, imkânsızlıklardan bir destan yazan, herkesi birleştiren bir ülkenin kaderini değiştiren, tarihin akışına yön veren, bayrağı göndere çektiren, hatırasıyla aynı bayrağı yarıya indiren, yıllar sonra bile hepimizi tek yürek yapan • Mavi gözleriyle her yeri aydınlatan • Cesur fikirleriyle her yeri yeşerten • Zamanı durduran • Gazi, Ata, zeki, deha, öğretmen, ulu önder • Askeri ve diplomatik başarıları ve çağının çok ötesinde vizyonuyla tüm dünyanın örnek aldığı
Mustafa Kemal Atatürk'ün Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır." Türk Alman Üniversitesi-Medicana-İnci Holding
"İnsan mensup olduğu milletin varlığını ve saadetini düşündüğü kadar, bütün cihan milletlerinin huzur ve refahını düşünmeli ve kendi milletinin saadetine ne kadar kıymet veriyorsa bütün dünya milletlerinin saadetine hizmet etmeye de, elinden geldiği kadar çalışmalıdır." Fiba Banka
"Benim manevi mirasım bilim ve akıldır." – Gama Holding
"Vatan çalışkan insanların omuzlarında yükselir." - Borusan Holding
"Ben ölürsem soylu milletimizin beraber yürüdüğümüz yoldan asla ayrılmayacağına eminin; bununla gönlüm rahat!" - Yataş-Enza Home

“Büyük ölülere matem gerekmez, fikirlerine bağlılık gerekir.” – Filli Boya
“Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir.” – Polisan Holding
“Daha az zamanda daha büyük işler başaracağız. Bunda da muvaffak olacağımızdan şüphem yoktur. Çünkü Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene” - Polisan
“Beni ne zaman görmek isterseniz, aynaya bakın. Siz Türk çocukları benim birer parçamsınız“ - Decuritas
“Şuna inanmak lazımdır ki, dünya üzerinde gördüğümüz her şey kadının eseridir.” Turkcell
“Biz her şeyi gençliğe bırakacağız...Geleceğin ümidi, ışıklı çiçekleri onlardır. Bütün ümidim gençliktedir.” Turkcell
“Geleceğin güvencesi sağlam temellere dayalı bir eğitime, eğitim ise öğretmene dayalıdır.” Turkcell
“Hiçbir şeye ihtiyacımız yok, yalnız bir şeye ihtiyacımız vardır; çalışkan olmak!” Turkcell

Reklam metinlerinde “tarihe yön veren, kaderi ve tarihi değiştiren” Atatürk’ün; Türkiye, Türk ulusu ve milletini “kurtararak, dirilterek, ayağa kaldırarak” ortaya çıkardığı anlatısıyla “soylu” ortak tarihe vurgu yapılmıştır.

Tablo 21: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	2	2
Millet	26	14
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	2	2

10 Kasım Atatürk’ü Anma gününe ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde kolektiviteye üyeliğin büyük oranda millet üzerinden tanımlandığı saptanmıştır.

Tablo 22: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı	2	2
Türkü Selanik Türküsü	1	1
Şiir Atam Şiiri	1	1

Reklam metinlerinde milliyetçi söylemin Türk bayrağı, türkü ve şiir banal unsurlar aracılığıyla yeniden üretildiği görülmektedir.

Tablo 23: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Bu ülkenin kurucusu bir bankanın da kurucusuysa o bankanın attığı her adım önce ülkesi için atılır. Aramızdan ayrılışının 80. yılında saygı ve minnetle anıyoruz –İş Bankası
Markası ne olursa olsun düğmesi sökülmüş ya da kopmuş ceketlerinizin 9 Kasım günü Kiğılı mağazalarına getirin ücretsiz dikelim. 10 Kasım'da önümüzü birlikte ilikleyelim – Kiğılı
Hayatlarımız hayallerimiz tarzlarımız ne kadar farklı olursa olsun tüm ceketlerin önü aynı gün aynı dakikada kapanır bu ülkede. Sonsuz saygılarımızla #aynıgünaynıdakika – Kiğılı
Yani benim ellerim titrerdi ateşten gömlek giymiş birine başka bir gömlek nasıl dikebilirsin ki. Kumaşı cesaretten, ipliği inançtan olmalı bir kere. İste en güzelini yapayım sana kurtuluş için Tüm Anadolu'yu gezenlerin ayakkabıları gibi olmaz. Onun kıyafeti bu ülkeye olan inancıydı, sevgisiydi. geldi, giydi, gitti. İlmek ilmek diktiği bu sevgiyi kimse kalbimizden sökemedi. #Özlüyoruz – Kiğılı
Masmavi gökyüzü karardı birden. Yemyeşil yapraklara sarının hüznü gelip yerleşti derinden. Bir çift gözyaşı döküldü mavi, yeşil, kahverengi tüm gözlerden. Bir ülke yine ağladı usul usul içinden. "Daha az zamanda daha büyük işler başaracağız. Bunda da muvaffak olacağımızdan şüphem yoktur. Çünkü Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene" 1881-1938 #renkleryasta – Polisan
Bu kadınları ne durdurabilir yapamazsın diyenler, engelleyenler...Hiç sanmam durduramazlar. Haksızlıklar, zorluklar...hayır onları kolay durduramazlar. Bu kadınlar Türk kadınları onları asla durduramazsınız. Durmazlar. Tek bir an hariç #onunyolundadurmadanileri –Watsons
Pilot: "Tekrar güzel günler diliyorum saygıdeğer hanımefendiler beyefendiler sevgili çocuklar. Bildiğiniz gibi bugün Türk milleti için önemli bir gün cumhuriyetimizin ve modern Türkiye'nin kurucusu Ata'mız Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün ebediyete intikal edişini 78. yılında büyük bir saygıyla ve özlemle anıyoruz. Tartışmasız askeri ve diplomatik başarıları ve çağının çok ötesinde vizyonuyla tüm dünyanın örnek aldığı sevgili Atatürk'ü bugün biz de özel bir şekilde anmak istedik." "Atam bil ki her 10 Kasım günü gözlerimiz dolu doludur. Gör ki yüreklerimizdeki cesaret damarlarımızdaki kandadır. Her geçen gün nasıl da çoğalıyoruz. Bilki unutmadık unutturmayacağız. – Pegasus Airlines
Yolculuğumuz senin yolunda. Sevgi ve minnetle anıyoruz. – Pagasus Airlines
Koca gökyüzünü gezdik de böyle güzel mavi görmedik. Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü saygı ve minnetle anıyoruz. – Türk Hava Yolları

Markaların ürettikleri mal ve hizmetlere vurgu yaptığı reklam metinlerinde milliyetçiliğin "ülke sevgisi, birlik, saygı, hüzün, meydan okuma ve kan" unsurları üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

4.2.1.4. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 24: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler		
	Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Dünya	20	10
Ülke	4	1

Millet		6	2
Vatan		8	5
Türkiye		4	3
İnsan		14	7
Hayvan		1	1
Şehir		3	2
Erkek		5	1
Kız		7	1
Çocuk		82	34
Meslekler			
Bilim adamı Bilim insanı		2	2
Kaptan		3	2
Pilot		5	3
Öğretmen		5	2
Mimar		1	1
Mühendis		1	1
Veteriner		1	1
Doktor		3	3
Astronot		2	2
Yazar		1	1
Yönetmen		1	1
Ressam		5	4
Asker		4	2
Polis		1	1
Aşçı		1	1
Denizci		1	1
Hemşire		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Dünya	Kocaman bir top	1	1
	Eşit	1	1
	Çok güzel bir yer	1	1
	Tüm	2	2
Ülke	Onca		
Türkiye	Büyük atılımlar yaparak büyüyen	1	1
Çocuk	Sevgili	1	1
	Cumhuriyetin	1	1
	Şimdiki	1	1
	Bugünün	1	1
	Dünya	5	4
	Hayatın en güzel rengi	1	1
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	Mustafa Kemal Atatürk'ün armağanı	1	1
	Tüm çocukların ve hep çocuk kalanların	1	1
	Geleceğinin ilhamını çocuklarından alan ve dünya çocuklarına armağan edilen ilk bayram	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Çocuklar	Bütün insanları, bütün hayvanları, şehirleri, insanları buradaki varlıkları doğayı her şeyi merak	1	1

	etmek		
	Eşit bir dünya istemek	1	1
	Hayalleri gerçekleştirmek istemek	1	1
	Dünyayı değiştirmek istemek	1	1
	İnsanlara yardım etmek istemek	1	1
	Bilim adamı/insanı, kaptan, pilot, öğretmen, mimar, mühendis, veteriner, doktor, astronot, yazar, yönetmen, ressam, asker, polis, aşçı, denizci, hemşire olmak istemek	1	11
	İnsanlara yardım etmeyi sevmek	1	1
	Sevdiklerini korumak istemek	1	1
	Geleceği inşa etmek	1	1
	Kötülüklerden korumak istemek	1	1
	Sevgiyle sarılmak	1	1
	Mutlu olmak	3	3
	Gülmek/Gülümsemek	16	5
Biz	Çocuk haklarını yazmak	1	1
	Yol göstermek	2	1
	Armağan etmek	6	6
	Çocuklara spor yapma imkanı sağlamak	1	1
	Çocuklarımızın eğitim ihtiyaçlarına destek olmak	1	1
	Çocuklarımızın hayatlarına dokunmak istemek	1	1
	Çocukların geleceği tasarlamalarını istemek	1	1
	Çocukların yüzünü güldürmek	1	1
	Çalışmak	4	4
	Güçlü olmak	4	1
	Türkiye'yi daha da yukarılara taşımak	1	1
	Çocukların potansiyellerini keşfetmelerini sağlamak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Anadolu		1	1
Etiketler			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#hayallerinyeter		1	1
#birgülüsün70		1	1
#seninlemümkün		1	1
#çocuklarhayatadokunsun		1	1
#herçocuğunhakkı		4	4
#geleceksizlersiniz		1	1
Kutlama Mesajları			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun	14	14
23 Nisan Ulusal Egemenlik Bayramı'nız kutlu olsun	4	4
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun	15	15

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde, evrensel değerlerin vurgulandığı "çocuk, dünya, insan" kolektif isimlerinin sıklıkla kullanıldığı kaydedilmiştir. Çocuk "sevgili, cumhuriyet, şimdiki, bugünün, dünya, hayatın en güzel rengi", dünya "kocaman bir top, eşit, çok güzel bir yer, tüm" sıfatlarıyla tasarlanmıştır. Metinlerde, geleceğe vurgu yapan "istemek" fiili ağırlıklı olarak kaydedilmiştir. "Eşit bir dünya, hayalleri gerçekleştirmek, dünyayı değiştirmek, bilim adamı/insanı, kaptan, pilot, öğretmen, mimar, mühendis, veteriner, doktor, astronot, yazar, yönetmen, ressam, asker, polis, aşçı, denizci, hemşire olmak, sevdiklerini korumak, çocuklarımızın hayatlarına dokunmak, çocukların geleceği tasarlamalarını, kötülüklerden korumak istemek." Reklam metinlerinde iletilen kutlama mesajlarında milliyetçiliğin "biz" (bayramımız) üzerinden yeniden üretimine 12 reklamda rastlanmıştır. Milli bayrama ilişkin iletiler çocuklara işaret ettiği için Biz-Siz (bayramı) karşıtlığı kurulmayan 14 reklam kaydedilmiştir.

Tablo 25: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Eğitime destek veren • Çocukların ellerinden tutan, yanlarından hiç eksik olmayan. • Çocukların yüzünü güldüren • Kollarını dünyanın tüm çocuklarına açan • Çocuklara terbiye ve kültür veren • Çocukların potansiyellerini keşfetmelerini sağlayan • Çocuklar kim? • Dünümüz, yarınımız ve geleceğimizin hayallerini oluşturan • Geleceğimizi yönetecek yeni nesiller • Geleceği inşa edecek olanlar • Çalışkan, dürüst, milli geleneklerine bağlı aile ve vatan sevgisine sahip bireyler • Gelecek, yarın, umut • Geleceğimizin teminatı
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Hayalleri gerçekleştirmek • Eşit bir dünya • Okula gitmek

• Uzaya gitmek • Doktor, kaptan, pilot, öğretmen, mimar, mühendis, veteriner, astronot, yazar olmak • uzaya gitmek • Dünyanın tertemiz, barış, umut, sevgi dolması • Dünyayı değiştirmek • Dünyayı güzel renklerle boyamak • Bilim adamı/insanı olmak. • İnsanlara yardım etmek. • Nobel ödülü almak • Konser vermek • Türkiye'yi daha da yukarılara taşıyacağız • Din, dil, ırk ayrımı yapmadan insanlık değerlerini ön planda tutarak büyük başarılara imza atmak • Geleceğimizi inşa etmek • Yarının aydın yetişkinleri olmak • Yarınların yol göstericisi olacağız.
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Geleceğimiz için

Reklam metinlerinde "biz" çocuklara "yol gösteren, imkan sağlayan, destek olan, ellerini tutan, yüzlerini güldüren" olarak tasarlanırken, çocuklar "gelecek" üzerinden tanımlanmaktadır. Çocuklar "sevgili, cumhuriyet, hayatın en güzel rengi, çalışkan, dürüst, milli geleneklerine bağlı aile ve vatan sevgisine sahip bireyler, geleceğimizi yönetecek, inşa edecek yeni nesiller, geleceğimizin teminatı" olarak etnisite temelli tasarlanmışlardır. Reklam metinlerinde çocuk "gelecek" ve "hayaller" üzerinden tasarlandığı için özellikle meslekler vurgulanmıştır. Reklam iletilerinde, toplum tarafından kabul gören meslekler olarak yorumlayabileceğimiz bilim adamı/insanı, kaptan, pilot, öğretmen, mimar, mühendis, veteriner, doktor, astronot, yazar, yönetmen, ressam, asker, polis, aşçı, denizci, hemşire meslekleri kaydedilmiştir. Reklam metinlerinde çocuklardan beklenen "aydın yetişkinler olarak geleceği inşa etmeleri, Türkiye'yi yukarılara taşımaları ve başarılı olmalarıdır". Evrensel değerlere dikkat çekilen reklam metninde, çocuklardan etnisist milliyetçiliğin aksine din, dil, ırk ayrımı yapmamaları mesajı verilerek düşman tasarımı yapılmamıştır.

Tablo 26: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk'ün Reklam Metinlerinde İletilen Cümleleri
"Küçük hanımlar küçük beyler. Sizler hepiniz geleceğin bir gülü, yıldızı, ikbal ışığısınız. Kendinizin ne kadar mühim ve kıymetli olduğunuzu düşünerek ona göre çalışınız. Sizlerden çok şeyler bekliyoruz." Mustafa Kemal Atatürk

“Çocuklar geleceğimizin güvencesi, yaşama sevincimizdir. Bugünün çocuğunu yarının büyüğü olarak yetiştirmek hepimizin insanlık görevidir.” K. Atatürk

Reklam metinlerinde Atatürk’ün cümleleriyle de çocuklar “geleceğin bir gülü, yıldızı, ikbal ışığı”, “geleceğimizin güvencesi, yaşama sevincimiz” olarak tanımlanmıştır.

Tablo 27: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Atatürk ve Altan Erbulak’ın tanışması	1	1
Gazeteci Enver Behnan Şapolyo’nun meclisin açılışını anlatması	1	1
İş Bankası TBMM’nin açılışı	1	1
Barış Manço – Adam Olacak Çocuk Programı	1	1
Kurtuluş Savaşı	1	1
Birinci Dünya Savaşı	2	2

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’na ilişkin reklam metinlerinde ortak geçmişi vurgulayan anılar; sanat, TBMM’nin açılışı, Kurtuluş Savaşı ve Birinci Dünya Savaşı unsurlarıyla yeniden üretilmektedir.

Tablo 28: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	-	-
Millet	6	3
Vatandaş	2	2
Yurttaş	-	-
Ulus	-	-

Reklam metinlerinde kolektiviteye üyeliğin ağırlıklı olarak millet üzerinden yeniden üretildiği kaydedilmiştir.

Tablo 29: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Bu reklamı izleyenler bir gülüş yetmiş etiketiyle gülümsedikleri bir fotoğrafı paylaşacaklar. Sonra

Mustafa gülecek, Kemal gülecek, Zehra gülecek, Ayşe gülecek. Bu yıl 23 Nisan daha mutlu gelecek. Bu yıl gülümseme sizden eğitime destek Akbank'tan. Çocuklarımızın eğitim ihtiyaçlarına destek olmak için gülümsediğiniz bir fotoğrafı #birgülüsün70 etiketiyle paylaşıp Akbank'ta 70. yılında ihtiyaç haritasıyla el ele versin her bir gülüş için 70 kuruşla eğitimlerine destek olsun. Hadi gülümseyin hedef 1 milyon gülücük. 23 Nisan'ımız mutlu olsun – Akbank
-İleride ünlü bir yazar olacağım. Nobel ödülü alacağım. Arkadaşlarımızla ilk kitabımızı yazdık bile. Senin sayende finansçı abi. Eksik olma. –Senin desteğinle kendi oyunumu yapacağım. Herkes benim oyunumu oynayacak. Eksik olma Finansçı abi. –Beni müzikle tanıştırdın. Eksik olma finansçı abla. Şimdi bir sürü şehirde konser vermek en büyük hayalim. –Bana matematiği sevdirdin. Eksik olma finansçı abla. Dünyaca ünlü bir bilim insanı olacağım. Senin için. Minik eller büyük hayaller projeleriyle 49 şehirde 400 bine yakın çocuğa ulaştık. Onlar büyük hayallere koşarken minik ellerinden tutacağız yanlarından hiç eksik olmayacağız. Eksik olma - QNB Finans Bank
Selim 10 yaşında en büyük eğlencesi geliştirdiği bluetooth el teknolojisi. Bu da Selim'in babasının 10 yaşındaki hali O da o zamanlar eğlenceyi teknolojide buluyormuş. Bu 12 yaşındaki Gizem. Zihin kontrolü teknolojileri üst düzeye çıkartmak için çalışıyor. Bu da Gizem'in annesi onun da hedefi en üstlere çıkmış belli ki. – Mert 11 yaşında arkadaşlarını insansı robotla etkiliyor. Onun yaşındayken de babası da arkadaşlarını etkileme konusunda hiç fena değilmiş. Şimdiki çocuklar bir başka. Turkcell zeka gücü projesiyle yepyeni teknolojiler geliştirip bizi ileriye taşıyacaklar. Çünkü Mustafa Kemal Atatürk'ün de dediği gibi onlar geleceğimizin güvencesi. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramınız kutlu olsun – Turkcell
Ben genellikle şöyle oynarım tuşu...şöyle...bak şöyle Vestel çocuklara sordu: Akşam eve gelince ne yapıyorsun? Video izliyorum. Tabletimle oynuyorum. Genelde İnstagram'dayım, Youtube'dayım. Ekran başında kaç saat harcıyorsun? Gözlerim böyle olana kadar. Bilgisayar başında... çok...En son ne zaman ailenle dışarı çıktın? Ane babamla en son? Hep iş, iş, iş...Çocuğunun teknolojiyle senin kadar ilgilenmesine izin verir miydin? Çok fazla oynadın derdim. Teknolojimiz hayatı kolaylaştırmak için var. Hayatı kaçırmak için değil. Bu 23 Nisan'da hep birlikte bir fark yaratalım teknoloji evde kalsın biz sevdiklerimizle dışarı çıkalım. #çocuklarhayatadokunsun – Vestel
Sana hep aynı soruyu sordular: Büyüyünce ne olacaksın? Ama büyüyünce ne olacağından daha önemli bir konu var. Sağlıklı büyüyebilmen. Çünkü bize göre senin ve tüm çocukların adı gelecektir, yarındır, umuttur. Çünkü o güzel günler sen büyüyünce gelecek, büyüyebilirsen gelecek. Bütün çocuklar büyüsün 23 Nisan hepsine umut olsun diye 23 nisan haftası boyunca banka kartlarımızla işlem sayısı kadar bağışta bulunarak KAÇUV'un ikinci aile evine destek veriyoruz. – Kuveyt Türk
Herkeste muazzam bir heyecan büyük bir coşkuyla 23 Nisan kutlamalarına devam! Peki 23 Nisan'da sahneye hangi renk çıkacak? Mutluluğun resmini yapamayabilirsiniz ama şiirini okuyabilirsiniz. Hatta bakın okuyacağım. Nasıl sevinmez insan bugün 23 Nis...Ha ha ha! Şiir dediğin narin bir şeydir ancak bana yakışır! Nasıl sevinmez insan! Bu... Öhö öhö öhü...Hanım efendiciğim, benim gibi güçlü bir sese sahip olsaydınız, mikrofona ihtiyaç duymazdınız. Bugün 23 Nisan aaaah! İşte böyle, ben yaptığım işe ağırlığımı koyarım. Arkadaşlar bu böyle olmaz. En iyisi sırayla okuyun bu şiiri. Başla bakalım mutlu mavi. Nasıl sevinmez insan! Bugün 23 Nisan! Bak süslenmiş dört bir yan...Yaşasın 23 Nisan! Mix center! Gir devreye! İşte böyle! Hayatın en güzel rengi çocuklarla, nice mutlu 23 Nisan'lara! – Polisan
Onların sağlığı ve mutluluğu geleceğimizin teminatı. Tüm çocukların 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun! – Medicana
Düşman dört yanı sarmış yüreklerde koca bir ateş. Milletin hür iradesi kurtaracak bu vatanı başka çare yok. Bir vatan nasıl küllerinden doğar kimilerine imkansız gelse de biri mümkün der inanan gözlerle. Elde yok avuçta yok ama kurulan bir meclis var o gözlere inanan. Bir banka var sonra Çalışan iki masa bir sandalyeyle bu meclisin odasında işe başlayan. Bir numaralı hesabı Türkiye Büyük Millet Meclisi var. Hiç düşmeyen yüzler, vatana verilen sözler var. Ve o sözlere kulak verenler şunu çok iyi anlar. Bu milletten büyüğü yok. Meclisimizin 100. yaşı ve Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun. – İş Bankası
1981 yılından bu yana devam eden resim yarışmasında binlerce minik ressamın gözlerinde ışık olduk. Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden, yurt dışından sosyal medya ve kurum içinden çocuklarımızı sanatla buluşturduk. Türkiye'nin çeşitli illerinde Pınar Çocuk Resim Atölyeleri düzenleyerek küçük ressamlarımızın potansiyellerini keşfetmelerini sağladık. 1987 yılından itibaren 45'ten fazla farklı eser ve geleneksel köy seyirlik oyunları sergiledik. Anadolu'nun en uzak köşelerine kadar tiyatromuzu götürdük, 30 yılda 3 milyon çocuğa ulaştık. Tiyatro sanatına birçok ünlü oyuncunun kazandırılmasında etkili olan bir okul yarattık, adını Pınar Çocuk Tiyatrosu koyduk. Coşkun Aral'dan "Adı Çocuk Kendi Büyük Bir Tiyatro" 30. yıl belgeseli ile Türk tiyatro tarihine not düştük. Onursal topluluğumuz ve Yaşar Topluluğu 60 yıldır Karşıyaka Spor Kulübü'nü destekliyor. her yıl Çiğli Selçuk Yaşar Tesisleri'nde 1000 çocuğumuza spor yapma imkanı sağlıyoruz. Günümüze dek alt yapı

ve spor okullarında 25.000'den fazla çocuğa spor yapma imkanı sağladık. Tüm dünya çocuklarının 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını kutluyor, kültür, sanat ve spor alanlarında çocuklarımızın gelişimini destekliyoruz. – Pınar

Kaydedilen reklam metinlerinde markaların eğitim, sanat ve spor alanlarındaki sosyal sorumluluk projeleri dikkat çekmektedirler. Markaların ürettikleri mal ve hizmetlerin ön planda olduğu bu reklamlarda, milliyetçi söylemin yeniden üretimine rastlanmamaktadır. Bu kategoride diğer kategorilerle benzer şekilde çocuklar geleceğin teminatı olarak gösterilmiştir.

4.2.1.5. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 30: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Genç/Gençlik		116	56
Türk		26	26
Millet		9	7
Türkiye		16	11
Ülke		15	12
Memleket		5	4
Yurt		1	1
Anadolu		4	3
Türkiye Cumhuriyeti		1	1
Dünya		14	10
Düşman		3	2
Rakip		3	2
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Genç/Gençlik	Bu topraklarda yetişen	1	1
	Bu ülkenin yetiştirdiği	1	1
	Birlikte başarmanın gururunu hem kendilerine hem de bizlere yaşatan	1	1
	Katkı sağlayan	1	1
	Bu ülkenin geleceğine ışık tutan	1	1
	Bayrağını açan	1	1
	Göğsümüzü kabartan	1	1
	Bayrağımızı dalgalandıran	1	1
	Gözlerimize sevinç olan	1	1
	Geleceğimize yön veren	1	1
Memleket	Heyecanlı	1	1
Türkiye	Bağımsız	1	1

Millet	Türk	2	2
	Büyük	1	1
Düşman	Toprağa giren	1	1
	İstiklal ve cumhuriyete kasteden	1	1
19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı	Kurtuluş mücadelesinin başladığı gün	1	1
	Milli Mücadele	1	1
	Destanın yazılmaya başlandığı gün	1	1
	Cumhuriyetimizin temellerinin atıldığı gün	1	1
	Ata'mızın doğum günü	1	1
	Gençliğin günü	1	1
	Umudun günü	1	1
	Bugünün ortağı, yarının umudu, ülkemizin mirası, geleceğin sahibi tüm gençlerimizin bayramı	1	1
	Demir, çelik ve silaha karşı özgürlük savaşı vermek için Anadolu'ya adım atan inancımız	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Gençlik	Türkiye Cumhuriyeti'ni daima yaşatmak	1	1
	Ülkemizi yükseltmek	1	1
	Tanımadığımız insanlara sarılmayı sağlamak	1	1
	Mutluluğu arttırmak	1	1
	Kaderine bayrak gibi sarılmak	1	1
	Çok güzel bir hayalin gençlerle gerçekleşeceğine inanmak	1	1
Mustafa Kemal Atatürk	Liderin izinden gitmek	1	1
	Ulu önderi unutmamak	1	1
	Atatürk'e layık olmak için çok çalışmak	1	1
	Atatürk'ü çok sevmek	1	1
	Atatürk'ü hep sevmeye söz vermek	1	1
	Açtığı yolda, kurduğu ülküde, gösterdiği amaçta, hiç durmadan yürümek	1	1
	Gösterdiği hedefe daima çalışarak birlikte güç alarak umutla, merakla, ilk günkü heyecanla ve kararlılıkla hiç durmadan ilerlemek	1	1
	Doğan güneşin bir ulusu aydınlattığını görmek	1	1
Biz	Sorgusuz sualsiz gençlerimizi desteklemek	1	1
	Genç nesillere ilham olmak	1	1
	Bu ülkenin gençlerine inanmak, güvenmek	1	1

	Her zaman ve her yerde mücadele etmek	1	1
	Rakipleri, önyargıları yenmek	1	1
	Terimizin son damlasına kadar vazgeçmemek	1	1
	Sesimiz kısılana kadar Türkiye diye bağırmak	1	1
	Gururdan ağlamak/Gurur yaşamak	1	1
	Türk basketbolunu sonuna kadar desteklemek	1	1
	Gençlere sporu sevdirmek	1	1
	İmkânı kısıtlı gençleri spora yönlendirmek, zeki, çevik ve ahlaklı sporcular yetiştirmek	1	1
	Türk sporunu ve tüm bu formaları desteklemenin gururunu yaşayan	1	1
	Futbol, basketbol ve voleybol takımlarının üçüne birden destek vermek	1	1
	Üstün yetenekli onlarca genç müzisyenimizi desteklemek	1	1
	Türkiye'nin bugününe ve yarınına yatırım yapmak	1	1
	Durmadan gayretle çalışmaya devam etmek	1	1
	Dünyanın en üstün teknolojilerini yerli ve milli kaynaklarla üretmek	1	1
	Her şeyi gençliğe bırakmak	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Trablusgarp	4	2
Şam	2	1
Avusturya	1	1
Haliç	1	1
Amasya Saraydüzü Kışlası	1	1
Beyoğlu	1	1
Eskişehir Köprübaşı	1	1
Samsun	1	1
Tütün İskelesi	1	1
Amerika	1	1
Kız Kulesi	1	1
İstanbul Boğaziçi	1	1
Konya Alaeddin Camii	1	1
İzmir Saat Kulesi	1	1
Karadeniz	1	1
Güneydoğu Anadolu	1	1
Çanakkale Boğazı	1	1
İstanbul	1	1
Marmara	1	1
Akdeniz	1	1
Marmara Denizi	1	1

Anadolu	1	1
Amasya	1	1
Galata Rıhtımı	1	1
Sivas	1	1
Erzurum	1	1
Etiketler		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#yürüyoruzyolunda	1	1
#millimücadelemizihracatımız	1	1
#100YıllıkMiras	1	1
#AçBayrağını	1	1
#Mücadele100Yaşında	1	1
#HerŞeyBirAdımlaBaşlar	1	1
#GururlaYürüyoruz	1	1
#Gençlik100Yaşında	1	1
#HepKalbimizde	1	1
Kutlama Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun	26	26
19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun	26	26
19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'nız kutlu olsun	3	3

19 Mayıs Atatürk'ü Anma ve Gençlik ve Spor Bayramı reklam metinlerinde ağırlıklı olarak kullanılan kolektif isimler "genç/gençlik, Türk, Türkiye, ülke ve dünya" olarak kaydedilmiştir. Genç ve gençliği nitelendiren sıfatlar, "ülke, toprak, birlik, gurur, gelecek, bayrak" kavramlarına işaret etmektedir. Reklam metinlerinde kullanılan fiilleri ise "(gençleri) desteklemek, ilham olmak, inanmak, güvenmek, (ülke için) çalışmak, üretmek, meydan okumak, pes etmemek, vazgeçmemek (Atatürk) sevmek, izinden gitmek, unutmamak" vurgusu yapılan mesajlar olarak kategorilere ayırmak mümkündür. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma ve Spor Bayramı "kurtuluş mücadelesinin, destanın yazılmaya başlandığı, Cumhuriyet'in temellerinin atıldığı, gençliğin, umudun günü, Anadolu'ya adım atan inancımız" şeklinde nitelendirilmiştir. Reklam metinlerinde kullanılan ortak geçmişe vurgu yapan mekânlar ise "Türkiye ve Türkiye Cumhuriyeti, Samsun, İstanbul, Karadeniz Güneydoğu Anadolu, Marmara, Akdeniz Çanakkale Boğazı, Marmara Denizi, Kız Kulesi, Haliç, İstanbul Beyoğlu, Amasya Saraydüzü Kışlası, Eskişehir Köprübaşı, İstanbul Boğaziçi, Konya Alaeddin Camii, İzmir Saat Kulesi, Galata Rıhtımı" şeklinde kaydedilmiştir. Metinlerde kaydedilen etiketler aracılığıyla milliyetçiliğin Atatürk ve milli mücadele unsurlarıyla yeniden üretildiği görülmektedir. Reklam metinlerinde kaydedilen kutlama mesajlarında ise milliyetçiliğin "biz"

(Bayramı'mız) üzerinden tasarımda iletilen mesaj sayısı 26, 19 Mayıs'ın sadece Bayram olarak iletilen mesaj sayısı 26, Bayramı'nız olarak ötekinin vurgulandığı ileti sayısı 3 olarak kaydedilmiştir.

Tablo 31: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1.Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir?

- Gençleri destekleyen
- Gençliğin yanında olan
- Gençlerin arkasında olan
- Gençliği yetiştiren
- Bu ülkenin gençlerine inanan, güvenen
- Türk basketbolunu sonuna kadar destekleyen
- İmkânı kısıtlı gençleri spora yönlendiren; zeki, çevik ve ahlaklı sporcular yetiştiren
- Gücünü bu topraklarda yetişen genç kadrosundan alan
- Daha sağlıklı, daha çevik ve daha güçlü bir nesil için çalışan
- Türkiye diye bağıran
- Üreten
- Türkiye'nin sadece bugününe değil yarınına da yatırım yapan
- Katma değer için alanının en büyük yatırımını yapan
- Sanayi üretimi ve yüksek ihracat davasında çalışmaya devam eden
- Mücadele eden
- Rakipleri ve önyargıları yenen
- Vazgeçmeyen
- Gururdan ağlayan
- Geleceği inşa edecek olan
- Atatürk'ün izinde olan
- Ulu önderi unutmayan
- Atatürk'ü tanıyan ve seven
- Atatürk'ün açtığın yolda, kurduğu ülküde, gösterdiği amaçta, hiç durmadan yürüyen.
- Atatürk'e layık olmak için çok çalışan
- Atatürk'ün gösterdiği hedefe daima çalışarak birlikte güç alarak umutla, merakla, ilk günkü heyecanla ve kararlılıkla hiç durmadan ilerleyen
- Türk gençliğine olan inancı ve Atatürk'e sonsuz saygısı baki kalan
- Gençlerle birlikte Atatürk'ün izinden yürüyen
- Milli mücadelede, korkusuzca savaşan gazi ve şehitlerimize ve bin bir fedakârlıkla mücadele veren dedelerimize ve ninelerimize minnet borcu olan

Genç/Gençlik kim?

- Bu topraklarda yetişen
- Bu ülkenin yetiştirdiği
- Birlikte başarmanın gururunu hem kendilerine hem de bizlere yaşatan
- Katkı sağlayan
- Bu ülkenin geleceğine ışık tutan
- Türkiye'nin geleceğine ışık tutan
- Bayrağını açan
- Göğsümüzü kabartan, bayrağımızı dalgalandıran, gözlerimize sevinç olan
- Geleceğimize yön veren
- Atatürk'ün hayalindeki
- Sınırları olmayan
- Yolları aşan

• Yüreğinde cesaret ateşi yanan • Pes etmeyen • Olmaz demeyen • Onu tanımayanı şaşırtan • Bugünün ortağı, yarının umudu, ülkemizin mirası, geleceğin sahibi • Cumhuriyetin yılmaz bekçisi, bugün ve yarınların tek ve en büyük güvencesi • Güvenli bir Türkiye için çalışan, geleceğimize yön veren, yarının teknolojilerini üretirken fikirleri, vizyonları ve enerjileriyle bizlere ışık olan • Göğsümüzü kabartan, bayrağımızı dalgalandıran, gözlerimize sevinç olan • Yüzlerimizde gurur olan
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Türkiye Cumhuriyeti'ni daima yaşatmak • Ülkemiz onlar sayesinde yükselecek • Onlar sayesinde okunacak İstiklal Marşı'mız dünyanın dört bir yanında • Özgürlüğümüze sahip çıkmak • Kararlılık ve azimle çıktığın yolda sahip olduğun güç ve gururla, güvenle birlik ve beraberlik içinde zafere ulaşmak • Kendine inanmak • Tarih yazmak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Gençleri desteklemek için • Gençliğin yanında olmak için • Daha sağlıklı, daha çevik ve daha güçlü bir nesil için • Türkiye için • Ülkeyi yükseltmek için • Türkiye'yi geleceğe taşımak için • Memleketin her köşesinde umutları yeşertmek için • Atatürk'e layık olmak için • Tek yürek olmak
4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? • Toprağıma giren • İstiklal ve cumhuriyete kasteden

Reklam metinlerinde "lider, ulu önder, bizi biz yapan, kahraman, Türk milletinin yüreğini umutla dolduran" sıfatlarıyla tasarlanan Mustafa Kemal Atatürk'ün alıntı yapılan cümlelerinde, "ilim ve akıl, gelecek, bağımsızlık, vatanın bütünlüğü" vurgulanarak, "Atatürk'ün izinde olan, unutmayan" şeklinde nitelendirilen gençlerden "durmadan, yorulmadan yürüyerek Cumhuriyeti yükseltmeleri ve yaşatmaları" beklentisinin altının çizildiği saptanmıştır. Reklam metinlerinde ayrıca "Türkiye için, tek yürek olmak için" gençlerden, "dünyanın dört bir yanında İstiklal Marşı'mızın okutmaları, özgürlüğümüze sahip çıkmaları, kararlı azimli, güçlü, gururlu olmaları, birlik ve beraberlik içinde kendine inanmaları ve tarih yazmaları" beklentilerine işaret edildiği kaydedilmiştir. Metinlerde düşmanın "toprağıma giren, istiklal ve Cumhuriyet'e kasteden" şeklinde teritoryal ve seküler unsurlar üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 32: Ortak Köken/Soy Miti Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk kim? • İçimizde olan, kalplere taht kuran • Lider • Dünya lideri • Ulu önder • Bizi biz yapan • Çanakkale kahramanı • Türk milletinin yüreğini umutla dolduran
Mustafa Kemal Atatürk'ün Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Bütün ümidim gençliktedir."
"Hayatta en hakiki mürşit ilimdir."
"Dinlenmemek üzere yürümeye karar verenler, asla ve asla yorulmazlar. Türk gençliği gayeye, bizim yüksek idealimize durmadan, yorulmadan yürüyecektir."
"Gençliği yetiştiriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız."
"Gençler, cesaretimizi takviye ve idame eden sizlersiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak olan sizsiniz."
"Benim manevi mirasım ilim ve akıldır."
"Benden sonra, beni benimsemek isteyenler, bu temel eksen üzerinde akıl ve ilmin rehberliğini, kabul ederlerse manevi mirasçılarım olurlar."
"Sizle, yani Türkiye'nin genç evlatları! Yorulsanız dahi beni takip edeceksiniz. Dinlenmemek üzere yürümeye karar verenler asla ve asla yorulmazlar. Türk gençliği gayeye, bizim yüksek idealimize, durmadan, yorulmadan yürüyecektir. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz."
"Gençliği yetiştiriniz. Onlara ilim ve irfanın müspet fikirlerini veriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız. Hüt fikirler uygulamaya geçtiği vakit, Türk milleti yükselecektir."
"Ya istiklal ya ölüm."
"Vatanın bütünlüğü milletin istiklali tehlikededir."
"Milli sınırlar içinde vatan bir bütündür parçalanamaz."
"Milli kuvvetlerin etkili milli iradeyi hakim kılmak esastır."
"Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir."
"Yükselen yeni nesil, istikbal sizsiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz."
"19 Mayıs, gençlik; gençlik gelecek demektir."
"Bağımsızlık bizim kaderimizdir."
Gençliğe Hitabe

19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı reklam metinlerinde, "lider ve kahraman" olarak tasarlanan Mustafa Kemal Atatürk'ün alıntılanan cümlelerinde milliyetçiliğin, gelecek bir başka deyişle beklentiler vurgulanarak "gençler, ilim, vatan, millet, bağımsızlık" üzerinden yeniden üretildiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 33: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Hilal-i Ahmer	1	1
I. Dünya Savaşı	1	1
Bandırma Vapuru	11	3

Reklam metinlerinde ağırlıklı olarak 19 Mayıs'ın sembolü olan Bandırma Vapuru'nun yer aldığı kaydedilmiştir.

Tablo 34: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Şehitlik	3	3
Aziz	2	2

19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde milliyetçiliğin din üzerinden yeniden üretimi ağırlıklı olarak görülmese de "şehitlik ve azizlik" unsurları kaydedilmiştir.

Tablo 35: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	Reklam sayısı
Halk	1	1
Millet	10	8
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	1	1

Kolektiviteye üyelik kriterine göre milliyetçilik söylemi 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nda diğer milli bayramlar ve anma günlerinde kaydedilen reklam metinlerinde görüldüğü gibi ağırlıklı olarak millet üzerinden yeniden üretilmiştir.

Tablo 36: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı	3	2
Şarkı (Uzaklarda Aramam)	1	1
Marş (İstiklal Marşı-1-Gençlik Marşı-2)	3	3
Gençliğe Hitabe	4	4

19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı reklam metinlerinde Türk bayrağı, şarkı, marş ve hitabe unsurlarının yoğunlukta kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 37: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

QNB Finans Bank olarak Türkiye'nin sadece bugününe değil yarınına da yatırım yapıyoruz. Çünkü bu ülkenin gençlerine inanıyoruz, güveniyoruz. 19 mayıs 100. defa kutlu olsun. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nın 100. yılı kutlu olsun. – QNB Finas Bank
Gençlik nereye gidiyor? Cem-21 "Meselemi dünyaya tanıtmaya gidiyorum." Elvin 21 "Ben dünyaca ünlü … konser vermeye gidiyorum. Beste-15 "Ben 93. konserimi vermeye gidiyorum." Eğer desteklerseniz gençlerimiz çok güzel yerlere gidiyor. QNB Finans Bank olarak sanat genç yetenekler projesi kapsamında üstün yetenekli onlarca genç müzisyenimizi destekliyoruz. Genç yeteneklerimiz dünya çapında ses getiriyor. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun - QNB Finans Bank
O kadar zaman geçti o tarih de o bayramlar da ulu önder unutulmadı. O klasikleşmiş formalarda, o efsanelerde, o katıldığımız ilk şampiyonayı hatırlıyoruz rüya gibi geçen dünya kupasını da. O son saniyedeki turnikeyi unutmak ne mümkün. O sayı, o final maçı o kadar unutulmaz an var ki bu anlara yenilerini eklemek için Türkiye'nin markası Opet olarak o futbol, basketbol ve voleybol takımlarının üçüne birden destek veriyoruz. Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nın 100. yılında Türk sporunu ve tüm bu formaları desteklemenin gururunu yaşıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun. – Opet
Büyük bir liderle Samsun'da başladı. Milli mücadeleye dönüştü. Bugün tam bağımsızlık yolunda yeni milli mücadelemiz ihracat cephesinde cirosunun yüzde 93'ünü ihracata dayandıran ve katma değer için alanının en büyük yatırımını yapan 25 yıl önce Samsun'da başlattığı sanayi üretimi ve yüksek ihracat davasında durmadan gayretle çalışmaya devam ediyor. #millimücadelemizihracatımız – Sampa
Senin sınırların yok. Aşamayacağın yol yok. Yüreğinde yanan cesaret ateşi var. Pes etmek ruhunda yok. Olmaz demek yapamam demek yok. Seni bekleyen nice rekorlar var. Çünkü sen gençsin. Bu ülkenin geleceğisin. Tam 35 yıldır Çayırova Şişecam Spor kulübünde imkânı kısıtlı gençleri spora yönlendiriyor zeki, çevik ve ahlaklı sporcular yetiştiriyoruz. "Gençliği yetiştiriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız" K. Atatürk. Milli mücadelenin 100. yılında, gururla senin yolunda 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Şişecam
Mert ile tanış 100 metreyi tam 112 saniyede koşuyor. – Ben mi? –Sen tabi –E ne olacaktı –Ortalaması 20 saniye de haberin olsun –Mesela mert her sabah 5'te kalkar antrenmanlarını yapar. Ama mahcup ediyorsun beni – 5 dakika daha -100 şınav çekmeden güne başlamaz. yılsaydı keşke ama yılmadı işte. hatta gaza geldi yarıştı hem de baya yarıştı. Görselerdi kesin birinciydi. Ama bunlar önemli mi? – Değil mi? –Değil tabi Türk Telekom'un amatör spor kulüpleri web sitesindesin şimdi branşlara bak hadi seç bakalım bir tane. –Adeta x için yaratılmışım –İşte bu –Şu kollara yumruklara bak –Hangi

kollar acaba –Atari rekorlarım var –Çıkarın beni buradan –x benim işim –Nasıl? –Oryantrik diyemese de koş Met koş. Bu spor adeta Mert için var olmuştu ya da olmamıştı. Mert ölü numarası...Tüh yazık oldu. İşte x buradaki rakipler bunlar mı rakipler –Mahallede misket kralıydım ben. –Mert bırak –Bitti sandınız ama mert bitti demeden bitmez. mert vazgeçmedi ve Türk Telekom amatör spor kulüpleri sayesinde yapması gerekeni buldu çalıştı daha çok çalıştı ve –Şah mat –Aferin Mert –Ben doğuştan satranç... –Mert...sporun gençlerin gelişimlerine sağladığı olumlu katkıdan hareketle ülkenin dört bir yanında Türk Telekom amatör spor kulüplerimizde 32 farklı branşta 5 binden fazla sporcuyu destekliyoruz. İnanıyoruz ki gençlerimize sporu sevdirsek yeter Türkiye'ye değer. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Türk Telekom
Türk savunma sanayinin lideri Aselsan gücünü bu topraklarda yetişen genç kadrosundan alıyor. Aselsan'da bu ülkenin yetiştirdiği gençler bu ülke için üretiyor. Birlikte başarmanın gururunu hem kendilerine hem de bizlere yaşatan gençler bugün Türkiye'nin geleceğine ışık tutuyor. İlim ve aklın üst düzey teknolojilere dönüştüğü Aselsan'da başarılı projelere imza atan ve Aselsan'ı Türkiye'nin en büyük dünyanın ilk 100 savunma sanayi firmasından biri olmasına büyük katkı sağlayan genç çalışanlarımızın bu ülkenin geleceğine ışık tutan gençlerimizin 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nı kutlarız Aselsan Genç, dinamik, güçlü Milli mücadelenin 100. yılı – Aselsan
19 mayıs günü Desa mağazalarına gelin Ata'mızın dünyayı değiştiren o büyük imzasını ceketlerinize tam kalbinizin üzerine işleyelim. #HepKalbimizde 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Desa
O ilk kıvılcımı yaktığında zor ama çok güzel bir hayalin gençlerle gerçekleşeceğine inandı. Şimdi sen de kendine inan. Kimsenin bilmediği o adı kalplere kazı mesela. Tarih yazmanın bir formülü varsa inan bunu bulacağına. Şarkını çal, söyle, haykır. İnanırsan tüm dünyada yankılanır. İnan kendi renklerine. Onları gri bakan gözlerine sevdireceğine sen yeter ki inan kendine. Unutma hikayen ancak sen inandıkça devleşir. Muhtaç olduğun kudreti nerede bulacağını sen zaten biliyorsun. P&G'nin desteklediği 19 genç yetenekten biri olmak için Bana Bak uygulamayı indir hikayeni paylaş. #Gençlik100Yaşında – P&G
"Bağımsızlık bizim kaderimizdir." K. Atatürk. Bu yüzden hiç durmuyoruz. Bağışçılarımızın destekleriyle tasarlamaya, geliştirmeye, özgün ürünler üretmeye devam ediyoruz. Bu hiç sönmeyecek bağımsızlık ateşiyle karada, denizde, havada, uzayda dünyanın en üstün teknolojilerini yerli ve milli kaynaklarımızla üretiyoruz. Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı olarak yerli ve milli kaynaklarımızla ürettiklerimizi sergilediğimiz dünyanın ilk dört büyük savunma sanayi fuarı arasında yer alan İDEF'i düzenlemenin haklı gururunu yaşıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. Milli mücadelenin yüzüncü yılı. El birliğiyle, güç birliğiyle - Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı

Markalar ürettikleri mal ve hizmetlere vurgu yaptıkları reklam metinlerinde, spor ve sanat alanlarında yaptıkları sponsorluklara dikkat çekmektedirler. Metinlerde "biz" tasarımında spor ve sanat üzerinden gençlere destek olmak masajı vurgulanmıştır. "Gençleri destekleyen, gençliğin yanında olan, gençlerin arkasında olan, gençliği yetiştiren, bu ülkenin gençlerine inanan, güvenen, gücünü bu topraklarda yetişen genç kadrosundan alan, imkânı kısıtlı gençleri spora yönlendiren; zeki, çevik ve ahlaklı sporcular yetiştiren, daha sağlıklı, daha çevik ve daha güçlü bir nesil için çalışan, Türk basketbolunu sonuna kadar destekleyen, Türkiye diye bağıran, rakipleri ve önyargıları yenen, gururdan ağlayan."

4.2.1.6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 38: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Asker		9	4
Ordu		1	1
Türk		19	7
Millet		18	11
Türk milleti		10	6
Anadolu		5	2
Ulus		7	4
Ülke		3	2
Vatan		7	3
Toprak		9	5
Yurt		2	2
Memleket		2	2
Şehir		1	1
Cihan		1	1
Dünya		2	2
Düşman		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Asker	Bağımsızlık için savaşan	1	1
	Vatan topraklarının her karışını üstün caba ve kahramanlıkla kurtaran	1	1
Ordu	Türk	1	1
Millet	Ay yıldızın gölgesinde	1	1
	Çalışmadan, öğrenmeden, yorulmadan rahat yaşamanın yollarını alışkanlık haline getirmiş (Öteki)	1	1
	Büyük	1	1
Ulus	Ülkesi, tarihi, geleceği bağımsız	1	1
Vatan	Uçsuz bucaksız yeşil örtülü	1	1
	Uğruna dökülen kanlarla sulanmış	1	1
Toprak	Ecdattan yadigar	1	1
	Her karışı emekle yoğrulmuş bereketli	1	1
Yurt	Güçlü	1	1
Memleket	Dünyanın en mamur ve en medeni	1	1
Şehir	Taşların dile geldiği	1	1
	Masalsı	1	1
Cihan	İki	1	1
Düşman	Türlü	1	1
30 Ağustos Zafer Bayramı	Bir milletin özgürlüğüne kavuştuğu gün	1	1
	Büyük Taarruz'un zaferle taçlandığı gün	1	1
	Birlik olmak	1	1
	Zaferle sonuçlanan medeniyetin habercisi	1	1
	Azmin ve kahramanlığın zaferi	1	1
	Özgürlüğümüzün,egemenliğimizin,geleceğimizin,	1	1

	aydınlığımızın, mutluluklarımızın arkasında olan		
	Yükselişin öyküsü	1	1
	Hikayenin destansı finali	1	1
	Gözlerdeki ateş	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Mustafa Kemal Atatürk	Atatürk'ün emanetini yüceltmek	1	1
	Atatürk'ün cesaretiyle yaşamak	1	1
	Atatürk'ün gösterdiği yolda ilerlemek	1	1
Özgürlük-Bağımsızlık	Özgürlüğe kavuşmak	1	1
	Bağımsız olmak	7	7
	Özgür olmak	1	1
	Özgürlük ateşiyle yanmak	1	1
Vatan – Toprak	Yüreği vatan aşkıyla yanmak	1	1
	Vatanı yüreğiyle korumak	1	1
	Ecdattan yadigar bu toprakları tanımak	1	1
	Uçsuz bucaksız yeşil örtülü vatanı derinden hissetmek	1	1
	Taşların dile geldiği masalsı şehirlerde yeni güne başlamak	1	1
	Bu topraklar için üretmek	1	1
	Berrak denizleri sarmalayan her karışı emekle yoğrulmuş bu bereketli toprakları	1	1
	Uğruna dökülen kanlarla sulanmış vatanının yeşilin her tonunu dinlemek	1	1
	İki cihanı birleştiren aziz topraklarda şanlı bayrağın altında özgür yaşamanı mümkün kılanları hatırlamak	1	1
	Düşler diyarını dolaşmak	1	1
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Yürekler bir olmak	1	1
	Elindeki ekmeğinden üstündeki ceketine kadar her şeyini vermek	1	1
	Fedakârlıkların en büyük en sonsuz olanını fark etmek	1	1
	Birlikte olmak	1	1
	Birbirine kenetlenmek	1	1
	En güzel zaferle kurulan bağın kopmaması	1	1
	Bağımsızlığı için bir olup bu uğurda can vermek	1	1
	Miras bırakılan medeniyetlerin, nesillerin, kültürlerin bin bir çeşidine dokunmak	1	1
Mücadele-Zafer	İnanmakla başlamak	1	1
	Zafere koşmak	1	1
	Milleti kurtarmak	1	1
	Destan yazmak	1	1
	Zaferi kutlamak	1	1

	Güçlü bir yurdun temellerini atmak	1	1
	Adını tarihe yazdırmak	1	1
	Büyük zafer kazanmak	1	1
	Tarihin akışını değiştirmek	1	1
	Bir milleti yeniden ayağa kaldırmak	1	1
	Cesaretini tüm dünyaya göstermek	1	1
	Bir milleti düştüğü yangından kurtarmak	1	1
	Mücadele etmek	1	1
	Yeniden dirilmek	1	1
	Cumhuriyeti kurmak	1	1
Başarı	Umutsuz olmamak	1	1
	Çalışkan olmak	1	1
	Bilimin ışığında ilerlemek	1	1
	Üretmek	1	1
	Başarıyı ilke edinmek	1	1
	Güvende olmak	1	1
	Araştırmak	1	1
	Sorgulamak	1	1
	Çağdaş olmak	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Ankara	3	2
Kadıköy	1	1
İstanbul	4	1
Ege köyü	1	1
Kütahya Dumlupınar	2	2
İzmir'in Dağları	1	1
Kocatepe	1	1
Gemlik	1	1
Afyon	1	1
Balıkesir	1	1
Halkalı	1	1
Harbiye	1	1
Toroslar	1	1
Marmara	1	1
Karadeniz	1	1
Ağrı Dağı	1	1

Etiketler		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#ZaferNedir?	1	1
#birbakış	1	1

Kutlama Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun.	29	29
30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun.	9	9
Başkomutanımız Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere tüm şehitlerimizi, gazilerimizi rahmet ve şükranla anıyoruz.	1	1
Gerçek zaferlerin her alanda savaşarak kazanıldığını bize gösteren Atamızı, gazi ve şehitlerimizi minnetle anıyor, zaferimizin 97. yılını coşkuyla kutluyoruz.	1	1
Bizlere özgürlüğümüzü armağan eden şehitlerimizin ve gazilerimizin anılarına sonsuz sevgi ve saygıyla.	1	1

Tüm kahramanlarımızı saygı ve minnetle anıyoruz.	1	1

30 Ağustos Zafer Bayramı reklam metinlerinde "Türk milleti, asker, toprak, vatan" ağırlıklı olarak kaydedilmiştir. Metinlerde Türk milleti, "Ay yıldızın gölgesinde, büyük" asker, "bağımsızlık için savaşan, vatan topraklarının her karışını üstün caba ve kahramanlıkla kurtaran" toprak, vatan, "Ecdattan yadigar, her karışı emekle yoğrulmuş bereketli, uçsuz bucaksız yeşil örtülü, uğruna dökülen kanlarla sulanmış" ulus, "ülkesi, tarihi, geleceği, bağımsız" olarak nitelendirilmiştir. Başarı "inanmak, araştırmak, sorgulamak, üretmek, başarıyı ilke edinmek, çalışkan olmak, bu topraklar için üretmek", birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, "yüreği vatan aşkıyla yanmak, vatanı yüreğiyle korumak, uçsuz bucaksız yeşil örtülü vatanı derinden hissetmek, yürekler bir olmak, birlikte olmak, birbirine kenetlenmek, en güzel zaferle kurulan bağın kopmaması, bağımsızlığı için bir olup bu uğurda can vermek" ortak geçmiş ve atalar, "zafere koşmak, özgürlüğe kavuşmak, destan yazmak, milleti kurtarmak, güçlü bir yurdun temellerini atmak, adını tarihe yazdırmak, büyük zafer kazanmak, tarihin akışını değiştirmek, bir milleti yeniden ayağa kaldırmak, cesaretini tüm dünyaya göstermek, mücadele etmek" fiilleriyle kurgulanmıştır.

Metinlerde 30 Ağustos Zafer Bayramı, "özgürlük, zafer, birlik, azim, kahramanlık, egemenlik, gelecek, aydınlık, mutluluk, yükseliş, destan, gözlerdeki ateş" şeklinde tanımlanmıştır. Kutlama mesajları "biz", anma mesajları ise rahmet, şükran, minnet, saygı, sevgi" vurgulanarak iletilmiştir. Metinlerde kaydedilen ortak geçmişe vurgu yapan mekânlar ise şunlardır: Ankara, İstanbul, Kadıköy, Ege köyü, Kütahya Dumlupınar, İzmir'in dağları, Kocatepe, Gemlik, Afyon, Balıkesir, Halkalı, Harbiye, Toroslar, Marmara, Karadeniz, Ağrı Dağı.

Tablo 39: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • İnanan • Büyük zaferden bu yana senin (Atatürk) cesaretinle yaşayan • Çağdaş, bağımsız, özgür, bilimin ışığında ilerleyen, araştıran, sorgulayan, üreten, başarıyı ilke edinene, birlikte, güvende • Tarihi imkansız denilen kazanılan zaferlerle dolu bir ulus

• Mustafa Kemal'in ışık tuttuğu istiklal yolunda mücadele eden
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Yüreği vatan aşkıyla yanan evlatlar, bu vatanı yüreğiyle korumaya devam edecek • Bu ecdattan yadigar bu toprakları tanımak • Uçsuz bucaksız yeşil örtülü vatanı derinden hissetmek • Her karışında bu emsali olmayan güzelliği, fedakarlıkların en büyük en sonsuz olanını fark etmek • Her yeni güne taşların dile geldiği masalsı şehirlerde başlamak • Her bir deseni özenle işlenmiş bu düşler diyarını dolaşmak • Özgürlüğü nefes gibi içine çekmek • Miras bırakılan medeniyetlerin, nesillerin, kültürlerin bin bir çeşidine dokunmak. Berrak denizleri sarmalayan her karışı emekle yoğrulmuş bu bereketli toprakları keşfetmek • Tarihe tanıklık etmiş yollardan geçerken benzersiz coğrafyalara ulaşmak. • Uğruna dökülen kanlarla sulanmış vatanının yeşilin her tonunu, mavinin en derin, en berrak, en coşkulu, en engin olanını dinlemek • İki cihanı birleştiren aziz topraklarda şanlı bayrağın altında özgür yaşamanı mümkün kılanları hatırlamak • Birlik olmak. • Umutsuz olmamak • Çalışkan olmak • Yurdumuzu dünyanın en mamur ve en medeni memleketleri seviyesine çıkartmak. • İnancını asla kaybetmemek • Mücadeleden hiç vazgeçmemek • Bu topraklara güzel bakmak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Bu topraklar için

Reklam metinlerinde "biz", "inanan, çağdaş, bağımsız, özgür, bilimin ışığında ilerleyen, araştıran, sorgulayan, üreten, başarıyı ilke edinene, birlikte, güvende" sıfatlarıyla nitelenirken, ortak geçmişe "büyük zaferden bu yana Atatürk'ün cesaretiyle yaşayan, ışık tuttuğu istiklal yolunda mücadele eden, tarihi imkansız denilen kazanılan zaferlerle dolu bir ulus" ifadeleriyle vurgu yapılmıştır. "Biz"den beklenen fedakârlıklar ise "umutsuz olmadan, inancını asla kaybetmeden, mücadeleden hiç vazgeçmeden", "vatanı korumak, tanımak, hissetmek, birlik olmak, çalışkan olmak, yurdumuzu dünyanın en mamur ve en medeni memleketleri seviyesine çıkartmak" olarak belirtilmiştir. Reklam metinlerinde düşman ya da dost tasarımı yapılmamıştır. Bu nedenle "öteki" üzerinden sahip olunan ya da olunmayan kaynaklar da kaydedilmemiştir.

Tablo 40: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Atatürk kim? • Gerçek zaferlerin her alanda savaşarak kazanıldığını bize gösteren • Büyük stratejik dehasıyla bir milletin geleceğini değiştiren

• Milleti düştüğü yangından kurtaran
Ortak atalar kim? • İki cihanı birleştiren aziz topraklarda şanlı bayrağın altında özgür yaşamanı mümkün kılanlar • Aziz • Can damarları koparılan ama yeniden dirilen bağımsızlığı için bir olup bu uğurda can veren bir ulus • Özgürlüğümüzün, egemenliğimizin, geleceğimizin, aydınlığımızın, mutluluklarımızın arkasındaki kahramanlar • Elindeki ekmeğinden üstündeki ceketine kadar her şeyini veren
Mustafa Kemal Atatürk'ün Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Kitapları buna koyun. Asıl savaşımız bundan sonra başlıyor."
"Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene."
"Türk milleti istiklalsiz yaşamamıştır, yaşayamaz ve yaşamayacaktır."
"En büyük savaş cahilliğe karşı yapılan savaştır."
"Gerçek zaferler süngü ile değil, iktisat ve bilim ile kazanılır."
"Ulusun bağımsızlığını, yine ulusun kesin kararı ve direnişi kurtaracaktır."
"Zafer, zafer benimdir diyebilenindir."
"Uçurumun kenarında yıkık bir ülke. Türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar, yıllarca süren savaş. Türk milleti, milli birlik ve beraberlikle güçlükleri yenmesini bilmiştir."
"Ne mutlu Türk'üm diyene."

Metinlerde Mustafa Kemal Atatürk, "gerçek zaferlerin her alanda savaşarak kazanıldığını bize gösteren, büyük stratejik dehasıyla bir milletin geleceğini değiştiren, milleti düştüğü yangından kurtaran" kurtarıcı olarak tasarlanmıştır. Ortak atalar ise "İki cihanı birleştiren aziz topraklarda şanlı bayrağın altında özgür yaşamanı mümkün kılanlar. Can damarları koparılan ama yeniden dirilen bağımsızlığı için bir olup bu uğurda can veren bir ulus. Özgürlüğümüzün, egemenliğimizin, geleceğimizin, aydınlığımızın, mutluluklarımızın arkasındaki kahramanlar. Elindeki ekmeğinden üstündeki ceketine kadar her şeyini veren" ifadeleriyle "kutsallık, fedakârlık, kahramanlık" söylemleriyle yeniden üretilmiştir. Mustafa Kemal Atatürk'ün cümlelerinde "Türk milleti, milli birlik ve beraberlik, istiklal, bağımsızlık" ve "cahilliğe karşı savaş, iktisat ve bilim" kavramları vurgulanmaktadır.

Tablo 41: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Atatürk'ün anıları (Büyük Taarruz – Çalıkuşu-Nuri Ulusu)	3	3

Reklam metinlerinde ortak geçmiş Mustafa Kemal Atatürk'ün anıları üzerinden iletilmiştir.

Tablo 42: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Aziz	2	2
Şehitlik	4	4

30 Ağustos Zafer Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mı reklam metinleriyle benzer şekilde milliyetçiliğin din üzerinden yeniden üretimi ağırlıklı olarak görülmese de "şehitlik ve azizlik" unsurları kaydedilmiştir.

Tablo 43: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	1	1
Millet	18	11
Vatandaş	1	1
Yurttaş	-	-
Ulus	7	4

30 Ağustos Zafer Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde, analiz kapsamında incelediğimiz diğer milli bayramlar ve anma günleriyle benzer bir şekilde kolektiviteye üyelik kıtasına göre milliyetçi söylemin millet üzerinden yeniden üretildiği bulgulanırken bu kategorideki reklam metinlerinde ulus kriterinin de öne çıktığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 44: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı (Ay Yıldız)	2	2
Marş (İstiklal Marşı)	1	1

Banal unsurlarla milliyetçiliğin yeniden üretimine 30 Ağustos Zafer Bayramı'nda yayınlanan reklam metinlerinde sıklıkla rastlanmasa da diğer milli bayramlar ve anma günlerinde olduğu gibi Türk bayrağı ve İstiklal Marşı'nın metinlerde yer aldığı görülmüştür.

Tablo 45: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

"En büyük savaş cahilliğe karşı yapılan savaştır." K. Atatürk. Borusan Kocabıyık Vakfı 2016'da Türkiye'nin 20 ilinde 20 okulda kurduğu 20 kütüphaneye 3500 kitap bağısı yaptı. 30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun. – Borusan
"Gerçek zaferler süngü ile değil, iktisat ve bilim ile kazanılır." K. Atatürk. Haydi kızlar kodlamaya-Gemlik, Haydi kızlar kodlamaya- Halkalı RC Makers Kodlama Atölyesi. Annemin işi benim geleceğim. Afyon Kreşi. Annemin işi benim geleceğim. Balıkesir Kreşi. 30 Ağustos Zafer Bayramı'nın 95. yılı kutlu olsun. – Borusan

Kaydedilen reklam metinlerinde markaların sundukları ürün ve hizmetlere dikkat çekmediği bilimle ilişkili olarak sosyal sorumluluk projelerine yer verdiği saptanmıştır.

4.2.1.7. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Reklam Metinlerinin Bulguları

Tablo 46: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler		
	Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Türk milleti	15	14
Türk ulusu	2	2
Türk	9	9
Halk	1	1
Millet	30	25
Ülke	14	11
Ulus	5	5
Memleket	7	7
Vatan	14	14
Anadolu	5	5
Toprak	13	12
Türkiye	18	17
Yurttaş	3	3
Şehitler	2	2
Gaziler	1	1
Dünya	9	9
Avrupa	1	1

Düşman	6	6
Kardeş	4	3
Kahramanlar	4	4
Torunlar	2	2
Çocuklar	6	6
Nesil	7	7
Gençler	2	2
Yaşlı	1	1
Kadınlar	16	9

Sıfatlar

		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk milleti	Büyük	6	5
	Karakteri yüksek	1	1
	Zeki	3	3
	Çalışkan	3	3
Millet	Yüce	1	1
	Büyük	3	3
	Bir	5	4
	Tek	1	1
	Tüm	2	2
	Bütün	1	1
	Aziz	1	1
	Benim	2	2
	Cumhuriyet istiklal için ölüme giden	1	1
	Yüreği daima birlikte atan	1	1
	Kurtuluş Savaşı'nın zor günlerinden azim ve kararlılıkla geçmeyi başaran	1	1
Ülke	Bu	1	1
	Bir	8	7
	Bütün	1	1
	Tüm	1	1
	Uçurumun kenarında	1	1
Ulus	Cumhuriyet ile taçlanan	1	1
	Türk	2	2
Memleket	Dünyanın en bayındır ve en uygar	1	1
	Dünyanın en mamur ve en medeni	1	1
Vatan	Cennet	1	1
	Koskoca	1	1
	İçeride ve dışarıda saygıyla tanınan	1	1
	Yeni	3	3
Toprak	Bu	8	7
	Sarı	1	1
	Alın terimizle bereketlenen	1	1
Türkiye	Genç	1	1
	Güçlü	2	2
	Tam bağımsız	1	1
Dünya	Bütün	1	1
	Tüm	1	1
	Eşit	1	1
Düşman	Türlü	4	4
Kahraman	Binlerce	1	1
	Tüm	1	1
	İstiklal Savaşı'nda yurdun bir ucundan öteki ucuna rüzgarlarla yarış edercesine yetişen	1	1
	Özgürlüğü için canını veren, varını yoğunu feda eden	1	1

	Anadolu'nun bağrında yatan yüzbinlerce isimsiz	1	1
Torun	Özgürlüğü için canını veren, varını yoğunu feda eden kahramanların	1	1
Çocuklar	Mustafa Kemal'in	1	1
	Fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür cumhuriyet	1	1
Nesil	Yükselen yeni	6	6
Cumhuriyet	Atatürk'ün emaneti	8	6
	Gazi Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde yüce bir millet ile kurulan	1	1
	Kanla, irfanla kurulan	1	1
	Hepimizin değeri	1	1
	Aidiyet, medeniyet, samimiyet, masumiyet, hakkaniyet, hürriyet	1	1
	Özgürlük, demokrasi, bağımsızlık, erdem	1	1
	Her şey	3	1
	Özgürlük, aydınlık, güven	1	1
	Bilim, kültür, sanat, teknoloji, gelecek, eğitim, medeniyet, demokrasi, özgürlük, vatan	1	1
	Türk ulusunun yaratılışına en uygun yönetim	1	1
	İnsan, gelecek, özgürlük, eğitim, bayrak, çalışmak, doğa, mutluluk, kadın, adalet	1	1
	Demokrasi, eşitlik, gelecek, güç, inkılap, insaniyet, medeniyet	1	1
	Çocukların gülümsemesi, alın teri, emek, özgürlük, sevgi, kardeşlik, vatan	1	1

Nesne, Zarf ve Fiiller

		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Cumhuriyet	(Atatürk'ün emaneti cumhuriyete) dört elle sarılmak	1	1
	Pahalıya mal olmak	1	1
	Kanla, irfanla kurmak	1	1
	(Cumhuriyeti canı pahasına kuranlardan) emanet almak	1	1
	Cumhuriyetin ilkelerine sarılmak	1	1
	Cumhuriyet ruhuna kulak vermek	1	1
	Cumhuriyet ruhunu önce gözlerinde görmek	1	1
	Cumhuriyet ruhuyla çalışmak	1	1
	Cumhuriyet'imizin 100 yılını yeni yüzyıllara taşımaya söz vermek	1	1
	Cumhuriyeti kazanmak	8	8
	Cumhuriyeti kurmak	15	15
	(Tam 96 yıldır kurduğunuz cumhuriyetin ışığında fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür bireyler olarak) yaşamak	1	1
	(İlk günkü heyecanımız ve cumhuriyete olan aşkımız) devam etmek	1	1
	(Hiç durmadan çalışarak, üreterek, öğrenerek, gelişerek cumhuriyeti) güçlendirmek	1	1
Beklentiler	Harbe girmek	1	1

	Birbirinizle helalleşmek	1	1
	Düşmanın istikametine yanaşmak	1	1
	Cephane taşımak	1	1
	Yemek taşımak	1	1
	Kahramanca dövüşmek	1	1
	Çarıkla bastığın toprağa sahip çıkmak	1	1
	Mezarın olacağını bile bile ellerinle siper kazmak	1	1
	Ölüme gitmek	1	1
	Canını vermek	1	1
	Geleceğe umutla bakmak	1	1
	Unutmamak	1	1
	Unutturmamak	1	1
	Emanete sahip çıkmak, korumak, yüceltmek	1	1
	Umutla, azimle, şevkle, sevinçle kazanmak	1	1
	Sevilenler uğruna, vatan uğruna, bayrak uğruna mücadele etmek	1	1
	Tereddüt etmeden ileri atılmak	1	1
	Doğru olmak	1	1
	İmkansızı/büyük işler başarmak	4	3
	Durmadan çalışmak	3	2
	Zafer anıtı inşa etmek	1	
	Zorlukları, imkansızları göze almak	1	1
	Bir tas hoşaf yarım ekmekle doymak	1	1
	25 kiloluk mermiyi saatlerce sırtında taşımak	1	1
	Süngüyle çarpışmak	1	1
	Günlerce uyumadan savaşmak	1	1
	İmkânsıza inanmak	1	1
	Dönmeyeceğini bile bile eşini, oğlunu beklemek	1	1
	Dalgaları, geçilmez denilen fırtınaları geride bırakmak	1	1
	Yolundan hiç dönmemek	1	1
	Yıldırımlar yaratmak	1	
	Beklenenden daha fazlasını yapmayı öğrenmek	1	1
	Yaşınıza bakmayıp yüreğinizle inanmayı öğrenmek	1	1
	Hayali gerçek yapmayı öğrenmek	1	1
	Çocukların gözlerinde parlayan özgürlükten, zaferlerimden, tarihimden, ilkelerimden, beyazın saflığından, kırmızının tutkusundan, hilalinden parlayan yıldızından vazgeçmemek	1	1
	Mücadele etmeyi öğrenmek	1	1

	Vazgeçmemeyi öğrenmek	1	1
	Dirilmek	1	1
	Egemenlikten ödün vermemek	1	1
	İnandıklarını savunmak	1	1
	Pes etmemek	2	1
	İmkansızlıklardan yeni imkan yaratmak	1	1
	Varını yoğunu feda etmek	1	1
	Gurur duymak	3	3
	Umutları büyütmek	1	1
	Risk almak	1	1
	Tüm engelleri, sınırları aşmak	1	1
	Kırmızıya gönül vermek	1	1
	Güçlenmek	1	1
	Geleceğe yürümek	1	1
	Bütün dünyanın karşısında dimdik durmak	1	1
	Küllerinden yeniden doğmak	1	1
	Zorlukları dize getirmek	1	1
	Özgürlüğü için canını vermek	1	1
	Özgür olduğunu hissetmek	1	1
	Özgürlüğe kavuşmak	1	1
	Hürriyeti yaşatmak ve yükseltmek	1	1
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Hüznü ve sevinci hürmet ederek paylaşmak	1	1
	Yaşadığı toplumun ilerlemesine, gelişimine katkıda bulunmak	1	1
	Bir ülkeyi ayağa kaldırmak	1	1
	İhtiyacı olanın yardımına koşmak	1	1
	Yüreği daima birlikte atmak	1	1
	Bir olduğumuzun birlik olduğumuzun altını çizmek	1	1
	Türkiye'yi tüm renkleriyle yaşamak	1	1
	Üretmek omuz omuza çalışmak	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Doğu	2	2
Kuzey	1	1
Bursa	3	3
Çanakkale	3	3
Adana	1	1
Ordu	1	1
Kayseri	1	1
Trabzon	1	1
Taksim/Atatürk Anıtı	1	
Haydarpaşa Garı	1	1
Ankara	6	5
Samsun	3	3
Amasya	2	2
Afyon	1	1
Balıkesir	1	1
Manisa	1	1

İstanbul	10	7
Gülhane Parkı	1	1
Taksim Meydanı	1	1
Avrupa Yakası	1	1
Erzurum	2	2
Urfa	2	2
Sivas	2	2
Mardin	1	1
Nevşehir	1	1
Gaziantep	1	1
Artvin	1	1
Çankaya Köşkü	1	1
Maraş	1	1
İzmir	2	2
İnebolu-Ankara yolu	1	1
Sakarya	4	3
Azerbaycan	2	1
Hatay	2	1
Denizli	1	1
Cumhuriyet Anıtı	1	1
Cumhuriyet Meydanı	1	1
Etiketler		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
#CumhuriyeteVurgunuz	1	1
#BizOnuÇokseviyoruz	1	1
#TatilDeğilBayram	4	4
#Tamyolileri	1	1
#vazgeçmemsendenasla	1	1
#gölgesiyeter	1	1
#cumhuriyetineseriyiz	1	1
#birliktencumhuriyetdoğar	1	1
#birlikteyizgüçlüyüz	1	1
#sonsuzadek	1	1
#daimaizindeyiz	1	1
#emanetingüvende	1	1
#bizimrengimizcumhuriyet	1	1
#93yıldırbirlikte	1	1
#DoğumGünüm29Ekim	1	1
#CumhuriyetRuhumuzdaVar	1	1
Kutlama Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Cumhuriyet Bayramı'mız kutlu olsun	41	41
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun	3	3
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun	9	9

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde kaydedilen kolektif isimler "Türk milleti, Türkiye, ülke, vatan, toprak" kavramlarında yoğunluk göstermektedir. Diğer milli bayram ve anma günlerinden farklı olarak metinlerde "kadınlar" vurgulanmıştır. Kaydedilen reklamlarda genel olarak Türk milliyetçiliğinin cinsiyetçi yapısı nedeniyle reklamlarda kadın vurgulanmamaktadır. Fakat Cumhuriyet

ideolojisi aynı zamanda kadın üzerinden yeniden üretildiği için 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde kadına biçilen rol önem kazanmıştır.

Türk milleti "büyük, karakterli, zeki, çalışkan, yüce, tek, yüreği daima birlikte atan, aziz, Cumhuriyet, istiklal için ölüme giden, Kurtuluş Savaşı'nın zor günlerinden azim ve kararlılıkla geçmeyi başaran" memleket, "uygar, medeni" vatan, "cennet, koskoca, içeride ve dışarıda saygıyla tanınan yeni" Türkiye, "Genç, güçlü, tam bağımsız" ülke, "bir, bütün, tüm" ulus, "Cumhuriyet ile taçlanan" tanımlamalarıyla kaydedilen reklam metinlerinde milliyetçilik; birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, teritorya üzerinden yeniden üretilmiştir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlama mesajları da "biz" üzerinden iletilmiştir. Metinlerde "biz", vatan, bayrak, birlik, Cumhuriyet vurgusu yapılarak yeniden üretilmiştir.

Reklam metinlerinde kaydedilen nesne, zarf ve fiilleri birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, mücadele ve başarı, ızdırap dolu bir geçmişle militarizm olarak gruplandırabiliriz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu; teritorya, ortak atalar ve kültür üzerinden yeniden üretilmiştir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nı niteleyen sıfatları ise teritoryal, toplumsal yapıya ilişkin ve duygusal mesajlar olarak 3 kategori de toplayabiliriz. Reklam metinlerinde ortak geçmişe vurgu yapan olayları sembolize eden mekânlar aracılığıyla ise milliyetçi söylemin milli mücadele üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 47: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1.Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir?
• Eğitimle, bilimle, müzikle, sanatla her daim ileriye bir hayalin peşinde birlikte yüzüncü yıla koşan • Atatürk'ü çok seven • Bütün dünyanın karşısında dimdik durmak • Mücadele eden • Sevilen, vatan, bayrak uğruna mücadele eden • El ele, omuz omuza, sırt sırta veren • Beklenenden fazlasını yapan • Canımız dediklerimizi canımız pahasına koruyan • Yüreğiyle inanan • Cumhuriyetin ışığında fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür bireyler

• Cumhuriyetimizin yetiştirdiği yeteneklerle gurur duyan • Özgürlüğünün peşinden giden, eşit bir dünya için yaşayan ve bu mirasını geleceğe taşıyan • Vazgeçmeyen • Sabırla çalışmaya devam eden • Can yakmayan, mazlumun içini ısıtan • Bir olan • Fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür cumhuriyet çocukları • Tam 91 yıldır Atamızın açtığı yolda, cumhuriyeti yaşatacak ve koruyacak gençlerimizi yetiştirmek için tüm gücüyle çalışan • Geleceğe, büyük bir ümit ve gayretle yürüyen • Ülkemizin ekonomik ve teknolojik bağımsızlığına katkı sağlayan, ordumuza destek olan ve milletimizin gücüne güç katan • Mutlu yarınlar için yelken açmak, gücünü umudundan almak, kenetlenip tek yürek olmak, zaferi barışla taçlandırmak • Bilgisi, azmi, hedefi, güveni, cesareti olan. • Tek bayrak altında birlik olan • Beraber çok güzel bir bütünün parçasıyız • Tüm engelleri sınırları aşan • Çokluktan birliğe yol alan • Kırmızıya ve Cumhuriyet'e gönül veren • Cumhuriyet ışığının aydınlattığı yolda geleceğe yürüyen
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Atatürk'ün emaneti cumhuriyete dört elle sarılmak • Hayal kurmak • Unutmamak • Unutturmamak • Emanete sahip çıkmak, yüceltmek, korumak • Cumhuriyet için çalışmak, üretmek • Egemenlikten ödün vermemek • Tereddüt etmeden ileri atılan • İnançla savunmak • Merhamet ile örnek olmak • İhtiyacı olanın yardımına koşmak • İmkansızı başarmak • Durmadan çalışmak • Beraber olmak • Bir an bile karanlığa teslim etmeden hürriyeti yaşatacak ve yükselteceğiz • Dünya var oldukça sürecek iktisat mücadelesinde en büyük ekonomiler arasında daha üst sıralara tırmanmayı hedefliyoruz. Türkiye'nin gelişimci gücü olarak Cumhuriyet'imizin 100 yılını yeni yüzyıllara taşımak. • Çalışmak, üretmek, özgürlük
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Türkiye için • Ülkemiz için • Cumhuriyet için • Cumhuriyeti yaşatacak ve koruyacak gençlerimizi yetiştirmek için • Mutlu yarınlar için • Karanlıkları aydınlatmak için

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nda kaydedilen reklam metinlerinde Türkiye, bu ülke, Cumhuriyet ve gelecek için Cumhuriyet'e sahip çıkan, beraber olan, çalışan ve üreten "biz" olgusunun tasarımını genel olarak birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, mücadele, meydan okuma, özgürlük, bayrak ve Cumhuriyet şeklinde

gruplandırabiliriz. Reklam metinlerinde dost ya da düşman tasarımı kaydedilmemiştir. Bu nedenle "öteki" üzerinden sahip olunan kaynaklar vurgulanmamıştır.

Tablo 48: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Ortak Atalar kim? • Bastığın toprağa sahip çıkan. Mezarı olacağını bile bile elleriyle siper kazan. Bir tas hoşaf yarım ekmekle doyan. 25 kiloluk mermiyi saatlerce sırtında taşıyan. Süngüyle çarpışan, günlerce uyumadan savaşan. İmkânsıza inanan. Dönmeyeceğini bile bile eşini, oğlunu bekleyen. • İstiklal Savaşı'nda yurdun bir ucundan öteki ucuna rüzgarlarla yarış edercesine yetişen. • Cumhuriyet, istiklal için ölüme giden • Bu topraklarda aynı bayrak altında özgürce yaşamamızı sağlayan • Büyük bir azim ve inançla asla pes etmeden mücadeleyi sürdüren bizlere Cumhuriyet'i armağan eden • Cumhuriyeti canı pahasına kuran • Özgürlüğü için canını veren, varını yoğunu feda eden • Biz tek millet, iki devletiz (Azerbaycan) • Anadolu'nun bağrında yatan yüzbinlerce isimsiz kahraman • Cumhuriyeti armağan eden • Hasan Tahsin • Şerife Bacı • Şahin Bey • Sütçü İmam • Nezahat Onbaşı • Şekerci Ökkeş • Şerife Bacı • Yörük Ali Efe
Mustafa Kemal Atatürk'ün Reklam Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene." K. Atatürk.
"Bugün Cumhuriyetimizin 10. yılını doldurduk. En büyük bayramdır. Kutlu olsun. Büyük Türk milletinin ferdi olarak, bu kutlu güne kavuşmanın en derin sevinci ve heyecanı içindeyim. Ne Mutlu Türküm diyene."
"Bir millet sanattan ve sanatçıdan mahrumsa tam bir hayata sahip olamaz."
"Cumhuriyet erdemdir."
"Dünya yüzünde gördüğümüz her şey kadının eseridir."
"Yurttaşlarım, az zamanda çok ve büyük işler yaptık. Fakat yaptıklarımızı asla kafi göremeyiz. Çünkü daha çok ve daha büyük işler yapmak zorunda ve kararlılığındayız. Yurdumuzu dünyanın en bayındır ve en uygar memleketlerin seviyesine çıkaracağız. Milletimizi en geniş rahatlık, araç ve kaynaklarına sahip kılacağız. Millî kültürümüzü çağdaş uygarlık seviyesinin üstüne çıkaracağız. Geçen zamana nispetle daha çok çalışacağız. Daha az zamanda daha büyük işler başaracağız. Bunda da muvaffak olacağımıza şüphem yoktur. çünkü, Türk milletinin elinde ve kafasında tuttuğu meşale, müspet ilimdir."
"Çünkü Türk çiftçisi bir eliyle kılıcını kullanırken, diğer elindeki sabanla topraktan ayrılmadı. Eğer milletimizin büyük ekseriyeti çiftçi olmasaydı biz bugün dünya yüzünde bulunmayacaktık."
"Türkiye Cumhuriyeti'nin temeli kültürdür."
"Ne mutlu Türküm diyene"
"Bugün hepimize düşen ortak görev; ulusal değerlere, bilince, Cumhuriyet'e sahip çıkmak."
"Ey yükselen yeni nesil, istikbâl sizsiniz! Türk ulusunun yaratılışına en uygun yönetim Cumhuriyet'tir. Cumhuriyet'i biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak olan sizsiniz! Geleceğe güçlü

bir biçimde ulaşabilmek Cumhuriyet'imizi korumak ve yaşamakla olanaklıdır. Benim naçiz vücudum bir gün elbet toprak olacaktır. fakat Türkiye Cumhuriyet'i ilelebet payidar kalacaktır. Şuanda büyük Türk milletinin bir ferdi olarak bu kutlu güne kavuşmanın en derin sevinci heyecanı içindeyim."
"Bugün cumhuriyetimizin onuncu yılını doldurduğu en büyük bayramdır. Kutlu olsun!" Yurdumuzu, dünyanın en mamur ve en medeni memleketleri seviyesine çıkaracağız. Milletimizi, en geniz, refah, vasıta ve kaynaklarına sahip kılacağız."
"Türk milletinin karakterine ve adetlerine en uygun olan idare, Cumhuriyet ilkesidir."
"Milli ekonominin temeli tarımdır."
"Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir."
"Bütün ümidim gençliktedir."
"Medeniyet yolunda başarı, yenileşmeye bağlıdır."
"En büyük savaş cahilliğe karşı yapılan savaştır."
"Kadın varlığı, ulusun bin bir noktadan temelidir."
"Cumhuriyet rejimi demek, demokrasi sistemiyle devlet şekli demektir."
"Geleceğin güvencesi sağlam temellere dayalı bir eğitime, eğitim ise öğretmene dayalıdır. Sizin başarınız, Cumhuriyetin başarısı olacaktır."
"Bugün en büyük bayramdır. Kutlu olsun"
"Bu büyük millet bayramını, daha büyük şereflerle, saadetlerle, huzur ve refah içinde kutlamanı gönülden dilerim. Ne mutlu Türk'üm diyene!"
"Uçurum kenarında, yıkık bir ülke...Türlü düşmanlarla, kanlı boğuşmalar...Ondan sonra, içeride ve dışarıda, saygıyla tanınan...Yeni vatan...Yeni sosyete...Yeni devlet..."
"Hilâl-i Ahmer âzâ adedinin memleketin rüştü içtimâisiyle mütenasip bir dereceye kadar varmasını ve bütün milletin bu tenasübü temin etmesini temenni ederim."

Reklam metinlerinde ortak atalar, fedakârlık ve birlik üzerinden anlatılmıştır. Reklam metinlerinde kullanılan Mustafa Kemal Atatürk'ün cümlelerinde, "Türk milleti, Cumhuriyet, ilim, eğitim, milli kültür, ulusal değerler, gençlik, kadın" kavramları dikkat çekmektedir.

Tablo 49: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Gazilerin savaş anıları	3	3
Cumhuriyetin ilanı	2	2
Kurtuluş Günleri (Çanakkale 18 Mart 1915, Samsun 19 Mayıs, Amasya 12 Haziran, Erzurum 23 Temmuz, Sivas 4 Eylül, Ankara 27 Aralık, Adana 5 Ocak, Ordu 24 Şubat, Rize 2 Mart, Kayseri 10 Mart, Antalya 5 Temmuz, Bodrum 5 Temmuz, Hatay 23 Temmuz, Afyon 27 Ağustos, Balıkesir 6 Eylül, Manisa 8 Eylül, İzmir 9 Eylül, İstanbul 6 Ekim, Mardin 21 Kasım, Nevşehir 22 Aralık, Gaziantep 25 Aralık, Artvin 7 Mart, Bursa 11 Eylül)	1	1
İnebolu-Ankara yolu Şerife	1	1

Bacı		
Halime Çavuş	1	1
Sakarya 1921- Azerbaycanlı askerin şehit düşmesi	1	1
Mozart "Rondo alla Turca-Türk Marşı"	1	1
Taksim Anıtı-Cumhuriyet Anıtı'nın inşası	1	1

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde savaş, kurtuluş günleri ve özellikle kadın kahramanların kullanılarak ortak geçmişin vurgulandığı anıların güçlü etkisini görmekteyiz. Başka bir biçimde ifade etmek gerekirse reklam iletilerinde milliyetçiliğin tanıklıklar ve kahramanlık miti üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 50: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehitlik	2	2
Aziz	1	1

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mı reklam metinleriyle benzer şekilde, milliyetçiliğin din üzerinden tasarımı ağırlıklı olarak görülmese de "şehitlik ve azizlik" unsurları saptanmıştır.

Tablo 51: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	1	1
Millet	30	25
Vatandaş	-	-
Yurttaş	3	3
Ulus	7	7

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde toplum inşa etmenin önemli bir yolu olan kolektiviteye üyelik yani bir başka ifadeyle toplumsal aidiyet unsurunun diğer milli bayram ve anma günlerinde olduğu gibi yoğun bir şekilde

millet aracılığıyla yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Metinlerde, vatandaş kıstasına hiç yer verilmezken ulus, yurttaş ve halk unsurları kaydedilmiştir.

Tablo 52: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı	9	8
Marş (İstiklal Marşı- İzmir Marşı-10. Yıl Marşı)	3	3
Şarkı (Vurgunum-Her şey senin için-Değer mi?)	3	3

Diğer milli bayramlar ve anma günleri reklam metinlerinde kullanılan banal unsurlarla benzer bir şekilde 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde de milliyetçi söyleminin Türk bayrağı, marş ve şarkılar aracılığıyla yeniden üretildiği kaydedilmiştir. Fakat 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde, diğer milli bayramla ve anma günlerinden farklı olarak banal unsurların kullanım sıklığının yoğun olduğu görülmektedir.

Tablo 53: Sembolik Tüketim Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

"Bir millet sanattan ve sanatçıdan mahrumsa tam bir hayata sahip olamaz." K. Atatürk. BİFO 9 ülkede 300 konser (Viyana-Hong Kong-İstanbul). Sanat eğitimi alan 26 öğrenciye yurtdışında yüksek öğrenim bursu. 94. yılında cumhuriyetimizin yetiştirdiği yeteneklerle gurur duyuyoruz. – Borusan
Biz beraber olunca kimse sınır koyamaz bize. Biz beraber olunca her zorluğu getiririz dize. Biz beraber olunca engeller vız gelir bize. Biz beraber olunca hayaller döner gerçeğe. Biz beraber olunca ulaşırız büyük zaferlere. Bugün biz sadece bir havalimanı değil aslında bir zafer anıtı inşa ediyoruz. Güçlü Türkiye ekonomisinin benzersiz eseri. İstanbul'un yeni dünyanın en büyük havalimanı cumhuriyetimizin 95. yılında hizmetinizde. Cumhuriyetimizin zaferi kutlu olsun. – İGA
İstanbul kule Turkish. Positive rate. Turkish Türk yıldızları sizi takip ediyoruz. Size yaklaşıyoruz. Sol kol tamam. Sağ kol tamam. 7 uçakla birlikte Boğaz turu için yaklaşıyoruz. Yeni havalimanına dönüyoruz. Türk Hava Kuvvetleri ve Türk Hava Yollarının birlikte gerçekleştirdiği bu muhteşem tarihi uçuş için sizlere yürekten teşekkür ediyoruz. Yolunuz ve bahtınız açık olsun. Teşekkür ederiz. Cumhuriyetimizin 95. yılında aziz milletimize saygıyla. – THY
Cumhuriyet demek memleketi Çanakkale'den çıkıp, Şanlıurfa'da cerrah olabilmek demektir. Öğrenciliğini Hatay'da yapıp, Bursa'da öğretmenlik yapabilmek demek. Evi, işi, gücü Denizli'de olup, Trabzon'da yaylaya çıkabilmek demek. Karaya Samsun'da ayak basıp, Ankara'da güneş gibi doğmak demek. Gökyüzüne her baktığında özgür olduğunu hissetmek demek. Bugün birlikte Anadolu'nun dört bir yanına uçabiliyorsak işte bu Cumhuriyet demek. – Anadolu Jet
Mutlu yarınlar için yelken açmak gücünü umudundan almak kenetlenip tek yürek olmak zaferi barışla taçlandırmak bu toprağın kültüründe var. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). "Türkiye

Cumhuriyeti'nin temeli kültürdür." K. Atatürk. Kültür Anayasası 3. Madde: Kültürlü, Atatürk'ün deyişi ile "Aklın ve bilimin yol göstericiliğinde" o'nun ilke ve devrimlerini yaşatmayı, "Çağdaş uygarlık düzeyinin üzerine çıkmayı" her zaman amaç edinir. Bu amaç, onun "dinamik ideali"dir. Öğrencilerin bu konuda bilinçlendirilerek yönlendirilmesine özel bir önem verir. "En büyük bayramdır. Kutlu olsun" K. Atatürk. – İstanbul Kültür Üniversitesi
Sadece gri olsaydı bu topraklar. Yeşilin doğallığından bir haber olsaydı. Beyazın saflığıyla hiç tanışmasaydık. Mavinin özgürlüğünü, sarının sevincini, kırmızının tutkusunu görmeseydik. Ne mutlu ki biz bugün Türkiye'yi tüm renkleriyle yaşıyoruz. Bizim rengimiz cumhuriyetten gelir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'mız kutlu olsun. #bizimrengimizcumhuriyet – Polisan
Mavidir o çünkü huzurudur bu toprakların. Yeşildir o çünkü doğallığıdır bu milletin. Pembedir o çünkü yüzündeki mutluluğun garantisidir geleceğin. Kırmızıdır o çünkü tutkusudur bu ülkenin. Ve beyazdır o çünkü birliği ve kardeşliğidir bu topraklarda yaşayan her bireyin. Çünkü bizim rengimiz cumhuriyetten gelir. Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun - Polisan

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinin analizi sonucunda markaların, ürettikleri mal ve hizmetlere vurgu yaptığı reklam metinlerinde milliyetçi söylemi; sosyal sorumluluk stratejisini kullanarak birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, kültür ve teritoryal sınırlar üzerinden yeniden ürettikleri ortaya çıkmıştır.

4.2.2. Kamu Spotu Metinlerinin Söylem Analizi

Tablo 54: Anma Günleri ve Milli Bayramlarda Kaydedilen Kamu Spotu Sayısı

Anma Günleri ve Milli Bayramlar	**Reklam sayısı**
18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi	15
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	27
10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü	4
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	3
19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı	6
30 Ağustos Zafer Bayramı	5
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı	11
TOPLAM	71

Tablo 55: Anma Günleri ve Milli Bayramlarda Kamu Spotları Kaydedilen Kamu Kurum ve Kuruluşları

Anma Günleri ve Milli Bayramlar	**Kamu Kurum ve Kuruluşlar**
18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi	Milli Savunma Bakanlığı Jandarma Genel Komutanlığı Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Adalet Bakanlığı T.C. İçişleri Bakanlığı - Emniyet Genel Müdürlüğü T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı T.C. Sağlık Bakanlığı

	T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı T.C. Milli Eğitim Bakanlığı T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	Milli Savunma Bakanlığı T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü T.C. Sağlık Bakanlığı T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı
10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü	Milli Savunma Bakanlığı Emniyet Genel Müdürlüğü
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	Jandarma Genel Komutanlığı Türk Hava Kuvvetleri Türk Silahlı Kuvvetler
19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı	Milli Savunma Bakanlığı Türk Hava Kurumu Jandarma Genel Komutanlığı T.C. İçişleri Bakanlığı- Emniyet Genel Müdürlüğü
30 Ağustos Zafer Bayramı	Milli Savunma Bakanlığı Türk Silahlı Kuvvetleri Türk Havacılık Uzay Sanayi T.C. Sağlık Bakanlığı T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı	Jandarma Genel Komutanlığı Milli Savunma Bakanlığı Türk Silahlı Kuvvetleri TCDD Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi T.C. Sağlık Bakanlığı T.C. İçişleri Bakanlığı- Emniyet Genel Müdürlüğü

4.2.2.1. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 56: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler		
	Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Türk ordusu	3	2
Türk ulusu	1	1
Asker	5	5
Şehit	16	10
Gazi	2	2
Vatan	6	4

Toprak	4	4
Yurt	3	3
Anadolu	2	2
Cennet	1	1
Müslüman	2	1
Türk milleti	2	1
Düşman	9	3
Mehmetçik	1	1

Sıfatlar

		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk ordusu	Şanlı	1	1
Asker	Görev yapan	1	1
	Destan yazan	1	1
	Düşman	9	3
	Bu topraklar için toprağa düşmüş	1	1
Türk milleti	Destan yazan	2	2
	Tarih yazan	1	1
	Bu eşsiz coğrafyaya hükmetme kudretine masar olan	1	1
	Aziz	1	1
Şehit	Bu toprağı vatan yapan	1	1
	Aziz	1	1
	Bu millete Çanakkale Zaferi'ni yaşatan	1	1
	Hürriyetimizi ve bekâmızı temin eden	1	1
Toprak	Bu	4	4
Yurt	Bin yıllık	1	1
	Müslümanlıkla yoğrulan	1	1
	Üç tarafı denizlerle çevrili	1	1
Anadolu	Bin yıllık yurt	1	1
	Cennet	1	1
Düşman (donanması)	Koskoca	1	1
Mehmetçik	Kahraman	1	1

Nesne, Zarf ve Fiiller

		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Meydan okumak	Namerdin karşısında dimdik durmak	1	1
	Zulme baş eğmemek	1	1
	Minnet ederek boyun eğerek yaşamamak	1	1
	Bozguna uğratmak	1	1
	Destan yazmak	5	4
	Unutmamak	2	2
	Gücü damarlardaki asil kandan almak	1	1
Bayrak	Bayrağına aşık olmak	1	1
	Bayrakları alıp yerden öpüp alnına koymak	1	1
Şehitlik	Gökten ölüm yağmak	1	1
	Cenk meydanına koşmak	1	1
	Asker olmak	1	1
	Vatanı müdafaaya gitmek	1	1
	İftiharla vatan uğrunda şehitlik mertebesine ulaşmak	1	1
	Ölümsüzlük şerbetini içmek	1	1

	Hayatının son gününü yaşamak	1	1
	Kahramanca ve azimle savaşmak	1	1
	Kahramanlık göstermek	1	1
	Al al toprağa kan akmak	1	1
	Bir hilâl uğruna bu toprağa uzanmak	1	1
Din	Allah'a kurban olmak	1	1
	Hilal gibi doğmak	1	1
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Bir olmak	1	1
	Bir araya gelmek	1	1
	Bu toprağı vatan yapmak	1	1
Cumhuriyet	Cumhuriyete aşk ve sadakatle bağlı olmak	1	1
	Kurtuluş Savaşı'nın meşalesini ateşlemek	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Dumlupınar	1	1
Kore	1	1
Kıbrıs	1	1
Fırat	1	1
Afrin	1	1
Anafartalar	1	1
Kireç Tepe	1	1
Afyon	1	1
Elazığ	1	1
Manisa	1	1
Çanakkale	9	9
İstanbul	1	1
Zile	1	1
Bomba Sırtı	2	1
Erciyes	1	1
Anzak	1	1
Conkbayırı	2	1
Çanakkale Boğazı	1	1
Kerküt	1	1
Nevşehir	1	1

Anma Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz. Ruhları şad olsun...	4	4
Yüz yıllık destan Çanakkale Zaferi'nin 100. yılında şehit ve gazilerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz...	1	1
18 Mart Çanakkale Deniz Zaferi'ni kutluyor aziz şehitlerimizi minnet ve saygıyla anıyoruz.	1	1
Vatan uğruna canını uğurlayanların hatırasına, sonsuz rahmet ve saygıyla...	1	1
18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Çanakkale Deniz Zaferi Aziz şehitlerimizi saygı, minnet ve rahmetle anıyoruz.	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin kaydedilen kamu spotlarında kullanılan kolektif isimlerden şehit, vatan, yurt ve düşman donanması ön plana çıkmaktadır. Şehitler, "bu toprağı vatan yapan, aziz, bu millete Çanakkale

Zaferi'ni yaşatan hürriyetimizi ve bekâmızı temin eden", yurt ise "bin yıllık, Müslümanlıkla yoğrulan, üç tarafı denizlerle çevrili" olarak tanımlandığı metinlerde milliyetçiliğin din, ortak tarih ve teritorya üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Milliyetçilik, kolektif isimler kullanılarak teritoryal sınırlar, din, ortak tarih ve atalar üzerinden; kaydedilen nesne, zarf ve fiiller bağlamında ise kan, ötekine meydan okuma, bayrak, din ve birlik üzerinden yeniden üretilmiştir. Anma mesajları ise rahmet, minnet ve saygı kelimeleri vurgulanarak din ve kolektif kültür üzerinden iletilmiştir. Metinlerde kullanılan mekânlar: Dumlu Pınar, Afyon, Erciyes, Elazığ, Anzak, Kıbrıs, Manisa, Conkbayırı, Fırat, Çanakkale, Çanakkale Boğazı, İstanbul, Kerküt, Anafartalar, Zile, Nevşehir, Kireç Tepe, Bomba Sırtı. Ötekine ilişkin kullanılan mekânlar olarak Afrin ve Kore, Çanakkale Zaferi ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 57: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Kararlı, kahraman
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Asırlar boyunca bu topraklar üzerinde hem karada hem denizde tarih yazan bir milletin torunları olduğunu unutmamak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Bu topraklar için
4. Kaynaklar: **Başkalarının sahip olmadığı neler sahibiz?** • İnanç **Başkalarının sahip olduğu nelere sahip değiliz?** • Güç • Gemi, bomba, uçak

Kamu spotlarında "biz" olgusunun olumlu sunumunda "kararlı ve kahraman" sıfatları kaydedilirken; "biz"den beklenen ise teritoryal sınırlara duygusal gücünü veren "toprak" kolektif isminin kullanıldığı saptanmıştır. Metinlerde "öteki", "gemisi, bombası, uçağı olan güçlü" olarak tasarlanırken, onlarda olmayan "biz"de olan "inanç" değeri meydan okuma fiiliyle vurgulanmıştır.

Tablo 58: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Ortak Atalar kim?
• Zaferleri ve mazisi insanlık tarihiyle başlayan şanlı Türk ordusunun askerleri • Çanakkale'de daha 15'inde bir kınalı kuzu • Dumlupınar'da 26'sında bir cengâver • Gökten ölüm yağarken gücünü damarlarındaki asil kandan alarak namerdin karşısında dimdik duran • Zulme baş eğmeyen yiğit ölürsem şehit kalırsam gaziyim diye cenk meydanına koşan • Bayrağına aşık, Allah'a kurban olan • Vatanın semalarında onurla dalgalanan bayrağın ayı yıldızı. • Bu toprağı vatan yapan binlerce şehitten sadece biri. • Destan yazan • Toprağı kanıyla sulayan • Çanaklarda şahadet şerbeti kana kana içen • Şehadete erişmiş

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin analiz edilen ve ortak ataların vurgulandığı kamu spotu metinlerinde milliyetçi söylemin kan, bayrak, teritorya, din ve öteki üzerinden yeniden üretildiği görülmektedir. Metinlerde şehitlik kavramının ise kahramanlık ve meydan okuma üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 59: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri

"Biz, kısık sesleriz... minareleri, Sen, ezansız bırakma Allahım! Ya çağır şurada bal yapanlarını, Ya kovansız bırakma Allahım! Mahyasızdır minareler... göğü de, Kehkeşansız bırakma Allahım! Müslümanlıkla yoğrulan yurdu, Müslümansız bırakma Allahım! Bize güç ver... cihad meydanını, Pehlivansız bırakma Allahım! Kahraman bekleyen yığınlarını, Kahramansız bırakma Allah'ım! Bilelim hasma karşı koymasını, Bizi cansız bırakma Allah'ım! Yarının yollarında yılları da, Ramazansız bırakma Allah'ım! Ya dağıt kimsesiz kalan sürünü, Ya çobansız bırakma Allah'ım! Bizi sen sevgisiz, susuz, havasız; Ve vatansız bırakma Allah'ım!"(Arif Nihat Asya-Dua Şiiri)
"Ey, bu topraklar için toprağa düşmüş asker! Gökten ecdâd inerek öpse o pâk alnı değer. Ne büyüksün ki kanın kurtarıyor tevhidi...Bedr'in arslanları ancak, bu kadar şanlı idi. Sana dar gelmeyecek makberi kimler kazsın? 'Gömelim gel seni tarihe' desem, sığmazsın." (Mehmet Akif Ersoy-Çanakkale Şehitlerine)
"Kopan fırtına Türk ordusudur ya Rabbi. Senin uğrunda ölen ordu budur ya Rabbi. Tâ ki yükselsin ezanlarla müeyyed nâmın, Galib et, çünkü bu son ordusudur İslam'ın." (Yahya Kemal Beyatlı-Şu Kopan Fırtına Türk Ordusudur Ya Rabbi)

Kamu spotlarında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın okuduğu Arif Nihat Asya'nın Dua Şiiri, Mehmet Akif Ersoy'un Çanakkale Şehitlerine, Yahya Kemal Beyatlı'nın Şu Kopan Fırtına Türk Ordusudur Ya Rabbi şiirleri

kaydedilmiştir. Bu şiirlerde milliyetçiliğin; din, kan/soy ve vatan üzerinden inşa edildiği görülmektedir.

Tablo 60: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Onbeşliler	1	1
Şehit Üstteğmen Zahit Efendi	1	1
Bomba Sırtı Conk Bayırı	2	1
Vapur-ı Hümayun Nusret	1	1
İstiklal Harbi	1	1
15 Temmuz	1	1
Zeytin Dalı	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin analiz edilen kamu spotu metinlerinde milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretimi amacıyla ön plana çıkarılan ortak anılar tanıklık, kahramanlık ve savaş unsurları vurgulanarak yeniden üretilirken kamu spotu metinlerinde 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü ve Zeytin Dalı Harekatı, 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi ile ilişkilendirilerek sunulduğu bulgulanmıştır.

Tablo 61: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehitlik	20	11
Allah	11	2
Minare	2	1
Ezan	3	3
Müslüman/Müslümanlık	2	1
Cihat	1	1
Ramazan	1	1
Mevlid-i Şerif	1	1
Şehadet şerbeti	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin analizi yapılan kamu spotlarında milliyetçi söylemin din üzerinden yeniden üretiminin önemli bir etken olduğu görülmektedir. Metinlerde şehitlik ve Allah olgularının sıklıkla kullanılmasının yanı sıra minare, ezan, Müslüman/Müslümanlık kavramlarının da

dikkat çektiğini söyleyebiliriz. Cihat, Ramazan, Mevlid-i Şerif, Şehadet Şerbeti kavramlarının ise metinlerde birer defa kullanıldığı kaydedilmiştir.

Tablo 62: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	1	1
Millet	6	3
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	1	1

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi kamu spotları aracılığıyla milliyetçilik söyleminin diğer milli bayram ve anma günlerinde yayınlanan reklamlarla benzer bir şekilde ağırlıklı olarak millet üzerinden inşa edilip yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Bunun yanı sıra metinlerde halk ve ulus kıstası birer defa kaydedilmiştir.

Tablo 63: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Bayrağı	4	2
Şiir Recep Tayyip Erdoğan (Dua-Şu Kopan Fırtına Türk Ordusudur Ya Rabbi-Çanakkale Şehitlerine)	3	3
Mektup	1	1
Şarkı (Birileri var)	2	2

Tablo 64: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Bir yanda Vapur-ı Hümayun gemisi ve bizim kahraman Mehmetçiklerimiz öbür yanda da 18 Mart 1915'de Çanakkale Boğazı'na girme gafletini gösteren düşman filosu. Hey gidi Nusret hey! Kim derdi ki Osmanlı donanmasından kalma küçücük gemi gece yarısı karanlıkta usulca düşmanın arasına girecek ve sadece 27 mayınla koskoca düşman donanmasını bozguna uğratacak. Çocuklar şunu sakın unutmayın: Sizler asırlar boyunca bu topraklar üzerinde hem karada hem denizde tarih yazan bir milletin torunlarısınız. Hadi bakalım gelin. Bu millete Çanakkale Zaferi'ni yaşatan hürriyetimizi ve bekâmızı temin eden tüm şehitlerimizi şükran ve rahmetle anıyor 2023 yılına kadar bir milyondan

fazla amatör denizci kazandırmayı hedeflemekten ve üç tarafı denizlerle çevrili yurdumuzdaki tersane sayımızı 78'e çıkarmış olmaktan kıvanç duyuyoruz. – T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı
Tam da bugün okullarda çocuklarımıza, Türkçeyi destanların kalemle yazılmadığını öğrensinler diye; matematiği, söz konusu inançsa bazen rakamların önemini yitirebildiğini anlasınlar diye; Coğrafyayı, her metrekareye bir şehit düştüğünü bilsinler diye; Hayat Bilgisini, her denizin geçilemeyeceğini görsünler diye; Yabancı dilleri, iki düşman askerinin birbirinin yarasını sarabileceğini hissetsinler diye; Tarihi ise18 Mart Çanakkale Zaferini unutmasınlar diye anlatıyoruz. Vatan uğruna canını uğurlayanların hatırasına, sonsuz rahmet ve saygıyla... – T.C. Milli Eğitim Bakanlığı
Yıl 1915 denizden geldiler imkansızdı her şey. Onlar güçlüymüş biz güçsüz. Bir gün var güçleriyle karşımıza geçtiler. Onların gemileri bombaları uçakları vardı. Onlar kazanacaklarını düşündüler. Sayımız azdı bizim onların fazla. Mermimiz de azdı tüfeğimiz az bombamız az onlarda fazla. Bir tek şey bizden azdı onlarda. Onların inancı az bizimki fazla. Şimdi Çanakkale harbinin destan olan tarihini tüm ayrıntılarıyla yaşayacağınız baş yapıt hizmete giriyor. On bir farklı platformla size o kahramanlık destanını gerçekmişçesine yaşatıyor. – Kültür ve Turizm Bakanlığı - Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi

Kamu Kurum ve Kuruluşlarının 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin yayınladıkları kamu spotlarında milliyetçilik; kan/soy, din, şehitlik vurgulanarak birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, ben-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşası, teritoryal sınırlar üzerinden yeniden üretilmiştir.

4.2.2.2. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 65: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler		
	Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Memleket	3	2
Vatan	13	9
Ülke	7	7
Toprak	6	5
Millet	27	11
Türk milleti	3	3
Türk vatandaşı	1	1
Vatandaş	2	1
Halk	8	7
Devlet	7	5
Hükümet	4	1
Çete	1	1
Darbeciler	8	2
Terör örgütü üyeleri	4	3
Şehit	24	19
Gazi	16	16
Kahraman	15	15
Sıfatlar		
	Kullanım	**Reklam sayısı**

		sayısı	
Türk vatandaşı	Her kesimden on binlerce	1	1
Millet	Başka	1	1
	Yüce	1	1
Vatandaş	Sivil	1	1
Devlet	İlk	1	1
	Tarihin en kudretli	1	1
Çete	İhanet	1	1
Şehit	Demokrasi	1	1
Terör örgütü üyeleri	Gözü dönmüş	1	1
	Demokrasiyi hiçe sayan	1	1
Kahraman	Vatan	1	1
	Vatan toprağı uğruna şehit olmuş	1	1
15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü	Demokrasi Zaferi	3	3
	Demokrasi Bayramı	1	1
	Bizim yeni Çanakkale'miz, Dumlupınar'ımız, Sakarya'mız	1	1

Nesne, Zarf ve Fiiller

		Kullanım Sayısı	Reklam Sayısı
Şehitlik	Canı pahasına meydanlara inmek	1	1
	Tankların önüne yatmak	1	1
	Kendisine doğrultulan namluların üzerine yürümek	1	1
	Hainin karşısına siper olmak	1	1
	Kanının son damlasına kadar mücadele etmek	1	1
	Vatan için can vermek	1	1
	Vatan toprağı uğruna şehit olmak	1	1
	Vatan için toprağa düşmek	1	1
	Bir an bile düşünmeden şehit olmak gazi olmak	1	1
Meydan okumak	Destan yazmak	3	3
	Tarih yazmak	3	3
	Sonsuza kadar unutmamak	3	3
	Unutturmamak	2	2
	Kalleşliğe geçit vermemek	1	1
	Gevşememek	1	1
	Karşısına dikilmek	1	1
	Milletin cesaretiyle hezimete uğramak	1	1
	Haykırmak	1	1
Başarı	Demokrasi zaferini kutlamak	1	1
	Gurur duymak	2	2
	Başarmaya devam etmek	1	1
	Büyümeye devam etmek	1	1
	Çalışmaya devam etmek	1	1
	Emeğimizin karşılığını almaya devam etmek	1	1
	Geleceğimizi kurmaya devam etmek	1	1
	Güçlenmeye devam etmek	1	1
	Başarısız olmak	1	1

	Mucize yaratmak	1	1
	Hayallerimizi gerçekleştirmeye devam etmek	1	1
	İlerlemeye devam etmek	1	1
	Kalkınmaya devam etmek	1	1
	Üretmeye devam etmek	1	1
	Yetiştirmeye devam etmek	1	1
	Kahramanlarımız sayesinde devam etmek	1	1
	Savunmaya devam etmek		
	Demokrasi zaferine imza atmak	1	1
Din	Dualarda yaşamak	2	2
	Ezanları susturamamak	4	4
Öteki	Canlara kast etmek	1	1
	Bombalamak	4	3
	Hükümeti devirmeye kalkışmak	2	2
	Halka boyunduruk kuramamak	3	3
	Bozguna uğramak	1	1
	Başaramamak	3	3
	Milleti bölememek	3	3
	Bayrağı indirememek	3	3
	Vatanı parçalayamamak	1	1
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Darbe girişimiyle yüz yüze gelmek	1	1
	Meydanlarda toplanmak/meydanlara inmek/akın etmek/meydanlara davet etmek/	10	6
	Bir olmak	1	1
	Birlik olmak	1	1
	Kardeşe silah doğrultmamak	1	1
	Minnettar olmak	3	3
	Milli birlik ve beraberlik karşısında bozguna uğramak	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
İstanbul	3	3
Ankara	2	2
Anadolu/Avrupa Yakası	2	2
Anadolu	2	2

Anma Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Ruhunuz şad, mekanınız cennet olsun.	1	1
15 Temmuz Destanı şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla	14	14
15 Temmuz Şehitlerimizin ruhu şad olsun. Vatan size minnettardır	2	2
15 temmuz Şehitlerimizin ruhu şad olsun. Ezanları susturan darbelerden, darbeleri susturan selalar lütfeden Allah'a hamd ve dualarımızla.	1	1
15 Temmuz 2016 Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla.	1	1

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin yayınlanan kamu spotlarında en çok kullanılan "millet, şehit, gazi, kahraman, vatan" kolektif isimleri;

yüce (millet), demokrasi (şehitleri), vatan toprağı uğruna şehit olmuş (kahramanlar)" şeklinde nitelendirilmiştir. Kamu spotları metinlerinde kaydedilen nesne, zarf ve fiilleri ise meydan okuma, başarı beklentisi ve fedakârlık şeklinde kategorilere ayırabiliriz.

Bu bağlamda analiz edilen metinlerde kullanılan kolektif isim, nesne, zarf ve fiiller aracılığıyla milliyetçi söylemin ağırlıklı olarak din, düşman tasarımı, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü, "Demokrasi Zaferi, yeni Çanakkale, Dumlupınar ve Sakarya" olarak yeniden üretilmiştir. Metinlerde kullanılan ortak geçmişe vurgu yapan mekânlar, kalkışmanın gerçekleştiği İstanbul (Anadolu/Avrupa) ve Ankara olarak kaydedilmiştir. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü anma mesajlarında ise ağırlıklı olarak şehitlik ve saygı olgularının vurgulandığı bulgulanmıştır.

Tablo 66: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Vatan uğruna canını feda eden • Tarih yazan • Dualarda yaşayan • Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısına cevap vererek canı pahasına meydanlara inen • Tankların önüne yatan, kendisine doğrultulan namluların üzerine yürüyen, bir an bile düşünmeden şehit, gazi olan • Demokrasi zaferine imza atan • Dünyaya haykıran • Vatan kahramanı, demokrasi şehidi • Her çağın önderi • Fedakâr • Memleket sevdasına baş koyan • Türkiye'yi müdafaa eden • Vatan toprağı uğruna şehit olmuş kahramanlarını asla unutmayan • Bilmeyenlerin bilmediği, duymayanların duymadığı, göremeyenlerin görmediğiyiz
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Şehitleri sonsuza kadar unutmamak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Vatan için
4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? **Düşmanlar kim?** • Devletin içine yuvalanan FETÖ ihanet çetesi • Gözü dönmüş terör örgütü üyeleri • Demokrasiyi hiçe sayan terör örgütü üyeleri

• Türk Silahlı Kuvvetleri'nin içindeki bir grup hain

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü kamu spotu metinlerinde "biz" kavramının din, şehitlik, fedakârlık, kahramanlık, demokrasi, memleket sevgisi üzerinden yeniden üretildiği kaydedilmiştir. Metinlerde vatan için şehitleri sonsuza kadar unutmamak beklentisinin vurgulandığı görülmektedir. Kamu spotlarında düşmanın "terör örgütü, ihanet çetesi, bir grup hain" şeklinde tasarlandığı bulgulanmıştır.

Tablo 67: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Ortak Atalar kim?
• Süleyman Şah • Osman Gazi • Gazi Mustafa Kemal

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü kamu spotu metinlerinde ortak kökenin/soyun; Osmanlı İmparatorluğu'nun ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucuları Süleyman Şah, Osman Gazi ve Gazi Mustafa Kemal üzerinden vurgulandığı belirlenmiştir.

Tablo 68: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri

"Başaramayacaksınız. Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Vatanımızı parçalayamayacaksınız. Devletimizi yıkamayacaksınız. Halkın gücünün üstünde bir güç ben tanımadım bugüne kadar. Ezanlarımızı susturamayacaksınız. Bu ülkeye diz çöktüremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız."
"Milletime bir çağrı yapıyorum o da şudur. Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. Havalimanlarına davet ediyorum."
"Başaramayacaksınız. Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Ezanlarımızı susturamayacaksınız. Bu ülkeye diz çöktüremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız."
"Türk milleti bin yıl önce Malazgirt'te hangi inanç ve kararlılıkla Anadolu'nun kapılarını açmışsa 15 Temmuz'da da ayını hissiyatta darbecilerin karşısına dikilmiştir. Süleyman Şah 1075 yılında bu coğrafyadaki ilk devletimizi hangi vizyonla kurmuşsa 15 Temmuz'da da ülkemize aynı vizyonla, aynı ufukla sahip çıktık. Osman Gazi 1299'da tarihin en kudretli devletinin hangi temeller üzerine bina ettiyse biz de o gece Türkiye'yi aynı ilkeler etrafında müdafaa ettik. Ecdadımız 100 yıl önce hangi ilhakle Çanakkale'de kanının son damlasına kadar mücadele ettiyse 15 Temmuz'da da aynı iradeyle FETÖ'cu terör örgütünü darbecileri geri püskürttük. Gazi Mustafa Kemal'in İstiklal Harbi'ni başlatmasını ve zafere ulaşmasını sağlayan inancın bir benzeri 15 Temmuz'da Türkiye'nin tüm şehirlerinde adeta kol geziyordu. Ey millet sen esaret ve zillet kabul eder misin? Bu millet başka bir millet.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın metinlerde kaydedilen cümlelerinde de 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Malazgirt Savaşı, İstiklal Harbi, Çanakkale Zaferi ile ilişkilendirilmiştir. Metinlerde, Süleyman Şah, Osman Gazi ve Mustafa Kemal Atatürk üzerinden ortak atalar (ecdat) vurgulanmıştır. Ayrıca Recep Tayyip Erdoğan'ın cümlelerinde, "bayrak, millet, halk, vatan, ülke, devlet, ezan" kavramlarının meydan okuma söylemiyle iletildiği bulgulanmıştır.

Tablo 69: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
27 Mayıs 1960 Darbesi	1	1
12 Eylül 1980 Darbesi	1	1
28 Şubat 1997 Darbesi	1	1
Çanakkale (Zaferi-Destanı)	4	4
İstiklal Harbi	1	1
Malazgirt Zaferi	2	2
İstanbul'un Fethi	1	1
Kurtuluş Savaşı	3	2
Dumlupınar	1	1
Sakarya	1	1

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü kamu spotu metinlerinde ortak geçmişi vurgulayan anıların kalkışmayla ilişkili olarak 1960-1980-1997 darbeleri, zaferle ilişkili olarak Çanakkale Zaferi, İstiklal Harbi-Kurtuluş Savaşı, Dumlupınar, Sakarya Muharebeleri, Malazgirt Zaferi ve İstanbul'un Fethi üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 70: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Şehitlik	24	19
Ezan	4	4
Sela	1	1
Allah	2	2

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin analiz edilen kamu spotlarında milliyetçi söylemin din üzerinden yeniden üretiminde vurgulanan temel unsur şehitlik kavramıyken; ezan, sela ve Allah olguları ağırlıklı olmasa da kaydedilmiştir.

Tablo 71: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	9	8
Millet	24	10
Vatandaş	3	1
Yurttaş	-	-
Ulus	-	-

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde yayınlanan kamu spotu metinlerinde toplumsal aidiyetin ağırlıklı olarak öncelikle millet üzerinden ardından sırasıyla halk ve vatandaş kıstaslarına dayanarak tanımlandığı bulgulanmıştır.

Tablo 72: Banal Unsurlar Aracılığıyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk bayrağı	8	6
Şiir Bizi Tanımak Kolaydır	1	1
Şarkı Vakit Gelir	2	2

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde yayınlanan kamu spotu metinlerinde milliyetçi söylemin sırasıyla Türk bayrağı, şarkı ve şiir üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır.

Tablo 73: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Kahramanlarımız sayesinde başarmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde büyümeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde çalışmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde emeğimizin karşılığını almaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde geleceğimizi kurmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde güçlenmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

Kahramanlarımız sayesinde hayallerimiz gerçekleştirmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde ilerlemeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde kalkınmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde üretmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
Kahramanlarımız sayesinde yetiştirmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın kaydedilen 11 kamu spotu metininde verilen hizmetlere vurgu yapıldığı görülmüştür. Kamu spotlarında, "Kahramanlarımız sayesinde başarmaya, büyümeye, çalışmaya, emeğimizin karşılığını almaya, geleceğimizi kurmaya, güçlenmeye, hayallerimizi gerçekleştirmeye, ilerlemeye, kalkınmaya üretmeye, yetiştirmeye devam ediyoruz" mesajı iletilmektedir.

4.2.2.3. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 74: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
	Kullanım Sayısı		**Reklam Sayısı**
Millet	2		2
Yurt	3		3
Halk	1		1
Türk Ulusu	1		1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Mustafa Kemal Atatürk	Mustafa Kemal Atatürk'ü görmek	1	1
	Atamızın izinde olmak	1	1
	Doğmak (Mustafa Kemal Atatürk-Yurdun güneşi)	1	1
	Öğrenime başlamak (Mustafa Kemal Atatürk)	1	1
	Babasını kaybetmek (Mustafa Kemal Atatürk)	1	1
	Bir daha batmamak (Mustafa Kemal Atatürk)	1	1
	Sancağı atmamak (Mustafa Kemal Atatürk)	1	1
	Kahramanlık destanı yazmak (Mustafa Kemal	1	1

	Atatürk)		
Türkiye	Halkın hizmetinde olmak	1	1
	Yükselmeye başlamak (Türkiye Cumhuriyeti)	1	
	Al bayrak titriyor	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Selanik		3	1
Samsun		1	1
Trablusgarp		1	1
Dolmabahçe		1	1
Çaltı Burnu		1	1
Köroğlu		1	1
Sakarya		1	1
Akdeniz		1	1
Anma Mesajları			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Saygı, minnet ve rahmetle anıyoruz.		1	1
Saygı, rahmet ve minnetle anıyoruz.		1	1
81. yıl dönümünde saygı ve özlemle anıyoruz.		1	1
10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü.		1	1

10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne ilişkin yayınlanan 4 kamu spotu metininde "millet, yurt, halk, ulus" kolektif isimleri kaydedilmiştir. Metinlerde kullanılan nesne, zarf ve fiillerde "bayrak, sancak, kahramanlık destanı" sözcükleri dikkat çekmektedir. Kamu spotlarında anma mesajları "biz" üzerinden saygı, minnet, rahmet ve özlem değerleri vurgulanarak iletilmiştir. Metinlerde Mustafa Kemal Atatürk'ün hayatı ve milli mücadele dönemini vurgulayan "Selanik, Çaltı Burnu, Samsun, Köroğlu, Trablusgarp, Sakarya, Dolmabahçe, Akdeniz" ortak geçmişe vurgu yapan anıları sembolize eden mekânlar olarak bulgulanmıştır.

Tablo 75: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Atamızın izinde halkın hizmetinde olanız
2. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? • İtilaf Devletleri

Metinlerde "biz" Mustafa Kemal Atatürk'e ve halka bağlılık değeriyle nitelendirilirken, düşman tasarımının milli mücadele dönemiyle ilişkili olarak İtilaf devletleri üzerinden yapıldığı kaydedilmiştir.

Tablo 76: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk Kim? • Daima kalbimizde olan • Yurdun güneşi • Cihana bir eşi gelmeyen gelmeyecek olan • Kahramanlık destanı yazıp ihtilaf devletlerine Çanakkale geçilmez dedirten • Kurtuluş Savaşı'nı başlatan • Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu ulu önder • Bir tutkudur nice sevdalara değişilmeyen • Yitirilmiş kasımlarda açan umuttur. • Bir baştır vazgeçilmeyen. • Bir türküdür suskun ağızlarda söyleşir durur • Bir inançtır yurdun dört yönünde bir çağdır yaşayan • Ulusu kollarıyla çepçevre saran • Bir anlamdır • Bir bayraktır
Mustafa Kemal Atatürk'ün Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Beni görmek demek, mutlaka yüzümü görmek değildir. Benim fikirlerimi, benim duygularımı anlıyorsanız ve hissediyorsanız bu kafidir."
"Hakimiyet kayıtsız şartsız milletindir."
"Yurtta barış cihanda barış."
"Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır."

10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne ilişkin yayınlanan 4 kamu spotu metninde Mustafa Kemal Atatürk, "daima kalbimizde olan, yurdun güneşi, cihana bir eşi gelmeyen gelmeyecek olan, kahramanlık destanı yazıp ihtilaf devletlerine Çanakkale geçilmez dedirten, Kurtuluş Savaşı'nı başlatan, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu, ulu önder, bir tutku nice sevdalara değişilmeyen, yitirilmiş kasımlarda açan umut, bir baş vazgeçilmeyen, bir türkü suskun ağızlarda söyleşip duran, bir inanç yurdun dört yönünde, bir çağdır yaşayan, ulusu kollarıyla çepçevre saran, bir anlamdır, bir bayrak" ifadeleriyle tasarlanmıştır. Kamu spotu metinlerinde Mustafa Kemal Atatürk'ün kaydedilen cümlelerinde ise "demokrasi, Cumhuriyet, barış" mesajlarının vurgulandığı görülmektedir.

Tablo 77: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Mustafa Kemal Atatürk'ün hayatı	1	1

Trablusgarp Savaşı	1	1
Balkan Savaşları	1	1
Birinci Dünya Savaşı	1	1
Mondros Mütarekesi	1	1
Kurtuluş mücadelesi	1	1
30 Ağustos Başkomutanlık Meydan Muharebesi	1	1

10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne ilişkin yayınlanan kamu spotu metinlerinde ortak geçmişi vurgulayan anıların, milli mücadele döneminde yoğunluk gösterdiği saptanmıştır.

Tablo 78: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	1	1
Millet	2	2
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	2	2

Kamu spotu metinlerinde milliyetçi söylemin ve milli kimliğin kolektiviteye üyelik kıstasına göre millet, ulus ve halk üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 79: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

10 Kasım 1938 – Saygı, minnet ve rahmetle anıyoruz. Atamızın izinde, halkın hizmetindeyiz. Hakimiyet kayıtsız şartsız milletindir. – Emniyet Genel Müdürlüğü

Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından 10 Kasım Atatürk'ü Anma gününe ilişkin yayınlanan bir kamu spotu metini analizinde milliyetçiliğin Mustafa Kemal Atatürk, halk ve millet üzerinden tasarlandığı ortaya çıkmıştır.

4.2.2.4. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 80: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı	En şerefli en mutlu gün	1	1
	Atatürk'ten bir armağan	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
	Jandarmayı çok sevmek	1	1
Mustafa Kemal Atatürk	Atatürk'ü çok sevmek	1	1
	Atatürk'e layık bir çocuk olmak	1	1
Başarı/Sevgi	Hayalinin peşinden koşmak	1	1
	Cesaretini toplamak	1	1
	Soru sormak	1	1
	Neşe dolmak	1	1
	İnanmak	1	1
Kutlama Mesajları			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk Hava Kuvvetleri tüm çocuklarımızın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını kutlar		1	1
23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun		1	1

Şeref ve mutluluk değerleri ve Mustafa Kemal Atatürk üzerinden tanımlanan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kamu spotu metinlerinde, sevgi ve başarıyla ilişkili olan anlamların yeniden üretildiği saptanmıştır. Kamu spotu metinlerinde iletilen kutlama mesajları "çocukların bayramı" algısı nedeniyle "biz" üzerinden yeniden üretilmiştir.

Tablo 81: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: **Çocuklar kim?** • Hayalinin peşinden koşan • Geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığı

2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor?
• Cesaretli olmak • Atatürk'e layık bir çocuk olmak

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na ilişkin kaydedilen 3 kamu spotunda, "Hayalinin peşinden koşan, geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığı" olarak gelecek üzerinden nitelendirilen çocuklardan "cesaretli olmaları ve Atatürk'e layık olmaları" beklenmektedir.

Tablo 82: Mustafa Kemal Atatürk'ün Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri

"Küçük hanımlar, küçük beyler! Sizler hepiniz geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığısınız."

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kamu spotu metininde Mustafa Kemal Atatürk'ün kullanılan "Küçük hanımlar, küçük beyler! Sizler hepiniz geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığısınız" cümlesiyle geleceğe vurgu yapıldığı görülmektedir.

Tablo 83: Kamusal Hizmet Vurgusuyla Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Küçük Deniz'in büyük bir hayali var. Hayalinin peşinden günlerce koşuyor. Bugün cesaretini toplayabilirse o soruyu soracak: Bugün beni uçurabilir misiniz? –Pek mümkün görünmüyor ufaklık ama sen beni uçurabilirsin. –Nasıl? – Artık kumandalar sende – Teşekkürler – İyi uçuşlar – O zaman gösteri zamanı... Büyük hayaller cesaret ister. Türk Hava Kuvvetleri tüm çocuklarımızın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını kutlar – Türk Hava Kuvvetleri
Jandarma suçluları ne yapıyor? ... Jandarma trafiği düzenler. Jandarmanın numarası kaç? – 156. Biz jandarmayı çok seviyoruz. 23 Nisan kutlu olsun. – Jandarma Genel Komutanlığı

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kamu spotu metinlerinde kurumların verdiği hizmeti büyük hayal, cesaret ve sevgi değerleriyle tanımladığı saptanmıştır.

4.2.2.5. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 84: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Düşman		2	2
Türk milleti		5	2
Millet		2	1
Ulus		1	1
Türk		1	1
Anadolu		5	4
Vatan		2	1
Türkiye Cumhuriyeti		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türk milleti	Büyük	1	1
Anadolu	Genç, yaşlı, tüm	1	1
	Mavi gözlerin aydınlığıyla birleşecek tüm	1	1
Türkiye Cumhuriyeti	Hiç bitmeyecek olan heyecan ve enerjiyle ilelebet yaşayacak	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Mustafa Kemal Atatürk	Işık olmak	1	1
	Başlangıç olmak	1	1
	(Samsun) Ayak basmak	1	1
	(Samsun) Çıkmak	1	1
	Kanat olmak	1	1
	Rüzgar olmak	1	1
	Aydınlatan güneş olmak	1	1
	Gelecek olmak	1	1
	Türk milletine güvenerek işe başlamak	1	1
	Türk milletinin bünyesindeki asil kanın ifadesine dikkat etmek	1	1
	Karamsarlığa teslim olmamak	1	1
Gençlik	İstiklal davamızı başarmak	1	1
	Gençliğe güvenmek	1	1
	Gençlikle iftihar etmek	1	1
	Yolumuzdaki mesaiye katılmak	1	1
	Manda ve himaye fikrini hiçbir şekilde kabul etmemek	1	1
	Manda ve himaye fikrini kabul edecek olanlar varsa onları şiddetle reddetmek ve ayıplamak	1	1
	Manda ve himaye fikrini	1	1

	asla kabul etmemek		
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	Birlikte var olmaya devam etmek	1	1
	Bir ve beraber olmak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**	
Samsun	7	4	
Havza	1	1	
Amasya	1	1	
İzmir	1	1	
Erzurum	2	2	
Sivas	1	1	
Sinop	2	1	
Anma ve Kutlama Mesajları			
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**	
19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun	1	1	
Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun	1	1	
Milli Mücadele'nin yüzüncü yılı	1	1	
Milli mücadelemizin yüzüncü yılı	1	1	

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'na ilişkin kaydedilen kamu spotu metinlerinde kullanılan, "Türk milleti, Anadolu, vatan, Türkiye Cumhuriyeti" kolektif isimleri "büyük (Türk Milleti), Genç, yaşlı, mavi gözlerin aydınlığıyla birleşecek tüm (Anadolu), hiç bitmeyecek olan heyecan ve enerjiyle ilelebet yaşayacak (Cumhuriyet)" sıfatlarıyla nitelendirilmiştir. Kamu spotu metinleri analizinde milliyetçi söylemin; Mustafa Kemal Atatürk, gençlik, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Metinlerde milli mücadeleye vurgu yapılan anma ve kutlama mesajları "biz" üzerinden iletilmiştir. Metinlerde yer verilen ortak geçmişe vurgu yapan olayları sembolize eden mekânların, milli mücadele dönemiyle ilişkili olduğu görülmektedir.

Tablo 85: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: **Gençlik kim?** • Türk milletinin bugünkü temsilcileri • Varlığımızın teminatı ilk adımın izinde milletimiz için milletimizle birlikte var olmaya devam eden
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Birlikte var olmaya devam etmek • İlk günkü heyecan ve ruhla olmak
3. Amaçlar: Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz? • Milletimiz için
4. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler?

• Antlaşma hükümlerine aykırı olarak Anadolu'nun muhtelif yerlerini işgal eden

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'na ilişkin analiz edilen kamu spotu metinlerinde gençlik, Türk milleti üzerinden temsilci, teminat, birlik kavram ve olgularıyla tanımlandığı ortaya çıkmıştır. Metinlerde "biz"den beklentiler, millet için birlikte var olmaya devam etmek, ilk günkü heyecan ve ruhla olmak mesajıyla iletilmiştir. Öteki/düşman tasarımı ise milli mücadele dönemi vurgulanarak "antlaşma hükümlerine aykırı olarak Anadolu'nun muhtelif yerlerini işgal edenler" olarak tasarlanmıştır.

Tablo 86: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Atatürk kim? • Ulusal kuvvete, bu Türk milletine güvenen • Gücün sönmez, sarsılmaz ve yıkılmaz cevheri • Karanlıkta ışığımız olan • Bitti denilen yerde başlangıcımız olan • Yaprak kımıldamazken rüzgarımız olan • Gökyüzünde kanadımız olan • Bir asırdır ufkumuzu aydınlatan güneş • Aydınlık geleceğimiz olan • Büyük önder • Karamsarlığa teslim olmayan • Yüce komutan **Ortak Atalar kim?** • Manda ve himaye fikrini hiçbir şekilde kabul etmeyen. Eğer aranızda kabul edecek olanlar varsa onları şiddetle reddeden ve ayıplayan. • İşgallere direnme azim ve kararlığında bir ve beraber olan
Mustafa Kemal Atatürk'ün Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Arkadaşlar gençliğe bakın Türk milletinin bünyesindeki asil kanın ifadesine dikkat edin. Tıbbiyeli Hikmet'e dönerek evlat müsterih ol, rahat ol gençliğe güveniyorum. Gençlikle iftihar ediyorum. Biz azınlıkta kalsak dahi manda ve himaye fikrini asla kabul etmeyiz. Parolamız tektir ve asla değişmez. Ya istiklal ya ölüm."
"Ben 1919 senesi Mayıs içinde Samsun'a çıktığım gün elimde maddi hiç bir kuvvet yoktu. Yalnız büyük Türk milletinin asaletinden doğan ve benim vicdanımı dolduran yüksek ve manevi bir kuvvet vardı. İşte ben bu ulusal kuvvete, bu Türk milletine güvenerek işe başladım. Ben Türk ufuklarından bir gün mutlaka bir gün bir güneş doğacağına bunun hararet ve kuvvetinin bizi ısıtacağına bundan bize bir güç çıkacağına emindim ki bunu adeta gözlerimle görüyordum."

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı kamu spotu metinlerinde Mustafa Kemal Atatürk, "Ulusal kuvvete, bu Türk milletine güvenen, gücün sönmez, sarsılmaz ve yıkılmaz cevheri, karanlıkta ışığımız olan, bitti denilen yerde başlangıcımız olan, yaprak kımıldamazken rüzgarımız olan, gökyüzünde kanadımız

olan, bir asırdır ufkumuzu aydınlatan güneş, aydınlık geleceğimiz olan, büyük önder, karamsarlığa teslim olmayan, yüce komutan" nitelemeleriyle ağırlıklı olarak güç, kahramanlık ve umut değerleri üzerinden tasarlandığı saptanmıştır. Ortak ataların ise ötekine meydan okuma, birlik ve beraberlik aracılığıyla inşa edilip yeniden üretildiği görülmektedir. Metinlerde tanıklıklara başvurularak Mustafa Kemal Atatürk üzerinden ortak tarih yeniden üretilmiştir. Mustafa Kemal Atatürk'ün kamu spotu metinlerinde kullanılan cümlelerinde ise gençliğe güven, Türk milleti, ya istiklal ya ölüm mesajları dikkat çekmektedir.

Tablo 87: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Sivas Kongresi	1	1
Mondros Ateşkes Antlaşması	1	1
Birinci Dünya Savaşı	1	1

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı kamu spotu metinlerinde ortak geçmişin milli mücadele dönemiyle ilişkili olarak Sivas Kongresi, Mondros Ateşkes Antlaşması ve Birinci Dünya Savaşı işaret edilerek yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 88: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	1	1
Millet	7	2
Vatandaş	-	-
Yurttaş	-	-
Ulus	-	-

19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı kamu spotu metinlerinde milliyetçiliğin toplumsal aidiyet bir başka ifadeyle kolektiviteye üyelik kıstasına göre millet üzerinden tanımlandığı saptanmıştır. Ayrıca halk kıstasının bir kamu spotunda kullanıldığı kaydedilmiştir.

4.2.2.6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 89: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Türk ordusu		4	2
Türk milleti		4	1
Türkiye Cumhuriyeti		1	1
Yunan birlikleri/ordusu		4	1
Millet		4	1
İtilaf devletleri		1	1
Vatan		3	1
Kadın, çocuk, öğretmen, genç		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Türkiye Cumhuriyeti	Büyük önder Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğinde millet egemenliğine dayanan bağımsız	1	1
Yunan birlikleri	Çalköy'de perişan bir halde toplanan	1	1
30 Ağustos Zafer Bayramı	Türkün zaferi/Türk zaferi	1	1
	Millet dayanışmasının doğal bir sonucu olarak zaferle sonuçlanan	1	1
	Bayraklaşan bir milletin vatanlaşan destanı	1	1
	Büyük zafer	1	1
	Milli Mücadele'nin en önemli zaferi	1	1
	Büyüklerin zaferi	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Zafer/Başarı	Zaferle sonuçlanmak	1	1
	Tedbir ve titizlikle çalışmak	1	1
	TÜRK ZAFERİ ile sonuçlanmak	1	1
	Milletimizi yok olma noktasından kurtarmak	1	1
	Zafer kazanmak	1	1
	Tarih değiştirmek	1	1
	Türk milletinin kaderini ve tarihini değiştirmek	1	1
	Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün takdirini kazanmak	1	1
Öteki	Kurtuluş savaşından gururla çıkmak	1	1
	Yunan ordusunun tamamen kuşatılması ve imha edilmesi suretiyle kazanmak	1	1
	Serv Antlaşması'nı Türk milletine kabul ettirme projesinin iflas etmesini sağlamak	1	1

	Vatan topraklarını düşman işgalinden kurtarmak	1	1
	Düşman ordusunu büyük kısmı dört taraftan sarılarak bozguna uğratmak	1	1
Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Dumlupınar		3	1
Çalköy		1	1
Anadolu		1	1
Zafer Tepe		1	1
Akdeniz		1	1
Erzurum		1	1
Sakarya		2	2
Gediz		1	1
Kutlama Mesajları			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun		2	2
30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun		2	2
30 Ağustos Zafer Bayramı'mızın 97. yılı kutlu olsun		1	1
Etiketler			
#büyüklerinzaferi		1	1

30 Ağustos Zafer Bayramı'nda yayınlanan kamu spotu metinlerinde "Türk ordusu, Türk milleti, vatan, Türkiye Cumhuriyeti, Yunan birlikleri ve ordusu, itilaf Devletleri" kolektif isimleri kaydedilmiştir. Bu bağlamda kamu spotu metinlerinde kaydedilen nesne, zarf ve fiillerle milliyetçi söylemin, zafer, başarı, biz-öteki karşıtlığı ve düşman tasarımı üzerinden yeniden üretildiği görülmektedir. Zafer, dayanışma ve destan kavramlarıyla tasarlanan 30 Ağustos Zafer Bayramı'nda kutlama mesajları kısmen "biz" üzerinden iletilmiştir.

Tablo 90: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Büyük
2. İlişkiler: Düşmanlarımız ya da dostlarımız kimler? • Perişan bir halde toplanan Yunan birlikleri

30 Ağustos Zafer Bayramı'nda yayınlanan kamu spotu metin analizlerinde Türkiye Cumhuriyeti, "Büyük önder Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğinde millet egemenliğine dayanan, bağımsız" olarak tanımlanırken, Yunan birlikleri üzerinden "Çalköy'de perişan bir halde toplanan" ifadeleriyle düşman tasarımı yapıldığı bulgulanmıştır.

Tablo 91: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk kim?
• Ulu önder • Büyük önder • Ortak Atalar kim? • Onurlu ve bağımsız yaşama azmi olan • Vatan sevgisi, yıkılmaz azim ve iradesi olan • Edip Somunoğlu • Nezahat Onbaşı • Yakup Şevki Paşa
Mustafa Kemal Atatürk'ün Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri
"Ordular! ilk hedefiniz Akdeniz'dir. İleri!"

30 Ağustos Zafer Bayramı'nda yayınlanan kamu spotu metinlerinde ortak köken/soy miti yeniden üretilirken Mustafa Kemal Atatürk, "ulu önder, büyük önder" ortak atalar, "onurlu ve bağımsız yaşama azmi, vatan sevgisi, yıkılmaz azim ve iradesi olan" sıfatlarıyla nitelendirilmiştir. Bu bağlamda metinlerde milli kimliğin tarihi figürler ve kahramanlık üzerinden tasarladığı görülmektedir.

Tablo 92: Ortak Geçmişi Vurgulayan Anılar Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Dumlupınar/Başkomutanlık Meydan Muharebesi	3	3

Kamu spotu metinlerinde ortak geçmişi vurgulayan anılar üzerinden milliyetçiliğin yeniden üretiminde, 30 Ağustos Zafer Bayramı'nın ilişkili olduğu savaş Dumlupınar Meydan Muharebesi/Başkomutanlık Meydan Muharebesi kaydedilmiştir.

4.2.2.7. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Kamu Spotu Metinlerinin Bulguları

Tablo 93: Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretiminde Söz Dağarcığı Kullanımı

Kolektif İsimler			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Ordu		2	1
Yedi düvel		2	2
Millet		19	7
Vatan		7	3
Vatandaş		1	1
Türk milleti		10	3
Toprak		2	2
Ecdad		1	1
Türkiye Cumhuriyeti		5	5
Türkiye Büyük Millet Meclisi		1	1
Sıfatlar			
		Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Millet	Yokluk içinde yedi düvele karşı	1	1
	Aziz	1	1
	Kahramanlığı bir destan olan	1	1
	Hürriyet yolunda	1	1
	Koskoca	1	1
	Kahraman	1	1
Türk Milleti	Tarih boyunca özgürlüğüne ve bağımsızlığına düşkün olan	1	1
	Karakteri yüksek, zeki, çalışkan	1	1
	Esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen	1	1
Türkiye Cumhuriyeti	İlelebet payidar kalacak	1	1
Türkiye Büyük Millet Meclisi	Millet iradesinin sesi	1	1
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı	Cumhuriyet vatanı yar belleyenlerin hür iradesi	1	1
	Cumhuriyet geceyi gündüze çevirmek için gece gündüz demeden çalışanların yolu	1	1
	Cumhuriyet ben demeden biz diyebilenler topluluğu	1	1
	Cumhuriyet bayrağın dalgalandığı her yeri vatan bilmek	1	1
	Cumhuriyet bu milletin gülümseyen yüzü olabilmek demek	1	1
	Hürriyet aşkıyla tarihin yeniden yazıldığı bu yolda son istasyondur cumhuriyet.	1	1
Nesne, Zarf ve Fiiller			
		Kullanım Sayısı	**Reklam Sayısı**
Cumhuriyet	Cumhuriyeti ilan etmek	2	2
	Cumhuriyeti kazanmak	1	1
	Cumhuriyete aşk ve	1	1

	sadakatle bağlı kalmak		
	Türkiye Cumhuriyeti'ni kurmak	1	1
Başarı	Destan yazmak	3	3
	Tarihi yeniden yazmak	1	1
	Her türlü zorluğa göğüs germek	1	1
	Kupa kaldırmak, madalya kazanmak	1	1
	Bayrağımızı gururla taşımak	1	1
	Milletin emrinde, görevinin başında olmak	1	1
	Zor şartlarda elde etmek	1	1
Öteki	Boyunduruk altında yaşamamak	1	1
	Bayrağı indirmemek	1	1
	Ezanları susturmamak	1	1
	Vatan topraklarının işgal edilmesi	1	1
Birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu	El ele geleceğe yürümek	1	1
	Özgürlükten, zaferden, hayallerden, umutlardan vazgeçmemek	1	1
	Sadakatla bağlı kalmak	1	1
	Tarafsız ve eşitlik ilkelerine bağlı kalmak	1	1
	Türk Milletinin, Milli, Ahlaki, İnsani, Manevi ve Kültürel değerlerini benimseyip, koruyup bunları geliştirmek için çalışmak	1	1
	Bu büyük devletin ve bu kahraman milletin Cumhurbaşkanı olmaktan şeref duymak	1	1
	Ecdadımızın emanetine sahip çıkan kahraman milletimize ve bize dualarıyla destek olan tüm dostlarımıza en kalbi şükranları sunmak	1	1
	Namus ve şeref üzerine ant içmek	1	1

Ortak Geçmişe Vurgu Yapan Olayları Sembolize Eden Mekânlar		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Ankara	1	1
Etiketler		
#sonistasyoncumhuriyet	1	1
Anma Mesajları		
	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'mız kutlu olsun.	5	5
29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun	3	3

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na ilişkin kaydedilen kamu spotu metinlerinde "Türk milleti, vatan, Türkiye Cumhuriyeti" kolektif isimlerinin ağırlıklı olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Metinlerde Türk milleti, "yokluk içinde yedi düvele karşı olan, aziz, kahramanlığı bir destan olan, hürriyet yolunda, koskoca, kahraman, tarih boyunca özgürlüğüne ve bağımsızlığına düşkün olan, karakteri yüksek, zeki, çalışkan, esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen" ifadeleriyle meydan okuma, kutsallık ve kahramanlık üzerinden yeniden üretilmiştir.

Kamu spotu metinlerinde kullanılan nesne, zarf ve fiillerde milliyetçi söylemin "Cumhuriyet, kültür, ortak tarih ve atalar, bağlılık, birlik, bayrak, din" üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Cumhuriyet ideolojisi ise "vatanı yar belleyenlerin hür iradesi, geceyi gündüze çevirmek için gece gündüz demeden çalışanların yolu, ben demeden biz diyebilenler topluluğu, bayrağın dalgalandığı her yeri vatan bilmek, bu milletin gülümseyen yüzü olabilmek, hürriyet aşkıyla tarihin yeniden yazıldığı bu yolda son istasyondur" olarak tanımlanarak milliyetçi söylem, vatan, biz, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu ve bayrak üzerinden yeniden üretilmiştir.

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na ilişkin TCDD tarafından yayınlan "son istasyon Cumhuriyet" etiketiyle sonsuzluk/ebedilik söyleminin vurgulandığı kaydedilirken, kutlama mesajlarında milliyetçiliğin ağırlıklı olarak "biz" üzerinden iletildiği bulgulanmıştır.

Tablo 94: Biz-Öteki Karşıtlığı Üzerinden Araçsalcı Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

1. Üyelik: Biz kimiz? Kimler bizden? Kimler kabul edilebilir? • Aziz milletimizin bağrından kopup jandarma olmanın onurunu yaşayan • Cumhuriyetimize aşk ve sadakatle bağlı jandarma ordusu • Birinci Dünya Savaşı sonrasında işgal edilen vatan topraklarında yeniden can suyu bulurken ilk adımı atan Atatürk ve silah arkadaşlarıyla birlikte milletle olan • Yedi düveli dize getiren kurtuluş destanını yazarken milletle birlikte olan • Tarih boyunca özgürlüğüne ve bağımsızlığına düşkün olan Türk milleti • Mustafa Kemal Atatürk'e borçlu • Ecdadımızın emanetine sahip çıkan kahraman millet • Karakteri yüksek, zeki, çalışkan • Vatana canını feda eden
2. Etkinlikler: Ne yapıyor ya da planlıyoruz? Bizden ne bekleniyor? • Bu bayrağı indirmemek için, bu ezanları susturtmamak için cumhuriyeti ilelebet yaşatmak ve

yüceltmek için muhtaç olduğumuz kudreti nerede bulacağımızı biliyor kanunların izinde sizinle el ele geleceğe yürüyoruz. • Jandarma ordusu milletimizin emrinde görevinin başındadır. • Yüreğinde vatan, millet, bayrak ve cumhuriyet aşkıyla ebedi Başkomutan'ımız Mustafa Kemal Atatürk'ün gösterdiği çağdaş uygarlık yolunda daima Türk milletinin gönlünde Türk milletinin emrindeyiz. • Göz yaşı, onur, gurur, umut, inanç, zafer. • Her daim insanımız için her türlü zorluğa göğüs gererek sağlığınız için yanınızdayız. • Geleceğe büyük bir ümit, inanç ve gayretle yürümek. • "Polis Yemini" Türkiye Cumhuriyeti Anayasasına, Atatürk İlke ve İnkılaplarına Anayasada ifadesi bulunan Türk Milliyetçiliğine sadakatla bağlı kalacağıma Türkiye Cumhuriyeti Kanunlarını Milletin hizmetinde olarak, tarafsız ve eşitlik ilkelerine, bağlı kalarak uygulayacağıma, Türk Milletinin, Milli, Ahlaki, İnsani, Manevi ve Kültürel değerlerini benimseyip, koruyup bunları geliştirmek için çalışacağıma, İnsan Haklarına ve Anayasanın Temel İlkelerine dayanan, Milli, Demokratik, Laik bir Hukuk Devleti olan, Türkiye Cumhuriyetine karşı görev ve sorumluluklarımı bilerek, bunları davranış halinde göstereceğime namusum ve şerefim üzerine ant içerim.

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kamu spotu metinlerinde "biz" olgusunun Mustafa Kemal Atatürk, ortak atalar ve Cumhuriyet ideolojisi aracılığıyla ağırlıklı olarak meydan okuma, öteki, birlik, beraberlik, dayanışma ve fedakârlık değerleri üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır. "Biz"den beklentiler metinlerde "bayrak, ezan, Cumhuriyet, birlik, beraberlik, vatan, millet, göz yaşı, onur, gurur, umut, inanç, zafer" kavramları vurgulanarak iletilmektedir. Bu bağlamda milliyetçi söylemin din, bayrak ve Cumhuriyet çerçevesinde yeniden üretildiği görülmektedir.

Tablo 95: Ortak Köken/Soy Miti üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

Mustafa Kemal Atatürk kim? • Yüreğinde vatan, millet, bayrak ve cumhuriyet aşkıyla ebedi Başkomutanımız • Cumhuriyetimizin banisi
Ortak Atalar kim? • Yokluk içinde yedi düvele karşı bir millet • Tarih boyunca hiç bir zaman alacağı tek bir nefese bağımsızlığından fazla kıymet biçmemiş bir millet • Boyunduruk altında yaşamaktansa ya istiklâl ya ölüm diyen bir millet • Hakimiyeti ne zaman tehlikeye düşse yeni bir destan yazmış • Hürriyet yolunda bir millet • Esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen Türk milleti • Selçuklu ve Osmanlı

Kamu spotu metinlerinde ortak köken/soy mitinin analiz edildiği metinlerde Mustafa Kemal Atatürk, "yüreğinde vatan, millet, bayrak ve cumhuriyet aşkıyla ebedi Başkomutanımız, Cumhuriyetimizin banisi" olarak nitelendirilirken milli

kimliğin kolektiviteye üyelik kıstası vurgulanarak tasarlandığı ortaya çıkmıştır. Ortak atalar ise "yokluk içinde yedi düvele karşı, tarih boyunca hiç bir zaman alacağı tek bir nefese bağımsızlığından fazla kıymet biçmemiş, boyunduruk altında yaşamaktansa ya istiklâl ya ölüm diyen bir millet, hakimiyeti ne zaman tehlikeye düşse yeni bir destan yazmış, hürriyet yolunda, esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen Türk milleti" şeklinde tasarlanarak milliyetçi söylemin meydan okuma, kahramanlık değerleriyle Selçuklu ve Osmanlı üzerinden yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 96: Recep Tayip Erdoğan'ın Kamu Spotu Metinlerinde Kullanılan Cümleleri

"Bugün Gazi Mustafa Kemal'in önderliğinde ilan ettiğimiz 29 Ekim 1923'te egemenlik kayıtsız şartsız milletindir ilkesi ve ülkemizi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarma hedefiyle Türkiye Cumhuriyeti'ni kurdu."
"Sevgili vatandaşlarım. Esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen Türk milleti istiklaline ve istikbaline kasteden işgalcilere karşı başlattığı Kurtuluş Savaşı'nı tarihte benzeri görülmemiş bir kahramanlıkla zaferle taçlandırmıştır. Bu büyük zaferin ardından 29 Ekim 1923'te egemenlik kayıtsız şartsız milletindir ilkesi ve ülkemizi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarma hedefiyle Türkiye Cumhuriyeti'ni kurdu. Cumhuriyeti'mizi 2200 yıllık devlet geleneğimizle yaşadığımız coğrafyadaki bin yıllık Selçuklu ve Osmanlı mirasının, o günün zor şartlarında elde edilmiş kazanımı olarak görüyoruz. Bu büyük devletin ve bu kahraman milletin Cumhurbaşkanı olmaktan şeref duyuyorum. Birliğimize, beraberliğimize, kardeşliğimize, vatanımıza, istiklalimize, geleceğimize kasteden hiçbir saldırı başarılı olamayacaktır. Cumhuriyetimizin banisi Gazi Mustafa Kemal başta olmak üzere bu toprakları bize vatan kılmak için fedakarlıkla mücadele eden tüm gazilerimizi minnetle yad ediyor bu uğurda canlarını veren tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet diliyorum. Ecdadımızın emanetine sahip çıkan kahraman milletimize ve bize dualarıyla destek olan tüm dostlarımıza en kalbi şükranlarımızı sunuyorum. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun."

Metinlerde Mustafa Kemal Atatürk'ün aktarılan cümlelerinde Cumhuriyet, Türklük, Türk milleti vurgulanırken, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın alıntılanan cümlelerinde milliyetçi söylemin, Atatürk ve ortak atalar (ecdat), vatandaşlık, Kurtuluş Savaşı, Türkiye Cumhuriyeti, Selçuklu ve Osmanlı mirası, birlik, beraberlik, kardeşlik, vatan, meydan okuma, fedakârlık, şehitlik ve din üzerinden yeniden üretildiği belirlenmiştir.

Tablo 97: Din Üzerinden Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Ezan	1	1
Allah	1	1

Dua	1	1

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kamu spotu metinlerinin analizinde marka reklamlarından farklı olarak milliyetçi söylemin ezan, dua ve Allah kavram ve olguları kullanılarak din üzerinden de yeniden üretildiği bulgulanmıştır.

Tablo 98: Kolektiviteye Üyelik Kıstasına Göre Milliyetçiliğin İnşası ve Yeniden Üretimi

	Kullanım sayısı	**Reklam sayısı**
Halk	-	-
Millet	31	6
Vatandaş	1	1
Yurttaş	-	-
Ulus	1	1

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kamu spotu metinlerinde kolektiviteye üyelik kıstasına göre milliyetçiliğin ağırlıklı olarak millet üzerinden tasarlandığı belirlenmiştir. Ayrıca vatandaş ve ulus kıstasının birer defa kullanıldığı kaydedilmiştir.

4.3. BULGULARIN YORUMLANMASI VE TARTIŞMA

2019 yıllında Star TV, Kanal D, ATV, TV8, FOX TV, SHOW TV kanallarına reklamveren markaların milli bayramlar ve anma günlerine ilişkin reklamları, bu markaların Youtube kanallarında 2017-2019 tarihleri arasında yayınladıkları reklamları ve kamu kurum ve kuruluşların aynı tarihlerde Youtube kanallarında yayınladığı kamu spotlarının söylem analizi yöntemiyle incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular, analiz öncesi oluşturulan varsayımları büyük ölçüde desteklemekte ve doğrulamaktadır.

Çalışmamızın birinci bölümünde Anthony Smith'in etnik grubun boyutlarını kolektif isim, ortak soy miti, ortak tarih, özel ortak kültür (dil ve din), belli bir teritorya ile özdeşleşme, dayanışma duygusu olarak sınıflandırdığını belirterek, çalışmamızın analiz bölümünde reklam ve kamu spotu metinlerinde söz konusu bu bileşenleri irdeledik (Smith, 2012). Yapılan söylem analizi sonucunda çalışmanın

tüm varsayımlarıyla ilişkili olan birinci varsayımı Türkiye'de siyasi ve kültürel milliyetçi söylemin, etnik toplulukları oluşturan ve milli kimliğe geçişte belirleyici olan bileşenlerin vurgulandığı reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla gündelik hayatta yeniden üretildiği doğrulanmıştır.

Elde edilen veriler, reklam ve kamu spotu metinlerinde kullanılan kolektif isimler aracılığıyla yeniden üretilen milliyetçi söylemin Türk milliyetçiliğinin yapısına ilişkin önemli ip uçları sunmaktadır. Metinlerde kolektiviteye üyelik kıstasına göre kaydedilen kolektif isimler kullanım sıklığına bağlı olarak sırasıyla millet/Türk milleti (108/25), Türk (73), ulus/Türk ulusu (15/2), vatandaş (15), halk (10), yurttaş (3) şeklinde saptanmıştır. Kamu spotu metinlerde kolektiviteye üyelik kıstasına göre kaydedilen kolektif isimler ise kullanım sıklığına bağlı olarak sırasıyla Türk milleti/millet (44/35), halk (9), Türk vatandaşı/vatandaş (2/2), Türk ulusu/ulus (1/1), Müslüman (2) olarak belirlenmiştir. Reklam metinlerinde ulus, vatandaş, halk ve yurttaş, kamu spotu metinlerinde ise vatandaş kolektif isimlerin kullanım sıklığı düşük düzeyde kaydedilmiştir. Görüldüğü üzere metinlerde Türk ifadesi yoğun bir şekilde kaydedilmiştir. Tanıl Bora'nın da dikkat çektiği gibi bu durum homojenlik ülküsünün bir ifadesidir. Yanı sıra, etnik kimliğe, bütün mensuplarını belirleyen ve onların başka bütün sıfatlarını talîleştiren bir öz atfetmenin ifadesidir (Bora, 2020: 229). Bu bağlamda sivil milliyetçiliğin bileşenlerinden biri olan vatandaşlık ve ulus kavramları, tıpkı Müslümanlık gibi Türk olmakla eş değer tutulduğu için düşük düzeyde kullanıldığı yorumunu yapılabilir. Bu durum etnik yani kültür milliyetçiliğinin baskın bir strateji olarak kullanıldığına işaret etmektedir.

Reklam metinlerinde teritoryal sınırlara ilişkin kaydedilen kolektif isimler aracılığıyla milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretiminde kullanım sıklığına göre ülke (47), Türkiye (44), vatan (27), toprak (22), memleket (16), Anadolu (16), Yurt (5), cennet (1) kolektif isimlerinin kullanıldığı saptanmıştır. Elde edilen bulgular teritoryal sınırlar üzerinden milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde yine yurttaşça bir yeniden üretimin değil milli bilince duygusal gücünü veren sembolik algıyı destekleyen ülke, vatan, toprak, memleket ve Anadolu kolektif isimlerinin vurgulandığı dikkat çekmektedir. Sıklıkla birbiriyle karıştırılan vatan ve memleket

kavramları teritoryaya duygusal gücünü veren sembolik sınırlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kamu spotu metinlerinde ise teritoryal sınırlara ilişkin kaydedilen kolektif isimler aracılığıyla milliyetçiliğin kullanım sıklığına göre vatan (31), toprak (12), Anadolu (7), Türkiye Cumhuriyeti (7), ülke (7), yurt (6), memleket (3), cennet (1) üzerinden yeniden üretildiği saptanmıştır. Kolektif isimlerin kullanım sıklığı reklam ve kamu spotu metinlerinde benzerlik göstermektedir. Hem reklam metinlerinde hem de kamu spotu metinlerinde vatan kolektif isminin memleket isminden daha sık kullanıldığı tespit edilmiştir. Fakat vatanseverlik ve memleket sevgisinin farklı anlamlara geldiğini ve sıklıkla birbirinin yerine kullanıldığını çalışmamızın birinci bölümünde irdelemiştik. Memleket sevgisi, kişinin doğduğu yerle arasındaki derin bağ ile ilişkiliyken vatan sevgisinin kökü millet fikrine dayanmaktadır. Metinlerde millet kolektif isminin yoğun olarak kullanılması da bu durum ile ilişkilidir. Söz konusu bu kavramların kullanımı milliyetçi devletlerin birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun oluşturulması için gösterdiği çabaların bir sonucudur.

Bulgulardan elde edilen verilerin sonucunda kolektiviteye üyeliğin, büyük oranda yurttaşça olmak zorunda olan bireyselci milliyetçiliğin aksine etnik temelli "Türk olarak millet" üzerinden tanımlandığı ortaya çıkmıştır. Elde edilen söz konusu bu veri, reklam iletilerinde "biz" kavramının yani kolektiviteye aidiyetin etnik bir ifadeyle millet ekseninde tasarlandığı ve kültür milliyetçiliğinin baskın ideoloji olarak kullanıldığı, ulus kavramıyla ilişkili olan vatandaşlık ve yurttaşlık bağı anlayışına dayanan sivil milliyetçiliğin, baskın strateji olarak kullanılmadığı varsayımlarını doğrulamaktadır. Ayrıca kamu spotlarında reklamlardan farklı olarak kolektiviteye üyelik Müslümanlık kriteriyle de tanımlanmıştır. Elde edilen bu veri daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi Sünni Müslüman olmanın Türk olmakla eşdeğer tanımlandığını göstermektedir.

Reklam metinlerinde kolektif isimleri nitelendirerek milli bilince ve milli kimliğe duygusal gücünü sağlamak amacıyla kullanılan sıfatlar kolektiviteye üyeliğin ve Türk milli kimliğine kabulün şartları; beklenti, fedakârlık ve öteki vurgusu yapılan birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, ızdırap dolu bir ortak

geçmiş, şehitlik söylemi ve kutsallık üzerinden din unsurlarıyla tasarlandığını göstermektedir. Ayrıca "ay yıldız-kırmızı-bayrak, şehit olmak-toprağa düşmek, vatan sevgisi-memleket sevgisi, kınalı kuzu-asker, Anadolu-vatan-yurt, millet-halk-vatandaş-yurttaş" gibi eş anlamlı gibi algılanan fakat eş anlamlı olmayan kavramların reklam metinlerinde kullanımı milliyetçi söylemin duygusal gücünün vurgulandığını göstermektedir. Örneğin, Billig'in üzerinde durduğu "bayrak kültü" gündelik hayatta en çok rutinleştirilen ve gözden kaçan modern devletlerin sembollerinden biridir (Billig, 2002). Bu nedenle bayrağın milli bilinçte yansıması aynı zamanda bilinçli bir farkındalığı içermediği için kutsallığı simgelemektedir.

Reklam metinlerde militarizmle ilişkili olarak kaydedilen kolektif isimler kullanım sıklığına göre asker (30), şehit (29), kahraman (16), gazi (8), Mehmetçik (5) olarak saptanmıştır. Kamu spotu metinlerde militarizmle ilişkili olarak kaydedilen kolektif isimlerin şehit (40), gazi (18), kahraman (15), Türk ordusu/ordu (7/2), asker (5), Mehmetçik (1) olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Analizlerden elde edilen bu veriler, milliyetçiliğin reklam ve kamu spotu metinlerinde de ağırlıklı olarak ortak ataların yüceltilmesini sağlayan şehitlik, gazilik ve kahramanlık söylemleri üzerinden yeniden üretildiğini göstermektedir. Reklam metinlerinden farklı olarak kamu spotlarında Türk ordusu/ordu kolektif isimlerinin de kullanıldığı bulgulanmıştır.

Elde edilen veriler, çalışmamızın birinci varsayımıyla ilişkili olarak reklamların, etnik grupların ortak köken/soy boyutuyla ilişkili olarak ortak atalar ve ortak tarih aracılığıyla geçmişin duygusal bir söylemle yüceltilmesinde ve milli bilincin yeniden üretilerek sürekliliğinin sağlanmasında ideolojik ve kültürel bir araç olduğu varsayımını doğrulamaktadır. Reklam metinlerinde geçmişe duygusal gücünü veren ortak atalar ve tarih; şehitlik/din, vatan/toprak, kahramanlık, tarihi kahramanlar, bayrak, ortak geçmişi sembolize eden mekânlar, ortak geçmişi vurgulayan anılar, Cumhuriyet ideolojisi ve Mustafa Kemal Atatürk ve banal unsurlar üzerinden tasarlanmıştır. Kamu spotu metinlerinde ise geçmişe duygusal gücünü veren ortak atalar ve tarih; kan, bayrak, teritorya, şehitlik/din, öteki/meydan okuma, birlik ve beraberlik, tarihi figürler ve kahramanlık değerleriyle özellikle Selçuklu ve Osmanlı üzerinden tasarlandığı bulgulanmıştır. Kamu spotlarında adı

geçen tarihi kahramanlar Süleyman Şah, Osman Gazi, Edip Somunoğlu, Nezahat Onbaşı, Yakup Şevki Paşa olarak kaydedilirken, reklam metinlerinde bahsedilen tarihi kahramanlar Kurtuluş Savaşı'na vurgu yapan Hasan Tahsin, Şerife Bacı, Şahin Bey, Sütçü İmam, Nezahat Onbaşı, Şekerci Ökkeş, Şerife Bacı, Yörük Ali Efe şeklinde kaydedilmiştir. Acılarla dolu ızdıraplı ortak bir geçmiş üzerinden milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretimi, milliyetçiliğin, literatürde büyük bir sorunsal olarak karşımıza çıkan insanların millet/vatan/memleket için canını feda etmesinin açıklanamayan nedeninin dayanaklarından biri olabilmektedir. Çünkü Traverso'nun ifadesiyle söyleyecek olursak geçmiş; kültürel duyarlılıklara, etik sorgulamalara ve şimdiki zamanın politik gereklerine göre ayaklanıp yeniden yorumlandıktan sonra kolektif belleğe dönüşmektedir (Traverso, 2019: 10).

Çalışmamızda banal unsurlar olarak kaydedilen gündelik hayatta gömülü olan mektup, marş, türkü ve şiirlerin ortak noktası ise talep edilen fedakârlıklara duyguda bir karşılık yaratmanın amaçlanmasıdır. Çünkü mektup, marş, türkü ve şiirler, köken mitini gündelik hayat içerisinde doğallaştırarak hep varmış gibi yansıması için kullanılan birleşenler arasında yer almaktadır. Başlangıcın tarihsel, kökenin ise mitik olduğunu vurgulayarak kökeni başlangıçtan ayıran Paul Ricoeur'un dediği gibi akılda tutmaya özgü geçmiş zamanı "kökensel" saymak, bunun imge halinde bir temsil olabileceğini yadsımak demektir (Ricoeur, 2012: 53-159). Devletlerin temel emellerinden biri de kökensel duyguyu ve bu duyguyla ilişkili olan temsili, örtük ve sıradan bir şekilde gündelik hayatta yeniden üretebilmektir.

Milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde ortak kültürün temel unsurlarından biri dindir. Reklam metinlerde din olgusuna ilişkin "Şehadet şerbeti, ezan, hilâl, Allah, zekat, ezan, iman, sela, şehitlik, aziz" kelimeleri kaydedilmiştir. Kamu spotu metinlerinde ise din olgusuna ilişkin şehitlik, Allah, Rab, Minare, Ezan, Sela, Dua, Müslüman/Müslümanlık, Cihat, Ramazan, Mevlid-i Şerif, Şehadet şerbeti söylemleri kaydedilmiştir. Reklam ve kamu spotu metinlerinde din olgusuna ilişkin kaydedilen en belirgin söylem şehitlik olarak bulgulanmıştır. Söz konusu bu veri, yine birinci varsayımla ilişkili olarak reklam ve kamu spotu metinleri aracılığıyla milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde ortak kültürün temel unsurlarından olan din kategorisinde, şehitlik söyleminin temel referans kaynağı olarak işlev gördüğü

varsayımını doğrulamaktadır. Çalışmamızda temel referans kaynağı olarak altı çizilen şehitlik, hiçbir sivil eylem ve 'yararlılığın' tartamayacağı, en yüksek, en değerli fedakârlık olarak, başka her türlü mahrumiyeti, başka her türlü hak ve hukuku önemsizleştirir (Bora, 2020: 238). Elde edilen veriler, reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla şehitlik söyleminin gündelik hayatta yoğun bir şekilde yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu varsayımın doğrulanması aynı zamanda metinlerde yurttaşlık ve vatandaşlık bağı anlayışına dayanan sivil milliyetçiliğin, baskın strateji olarak kullanılmadığı varsayımlarını da desteklemektedir.

Reklam ve kamu spotu metinlerinde doğrudan din kelimesinin kullanılmadığı görülmektedir. Metinlerde vatan sevgisi ve imanın bağdaştırılması, din yerine iman sözcüğünün kullanıldığı belirlenmiştir. Elde edilen bu veri en genel biçimde Carl Gustav Jung'un ifadesiyle açıklayabiliriz. "Din" yerine "iman" kelimesini kullanmayı tercih eden Jung'a göre iman kesin bir kolektif inancın ifadesidir, oysa din sözcüğü belli bazı fizikötesi ve dünya ötesi faktörlerle kurulan öznel ilişkiyi ifade eder. İman ana hedefi bu dünya olan bir inanç bildirimidir, dolayısıyla dünyevi bir ilişkidir. İman sahibi olmak her zaman dinsel bir konu değil, daha ziyade sosyal bir konudur (Jung, 1999: 58-59). Bu nedenle reklam metinlerinde iman kelimesinin kullanıldığını söyleyebiliriz. Örneğin, 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi "iman zaferi" olarak nitelendirilmiş, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin reklam metninde ise "biz" "iman dolu göğüsler" şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca kitlelerin dinsel motiflerle harekete geçmeleri, bu uğurda hayatlarından vazgeçmeyi göze alabilmeleri yeni değildir. Yeni olan, milliyetçi entelektüel-politik tasavvurun, bu bakiyeyle kaynaşabilmesidir. Bir entelektüel tasarım olarak gelişen milliyetçi muhafazakârlığın kitleselleşebilmesi, inanç algısına dayalı bir ikna başarısı yaratabilmesiyle doğru orantılıdır (Taşkın, 2019: 31).

Reklam metinlerde kaydedilen nesne, zarf ve fiiller ise birlik, beraberlik algısı ve duygusal dayanışmanın hangi anlam ve sembollerle tasarlandığını ortaya çıkarmıştır. Metinlerinde birlik, beraberlik algısı ve duygusal dayanışma üzerinden milliyetçiliğin yeniden üretiminde fedakârlık, meydan okuma ve başarı unsurlarının kullanıldığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgular reklamlar aracılığıyla milliyetçi söylemin yeniden üretilmesinde birlik, beraberlik algısı ve dayanışma duygusunun ve

biz-öteki karşıtlığının temel referans kaynakları olarak işlev gördüğü ve birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu üzerinden reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla yeniden üretilen bir üst kimlik olarak Türklüğün duyguda yansımasının "fedakârlık, meydan okuma, başarı" kavramlarına dayandığı varsayımlarını doğrulamaktadır.

"Fedakârlık, meydan okuma ve başarı" kavramlarını toplumsal inşa ve siyasal psikoloji perspektifleriyle değerlendirdiğimizde milliyetçi söylemin gündelik hayatta nasıl doğallaştırıldığına ilişkin çıkarımlar elde etmemiz mümkün olabilmektedir. Çalışmamızda yanıtını aradığımız "Bunu niçin yapıyoruz? Ne elde etmek istiyoruz?" soruları reklam metinlerinde fedakârlığın ağırlıklı olarak vatan, toprak, memleket, ülke, millet, Türkiye, bayrak, Cumhuriyet, Mustafa Kemal Atatürk, din, şehitler, başarı, rekabet, yarınlar ve gelecekle ilişkili olan gençler ve çocuklar için talep edildiği saptanmıştır. Kamu spotlarında ise fedakârlık vatan, toprak, millet ve şehitlik unsurları üzerinden talep edildiği görülmektedir. Reklam ve kamu spotu metinlerinde fedakârlık duygusu üzerinden tasarlanan birlik, beraberlik algısı ve dayanışma duygusunun ağırlıklı olarak şehitlik söylemiyle ilişkili olarak vatan, toprak, memleket, millet için "canını/hayatını hiçe saymak/feda etmek/vermek/ortaya koymak"; Cumhuriyet ve Mustafa kemal Atatürk'ün değerlerine sahip çıkmak için gelecek vurgusuyla tasarlanan mesajlar kaydedilmiştir.

Elde edilen bu verileri, Türk milliyetçiliğinin etnisist, Kemalist, neoliberal ve bu ideolojilerden beslenen muhafazakâr milliyetçilik yaklaşımlarıyla yeniden üretildiği şeklinde yorumlayabiliriz. Çünkü milliyetçiliğin duygusal gücünün yeniden üretimiyle bağlantılı olan ve milliyetçilik literatüründe problemli bir alan olan fedakârlık söylemi, araçsalcı bakış açısıyla bireylerin gündelik hayatta inşa edilen veya yeniden üretilen millet fikrinin etnik toplulukların bileşenleri olan kültürel özdeşlik (din-dil), ortak atalar/köken/ırk ve teritorya gibi unsurlarla doğallaştırılması ve paylaşılan değerler tasarlanması nedeniyle milli kimliğe bağlanmasını mümkün kılabilmektedir.

Reklam metinlerinde bizden beklentileri vatan/memleket sevgisi, (şehitleri, kahramanları, zaferlerimizin nasıl kazanıldığını, Mehmetçikleri, Mustafa Kemal Atatürk'ü) hatırlamak, unutmamak, unutturmamak, mücadele etmek, başarılı olmak,

çalışmak, birlik olmak şeklinde özetleyebiliriz. Kamu spotu metinlerinde bizden beklentileri ise şehitleri, tarih yazan bir milletin torunları olduğunu unutmamak, birlik olmak, bayrak, ezan, Cumhuriyet için el ele yürümek, vatan, millet, bayrak ve cumhuriyet aşkıyla Mustafa Kemal Atatürk'ün gösterdiği çağdaş uygarlık yolunda olmak, cesaretli olmak. Reklam metinleri ve kamu spotu metinlerde vurgulanan ortak beklenti olan unutmamak ve birlik olmak milliyetçi söylemin temel unsurlarıdır. Billig'in de işaret ettiği üzere milli kimlik sadece sahip olunması tabii görünen bir şey değil, aynı zamanda hatırlanılması da tabii görünen bir şeydir. Ancak bu hatırlayış için devreye aynı zamanda bir unutuş da girer, milliyetçilik ideolojisi karmaşık bir hatırlatma ve unutma diyalektiği içinde işler. Milli kimlik her an hafızalardadır; çünkü bu kimlik durmadan milletliği anımsatan, veya onu ortalık yerde "dalgalandıran" günlük rutinlere yerleşmiştir (Billig, 2002: 50).

Reklam metinlerinde birlik, beraberlik algısı ve duygusal dayanışma üzerinden milliyetçiliğin yeniden üretiminde başarı beklentisi ve duygusunun ise kolektif başarı çerçevesinde tasarlandığı bulgulanmıştır. Çalışmak kavramıyla kutsanan başarı beklentisi, milliyetçiliğin muhafazakâr ve neoliberal bir söylemle yeniden üretilmesi anlamına gelmektedir. Metinlerde kolektif başarı, millet/ülke/vatan/memleket olgularına dayandırılırken ağırlıklı olarak "unutmamak/unutturmamak, korkmamak, mücadele etmek, çalışmak, üretmek, güçlü olmak, inanmak" fiillerinin kullanıldığı belirlenmiştir. Hedonizm, arzu ve bireyselleşmenin kışkırttığı tüketim kalıplarının yaşam tarzlarında içselleştirilmesi amacıyla 1980'lerden itibaren kutsanan başarı mitleri, neoliberal milliyetçi ideolojinin etnisist, Kemalist ve muhafazakâr milliyetçilik anlayışlarıyla eklemlenmesinin bir göstergesidir. Tanıl Bora'nın ifadesiyle liberal iktisadî milliyetçilik söylemi, 'saf' haliyle, milli kimliği, dünyanın ileri/zengin ülkelerinin, yani Batı'nın düzeyine erişme şevki ve yeteneği temelinde tanımlar. Daha önce belirttiğimiz gibi geç kalınmış olan modernliğe ve kapitalizme uyum sağlamaktaki arzu, ataklık, dinamizm, bir milli haset olarak yüceltilir (Bora, 2020: 265).

Ayrıca İslâmî burjivazinin ruhunda, çalışmak başlı başına övgüye layık ve maddi bir karşılığı da olan bir değerdir. Çalışmaya atfedilen değer çok boyutludur: Hem ekonomik hem toplumsal ve milli hem de psikolojik ve manevi bir değer olarak

görülür. Çalışmaya, toplumla ilgisi olan sembolik bir anlam yüklerler. Çalışma, topluma karşı bir ödev olarak yüceltilirken ülkenin kalkınmasına katkı sunmanın bir yolu olarak da görülmektedir (Yankaya, 2018: 185). Bahadır Türk'ün belirttiği gibi de Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasetinin kurucu unsurlarından biri de siyaseti bir eser sunma alanı ve hizmet yarışı olarak gören teknik perspektiftir (Türk, 2018: 211).

Milliyetçiliğin biz-öteki karşıtlığı üzerinden yeniden üretiminde meydan okumanın vurgulandığı reklam ve kamu spotu metinleri de fedakârlık söylemi gibi yoğunluk göstermektedir. Metinlerde meydan okuma söyleminin büyük oranda "zafer ve kutsallık" değerleri üzerinden yeniden üretildiği ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular, reklam ve kamu spotu metinlerinde biz-öteki karşıtlığı üzerinden yeniden üretilen kimlik örüntülerinin, meydan okuma üzerinden "zafer, intikam, kutsallık" değerlerini ortaya çıkarmaya aracılık ettiği varsayımını büyük oranda doğrulamaktadır. Çünkü metinlerde intikam söyleminin ağırlıklı strateji olarak kullanılmadığı ortaya çıkmıştır.

Özellikle 15 Temmuz Milli Birlik ve Demokrasi Günü'nde yayınlanan reklam ve kamu spotları meydan okumanın en keskin örneklerini sunmaktadır. Reklam metinlerinde "Biz Daha Romayı Fethedeceğiz" "geçilmez ol" "alçaklara set vurmak" "gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik durmak" meydan okumaya dair kaydedilen en çarpıcı ifadelere örnek gösterebiliriz. Kamu spotu metinlerinde ise "destan/tarih yazmak, sonsuza kadar unutmamak/unutturmamak, kalleşliğe geçit vermemek, karşısına dikilmek, hezimete uğratmak, haykırmak" fiilleri meydan okumaya işaret etmektedir. Çalışmamızın birinci bölümünde vurguladığımız gibi Renan'ın ifadesiyle ulus, yapılan ve daha da yapmaya hazır olunan fedakârlıkların duygusuyla oluşan büyük bir dayanışmadır. Bir geçmiş gerektirir; ancak şimdide somut bir olayla tekrar edilir (Renan, 2019: 51).

Ötekinin yeniden üretiminde kullanılan meydan okuma söylemi, Türk toplumunun kuruluşundaki sosyo-psikolojik gelişmelerin bir ürünü olduğunu da söyleyebiliriz. Toynbee'e göre de Avrupa "Batılı olmayan çağdaşlarına acıyarak ve tiksinerek bakmaktadır" (Toynbee, 2007: 1). Türkiye ise beş yüz yıldan beri Batı'yı referans alan bir ülke olarak sınıf, statü ve kimlik örüntülerinin sorunlu olduğu bir

ülke olarak milliyetçiliğin keskin bir biçimde biz-öteki karşıtlı üzerinden yeniden üretildiği bir ülkedir. Ayrıca Türkiye güç mesafesinin geniş olduğu bir toplumdur ve güç mesafesinin geniş olduğu kültürlerde statü gücün göstergesi ve aşağılanmanın kaynağıdır (Hofstede, J. Hofstede ve Minkov, 2010: 72-76).

Meydan okuma söylemiyle benzer şekilde kültürün etkisiyle anma ve kutlama mesajlarına dair elde edilen veriler, Türk toplumu kolektivist kültürel değerlere sahip olduğu için reklam ve kamu spotlarında anma mesajlarının saygı ve inanç kutlama mesajlarının "biz" üzerinden üretildiği varsayımını doğrulamaktadır. Reklam ve kamu spotu metinlerinde anma mesajları ağırlıklı olarak saygı, minnet ve rahmet; kutlama mesajları ise ağırlıklı olarak "biz" üzerinden yeniden üretilmektedir. Çünkü Traverso'nın ifadesiyle kolektif belleğin temel yapıları ölü anmalarında görünür hale gelir ve toplumsal hiyerarşilerin yeniden onaylanmasını sağlamaktadır. Elde ettiğimiz bu verinin nedenini Hofstede'nin Kültürel Boyutlar Modeli ile açıklamamız mümkün olabilir. Buna göre güç mesafesinin yüksek olduğu Türk toplumunda büyüklere saygı önemli bir değerdir; sevgi ve gurur küçüklere gösterilecek duygulardır. Güç mesafesinin geniş olduğu ülkeler aynı zamanda daha kolektivist yani ortaklaşa davranışın ve grup ilişkilerinin hakim olduğu toplumlardır. Çocuklar "biz" olarak düşünmeyi öğrenirler ve "ben" kelimesini kullanmaktan kaçınırlar (Hofstede, J. Hofstede ve Minkov, 2010: 113).

Elde edilen veriler, reklam ve kamu spotlarının metinlerinde biz-öteki karşıtlığı ve ötekinin inşasının "öteki"nin olumsuz sunumuyla değil "biz" kavramının olumlu sunumuyla vurgulandığı varsayımını kısmen doğrulamaktadır. Ötekinin yeniden üretimine ilişkin kaydedilen kolektif isimler dünya (68), düşman (10), cihan (3), işgal güçleri (1) olarak kaydedilmiştir. Kamu spotlarında ise ötekinin yeniden üretimine ilişkin kaydedilen kolektif isimler ise düşman (11), darbeciler (8), terör örgütü üyeleri (4), Yunan birlikleri/ordusu (4), İtilaf devletleri (1), çete (1) olarak saptanmıştır. Reklam metinlerinden farklı olarak kamu spotu metinlerinde ötekinin ağırlıklı olarak olumsuz sunumla yeniden üretildiği görülmektedir. Ayrıca 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü reklam ve kamu spotu metinlerinde ötekinin olumsuz sunumu baskın strateji olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır.

Biz ve biz-öteki karşıtlığı üzerinden milliyetçiliğin reklam metinlerinde yeniden üretiminde, "biz" kavramının olumlu sunumunda fedakârlık, başarı, mücadele, meydan okuma, birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu, özgürlük, bayrak ve Cumhuriyet değerlerinin sıklıkla vurgulandığı görülmüştür. Sadece 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde millet, bayrak, halk, yurt, bağımsızlık ve demokrasi üzerinden düşman tasarımı yapılmıştır. "Biz"in olumlu sunumunda birlik olmanın altı çizilirken öteki millet, bayrak, halk, yurt, bağımsızlık ve demokrasiye karşı bir tehdit olarak tasarlanmıştır. Görüldüğü üzere bulgulardan elde edilen veriler neticesinde reklam metinlerinde ötekinin yeniden üretiminde ağırlıklı olarak olumlu sunumun kullanıldığı, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dışında olumsuz sunumun baskın strateji olarak kullanılmadığı ortaya çıkmıştır.

Kamu spotu metinlerinde ise "biz" Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet, demokrasi, ortak atalar, memleket sevgisi, din/şehitlik, kahramanlık, fedakârlık, bayrak ve birlik üzerinden yeniden üretilmiştir. Kamu spotu metinlerde ötekinin yeniden üretiminde ise ötekinin olumsuz sunumu kaydedilmiştir. Metinlerde "antlaşma hükümlerine aykırı olarak Anadolu'nun muhtelif yerlerini işgal eden itilaf devletleri, perişan bir halde toplanan Yunan birlikleri, terör örgütü, ihanet çetesi, bir grup hain" ifadeleriyle ötekinin olumsuz sunumuna rastlanmaktadır. Elde edilen bu verilerde, 15 Temmuz Milli Birlik ve Demokrasi Günü'ne ilişkin yayınlanan kamu spotlarının etkisinin büyük olduğunu söyleyebiliriz.

Çalışmamızın kuramsal bölümleri ışığında etnik milliyetçiliği, milliyetçiliğin yeniden üretiminde etnisite ve milleti aynı eksende tanımlamak için kültürel kaynakların kullanıldığı ve kolektiviteye üyeliğin doğuştan geldiğine inanılan bir söylem olarak tanımlarsak daha önce de belirtmiş olduğumuz gibi, reklam metinlerinde milliyetçiliğin yeniden üretiminde etnik toplulukları oluşturan unsurlar ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Etnik milliyetçilik perspektifinden hareketle genel bir söylemle ifade edersek, reklam ve kamu spotu metinlerinde ortak köken, ortak tarih, din ve sembolik teritorya unsurları vurgulanmaktadır. Kemalist milliyetçiliği ise çalışmamızın kuramsal bölümlerinden hareketle seküler, kanın milleti tanımladığı ırk ve soya dayalı etnisist ve teritoryal bileşenlerle tanımlarsak, reklam ve kamu spotu metinlerde yeniden üretilen Kemalist milliyetçiliğin unsurlarını demokrasi,

Cumhuriyet ve köken mitiyle ilişkili olarak ortak atalar ve ortak tarih şeklinde özetleyebiliriz.

Muhafazakâr milliyetçiliği de kültürel milliyetçilikle ilişkili olarak etnik milliyetçilikten beslenen, kişiselleşmemiş dine kültürel ve kurumsal bir işlev yüklenerek milli devlet anlayışıyla birleştirilen bir ideoloji şeklinde tanımlarsak, reklam ve kamu spotu metinlerinde ortak atalar ve tarih, demokrasi, Cumhuriyet ve din unsurlarının ön plana çıktığını görmekteyiz. Bu bağlamda, 1980 darbesiyle zayıflayan Kemalist milliyetçiliğin seküler, ırk ve soy unsurlarının kullanıldığı belirlenmiştir. Örneğin, reklam ve kamu spotu metinlerinde ortak ataların ve tarihin yüceltilerek tasarlanması baskın strateji olarak kaydedilmiştir. Çünkü "tarihi büyük adamlar yapar" fikri, tarihi bir romantik tasavvur alanı, bir inanç alanı olarak görme eğilimindeki milliyetçi muhafazakârların en yaygın eğilimlerindendir (Taşkın, 2019: 37). Daha önce belirttiğimiz gibi ortak atalar ve tarih reklam metinlerinde; şehitlik/din, vatan/toprak, kahramanlık, tarihi kahramanlar, bayrak, ortak geçmişi sembolize eden mekânlar, ortak geçmişi vurgulayan anılar, Cumhuriyet ideolojisi ve Mustafa Kemal Atatürk üzerinden tasarlanırken, kamu spotu metinlerinde kan, bayrak, şehitlik/din, öteki/meydan okuma, birlik ve beraberlik, tarihi figürler ve kahramanlık değerleriyle özellikle Selçuklu ve Osmanlı üzerinden yeniden üretilmektedir.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kamu spotlarında kaydedilen söylemlerinde de din, demokrasi, kan/soy, ortak atalar (ecdat), vatan, bayrak, millet, halk, ülke, devlet, ezan, Mustafa Kemal Atatürk, Kurtuluş Savaşı, Türkiye Cumhuriyeti, Selçuklu ve Osmanlı mirası, birlik, beraberlik, kardeşlik, fedakârlık ve şehitlik unsurlarının vurgulandığını görmekteyiz. Özellikle 15 Temmuz Milli Birlik ve Demokrasi Günü'ne ilişkin kaydedilen metinlerde, milli irade ve düşman tasarımının baskın olduğu görülmektedir. Erdoğan; Birlik, Dua, Şu Kopan Fırtına Türk Ordusudur Ya Rabbi ve Çanakkale Şehitleri şiirleriyle din unsurunu duygusal bir söylemle vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında kamu spotlarında milliyetçiliğin siyasi aktör olarak Recep Tayyip Erdoğan'ın ifadeleri aracılığıyla da genel olarak etnisist, Kemalist ve muhafazakâr milliyetçiliğin senteziyle yeniden üretildiği yorumunu yapabiliriz. Yukarıda da ifade ettiğimiz gibi Bahadır Türk,

Erdoğan'ın siyasetinin kurucu unsurlarını siyaseti bir eser sunma alanı ve hizmet yarışı olarak gören teknik perspektif, muhafazakâr popülist bir milli irade ve demokrasi tasavvuru, esnek ve kuşatıcı bir düşman kavramsallaştırılması olarak değerlendirmektedir (Türk, 2018: 211). Reklam metinlerinde muhafazakâr popülist bir milli irade ve demokrasi tasavvuru, esnek ve kuşatıcı bir düşman kavramsallaştırılması unsurlarının altı çizilmektedir.

Son olarak elde edilen veriler, reklam ve kamu spotu metinlerinde sembolik tüketimle ilişkili olarak markaların sundukları ürün ve hizmetlerle ve kamu kurum ve kuruluşların verdiği hizmetlerle milliyetçiliğin yeniden üretiminde kullanılan unsurlar arasında bağ kurmak amacıyla Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet, ortak atalar ve tarih, fedakârlık ve başarı unsurlarını kullandığı varsayımını doğrulamaktadır.

İncelenen 368 reklam metninden 45'inde markaların sundukları mal ve hizmetlerle milliyetçilik arasında kurdukları ilişkiyi şehitlik, memleket sevgisi, millet, vatan, Cumhuriyet, Mustafa Kemal Atatürk, eğitim, bilim, teknoloji, sanat ve spor değerleri üzerinden kurarak milliyetçiliği din (şehitlik), Mustafa Kemal Atatürk, başarı unsurları aracılığıyla yeniden ürettiği kaydedilmiştir. Mustafa Kemal Atatürk yaşam tarzları farklı olsa da ortak nokta olarak tasarlanmaktadır. Metinlerde ızdıraplı bir geçmiş tasarlamak ve fedakârlık talebi amacıyla kuru üzüm, hoşaf, anne sembolleri vurgulanmaktadır. Markalar ağırlıklı olarak kampanyalardan ve sosyal sorumluluk projeleri ile milliyetçiliğin talep ettiği unsurları ilişkilendirdikleri görülmektedir. Markaların eğitim, sanat (müzik, resim, tiyatro), spor ve bilim/teknoloji alanlarında sosyal sorumluluk kampanyaları ön plana çıkmaktadır. Eğitim, sanat ve spor milliyetçiliğin yeniden üretiminde kullanılan önemli başvuru kaynaklarıdır. Çünkü kitle eğitimi ve eğitim politikalarının yoğunluğu kültürün homojenleşmesini sağlayarak milli kimliğin ve milli bilincin yeniden üretilmesini desteklemektedir (bkz. Gellner, 1992; Gellner, 2012; Thiesse, 2010; Smith, 2003).

Kimliğin yaratılmasında ve tanınmasında sporun oynadığı rol ise hem karmaşık hem de çok boyutludur. Spor bireysel, grup ve ulusal kimliklerin inşası için pek çok farklı şekilde kullanılan bir araçtır. Spor ulusun iyiliğini değil gücünü ve başarısını

sembolize etmek için kullanılmaktadır. Spor, toprakları kazanamaz veya karşıt bir ideolojiyi veya dini yok edemez. Yalnızca hayal edilmiş bir ulusun inşasını destekleyebilir. Spor aynı zamanda herhangi bir milletin gündelik yaşamında da önemli bir yere sahiptir. Artık televizyonda ayrı bir spor basını ve spor kanalları bulunmaktadır ve spor kahramanları yaratılarak ulusal bir zafer kutlanmaktadır (Cronin ve Mayall, 2005: 2-5). Spor gibi benzer şekilde müzik de milli duyguların diri tutulmasını sağlayan unsurlardan biridir. Sembolik tüketim, milli bayramlar ve anma günlerinde etnik, Kemalist ve neoliberal milliyetçilik yaklaşımlarıyla ilişkili olarak İslâmî burjuvazinin de kutsadığı başarı, çalışma ve üretim talepleriyle görünür bir hale gelmektedir.

Reklam metinlerinde kaydedilen "aynı gün aynı dakika, özlüyoruz, renkler yasta, onun yolunda durmadan ileri, çocuklar hayata dokunsun, milli mücadelemiz ihracatımız, hep kalbimizde, gençlik 100 yaşında, bizim rengimiz cumhuriyet" etiketlerinde de milliyetçiliğin ağırlıklı olarak Mustafa Kemal Atatürk, Cumhuriyet, çalışma ve üretim bileşenlerinin altı çizilmektedir.

Kamu spotlarında genel olarak kamu kurum ve kuruluşlarının topluma verdikleri hizmete yoğun bir şekilde vurgu yapmadıkları görülmüştür. Kamu spotları incelenen 17 kamu kuruluşundan 5'i verdikleri kamu hizmeti ile milli bayramlar ve anma günleri ile ilişkilendirmiştir. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, sadece 15 Temmuz Milli Birlik ve Demokrasi Günü'nde şehitlik söylemiyle neoliberal milliyetçiliğin bileşenlerinden olan başarı, büyüme, kalkınma, ilerleme ve çalışma gibi söylemlerle kamusal hizmete vurgu yapmaktadır. Mustafa Kemal Atatürk'e ilişkin en çok mesaj üreten kurum olarak Emniyet Genel Müdürlüğü, kamusal hizmetle ilişkili olarak halk, millet, hakimiyet unsurlarının altını çizmektedir. T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, T.C. Milli Eğitim Bakanlığı ve Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi'ne ilişkin ortak ataların ve tarihin yüceltilmesi, şehitlik ve düşman tasarımı üzerinden sundukları kamusal hizmeti vurgulamamaktadırlar.

Özetle, analiz edilen reklam metinlerinde markalar ve kullanılan bileşenlerin yoğunluk derecesi değişse de kamu spotlarında kamu kurum ve kuruluşları, milli

bayramlar ve anma günlerinde ilettikleri mesajlarda etnik, Kemalist, neoliberal ve tüm bu ideolojilerin eklemlendiği muhafazakâr milliyetçiliğin bileşenlerini vurguladıkları görülmektedir. Bir başka deyişle, reklam ve kamu spotu metinlerinde kültürel yani etnik milliyetçiliğin baskın strateji olarak kullanıldığını fakat etnik milliyetçilikten beslenen Kemalist milliyetçilik, Kemalist ve neoliberal ideolojileri bünyesinde birleştiren muhafazakâr milliyetçiliğin iç içe geçmiş karma bir şekilde dinamik bir tasarımla yeniden üretildiğini söyleyebiliriz.

SONUÇ

Bu çalışmada, milliyetçilik söyleminin ortak değerler sistemiyle, düşünce ve davranış kalıplarıyla ilişkili olan gündelik hayatta reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla nasıl inşa edilip yeniden üretildiği tartışılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın "Türk milliyetçiliğinin ideolojik ve kültürel bir araç olan reklamlar ve kamu spotları aracılığıyla hangi anlam, değer ve semboller üzerinden gündelik hayatta inşa edilip yeniden üretildiği" temel amacından hareketle; etnisite ve milliyetçilik ilişkisine, milliyetçiliğin kavramsal ve kuramsal çerçevesine, Türk milliyetçiliğinin tarihsel ve sosyolojik değişim sürecine ve gündelik hayatta toplumsal bir bağdaştırıcı olarak milliyetçilik söyleminin inşası ve yeniden üretimine ilişkin bir değerlendirme sunulmuştur.

Öte yandan, son derece dinamik ve muallak toplumsal yapılar, siyasi ve ekonomik dönüşümlerle şekillenen, hem biyolojik hem de toplumsal olan insan etkinliklerinin olanca boyutuyla değerlendirmesini yapmak pek de mümkün olmayan bir çabadır. Bu nedenle çalışmamızın kavramsal ve kuramsal temellerini irdelerken analiz bölümü açısından üzerinde durulan ve tartışılan temel nokta çok genel bir ifadeyle, gündelik hayatta gerçekliğin ve anlamın toplumsal inşası bağlamında milliyetçiliğin manipüle edilen hangi unsurlar ve değerlerle nasıl inşa edildiği ve yeniden üretildiği meselesidir.

Toplumsal yapıların düzenlendiği gündelik hayatta anlamın ve gerçekliğin inşa ve yeniden üretim süreçleri, milliyetçiliğin hangi unsurları nasıl taşıdığı meselesinin çözümlenmesi için düşünce ve davranış modelleri sunmaktadır. Buna göre gündelik hayat, milliyetçilik gibi ideolojilerin sıradanlaştırıldığı, doğallaştırıldığı ve gömüldüğü çok boyutlu bir alandır. Özellikle modernizmin sonuçlarıyla birlikte sorunlu ve parçalı bir hale gelen gündelik hayatta anlamın ve gerçekliğin inşası ve yeniden üretilmesi süreci; sınıf, statü, temsil, benzerliklerin ve farklılıkların altını çizen, yorumlanmış ve deneyimlenmiş bir sistem olarak kültür, iktidar ilişkileriyle tasarlanarak kültürel evreni şekillendiren bilgi ve dilsel sistem unsurlarının birlikteliğini gerekli kılmaktadır.

Bir başka deyişle toplum, toplumsal yapılar ve toplumsal değişim hakkında "sıradan" olanı anlatan gündelik hayatta bireyin değer, tutum, davranış, inanış ve düşünme şekilleri; farklı toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi bağlamlarda inşa edildiği için araçsalcı perspektiften koşullar göz önünde bulundurularak yorumlanmalıdır. O halde çalışmamızın perspektifinden hareketle gündelik hayatı, "hayali" olarak inşa edilen, belleğe yansıyan ve derinlemesine nüfus eden ve parçalayan imgeler ve simgeler dünyasının tüketim nesnesine dönüştüğü bir alan olarak tanımlayabiliriz. Bu bağlamda, "seküler bir din" olarak yorumlanan milliyetçilik sembollerinin ise inşa ve yeniden üretim süreçlerinin sürekli olarak biçim değiştirdiği gündelik hayatın merkezine yerleştiğini söyleyebiliriz.

Gündelik hayatta milliyetçiliğin yeniden üretim politikaları çerçevesinde kullanılan kitle iletişimi, eğitim sistemi, edebiyat, arkeoloji, tarih, filoloji, gelenekler, festivaller, kutlamalar, anıtlar, ulusal günler, bayramlar, spor, müzik, sinema, yemek, mimari ve benzeri araçlar, kolektif hatırlatma ve unutturma diyalektiği içinde işlemektedir. Çalışmamızın inceleme nesnesi olan milli bayramlar ve anma günleri de kültür ile ilişkili milli kimliğin ve bilincin çok derinlerine gömülmüş ve gündelik hayatın sıradanlığı içinde en çok doğallaştırılan ve fark edilmeyen sembollerdir. Semboller ve imgeler alanıyla ilişkili olarak reklamlar ise kültürel özdeşliğin ve toplumsal aidiyetin yaratılması amacıyla duygu, davranış, inanç, fikir ve değerleri hem üreterek hem de yansıtarak ya da bu unsurları harekete geçirerek bireylerin dünyayla kurdukları ilişkiyi tasarlamaktadır.

Teorik perspektiflerden hareketle etnisite ve milliyetçilik arasındaki ilişki de gündelik hayat gibi ele aldığımız karmaşık bir sorundur. Çalışmamızın analiz bölümünde etnisite, milliyetçilik ilişkisi ve etnisiteden milliyetçiliğe geçişte belirleyici olan unsurlar, Anthony Smith'in geliştirdiği etnisitenin boyutları ekseninde incelemiştik. Birinci bölümde detaylandırdığımız gibi Smith'e göre etnik gurupları oluşturan unsurlar; kolektif isim, ortak soy miti, ortak tarih, özel ortak kültür, belli bir teritorya ile özdeşleşme ve dayanışma duygusudur.

Etnik milliyetçilik ise bu unsurlar dolayımıyla etnisite ve milliyetçiliğin toplumdan topluma farklı derecelerde örtüştüğü ve dolayısıyla kolektiviteye üyeliğin

bireysel iradenin bir ürünü değil de genetik olarak verili olduğuna inanılan ve kültürel unsurlarla desteklenen bir yaklaşımdır. Milliyetçilik, etnik grupların tarihsel devamlılığı yaklaşımıyla ele alındığında dinamik yapısıyla kültürel özdeşliğin ve farklılıkların, özellikle simgesel iletişim ile kolektif kimlik ve bilincin en genel sınırlarını çizen dil; geçmişi duygusal bir söylemle kutsallaştırıp yeniden inşa ederek kolektiviteye aidiyet geliştirme sürecinde işlev gören din; milli kimliğin geçmişten bugüne süregeldiği inancını güçlendirerek raslantısallığı ortadan kaldıran, destanlarla ve kahramanlıklarla toplumsal kimliği yapılandıran ortak köken ve tarih; dil, din, ortak köken ve tarihin yarattığı dayanışma duygusu ve bu duyguya aynı zamanda büyük ölçüde sembolik sınırlar çizen teritorya unsurlarının değeri ve kullanım yoğunluğu toplumdan topluma ve dolayısıyla koşullara göre farklılık göstermektedir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde irdelediğimiz gibi Türkiye çok-etnili bir toplumdur. Fakat Türk etnik kimliği ve Türklükle eşdeğer yansıtılan Müslümanlık baskın değerler olarak kabul görmektedir. "Yeni dünya düzeninde" Türk milliyetçiliğinin tarihsel ve sosyolojik sürecini din, dil, ırk/köken, toplumsal yapı, gelenek ve görenek kavramları üzerinden ele aldığımız bu çalışmada, Türk milliyetçiliğini genel hatlarıyla etnisist, Kemalist, muhafazakâr ve liberal yaklaşımlar üzerinden yorumlayabiliriz. Bir başka ifadeyle ortak köken/soy/ırk, dil, din vatan, millet, ordu, teritorya ve cumhuriyet unsurlarının eklektik portresi, Türk milliyetçiliğinin dönemsel kavramsallaştırmalar ışığında çözümlenmesini gerekli kılmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'ndan miras kalan etnik politikaların bir ürünü olan Türk milliyetçiliği, ilk yıllarında içsel bir bağlılık inşa etmek amacıyla dil ve din gibi kültürel boyutlarla toplumsal kabulün unsurları ve ortak köken/soy etrafında şekillenmiştir. Türk milli kimliği, milli mücadele döneminde ağırlıklı olarak din üzerinden tanımlanırken, Cumhuriyet yıllarında modern Türk milliyetçiliği, Türklüğün milli kimlik olarak nasıl inşa edileceği temel sorunundan hareketle koşullara göre farklılaşan etnik yani kültürel milliyetçilik yaklaşımıyla çağdaşlaşma, dil, ortak ırk/soy ve sosyopolitik alandan dışlandığı için parçalanmanın zeminini hazırlayan din; seküler yani sivil milliyetçilik perspektifiyle Cumhuriyet, demokrasi,

devlet, toprak, vatandaşlık, yurtseverlik ve her iki anlayışın da vurguladığı ötekinin tehdidi üzerinden totaliter unsurlara dayanmaktadır.

Bu bağlamda Kemalist milliyetçiliği, dil ve kültürün ayırıcı nitelikler olarak vurgulandığı, devlet ile milletin özdeş olduğu bir ideoloji olarak özetleyebiliriz. Öte yandan özellikle soğuk savaş dönemi olan 1970'lerde yaşanan siyasal ve kültürel dönüşümlerle çarpıcı sahnelerin yaşandığı Türkiye'de dine kültürel ve kurumsal işlevler yüklenmesi, siyasal İslâm'ın yükselişi ve Kemalizm'in 12 Eylül darbesinin etkisiyle 1980'lerden itibaren güç kaybetmeye başlaması muhafazakâr milliyetçilik ideolojisinin baskın strateji haline gelmesine zemin hazırlamıştır. 1990'larda ise laiklik, din ve muhafazakârlık kavramları iç içe geçmiştir.

Bu bağlamda vurgulanması gereken önemli bir nokta, siyasal bir tutum olarak muhafazakârlık ve milliyetçilik bir araya geldiğinde devletlerin hangi unsurları bir potada eritmeye çalıştığıdır. Türkiye'nin zorlu kültürel ve siyasal ikliminde milliyetçiliğin; tarihsel devamlılık ve kültür ekseninde etnisizm, geleneksel yüzüyle muhafazakârlık ve bireyselleşme ve rasyonalizm ilkelerini destekleyen liberalizm yaklaşımlarıyla bir araya gelmesi ideolojilerin eklektik yönünü ortaya koymaktadır.

Geldiğimiz noktada ise baskın ideoloji olarak işaret edilen muhafazakâr milliyetçiliğin, siyasi ve kültürel inşa ve yeniden üretim sürecinde liberal bileşenlerin yanı sıra ağırlıklı olarak hem Kemalist milliyetçiliğinin hem de etnisist milliyetçiliğin unsurlarını kullandığı yorumunu yapabiliriz. Etnisist, Kemalist, muhafazakâr ve liberal milliyetçilik sentezinin oluşturulmasında, yeniden üretilmesinde ve desteklenmesinde özellikle 1980 sonrası etkisi artan ideolojik aygıtlar arasında yer alan kitle iletişiminin rolü ve kitle iletişim araçlarının ayrılmaz bir parçası olan reklamların işlevini değerlendirdiğimiz bu çalışmadan elde edilen veriler, reklam ve kamu spotlarında kullanılan unsurların karmaşık iç içe geçmiş yapısını gözler önüne sermektedir.

Bir başka anlamda, çalışmamızın kapsamı dışındaki koşullar da düşünüldüğünde Türk milliyetçiliğinin söz konusu bu ideolojiler ya da bileşenlerle basitçe sınırlarını çizmek ya da açıklamak pek mümkün görünmemektedir. Fakat

anma günleri ve milli bayramlara ilişkin analiz edilen reklam ve kamu spotu metinleri aracılığıyla milliyetçiliğin inşasını ve yeniden üretimini şu şekilde özetleyebiliriz:

18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi reklam metinlerinde milliyetçi söylem, ızdırap dolu ortak tarih, ortak ataların yüceltilmesi üzerinden ortak ırk/soy, fedakârlık talebiyle kutsallaştırılan şehitlik mitleriyle, ötekine meydan okuma, sembolik teritorya ve din unsurları vurgulanarak inşa edilip yeniden üretilmektedir. Kamu spotu metinlerinde de milliyetçiliğin reklam metinleriyle benzer şekilde; din, ortak tarih, kan/ırk/soy, kan, ötekine meydan okuma ve teritorya unsurları üzerinden inşa edilip yeniden üretildiği görülmektedir.

Yakın geçmişe ışık tutan 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin yayınlanan reklam metinlerinde milliyetçiliğin, ağırlıklı olarak etnik ve zorunlu olarak kolektivist tabanlı, din ve yok edilme tehdidinin canlı tutulmasıyla ilişkili değerlerin vurgulandığı biz-öteki karşıtlığı üzerinden yeniden üretildiği kaydedilmiştir. Metinlerde, birlik beraberlik ve dayanışma duygusunun yoğun bir şekilde fedakârlık ve meydan okuma değerleriyle inşa edilip yeniden üretildiği bulgulanmıştır. Kamu spotu metinlerinde de şehitlik, meydan okuma, başarı unsurlarının birlik beraberlik ve dayanışma duygusunun zeminini oluşturduğunu ve ağırlıklı olarak biz-öteki karşıtlığı stratejisinden hareketle düşman tasarımı yapıldığı saptanmıştır.

10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü'ne ilişkin kaydedilen reklamlarda milliyetçiliğin; birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun yaratılması amacıyla yoğunlukla Kemalist milliyetçiliğinin temel unsurlar olan ortak tarih ve soya dayalı bileşenlerle inşa edilip yeniden üretildiğini görmekteyiz. Reklam metinlerinde birlik, beraberlik ve dayanışma içinde tasarlanan Türk milletinin "ayakta, güçlü, üreten, çalışan, durmayan, var gücüyle mücadele eden, hiç kimsenin boyunduruğu altında olmayan, özgürce yaşayan" gibi olumlu nitelemelerle tanımlanmasını liberal milliyetçiliğin inşası ve yeniden üretimi şeklinde yorumlayabiliriz. Ayrıca Türk milletinin "izinde, yolunda" olması beklenen Mustafa Kemal Atatürk metinlerde "kurtarıcı, kurucu, kahraman" gibi duygusal nitelemelerle ve öteki (dünya liderleri)

üzerinden kutsallaştırıldığı kaydedilmiştir. İncelenen 4 kamu spotu metininde ise Türk "millet, yurt, halk, ulus" olarak daha önce belirttiğimiz gibi farklı anlamlara sahip kolektif isimlerle tanımlanmıştır.

23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı reklam ve kamu spotu metinlerinde sevgi ve mutluluk gibi evrensel değerlerin altının çizildiği Mustafa Kemal Atatürk üzerinden başarı ve gelecek unsurlarının vurgulandığı görülmektedir. Kaydedilen reklam metinlerinde markaların eğitim, sanat ve spor alanlarındaki sosyal sorumluluk projeleri dikkat çekerken kamu spotlarında, verilen hizmet "büyük hayal, cesaret ve sevgi" değerleriyle tanımlanmıştır.

19 Mayıs Atatürk'ü Anma ve Gençlik ve Spor Bayramı reklam metinlerinde milliyetçilik yoğun olarak milli kimliğin üretiminde bir araç olarak kullanılan spor üzerinden dayanışma duygusu vurgulanarak yeniden üretilmiştir. Markalar, reklam metinlerinde, spor ve sanat alanlarında yaptıkları sponsorluklara ve sosyal sorumluluk kampanyalarına dikkat çekmektedirler. Mustafa Kemal Atatürk ve Cumhuriyet gibi seküler unsurların vurgulandığı metinlerde ayrıca liberal anlayışın unsurları olan üretim, çalışma ve başarı değerleri yüceltilmektedir. Kamu spotu metinlerinde ise ortak geçmişi canlandırmak amacıyla milli mücadele dönemine vurgu yapılarak birlik, beraberlik ve dayanışma duygusu güç, kahramanlık ve umut değerleri üzerinden tasarlanan Mustafa Kemal Atatürk ve Türk milletinin temsilcisi, teminatı olarak nitelendirilen gençlik üzerinden inşa edilip yeniden üretilmektedir.

30 Ağustos Zafer Bayramı reklam metinlerinde milliyetçilik, milli mücadelenin dayanışma duygusunu canlandırmak amacıyla kutsallık, fedakârlık, kahramanlık değerleri ortak atalar, tarih ve ırk/soy üzerinden etnik unsurlar aracılığıyla yeniden üretilmiştir. Kamu spotu metinlerinde zafer, başarı, özgürlük, bağımsızlık değerlerinin; vatan/toprak, Mustafa Kemal Atatürk, tarihi figürler ve düşman tasarımı üzerinden yeniden üretildiği görülmektedir. Markaların reklam metinlerinde çağdaşlaşmanın simgesi olan bilimle ilişkili olarak sosyal sorumluluk projelerine yer verdiği saptanmıştır. Kamu spotu metinlerde ise milli kimliğin; zafer, başarı, biz-öteki karşıtlığı ve düşman tasarımı, Mustafa Kemal Atatürk, tarihi figürler ve kahramanlık üzerinden inşa edilip yeniden üretildiği görülmektedir.

29 Ekim Cumhuriyet Bayramı reklam metinlerinde ise milliyetçi söylem sıklıkla Cumhuriyet, demokrasi ve çağdaşlık kavram ve olgularının altı çizilerek tasarlanmıştır. Metinlerde bu kavram ve olgular için beklentiler ve fedakârlıklar talep edilerek birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunun canlandırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca reklam metinlerinde ortak atalar ve geçmiş ağırlıklı olarak kurtuluş günleri ve özellikle kadın kahramanlar üzerinden hatırlatılmaktadır. Markalar diğer milli bayramlar ve anma günlerinde olduğu gibi sosyal sorumluluk stratejisini kullanarak birlik, beraberlik ve dayanışma duygusunu kültür ve teritoryal sınırlar üzerinden inşa edilip yeniden üretmektedirler. Kamu spotu metinlerinde ise Cumhuriyet ideolojisinin Mustafa Kemal Atatürk, vatan, bayrak, din, meydan okuma, ızdıraplı bir ortak geçmiş, kutsallık ve kahramanlık unsurlarının vurgulanarak inşa edilip yeniden üretildiği belirlenmiştir.

Yukarıda çok genel hatlarla çizmeye çalıştığımız portrede milliyetçilik söyleminde yaygın bir strateji olarak kullanılan din unsuru, Türkiye'nin kültürel, toplumsal ve ekonomik yapısı ve baskın bir ideoloji olarak altı çizilen muhafazakâr milliyetçilik ideolojisi açısından detaylı bir şekilde hesaba katılması ve vurgulanması gereken ayrıcalıklı bir kavram konumundadır. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi ve 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'ne ilişkin yayınlanan reklam metinlerinde din olgusuna yoğun bir şekilde yer verildiği saptanmıştır. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'na ilişkin kaydedilen reklam metinlerinde, milliyetçiliğin din üzerinden tasarımı ağırlıklı olarak görülmese de "şehitlik ve azizlik" unsurları saptanmıştır. Sadece 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı ve 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü reklam metinlerinde Türk kimliği din üzerinden inşa edilip yeniden üretilmemiştir.

Kamu spotu metinlerinde de din unsurunun reklam metinleriyle benzer şekilde, 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi ve 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü ağırlıklı strateji olarak kullanıldığı belirlenmiştir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kamu spotu metinlerinde yoğun olmasa da "ezan, dua, Allah" kavram ve olguları kullanıldığı görülmektedir. Öte yandan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos

Zafer Bayramı ve 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü reklam metinlerinde Türk kimliği din üzerinden inşa edilip yeniden üretilmektedir.

Ayrıca milli bayramlar ve anma günlerine ilişkin incelenen reklam metinlerinin tamamında din olgusuyla ilişkili olan millet kolektif isminin ağırlıklı olarak kullanıldığı belirlenmiştir. Çalışmamızın ikinci bölümünde de belirttiğimiz gibi millet kavramı Arapça kökenlidir ve "din topluluğu, cemaat" anlamına gelmektedir ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Müslüman olmayan uyruklar, topluluklar için kullanılmıştır. Dolayısıyla "Türk olarak millet" tasarımı milli kimliğinin ağırlıklı olarak etnisite ve din üzerinden tanımlandığını göstermektedir.

Görüldüğü üzere çalışmamızda ulaşılan temel sonuç, kültürel bir inşa ile güçlendirilmeye çalışılan Türk milliyetçiliğinin yoğun bir şekilde etnik yani kültürel milliyetçiliğin unsurları olan sembolik teritorya, kan/soy/ırk mitleri, ortak köken, ortak tarih ve din unsurlarına dayandığı, liberal milliyetçiliğin görünür olduğu biz-öteki arasındaki ilişkiyi belirleyen meydan okuma ve başarı bileşenlerinin işaret edildiği ve muhafazakâr milliyetçiliğin bahsettiğimiz tüm bu bileşenlerle birlikte altını çizdiği din ekseninde şehitlik söylemini güçlendiren fedakârlık duygusunun yeniden üretildiğidir. Milliyetçi eğilimleri diri tutan benzerlikleri ve farklılıkları arttıran etnik unsurlar, reklam ve kamu spotu metinlerinde ağırlıklı olarak geçmişe projeksiyon yapılan tasarımlarda, fedakârlık talebinin meşrulaştırılması amacıyla ızdıraplı ve acılarla dolu bir ortak köken/soy ve tarih yeniden üretilmektedir.

Tüketim, gündelik hayat ve milliyetçilik arasındaki ilişki bağlamında ulaştığımız sonuç ise modernizm, rasyonalizm ve postmodernizm ile birlikte Batı kültürünün inşa ettiği gösterişçi tüketim ile ilişkili olarak mal ve hizmetlere yüklenen sembolik nitelemelerin tüketime yön vermesi ya da tüketim kalıplarını manipüle etmesi şeklinde özetleyebileceğimiz sembolik tüketimin, hegemonya kurmak için kullanılan parçalardan biri olan reklamlar aracılığıyla şehitlik, memleket sevgisi, millet, vatan, Cumhuriyet, Mustafa Kemal Atatürk, eğitim, bilim, teknoloji, sanat ve spor unsurların vurgulanarak gündelik hayatta inşa edilip yeniden üretildiğidir. Kamu spotlarında ise sunulan hizmet ile milliyetçilik arasında kurulmaya çalışılan bağ; kültürel perspektiften şehitlik, ortak ataların ve tarihin yüceltilmesi; neoliberal

yaklaşımla başarı, büyüme, kalkınma, ilerleme ve çalışma gibi unsurlara dayanmaktadır.

Son olarak milliyetçilik, gündelik hayat ve reklamlar arasındaki ilişkiye yönelik şu sonucu dikkate almak gerekmektedir: Reklamlar, gündelik hayat ve milliyetçilik arasındaki ilişki tüketim ekseninde problemli bir hal almaktadır ve sınırları göreli kılmaktadır. Çünkü tüketim, merkezine aldığı benzerliklerin ve farklılıkların algılanmasıyla ilişkili olan sınıf, etnisite ve milli kimlik gibi iç içe geçmiş kavramların kesişme noktasında bulunan kimlik inşa etme biçimlerinden biridir.

Yaşam tarzlarının ve alışkanlıkların tasarlanması için anlam ve semboller üreten reklamlar, sınıf, statü ve kimlik kavramlarıyla ilişkili olan tüketim kültürünün dayattığı hazlarla şekillenen toplumsal doyum ve tatmin yanılsamasını gündelik hayatta yeniden üretmektedir. Dolayısıyla reklamlar, milli kimliğin de merkezinde yer alan ortak değer ve kolektif bellek inşası süreçlerinde dinamik bir işlev görmektedir. Bu nedenle toplumsal yapıları anlamak için yalnızca siyaset ve ekonominin değil bu olgulardan etkilenen ve bu olguları etkileyen kültür ve değerler sistemini de irdelemek önemlidir. Çünkü kültür ve değerler sistemi, hakikat ve yalanın iç içe geçtiği ve sınırların bulanıklaştığı bir çağda "doğru ve yanlış" bilgiyi birleştiren devletlerin yegâne amacı olan manipüle etme becerisini gelişmiş bir seviyeye taşımaktadır.

Milli bayramlar ve anma günlerinde yayınlanan reklamlar ve kamu spotları da bireyleri siyasete aktif bir şekilde katılmaya değil iktidar tekniklerini yeniden üretmeye ve bu tekniklerin verimliliğini arttırmaya davet etmektedir. Çalışmamız bağlamında iktidar teknikleri aracılığıyla gündelik hayata sızan ideolojileri anlamak ve yorumlamak ise kutsallık, fedakârlık, meydan okuma ve başarı gibi değerleri telkin eden reklamları ve kamu spotlarını analiz etmekle mümkün olmuştur.

KAYNAKÇA

Ahmad, Feroz (1994). Demokrasi Sürecinde Türkiye (1945-1980) (Çev. A. Fethi). Hil Yayınları: İstanbul.

Akçam, Taner (1995). "Hızla Türkleşiyoruz." Birikim Dergisi, Mart/Nisan, sayı: 71-72.

Akçam, Taner (2008). "Türk Ulusal Kimliği Üzerine Bazı Tezler." Şu kitapta: Haz./Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Akyol, Taha (2014). Medine'den Lozan'a. İstanbul: Doğan Kitap.

Alkan, Mehmet, Ö. (2019). "Soğuk Savaş'ın Toplumsal, Kültürel ve Gündelik Hayatı İnşâ Edilirken." Şu kitapta: Haz./Ed. Mete Kaan Kaynar. Türkiye'nin 1950'li Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Althusser, Louis (2003). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları (Çev. A. Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.

Alver, Füsun (2003). Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı. İstanbul: Der Yayınları.

Anderson, Benedick (1995). Hayali Cemaatler (Çev. İskender Savaşır). İstanbul: Metis Yayınları.

Arık, Remzi Oğuz (1974). Coğrafyadan Vatana. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Armstrong, John Alexander (2018). Milliyetçilikten Önce Milletler (Çev. S. E. Türközü). İstanbul: İletişim Yayınları.

Atalay, Onur (2018). Türk'e Tapmak: Seküler Din ve İki Savaş Arası Kemalizm. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aydın, Suavi, Taşkın, Yüksel (2018). 1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bali, Rıfat N. (2007). Tarz'ı Hayat'tan Life Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar. İstanbul: İletişim Yayınları.

Balibar, Etienne (2016). Yurttaşlık. (Çev. M. Erşen). İstanbul: Monokl Yayınları.

Balibar, Etienne, Wallerstein, Immanuel (2000). Irk Ulus Sınıf: Belirsiz Kimlikler (Çev. N. Ökten). İstanbul: Metis Yayınları.

Barth, Fredrik (Der.) (2001). Etnik Gruplar ve Sınırları (Çev. A. Kaya, S. Gürkan). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Barthes, Roland (1979). Göstergebilim İlkeleri (Çev. B. Vardar, M. Rıfat). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2003). Modernlik ve Müphemlik. (Çev. İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2015). Bireyselleşmiş Toplum (Çev. Y Alagan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Zygmunt (2020). Eğitim Üzerine (Çev. A. E. Pilgir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belge, Murat (2008). Türkiye'de Zenefobi ve Milliyetçilik. Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bennett, Andy (2013). Kültür ve Gündelik Hayat (Çev. N. Tokdoğan, B. Şenel, U. Y. Kara). Ankara: Phoenix Yayınları.

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas (2008). Gerçekliğin Sosyal İnşâsı, Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi (Çev. V. S. Öğütle). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Berghe, Pierre L. van den (1987). The Ethnic Phenomenon. Connecticut: Greenwood Press

Berkes, Niyazi (2003). Türkiye'de Çağdaşlaşma. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Best, Steven, Kellner, Douglas (2011). Postmodern Teori (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bilgin, Nuri (2007). Kimlik İnşası. Ankara: Aşina Kitaplar.

Billig, Michael (2002). Banal Milliyetçilik (çev. C. Şişkolar). İstanbul: Gelenek Yayıncılık.

Bora, Tanıl (2006). Medeniyet Kaybı: Milliyetçilik ve Faşizm Üzerine Yazılar. İstanbul: Birikim Yayınları.

Bora, Tanıl (2008). Sunuş. Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, Tanıl (2020). Cereyanlar: Türkiye'de siyasi ideolojiler. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, Tanıl, Kerem, Ünüvar (2019). "Ellili Yıllarda Türkiye'de Siyasi Düşünce Hayatı." Şu kitapta: Haz/ed. Mete Kaan Kaynar. Türkiye'nin 1950'li Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bourdieu, Pierre (2015). Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi (Çev. D. F. Şannan, A. G. Berkkurt). Ankara: Heretik Yayınları.

Bourse, Michel, Yücel, Halime (2017). Kültürel Çalışmaları Anlamak (Çev. H. Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.

Boztemur, Recep (2006), "Tarihsel Açıdan Millet ve Milliyetçilik: Ulus Devletin Kapitalist Üretim Tarzıyla Birlikte Gelişimi". Doğu Batı, sayı: 38:161-179.

Brass, Paul R. (1991). Ethnicity and Nationalism: Theory and Comparison. New Delhi: Sage Publications.

Breuilly, John (2018). Sunuş. Şu kitapta: Ernest Gellner. Uluslar ve Ulusçuluk (Çev. B. Ersanlı, G. G. Özdoğan). İstanbul: Hil Yayınları.

Brubaker, Rogers (1996). Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe. New York: Cambridge University Press.

Burr, Vivien. (1995). An Introduction to Social Constructionism. London/New York: Routledge.

Busekist, Astrid Von (2010). "Dil Milliyetçiliğinin Başarıları ve Başarısızlıkları." Şu kitapta: Haz./Ed. Alain Dieckhoff, Christophe Jaffrelot. Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. Devrim Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları.

Calhoun, Craig (2012). Milliyetçilik (Çev. B. Sütçüoğlu). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Carr, Edward Hallett (1990). Milliyetçilik ve Sonrası (Çev. O. Akın). İstanbul: İletişim Yayınları.

Chaney, David (1999). Yaşam Tarzları (Çev. İ. Kutluk). Ankara: Dost Kitabevi.

Chomsky, Noam (2001). Dil ve Zihin. (Çev. A. Kocaman). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Corm, Georges (2011). 21. Yüzyılda Din Sorunu (Çev. Ş. Sönmez). İstanbul: İletişim Yayınları.

Cronin, Mike, Mayall, David (2005). Sporting Nationalisms: Identity, Ethnicity, Immigration and Assimilation. Taylor & Francis e-Library

Cullar, Jonathan (1985). Saussure, (Çev. N. Akbulut) İstanbul: Afa Yayıncılık.

Çağaptay, Soner (2008). "Otuzlarda Türk Milliyetçiliğinde Irk, Dil, Etnisite." Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Dağtaş, Banu (2009). Reklam Kültür Toplum. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Debord, Guy (1996). Gösteri Toplumu (Çev. A. Ekmekçi, O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Delannoi, Gil (1998). "Milliyetçilik ve İdeolojik Kataliz" Şu kitapta: Haz. Jean Leca. Uluslar ve Milliyetçilikler (Çev. S. İdemen). İstanbul: Metis Yayınları.

Diamandaki, Katerina (2003). "Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace" Global Media Journal, ISSN 1550-7521, Volume: 2, Issue:2, 1-14.

Dieckhoff, Alain, Jaffrelot, Christophe (Haz.) (2010). Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. D. Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları.

Dieckhoff, Alain (2010). "Siyasal Milliyetçiliğe Karşı Kültürel Milliyetçilik mi?" Şu kitapta: Haz. Dieckhoff, Alain, Jaffrelot, Christophe. Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. Devrim Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları

Durrheim, Kevin, Hook, Derek, Riggs, Damien W. (2012). Race and Racism. In D. Fox, I. Prilleltensky, & S. Austin (Eds.), Critical psychology: An introduction (2nd ed., pp. 197–214). Thousand Oaks, CA: Sage.

Eagleton, Terry (1996). İdeoloji (Çev. M. Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Edensor, Tim (2002). National Identity, Popular Culture and Everyday Life, Oxford New York: Berg / Oxford International Publishers Ltd.

Eriksen, Thomas Hylland (2002). Etnisite ve Milliyetçilik: Antropolojik Bir Bakış (Çev. E. Uşaklı). İstanbul: Avesta Yayınları.

Eriksen, Thomas Hylland (2009). Küçük Yerler Derin Mevzular: Sosyal ve Kültürel Antropolojiye Giriş (Çev. F. Adsay). İstanbul: Avesta Yayınları

Eroğlu, Cem (1992). "Demokrasi ve Ulus Kavramları: Öznel Değerlendirmeler" Mülkiyeliler Birliği Dergisi, Sayı: 148, 40-44.

Ersan, Vehbi (2014). 1970'lerde Türkiye Solu, İstanbul: İletişim Yayınları.

Fukuyama, Francis (2012). Tarihin Sonu ve Son İnsan (Çev. Z. Dicleli). İstanbul: Profil Yayıncılık.

Funk, Rainer (2013). Ben ve Biz: Postmodern insanın psikanalizi (çev. Ç. Tanyeri). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Gardiner, Michael (2016). Gündelik Hayat Eleştirileri (Çev. D. Özçetin, B. Taşdemir, B. Özçetin). Ankara: Heretik Yayınları.

Geertz, Clifford (2010). Kültür Yorumlaması (Çev. H. Gür), Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Geertz, Clifford (2001). Gerçeğin Ardından: Bir Antropoloğun Gözünden İki İslam Ülkesinin Son Kırk Yılı (Çev. U. Türkmen. İstanbul: İletişim Yayınları.

Gellner, Ernest (2018). Uluslar ve Ulusçuluk (Çev. B Ersanlı, G. G. Özdoğan). İstanbul: Hil Yayınları.

Gellner, Ernest (2016). Milliyetçiliğe Bakmak (Çev. S. Coşar, S. Özentürk, N. Soyarık). İstanbul: İletişim Yayınları.

Georgeon, François (1986). Türk Milliyetçiliğinin Kökenleri –Yusuf Akçura

(1876-1935) (Çev. A. Er). Ankara: Yurt Yayınları

Georgen, François (2008). "Türk Milliyetçiliği Üzerine Düşünceler: Suyu Arayan Adamı Yeniden Okurken" Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Giddens, Anthony (2008). Ulus Devlet ve Şiddet (Çev. C. Atay). İstanbul: Kalun Yayınları.

Giesler, Michael E. (2009). "The Calendar Conundrum: National Days as Unstable Signifiers." Şu kitapta: Ed. David McCrone, Gayle McPherson. National Days: Constructing and Mobilising National Identity. London/New York Palgrave Macmillan.

Ginsborg, Paul (2010). Gündelik Hayat Politikaları (Çev. M. Ö. Mengüşoğlu). İstanbul: Açılım Kitap.

Goddard, Angela (1998). The Language of Advertising. London/Newyork: Routledge.

Goffman, Erving (2014). Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu (Çev. B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.

Göktürk, Eren Deniz (2008). "1919-1923 Dönemi Türk Milliyetçiliği" Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık. İstanbul: İletişim Yayınları.

Göle, Nilüfer (2007). "Batı Dışı Modernlik: Kavram Üzerine" Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık. İstanbul: İletişim Yayınları.

Gramsci, Antonio (1986). Hapishane Defterleri Seçmeler, (Çev. K. Somer). İstanbul: Onur Yayınları.

Greenfeld, Liah (2017). Milliyetçilik-Moderniteye Giden 5 Yol: İngiltere, Fransa, Rusya, Almanya ve Amerika Örnekleri. (Çev. A. Yılmaz). İstanbul: Alfa yayınları.

Gutmann, Amy (Haz.) (1996). Çokkültürcülük: Tanınma Politikası (Çev. Ö. Kabakçıoğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Gürbilek, Nurdan (2001). Vitrinde Yaşamak: 1980'lerin Kültürel İklimi. İstanbul: Metis Yayınları.

Habermas, Jürgen (1996). "Demokratik Anayasal Devlette Tanınma Savaşımı" Şu kitapta: Haz. Amy Gutmann. Çokkültürcülük: Tanınma Politikası. (Çev. Ö. Kabakçıoğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Halbwachs, Maurice (2016). Hafızanın Toplumsal Çerçeveleri (Çev. B. Uçar). Ankara: Heretik Yayınları.

Hall, Stuart, Lumley, Bob, McLennan, Gregor (1985). Siyaset ve İdeoloji "Gramsci" (Çev. S. Emrealp). Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.

Hall, Stuart (2017). Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları (Çev. İdil Dündar). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Hearn, Jonathan (2006). Rethinking Nationalism: A Critical Introduction. New York: Palgrave Macmillan.

Hegel, Georg Wilhelm F. (1991). Hukuk Felsefesinin Prensipleri (Çev. C. Karakaya). İstanbul: Sosyal Yayınlar.

Heywood, Andrew (2013). Siyasi İdeolojiler (Çev. L. Köker). Ankara: Adres Yayınları.

Highmore, Ben (2002). Everyday Life and Cultural Theory. London/New York: Routledge.

Hobsbawn, E. Ranger, T. (Der.). (2005). Geleneğin İcadı (Çev. M. M. Şahin). İstanbul: Agora kitaplığı.

Hobsbawn, Eric John (2007). Yeni Yüzyılın Eşiğinde (Çev. İ. Yıldız). İstanbul: Yordam Kitap.

Hobsbawn, Eric John (2017). 1780'den Günümüze Milletler ve Milliyetçilik "Program, Mit, Gerçeklik) (çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Hosftede, G. J., G. Hofstede, Minkov, M. (2010). Cultures and Organizations: Software of the Mind, Intercultural Cooperation and Its Importance for Survival. McGraw-Hill

Hroch, Miroslav (2011). Avrupa'da Milli Uyanış (Çev. A. Özdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.

Huntington, Samuel P. (2006). Medeniyetler Çatışması (der. Murat Yılmaz). İstanbul: Vadi Yayınları.

Husserl, Edmund (2003). Fenomenoloji Üzerine Beş Ders (Çev. H. Tepe). Ankara: Bilim ve Sanat.

Huntchinson, John (2005). Nations as Zones of Conflict. London: Sage Publications.

Ichijo, Atsuko, Ranta, Roland (2016). Food, National Identity and Nationalism From Everyday to Global Politics. United Kingdom, New York: Palgrave Macmillan.

Jaffrelot, Christophe (1998). "Bazı Ulus Teorileri" Şu kitapta: Haz. Jean Leca. Uluslar ve Milliyetçilikler (Çev. S. İdemen). İstanbul: Metis Yayınları.

Jung, Carl Gustav (1999). Keşfedilmemiş Benlik (Çev. C. Ener Sılay). İstanbul: İlhan Yayınevi.

Karpat, Kemal H. (1972). "The Transformation of the Ottoman State, 1789-1908". International Journal of Middle East Studies, sayı:3, 243-281.

Karpat, Kemal H. (2010). Türk Demokrasi Tarihi: Sosyal, Kültürel, Ekonomik Temeller. İstanbul: Timaş Yayınları.

Karpat, Kemal H. (2019). Kısa Türkiye Tarihi: 1800-2012. İstanbul: Timaş Yayınları.

Kasaba, Reşat (2005). "Eski ile Yeni Arasında Kemalizm ve Modernizm." Şu kitapta: Ed. Sibel Bozdoğan, Reşat Kasaba. Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Kaynar, Mete Kaan (Der.). (2017). Türkiye'nin 1960'lı Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kaynar, Mete Kaan (Der.). (2019). Türkiye'nin 1950'li Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kedourie, Elie (1971). Avrupa'da Milliyetçilik (Çev. M. H. Timurtaş). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.

Kemper, Steven (2003), How Advertising Makes İts Object. Şu kitapta: Ed. Timothy de Waal Malefyt, Brian Moeran. Advertising Cultures. Berg: Oxford, New York.

Keyder, Çağlar (2005). 1990'larda Türkiye'de Modernleşmenin Doğrultusu. Şu kitapta: Ed. Sibel Bozdoğan, Reşat Kasaba.Türkiye'de Modernleşme ve Ulusal Kimlik. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Kıray, Mübeccel B. (2006). Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Kohn, Hans (1965). Nationalism: Its Meaning and History. Florida: Robert E. Krieger Publishing.

Kongar, Emre (2007a). Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Kongar, Emre (2007b). 21. Yüzyılda Türkiye. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Koyuncu, Büke (2014). "Benim Milletim..." AK Parti İktidarı, Din ve Ulusal Kimlik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kozanoğlu, Can (1995). Pop Çağı Ateşi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kushner, David (1979). Türk Milliyetçiliğinin Doğuşu (Çev. Ş. S. Türet, R. Ertem, F. Ertem). İstanbul: Kervan Yayınları.

Köker, Levent (2016). Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi. İstanbul: İletişim Yayınları.

Lacoste, Yves (1998). Ulus ve Demokrasi Doğal Bir Çift mi? Şu kitapta: Haz. Jean Leca. Uluslar ve Milliyetçilikler (Çev. S. İdemen). İstanbul: Metis Yayınları.

Larrain, Jorge (1995). İdeoloji ve Kültürel Kimlik (Çev. N. N. Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınları.

Latouche, Serge (1993). Dünyanın Batılaşması: Gezegenimizin birörnekleşmesinin anlamı, önemi ve sınırları üstüne bir deneme (Çev. T. Keşoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Latour, Bruno (2008). Biz Hiç Modern Olmadık (Çev. İ. Malak Uysal). İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

Leca, Jean (Haz.). (1998). Uluslar ve Milliyetçilikler (Çev. S. İdemen). İstanbul: Metis Yayınları.

Lefebvre, Henri (2007). Modern Dünyada Gündelik Hayat (Çev. I. Gürbüz). İstanbul: Metis Yayınları.

Lefebvre, Henri (2010). Gündelik Hayatın Eleştirisi I (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lewis, Bernard (1993). Modern Türkiye'nin Doğuşu (Çev. M. Kıratlı) Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Maalouf, Amin (2000). Ölümcül Kimlikler (Çev. Aysel Bora) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Mannheim, Karl (2002). İdeoloji ve Ütopya (Çev. M. Okyayuz). Ankara: Epos Yayınları.

Maffesoli, Michel (1989). "The Sociology of Everyday Life (Epistemological Elements)", Current Sociology, 37: 1, DOI: 10.1177/001139289037001003.

Mardin, Şerif (1992). İdeoloji. İstanbul: İletişim Yayınları.

Mardin, Şerif (1991). Türkiye'de Din ve Siyaset: Makaleler III. (Der. Mümtaz'er Türköne, Tuncay Önder). İstanbul: İletişim Yayınları.

McCrone, David, McPherson, Gayle (Ed.) (2009). National Days: Constructing and Mobilising National Identity. London/New York: Palgrave Macmillan.

Merriman, John (2006). Europe 1789 to 1914: Encyclopedıa of the Age of Industry And Empire. U.S.: Thomson Gale.

Millas, Herkül (2008). "Milli Türk Kimliği ve Öteki (Yunan)" Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Mollaer, Fuat. (2016). Tekno Muhafazakârlığın Eleştirisi: Politik Denemeler. İstanbul: İletişim Yayınları.

Morley, David, Robins Kevin (1997). Kimlik Mekânları, Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar (Çev. E. Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Nairn, Tom (2015). Milliyetçiliğin Yüzleri: Janus'a Yeni Bir Bakış (Çev. S. Kırdar, M. Ratip). İstanbul: İletişim Yayınları.

Naroll, R. (1964). On Etnich Unit Classification. The University of Chicago Press Journals, Vol. 5, No 4. 383.

Oran, Baskın (2016). "'Türk' Teriminin Öyküsü." Şu kitapta: Der. Elçin Aktoprak, A. Celil Kaya. 21. Yüzyılda Milliyetçilik: Teori ve Siyaset. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özdoğan, Günay Göksu (2008). "Dünyada ve Türkiye'de Turancılık." Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özcan, Feridun Cemil (2019). "Ellili Yıllarda Türkiye Ekonomisi." Şu kitapta: Der. Mete Kaan Kaynar. Türkiye'nin 1950'li Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları

Özkırımlı, Umut (1999). Milliyetçilik Kuramları: Eleştirel Bir Bakış. İstanbul: Sarmal Yayınevi.

Parlak, İsmet (2005). Kemalist İdeolojide Eğitim: Erken Cumhuriyet Dönemi Tarih ve Yurt Bilgisi Ders Kitapları Üzerine Bir İnceleme. Ankara: Turhan Yayınevi.

Paterson, Mark, (2006). Consumption and Everyday Life. London/New York: Routledge/Taylor & Francis Group.

Purvis, Trevor, Hunt, Alan (2014). Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, ideoloji… (Çev. S. Coşar). Momento Dergi, 1(1). 9-36.

Renan, Ernest (2019). Ulus Nedir? (Çev. Gökçe Yavaş). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Roberts, John (2013). Gündelik Hayatın Felsefesi: Devrimci Praksis ve Kültürel Kuramın Kaderi (Çev. E. C. Ercan). İstanbul: Doruk Yayımcılık.

Rocker, Rudolf (2019). Milliyetçilik ve Kültür (Çev. A. Çakıroğlu). İstanbul: Kaos Yayınları.

Rockefeller, Steven C. (1996). Charles Taylor'ın Tanınma Politikası'na Yorum. Şu kitapta: Haz. Amy Gutmann. Çokkültürcülük: Tanınma Politikası (Çev. Ö. Kabakçıoğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Ricoeur, Paul (2012). Hafıza, Tarih, Unutuş (Çev. M. Emin Özcan). İstanbul: Metis Yayınları

Sabbagh, Daniel (2010). "Milliyetçilik ve Çokkültürlülük." Şu kitapta: Haz. Alain Dieckhoff, Christophe Jaffrelot. Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. D. Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları

Safran, William (1999). "Nationalism." Şu kitapta: Ed. Joshua A. Fishman, A. Handbook of Language and Ethnic Identity. New York: Oxford University Press.

Salmond, Alex (2009). Önsöz. Şu kitapta: Ed. David McCrone, Gayle McPherson. National Days: Constructing and Mobilising National Identity. London/New York Palgrave Macmillan.

Saraçoğlu, Cenk (2015). "1980-2002: Tank Palatiyle Neoliberalizm." Şu kitapta: Haz. Gökhan Atılgan, Cenk Saraçoğlu, Ateş Uslu. Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat. İstanbul: Yordam Kitap.

Saraçoğlu, Cenk, Yeşilbağ, Melih (2015). "AKP Döneminde Türkiye: Minare ile İnşaat Gölgesinde." Şu kitapta: Der. Gökhan Atılgan, Cenk Saraçoğlu, Ateş Uslu. Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat. İstanbul: Yordam Kitap.

Schütz, A. (2018). Fenomenoloji ve Toplumsal İlişkiler (Çev. A. Akan, S. Kesikoğlu). Ankara: Heretik Yayınları.

Sennett, Richard (2011). Yeni Kapitalizmin Kültürü (Çev. A. Onacak). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Simmel, Georg (2009). Bireysellik ve Kültür (Çev. T. Birkan). İstanbul: Metis Yayınları.

Smith, Anthony D. (1994). Milli Kimlik (Çev. B. S. Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.

Smith, Anthony D. (2002a). Küreselleşme Çağında Milliyetçilik (Çev. D. Kömürcü). İstanbul: Everest Yayınları.

Smith, Anthony D. (2002b). Ulusların Etnik Kökeni (Çev. S. Bayramoğlu, H. Kendir). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

Smith, Anthony D. (2003). "Nationalism and Modernism: A critical survey of recent theories of nations and nationalism" Taylor & Francis e-Library.

Smith, Anthony (2017). Etno-Sembolizm ve Milliyetçilik (Çev. B. F. Çallı). İstanbul: Alfa Kitap.

Spickard, Paul (2005). "Race and Nation, Identity and Power: Thinking Comparatively about Ethnic Systems." Şu kitapta: Ed. Paul Spickard. Race and Nation: Ethnic Systems in the Modern World. New York: Routledge-Taylor & Francis Group.

Skey, Michael, Antonsich, Marco (Ed.). (2017). Everyday Nationhood: Theorising Culture, Identity and Belonging after Banal Nationalism. London/New York: Palgrave Macmillan.

Swartz, David (2011). Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi (Çev. E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Şeker, Nesim (2017). "Türklük ve Osmanlılık Arsında: Birinci Dünya Savaşı Sırasında Türkiye'de 'Millet Arayışları' ya da 'Anasır Meselesi'." Şu kitapta: Der. Erik Jan Zürcher. İmparatorluktan Cumhuriyete Türkiye'de Etnik Çatışma. İstanbul: İletişim Yayınları.

Taşkın, Yüksel (2019). Anti-Komünizmden Küreselleşme Karşıtlığına: Milliyetçi Muhafazakâr Entelijansiya. İstanbul: İletişim Yayınları.

Taylor, Charles (1996). "Tanınma Politikası." Şu kitapta: Haz. Amy Gutmann. Çokkültürcülük: Tanınma Politikası (Çev. Ö. Kabakçıoğlu). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Tekeli, İlhan (2007). "Türkiye'de Siyasal Düşüncenin Gelişimi Konusunda Bir Üst Anlatı." Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Modernleşme ve Batıcılık. İletişim Yayınları: İstanbul

Thiesse, Anne-Marie (2010). "Ulusal Kimlikler, Ulusaşırı Bir Paradigma." Şu kitapta: Ed. Alain Dieckhoff, Christophe Jaffrelot. Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. D. Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları.

Thompson, John B. (2008). Medya ve Modernite (Çev. S. Öztürk). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Timothy de Waal Malefyt, Brian Moeran (Ed.) (2003). Advertising Cultures. London/New York: Routledge

Toynbee, Arnold Joseph (2007). Türkiye ve Yunanistan'da Batı Meselesi (Çev. K. M. Orağlı). İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

Traverso, Enzo (2019). Geçmişi Kullanma Kılavuzu: Tarih, Bellek, Politika (Çev. I. Ergüden). İstanbul: İletişim Yayınları.

Traverso, Enzo (2018). Solun Melankolisi: Marksizm, Tarih ve Bellek (Çev. E. Ersavcı). İstanbul: İletişim Yayınları.

Turan, Şerafettin (1995). Türk Devrim Tarihi III, Yeni Türkiye'nin Oluşumu (Birinci Bölüm)-(1923- 1938). İstanbul: Bilgi Yayınevi: İstanbul.

Turner, Graeme (2016). İngiliz Kültürel Çalışmaları (Çev. D. Özçetin, B. Özçetin). Ankara: Heretik Yayınları.

Türk, Bahadır H. (2018). Muktedir: Türk Sağ Geleneği ve Recep Tayyip Erdoğan. İstanbul: İletişim Yayınları.

Türkdoğan, Orhan (2013). Türk Ulus-Devlet Kimliği. Konya: Çizgi Kitabevi.

Üstel, Füsun (2008). "Türkiye Cumhuriyeti'nde Resmi Yurttaş Profilinin Evrimi." Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4: Milliyetçilik. İstanbul: İletişim Yayınları.

Van Dijk, Teun A. (2003). "Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım." Şu kitapta: Haz. Barış Çoban, Zeynep Özarslan. Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, din, ideoloji (Çev. B. Çoban, Z. Özarslan, N. Ateş,). İstanbul: Su Yayınları.

Varel, Anıl (2019). "Ellili Yıllarda Muhalefet: Hükümete Yönelik Temel Eleştiriler ve DP Karşısında CHP'nin İdeolojik Konumlanışı." Şu kitapta: Haz. Mete Kaan Kaynar, Türkiye'nin 1950'li Yılları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Veblen, Thorstein Bunde (2017). Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi (Çev. E. Kırmızıaltın, H. Bilir). Ankara: Heretik Yayınları.

Verkuyten, Maykel (2005). The Social Psychology of Ethnic Identity. Ney York: Psychology Press, Taylor&Francis.

Voloshinov, Valentin Nikolayeviç (2020). Marksizm ve Dil Felsefesi, (Çev. M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Weber, Max (2012). Din Sosyolojisi. (Çev. L. Boyacı). İstanbul: Yarın Yayınları.

Weber, Max (1946). Essays in Sociology. New York: Oxford University Press.

Wellman, Barry, Haythornthwaite, Caroline (Ed.) (2002). The Internet in Everyday Life. USA: Blackwell Publishers.

Wenden, Catherine Wihtol W (1998). "Ulus ve Yurttaşlık: Hem Rakip Hem Ortak." Şu kitapta: Haz. Jean Leca. Uluslar ve Milliyetçilikler (Çev. S. İdemen). İstanbul: Metis Yayınları.

White, Jenny (2013). Müslüman Milliyetçiliği ve Yeni Türkler (Çev. F. Güllüpınar, C. Taştan). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yankaya, Dilek (2018). Yeni İslâmî Burjuvazi: Türk Modeli (Çev. M. I. Durmaz). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yıldız, Ahmet (2009). Kemalist Milliyetçilik. Şu kitapta: Ed. Tanıl Bora, Murat Gültekingil. Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt II: Kemalizm. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yücetürk, Ahmet N. (1987). Siyasetin Toplumsal Tabanı, Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Zawadzki, Paul (2010). "Milliyetçilik, Demokrasi ve Din." Şu kitapta: Ed. Alain Dieckhoff, Christophe Jaffrelot. Milliyetçiliği Yeniden Düşünmek: Kuramlar ve Uygulamalar (Çev. D. Çetinkasap). İstanbul: İletişim Yayınları.

Zürcher, Erik Jan (Der.), (2017). İmparatorluktan Cumhuriyete Türkiye'de Etnik Çatışma. İstanbul: İletişim Yayınları.

EKLER

EK 1. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Reklam Metinleri

1. 18 Mart 1915 Çanakkale Zaferi. Bugün sınırları içinde huzurla yaşadığımız geçimimizi sağladığımız ve yarınlarını yetiştirdiğimiz ülkemizin özgürlüğünü kazanmasındaki dönüm noktalarından biri olan Çanakkale Savaşı'nda çocuk, yaşlı, fakir, zengin, kadın, erkek demeden çarpışan kahramanlarımızı, tarihin en şanlı kahramanlık destanlarından biri olan Çanakkale Zaferi'nin 104. yılında rahmetle anıyoruz. – Kipaş Holding
2. "Onlar 5 çayını Marmara Denizi'nde içeriz." dedi. Biz "Son ferdimiz şehadet şerbetini içmeden bu vatanı bırakmayız." dedik. Onlar "Toplarımız hayatı temsil eden her varlığı öldürmek için yeri göğü inletecek." dedi. Biz "Varlığın tek sahibine inandık ve her taarruzda onun ismini andık." dedik. Onlar "Türkler geri çekilmek için bile vakit bulamayacak." dedi. Biz "Savaşmaya değil ölmeye geldik." dedik. Ve nihayet 18 Mart 1915 günü onlar da biz de aynı şeyi söylüyorduk: "Çanakkale geçilmez." Çanakkale'yi geçilmez yapan zaferin 94. yılında tüm şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz – Kuveyt Türk
3. Vurulup tertemiz alnından uzanmış yatıyor. Bir hilal uğruna ya rab ne güneşler batıyor. İman zaferinin 104. yılında göğüslerinde zırh gibi taşıdıkları imanla vatan, millet, bayrak ve şu dinmeyecek ezanlar için can veren Çanakkale Şehitlerimizi rahmetle anıyoruz. Cennet olsun ebediyette mekânınız. – Vuslat Derneği
4. Vurulup tertemiz alnından yatıyor. Bir hilâl uğruna, yâ Rab, ne güneşler batıyor! Ey, bu topraklar için toprağa düşmüş, asker! Gökten ecdat inerek öpse o pâk alnı değer. ne büyüksün ki kanın kurtarıyor Tevhid'i. Bedr'in arslanları ancak, bu kadar şanlı idi. Sana dar gelmeyecek makberi kimler kazsın? "Gömelim gel seni tarihe" desem, sığmazsın. Herc ü merc ettiğin edvara da yetmez o kitâb... Seni ancak, ebediyetler eder istiâb. "Bu, taşındır" diyerek Kâ'be'yi diksem başına; ruhumun vahyini duysam da geçirsem taşına; sonra gök kubbeyi alsam da ridâ namıyle, kanayan lâhdine çeksem, bütün ecrâmıyle; mor bulutlarla açık türbene çatsam da tavan, Yedi kandilli Süreyyâ'yı uzatsam oradan; sen bu avizenin altında, bürünmüş kanına; uzanırken gece mehtâbı getirsem yanına, türbedârın gibi tâ fecre kadar bekletsem; gündüzün fecr ile âvizeni levriz etsem; Tüllenen mağribi, akşamları sarsam da yarana...yine bir şey yapabildim diyemem hatırana. Şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz – FNSS
5. Bakmak lazım bugünlere hangi yollardan geçip geldiğimize. Bakmak lazım yok ne demek. Yoktan var olmak ne demek bir bakmak lazım. Kaybettiklerimize bir daha hiç kaybetmemek için bir dönüp bakmak lazım. Hakkımızı helâl ettiklerimize hakkını hiç ödeyemeyeceklerimize şükranla bakmak lazım. Minnet ve saygıyla anıyoruz. – Reis
6. 18 Mart 1915 Çanakkale Savaşı bir milletin dünyaya meydan okuyuşu... İlk deniz tayyarecisi Savmi Uçan, savaşın gizli kahramanları keşif pilotları Ütğm. Cemal Durusoy, Ütğm. Fazıl Bey. Bir milletin tarihini değiştiren Çanakkale Savaşı'nın kazanılmasında keşif uçuşları yapan Türk pilotlarının emeği ve rolü büyük olmuştur. Türk tayyareciler, savaşın seyrini belirlediği gibi Türk havacılığının temellerinin de atılmasını sağlamıştır.

Kahramanlarımızı yad ediyoruz. 18 Mart Çanakkale Zaferi'nin 101. yılı kutlu olsun. - İGA İstanbul Yeni Havalimanı

7. Çanakkale savaşı sırasında Anadolu'nun her yerinden Rumi-1315 doğumlu olanlar, 15 yaşında gönüllü olarak vatan savunması için cephelere katıldı. "Hey 15'li" türküsü, bu genç bahadırların cepheye katılımları anısına yazılmıştır. Sözü edilen "15'liler" 1315 doğumlulardır. "Çanakkale Zaferi, Türk askerlerinin ruh kudretini gösteren şayanı hayret ve tebrik bir misaldir. Emin olmalısınız ki, Çanakkale Muharebeleri'ni kazandıran bu yüksek ruhtur." Kahraman Mehmetçiğin 103 yıl önce yazdığı Çanakkale Geçilmez Destanı'nın yıl dönümünde tüm şehitlerimizi, rahmet, minnet ve saygıyla anıyoruz. – Anel Group
8. 18 Mart Çanakkale Zaferi Saygıyla anıyoruz. Beyaz atlılar. Şehitler beyaz atlarına bindiler. Yolları çok uzun. Geride bıraktıklarının gözleri yaşlı. Geride kalanların içi üzgündü. Evlatlarımız, yiğitlerimiz gittiler. Onlar, arşa erdiler bugün. Geride bıraktıklarının yüreği yaslı. Geride kalan her gün sürgün. Askerlerimiz öldüler yuvaları öksüz bugün. Analar evlatlar çaresiz kaldı. İntikamını alacağız elbet bir gün. Onlar nice korkusuz yiğittiler hakka yürüdüler bugün. Babalar dimdik omuzladı tabutları düşmana koz vermek yok bugün – Kütahya Seramik
9. Bu toprakları vatan yapan şehitlerimizi ve gazilerimizi saygıyla anıyoruz. – Kale Kilit
10. Vurulmuş tertemiz alnından uzanmış yatıyor. Bir hilal uğruna ya Rab ne güneşler batıyor. Ey bu topraklar için toprağa düşmüş asker gökten acdâd inerek öpse o pak alnı değer. Sana dar gelmeyecek makberi kimler kazsın. Gömelim gel seni tarihe desem sığmazsın. Ey şehit oğlu şehit. İsteme benden makber sana. Ruhları şad olsun. – Galatasaray
11. 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Çanakkale Zaferi aziz şehitlerimizi rahmet ve şükranla anıyoruz. (Çanakkale içinde aynalı çarşı) – Piri Reis Üniversitesi
12. Anacığım sizi çok özledim. Kardeşlerim ve sen burnumda tütüyorsunuz. Keşke babam da bu günleri görseydi. Bugün erzaklarımızın arasında kuru üzüm vardı. Seni andım anacığım. Ben vatan ve millet uğruna bana düşen vazifeyi ifa ettim. Cümlenize hakkınızı helal ettim siz de hakkınızı helal edin. Büyüklerimin ellerinde küçüklerimin gözlerinden hasretle öperim anacığım. 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Deniz Zaferi'nde destan yazan askerlerimizi minnet ve rahmetle anıyoruz. Bugünün anısına tüm şubelerimizde kuru üzüm paketlerimizi sizlerle paylaşıyoruz. 18 Mart Çanakkale Deniz Zaferi Kutlu Olsun– Altunbilekler
13. M. Akpınar: (şarkı) Sevemez kimse seni benim sevdiğim kadar. A. Demirer: Ona ne şüphe – M. Akpınar: Hadi hadi... Sevemez kimse seni benim sevdiğim kadar. A. Demirer: Of be baba tutturdun Opet Opet diye. M. Akpınar: Çok seviyorum çok A. Demirer: Babacığım insan benzin istasyonunu sever mi Allah aşkına. Ne bileyim kuş sevilir, kedi sevilir, reçel sevilir, bal sevilir, şehir sevilir, isim sevilir. Tuvaletler temiz diye mi? M. Akpınar: İstasyonu değil evladım memleketi seviyorum memleketi. A. Demirer: Yani baba. M. Akpınar: Yani sen sanıyorsun ki biz buradan sadece yakıt alıyoruz. A. Demirer: ne alıyoruz baba yakıt alıyoruz. M. Akpınar: Köylerimize hayat veriyoruz. Kaldırımlarına taş meydanlarına çeşme alıyoruz. Memleketin geleceğine umut oluyoruz. Yalnız bu kadar mı? Şehitlerimizin anısına sahip çıkıyoruz. Bu vatanı bize bırakan

kahramanlarımızın isimlerini yaşatıyoruz. Şanlı zaferlerimizin nasıl kazanıldığını unutmuyoruz unutturmuyoruz. Anlayacağın biz Opet'ten memleket sevgisi alıyoruz memleket. – Teşekkürler yine bekleriz. – Biz teşekkür ederiz. –Yıllardır Türkiye'nin müşteri bağlılığı en yüksek akaryakıt markasıysa bir nedeni var. Burada sadece akaryakıt değil memleket sevgisi var. Gücümüz sevgimiz – Opet

14. 43'üncü P. A. 1. P. TB. 1'inci P. BL. 15 Haziran 1915: Sabah: Üzüm Hoşafı Öğle: Yok Akşam: Üzüm Hoşafı Ekmek Tam. 26 Haziran 1915: Sabah: yok Öğle: yok Akşam: Buğday çorbası Ekmek Tam 18 Temmuz 1915: Sabah: üzüm hoşafı Öğle: yok Akşam: yok Ekmek yarım 21 Temmuz 1915: Sabah: yarım ekmek Öğle: Yok Akşam: Şekersiz Üzüm hoşafı Ekmek Yok. Not: 21 Temmuz 1915'ten itibaren başlayarak ordu emriyle ekmek istihkakı 500 gr'a indirilmiştir. Çünkü un ve ekmek kalmamıştır. 18 Mart Çanakkale şehitlerimiz saygıyla anıyoruz. Bu topraklarda doğduk, bu topraklardan taşıyoruz. Çalışan: Doğtaş bu konuda çok duyarlı. Çalışan: Biz çok duygulandık hoşaf, bulgur pilavı, un çorbasıyla. Onlarla birlikte aynı duyguyu yaşadık. Savaş zamanında yaşanan yedikleri şeyler... Çalışan: Dünyanın hiçbir yerinde yaşatmasın ülkemize de yaşatmasın. Bir destandır Çanakkale – Doğtaş
15. Bazı uçuşlar belleğinize öyle bir kazınır ki emekli olduğunuz zaman onları hatırlarsınız. Binlerce uçuş yapıyoruz ama bazıları buranızda (kalp) hissedersiniz. İşte bu uçuş öyle bir uçuştu. (İstanbul-Çanakkale) -Dur yolcu bilmeden gelip bastığın bu toprak bir devrin battığı yerdir. Eğil de kulak ver bu sessiz yığın bir vatan kalbinin attığı yerdir. Değerli konuklarımız kaptanınız konuşuyor. Üzerinden geçmekte olduğumuz Gelibolu Yarımadası bağımsızlık tarihimizde çok özel bir yere sahiptir. Türkiye'nin bayrak taşıyıcı havayolu olarak bizler de İstanbul'dan düzenlediğimiz ilk uçuşumuzu bu destansı zafere ve unutulmaz Çanakkale Zaferi'nin kahramanlarına adadık. Cumhuriyetimizin kurucusu Gazi Mustafa kemal Atatürk'ün de dediği gibi dünyanın hiçbir ordusunda yüreği seninkinden daha temiz daha sağlam askere rast gelinmemiştir. Her zaferin mayası sendedir. Kanınla canınla mayaladığın bu topraklar aziz vatan sana minnet borçlu. Ruhun şad olsun ey Mehmetçik. İyi ki bu toprakların evladıyız –Duygulandım, ağladım. Çanakkale çocuğuyuz. Çanakkale Zaferi'nin 104. yılı kutlu olsun. – THY
16. Değerli konuklarımız kaptan konuşuyor. Bugün 18 Mart 2018 Çanakkale Deniz Zaferi'nin 103. yıl dönümü. Bu özel günün anısına İzmir seferimiz Çanakkale şehri üzerinden planlanmıştır. Şu anda bir ulusun kaderi uğruna savaşan kahramanlarımızın ebediyete kavuştuğu Gelibolu Yarımadası semalarında uçuyoruz. Bu vatanın evlatları tam 103. yıl önce bayrağımız uğruna döktükleri kanlarla destan yazdılar. Görmedikleri bizler için canlarını feda edenleri asla unutmayacağız. Hayatlarımızı hayatlarını hiçe sayan aziz kahramanlara borçluyuz. Gazi Mustafa kemal ve silah arkadaşlarını ve tüm Çanakkale şehitlerimizi saygıyla ve rahmetle anıyoruz. Ruhları şad olsun. Türkiye'nin bayrak taşıyıcı havayolu olarak bu bayrak uğruna canını feda eden tüm şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz. Çanakkale Zaferi'nin 103. yıl dönümü kutlu olsun. - THY
17. Anadan geçilir mi? Geçilir. Yardan geçilir mi? Geçilir. Candan geçilir mi? Geçilir. Çanakkale'den geçilir mi? Çanakkale geçilmez. – Şahinkaya

18. (Çanakkale içinde aynalı çarşı) Çanakkale şehitlerimizi saygı ve minnetle anıyoruz. – Dardanel
19. Bugünkü gücümüz aziz vatanımızı kanlarıyla yoğuranların ölümsüzlüğünde gizlidir. -Kuveyt Türk
20. 102 yıl önce Çanakkale'de son adım, sonsuz zafer. Çanakkale Zaferinin 102. yılında, Çanakkale'yi geçilmez yapan kahramanlarımızı saygı ve minnetle anıyoruz. – Yurtbay Seramik
21. 1915 Çanakkale – Knauf
22. İnsan bağlandıkça hayatta kalır. Özlediklerine, hayallerine, sevdiklerine. Yanında olmasa da iyi olduğunu bilmek, yüzündeki gülümsemeyi görmese de sonunda kavuşacağını düşünmek hayat verir insana. Bugün sevdiklerimize bağlanmak parmaklarımızın ucunda. Yıl 1915 isimsiz bir askerin kızına yazdığı mektup: benim sevgili kızım, niçin mektup göndermiyorsunuz. Zannedersem darıldınız. Canım kızım mektup gönder de neden darıldığını mektupta yaz ki ben de anlayayım. Özlem, hayata bağlar... Sevgili baba ve anne, Burada posta günlerini ne büyük bir özlemle beklediğimizi anlamanıza imkân yok. Bu sizi görebilmenin tek yolu. Bu mektuplar beni Melbourne'e götürüyor. Umut hayata bağlar. Bilirsin her muharebeye giren ölmez. Fakat eğer ben ölürsem sakın gam yeme. Beni ve seni yaratan Allah bizi nasıl dünyada birbirimize nasip ettiyse benden şehitlik rütbesini esirgemediği takdirde elbette ruhlarımızı da birbirine kavuşturur. Sevgi, hayata bağlar. Adresimden de anladığımız gibi esir olduğumu ve yaralı olduğumu öğreneceksiniz. Bununla beraber iyileşiyorum ve Türkler bana çok iyi bakıyorlar. Şu birkaç satır mektubumda selamette olduğumu anlayıp, siz de birkaç satırlık olsun karşılıkta bulununuz. Sizi seven kardeşiniz. İnsanı iletişim kurmak hayata bağlar! Yer Çanakkale. İki siper arasına sıkışmış gencecik hayatlar, yağmur gibi yağan mermiler ve cepheden yazılan mektuplar...Bazen bir kurşun yarasından daha öldürücüdür cevapsız kalan bir mektup. 1915 yılında cevapsız kalan mektuplar bir asır sonra yanıtlanıyor. Bugünden geçmişe yazılanlar Çanakkale'deki gencecik ruhlara ulaşıyor. Siz de hemen canakkaleyemektuplar.com adresinden mektubunuzu yazın her bir mektup Eskişehirli Mustafa'dan Filistinli Hasan'a Avustralyalı Oliver'dan Gaziantepli Mehmet'e Yemenli Abdullah'tan Yeni Zelandalı Benny'e binlerce askerin ruhunu hayata bağlayan bir ağaca dönüşsün Çanakkale'de barışa uzanan on bin ağaçlık ormanımız mektuplarınızla daha da büyüsün. – Turkcell
23. Bir damla düşer suya, su toprak olur hüzün çöker. Gelibolu'ya Gelibolu dost olur. Geçmiş düşer aklına gözlerde yaş olur. En şanlısı toprağa bekleyen askerin en parlağa geleceğe doğan güneşin Çanakkale'de olur en güzeli gelinciklerin. Gelincikler bize barışı, kahraman Mehmetçiklerimizi hatırlatıyor. Çanakkale Zaferi'nin 104. yılında başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere tüm kahramanlarımızı minnetle anıyoruz. - Turkcell
24. Seyir defteri denizcinin her şeyidir. Her bir hareket tek tek yazılır. Dünyanın neresine gidersen git aynıdır değişmez. Yani bir nevi geminin kara kutusudur. Binlerce gemiye indim, çıktım. İstanbul Boğazı geçildi yazılır. Kilit Bayır geçildi yazılır. Her şey aynen yazılır. Ama bir şey hariç. Yazılmaz yazılamaz. O yazılamaz. Çanakkale'den çıkılır, Çanakkale'ye varılır şehitler abidesi selamlanır ama şunu herkes bilir ki Çanakkale geçildi yazılmaz. Çanakkale geçilmez. Adını tarihe yazdıran o kahramanları hangi kalp unutur. Tüm

Türkiye'yi kahramanlarımızı anmak için Çanakkale'ye davet ediyoruz. – Doğtaş

25. Düşün 4 kıtadan onlarca farklı milletten gelen düşman artık çok yakın. Dünyanın o güne kadar gördüğü en korkunç donanma ile sarılı her tarafın. Ardında bıraktığın anan, baban, toprağın. Yemekte üzüm hoşafı ekmeğin yarım. Bir düşün sağ çıkacağını bilmeden yarın ve daha bağrındayken yaşamın belki de bugün son kez uykundan uyandın. Bilinmeyecek belki ne adın ne sanın. Ya da belki yazacak bir mermerin üzerinde Ahmet oğlu Mehmet daha 15'miş yaşın. Düşün? Kimin için, ne içindi bu fedakârlık? Bu inanç, bu zafer? Elbette bu vatan için. Gratis tüm Türkiye'nin 18 Mart Çanakkale Zaferi'ni kutlar! #BuVataniçin – Gratis
26. Bir tarihe kaç zafer sığar? Kaçında kahraman gençlerin öyküsü, cesaretli insanların azmi var? Sadece kollar kaldırmaz ağırlığı. Zafer, inançtan doğar. Çanakkale Zaferi'nin yıl dönümünde aziz şehitlerimizi saygı ve minnetle anıyoruz – İş Bankası
27. İlk'ler Sunay Akın: Çanakkale'ye gelen işgal gemilerindeki gözcüler siperlerimizden kendilerine dönük 2000'e yakın top namlusu sayarlar. Oysa, bunların yarısından fazlası top görünümü verdiğimiz soba borularıdır. Hedef şaşırtmak için siperlerimize koyduğumuz yalancı topların arasında her biri vatan sevgisiyle dolu işgal güçlerini geçirmemekte kararlı gerçek yürekler vardır. Hastane çadırlarında tüm hazırlıklar tamamlanmış gerekli olan tüm ameliyat gereçleri yan yana dizilmiş pek yakında cepheden taşınacak yaralılar beklenmektedir. Öyle ya, savaş sadece siperlerde yaşanmayacaktır Çanakkale'de. Yaralı askerlerimizin hayatını kurtarmak için doktorlarımızın, hemşirelerimizin vereceği savaş da ilk top sesiyle birlikte başlamak üzeredir. Ve 18 Mart sabahı... Birbiri ardına duyulan top sesleriyle doktorlarımızın gözleri yaralıları karşılamak için cepheden gelen yola çevrilir. Çok geçmeden ilk yaralıyı taşıyan sedyeciler görünür. Acılar içinde kıvranan askere ağrı kesici yapılarak yaraları dikilmeye başlandığında anlaşılır ki askerlerimizin üzerine yağan mermi yağmuru gibi hastane çadırlarına da hiç durmaksızın yaralılar taşınmakta. Rus Harbi'ni, Balkan Harbi'ni yaşamıştık ama böylesine yoğun yaralının olduğu bir savaşla ilk kez karşı karşıyaydık. Sanayi devrimiyle daha da korkunç hale gelen silahların en güçlüleri hem de birleşerek üstümüze ölüm yağdırıyordu. Çanakkale Savaşı'nda siperlerin gerisinde en çok ihtiyaç duyduğumuz ağrı kesici morfindi. Doktorlar cepheden yaşanan onca yaralıya yetecek ağrı kesiciyi bulmakta zorlanıyorlardı. Ellerindeki ağrı kesicilerin tüm yaralı askerlerimize yetemeyeceği kanaatine vardıklarında ameliyat edilirse yaşama şansı yüksek olan yaralıya ağrı kesici yapma kararı alırlar. Ameliyathane olarak kullanılan çadırın önüne bir masa konulmuş cepheden gelen her yaralı önce bu masaya yatırılmakta ve doktor tarafından ameliyata alınıp alınmayacağına yani morfin yapılıp yapılmayacağına karar verilmektedir. Yaralı bir asker yatırılır sedyecilerin sırada beklediği doktorun masasına. Askerin ağır yaralarına bakan doktordan "Bunu kaldırın" sözü duyulur. Kim bilir o doktor bu sözü kaç kez söylemiştir çaresizlik içinde. Doktor, duygusal bir karar vermemek için yararlıların yüzüne bakmamakta iyileşme şansı yüksek olan askere ağrı kesici yaptığında ise şırıngayı tekrar doldurarak masaya konan yaralı askerlerin acı dolu sesleri arasında görevine devam etmektedir. Bunu kaldırın... Bunu kaldırın... Bana morfini verin! Bunu kaldırın... O an yaralı

askerden inilti halinde bir ses işitilir: Baba! Herkesin gözü doktora çevrilir. Acılar içinde kıvranan asker öz oğludur doktorun. Baba... Oğluyla göz göze gelen doktur. Sedyecilere dönerek şunu söyler: Bu benim oğlum. Lütfen gölge bir yere kaldırın. Doktorun önünde yaralı yatan askerin oğlu olduğunu öğrendiğinde istediği tek ayrıcalık gölge bir yer sadece gölge bir yerdir. Bu topraklar hakkı olmadığı için bir tek ağrı kesiciyi oğluna vermeyen o güzel, cesur kararlı insanlar tarafından vatan yapılmıştır. Çanakkale şehitlerimizin ve gazilerimizin anısına sonsuz saygıyla. – Petrol Ofisi

28. (Fahir Atakoğlu- Çanakkale İçinde Aynalı Çarşı) Yüreğimizden gelen bu ses, geçilmeyen topraklardan bir nefes #GecilmezOl – Kale Grubu
29. Bastığın yerleri "toprak!" diyerek geçme, tanı: Düşün altında binlerce kefensiz yatanı. Sen şehit oğlusun, incitme, yazıktır, atanı: Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı. 18 Mart Çanakkale Zaferi'nin 104. yılında tüm şehitlerimizin ve gazilerimizin minnetle ve saygıyla anıyoruz – Ziraat Bankası
30. Hatıranız için ne yapsak az, bu millet sizi asla unutmaz. 18 Mart Çanakkale Zaferi'nin 103. yıl dönümünde tüm şehitlerimizi rahmetle anıyoruz. –IGA (İstanbul Grand Airport)
31. Hatıranız için ne yapsak az, bu millet sizi asla unutmaz. 18 Mart Çanakkale Zaferi'nin 102. yıl dönümünde tüm şehitlerimizi rahmetle anıyoruz. –IGA (İstanbul Grand Airport)
32. Ey bu topraklar için toprağa düşmüş asker. Gökten ecdâd inerek öpse o pak alnı değer sana dar gelmeyecek makberi kimler kazsın. Gömelim gel seni tarihe desen sığmazsın. Çanakkale Zaferi'nin 104. yıldönümünde başta Gazi Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere tüm kahramanlarımız rahmet ve minnetle anıyoruz. – Papillon Hotel
33. Bir çocuğun gözlerinde, bir babanın azminde, gücünün çok ötesinde bir mucizede, bir gencin kararlılığında, yalnız bir gemide, bir kâse hoşaf, bir parça ekmekte, alın terinde, bir kahramanın asaletinde, biz hep Çanakkale'yi gördük. Atamızı ve Çanakkale Zaferi'nin kahramanlarını saygı ve minnetle anıyoruz. – Mutlu Akü

EK 2. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Reklam Metinleri

1. Alıyla, beyazıyla. Ay'ıyla, yıldızıyla. 81 milyon tek yürek. Sonsuza dek... 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü'nde birliğimizin daim olması dileğiyle. – Turkcell
2. Hayata anlam katan nedir? İnsanı değerli kılan… Bir hakikat uğruna nelerden vazgeçebilir insan? Nedir kıymeti sahip olduğumuz malın mülkün? 15 Temmuz'un şehitleri büyük bir hakikati yeniden hatırlattılar. Zaman gelir zekâtın, verginin ölçüsü kalkar. Millet için, bayrak için, ezan için malımızın da canımızın da tamamını ortaya koymak boynumuzun borcu olur. Biz bu borcu namus bildik. Bu vatana sözümüz olsun. – İstanbul Ticaret Odası
3. Ülkemize ve demokrasimize canı pahasına sahip çıkan şehitlerimizi rahmetle anıyor, gazilerimize şükranlarımızı sunuyoruz. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü – Ziraat Bankası

4. Recep Tayyip Erdoğan: “Cehennem olsa gelen göğsümüzde söndürürüz. Bu yol ki Hak yoludur, dönme bilmeyiz, yürürüz. Değil mi cephemizin sinesinde iman bir; Sevinme bir, acı bir, gaye aynı, vicdan bir; Değil mi sinede birdir vuran yürek yılmaz, Cihan yıkılsa emin ol bu cephe sarsılmaz! 15 Temmuz Diriliş, 16 Nisan Yükseliş” Birlik Şiiri – Evet Platformu
5. Bir olduk dur dedik! Bir olunca güçlü, bir olunca milletiz. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü’nde aziz şehitlerimizi saygıyla anıyoruz. – İstanbul Ticaret Odası
6. Bu sesleri duyuyor musunuz? Bir milletin ayak sesleri. Demokrasinin, dirilişin, birlikteliğin. Bir ihaneti susturdu bu ayak sesleri. Gözünü kırpmadan yürüdü. Kahramanlığın destanını yazdı. Kadınıyla erkeğiyle genciyle yaşlısıyla canıyla kanıyla tarihine en derin izleri kazıdı. Biz hiç unutmadık. Unutturmayacağız! – Fuzul Ev
7. Allahu Ekber... Helikopterden açılan ateşin üzerine ölmek için koşan gençliğin korkutabileceğinizi mi sandınız? #BizDahaRomayıFethedeceğiz – Genç MÜSİAD
8. Hiçbir silahı olmadan koca tankı ele geçirdiği yetmezmiş gibi 2 dakikada tank kullanmayı öğrenen bir gençliği ölümle mi korkutacaktınız? #BizDahaRomayıFethedeceğiz – Genç MÜSİAD
9. Birlik olmazsa kenetlenme olmaz. Kıvılcım olmazsa ateş... Yürek olmazsa cesaret olmaz... İstiklal olmazsa istikbal... Tarih olmazsa gelecek olmaz. Neslihan, Mehmet, Ayşe olmazsa Sevgi, Ömer, Kaan olmaz. Biri bile olmazsa halk olmaz. Halk olmazsa olmaz. Söz konusu vatanı olunca canını hiçe sayan, gözünü bile kırpmadan ihanete karşı dimdik duran adını aldığımız halkımıza saygı ve minnetle... 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü – Halk Bank
10. Yollar tutulsa ne olur Gönüllere giden yolları tutmuşuz biz. Demir yığınları olsa ne olur yığınlarla tek yürek olmuşuz biz. Namlular bize dönse ne olur dönüşü olmayan yola girmişiz biz. Sabahı görmesek ne olur gecenin karanlığını yırtmışız biz. Geri dönmesek ne olur bir ölmüşsek bin doğmuşuz biz. Ülkesinin istikbali için kendi istikbalinden vazgeçenleri asla unutmayacağız. Ömer Halis. – İstikbal
11. Biz iyiyiz anneciğim burada. Burada bir şey yok. Göreve çağırdılar siz yemeğe beni beklemeyin. Çıkışları kapattılar, oraya gelemiyorum. Ben sizi arayacağım. Hepsi geçecek korkmayın. 15 Temmuz 2016 gecesi geri dönmemek üzere yola çıkarlarken de son mesajlarını yazarlarken de korkmadılar. Çünkü bu toprakların şiiri “KORKMA!” diye başlar. 15 Temmuz 2016 gecesi ülkemizin dört bir yanında ve Acıbadem binamızda hayatlarını feda eden şehitlerimizi saygı ve minnetle anıyoruz. – Türk Telekom
12. 1855 Kırım- 1915 Conk Bayırı – 1974 Cenevre Bakan Bey, başlamak için hazırız, sizi bekliyoruz. –Baba nasılsın? Anne babamla konuşuyorum. –Biz ölünceye kadar geçecek zaman zarfında yerimize başka kuvvetler ve kumandanlar kaim olabilir. -Cephelerde milletinin variyetini koruyan vatan evlatlarına –Cenevre’den Bakan Bey hatta bağlıyorum. –Biliyorsun seninle yıllardan beri beraberiz. Recep Tayyip Erdoğan: Halkın gücünün üstünde bir güç ben tanımadım bugüne kadar. –Ayşe tatile çıksın. –Bu işin sonunda şehadet var. Hakkını helal et. – Ben size taarruz emretmiyorum. Recep Tayyip Erdoğan: Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. –

Ölmeyi emrediyorum. Recep Tayyip Erdoğan: Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız. 178 yıldır, milli iradenin sesi olmanın gururuyla. –Türk Telekom

13. Yılın en sıcak ayının tam ortasındaydı Türkiye. 15 Temmuz gecesi eşine zor rastlanır bir ihanet planı işlemeye başladı. Tank gıcırtılarıyla İstanbul'da köprüler tutuldu. Ankara'da mermi sesleri yükseldi. Selalar jetlerin bomba seslerine karıştı. Sayın Başbakanımızın ülkemizi yıkmayı amaçlayan bu kalkışmaya izin verilmeyeceğine dair kararlı duruşuyla hainler Türkiye'nin dünyadaki sesi Türksat'ı susturmak istediler. Ama hinlerin hevesleri kursağında kaldı. Sayın Cumhurbaşkanımızın çağrısıyla dört bir yanda tankların tüfeklerin karşısında dimdik duran adsız kahramanlara Türksat çalışanları da katıldı. Arkadaşlarına destek olmaya gelen çalışanlarımız Ali Karslı ile Ahmet Özsoy'un arabasını yüzlerce kurşunla tarayarak onları şehit eden hainler durmadı. Sabaha karşı Türksat'a 5 dakika içinde 4 bomba atıldı. Milletimizin alın teriyle kurulan tesisler yerle bir oldu. Her şeye rağmen Türksat darbecilere geçit vermedi. Yayınlarına kesintisiz devam etti. Milletimiz birlik oldu hainler yenildi! 15 Temmuz Türkiye'nin sesinin semada yankılanmaya devam etmesi için canını verenlerin destanıdır. Tüm şehitlerimizi rahmetle anıyor, gazilerimize şükranlarımızı sunuyoruz. – Türksat
14. Biz biriz gerektiğinde bin oluruz. Engellere birlikte göğüs gereriz. Zorluklar karşısında tek yüreğiz, tek sesiz. Kahraman yurttaşlarımızın destan yazdığı ülkemizin tarihinde bir dönüm noktası olan bu şanlı günü saygıyla anıyoruz. – Vakıf Katılım
15. Geleceğe umutla bakan timsal olmuş bir millet vardı ülkemde o gün. Halk her şeyden habersizdi ta ki köprüler kapatılana dek. Önce İstanbul'a sonra başkente ardından da yurdun birçok bölgesine kastetmeye kalktı hain ruhlar. Ülkenin parçalanamaz bir bütün olduğu öyle belliydi ki bu kahraman yüzlerden ne bir tank ne de başka bir kötülük durabilirdi onların karşısında. Ve öyle de oldu tek bir çağrıyla. Halkın tepkisi neticesinde ne yapacağını şaşıran hainler bağımsızlık ve demokrasinin simgesi milletin meclisine saldırmaktan geri durmadılar. Lakin millet bir oldu, tek vücut oldu hain kalkışmanın karşısında. Halk geçmişten gelen emaneti korumak için göğüs gerdi siper etti kendini bayrağın önüne. İman dolu göğüsler set vurdu alçaklara. Ülkesinin yanında düşmanın karşısında saf tutan tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet diliyor 15 Temmuz 2016'da yaşadığımız bu vahim günde darbe girişimini önlemek için gazi olan ve sokağa çıkan vatandaşlarımızı minnetle anıyoruz – Vakıf Katılım

EK 3. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Reklam Metinleri

1. "Efelerin Efesi'ne Saygıyla" – Yaşar Üniversitesi
2. "Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır." K. Atatürk, Saygı ve minnetle anıyoruz. – Türk Alman Üniversitesi
3. Sevgi ve özlemle anıyoruz – Kadir Has Üniversitesi
4. 1881-1938 Atamızı saygı ve özlemle anıyoruz – İstanbul Kent Üniversitesi

5. “81 yıl önce battı güneşimiz. Ama biz onu hep doğuşuyla hatırlayacağız. Fikirlerinin ışığı ilelebet yolumuzu aydınlatacak. Minnettarız” – Deniz Bank
6. Seni anlamak için görmemiz gerekmiyor. Sen zaten her çocuğun gülüşünde, her annenin gözlerinde, her babanın kalbinde geçmiş ve geleceğimizde her zaman #bizimlesin Saygı, özlem ve minnetle...- Fibabanka
7. “Savaşta Türkiye’yi kurtaran, savaştan sonra da Türk ulusunu yeniden dirilten Atatürk’ün ölümü, yalnız yurdu için değil, Avrupa içinde en büyük kayıptır. Her sınıf halkın O’nun ardından döktükleri içten gözyaşları bu büyük kahramana ve modern Türkiye’nin Ata’sı layık bir tezahürden başka bir şey değildir.” Winston Churchill İngiltere Başbakanı. “Benim üzüntüm, bu adamla tanışmak hususundaki şiddetli arzumun gerçekleşmesine artık imkan kalmamış olmasıdır.” Franklin D. Roosevelt ABD Başkanı. “Kendisi tarihin şeklini değiştiren bir liderdir. Ama Atatürk’ün yaşamına ait en büyük anıt, hiçbir şekilde taştan ya da mermerden inşa edilemez. Kendisinin bıraktığı en büyük miras, Türkiye’nin canlı, laik demokrasisidir.” Barack Obama, ABD Başkanı. The Daily Telegraph Gazetesi İngiltere. Atatürk, Türk milletinin ruhunda Türk bayrağı gibi dalgalanan bir baştı. Frankfurter Zeitung Gazetesi Almanya – Türk halkı, Mustafa Kemal’in ölümüyle, bugün sahip olduğu her şeye minnettar olduğu adamı kaybetti. Anadolu’nun milli bilincinden ve merkezinden doğan yeni dinamik devlet ve “Boğazın hasta adamının” yerine içeride ve dışarıda istikrar kazanmış olan cumhuriyet onun eseridir. O, her yönüyle yeni bir Türkiye ortaya çıkardı. The Times Birleşik Krallık- O, Türkiye’nin önceki kuşaklarından hiçbirine nasip olmayan özgürlük ve güven dolu bir hayat sağladı. Başarıları Türkiye’nin Avrupa devleti olmasını sağladı, yakın doğunun tarihini değiştirdi. “İnsan mensup olduğu milletin varlığını ve saadetini düşündüğü kadar, bütün cihan milletlerinin huzur ve refahını düşünmeli ve kendi milletinin saadetine ne kadar kıymet veriyorsa bütün dünya milletlerinin saadetine hizmet etmeye de, elinden geldiği kadar çalışmalıdır.” K. Atatürk. 1881-1938Atamızı özlemle anıyoruz. – Fibabanka
8. Bu ülkenin kurucusu bir bankanın da kurucusuysa o bankanın attığı her adım önce ülkesi için atılır. Aramızdan ayrılışının 80. yılında saygı ve minnetle anıyoruz –İş Bankası
9. “Karlı dağları, uçsuz bucaksız ovaları, bitmeyen yolları, en dalgalı denizleri, umutla bakan gözleri, sokakları, şehirleri, memleketin her karışını gördük, olmadığın yer görmedik. Her 10 Kasım’da saygıyla” – Gitti Gidiyor
10. Fikirler ölmez 1881-1938 – Koç Holding
11. İzin silinmez 1881-1938 - Koç Holding
12. Kalbin yolu bir 1881-1938 – Koç Holding
13. “Gözleri aşka gülen taze söğüt dalısın, gel bana her gece sen gönlüme doğmalısın, tatlı gülüş pek yaraşır, gözleri ömre bedel ah ne güzel seni sevmek, sevmek ah ne güzel, bekleme sonbaharı bir acı rüzgar eser, gel bana her gece sen saçların bağrıma sar tatlı gülüş pek yaraşır, gözleri ömre bedel ah ne güzel seni sevmek, sevmek ah ne güzel” –Koç Holding
14. –Bir de gitmeyecekmiş okula. Boşuna mı kalkıyorduk bu saatte –Güzel oğlan bu ne surat ekşi satıp duruyorsun –Yok bir şey Emine yenge zaten derdim büyük. Efendiler... Ben kim rol yapmak kim. Cumhuriyetin ilan edildiği... -İhsan emmi benden hiç Atatürk olur mu? –Ne olur mu? –Atatürk diyorum Atatürk, şu bendeki kaşa bak göze bak bakıyor musun? – Bakıyorum ya işte.

E tabi kolay değil zor –Ah yaktın beni öğretmenim – Atatürk'te hemen Atatürk olmadı ki. Önce Mustafa'ydı sonra Kemal oldu arkasından Gazi oldu en son Atatürk oldu –En sonunda olmuş işte. Ben nasıl olacağım? – Sen bana baksana kalk bakayım ayağa şu çantanı sırtına al, karnını çek içeriye, başını dik tut yürü bakalım şimdi –Oldum mu şimdi? –Olacaksın be Hasan'ım olacaksın bu yoldan dönme #yolumsensin –Koç Holding

15. –Dede sen hiç Atatürk'ü gördün mü? – Gördüm daha bu sabah hem de – Ben de gördüm Atatürk'ü kırın ortasında öylece bir başına. Ben Atatürk'ü duruşunda gördüm. – Genç bir kızın istikbâlinde gördüm. – Ben her sabah görüyorum biliyor musun hep aynı saatte – Ben Atatürk'ü gördüm Mehmetçiğin gözlerinde. Görüyor musun? Seni hiç unutmadık – Koç Holding
16. Bazı borçlar vardır ödeyemezsin. 1938 – Koç Holding
17. "Bakma Böyle durduğumuza, hüzünle, özlemle, minnetleve daima emanetinle gurula anıyoruz"- Sampa
18. "Hayat mücadele demektir. Hayatta başarı, mücadelede başarıyla mümkündür. "Mücadelede başarı da maddi ve manevi kudrete dayanır. Fransa'ya veya İngiltere'ye özenmeyecek bir duruma kesinlikle geleceğiz. Ülke kesinlikle modern ve yenileşmiş olacaktır. Yenilik işinde duracak değiliz. Dünya büyük bir cereyanla ilerliyor. Biz bu uyumun dışında kalabilir miyiz?" Senin izinde olmak iş hayatında da mücadele etmektir. İş hayatında başarı için maddi manevi kudretimizle mücadele etmeye devam edeceğiz. En ileri sayılan ülkelerdeki markalara özenmeyecek bir duruma kesinlikle geleceğiz. İlerleme yolunda önümüze dikilenleri ezip geçeceğiz. Yenilik işinde durmayacağız. Dünya hızla değişiyor. Değişimin dışında kalmayacağız. Çünkü senin izinde olmak mücadele etmektir. #Millimücadelemizihracat - Sampa
19. #aslasilinmez- Whatsons
20. #aynıgünaynıdakika- Markası ne olursa olsun düğmesi sökülmüş ya da kopmuş ceketlerinizin 9 Kasım günü Kiğılı mağazalarına getirin ücretsiz dikelim 10 Kasım'da önümüzü birlikte ilikleyelim – Kiğılı
21. Hayatlarımız hayallerimiz tarzlarımız ne kadar farklı olursa olsun tüm ceketlerin önü aynı gün aynı dakikada kapanır bu ülkede. Sonsuz saygılarımızla #aynıgünaynıdakika – Kiğılı
22. Birlikteyiz Tamamlarız! Bir şeyler eksik gelebilir üzülme çocuk sohbetler eksik gelebilir, sesler, gülüşler, çiçekler, ağaçlar eksik gelebilir. Bulutlar durabilir, uçurtmalar uçmaz, güneş kısık, renkler boğuk, sirenler eksik gelebilir. Üzülme çocuk izindeyiz, birlikteyiz, tamamlarız 1938 –Kiğılı
23. Yani benim ellerim titrerdi ateşten gömlek giymiş birine başka bir gömlek nasıl dikebilirsin ki. Kumaşı cesaretten ipliği inançtan olmalı bir kere. İste en güzelini yapayım sana kurtuluş için. Tüm Anadolu'yu gezenlerin ayakkabıları gibi olmaz. Onun kıyafeti bu ülkeye olan inancıydı, sevgisiydi. Geldi, giydi, gitti. İlmek ilmek diktiği bu sevgiyi kimse kalbimizden sökemedi. #Özlüyoruz – Kiğılı
24. Bu eseri ona bırakacağım ve gözüm arkada kalmayacak #Gözünarkadakalmayacak. – The Windmill Media
25. Aramızdan ayrılışının 81. yılında saygı ve özlemle anıyoruz. "Benim manevi mirasım bilim ve akıldır." Mustafa Kemal Atatürk. Sana layık olabilmek için çalışıyoruz. – Gama Holding

26. Mustafa Kemal Atatürk 1881-1938. 80 yıldır açtığın yolda, gösterdiğin hedefteyiz...80 years we have been following the path you have shown us, working towards your aspirations. Saygı ve özlemle...With longing and restpect – EAE
27. "Benim naçiz vücudum elbet bir gün toprak olacaktır; fakat Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır." Medicana
28. Sen 57 yıllık bir ömre onlarca zafer büyük bir ülke ve umut dolu bir gelecek sığdırdın. Yüzyıllar da geçse yaptıklarını unutmayacağız
29. Bir isim, her şeyi değiştirir. İmkânsız sanılanı, yapılmaz denileni...Bir isim, hatırlatır sana inancı, cesareti, azmi, umudu ve özlemi...Sonsuz saygı ve özlemle – Yurtbay Seramik
30. 09.05.00 Yaktığın ışık hiç sönmeyecek... Saygı ve özlemle… – Yurtbay Seramik
31. (Şarkı) Bir fırtına tuttu bizi deryaya kardı. O bizim kavuşmalarımıza yârim mahşere kaldı. Sonsuz saygı ve özlemle #DaimiBirÖzlemBizdeki – Yurtbay Seramik
32. "O unutulmayacak"- Kale
33. 1938-Ulus (Gazete) Adımız Andımızdır Kurtarıcını ve en büyük evladını kaybettin. Türk milleti sen sağ ol! Meclis bugün yeni cumhurreisini seçiyor. 2018- Sen hiç eğilmediğin için biz hala ayaktayız. #ayaktayız – Kitaploji.com
34. Geleceğe birlik olarak güçlü biçimde ulaştık. Hiç kimsenin boyunduruğu altında olmadan özgürce yaşadık. Laik, demokratik, eşit, medeni, çağdaş bir toplumda egemenliği kendi elimizde tutarak ürettik çalıştık var gücümüzle mücadele ettik. Bir olduk BİZ olduk. TÜRKİYE olduk. 09.05 1881-1938 Silah arkadaşlarıyla Cumhuriyeti kurup ilkeleriyle bugünlere ışık tutan Gazi Mustafa kemal Atatürk'ü ölümünün 95. yılında saygıyla anıyoruz. – Kipaş Holding
35. Çalış, umut et, yılma, unutma, koş, mücadele et, oku, öğren, unutma, geliş, değiş, başar, unutma, aya kalk, gör, konuş, hareket et, övün, yetiş, hazırlan, çoğalt, gör, konuş, yılma, düşün! unutma... özlemle anıyoruz 1881-1938 – Casper
36. Giyinmeyi bize o öğretti. Saygı ve özlemle anıyoruz. – Sarar
37. Çocuklarımıza sorduk... "Atatürk bugün yaşasaydı ve O'nunla bir gün geçirme şansın olsaydı ne yapardın, neler sorardın ve ne hissederdin?" Onlar da yanıtladı... İşte çocuklarımızın "ATA"sı... – Ben Atatürk ile karşılaşsaydım onunla bir gün geçirseydim herhalde ilk olarak ona sarılırdım –Onunla beraber Çanakkale'yi gezmek isterdim. Orada yaşadıklarını onun ağzından duymak isterdim. – Ben ilk başta Atatürk ile birlikte Florya'daki denize giderdim. Sonra orada birlikte yüzerdik. – Ben Atatürk'ten geometri dersi almayı isterdim. Böyle bir dâhiden ders almak benim için onur verici olurdu. – Atatürk'e aynı zamanda Türkiye'de eğitimsiz kalan çocuklar konusunda ne yapabileceğimizi sormak isterdim. – Onun bana satranç öğretmesini isterdim. – Onun zamanında Ipad'ler Iphone'lar gibi telefonlar yoktu. Bir tane alabilirdim. – Bilgisayarın kendisini gösterirdim öncelikle oradaki uygulamaları Google'ı falan – Dans etmeyi çok sevdiği için ilk önce dans ederdim. Atatürk'ün sevdiği bir şarkıyla dans etmek isterdim. – Fenerbahçeli olduğu için onunla beraber maça gitmek isterdim. – Ayrılırken onun elini öpüp ona hoşça kal derdim. – Gözün arkada kalmasın biz varız

derdim. –Her 10 Kasım'da Atatürk'ü daha fazla özlüyoruz ve daha fazla üzülüyoruz. Daha fazla eksikliğini hissediyoruz. – Borusan Holding

38. Ben hayatımın hiçbir anında karamsarlık nedir tanımadım. Fikirleriyle geleceğimize ışık tutan Atamızı saygı, minnet ve özlemle anıyoruz... – Borusan Holding
39. 10 Kasım 1938 K. Atatürk. Kalbimiz onunla atıyor. – Borusan Holding
40. Öyle kolay değil bir milleti ayağa kaldırmak. Yokluklarla verilen savaşlarda ayakta çıkmak. Geriye yıkılmayacak bir ülke ve değerler inşa etmek hiç kolay değil. Hatırlamak ve değerlerine sahip çıkmak için ayaktayız. "Vatan çalışkan insanların omuzlarında yükselir. - K. Atatürk" Sanayide ayaktayız, sanatta ayaktayız, iş başında ayaktayız, eğitimde ayaktayız, bilimde ayaktayız, yarınlar için ayaktayız, dünyayla rekabet edebilmek için ayaktayız, toplumsal eşitlik için ayaktayız, kalkınmada ayaktayız, ülkemiz için hayatımız için hep birlikte 80 milyon ayaktayız. Açtığın yolda gösterdiğin hedefe durmadan yürümek için ayaktayız. Ayaktayız Biz Borusanlıyız. Bitmeyecek bir saygıyla #DaimaAyaktayız – Borusan Holding
41. "Ben ölürsem soylu milletimizin beraber yürüdüğümüz yoldan asla ayrılmayacağına eminin; bunumla gönlüm rahat!" Atam sen rahat uyu. #İlkelerininBekçisiyiz – Yataş-Enza Home
42. Farklı bedenlerde... Farklı düşüncelerde... Farklı duygularda... Birbirinden farklı milyonlarız... "O" hepimizin ortak noktası...Özlemle anıyoruz. – Yataş-Enza Home
43. Mustafa Kemal Atatürk 1881 hayata gözlerini açtı. 1893 Askeri Rüştiye'ye girdi ve Kemal adını aldı. 1909 hareket ordusunda kurmay oldu. 1912 Trablusgarp'ta Tobruk Savaşı'nı yönetti. 1915 Anafartalar kahramanı unvanını aldı. 1919 Kurtuluş Savaşı Destanı'nı başlattı. 1920 Türkiye Büyük Millet Meclisi'ni açtı. 1921 Başkomutan oldu. 1922 Başkomutanlık Meydan Savaşı'nı kazandı. 1923 Cumhuriyet'i ilan etti. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Cumhurbaşkanı oldu. 1925 ilk defa şapka giydi. 1932 Türk Dil Kurumu'nu kurdu. 1934 Atatürk soyadı verildi. 1938 Mustafa Kemal Atatürk'ü saygıyla ve minnetle anıyoruz. - Yataş-Enza Home
44. Bu sabah yaşatacağız #söz – Filli Boya
45. İlkelerinin takipçisiyiz. Saygıyla, sevgiyle, minnetle, rahmetle anıyoruz bugün ve her gün – Filli Boya
46. Filli Boya Atatürk'ün huzurunda...Saygıyla anıyoruz. #her10kasım – Filli Boya
47. Cesaret, laiklik, beraber, eşitlik, vatan, özgürlük, bilim, medeniyet, 1881-ilelebet. "Büyük ölülere matem gerekmez, fikirlerine bağlılık gerekir." K. Atatürk #ilelebet – Filli Boya
48. Gittiğimiz yön, hep senin baktığın yön. Senin gösterdiğin hedeflere doğru ilerliyor, hatıranı minnet ve saygıyla anıyoruz. 1938 –Hyundai
49. Sadece bir dakika değil her dakika. Özlemle – Hyundai
50. Saat Dokuzu beş geçe Ata'm Dolmabahçe'de gözlerini kapamış, bütün dünya ağlamış. Doktor doktor kalksana lambaları yaksana Ata'm elen gidiyor çaresine baksana. Özlem ve saygıyla anıyoruz. - Hyundai
51. Saygı ve özlemle 1881-1938 – İDO
52. "Benim naçiz vücudum elbet bir gün toprak olacaktır, ancak Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır." K. Atatürk Saygıyla anıyoruz – İnci Holding

53. Zeka, önder, deha, umut, kurtuluş, ulus, millet, devlet, medeniyet, vatan, vicdan, kahraman, cesaret, özgürlük, hürriyet, mücadele, istiklal, asker, mareşal, Gazi, Cumhur, zafer, Çanakkale, Kocatepe, fedakârlık, bağımsızlık, barış, birlik, beraberlik, cumhuriyet, egemenlik, aydınlık, çağdaşlık, çocuk, sevgi, demokrasi, halk, meclis, adalet, Nutuk, başöğretmen, bilim, azim, inkılap, Türkiye, mavi, özlem, minnet, Mustafa Kemal Atatürk. Bir dakika bazen çok şey ifade eder. Saygı ve özlemle anıyoruz. – Karaca
54. 81 yıl önce bir an geldi zaman durdu. Giden bizim için her şeyi dünya için çok şeyi değiştiren bir liderdi. Minnet ve şükranla anıyoruz. (İngilizce alt yazı var) – Calista Luxury Resort
55. "O benim öğretmenim." "O benim idolüm." "O benim rehberim." "O benim komutanım." "O benim kahramanım." "O benim Atatürk'üm." Herkesin aklında yerin farklı, ama kalplerde yerin hep aynı. 80 yıldır seni sevgiyle ve saygıyla anıyoruz. Mustafa Kemal Atatürk 1881-1938 – Samsung
56. Winston Churchill İngiltere Başbakanı "Savaşta Türkiye'yi kurtaran, savaştan sonra da Türk milletini yeniden dirilten Atatürk'ün ölümü, yalnız yurdu için değil, Avrupa için de büyük kayıptır." Franklin D. Roosevelt "benim üzüntüm, bu adamla tanışmak hususundaki şiddetli arzumun gerçekleşmesine artık imkân kalmamış olmasıdır." Mahatma Gandhi "Mustafa kemal İngilizleri yenene kadar, Tanrı'yı da İngiliz zannederdim." Charles de Gaulle "Türkiye tarihi, Atatürk sayesinde her zamankinden çok Batı ve Avrupa tarihinden ayrılmaz hale gelmiştir." Fidel Castro "Ben de devrim yaptım, ama Atatürk'ün yaptığı inkılapları yapamazdım. Atatürk'ün devrimi bizimkinden daha üstün..." Öyle bir lider düşünün ki zekasıyla tüm dünyayı etkisi altına alsın diğer milletlerinde hayranlığını kazansın. Dünya liderlerinin saygıyla önünde eğildiği modern Türkiye'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ü gurur ve özlemle anıyoruz. "Ata'yı kaybettik, Büyük milli matemimiz, lider" –Samsung
57. Kolay değil akıl ve bilimin ışığında bir nesil yetiştirebilmek...Kolay değil küllerinden yeniden doğabilmek... Kolay değil geleceğine kıymet verebilmek...Kolay değil tüm dünya üzerine gelirken dik durabilmek... Kolay değil herkesin hakkını eşit sayabilmek...Kolay değil bir millet için sonsuz olabilmek... Bize öğrettiğin her değere, sonsuza kadar sahip çıkacağız. Ata'mızı saygı ve özlemle anıyoruz. - Mutlu Akü
58. Her zaman bizimlesin... Düşüncelerimizde, kalbimizdesin – Mutlu Akü
59. Bir milleti ayağa kaldıran, imkânsızlıklardan bir destan yazan, herkesi birleştiren bir ülkenin kaderini değiştiren, tarihin akışına yön veren, bayrağı göndere çektiren, hatırasıyla aynı bayrağı yarıya indiren, yıllar sonra bile hepimizi tek yürek yapan, ona duyulan saygı ve özlemle zamanı durduran. O'nun ardından geçen 80 yıl; değişmeyen minnet, özlemle anan bir millet – Doğtaş
60. Sen karanlıktan korkamazsın çocuk. Çünkü aydınlatır her yeri onun mavi gözleri. Siz umutsuzluğa kapılamazsınız efendiler. Çünkü yeşertir tüm hayalleri onun cesur fikirleri. Senin geleceğin siyah olmaz ey Türk milleti. Çünkü ilelebet yaşatacağın bu cumhuriyet onun sana vasiyetidir. Ne mutlu Türküm diyene. ("Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir." M. Kemal Atatürk). Saygıyla anıyoruz...1881-1938 –Polisan Holding

61. Masmavi gökyüzü karardı birden. Yemyeşil yapraklara sarının hüznü gelip yerleşti derinden. Bir çift gözyaşı döküldü mavi, yeşil, kahverengi tüm gözlerden. Bir ülke yine ağladı usul usul içinden. “Daha az zamanda daha büyük işler başaracağız. Bunda da muvaffak olacağımızdan şüphem yoktur. Çünkü Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene” 1881-1938 #renleryasta – Polisan Holding
62. Bu kadınları ne durdurabilir yapamazsın diyenler, engelleyenler... Hiç sanmam durduramazlar. Haksızlıklar, zorluklar... hayır onları kolay durduramazlar. Bu kadınlar Türk kadınları onları asla durduramazsınız. Durmazlar. Tek bir an hariç #onunyolundadurmadanileri – Watsons
63. İstiklal, eşitlik, çağdaşlık, vatan, medeniyet, bağımsızlık, yenilik, muasır, cumhuriyet, Türkiye, Gazi, Ata, sanat, spor, zeki, deha, hürriyet, öğretmen, bilim, millet, egemenlik, vatanseverlik, Yurtta barış dünyada barış, zafer, ulu önder 1881-1938 Minnettarız –Özdilek Holding
64. Pilot “Tekrar güzel günler diliyorum saygıdeğer hanımefendiler beyefendiler sevgili çocuklar. Bildiğiniz gibi bugün Türk milleti için önemli bir gün cumhuriyetimizin ve modern Türkiye’nin kurucusu Ata’mız Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün ebediyete intikal edişini 78. yılında büyük bir saygıyla ve özlemle anıyoruz. Tartışmasız askeri ve diplomatik başarıları ve çağının çok ötesinde vizyonuyla tüm dünyanın örnek aldığı sevgili Atatürk’ü bugün biz de özel bir şekilde anmak istedik.” “Atam bilgi her 10 Kasım günü gözlerimiz dolo doludur. Gör ki yüreklerimizdeki cesaret damarlarımızdaki kandadır. Her geçen gün nasıl da çoğalıyoruz. Bil ki unutmadık unutturmayacağız. – Pegasus Airlines
65. Bakmak lazım bugünlere hangi yollardan geçip geldiğimize bakmak lazım. Yok ne demek yoktan var olmak ne demek bir bakmak lazım. Hakkını hiç ödeyemeyeceklerimize şükranla bakmak lazım. 1881-1938 minnet ve saygıyla anıyoruz. – Reis Gıda
66. Devrimlerini, başarılarını, tarihini, cumhuriyeti, aydınlık yarınları, seni #senin yolunda – Sabancı Holding
67. Saygı ve özlemle anıyoruz. #10KasımOnlineSaygıDuruşu – Logitech
68. “Beni ne zaman görmek isterseniz, aynaya bakın. Siz Türk çocukları benim birer parçamsınız. Ben de sizim.” K. Atatürk – Securitas
69. “Siz Türk çocukları benim birer parçamsınız ben de sizin.” K. Atatürk - Securitas
70. “Selanik 1888 (Kur’an okunuyor) –Ali Rıza Ali Rıza –El kadar çocuğun var kızım –Baba –Mustafa’m aferin sana be oğlum koskoca bir memleketi kurtardın –Sen gördün mü? – Görmez miyim hiç gördüm tabi – Ne oldum ben de baba öldüm mü? –Hiç olur mu öyle şey Mustafa’m senin gibiler asla ölmez. Belki naçiz vücudun bir gün toprak olacak fakat senden sonra gelen nesiller seni unutmadıkça eserlerinle sen hep yaşayacaksın –Peki ya bir gün beni unuturlarsa” Seni bir gün değil bir saniye bile unutmadık, unutmayacağız, unutturmayacağız. Fikirlerin ve cumhuriyetin sonsuza kadar yaşayacak. Ant olsun. Seni çok özlüyoruz. – Şahinkaya
71. Yolculuğumuz senin yolunda. Sevgi ve minnetle anıyoruz. – Pagasus Airlines
72. Atatürk’ü anmak için bir dakika yetmez. “Şuna inanmak lazımdır ki, dünya üzerinde gördüğümüz her şey kadının eseridir.” “Biz her şeyi gençliğe bırakacağız... Geleceğin ümidi, ışıklı çiçekleri onlardır. Bütün ümidim

gençliktedir." "Geleceğin güvencesi sağlam temellere dayalı bir eğitime, eğitim ise öğretmene dayalıdır." "Hiçbir şeye ihtiyacımız yok, yalnız bir şeye ihtiyacımız vardır; çalışkan olmak!" Sevgi, saygı ve özlemle anıyoruz. – Turkcell

73. Türkiye Cumhuriyeti hükümetinin resmi tebliğidir. Türk milletinin ulu şefi, insanlığın büyük evladı Atatürk dünyaya gözlerini kapadı. Milletimize içimiz yanarak bu tarife sığmayan kaybından dolayı en derin taziyelerimizi sunarız. Kederlerimizin tesellisini ancak ve ancak onun büyük eserlerine bağlılıkta ve aziz vatanımızın hizmetinde ararız. Ölmez olan onun büyük eseri cumhuriyet Türkiye'sidir. Kurtarıcını ve en büyük evladını kaybettin. Türk milleti sen sağ ol #tarifesığmaz –Şişecam
74. İlk günkü gibi özlem ve sevgiyle anıyoruz...- Tetra Pak
75. Bazı sonlar başlangıçtır. Özlem ve saygıyla anıyoruz. – Total
76. Koca gökyüzünü gezdik de böyle güzel mavi görmedik. Gazi Mustafa kemal Atatürk'ü saygı ve minnetle anıyoruz. – Türk Hava Yolları
77. Gazi Mustafa kemal Atatürk'ü saygı ve özlemle anıyoruz. – Türk Telekom
78. Bazen durmak gerekir karanlığa karşı, ters esen rüzgara karşı, olmaz öyle şey diyenlere karşı bazen durmak gerekir anmak ve anlamak için 09.05 – Vestel
79. 10 kasımda neden dururuz? Neden bekleriz bir dakika boyunca kıpırdamadan? Düşünmek için. Dokuzu beş geçe sirenleri duyduğunda sen de dur ve düşün. Onu düşün, verdiği mücadeleyi, bize armağan ettiklerini düşün. Bir dakika yetmez ama Atatürk'ün değerini düşün. Sonra kendini düşün, içindeki potansiyeli düşün. Yapabileceklerini katabileceğin değeri düşün. 10 Kasım'da dur ve düşün – Doğan Holding (Değer bilir değer katar)
80. Saygıyla anıyoruz 1881-1938 – Kale
81. Yarın da saat 9:05'i geçecek. Bugün duyduğun gibi siren sesleri duymayacaksın. Otomobilinden inip, oturduğun sandalyenden kalkıp elindeki işi bırakıp 2 dakikalık saygı duruşunda bulunmayacaksın. Göz yaşlarını tutman gerekmeyecek belki. Yarın başka bir gün olacak. Sonraki gün, daha başka...Bir yıl daha geçecek. Bir 80 yıl daha geçecek. Çok şey değişecek. O'na olan sonsuz sevgi, saygı, minnet ve özlem hiç bitmeyecek. Mustafa kemal Atatürk her gün, her yıl, her zaman- Altınyıldız

EK. 4. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı Reklam Metinleri

1. Dünya kocaman bir top gibi. Kadir, Harun, Mustafa, İbrahim Rojin, Yağmur, Eda. Bütün insanlar bütün hayvanlar, şehirleri, insanları buradaki varlıkları doğayı her şeyi merak ediyorum. Ben eşit bir dünya istiyorum. Ne kimseden fazlası olsun ne de eksiği olsun. Bazı hayallerim var. Hayallerimi gerçekleştirmek istiyorum. Herkesin hayalleri büyük olmalı. Eğer roket olsaydı ben uzaya gitmek isterdim. En büyük hayalim doktor olmak. Ressam, hakim, veteriner. Gelecekte dünya tertemiz barış dolsun. Umut sevgi dolsun. Her yer tertemiz olsun. Küçük sevgilerle, büyük sevgilerle sevgi çok olunca mutlu oldular. Ben diyorum ki ben başarırım eminim ki. Eşitlik mesela erkekler güçlüdür kızlar da güçlüdür. Ben de yapabilirim. Çünkü güçlü olmalıyız. Herkes istediği meslek olur. Kadınlar da astronot olur. Bütün meslekler herkes yapabilir. Sen yapamazsın sen kızsın diyorlar. Erkekler de yapabilir kızlar da. Yani kızlar nasıl oynuyorsa erkekler de oyun oynuyor.

Kızlar da aynı insan erkekler gibi yani eşit. Biz kızlar güçlüyüz ya biz yapabiliriz. Dünya çok güzel bir yer. "Kızlar da yapar erkekler de..." 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun Hayallerin yeter – ING Bank

2. Ben dünyayı değiştirmek istiyorum. Dünyada bir sürü renk var. Büyüyünce ressam olunca güzel renklerle dünyayı boyayacağım. Ben bilim adamı olmak istiyorum. İnsanlara yardım etmek istiyorum. Okula gideceğim kaptan olacağım denizlere açılacağım. Ben büyüyünce uçak pilotu olmak istiyorum. Bir de Ağrı Dağı'na yukarıdan bakmak istiyorum. Ben öğretmen olmak istiyorum. Matematik öğretmeni. Mimar, mühendis, veteriner, pilot, sınıf öğretmeni, doktor, dişçi. Elif astronot olmak istiyor, uzaya gitmek istiyor. O da güzel bir meslek. Bayramınız kutlu olsun çocuklar. #hayallerinyeter – ING Bank
3. Bu reklamı izleyenler bir gülüş yetmiş etiketiyle gülümsedikleri bir fotoğrafı paylaşacaklar. Sonra Mustafa gülecek, Kemal gülecek, Zehra gülecek, Ayşe gülecek. Bu yıl 23 Nisan daha mutlu gelecek. Bu yıl gülümseme sizden eğitime destek Akbank'tan. Çocuklarımızın eğitim ihtiyaçlarına destek olmak için gülümsediğiniz bir fotoğrafı #birgülüsün70 etiketiyle paylaşıp Akbank'ta 70. yılında ihtiyaç haritasıyla el ele versin her bir gülüş için 70 kuruşla eğitimlerine destek olsun. Hadi gülümseyin hedef 1 milyon gülücük. 23 Nisan'ımız mutlu olsun – Akbank
4. Avlak Ortaokulu'ndaki çocuklarımız hayatlarında denizi hiç görmediler. Bunun farkında olan mesleğine aşık öğretmenimiz bize ulaştı. Biz de çocuklarımızın hayatlarına dokunmak istedik. TK6962 Seferi ile Harran'daki çocuklarımızı almaya gidiyoruz. – Daha önce bindiniz mi uçağa hiç? –Hayır –Denizi gördünüz mü hiç? – Hayır – Gelmek ister misiniz bizimle? –Evet – Hadi gidelim. Pilot: Sevgili çocuklar ve değerli öğretmenlerimiz kaptan pilotunuz konuşuyor. Uçağımıza hoş geldiniz. Ben Sedat Yalın… Mesul kaptanımız Evren Hatipoğlu kabin ekibi arkadaşlarımız bu uçuşta sizlere eşlik edeceğiz. Dünümüz, yarınımız ve geleceğimizin hayallerini oluşturan siz çocuklarımızla uçmaktan gurur duymaktayız. Sizlerin hayalleri bizim mirasımızdır. Mustafa Kemal Atatürk'ün sizlere emanet ettiği göklerdeki serüvenleriniz hiç bitmesin. 23 Nisan Ulusal Egemenlik Bayramınız kutlu kanatlarınız hep açık ve hayalleriniz hep yükseklerde olsun. – THY
5. -İleride ünlü bir yazar olacağım. Nobel ödülü alacağım. Arkadaşlarımızla ilk kitabımızı yazdık bile. Senin sayende finansçı abi. Eksik olma. –Senin desteğinle kendi oyunumu yapacağım. Herkes benim oyunumu oynayacak. Eksik olma Finansçı abi. –Beni müzikle tanıştırdın. Eksik olma finansçı abla. Şimdi bir sürü şehirde konser vermek en büyük hayalim. –Bana matematiği sevdirdin. Eksik olma finansçı abla. Dünyaca ünlü bir bilim insanı olacağım. Senin için. Minik eller büyük hayaller projeleriyle 49 şehirde 400 bine yakın çocuğa ulaştık. Onlar büyük hayallere koşarken minik ellerinden tutacağız yanlarından hiç eksik olmayacağız. Eksik olma QNB Finans Bank
6. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun – Borusan
7. Çocuklarımızdan geleceği tasarlamalarını istedik. Hoş geldiniz Hoş geldiniz baya da kalabalık geldiniz. Deniz ne çiziyorsun? –Işınlanma makinası. Peki nereye gideceksin ışınlanma makinasıyla – Uzaya –Ada'cığım sen ne çiziyorsun? –Uçan araba çiziyorum –Nasıl uçuyor ki bu araba –Roketleriyle uçuyor, görmüyor musun? – Roket – Yani Ada – Trafik mırafik yok –Peki

uzaya çıkarken benzinimiz biterse ne olacak – O zaman uzaya bir roket benzinliği yapalım –Bu ne? –Uzay istasyonu. Uzayda benzin olacak. Benzinlik –peki uzayda kim dolduracak bu benzini? –Opedo –Çok mu seviyorsun Opedoyu Ece Mila. –Opedoyu görünce sarılırım – Evet bitti mi çocuklar –Oh, mis gibi oldu – İşte bu kadar çok güzel oldu. 23 Nisan'da bir istasyonumuzu çocuklarımızın hayalleriyle renklendirdik. Hayalleriyle, fikirleriyle, neşeleriyle dünyamıza renk katan tüm çocuklarımızla ne kadar gurur duysak az. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun. - Opet

8. Opet'in yeni nesil istasyonlarında fırınımızdan yeni çıkmış taptaze poğaçadan sıcacık kahveye ihtiyaç duyacağınız –Çok güzel –her şey –Yönetmenin bunları çekecektik – Bunlarda güzel bunları çekelim bir sürü oyuncak var. Sonra da meyveleri çekelim –Yönetmenim meyveler – Tuvalette aslan var – Aslanı çekelim. Yeni nesil istasyonlarımızın filmini de geleceğimizi yönetecek yeni nesiller çekti çok da güzel oldu. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun- Opet
9. Kaç yaşında olursak olalım hepimiz cumhuriyetin çocuklarıyız. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun – Samsung
10. Hayatı boyunca çocuklarla çocuk kalabilmiş özel bir insana saygı ve özlemle... (Küçük Moda Burnu) (Şarkı-Sen gittin gideli içimde öyle bir sızı var yalnız sen anlarsın. Sen şimdi uzakta cennette meleklerle bize düşler ağlarsın. Sen yaz geceleri yıldızlar içinden ara sıra bize göz kırparsın. Sen soğuk günlerde kalbimi ısıtan en sıcak anımsın. Bugün bayram erken kalkın çocuklar giyelim en güzel giysileri. Elimizde taze kır çiçekleri üzmeyelim Barış abimizi. Bugün bayram çabuk olun çocuklar Barış abi bugün bizi bekler. Bayramlarda hüzünlenir melekler gönül alır bu güzel çiçekler. Barış Manço: Acele etmeyin birazdan söyleyecek çocuk. Bitti mi şarkı? Alkışlıyoruz puan veriyoruz. 10 puan 10 puan 10 puan 10 puan 40 puan. Bir insanın 7'den 77'ye bütün çocukların en iyi arkadaşı olması mümkün mü? Barış abileri iseniz mümkün. Mustafa Kemal Atatürk'ün armağanı, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun. #seninlemümkün – Huawei
11. Selim 10 yaşında en büyük eğlencesi geliştirdiği bluetooth el teknolojisi. Bu da Selim'in babasının 10 yaşındaki hali. O da o zamanlar eğlenceyi teknolojide buluyormuş. Bu, 12 yaşındaki Gizem. Zihin kontrolü teknolojileri üst düzeye çıkartmak için çalışıyor. Bu da Gizem'in annesi onun da hedefi en üstlere çıkmamış belli ki. – Mert 11 yaşında arkadaşlarını insansı robotla etkiliyor. Onun yaşındayken de babası da arkadaşlarını etkileme konusunda hiç fena değilmiş. Şimdiki çocuklar bir başka. Turkcell zeka gücü projesiyle yepyeni teknolojiler geliştirip bizi ileriye taşıyacaklar. Çünkü Mustafa Kemal Atatürk'ün de dediği gibi onlar geleceğimizin güvencesi. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramınız kutlu olsun – Turkcell
12. Bir günlüğüne yerimizi onlara verdik. Bakalım neler oldu. –Zerdeçal var mı? –Gidip bir anneme sorayım. –Beyaz peynir alabilir miyim? –E bunların hepsi beyaz –dıt dıt dıt bunun yeni modeli mi çıkmış? dıt –Geleceğimiz için ne lazımsa onlarda. 23 Nisan'ımız kutlu olsun – CarrefourSA
13. Sevimli adımlar, neşeli anlar, bayram coşkusu, renkli tarzlar. 23 Nisan kutlu olsun – FLO

14. Sizce bu çocuk neden gülüyor? Çünkü mutlu bir ailesi huzurlu bir evi var. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramınız kutlu olsun. Mutlu çocuklar mutlu evler. - Fuzulev
15. Bugün sizin gününüz. Tüm çocukların ve hep çocuk kalanların 23 Nisan çocuk bayramı kutlu olsun – General Mobile
16. Bu çocuklar çok havalı ki. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun – LC Waikiki
17. Küçük hanımlar küçük beyler. Sizler hepiniz geleceğin bir gülü, yıldızı, ikbal ışığısınız. Kendinizin ne kadar mühim ve kıymetli olduğunuzu düşünerek ona göre çalışınız. Sizlerden çok şeyler bekliyoruz. Mustafa Kemal Atatürk. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun – LC Waikiki
18. Oğlum okula geç kalıyorsun. Siz bu çocukların hayatı kolay mı sanıyorsunuz? Her gün sabahın ilk ışıklarıyla kalkıp okula yetişmek. kendin kadar bir çantayı sırtında taşımak. Tonguç'a tahammül etmek. Ceren'in nazını çekmek. Kolay mı sanıyorsunuz? Kolay değil biliyoruz. Size söz bu 23 Nisan'da da yüzünüzü güldürüyoruz. Migros'ta 23 Nisan şerefine tüm oyuncaklarda, çocuk kitaplarında ve kırtasiye ürünlerinde %50'ye varan indirim. Şekerleme ve sakız ürünlerinde 3 al 2 öde fırsatı. Çocuklar hep mutlu 23 Nisan kutlu olsun – Migros
19. İlk'ler Sunay Akın: Birinci Dünya Savaşı başladığında Medine'yi kuşatan İngilizler kenti savunan Fahrettin Paşa'nın açlık ve susuzluktan dolayı çok kısa sürede teslim olacağından emindi. Ne de olsa ünlü casus Lawrence'in getirdiği bilgiye göre Fahrettin Paşa ve askerlerinin yiyeceği içeceği en fazla 2-3 ay yetecek kadardı. Oysa, 2 yıl geçer aradan ve Medine'nin direklerinde teslimiyeti simgeleyen beyaz bayrak yerine hala Ay Yıldız dalgalanmaktadır. Fahrettin Paşa ve askerleri açlıktan hastalıktan kırılsalar da Medine'yi aylarca savunurlar. İngiliz komutan teslim şartları gereği Medine'den çıkmak zorunda kalan Fahrettin Paşa'ya öylesine hayran olur ki Paşa ve subaylarına esir muamelesi yapılmamasını emreder ve kılıçlarına dokunmaz. Medine direnişinde, Fahrettin Paşa'nın şifre subayı Kadri Bey'dir. Arkadaşlarıyla beraber açlıktan ölme pahasına direnen bu genç adam Kurtuluş Savaşı'mızın ardından ülkemizin değişik bölgelerinde subay olarak görev yapar. 1937 yılında Kadri Bey, Ankara'dayken oğlu Altan da Çankaya İlkokulu'nda öğrencidir. Altan her sabah arkadaşı Saffet ile buluşmakta okul yolunu birlikte yürümektedir. İki kafadar okula giderken mutlaka yol kıyısındaki küçük bir tepeye çıkarlar. Bu tepe Çankaya Köşkü'nden kentin merkezine uzanan yola bakmaktadır. Ve Mustafa Kemal Atatürk o yolu derdini anlatmak için yol kenarında kendini bekleyen vatandaşlarla birlikte onlarla konuşa konuşa yürümektedir. İki çocuk her sabah tam tepenin önünden geçerken Atatürk'ü başlarıyla selamlar. Medine'yi çekirge yeme pahasına savunan askerlerimizden Kadri Bey'in oğlu Altan yine bir sabah okula gitmek için arkadaşı Saffet'in kapısını çalar ama Saffet o gün hastadır. Altan, okul yolunu yürürken gözü tepeye ilişir. Kararlıdır. Yanında arkadaşı olmasa da Atatürk'ü selamlamak için o tepeye tek başına çıkacaktır. Vatandaşların sorunlarını dinleyerek Çankaya Köşkü'nden kentin merkezine doğru yürüyen Atatürk tepenin önünden geçerken bizimki başını hızla öne eğerek çakar selamı. O an bir ses duyulur... Çocuk bugün yalnızsın. Sarı yok mu sarı? Onca ülke ve dünya sorunu arasında Atatürk kendisine her sabah tepeden selamlayan iki çocuğun farkındadır. Çocukların selamını almakta ama onlar

başları önlerine eğik olduğu için bunu görmemektedirler. Kadri Bey'in oğlu o sabah hayatında ilk kez Atatürk ile göz göze gelir. Ona gülümseyerek doyasıya bakar. Sonra toparlanır ve sorusuna yanıt verir. Bugün, hasta paşam, yarın! O gün Atatürk'ü ilk kez gören çocuk karikatür ve tiyatro sanatımızın büyük ustası Altan Erbulak'tır. Altan Erbulak, Orhan Boran'ın çocuklar için hazırladığı radyo programı Yuki'yi çizerek çocukları ilk yerli çizgi roman kahramanlarından biriyle tanıştırır. Erbulak, ülkenize gelen dünyanın en ünlü sirkinde çocukların karşısına palyaço olarak çıkar. Sayısız çocuk oyununda sahne alarak nice çocuğu hayatında ilk kez tiyatroyla buluşturur. Arkadaşıyla birlikte okula giderken meclise yürüyen Atatürk'ü her sabah küçük bir tepeden selamlayan o çocuk yıllar sonra bir tiyatro sanatçısı olarak sahneden ülkesinin çocuklarını selamlayacaktır. Geleceğinin ilhamını çocuklarından alan ve dünya çocuklarına armağan edilen ilk bayram 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun! – Petrol Ofisi

20. İçindeki çocuğa sımsıkı sarılabilenler dünyanın tüm çocuklarına da sevgiyle sarılır. Tıpkı kurucumuz gibi. Kollarınızı dünyanın tüm çocuklarına açıyor ve 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutluyoruz. – Şişecam

21. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun – İş Bankası

22. Bir dondurma dünyayı değiştiremez ama bir gülümseme dünyanızı değiştirebilir. Algida'yla gülümse. Tüm dünya çocuklarının 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun – Algida

23. Bugün 23 Nisan çocuklara armağan. Süslenmiş dört bir yan bugün 23 Nisan bugün çocukların günü. Yurdumuzun günü. – Kışın en sert geçtiği 6 ile 100 köy okulu yazın gelişini Algida'nın 23 Nisan sürpriziyle kutluyor. Mutlu olmak her çocuğun hakkı #herçocuğunhakkı – Algida

24. Büyükler çocuk haklarını yazmışlar. Tam 54 taneymiş. Bana hiç sormadılar. Keşke bize sorsalar çok daha fazla olduğunu söylerdik. Bence prenses olmak her çocuğun hakkı. Kurbağa olmak. Emre hadi. Parka gitmek. Uzaya gitmek. Oyun oynamak. Hep oynamak. Uçmak. Kaçmak. Yaramazlık yapmak. Çocuk olmak. Çocuk kalmak her çocuğun hakkı. Çocuklar çok haklı. Çünkü mutlu olmak her çocuğun hakkı. #herçocuğunhakkı - Algida

25. Bugünün çocuklarına gelecekteki mesleklerini sorduk. –Ben ressam olacağım. Ben asker olacağım. Ben polis olacağım. Aşçı olacağım ben. Ben büyüyünce denizci olmak istiyorum. Ben doktor olacağım. Ben pilot olacağım. Ben hemşire olacağım. Çünkü insanlara yardım etmeyi seviyorum. Çünkü annemle yemek yapmayı çok seviyorum. Çünkü ben kötülüklerden korumak istiyorum. Büyüyünce insanlara yardım etmek istiyorum. Çünkü ben denizi seviyorum. Çünkü sevdiklerimi korumak istiyorum. Çocuklar geleceğimizin güvencesi, yaşama sevincimizdir. Bugünün çocuğunu yarının büyüğü olarak yetiştirmek hepimizin insanlık görevidir. K. Atatürk. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun – Yataş Grup -Enza Home

26. 23 Nisan'ı asıl sahiplerine sorduk: Atatürk'ün bize hediye ettiği bayramdır. Çocukların eğlence bayramı. Atatürk bize 23 Nisan'ı armağan etti biz de şarkı söyledik. Yaşa Mustafa Kemal Paşa yaşa! Teşekkür ederim Atatürk. Elele verelim güneşe erelim şarkılar söyleyelim haydi çocuklar. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun – Yataş Grup -Enza Home

27. Kurtuluş, bağımsızlık, egemenlik, cumhuriyet, inkılaplar, çağdaşlık, üretim, eğitim. O, imkansız görünen hayallerinin peşinden koşmasaydı, bugün

çocuklarımız kendi hayallerinin peşinden koşamazdı. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun – Yataş Grup -Enza Home

28. Ben genellikle şöyle oynarım tuşu… Şöyle... Bak şöyle Vestel çocuklara sordu: Akşam eve gelince ne yapıyorsun? Video izliyorum. Tabletimle oynuyorum. Genelde Instagram'dayım, Youtube'dayım. Ekran başında kaç saat harcıyorsun? Gözlerim böyle olana kadar. Bilgisayar başında... Çok... En son ne zaman ailenle dışarı çıktın? Anne- babamla en son? Hep iş, iş, iş...Çocuğunun teknolojiyle senin kadar ilgilenmesine izin verir miydin? Çok fazla oynadın derdim. Teknolojimiz hayatı kolaylaştırmak için var. Hayatı kaçırmak için değil. Bu 23 Nisan'da hep birlikte bir fark yaratalım teknoloji evde kalsın biz sevdiklerimizle dışarı çıkalım. #çocuklarhayatadokunsun – Vestel
29. Bu günlerde bir günlüğüne yerinizi teslim ettiğiniz biz çocuklar günün birinde gerçek sahipleri olarak bu koltuklarda oturacağız. Bizler göz açıp kapayıncaya kadar büyürken bugünün çocukları yarının büyükleri olarak bizleri layıkıyla yetiştirmek için canla başla çalışıyorsunuz biliyoruz. Unutmayınız ki biz çocuklarız, geleceği inşa edecek olanlar. Bugün siz bizlere yol gösterirken bizler de yarınların yol göstericisi olacağız. Her ne meslekten olursak olalım çalışkan, dürüst, milli geleneklerine bağlı aile ve vatan sevgisine sahip bireyler olarak son yıllarda büyük atılımlar yaparak büyüyen Türkiye'yi daha da yukarılara taşıyacağız. Bizler sizlerin vereceği terbiye ve kültürle din, dil, ırk ayrımı yapmadan insanlık değerlerini ön planda tutarak büyük başarılara her birlikte imza atacağız. Ve şundan emin olabilirsiniz ki gözünüz arkada kalmayacak. Bugünün çocukları yarının büyükleri olarak bugünü bize armağan eden Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşlarına tüm gazi ve şehitlerimize bıraktıkları mirasa sahip çıkmayı borç biliriz. Geleceğimizi inşa edecek çocuklarımızın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun #Geleceksizlersiniz – Gestaş
30. Sana hep aynı soruyu sordular: Büyüyünce ne olacaksın? Ama büyüyünce ne olacağından daha önemli bir konu var. Sağlıklı büyüyebilmen. Çünkü bize göre senin ve tüm çocukların adı gelecektir, yarındır, umuttur. Çünkü o güzel günler sen büyüyünce gelecek, büyüyebilirsen gelecek. Bütün çocuklar büyüsün 23 Nisan hepsine umut olsun diye 23 nisan haftası boyunca banka kartlarımızla işlem sayısı kadar bağışta bulunarak KAÇUV'un ikinci aile evine destek veriyoruz. – Kuveyt Türk
31. Baba nereye gidiyoruz? –Pamukkale'ye oğlum –Pamukkale'ye mi yaşasın – Sevimciğim hadi uçağımız kalkıyor. Peribacalarını görmeye hazır mısın? – Peribacaları mı? – Hadi bakalım Kuşadası yolcusu kalmasın. –Ne Kuşadası'na mı gidiyoruz? Kuşadası mı kim bilir nasıldır orası? -Baba nereye gidiyoruz? –Bak bakalım nereye? –Batman –Gerçekten mi? Çocukların hayal gücü de dünyası da daha büyük. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun – THY
32. Çocuklarımızın 23 Nisan ile ilgili mesajları var! 23 Nisan 1920'de ne oldu? ---23 Nisan'da meclis kuruldu. -Atatürk bize çocukların bayramını hediye etti. 23 Nisan'da kutladığımızın bayramın tam adı nedir? 23 Nisan Ulusal Egemenlik... En baştan. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı. Atatürk bugünü neden çocuklara armağan etmiştir? –Çünkü çocukların da hakları vardı eğlenmeye, onları hatırlatmak için kuruldu. –Çünkü bizi çok

seviyordu. –Çocukları çok sevdiği için. –İnsanları da sever sadece çocukları değil. -23 Nisan kutlu olsun. – Baymak

33. Herkeste muazzam bir heyecan büyük bir coşkuyla 23 Nisan kutlamalarına devam! Peki... 23 Nisan'da sahneye hangi renk çıkacak? Mutluluğun resmini yapamayabilirsiniz ama şiirini okuyabilirsiniz. Hatta bakın okuyacağım. Nasıl sevinmez insan bugün 23 Nis... Ha ha ha! Şiir dediğin narin bir şeydir ancak bana yakışır! Nasıl sevinmez insan! Bu... Öhö öhö öhüm... Hanım efendiciğim, benim gibi güçlü bir sese sahip olsaydınız, mikrofona ihtiyaç duymazdınız. Bugün 23 Nisan aaaah! İşte böyle, ben yaptığım işe ağırlığımı koyarım. Arkadaşlar bu böyle olmaz. En iyisi sırayla okuyun bu şiiri. Başla bakalım mutlu mavi. Nasıl sevinmez insan! Bugün 23 Nisan! Bak süslenmiş dört bir yan...Yaşasın 23 Nisan! Mix center! Gir devreye! İşte böyle! Hayatın en güzel rengi çocuklarla, nice mutlu 23 Nisan'lara! - Polisan

34. Onların sağlığı ve mutluluğu geleceğimizin teminatı. Tüm çocukların 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun! – Medicana

35. Dünya Savaşı'yla gelen ağır yenilginin ardından Mustafa Kemal kararını verdi. Vatanın selameti için önce bir meclis kurulmalıydı. O gün meclisin açılışına şahit olan gazeteci Enver Behnan Şapolyo, gördüklerini şöyle anlatır: "Bina henüz tamamlanmamıştı. Kiremitleri bile döşenmemişti. Ankaralılar, kendi çatılarından kucak kucak kiremit taşıyarak çatıyı kapattılar. Daha sonra meşhur Hattat Hulusi Efendi'nin yazdığı "hakimiyet Milletindir" tabelası, kürsünün arkasına asıldı." Evet... Tüm zorluklara rağmen o gün "Hakimiyet Milletindir!" dendi ve Mustafa Kemal bu önemli günü çocuklara armağan etti. Çünkü bugünün çocukları; yarının aydın yetişkinleri olmaya devam ettikçe, hakimiyet daima milletin olacaktı. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun – Fibabanka

36. Düşman dört yanı sarmış yüreklerde koca bir ateş. Milletin hür iradesi kurtaracak bu vatanı başka çare yok. Bir vatan nasıl küllerinden doğar kimilerine imkansız gelse de biri mümkün der inanan gözlerle. Elde yok avuçta yok ama kurulan bir meclis var o gözlere inanan. Bir banka var sonra Çalışan iki masa bir sandalyeyle bu meclisin odasında işe başlayan. Bir numaralı hesabı Türkiye Büyük Millet Meclisi var. Hiç düşmeyen yüzler, vatana verilen sözler var. Ve o sözlere kulak verenler şunu çok iyi anlar. Bu milletten büyüğü yok. Meclisimizin 100. yaşı ve Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramımız kutlu olsun. – İş Bankası

37. Bir numara bütün çocuklar Türkiye'de tüm dünyada bütün çocuklar bir numara. Mutlu Akü 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlar. – Mutlu Akü

38. 1981 yılından bu yana devam eden resim yarışmasında binlerce minik ressamın gözlerinde ışık olduk. Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden, yurt dışından sosyal medya ve kurum içinden çocuklarımızı sanatla buluşturduk. Türkiye'nin çeşitli illerinde Pınar Çocuk Resim Atölyeleri düzenleyerek küçük ressamlarımızın potansiyellerini keşfetmelerini sağladık. 1987 yılından itibaren 45'ten fazla farklı eser ve geleneksel köy seyirlik oyunları sergiledik. Anadolu'nun en uzak köşelerine kadar tiyatromuzu götürdük, 30 yılda 3 milyon çocuğa ulaştık. Tiyatro sanatına birçok ünlü oyuncunun kazandırılmasında etkili olan bir okul yarattık, adını Pınar Çocuk Tiyatrosu koyduk. Coşkun Aral'dan "Adı Çocuk Kendi Büyük Bir Tiyatro" 30. yıl belgeseli ile Türk tiyatro tarihine not düştük. Onursal topluluğumuz ve Yaşar

Topluluğu 60 yıldır Karşıyaka Spor Kulübü'nü destekliyor. Her yıl Çiğli Selçuk Yaşar Tesisleri'nde 1000 çocuğumuza spor yapma imkanı sağlıyoruz. Günümüze dek alt yapı ve spor okullarında 25.000'den fazla çocuğa spor yapma imkanı sağladık. Tüm dünya çocuklarının 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutluyor, kültür, sanat ve spor alanlarında çocuklarımızın gelişimini destekliyoruz. – Pınar

39. Tatlı domatesler. 23 Nisan kutlu olsun. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'mız kutlu olsun – Tat

EK 5. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı Reklam Metinleri

1. Uzaklarda aramam çünkü sen içimdesin taht kurmuşsun kalbime en güzel yerindesin (Şarkı) 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun – Turkcell
2. "Bütün ümidim gençliktedir" K. Atatürk #yürüyoruzyolunda – Koç
3. Trablusgarp Savaşı 1912 – Trablusgarp Savaşı'nda yaralanıp, Hilal-i Ahmer Hastanesinde tedavi olan bir binbaşı... Altı yıl sonra Samsun'a ayak basarak bir milletin kurtuluş mücadelesi başlattığında biz de oradaydık. Milli mücadelemizin 100. yılında, fahri başkanımız Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü saygıyla anıyoruz. Milli mücadelenin yüzüncü yılı. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun. – Türk Kızılay
4. Milli Mücadele'nin kalp atışlarını başlatan bu gemi de olamasak da Türkiye Cumhuriyeti'ni daima yaşatacağız. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun! – Medicana
5. Sorgusuz sualsiz destekliyoruz gençlerimizi. Çünkü onlar sayesinde yükselecek ülkemiz. (Genç Milli Takımlar Oyuncuları) Onlar sonunda sarılacağız maç sonunda tanımadığımız insanlara. Onlar arttıracak iyi geçen bir günün mutluluğu tek bir galibiyetle. Onlar ilham olacak genç nesillere kazanacakları büyük zaferlerle. Onlar sayesinde okunacak İstiklal Marşı'mız dünyanın dört bir yanında. Çünkü güçlerini bu ülkenin insanlarından ve Atatürk'ün armağan ettiği bu bayramdan alacaklar. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun. – Garanti Bankası
6. Sabah erkenden kalkıp koşuyorsak her zaman ve her yerde mücadele ediyorsak, sadece rakipleri değil önyargıları da yeniyorsak, terimizin son damlasına kadar vazgeçmiyorsak, sesimiz kısılana kadar Türkiye diye bağırıyorsak, gururdan ağlıyorsak ve Türk basketbolunu sonuna kadar destekliyorsak, sadece spor olsun diye değil. O'nun bu bayramı armağan ettiği gençliğin yanında olduğumuz için 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Garanti Bankası
7. QNB Finansbank olarak Türkiye'nin sadece bugününe değil yarınına da yatırım yapıyoruz. Çünkü bu ülkenin gençlerine inanıyoruz, güveniyoruz. 19 Mayıs 100. defa kutlu olsun. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nın 100. yılı kutlu olsun. – QNB Finansbank
8. Gençlik nereye gidiyor? Cem 21 "Meselemi dünyaya tanıtmaya gidiyorum." Elvin 21 "Ben dünyaca ünlü x'da konser vermeye gidiyorum. Beste 15 "Ben 93. konserimi vermeye gidiyorum." Eğer desteklerseniz gençlerimiz çok güzel yerlere gidiyor. QNB Finans Bank olarak sanat genç yetenekler projesi kapsamında üstün yetenekli onlarca genç müzisyenimizi destekliyoruz. Genç

yeteneklerimiz dünya çapında ses getiriyor. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun - QNB Finansbank

9. 1 lider 1 adım attı 1 asır izinden gidildi. 100. yılında bir kez daha izindeyiz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutluyoruz! – Borusan
10. "Hayatta en hakiki mürşit ilimdir" K. Atatürk 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Borusan
11. O kadar zaman geçti o tarih de o bayramlar da ulu önder unutulmadı. O klasikleşmiş formalarda, o efsanelerde, o katıldığımız ilk şampiyonayı hatırlıyoruz rüya gibi geçen dünya kupasını da. O son saniyedeki turnikeyi unutmak ne mümkün. O sayı, o final maçı o kadar unutulmaz an var ki bu anlara yenilerini eklemek için Türkiye'nin markası Opet olarak o futbol, basketbol ve voleybol takımlarının üçüne birden destek veriyoruz. Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nın 100. yılında Türk sporunu ve tüm bu formaları desteklemenin gururunu yaşıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun. – Opet
12. Harbiyeli Mustafa Kemal, 1899 18 yaşında, Kurmay Yüzbaşı Mustafa Kemal, 1905 24 yaşında, Şam 1906 25 yaşında, Şam 1907 26 yaşında, Trablusgarp 1908 27 yaşında, Trablusgarb 1911 30 yaşında, "Dinlenmemek üzere yürümeye karar verenler, asla ve asla yorulmazlar. Türk gençliği gayeye, bizim yüksek idealimize durmadan, yorulmadan yürüyecektir." K. Atatürk. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun! – Petrol Ofisi
13. Bugün kurtuluş mücadelesinin başladığı gün, Samsun'a atılan ilk adımla destanın yazılmaya başlandığı gün. Cumhuriyetimizin temellerinin atıldığı gün. Ata'mızın doğum günü, gençliğin günü! 19 Mayıs, umudun günü. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun! – Doğtaş
14. Büyük bir liderle Samsun'da başladı. Milli mücadeleye dönüştü. Bugün tam bağımsızlık yolunda yeni milli mücadelemiz ihracat cephesinde cirosunun yüzde 93'ünü ihracata dayandıran ve katma değer için alanının en büyük yatırımını yapan 25 yıl önce Samsun'da başlattığı sanayi üretimi ve yüksek ihracat davasında durmadan gayretle çalışmaya devam ediyor. #millimücadelemizihracatımız – Sampa
15. Sen bizi tanısan çok severdin. Gülüşümüzü mesela içtenlikle gülüşümüz. Bir göz göze gelsek seninle hemen görürdün orada kendini. Anlardın bildiğimizi sevmek demenin fikirlerini anlamaktan geçtiğini. Bir tanısan sımsıkı sarılırdın bizlere sımsıkı sarıldığımız gibi hayattaki en hakiki mürşide. Biliyor musun hiç koparmadık hayat damarlarımızı. Aşkla dokunduk her notaya, her renge ki çevik ve ahlaklı olalım istedin ya tam da öyle olduk işte. Gözlerimiz hep ilerde açtığın yolda gösterdiğin hedefte. Oturup iki kelam etseydik şöyle iyi ki derdin her gün dedirttiğin gibi bize. Keşke tanısaydın bizi çok severdin. Biz seni tanıdık çok sevdik. İyi ki tanıdık hep sevmeye söz verdik. Bugün hayalindeki gençler olduysak hepsi senin o gün attığın adım sayesinde. 19 Mayıs 1919'un 100. yılı kutlu olsun – Samsung
16. Senin sınırların yok. Aşamayacağın yol yok. Yüreğinde yanan cesaret ateşi var. Pes etmek ruhunda yok. Olmaz demek yapamam demek yok. Seni bekleyen nice rekorlar var. Çünkü sen gençsin. Bu ülkenin geleceğisin. Tam 35 yıldır Çayırova Şişecam Spor kulübünde imkânı kısıtlı gençleri spora yönlendiriyor zeki, çevik ve ahlaklı sporcular yetiştiriyoruz. "Gençliği

yetiştiriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız" K. Atatürk. Milli mücadelenin 100. yılında, gururla senin yolunda 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Şişecam

17. Unutulmayacak şeyler var gözlerin gibi karanlığı delip geçen sözlerin gibi unutulmayacak şeyler var o azmin gibi "ya İstiklal ya ölüm!" verdiğin yeminin gibi. Milli mücadelenin 100. yılında şükran ve minnetle anıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Şişecam
18. Mert ile tanış 100 metreyi tam 112 saniyede koşuyor. – Ben mi? –Sen tabi –E ne olacaktı –Ortalaması 20 saniye de haberin olsun –Mesela mert her sabah 5'te kalkar antrenmanlarını yapar. Ama mahcup ediyorsun beni – 5 dakika daha -100 şınav çekmeden güne başlamaz. Yılsaydı keşke ama yılmadı işte. Hatta gaza geldi yarıştı hem de baya yarıştı. Görselerdi kesin birinciydi. Ama bunlar önemli mi? –Değil mi? –Değil tabi Türk Telekom'un amatör spor kulüpleri web sitesindesin şimdi branşlara bak hadi seç bakalım bir tane. – Adeta x için yaratılmışım –İşte bu –Şu kollara yumruklara bak –Hangi kollar acaba –Atari rekorlarım var –Çıkarın beni buradan –x benim işim –Nasıl? – Oryantring diyemese de koş Met koş. Bu spor adeta Mert için var olmuştu ya da olmamıştı. Mert ölü numarası...Tüh yazık oldu. İşte x buradaki rakipler bunlar mı rakipler –Mahallede misket kralıydım ben. –Mert bırak –Bitti sandınız ama mert bitti demeden bitmez. Mert vazgeçmedi ve Türk Telekom amatör spor kulüpleri sayesinde yapması gerekeni buldu çalıştı daha çok çalıştı ve –Şah mat –Aferin Mert –Ben doğuştan satranç... –Mert... Sporun gençlerin gelişimlerine sağladığı olumlu katkıdan hareketle ülkenin dört bir yanında Türk Telekom amatör spor kulüplerimizde 32 farklı branşta 5 binden fazla sporcuyu destekliyoruz. İnanıyoruz ki gençlerimize sporu sevdirsek yeter Türkiye'ye değer. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Türk Telekom
19. "Gençler, cesaretimizi takviye ve idame eden sizlersiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak olan sizsiniz." K. Atatürk. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Yataş
20. Türk savunma sanayinin lideri Aselsan gücünü bu topraklarda yetişen genç kadrosundan alıyor. Aselsan'da bu ülkenin yetiştirdiği gençler bu ülke için üretiyor. Birlikte başarmanın gururunu hem kendilerine hem de bizlere yaşatan gençler bugün Türkiye'nin geleceğine ışık tutuyor. İlim ve aklın üst düzey teknolojilere dönüştüğü Aselsan'da başarılı projelere imza atan ve Aselsan'ı Türkiye'nin en büyük dünyanın ilk 100 savunma sanayi firmasından biri olmasına büyük katkı sağlayan genç çalışanlarımızın bu ülkenin geleceğine ışık tutan gençlerimizin 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nı kutlarız Aselsan Genç, dinamik, güçlü Milli mücadelenin 100. yılı – Aselsan
21. Yıllar önce geleceğe umutla baktın. Şimdi gelecek de sana gözü gibi bakıyor. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun – Knauf
22. Ey Türk Gençliği! Birinci vazifen, Türk istiklâlini, Türk Cumhuriyeti'ni, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir. Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Milli mücadelenin 100. yılı 19 mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nız kutlu olsun – Bkmkitap.com
23. Her şey unutulur. Fakat biz her şeyi gençliğe bırakacağız. O gençlik ki, hiçbir şeyi unutmayacaktır. Geleceğin ümidi, ışık saçan çiçekleri onlardır. Bütün

ümidim gençliktedir. K. Atatürk 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun! – Biçen

24. Sen olmasan biz, biz olmazdık. Açtığın yolda, kurduğun ülküde, gösterdiğin amaçta, hiç durmadan yürüyoruz. Sana layık olmak için çok çalışıyoruz. Milli mücadelenin 100. yılında 19 mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nı kutluyoruz.- Asis
25. Güneş Samsun'dan doğarken karanlıktan usulca bir gemi yanaştı. Mustafa Kemal Tütün İskelesi'ne 19 Mayıs'ta adım attı. Doğum gününü soranlara bu tarihi verecekti daha sonraları. Bağımsız bir cumhuriyet hayali, kurtuluş mücadelesi işte böyle başladı. Binlerce vatan evladı savaş meydanlarında destan yazdı. İnandılar, savaştılar, şehit oldular... Kazandılar. Büyük bir milleti özgürlükle tanıştırdılar. Bugün, özgürlüğümüze sahip çıkma görevi bu ülkenin gençlerinde! Doğtaş... 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nı kutlar. – Doğtaş
26. Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün istiklal mücadelemizi başlatmak için Samsun'a çıkışının 100. yıl dönümü. 19 Mayıs 1919-2019 Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Bayındır Sağlık Grubu
27. 1997 yılının güneşli ve pırıl pırıl bir İzmir sabahında doğdu. 11 yaşına geldiğinde Karadeniz'den Güneydoğu Anadolu'ya Marmara'dan Akdeniz'e kadar her karışını görmüştü Türkiye'nin. 14. yaş gününü Avusturya'da 15. yaş gününü Amerika'da kutladı. 7 kıtada 60'tan fazla ülkeye gitti. Henüz 18 yaşındayken dünya çağında ödüle layık görüldü. Şimdiyse o tarzıyla dünyanın tanıdığı bir Türk genci. Tüm geçlerin ve daima kendini genç hissedenlerin 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Alfemo
28. Bugün 19 Mayıs 1919... Bir gemiye binmiş Samsun'a gidiyor Mustafa Kemal! Memleket heyecanlı, deniz umut dolu... 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Yurtbay Seramik
29. İlk'ler Sunay Akın "1. Dünya Savaşı'nın en hararetli günleri tarih 28 mayıs 1915. Çanakkale Boğazı'ndaki mayınların arasından geçerek Marmara Denizi'ne çıkmayı başaran İngiliz E-11 denizaltısının periskopundan görünen Bir Türk vapurudur. Kaptan Nasmith'in gördüğü vapur suyun altındaki tehlikeden habersiz Silivri açıklarında seyretmektedir. İngiliz komutan kararlıdır. Vapurun gitmek istediği limana varmasına engel olacak torpilleyerek batıracaktır. Denizaltı takip ettiği vapura sessizce yaklaşır. Atış sahasına girildiğinde Yüzbaşı Nasmith ateş emrini verir. Vapurun güvertesindekiler yaklaşmakta olan torpidoyu gördüklerinde artık çok geçtir. Vurulan vapur ağır ağır sulara gömülür. Çanakkale'ye yardım götüren o vapur battığı yerden çıkarılarak Haliç'e taşınır ve tamir edilir. Vapur'un adı Bandırma'dır. Ve 16 Mayıs 1919'da Bandırma Kız Kulesi'nin açıklarında bir milleti batmaktan kurtaracak olan yolcularını beklemektedir. Bandırma Vapuru'nun kamarotu Hacı Tevfik Bey eşi ve oğluyla birlikte evden çıkar limana doğru yola koyulur. 14 yaşındaki Nurettin babasının elinden tutmuş heyecanla adımladığı yolun bir an önce bitmesini istemektedir. Rıhtıma geldiklerinde annesi babasıyla vedalaşırken Nurettin gözlerini açıkta demirleyen vapura diker. Orada vapurun içinde tanışmak için sabırsızlandığı bir insan vardır. Vapurun kamarotu olarak sefere çıkacak olan Tevfik Bey oğlunun görmek istediği yolcunun kapısını çalar. Kapı ile birlikte Nuretti'nin gözleri de fal taşı gibi açılır. Çünkü görmek istediği Bandırma değil o gün

Samsun'a doğru yola çıkacak olan bir milletin umut bağladığı yolcudur. İçeri girdiklerinde mavi gözlü yolcuyla karşılaşır. Adın ne? Nurettin efendim. Yıllar sonra Atatürk'ün kütüphanecisi Nuri Ulusu adıyla karşımıza çıkacak olan o genç geldiği gibi sandalla kıyıya dönerken Bandırma çoktan hareket etmiştir. Kulağında ise Mustafa Kemal Atatürk'ün o gün kendisine söylediği şu söz yankılanmaktadır. Bu ülke hepimizin ama esas siz gençlerin. Mücadeleden yılmak yok tamam mı? İstanbul'dan Samsun'a doğru 16 Mayıs 1919 günü hareket eden Bandırma Boğaz'dan çıkmadan işgal askerleri tarafından durdurulur. Vapura çıkan askerler silah ve cephane ararlarken Mustafa Kemal yanındaki arkadaşlarına şunu söyler: Bunlar böyledir işte yalnız demir, çelik ve silaha dayanırlar. Biz silah ve cephane değil ülkü ve inanç dolu bir kafa götürüyoruz. Usta denizci İsmail Hakkı Durusu'nun kaptanlığındaki bandırma Samsun İskelesi'nin açığında demirler. Arkadaşlarıyla sandala binen Mustafa Kemal sabah 8'de karaya çıkar. Tarih 1919 yılının 19 Mayıs günüdür. Mustafa Kemal, Samsun sokaklarında bir duvarın dibine çökmüş, üstü başı yırtık postalları patlamış bir er görür. Yanına yaklaştığında genç adamın ağladığını fark eder ve sorar: Asker ağlamaz arkadaş. Sen niye ağlıyorsun? Başını kaldıran er içini çekerek yanıt verir: Düşman yurdu bastı. Hükümet bizi terhis etti. Silahımızı elimizden aldı. Toprağıma giren düşmanla ne ile savaşacağım. Mustafa Kemal omuzlarından tuttuğu eri kaldırarak üzülme der, gel benimle. Delikanlıyı Samsun'daki askeri depoya götürür. Yeni kıyafetler giydirir ve vatanını savunması için eline silah verir. Samsun'a çıkan Mustafa Kemal'in bağımsızlık için savaşacak hayallerindeki ordunun ilk eri işte bu Anadolu genci olur. Demir, çelik ve silaha karşı özgürlük savaşı vermek için Anadolu'ya adım atan inancımızın 100. yılındayız. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun! –Petrol Ofisi

30. Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Tür istiklalini, Türk cumhuriyetini, ilelebet, muhafaza ve müdafaa etmektir. Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegâne temeli budur. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur. 19 Mayıs 1919'un 100. yılında Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun! – Atakule
31. Bugün 19 Mayıs 2019. Yüz yıl geçti üzerinden ilk adımın. Geleceği inşa edecek olanlarsa bizleriz. İşlerin yolunda gitmediği zamanlar olabilir. Yorulduğun zaman insanlar boşuna uğraşmaman gerektiğini söyleyebilir. Senin hayalperest olduğunu söyleyebilir. Başarısızlığa da uğrayabilirsin. Düşebilirsin de. Tekrar düşebilirsin. Ayağa kalk ve yüzüne bak. 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramınız kutlu olsun! 100. yıl Gazi M. Kemal–Toyzz Shop
32. Bir adımla başlar. Kararlılık ve azimle çıktığın yolda sahip olduğun güç ve gururla güvenle birlik ve beraberlik içinde ulaşırsın zafere. Tıpkı 100 yıl önce Mustafa Kemal Atatürk'ün, bir milletin geleceği için O vapurla yola çıkması gibi. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – FNSS
33. Ben Bandırma Vapuru esme rüzgar esme, halim perişan Mustafa Kemal'im güvertede. Uçmak isterim Samsun'a doğru. Ben Bandırma Vapuru Mustafa Kemal'im güvertede kaputuna bürünmüş bakışlarında kararlılık saçlarında rüzgar yıldızlar geçiyor anlından. Ben Bandırma Vapuru, duyarım sesler gelir Anadolu'dan Samsun'a doğru. Bir şey var gecenin içinde rüzgarlarla

karanlıklarla dağılan bir şey var gecenin içinde Mustafa Kemal'in sevinciyle ağaran. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun – Sompo Japan Sigorta

34. "Benim manevi mirasım ilim ve akıldır." "Benden sonra, beni benimsemek isteyenler, bu temel eksen üzerinde akıl ve ilmin rehberliğini, kabul ederlerse manevi mirasçılarım olurlar." K. Atatürk 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. #100YıllıkMiras – Sabancı
35. Anıtkabir 2019- Ey yükselen nesil gelecek sizindir cumhuriyeti biz kurduk onu sonsuza kadar yaşatacak olan sizlersiniz. Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Tür istiklalini, Türk cumhuriyetini, ilelebet, muhafaza ve müdafaa etmektir. Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegane temeli budur. Bu temel senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dahili ve harici bedhahların olacaktır. Bir gün istiklal ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen vazifeye atılmak için içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin. Bu imkân ve şerait, çok namüsait bir mahiyette tezahür edebilir. İstiklal ve cumhuriyetine kastedecek düşmanlar, bütün dünyada emsali görülmemiş bir galibiyetin mümessili olabilirler. Cebren ve hile ile aziz vatanın bütün kaleleri zapt edilmiş, bütün tersanelerine girilmiş, bütün orduları dağıtılmış ve memleketin her köşesi bilfiil işgal edilmiş olabilir. Bütün bu şeraitten daha elim ve daha vahim olmak üzere, memleketin dâhilinde iktidara sahip olanlar, gaflet ve dalalet ve hatta hıyanet içinde bulunabilirler. Hatta bu iktidar sahipleri, şahsi menfaatlerini müstevlilerin siyasi emelleriyle tevhit edebilirler. Millet, fakr-u zaruret içinde harap ve bitap düşmüş olabilir. Ey Türk istikbalinin evladı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklal ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur. – AnkaMall
36. Bu ülkenin genci tanımayanı şaşırtır. Aldım elindekileri zannedersin hiç uğraşmadan. Sonra o gençlerden biri çıkar Samsun'a ayak basan tek başına bir genç bir Mustafa Kemal. Sonra bir bakarsın ki tüm bu coğrafya Mustafa Kemaller'le dolmuş. Bayrak gibi sarılmış kaderine zulme karşı durmuş. Bayrağını açan genç kurtuluş olur. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun! #AçBayrağını – Weber Saint-Gobain
37. Yolun yolumuz – Mutlu Akü
38. Gösterdiğin hedefe daima çalışarak birlikte güç alarak umutla, merakla, il günkü heyecanla ve kararlılıkla hiç durmadan ilerliyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'mız kutlu olsun. – Mutlu Akü
39. Sizle, yani Türkiye'nin genç evlatları! Yorulsanız dahi beni takip edeceksiniz. Dinlenmemek üzere yürümeye karar verenler asla ve asla yorulmazlar. Türk gençliği gayeye, bizim yüksek idealimize, durmadan, yorulmadan yürüyecektir. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Hekim Holding
40. Bir ADAM düşünün ki... Bir insan ömrüne, galibiyetler zaferler devrimler sığdırsın. Bir ADAM düşünün ki... İşgal altındaki vatan topraklarını kurtarıp ülkesini ve halkını çağdaş medeniyetlerin seviyesine yükseltsin. Bu ADAM dünya LİDERİ Mustafa Kemal Atatürk. Atatürk 1881-1938 19 Mayıs

Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun... - Bilgi Sigorta – Danişmend Sigorta

41. "Gençler, cesaretimizi takviye ve idame eden sizlersiniz. Cumhuriyeti biz kurduk onu yükseltecek ve yaşatacak olan sizsiniz." K. Atatürk. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. – Yataş Grup-Enza Home
42. Mücadelenin 100. yılında geçmiş ve şimdi...İstanbul Beyoğlu, Amasya Saraydüzü Kışlası, Eskişehir Köprübaşı, İstanbul Boğaziçi, Konya Alaeddin Camii, İzmir Saat Kulesi. Bugün, bağımsız bir Türkiye ve Cumhuriyetimiz için verilen mücadelenin 100. yılı! 100 yılda çok şey değişti ama Türk gençliğine olan inancımız ve Atatürk'e sonsuz saygımız baki kaldı. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun. #Mücadele100Yaşında– Yataş Grup-Enza Home
43. 16 Mayıs 1919'da Galata Rıhtımı'ndan bir vapur ayrıldı, adı Bandırma. Üç gün sürecekti yolculuğu. Bu seyir, çağdaş bir vatanın müjdecisiydi. (Çanakkale kahramanı Mustafa kemal Atatürk Samsun'da) Mustafa Kemal Paşa vapurdan indi 19 Mayıs 1919'da Samsun'da bir başka doğdu güneş. Öyle güçlü bir ışık yaydı ki; umutla doldu Türk milletinin yüreği. Umut, güç; güç, birliktelik; birliktelik, zafer getirdi. Mustafa Kemal Atatürk bu zaferi Türk gençliğine emanet etti. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Fibabanka
44. Gençlerimizin arkasındayız! 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun. – Arkas
45. Daha sağlıklı, daha çevik ve daha güçlü bir nesil için çalışıyor 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramını kutluyoruz. - Güven Sağlık Grubu
46. 19 Mayıs günü Desa mağazalarına gelin Ata'mızın dünyayı değiştiren o büyük imzasını ceketlerinize tam kalbinizin üzerine işleyelim. #HepKalbimizde 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Desa
47. 19 Mayıs 1919 Her şey bir adım ile başlar ardında doğan güneşin bir ulusu aydınlattığını görürsün. Bir adım memlekete serpilen tohum olur. Üzerinde yeşeren umutları sayarsın. Her şey yüreğindeki cesaret ve özgürlük aşkıyla atılan o ilk adımla başlar. Sonra ardına bakarsın bir ülke peşinden koşar. Zafere attığın o adımın üstünden tam bir asır geçti. Ne biz vazgeçtik adımlarından ne de sen silinip gittin akıllarımızdan. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun #HerŞeyBirAdımlaBaşlar – Yurtbay Seramik
48. Göğsümüzü kabartan, bayrağımızı dalgalandıran, gözlerimize sevinç olan gençlerimizle yüzümüzde gurur var. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramınız kutlu olsun – İstanbul Ticaret odası
49. Aziz şehitlerimizi ve kahraman gazilerimizi şükranla anarken Türm Türk gençliğinin 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramını kutlarız. – Karpen
50. Ey Türkiye'nin büyükleri, birinci vazifeniz Türkiye'nin geleceği olan biz gençlere, hayallerimize, umutlarımıza ve eğitimimize sahip çıkmaktır. İstikbalimizin yegane temeli alacağımız eğitimdir. Bizler şartlar ve olursa olsun Türkiye'yi geleceğe taşımak için elimizden gelenin fazlasını yapacağız. Hiç durmadan çalışacak, hayallerimizin peşinden koşacak, memleketin her

köşesinde umutları yeşertmek için gecemizi gündüzümüze katacağız. Ey Türkiye'nin büyükleri! Unutmayın ki bizler için en küçük destek bile hayallerimize bir umut demek. Muhtaç olduğumuz umut eğitimde mevcut. – Türk Eğitim Vakfı

51. Bugünün ortağı yarının umudu ülkemizin mirası geleceğin sahibi tüm gençlerimizin bayramı 19 Mayıs kutlu olsun. – Türk Telekom
52. (Gerçek hikayeden alınmıştır) Samsun Mayıs 1919 –Bulabildiğimiz tek araç bu komutanım. (Havza Yolu) – Yürüyelim arkadaşlar... Gümüş dere durmaz akar. Güneş ufuktan şimdi doğar yürüyelim arkadaşlar. Sesimizi yer gök su dinlesin sert adımlarla her yer inlesin, inlesin! 100 yıldır onun izinden yürüyoruz. Gençlerle birlikte. Gururla #GururlaYürüyoruz 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Vestel
53. Ey Türk gençliği! Birinci vazifen, Tür istiklalini, Türk cumhuriyetini, ilelebet, muhafaza ve müdafaa etmektir. Mevcudiyetinin ve istikbalinin yegane temeli budur. Bu temel senin en kıymetli hazinendir. İstikbalde dahi seni bu hazineden mahrum etmek isteyecek dahili ve harici bedhahların olacaktır. Bir gün istiklal ve cumhuriyeti müdafaa mecburiyetine düşersen vazifeye atılmak için içinde bulunacağın vaziyetin imkân ve şeraitini düşünmeyeceksin. Ey Türk istikbalinin evladı! İşte, bu ahval ve şerait içinde dahi vazifen, Türk istiklal ve cumhuriyetini kurtarmaktır. Muhtaç olduğun kudret, damarlarındaki asil kanda mevcuttur. Her zaman Atatürk'ün yolunda 19 Mayıs kutlu olsun– Yaşar Üniversitesi
54. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Doğu Biga Madencilik
55. İlk kıvılcımı yaktığında zor ama çok güzel bir hayalin gençlerle gerçekleşeceğine inandı. Şimdi sen de kendine inan. Kimsenin bilmediği o adı kalplere kazı mesela. Tarih yazmanın bir formülü varsa inan bunu bulacağına. Şarkını çal, söyle, haykır. İnanırsan tüm dünyada yankılanır. İnan kendi renklerine. Onları gri bakan gözlerine sevdireceğine sen yeter ki inan kendine. Unutma hikayen ancak sen inandıkça devleşir. Muhtaç olduğun kudreti nerede bulacağını sen zaten biliyorsun. P&G'nin desteklediği 19 genç yetenekten biri olmak için Bana Bak uygulamayı indir hikayeni paylaş. #Gençlik100Yaşında – P&G
56. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Lizay Pırlanta
57. Tam 100 yıl önce... 19 Mayıs 1919'da bir kahraman Samsun'a çıktı. Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Hyundai
58. (Marş) Dağ başını duman almış gümüş dere durmaz akar. Güneş ufuktan şimdi doğar yürüyelim arkadaşlar. Sesimizi yer gök su dinlesin sert adımlarla her yer inlesin Sesimizi yer gök su dinlesin, sert adımlarla her yer inlesin. Bu gök deniz nerede var? Nerede bu dağlar taşlar? Bu ağaçlar güzel kuşlar... Yürüyelim arkadaşlar. Sesimizi yer, gök, su dinlesin sert adımlarla her yer inlesin. 18 Mayıs'ta Ata'mızın huzurunda şelalenin aleviyle tek yürek olacağız. – Türk Eğitim Vakfı
59. Milli mücadelenin yüzüncü yılı 19 Mayıs 1919 Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Yeditepe Üniversitesi
60. Cumhuriyetin yılmaz bekçisi Türk genci, bugün ve yarınların tek ve en büyük güvencesidir. "Ey Türk gençliği! Birinci vazifeden Türk istiklalini, Türk cumhuriyetini, ilelebet muhafaza ve müdafaa etmektir." 19 Mayıs Atatürk'ü

Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun! – Özel Tarsus Amerikan Koleji

61. "Gençliği yetiştiriniz. Onlara ilim ve irfanın müspet fikirlerini veriniz. Geleceğin aydınlığına onlarla kavuşacaksınız. Hüt fikirler uygulamaya geçtiği vakit, Türk milleti yükselecektir." K. Atatürk demişti Ata'mız. Biz de aynen öyle yaptık. Bugün meslek liselerinden ve üniversitelerden mezun genç çalışanlarımız Türkiye'nin en büyük entegre üretim tesislerinden birinde deneyim kazanıyor katma değer yaratıyor ve güvenli bir Türkiye için çalışıyorlar. Geleceğimize yön veren gençlerimiz yarının teknolojilerini üretirken fikirleri, vizyonları ve enerjileriyle bizlere ışık oluyorlar. Milli mücadelenin başlangıcı olan bu önemli günün yüzüncü yılında Ata'mıza sonsuz saygıyla. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun – Kale Kilit
62. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımızın 100. yılı kutlu olsun – Süvari
63. Milli mücadelenin yüzüncü yılı. 19 Mayıs 1919 Samsun "Ya istiklal ya ölüm" 22 Haziran 1919 Amasya "vatanın bütünlüğü milletin istiklali tehlikededir" 4-11 Eylül 1919 Sivas "Milli sınırlar içinde vatan bir bütündür parçalanamaz" 22 Temmuz- 4 Ağustos 1919 Erzurum "Milli kuvvetlerin etkili milli iradeyi hakim kılmak esastır" 23 Nisan 1920 Ankara "Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir." "Yükselen yeni nesil, istikbal sizsiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz." Milli mücadelenin yüzüncü yılı kutlu olsun – Gestaş
64. Samsun 19 Mayıs 1919 "19 Mayıs, gençlik; gençlik gelecek demektir." K. Atatürk 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Medical Park
65. 19 Mayıs 1919'da başlayan milli mücadelede, korkusuzca savaşan gazi ve şehitlerimize ve bin bir fedakârlıkla mücadele veren dedelerimize ve ninelerimize minnet borçluyuz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun – Vakıf Katılım
66. Bağımsızlık bizim kaderimizdir. K. Atatürk. Bu yüzden hiç durmuyoruz. Bağışçılarımızın destekleriyle tasarlamaya, geliştirmeye, özgün ürünler üretmeye devam ediyoruz. Bu hiç sönmeyecek bağımsızlık ateşiyle karada, denizde, havada, uzayda dünyanın en üstün teknolojilerini yerli ve milli kaynaklarımızla üretiyoruz. Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı olarak yerli ve milli kaynaklarımızla ürettiklerimizi sergilediğimiz dünyanın ilk dört büyük savunma sanayi fuarı arasında yer alan İDEF'i düzenlemenin haklı gururunu yaşıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. Milli mücadelenin yüzüncü yılı. El birliğiyle, güç birliğiyle. - Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı

EK 6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Reklam Metinleri

1. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun – Kale
2. 95 yıl önceydi...Her şey inanmakla başladı! 30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun – Yurtbay Seramik
   #ZaferNedir? 30 Ağustos büyük zaferimizin ardından Atatürk'ün eşyaları Ankara'ya taşınacaktır...Savaş sırasında okuduğu kitapları masanın üzerinde görünce... Nedenini askere sorar... "Boş sandık bekliyoruz" der asker...

Dışarıdaki sandıkları gösterir devam ediyoruz. Bu hiç sönmeyecek bağımsızlık ateşiyle karada, denizde, havada, uzayda dünyanın en üstün teknolojilerini yerli ve milli kaynaklarımızla üretiyoruz. Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı olarak yerli ve milli kaynaklarımızla ürettiklerimizi sergilediğimiz dünyanın ilk dört büyük savunma sanayi fuarı arasında yer alan İDEF'i düzenlemenin haklı gururunu yaşıyoruz. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. Milli mücadelenin yüzüncü yılı. El birliğiyle, güç birliğiyle. - Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı

EK 6. 30 Ağustos Zafer Bayramı Reklam Metinleri

3. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Kale
4. 95 yıl önceydi... Her şey inanmakla başladı! 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun – Yurtbay Seramik
5. #ZaferNedir? 30 Ağustos Büyük Zaferimizin ardından Atatürk'ün eşyaları Ankara'ya taşınacaktır. Savaş sırasında okuduğu kitapları masanın üzerinde görünce nedenini askere sorar. "Boş sandık bekliyoruz" der asker. Dışarıdaki sandıkları gösterir Atatürk: "Bunlar?" "Onlarda mermiler var." cevabını alır, dışarı çıkar, sandıklardan birini boşaltır ve askere uzatarak şöyle der: "Kitapları buna koyun. Asıl savaşımız bundan sonra başlıyor." Gerçek zaferlerin her alanda savaşarak kazanıldığını bize gösteren Atamızı, gazi ve şehitlerimizi minnetle anıyor, zaferimizin 97. yılını coşkuyla kutluyoruz. – Borusan
6. İlk'ler Sunay Akın: Tiyatro tarihimizde sahneye çıkan ilk Türk kadın oyuncu Afife Jale'dir. Sanatçının sahneye çıktığı yer Kadıköy'deki Apollo Sineması tarih ise 13 Nisan 1920'dir. O gece, "Yamalar" adlı oyunu alkışlayan bir seyircinin Türk kadınının tiyatro sanatındaki başarısından dolayı gözleri dolar ve usulca ağlar sevinçten. O seyirci, arkadaşının kolunu tutarak coşkuyla şunları söyler: "Ne saadet... Ne saadet... Sesimizi duyuyorum. Türk kızının sesini!" Tiyatro sevdalısı bu genç adam Dârülbedâyü'de oynanmak üzere bir tiyatro oyunu kaleme alır. Oyun, İstanbul'da iyi bir eğitim alan genç bir kızın, öğretmenlik yapmak üzere Anadolu'ya gidişini ve bir Ege köyünde yaşadıklarını anlatır. Ne var ki kurul bu oyunun sahnelenmesini uygun görmez. Çünkü o yıllarda sadece konusu İstanbul salonlarında geçen oyunlar kabul görmektedir. Afife Jale'nin cesaretinden etkilenen bu genç adam bir Tür kızının köy okulundaki öğretmenliğini anlattığı tiyatro oyunu sahnelenmeyince bu kez eserini roman olarak kaleme alır. Romanının kahramanı olan genç kıza "Feride" adını verir ve kitabın kapağında da "Çalıkuşu" yazmaktadır. 1922 yılında basılan Çalıkuşu edebiyatımızda konusu Anadolu'da geçen ilk romandır. Ve çıktığı yıl nice yürekli insan Gazi Mustafa Kemal'in vermiş olduğu Kurtuluş Savaşı'na katılmak üzere Anadolu'ya geçmektedir. Cepheye giden Türk subayların yanlarında taşıdığı silah ve cephanenin arasında Çalıkuşu romanı da vardır. Bağımsızlık için savaşan askerlerin ellerindeki Çalıkuşu'nun sayfaları çevrildikçe İstanbul'dan Anadolu'ya giden bir Türk kızının azimli hikayesi yüreklerde cesarete dönüşüyor umutlar daha da çoğalıyordu... Reşat Nuri Güntekin'in Kurtuluş Savaşımızın en zor günlerinde askerlerimize moral geleceğimize ilham veren Çalıkuşu romanı 30 Ağustos Zaferi'nden 10 gün önce Gazi Mustafa Kemal'in

de elindedir. Atatürk, ölüm kalım savaşı anlamına gelen Büyük Taarruz'un hazırlıkları sırasında cephede 2 gün Çalıkuşu okumuştur. Çok okumaktan gözleri kızaran Atatürk su dolu bir kaseye batırdığı tülbent parçalarıyla gözlerini ıslatarak Çalıkuşu'nu bitirdikten sonra şunları söyler: Cidden muvaffak olmuş. Şu barış kurulsa da memleketin sosyal yaralarını esaslı bir şekilde tedaviye başlasak. 26 Ağustos sabahı Büyük Taarruz'u başlatan top sesleri duyulduğunda kuşlar, savaş alanını çoktan terk etmişlerdi. Ama Mustafa Kemal Atatürk ve nice askerin kalbindeki Çalıkuşu bir vatan aramaktaydı kendine. İşgal güçleri mağlup edilip Cumhuriyet kurulduktan sonra Atatürk bir gün kitaplarını Ankara'dan İstanbul'a taşımak ister. Kütüphanecisi Nuri Ulusu'nun kitapları karton kutulara koyduğunu görünce askerlere 2 tane cephane sandığı getirtir. Nuri Ulusu şaşkınlık içindeyken kütüphanede Atatürk'ün sesi duyulur: "Savaşta bu sandıklarla cephane taşıdık. Şimdi o savaş bitti, yeni savaşımız başlıyor. O da kültür ve sanat savaşımızdır. Cephane taşıdığımız sandıklara kitaplarımı koy. Cephanenin yerini artık kitaplar alsın." Okuduğumuz her kitap Mustafa Kemal Atatürk'ün sözünü ettiği aydınlanma savaşında kazanılan bir zaferdir. Bizlere özgürlüğümüzü armağan eden şehitlerimizin ve gazilerimizin anılarına sonsuz sevgi ve saygıyla. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun! Petrol Ofisi

7. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – Gülsan Alüminyum
8. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Ziraat Bankası
9. Bugün bir milletin özgürlüğüne kavuştuğu gün... Bugün 30 Ağustos, Büyük Taarruz'un zaferle taçlandığı gün! Kutlu olsun. – Ziraat Bankası
10. Yürek! Mermi yüklü kağnının gıcırtısıdır. Gür sesiyle Mehmetçiğin süngüsü, umut dolu gözleri, tebessümüdür. Anadolu'dur yürek. Bağrı özgürlük ateşiyle yanan bir çift mavi gözün inancıdır, umududur, tutkusudur ve onun içinde yanan ateşin zafere koşan coşkusudur. Atam yüreği vatan aşkıyla yanan evlatların yüreğiyle korumaya devam edecek bu vatanı. Yüreğin, bize emanet! 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun! – Yurtbay Seramik
11. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. Başkomutanımız Mustafa Kemal Atatürk başta olmak üzere tüm şehitlerimizi, gazilerimizi rahmet ve şükranla anıyoruz. – Doğtaş
12. Bu vatanın destanı hece hece, satır satır bu topraklarda yaşayan insanların emekleriyle yazıldı. Tanı bu ecdattan yadigar bu toprakları uçsuz bucaksız yeşil örtülü vatanı derinden hisset. Her karışında bu emsali olmayan güzelliği ve fark et fedakârlıkların en büyük en sonsuz olanının. Başla her yeni güne taşların dile geldiği masalsı şehirlerde. Dolaş her bir deseni özenle işlenmiş bu düşler diyarını. Ve nefes gibi içine çek özgürlüğü. Göğün her rengini akseden denizlerde… Dokun miras bırakılan medeniyetlerin, nesillerin, kültürlerin binbir çeşidine. Keşfet berrak denizleri sarmalayan her karışı emekle yoğrulmuş bu bereketli toprakları. Ulaş benzersiz coğrafyalara tarihe tanıklık etmiş yollardan geçerken. Dinle uğruna dökülen kanlarla sulanmış vatanının yeşilin her tonunu. Mavinin en derin, en berrak, en coşkulu, en engin olanını. Hatırla iki cihanı birleştiren aziz topraklarda şanlı bayrağın altında özgür yaşamanı mümkün kılanları. Vatan topraklarının her karışını üstün çaba ve kahramanlıkla kurtaran askerini ve büyük stratejik dehasıyla bir milletin geleceğini değiştiren Mustafa Kemal Atatürk'ü saygı ve minnetle anıyoruz. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – FNSS

13. 30 Ağustos 1922'de bir millet adını tarihe yazdırdı! Atatürk'ün askeri dehasıyla Türk ordusunun gücüyle halkın bitmeyen inancıyla büyük zafer Kütahya Dumlupınar'da kazanıldı. "Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene!" K. Atatürk. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Kütahya Porselen - NG
14. "Türk milleti istiklâlsiz yaşamamıştır, yaşayamaz ve yaşamayacaktır." Gazi M. Kemal. Bazı zamanlar vardır tarihin akışını değiştiren. Bazı yerler vardır bir milleti yeniden ayağa kaldıran. Bazı insanlar vardır cesaretini tüm dünyaya gösteren zaman 30 Ağustos 1922 yılının sabahıydı. O gün mavi bir bakışla bir oldu yürekler. Ve Dumlupınar ufuklarından güneş doğdu sonsuzluğa uzanan. Bu topraklar için üretmek bizim görevimiz. Birinci vazifemiz gösterdiğin yolda ilerlemek. Emanetini yüceltmek bizden sana bir sözdür. Büyük zaferden bu yana senin cesaretinle yaşamak bizim için gururdur. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. - Kütahya Porselen - NG
15. En büyük zafer birlik olmaktır. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Turkcell
16. Kocatepe'de Büyük Taarruz sabahı tanyeri ağarırken bir gürültü koptu top seslerinden hallice! İşte o anda Mustafa Kemal'in yüzüne vurmuş düşünceli hali bir milleti düştüğü yangından kurtarmak içindi besbelli. Kurtardı da... Ne mutlu bu şanlı zaferi bizlere gururla taşıyanlara! 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Turkcell
17. "En büyük savaş cahilliğe karşı yapılan savaştır." K. Atatürk. Borusan Kocabıyık Vakfı 2016'da Türkiye'nin 20 ilinde 20 okulda kurduğu 20 kütüphaneye 3500 kitap bağısı yaptı. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Borusan
18. "Gerçek zaferler süngü ile değil, iktisat ve bilim ile kazanılır." K. Atatürk. Haydi kızlar kodlamaya- Gemlik, Haydi kızlar kodlamaya- Halkalı RC Makers Kodlama Atölyesi. Annemin işi benim geleceğim. Afyon Kreşi. Annemin işi benim geleceğim. Balıkesir Kreşi. 30 Ağustos Zafer Bayramı'nın 95. yılı kutlu olsun. – Borusan
19. Özgürlüğümüzün, egemenliğimizin, geleceğimizin, aydınlığımızın, mutluluklarımızın arkasında binlerce kahraman büyük bir zafer var. – Doğan Holding
20. İstiklal Marşı- Yükselişim öyküsü. Hikayenin destansı finali. Zaferle sonuçlanan medeniyetin habercisi. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Sampa
21. Kurtuluş Savaşı boyunca genç, yaşlı, kadın, çocuk demeden elindeki ekmeğinden üstündeki ceketine kadar her şeyini veren Türk milletine en çok zafer yakışır! 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Ayyıldız
22. Ulusun bağımsızlığını, yine ulusun kesin kararı ve direnişi kurtaracaktır. K. Atatürk 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. –LÖSEV
23. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. –Üsküdar Üniversitesi
24. Gözlerindeki ateş, zaferin simgesidir. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – Baştuğ Metalurji
25. Mutluluğumuzun, huzurumuzun, gücümüzün, bağımsızlığımızın zaferimizin ardında onlar var. Başta Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere tüm şehitlerimizi ve gazilerimizi özlem ve minnetle anıyoruz. Ay yıldızın

gölgesinde bir millet, köklerinde istiklâl var. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – May Tohum
26. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Defacto
27. Azmin ve kahramanlığın zaferi 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Pema Koleji
28. Büyükle Taarruz ve Başkomutanlık Meydan Muharebesi 1922'de zaferle sonuçlandı. Ancak bu zaferi kutlamak için önce Cumhuriyet kurulmalıydı. (Ankara 30 Ağustos'u coşkunca kutladı. Zafer Bayramı ve Harbiye'de Büyük merasim) 1924 yılında Başkumandan Zaferi olarak ilk kez kutlanan gün 1926'dan itibaren 30 Ağustos Zafer Bayramı olmuştur. Zafer, zafer benimdir diyebilenindir. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – KPMG
29. Umutsuz olma çocuk. Umutsuz durumlar yoktur, umutsuz insanlar vardır. Çalışmadan, öğrenmeden, yorulmadan rahat yaşamanın yollarını alışkanlık haline getirmiş milletler evvela haysiyetlerini, sonra hürriyetlerini ve daha sonra da istikballerini kaybetmeye mahkumdurlar. Hiçbir şeye ihtiyacımız yok, yalnız bir şeye ihtiyacımız vardır: Çalışkan olmak. Zafer "Zefer benimdir." diyebilenindir. Yurdumuzu dünyanın en mamur ve en medeni memleketleri seviyesine çıkartacağız." 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Şahinkaya
30. Minnettarız. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Kilim Mobilya
31. Çağdaşsak, bağımsızsak, özgürsek, bilimin ışığında ilerliyorsak, araştırıyorsak, sorguluyorsak, üretiyorsak, başarıyı ilke edindiysek, birlikteysek, güvendeysek zaferinin sayesinde! Senin sayende. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Çankaya Üniversitesi
32. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – Yeditepe Üniversitesi
33. Türk milletinin karakteri yüksektir! Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne Mutlu Türküm diyene! 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – Amerikan Kültür Kolejleri
34. Tüm ulusun birbirine kenetlendiği o zamanlarda bir ulusun yükselişi 97 yıl önce bugün başladı! 30 Ağustos Zafer Bayramımızın 97. yılı kutlu olsun! – Sabancı
35. İnancını asla kaybetmediğinde, mücadeleden hiç vazgeçmediğinde gelir zafer. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Baymak
36. "Uçurumun kenarında yıkık bir ülke. Türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar, yıllarca süren savaş. Türk milleti, milli birlik ve beraberlikle güçlükleri yenmesini bilmiştir." K. Atatürk. Büyük milletler büyük zaferler kazanır. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – İstanbul Ticaret Odası
37. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – Emaar Turkey
38. 30 Ağustos 1922'de destansı bir zafer ile güçlü bir yurdun temelleri atıldı. Güneş, bu topraklar üzerinde yeniden doğdu. Büyük zaferin 95. yılında hepimizin Zafer Bayramı kutlu olsun. – Golf
39. İyi bak bu topraklara. Toroslar'da tüten bir duman varsa hala karışıyorsa Marmara'nın ezgileri, Karadeniz'in dalgalarına görebiliyorsan bir çocuğun gözlerinde Ağrı Dağı'nın asaletini. Son Zeybek'in hikayesi anlatılıyorsa Aydın'ın ovalarında. İzmir'in dağlarında çiçekler açıyorsa her bahar sakın şüphen olmasın o en güzel zaferle kurulan bağ kopmaz asla. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Gratis
40. Bir bakış her şeyi değiştirir. Ülkeyi, tarihi, geleceği, bağımsız bir ulus olma yolunda cesaret verir milyonlarca hayata. Bu zafer gösterdiğin hedefe

durmadan yürüyenlerin, üretenlerin, inananların, bir olup bu ülkeyi zincirlerinden kurtaranların zaferi. Atam biz de senin gibi güzel bakıyoruz bu topraklara büyük zaferden bu yana. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. #birbakış – Gratis

41. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun.- Kuveyt Türk
42. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Yıldız Holding
43. Öyle bir ulus düşünün ki tarihin imkansız denilen kazanılan zaferlerle dolu. Can damarları koparılan ama yeniden dirilen bağımsızlığı için bir olup bu uğurda can veren. Bu ulus Mustafa Kemal'in ışık tuttuğu istiklal yolunda mücadele eden aziz Türk milletidir. "Ne mutlu Türk'üm diyene!" K. Atatürk. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. - General Mobile
44. 30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun. – Yataş- Enza Home
45. Bugünümüze bahşedilen özgürlüğün, bağımsızlığın, mutluluğun, huzurun, gücün ardında binlerce kahraman var. Tüm kahramanlarımızı saygı ve minnetle anıyoruz. 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. – Yataş- Enza Home

EK 7. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Reklam Metinleri

1. Bu sabah erken kalk uykundan. Bugün senin gerekiyor haykırman. Atatürk'ün emaneti Cumhuriyete gerekiyor dört elle sarılman. Doğuda halaya kuzeyde horona el uzat birlikte Cumhuriyet doğar. Umutla her sabah konuştuğun her lafta kutlanan her anda Cumhuriyet. Ayrı gayrı yok bizde. Emanet ettiğin geleceğiz biz. Eğitimle, bilimle, müzikle, sanatla her daim ileriye bir hayalin peşinde koşuyoruz birlikte yüzüncü yıla. Işığı aydınlatır her doğan güneşin hayal kur gerçek olur. Uzak yakın yok mesafeler Cumhuriyetle birdir tüm kalpler. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Sabancı
2. (Şarkı- Ben gene sana vurgunum.) #CumhuriyeteVurgunuz - Sabancı
3. (Şarkı- her şey her şey senin için dualarım, duygularım. Duyanlara duymayanlara –Birlik beraberlik içerisinde tek yürek- soranlara sormayanlara ben onu seviyorum çok seviyorum) Duyanlara duymayanlara biz onu seviyoruz. Çok seviyoruz. Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun. Seviyorum. #BizOnuÇokseviyoruz – Turkcell
4. Gazi Mehmet Ali Soy'un sesinden: "26 Ağustos gecesi olacak bölük komutanları bizi topladılar. Orada bir nasihat verdiler bize. Bu gece harbe gireceğiz dediler. Birbirinizle helalleşin dediler. Alacağınız vereceğiniz varsa verin dediler. O gece sabaha kadar düşmanın istikametine yanaştık." 29 Ekim tatil değildir; bayramdır. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #TatilDeğilBayram – Turkcell
5. Gazi Sunullah Galip Aktuğ'un sesinden: "Beyler bu Cumhuriyet çok pahalıya mal olmuştur çok çok. Hele İstiklal Savaşı'nın o günleri yokluk, sefalet, açlık bütün... Bütün sefalet içinde. Yokluk diyorum. Emin olun ben kendi hesabıma söylüyorum. Aç kaldığım günler oldu. Ne günler geçirdik, ne günler... Ne günler geçirdik..." 29 Ekim tatil değildir; bayramdır. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #TatilDeğilBayram – Turkcell
6. Gazi Süleyman Gülerada'nın sesinden: "Tam 400.000 düşman vardı. Bizleri ise Cenab-ı Allah'tan başka kimse desteklemedi. Zaten o zaman Türk milletine dedi ki yürüyün siz dedi. Ben varım sizin arkanızda. O zaman

kadınlar dahi cepheye iştirak ettiler. Cephane taşıdılar. Yiyecek taşıdılar. Ve de kahramanca dövüştük." 29 Ekim tatil değildir; bayramdır. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #TatilDeğilBayram -Turkcell

7. 29 Ekim çarıkla bastığın toprağa sahip çıkmaktır. Mezarın olacağını bile bile ellerinle siper kazmaktır. Bir tas hoşaf, yarım ekmekle doymaktır. 29 Ekim, 25 kiloluk mermiyi saatlerce sırtında taşımaktır. Süngüyle çarpışmak, günlerce uyumadan savaşmaktır. İmkânsıza inanmaktır. 29 Ekim köyden cepheye 1000 kişi çıkıp 1 kişi dönmektir. Hatta dönmeyeceğini bile bile eşini, oğlunu beklemektir. 29 Ekim bütün dünyanın karşısında dimdik durmak, biz Türkiye'yiz demektir. 29 Ekim tatil değildir; bayramdır. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #TatilDeğilBayram – Turkcell

8. Ne dalgaları geride bıraktık geçilemez denilen ne fırtınaları. Boşuna uğraşmayın rüzgarla. Yolundan hiç dönmedi asla dönmez bu gemi. Ne de olsa 95 yıldır tam yol ileri! Hep birlikte nice 95'lere... 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #Tamyolileri – Turkcell

9. 29 Ekim 1923 bir ülke onlarca cephe, yüzlerce komutan, binlerce kahraman. Bir ülkeyi ayağa kaldıran bağımsızlık savaşı ile yükselen Cumhuriyet'in ayak sesleri. Gazi Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde yüce bir millet ile kurulan Cumhuriyetimiz kutlu ve daim olsun. – Kütahya Porselen
10. Mustafa Kemal, Cumhuriyeti ilan ettiği gün meclisteki konuşmasını şu cümleyle tamamlamıştı: "Türkiye Cumhuriyeti mesut, muvaffak ve muzaffer olacaktır." 29 Ekim Cumhuriyet Bayramınız kutlu olsun. – Borusan
11. Biz mücadele etmeyi onlardan öğrendik. Hasan Tahsin - Cesareti... Şerife Bacı – Fedakârlığı... Şahin Bey – Vazgeçmemeyi... Kara Fatma- Beklenenden daha fazlasını yapmayı... Sütçü İmam- Canımız dediklerimizi canımız pahasına korumayı... Nezahat Onbaşı – Yaşımıza bakmayıp yüreğinizle inanmayı onlardan öğrendik. Hayali gerçek yapmak ne demek biz bu toprakları vatan yapanlardan öğrendik. Cumhuriyetimizin 96. yılı kutlu olsun. – Ziraat Bankası
12. (Şarkı) "Değer mi hiç? Değer mi, değer mi söyle? Bir rüya ömür boyu sürer mi böyle? Değer canım, değer elbet, değer bir tanem aşk için her şeye. Ne hayal ne de gerçek engel mi kanatlanmadan uçmaya..." Hepimizin değeri; Cumhuriyetimiz 96 yaşında. Türkiye için her şeye değer. – Doğan Holding
13. İlk günkü heyecanımız ve Cumhuriyete olan aşkımız devam ediyor... 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. – Tekfen Holding
14. Aidiyet, medeniyet, samimiyet, masumiyet, hakkaniyet, hürriyet, Cumhuriyet. 95. yıl dönümünde Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – LG
15. Verme, dünyaları alsan da bu cennet vatanı. M. Akif Ersoy. Vazgeçmem, çocukların gözlerinde parlayan özgürlükten. Zaferlerimden, tarihimden, ilkelerimden! Beyazın saflığından, kırmızının tutkusundan... Ne hilalinden vazgeçerim, ne de parlayan yıldızından...Vazgeçmem senden asla! Cumhuriyetimizin 96. yılı kutlu olsun! #vazgeçmemsendenasla – Yurtbay Seramik
16. Yıl 1923. Uçurumun kenarında yıkık bir ülke küllerinden yeniden doğdu. Cumhuriyet istiklal için ölüme giden bir milletin zaferi ulu önder Atatürk'ün en büyük eseri. Mustafa Kemal'in çocukları umutla bakar oldular geleceğe. Kadınlar kavuştu özgürlüğüne. Fabrikalar kuruldu devrimlerle. Sakın unutma, unutturma Cumhuriyet varsa hürriyet, uygarlık, çağdaşlık, adalet var. Yücelt, koru, sahip çık emanetine. Cumhuriyet için çalış. Cumhuriyet için üret ki

hakkını ver bastığın toprakların ve aldığın her nefesin. "Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir. Ne mutlu Türküm diyene!" K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Kütahya Porselen

17. Tam 96 yıldır kurduğunuz Cumhuriyetin ışığında fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür bireyler olarak yaşıyor gelecek nesillere aynı gururu aktarabilmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Ulu önder Atatürk ve onu Cumhuriyet yolunda yalnız bırakmayan tüm yol arkadaşlarını özlemle anıyoruz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Samsung
18. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. "Bugün Cumhuriyetimizin 10. yılını doldurduk. En büyük bayramdır. Kutlu olsun. Büyük Türk milletinin ferdi olarak, bu kutlu güne kavuşmanın en derin sevinci ve heyecanı içindeyim. Ne Mutlu Türküm diyene!" – Gama
19. 1923 Bursa Vilayeti. –Hadi bakalım şimdi Ankara yaz. Aferin sana. Böyle giderse sen de baban gibi iyi bir telgrafçı olacaksın. Unutma telgrafçılık hem günümüzün hem geleceğin mesleği. Baktın kalemin kuvvetli gazeteci bile olursun. –Olurum değil mi baba? –Olursun tabi… –Baba telgraf geldi. Okumayacak mısın? –Sen oku. Bu senin aldığın ilk telgraf olacak. İlkler unutulmaz. Eğer doğru okursan sana bir hediyem var. Ankara Vilayetinden Bursa Vilayetine. Büyük Millet Meclisi bugün Türkiye Devleti'nin şekline oy birliğiyle Cumhuriyet olarak tespit ve 9'a çeyrek kala Gazi Mustafa Kemal Paşa Hazretleri oy birliğiyle Reis-i Cumhur seçildi. Reis-i Cumhurumuz hitabelerinde "Hakimiyet kayıtsız şartsız milletindir." dedi. Hediyem nerede? – Oğlum sen en büyük hediyeyi aldın da haberin yok. – Nasıl yani? – Mustafa Kemal Paşa hakimiyet benim dememiş. Onun berikinin ötekinin değil hakimiyet kayıtsız şartsız milletin demiş. -Bütün ülke bizim mi? –Bizim tabi be oğlum. Bak şu top seslerine memleketin kalp atışları bunlar. Öldü dediler dirildik. Hadi durma öyle al feneri çıkalım sokaklara karanlıklar aydınlansın. Kutlayalım bu günü. İlk günkü heyecanla. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Şahinkaya
20. Cumhuriyeti biz böyle kazandık... Umutla, azimle, şevkle, sevinçle. 95 yıldır aynı coşkuyla. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Sampa
21. Ey, yükselen yeni nesil! Gelecek sizsiniz. Cumhuriyeti biz kurduk. Onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz. Benim naçizane vücudum elbet bir gün toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun. –Atel Aydınlatma
22. Çocuklarımızla birlikte 29 Ekim coşkusunu yaşıyoruz. Cumhuriyet ne zaman ilan edildi? - Bunu herkes bilir 29 Ekim. - 29 Ekim. – 29 Ekim'de. -29 Ekim 1923. –Cumhuriyeti kim kurdu? –Mustafa Kemal Atatürk kurdu. –Atatürk – Atatürk –Atatürk –Mustafa Kemal Atatürk Bu yıl Cumhuriyetin kaçıncı yılı? -23, 24, 25 – 96 -96, 97, 98 -96 -96. yıl. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Baymak
23. Bu topraklarda aynı bayrak altında özgürce yaşamamızı sağlayan herkese teşekkürü bir borç biliriz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #gölgesiyeter – Bisse
24. "Bir millet sanattan ve sanatçıdan mahrumsa tam bir hayata sahip olamaz." K. Atatürk. BİFO 9 ülkede 300 konser (Viyana-Hong Kong-İstanbul). Sanat eğitimi alan 26 öğrenciye yurtdışında yükseköğrenim bursu. 94. yılında Cumhuriyetimizin yetiştirdiği yeteneklerle gurur duyuyoruz. – Borusan

25. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). Cumhuriyet diye yazılır, özgürlük diye okunur. Cumhuriyet diye yazılır, demokrasi diye okunur. Cumhuriyet diye yazılır, bağımsızlık diye okunur. "Cumhuriyet erdemdir." Gazi Mustafa Kemal Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Borusan
26. –Ben 95 yaşındayım –Ben de 95 yaşındayım. –Ben 95 yaşındayım. –Ben de 95 yaşındayım. –Ben 95 yaşındayım. –Ben de 95 yaşındayım. –Ben 95 yaşındayım. Cumhuriyet sadece bir bayram değildir. Cumhuriyet Türkiye'dir. Türkiye'nin ve Cumhuriyeti'nin 95. yaş günü kutlu olsun! – Samsung
27. Mücadele edilir bazen sevilenler uğruna, vatan uğruna, bayrak uğruna, ama mücadeleden asla dönülmez. Bazen el ele verilir. Omuz omuza verilir. Sırt sırta verilir. Büyük millet bu yüzden büyük bir millettir. Bağımsızlık bizim karakterimizdir. Belki bazı şeylerden ödün verilir ama egemenlikten verilmez. Egemenlik bedel ödenip kazanılan bir değerdir. Ve nihayetinde bu topraklardan geleceğe bakan milyonlarca göz ufukta görüverir genç Türkiye Cumhuriyeti'ni. Cumhuriyetin 95. yılından sonsuza dek. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. –Kuveyt Türk
28. Her şey ilk adımda başladı. Samsun'da bir millet uyandı. Amasya'da özgürlük meşalesi yandı. Bağımsızlığın kor ateşi Erzurum, Sivas, Urfa, Maraş derken tüm ülkeyi sardı. 23 Nisan 1920 TBMM açıldı. Bir millet küllerinden yeniden doğdu. Sakarya Meydan Muharebesi. Kahramanca çarpışarak zafere doydu. Büyük Taarruz. 9 Eylül 1922 İzmir'in Kurtuluşu. 29 Ekim 1923. İşte Cumhuriyet böyle kuruldu. Cumhuriyeti biz böyle kurduk (Pankart). 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. – Kuveyt Türk
29. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun! – Kuveyt Türk
30. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. – Kale
31. "Dünya yüzünde gördüğümüz her şey kadının eseridir." M. Kemal Atatürk. Cumhuriyet olmasaydı, ne bu başarılı kadın sporcular... Ne bu şarkı... Ne de bu reklam filmi olurdu...#cumhuriyetineseriyiz Cumhuriyetimizin 96. yılı kutlu olsun. – ING Bank
32. Yıl 1921. Aralık Ayı'nın en soğuk Kurtuluş Savaşı'nın en sıcak zamanları. İnebolu-Ankara yolu Şerife'nin önünden geleceğe uzandı. Vurdu sırtına umutları, yarınları. Tereddüt etmeden ileri atıldı. Kara kışın soğuğunda titrediği de oldu nefesinin kesildiği de. Bir adım bir adım daha. Her adımda o yol tarihe istiklal yolu diye yazıldı. Bugün özgürlüğünün peşinden giden, eşit bir dünya için yaşayan ve bu mirasını geleceğe taşıyan her kadının yolu istiklâl yoludur. Peki senin istiklâl yolun nerede başlıyor? Atatürk'ün izinde 95 yıl...29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – ING Bank
33. Sen doğru ol! Öyle bir savun ki inandıklarını tüm milletler sana hayran kalsın. Merhametinle örnek ol! Anaların yüreğinde hatıran kalsın. O bu demeden ihtiyacı olanın yardımına koş. Mazlumların dilinde adın kalsın. Beklenmeyeni yap! İmkansızı başar. Durmadan ama hiç durmadan çalış. Tarihten bugüne, sonsuza dek sürecek izin kalsın. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Çaykur
34. Hoyratsın yeri geldiğinde fokur fokur kaynarsın. Öyle de olman gerekir. Köpürürsün, taşarsın, bir karışına bile dokunanı yakarsın. Ama vazgeçmezsin. Sabırla bekler çalışmaya devam edersin. Zaman seni ödüllendirecektir. Bilirsin bir kere demini aldın mı olmuşsun demektir. Can yakmazsın. Mazlumun içini ısıtırsın. Milletin olursun. Cumhuriyet olursun. 95 olursun. Cumhuriyetimizin 95. yılı kutlu olsun. – Çaykur

35. Cesaretimiz, umudumuz, moralimiz, hürriyetimiz, ufkumuz, rehberimiz, inancımız, yolumuz, emanetimiz, Türkiye'miz. Cumhuriyetimiz 96 yaşında. Kutlu olsun. - Filli Boya
36. (İstiklal Marşı) Yüreği daima birlikte atan milletin Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. – Halk Bank
37. Seni seviyorum. Baba, baba. İşe kabul edildin. Her birimizin hayatında duyduğu en güzel cümle farklı olsa da... Bu milletin duyduğu en güzel cümle aynı; Efendiler, Yarın Cumhuriyeti ilan edeceğiz! 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Hyundai
38. "Yurttaşlarım, az zamanda çok ve büyük işler yaptık. Fakat yaptıklarımızı asla kafi göremeyiz. Çünkü daha çok ve daha büyük işler yapmak zorunda ve kararlılığındayız. Yurdumuzu dünyanın en bayındır ve en uygar memleketlerin seviyesine çıkaracağız. Milletimizi en geniş rahatlık, araç ve kaynaklarına sahip kılacağız. Millî kültürümüzü çağdaş uygarlık seviyesinin üstüne çıkaracağız. Geçen zamana nispetle daha çok çalışacağız. Daha az zamanda daha büyük işler başaracağız. Bunda da muvaffak olacağımıza şüphem yoktur. çünkü, Türk milletinin elinde ve kafasında tuttuğu meşale, müspet ilimdir." K. Atatürk. ODTÜ Ata'sının izinde. - ODTÜ
39. "Yurttaşlarım, az zamanda çok ve büyük işler yaptık. İşlerin en büyüğü temeli Türk kahramanlığı ve yüksek Türk kültürü olan Türkiye Cumhuriyeti'dir. Fakat yaptıklarımızı asla yeterli görmeyiz. Geçen zamana nispetle, daha çok çalışacağız. Daha az zamanda, daha büyük işler başaracağız. Çünkü, Türk milletinin karakteri yüksektir; Türk milleti çalışkandır; Türk milleti zekidir. Çünkü, Türk milleti millî birlik ve beraberlikle güçlükleri yenmesini bilmiştir. Büyük Türk milleti! Asla şüphem yoktur ki, Türklüğün unutulmuş büyük medenî vasfı ve büyük medenî kabiliyeti, bundan sonraki inkişafı ile atinin yüksek medeniyet ufkundan yeni bir güneş gibi doğacaktır. Ne mutlu Türküm diyene!" (Cumhuriyetin 10. yıl Nutku). Çanakkale 18 Mart 1915, Samsun 19 Mayıs, Amasya 12 Haziran, Erzurum 23 Temmuz, Sivas 4 Eylül, Ankara 27 Aralık, Adana 5 Ocak, Ordu 24 Şubat, Rize 2 Mart, Kayseri 10 Mart, Antalya 5 Temmuz, Bodrum 5 Temmuz, Hatay 23 Temmuz, Afyon 27 Ağustos, Balıkesir 6 Eylül, Manisa 8 Eylül, İzmir 9 Eylül, İstanbul 6 Ekim, Mardin 21 Kasım, Nevşehir 22 Aralık, Gaziantep 25 Aralık, Artvin 7 Mart, Bursa 11 Eylül – İnci Holding
40. Bugün geçmişle geleceğimizin kavuştuğu, bugün milletimizin istiklalinin ilan edildiği, bugün bayrağımızın göklere çekildiği, bugün 29 Ekim Cumhuriyetimizin kurulduğu gün. Sonsuza kadar şanlı bayrağımız gönlümüzde her gün dalganıyor. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – İstanbul Ticaret Odası
41. Biz beraber olunca kimse sınır koyamaz bize. Biz beraber olunca her zorluğu getiririz dize. Biz beraber olunca engeller vız gelir bize. Biz beraber olunca hayaller döner gerçeğe. Biz beraber olunca ulaşırız büyük zaferlere. Bugün biz sadece bir havalimanı değil aslında bir zafer anıtı inşa ediyoruz. Güçlü Türkiye ekonomisinin benzersiz eseri. İstanbul'un yeni, dünyanın en büyük havalimanı, Cumhuriyetimizin 95. yılında hizmetinizde. Cumhuriyetimizin zaferi kutlu olsun. – İGA
42. 29 Ekim Gençlik ve Spor Bayramı kutlu olsun. Çünkü Cumhuriyet demek "her şey" demektir. 29 Ekim Kadınlar Günü kutlu olsun. Çünkü Cumhuriyet

demek “her şey” demektir. 29 Ekim Öğretmenler Günü kutlu olsun. Çünkü Cumhuriyet demek “her şey” demektir. – Karaca

43. Kurtuluş Savaşı’nın henüz başladığı dönemde, genç bir kadın, orduya katılmak istemesine rağmen askere alınması imkansızdı. Fakat o, pes etmediği takdirde imkansızlıklardan yeni imkanlar yaratabileceğinin farkındaydı. Saçlarını kazıyıp erkek kılığına girdi ve cepheye koştu. Karlı bir kış günü, üzerindeki paltoyu çıkarıp cephanelere saran, Mustafa Kemal’in “Sen üşümüyor musun?” sorusuna “Koskoca vatan karşısında benim üşümemin ne önemi var?” cevabını veren ve kendisi yaralansa da etrafındaki diğer askerleri yüreklendirmekten vazgeçmeyen bu kadın, Halime Çavuş’tu. Büyük bir azim ve inançla asla pes etmeden mücadeleyi sürdüren bizlere Cumhuriyeti armağan eden tüm kahramanlarımıza minnettarız! Cumhuriyetimizin 96. yılı kutlu olsun! - Petrol Ofisi
44. Bu topraklarda ekmeğe somun denir, kübban denir. Arkadaşa dadaş denir, gaggoş denir. Domatese domat, mısıra darı, dağa çiya, eşe yar denir, delal denir. Çocuğa kızan, pamuğa pammık denir. Kavuşmak sıla olur. Azıcık eccüktür. Otomofil denir otomobile. Simide gevrek denir. Ana denir gönülden, mayrik denir, bena denir. Ama özgürlüğe Anadolu’nun her yerinde Cumhuriyet denir. Aydınlığa, güvene Cumhuriyet denir. Bir olmaya 94 yıldır sadece Cumhuriyet denir. Çünkü birlikten Cumhuriyet doğar. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun #birliktencumhuriyetdoğar – Sabancı
45. (Yaşanmış bir olaydan esinlenilmiştir) Cumhuriyet İlkokulu- Bayrak töreni yağmur nedeniyle sınıflarda yapılacaktır. Biz Cumhuriyeti canı pahasına kuranlardan emanet aldık. Canımızdan çok seveceğiz çok. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Şişecam
46. Uçurumun kenarında bir ülke. Türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar. Yıllarca süren savaş. İçeride ve dışarıda saygıyla tanınan yeni vatan, yeni devlet. Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun. – Yurtbay Seramik
47. Cumhuriyet bize emanet. Aklımıza, ilmimize, cesaretimize emanet. Bir çocuğun gülümsemesinde, bir kadının gücünde, bir gencin gözlerinde cumhuriyet bize emanet. Biz ki özgürlüğü için canını veren, varını yoğunu feda eden kahramanların torunlarıyız. Biz ki fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür cumhuriyet çocuklarıyız. Bir an bile karanlığa teslim etmeden hürriyeti yaşatacak ve yükselteceğiz Cumhuriyeti. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Gratis
48. İstanbul kule Turkish. Positive rate. Turkish Türk Yıldızları sizi takip ediyoruz. Size yaklaşıyoruz. Sol kol tamam. Sağ kol tamam. 7 uçakla birlikte Boğaz turu için yaklaşıyoruz. Yeni havalimanına dönüyoruz. Türk Hava Kuvvetleri ve Türk Hava Yolları’nın birlikte gerçekleştirdiği bu muhteşem tarihi uçuş için sizlere yürekten teşekkür ediyoruz. Yolunuz ve bahtınız açık olsun. Teşekkür ederiz. Cumhuriyetimizin 95. yılında aziz milletimize saygıyla. – THY
49. Sakarya 1921. Askerlerim şafak vakti taarruza geçiyoruz. Hazırlanın! Emredersiniz komutanım! Evlatlarım birbirinizle vedalaşın, helalleşin. - Gardaşım gidip de dönmemek var. Hakkını halal eyle. – Helal olsun kardeşim, sen de helal et. –Halal olsun. Azerbaycan 2 yıl sonra. –Buyur oğul. –Nergis Ana? – Beli – Bu senin –Bu nedir? Oğlun, Sakarya’da Şehit düştü anacım. Bu mektubu sana yazmıştı. Başın sağ olsun. – Vatan sağ olsun. – Azerbaycan, Kurtuluş Savaşı için elinde avucunda neyi varsa verdi. On

binlercesi cebindeki 3, 5 kuruşu Anadolu'ya gönderdi binlercesi de kardeşleriyle birlikte canını verdi. Çünkü biz tek millet, iki devletiz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #birlikteyizgüçlüyüz – SOCAR

50. Cumhuriyet ne demek? Şekerci Ökkeş demek... Şerife Bacı demek... Yörük Ali Efe demek... Gelibolu demek... Maraş demek... Sakarya demek... Dumlupınar demek... Söz konusu vatansa gerisi teferruat demek... Cumhuriyet demek... 1923 Anadolu'nun bağrında yatan yüzbinlerce isimsiz kahramanın bizlere armağan ettiği; tam bağımsız Türkiye demek. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Anadolu Bank
51. "Hilâl-i Ahmer âzâ adedinin memleketin rüştü içtimâisiyle mütenasip bir dereceye kadar varmasını ve bütün milletin bu tenasübü temin etmesini temenni ederim." Mustafa Kemal Atatürk Kasım 1926 29 Ekim Cumhuriyet Bayramınız kutlu olsun. – Kızılay
52. Benim milletimin yıldızıdır, parlayacak: O benimdir, o benim milletimindir ancak. Cumhuriyetimizin 95. yılı kutlu olsun. – Ziraat Bankası
53. "Ey yükselen yeni nesil! Cumhuriyeti biz kurduk, onu yüceltecek ve yaşatacak olan sizlersiniz!" Mustafa Kemal Atatürk. Tam 91 yıldır Atamızın açtığı yolda, Cumhuriyeti yaşatacak ve koruyacak gençlerimizi yetiştirmek için tüm gücümüzle çalışıyoruz. Türk ulusuna 96 yıl önce Cumhuriyeti armağan eden Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk'ü, şehitlerimizi ve gazilerimizi saygıyla anıyoruz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Türk Eğitim Derneği
54. Cumhuriyet demek memleketi Çanakkale'den çıkıp, Şanlıurfa'da cerrah olabilmek demektir. Öğrenciliğini Hatay'da yapıp, Bursa'da öğretmenlik yapabilmek demek. Evi, işi, gücü Denizli'de olup, Trabzon'da yaylaya çıkabilmek demek. Karaya Samsun'da ayak basıp, Ankara'da güneş gibi doğmak demek. Gökyüzüne her baktığında özgür olduğunu hissetmek demek. Bugün birlikte Anadolu'nun dört bir yanına uçabiliyorsak işte bu Cumhuriyet demek. – Anadolu Jet
55. "Memleket için ön planda gelen sanayinin kurulması bitmedikçe, her yönden yüksek rahatlığa kavuşmaya imkân yoktur." K. Atatürk. Cumhuriyetimizim 94. yıl dönümünde, geleceğe, büyük bir ümit ve gayretle yürüyoruz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – FNSS
56. Uçurum kenarında, yıkık bir ülke... Türlü düşmanlarla, kanlı boğuşmalar... Ondan sonra, içeride ve dışarıda, saygıyla tanınan... Yeni vatan... Yeni sosyete... Yeni devlet... Cumhuriyeti işte biz böyle kazandık. Bugün cumhuriyetimizin 96. yılında Çanakkale'de destan yazan Seyit Onbaşıların, kağnılarıyla cepheye koşan analarımızın, tarihe yön veren Mustafa Kemallerin izinde biz de ülkemiz için çalışıyoruz. Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı olarak ülkemizin ekonomik ve teknolojik bağımsızlığına katkı sağlamaktan, ordumuza destek olmaktan ve milletimizin gücüne güç katmaktan gurur duyuyoruz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. - Türk Silahlı Kuvvetlerini Güçlendirme Vakfı
57. (İzmir Marşı) "Çünkü Türk çiftçisi bir eliyle kılıcını kullanırken, diğer elindeki sabanla topraktan ayrılmadı. Eğer milletimizin büyük ekseriyeti çiftçi olmasaydı biz bugün dünya yüzünde bulunmayacaktık." K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun – Ulusoy Tohumculuk
58. Uçurum kenarında yıkık bir ülke... Türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar... Yıllarca süren savaş... Ondan sonra, içeride ve dışarıda, saygıyla tanınan...

Yeni vatan... Yeni devlet... Cumhuriyetimizin 96. yılı kutlu olsun. – İstanbul Üniversitesi

59. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun! – Opel
60. Cumhuriyet Marşı – Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). – Kadir Has Üniversitesi
61. Mutlu yarınlar için yelken açmak gücünü umudundan almak kenetlenip tek yürek olmak zaferi barışla taçlandırmak bu toprağın kültüründe var. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). "Türkiye Cumhuriyeti'nin temeli kültürdür." K. Atatürk. Kültür Anayasası 3. Madde: Kültürlü, Atatürk'ün deyişi ile "Aklın ve bilimin yol göstericiliğinde" onun ilke ve devrimlerini yaşatmayı, "Çağdaş uygarlık düzeyinin üzerine çıkmayı" her zaman amaç edinir. Bu amaç, onun "dinamik ideali" dir. Öğrencilerin bu konuda bilinçlendirilerek yönlendirilmesine özel bir önem verir. "En büyük bayramdır. Kutlu olsun." K. Atatürk. – İstanbul Kültür Üniversitesi
62. "Uçurum kenarında yıkık bir ülke. Türlü düşmanlarla kanlı boğuşmalar. Yıllarca süren savaş." K. Atatürk. Bir kahramanlık destanı Kurtuluş Savaşı. Cumhuriyet ile taçlanan bir ulusun doğum günü. "Cumhuriyet doğudaki fakir bir köyden Aziz Sancar'ı Nobel Ödülü'ne taşıyan rejimin adıdır. (10. yıl marşı) "Ne mutlu Türküm diyene!" K. Atatürk – İstanbul Aydın Üniversitesi
63. Yıl 1923. Günlerden 29 Ekim Pazartesi. Bugüne ait fotoğraflar siyah beyaz olsa da bayrağımız kıpkırmızı umutlarımız rengarenkti o gün. Geleceğimizse parıl parıl. Bize cumhuriyetimizi armağan eden Mustafa Kemal Atatürk ve arkadaşlarını saygıyla anıyor cumhuriyetimizin 96. yılını gönülden kutluyoruz. – Anadolu Sigorta
64. Türkiye bizim için bir ülkeden daha fazlası. Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun. – Ziraat Bankası
65. "Bugün hepimize düşen ortak görev; ulusal değerlere, bilince, Cumhuriyete sahip çıkmak." K. Atatürk. – Mercedes-Benz
66. Bilim, kültür, sanat, teknoloji, gelecek, eğitim, medeniyet, demokrasi, özgürlük, vatan, cumhuriyet, sonsuza dek...#sonsuzadek – Life Cell
67. "Ey yükselen yeni nesil, gelecek sizindir! Cumhuriyeti biz kurduk; onu yükseltecek ve sürdürecek olan sizsiniz!" K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun! - General Mobile
68. "Ey yükselen yeni nesil, istikbâl sizsiniz! Türk ulusunun yaratılışına en uygun yönetim Cumhuriyettir. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak olan sizsiniz! Geleceğe güçlü bir biçimde ulaşabilmek Cumhuriyetimizi korumak ve yaşamakla olanaklıdır. Benim naçiz vücudum bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır. Şu anda büyük Türk milletinin bir ferdi olarak bu kutlu güne kavuşmanın en derin sevinci heyecanı içindeyim." K. Atatürk. Yaşasın Cumhuriyet. #daimaizindeyiz – Üsküdar Üniversitesi
69. "Bugün Cumhuriyetimizin onuncu yılını doldurduğu en büyük bayramdır. Kutlu olsun!" Yurdumuzu, dünyanın en mamur ve en medeni memleketleri seviyesine çıkaracağız. Milletimizi, en geniz, refah, vasıta ve kaynaklarına sahip kılacağız." K. Atatürk. Halkımızın o günkü coşkusu aynı şekilde devam ediyor. Hiç durmadan çalışarak, üreterek, öğrenerek, gelişerek güçlendiriyoruz Cumhuriyetimizi. Çocuğu, yaşlısı, genci tüm milletimizin hassasiyetine hürmet ederek paylaştık hüznümüzü de sevincimizi de. Her fırsatta bir olduğumuzun birlik olduğumuzun altını çizerek. Ve güzel bir

geleceği hep birlikte inşa etmenin gururuyla varıyoruz her 29 Ekim'e. İlelebet Cumhuriyet ile ve güçlü bir Türkiye'de nice 29 Ekimlere Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Dünya Göz Hastanesi

70. 18. yüzyıl Avrupası, Türk kültürünün etkisindedir. Wolfgang Amadeus Mozart, 11 numaralı La Majör Piyano sonatını (1783) besteler. Son bölümüne "Rondo alla Turca" adını verir. Türk marşı. Başak Yazar-İş Süreçleri ve Yönetim Sistemleri Lideri, Mehmet Serkan Balbay-Araç Elektroniği ve Silah Sistemleri Direktörü, Doruk Okumuş-Kıdemli Tasarım Mühendisi, Zeynep Bayam-Proje Koordinatörü, Ukte Yüksel-Konfigürasyon Yönetim Mühendisi, Erkan İbanoğlu-Yapısal Tasarım Birim Yöneticisi, Meleknaz Keleş-İş Güvenliği Mühendisi, Muhammet Ülker-Kıdemli Teknik Ressam, Emre Çamaşırcıoğlu-Test ve ESİP Birim Yöneticisi. Birlikte güzeliz, birlikte Cumhuriyetiz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun – FNSS
71. Cumhuriyetimizin 92. yılı kutlu olsun. "Ey yükselen yeni nesil! Gelecek sizsiniz. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizsiniz." K. Atatürk – Tozlu.com
72. İlkler Sunay Akın: "Bilginin ve hayalin gücüne inanan her birey yaşadığı toplumun ilerlemesine, gelişimine katkıda bulunur. İlham veren, öncü insanlar vardır bir de hayallerini asla terk etmeyen, azimli, cesur, kararlı insanlar. Onlar, yaşadığı dönemin kabına sığmayan, uygarlığın taşıran damlaları... Gelişime katkıda bulunan ilkler: Sabiha Ziya. Ankara'dan İstanbul'a tren ile gelen Mustafa Kemal Paşa, Haydarpaşa Garı'nın merdivenlerinde boğaza demirleyen işgal güçlerinin savaş gemilerini görür. Avrupa Yakası'na gitmek için bindiği motor, o gemilerin arasından geçerken şu tarihi sözünü söyler: "Geldikleri gibi giderler." Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasının ardından işgal güçleri İstanbul'u terk edince, kente giren ordumuz Gülhane Parkı'ndan yola çıkar ve dört zafer takının altından geçerek Taksim'e ulaşır. Burada bağımsızlık savaşımıza destek veren Anadolu'daki tüm örgüt temsilcileri kurtuluş ordusunu karşılamak için beklemektedir. Bu nedenle, Cumhuriyet İstanbul'una yeni bir meydan kazandırılmak istendiğinde Taksim denilen alanın Cumhuriyet Meydanı olarak tasarlanmasına karar verildi. Meydandaki anıt, Taksim ya da Atatürk Anıtı olarak bilinir oysa gerçek adı Cumhuriyet Anıtı'dır. Anıtı yapan sanatçı dönemin ünlü heykeltraşlarından Pietro Canonica'dır. Canonica'nın amacı, anıtı yaparken Atatürk ile birlikte Kurtuluş Savaşı'na ve cumhuriyetin kazanımlarına da yer vermektedir. "Bendenize kalırsa, İstanbul'a inşa edilecek bir abide yalnız Gazi Paşa Hazretleri'nin heykeliyle iktifa etmeyip millet arasında Milli Mücadele canlandırılmalıdır. Bu esaslar dahilinde heykeltıraşlık ile mimarlığa büyük bir yer verilmiş olunur. Böyle bir abide, tarihi heybeti ve mimarisiyle Taksim Meydanı'nı süslemiş ve genişletmiş olacaktır." heykelin yapımına başlamadan önce Canonica anıtın kurulacağı yerin tarihini öğrenmek ister ve Taksim sözcüğünün anlamını sorar. İstanbul'un sularını bu bölgede toplanıp kente taksim edildiği, dağıtıldığı yanıtını alır. Caronica, yapacağı anıtın İstanbul'un su tarihine konulacağını öğrenmiştir. Dikkatli bakarsanız, Cumhuriyet Anıtı'nın iki cephesinde su kurnaları ve yukarılarında musluk delikleri görürsünüz. Caronica, aslında Cumhuriyet Anıtı'nı bir havuzun içine yerleştirmiştir. Cumhuriyet Anıtı'nda Kurtuluş Savaşı'nı ve Cumhuriyet Dönemi'ni yansıtan heykeller bir kapının önünde yer alır. Ve bu iki cephe sırt sırtadır. İşte, bu özelliğinden dolayı

anıtta Kurtuluş Savaşı'nın zor günlerinden azim ve kararlılıkla geçmeyi başaran bir milletin geleceğe açtığı yeni bir kapının önündeki cesur ve onurlu duruşunu görürüz. 8 Temmuz 1928'de başlayan anıtın yapımı sırasında Sanayi Nefise Mektebi'nde bir yarışma düzenlenir. Birinciliği kazanan öğrenci tüm masrafları devlet tarafından karşılanmak üzere Roma'ya gönderilecek ve Canonica'nın yanında Cumhuriyet Anıtı'nın yapımında çalışacaktır. Birinciliği, Sabiha Ziya adında kız öğrenci kazanır ancak gönderilmez. Sabiha Ziya 21 yaşında genç ve bekar bir kızdır. Araya Mustafa girer. Hayır, Mustafa Kemal değil. Maarif yani Milli Eğitim Bakanımız Mustafa Necati. "Bir dakika" der. "Bir yarışma yaptınız kimin hakkıysa o gidecek. Ayrıca kazanan bir genç kızımızın olması beni daha da bahtiyar etmiştir." Bunun üzerine Sabiha Ziya Roma'ya gönderilir ve Canonica ile birlikte Cumhuriyet Anıtımızın yapımında çalışır. Etrafından her gün binlerce insanın geçtiği Cumhuriyet Anıtı'nda eksik olan sadece su sesi değildir. Bir de şu gerçek vardır anıtın bizlere söylediği: yapımımda aranızdan sadece bir kişi çalıştı. Mermerime, heykellerime sadece bir kişinin eli değdi aranızdan... O da bir kadın. Evet... Bir kadının yaptığı Cumhuriyet Anıtı durur İstanbul'un orta yerinde. Cumhuriyet Anıtı'nın meydana bakan, zaferi simgeleyen bayrak açmış asker heykelinin üstünde bir mask görür. O maskta gülen bir kadın vardır. O gülen kadın Cumhuriyetin yeniliklerinden birinin de kadın hakları olduğunu simgeler. Kadınlarımızın yaşamın her alanına katılımıyla daha da güçlenen Cumhuriyetimizin bu güzel günü 29 Ekim kutlu olsun! – Petrol Ofisi

73. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). "Türk milletinin karakterine ve adetlerine en uygun olan idare, Cumhuriyet ilkesidir." "Milli ekonominin temeli tarımdır." "Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir." "Bütün ümidim gençliktedir." "Medeniyet yolunda başarı, yenileşmeye bağlıdır." "En büyük savaş cahilliğe karşı yapılan savaştır." "Kadın varlığı, ulusun bin bir noktadan temelidir." "Cumhuriyet rejimi demek, demokrasi sistemiyle devlet şekli demektir." "Geleceğin güvencesi sağlam temellere dayalı bir eğitime, eğitim ise öğretmene dayalıdır. Sizin başarınız, Cumhuriyetin başarısı olacaktır." K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun! – Yeditepe Üniversitesi
74. Birinci Dünya Savaşı ile başlayan mücadeleyle dolu günler, yıllar boyunca devam etmiş, bu süre içinde Türk Milleti, tüm dünyaya örnek olacak bir kararlılıkla vatanı için mücadele ederek zafere ulaşmıştı. Ve milletin bu zaferi, ancak tam bağımsızlıkla anlam kazanabilirdi. Tarih, 28 Ekim 1923...O dönemde bir bağ evi olan Çankaya Köşkü'nün yemek salonunda o cümle duyuldu: "Efendiler! Yarın Cumhuriyeti ilan edeceğiz!" Mustafa Kemal'in çelik bakışları, endişeli yüzler arasında tek tek dolaşırken, köşkün tüm duvarlarında alkış sesleri yankılanmaya başladı. Bundan tam bir gün sonra ise alkış seslerine "Yaşasın Cumhuriyet!" nidaları karışmış, Cumhuriyet resmen ilan edilmişti... Ve tam 96 yıl önce egemenlik, kayıtsız şartsız Türk Milleti'nin olmuştu. Sonsuza kadar... 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun! – Fiba Banka
75. Düşünceler, hayaller biriktirirsiniz. Zor görünen bir yol vardır önünüzde. Bir kıvılcımla tetiklenir, o ilk noktayı hiç tereddüt etmeden koyarsınız. İlerledikçe bir sonraki adımı düşünür, büyürsünüz; büyütürsünüz umutları... Riskler alır, belki hatalar yapar, azimle ve sabırla devam edersiniz yolunuza. Ürettikçe ilerler, yol aldıkça aşarsınız imkansızlıkları. Tutkuyla attığınız her

adımda çoğalarak yaklaşırsınız hedefinize. Cumhuriyet de böyledir işte. Hedefinizdir, heyecanınızdır, yaşamınızdır. Yüklendiğiniz umut, yürüdüğünüz yol, paylaştığınız mutluluktur. Ve değişmeden, ilk günkü heyecanıyla ilelebet payidar kalacaktır. Cumhuriyetimizin 95. yaşı kutlu olsun! – Fiba Banka

76. (Şarkı) Bütün gece uykusuz görevin başında. Bütün gece uykusuz sokağıma şimşek çakar yağmur yağar. Gece siyah karanlık yanar bizim ışıklar olsun. Bir çift göz gece uykusuz kalır olsun. Gece Kemaller nefes alsın. Taşlı sokaklarımda çocuklarım oynasın. Sarı topraklarımda yeşersin fidanlarım. Rahat uyu Atam emanetin güvende minnettar bu vatan. Yaşasın Cumhuriyet. Cumhuriyetimizin 96. yaşı kutlu olsun. #emanetingüvende – Güven Hastanesi
77. Bizim için Cumhuriyet; insan, gelecek, özgürlük, eğitim, bayrak, çalışmak, doğa, mutluluk, kadın, adalet. "Bugün Cumhuriyetimizin 10. yılını doldurduk. En büyük bayramdır. Kutlu olsun. Yurttaşlarım az zamanda çok ve büyük işler yaptık. Geçen zamana nispetle daha çok çalışacağız. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir." Hepimizin 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. – Sağlık Lojistik
78. Cumhuriyet demokrasidir. Cumhuriyet eşitliktir. Cumhuriyet gelecektir. Cumhuriyet güçtür. Cumhuriyet inkılaptır. Cumhuriyet insaniyettir. Cumhuriyet medeniyettir. "Ne mutlu Türküm diyene!" K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Knauf
79. Sadece gri olsaydı bu topraklar. Yeşilin doğallığından bir haber olsaydı. Beyazın saflığıyla hiç tanışmasaydık. Mavinin özgürlüğünü, sarının sevincini, kırmızının tutkusunu görmeseydik. Ne mutlu ki biz bugün Türkiye'yi tüm renkleriyle yaşıyoruz. Bizim rengimiz Cumhuriyetten gelir. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #bizimrengimizcumhuriyet – Polisan
80. Mavidir o çünkü huzurudur bu toprakların. Yeşildir o çünkü doğallığıdır bu milletin. Pembedir o çünkü yüzündeki mutluluğun garantisidir geleceğin. Kırmızıdır o çünkü tutkusudur bu ülkenin. Ve beyazdır o çünkü birliği ve kardeşliğidir bu topraklarda yaşayan her bireyin. Çünkü bizim rengimiz Cumhuriyetten gelir. Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun. - Polisan
81. Her şey pamuk ipliğine bağlı olsa bile bilgin ve azmin varsa, seni diğerlerinden güçlü kılan hedefin varsa önünde ardındakilere ışık tutan, güven vermek varsa cesaretinle, 90 yılı aşkın geçmişinde birlik olmak varsa tek bayrak altında sımsıkı vatanın her köşesinde, işte o zaman cumhuriyet var. Cumhuriyet varsa, Türkiye var. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun #93yıldırbirlikte – Sabancı Holding
82. Hepimizden farklı sesler çıksa da beraber çok güzel bir bütünün parçasıyız. Birlikten Cumhuriyet doğar. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. #DoğumGünüm29Ekim – Sabancı Holding
83. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun! – Sompo Japan Sigorta
84. Vazgeçmeye yüz tuttuğumuz o an bazen bir çiçek güç katar yüreğimize ve kadim bir dost yol arkadaşı olur. Alın terimizle bereketlenen topraklar geleceği müjdeler. Ve onu güvence altına almak değer katar emeğimize. Çözüm bekleyen sorunlar bütün ağırlığıyla omuzlarımıza çöktüğü anda uzatılan bir dost eli fırtınalı denizlerde tecrübeli kaptanımız olur. O tecrübeyle aşarız tüm engelleri, sınırları. Üretmenin ve omuz omuza

çalışmanın verdiği mutluluk ve bir çift mavi göz doğru yolda ilerlediğimizi hatırlatır bize. Çokluktan birliğe yol alırız. Cumhuriyetimizin ilkelerine sarılıyoruz. Dünya var oldukça sürecek iktisat mücadelesinde en büyük ekonomiler arasında daha üst sıralara tırmanmayı hedefliyoruz. Türkiye'nin gelişimci gücü olarak Cumhuriyetimizin 100. yılını yeni yüzyıllara taşımaya söz veriyoruz. Bu yolda 70 olmak bize yetmez. "Bugün en büyük bayramdır. Kutlu olsun" K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – TOBB

85. 100. Cumhuriyet çocukların gülümsemesidir. Cumhuriyet alın terimizdir. Cumhuriyet emeğimizdir. Cumhuriyet özgürlüğümüzdür. Cumhuriyet sevgidir. Cumhuriyet kardeşliktir. Cumhuriyet vatanımızdır. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun – Yataş Grup
86. 101. Memleketin her köşesinde, başımızı göğe kaldırıp onu gördüğümüz her an, başka bir heyecanla, mutlulukla ve gururla dolar göğsümüz. Gecenin karanlığında, günün aydınlığında gökyüzünde dalgalanan bayrağımızı her gördüğümüzde, kırmızıyı daha çok sevdik. Biz kırmızıya gönül verdik. Biz Cumhuriyete gönül verdik. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Mutlu Akü
87. 102. Cumhuriyet ruhuna kulak ver. "Bu büyük millet bayramını, daha büyük şereflerle, saadetlerle, huzur ve refah içinde kutlamanı gönülden dilerim. Ne mutlu Türküm diyene!" K. Atatürk. Huzur ve refah içinde nice yıllara Türkiye. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Mutlu Akü
88. 103. Cumhuriyet ruhunu önce gözlerinde gördük. Sonra büyük emekler, azim ve cesaretle kurduk Cumhuriyeti. Ruhumuzdaydı, çalışmak, üretmek... Özgür olmak ruhumuzdaydı. Cumhuriyet ruhuyla çalıştık, gece gündüz demeden, tarladan fabrikaya... Cumhuriyet ruhuyla geliştik, güçlendik bir asır boyunca... Gözlerinde gördüğümüzden beri Cumhuriyeti. Çalışmak, üretmek, özgürlük... Cumhuriyet ruhumuzda var. Cumhuriyetimizin 95. yılı kutlu olsun. #CumhuriyetRuhumuzdaVar – Mutlu Akü
89. Birlik ve beraberlik içinde aştığımız zor günlerin ödülü olan cumhuriyetimizin 93. yılını yine hep birlikte kutluyoruz. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Yataş – Enza Home
90. Göze aldık zorlukları, imkansızlıkları. Karanlıkları aydınlatmak için yola. Cumhuriyet ışığının aydınlattığı yolda geleceğe yürüyoruz. 94. yılda ilk günkü heyecanla Cumhuriyetimizin 94. yılı kutlu olsun. Yataş – Enza Home
91. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). "Ey yükselen yeni nesil! İstikbal sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk, onu yükseltecek ve yaşatacak sizlersiniz." K. Atatürk. Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. Yataş – Enza Home

EK 8. 18 Mart Şehitleri Anma ve Çanakkale Zaferi Kamu Spotu Metinleri

1. Milli Mücadele'ye adım adım...Ben zaferleri ve mazisi insanlık tarihiyle başlayan şanlı Türk ordusunun askerleri. Ben Mehmet oğlu Mehmet Çanakkale'de daha 15'inde bir kınalı kuzu. Dumlupınar'da 26'sında bir cengaver. Kore'de, Kıbrıs'ta, Fırat Kalkanı'nda, Afrin'de nice destanlar yazanım. Ben gökten ölüm yağarken gücümü damarlarımdaki asil kandan alarak namerdin karşısında dimdik duran. Ben zulme baş eğmeyen yiğit ölürsem şehit kalırsam gaziyim diye cenk meydanına koşanım. Ben bayrağına

aşık, ben Allah'a kurban olan. Buralarda aramayın beni. Ne azapta, ne yardayım. Ölümsüzlük şerbetini içtim ben bundan gayrı bakmaya doyamadığımız mavi göklerin binbir tonundayım. Seher vakti esen meltemin kırlara bıraktığı o eşsiz çiğ tanesinin sırrındayım. Gözlerinizi kapatın, dinleyin. Usulca fısıldayan yağmur damlalarının sesindeyim. Ben Mehmet oğlu Mehmet. Vatanının semalarında onurla dalgalanan bayrağımın ayı yıldızıyım. Bu toprağı vatan yapan binlerce şehitten sadece biriyim. Şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz. Ruhları şad olsun...- Milli Savunma Bakanlığı

2. Anadolu bin yıllık yurdumuz. Ağırdır bu cennette yaşamanın bedeli. Hak ile batılın savaştığı daimi cephedir burası. Öyle minnet ederek boyun eğerek yaşayamazsın bu topraklarda. Alın teri vardır. Şehit kanı vardır her bir avucunda. Burası toprağın altında kefensiz yatanların. Nuruna batan nice güneşlerin diyarıdır. Bu eşsiz coğrafyaya hükmetme kudretine mahzar olan bu milletin ne ilk destanıdır ne de sonuncusudur Çanakkale. O destandan bir iz görmek istersen toprağın bir karış altına, sonrakini kim yazacak dersen de bir çocuğun gözlerine baksan yeter. Cumhuriyete aşk ve sadakatle bağlı kanun ordusu jandarma Anafartalar'daki Kireç Tepe'deki aynı ruh ve inançla 180 yıldır aziz milletimizin emrinde olmaktan onur duyar. – Jandarma Genel Komutanlığı
3. Sen hiç şühedanın sesini duydun mu? Salim oğlu Salim, Antep, emret komutanım! –Kadir oğlu Mehmet, Afyon, emret komutanım! -Ahmet oğlu Abdurrahman, Manisa, emret komutanım! -Bekir oğlu Ömer, Elazığ, emret komutanım! – Kerim oğlu Mehmet, Çanakkale, emret komutanım! – Antohan Nikola, İstanbul, emret komutanım! Mahmut oğlu Mustafa, Zile, emret komutanım! Hüsnü oğlu Yakup, Edirne, emret komutanım! Çalak İbrahim oğlu Musa, Nevşehir, emret komutanım! Yusuf oğlu Musa, Kerkük, emret komutanım! Şakir oğlu Şakir, Erciyes, emret komutanım! Kamil oğlu Ragıp, Sakarya, emret komutanım! (Ezan) Recep Tayyip Erdoğan: "Biz, kısık sesleriz... minareleri, sen, ezansız bırakma Allahım! Ya çağır şurada bal yapanlarını, ya kovansız bırakma Allahım! Mahyasızdır minareler... göğü de kehkeşansız bırakma Allahım! Müslümanlıkla yoğrulan yurdu, Müslümansız bırakma Allahım! Bize güç ver... Cihad meydanını, pehlivansız bırakma Allahım! Kahraman bekleyen yığınlarını, kahramansız bırakma Allah'ım! Bilelim hasma karşı koymasını, bizi cansız bırakma Allahım! Yarının yollarında yılları da Ramazan'sız bırakma Allahım! Ya dağıt kimsesiz kalan sürünü ya çobansız bırakma Allahım! Bizi sen sevgisiz, susuz, havasız; ve vatansız bırakma Allahım! - Yüz yıllık destan Çanakkale Zaferi'nin 100. yılında şehit ve gazilerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz... – Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı
4. Refikam; Hanife Hanım'a asker olmak hasebiyle bugün sevgili vatanımı müdafaaya gidiyorum. Gidip geri gelmemek, gelip bıraktıklarımı bulamamak da vâkidir. İftiharla vatanım uğrunda şehitlik mertebesine ulaşacak olursam, ruhuma bir Mevlid-i Şerif kıraat etmek hususu, vicdanınıza havale edilmiştir. Kendim için başka bir talebe ihtiyacım yoktur. Şehitlik bana kifayet eder. Bu vasiyetnamemi elinize aldığınız zaman, yüksek sesle ağlayacak olursanız, hüsn-i rızamı tahsil etmemiş olursunuz. Şehit Üsteğmen Zahit Efendi. Minnettarız. – T.C. Adalet Bakanlığı

5. Yıl 1915 18'indeyiz Mart'ın. Kendine gel biraz pek tekin değil Çanakkale'nin suyu. Geçilmez bu boğaz. Çanakkale cephesinin Anadolu halkına verdiği azim, umut ve kararlılık Kurtuluş Savaşı'nın meşalesini de ateşlemiştir. Çanakkale Türk ulusunun bağımsızlık ve hürriyet söz konusu olduğunu ne denli kararlı ve kahraman olduğunu sonsuza dek anımsatacak bir anıt cephedir. Gün geçmiş yıl geçmiş ne yazar her karış toprağında bin şehit bir mezar. Yeryüzünde yaşadıkça tek dişi canavar. Türk milleti aynı destanı yine yazar. Dünya döndükçe Çanakkale yine geçilmez. Kanınla suladın toprağı. Hangi canlı seni bilmez? Sen yazdın cihana şanlı tarihi. Artık kim bozar? Türk milleti aynı destanı yine yazar. 18 Mart Çanakkale Deniz Zaferi'ni kutluyor aziz şehitlerimizi minnet ve saygıyla anıyoruz. – T.C. İçişleri Bakanlığı - Emniyet Genel Müdürlüğü
6. *Dur yolcu bilmeden gelip bastığın bu toprak bir devrin battığı yerdir.* Recep Tayyip Erdoğan: "Kopan fırtına Türk ordusudur ya Rabbi. Senin uğrunda ölen ordu budur ya Rabbi. Tâ ki yükselsin ezanlarla müeyyed nâmın, Galib et, çünkü bu son ordusudur İslam'ın." (Yahya Kemal Beyatlı-Şu Kopan Fırtına Türk Ordusudur Ya Rabbi). 18 Mart Çanakkale Zaferi – T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
7. Burada görev yapan askerin hayatının son günlerini yaşadığına emin olduğu Bomba Sırtı, Anzak siperleri ile Türk siperlerinin kuzey ve doğu yönünde yaklaşık 8 metreye kadar yaklaştığı bir bölgedir. –Niçin kaçıyorsunuz? – Efendim düşman! – Düşmandan kaçılmaz – Cephanemiz yok! – Cephaneniz yoksa süngünüz var! Tarih: 25 Nisan 1915. Seyit Onbaşı: Rumeli Mecidiye Tabyası'nın bütün personeli; başlarında Batarya Komutanı Yüzbaşı Mehmet Hilmi (SANLITOP) Efendi olmak üzere 18 Mart 1915 tarihinde kahramanca ve azimle savaşmışlar, aralarından 10 arkadaşlarını şehit vermişlerdir. – Biz kişisel kahramanlıklarla uğraşmıyoruz. Yalnız size Bomba Sırtı olayını anlatmadan geçemeyeceğim. Karşılıklı siperler arasındaki mesafe 8-10 metre yani ölüm muhakkak... Birinci siperdekilerin hiçbirisi kurtulmamacasına düşüyor. İkinci siperdekiler onların yerine gidiyor. Fakat ne kadar imrenilecek bir soğukkanlılıkla ve tevekkülle...57. Piyade Alayı'na verdiği emir "Ben size taarruzu emretmiyorum. Ölmeyi emrediyorum! Biz ölünceye kadar geçecek zaman zarfında yerimize başka kuvvetler ve komutanlar kaim olabilir" Tarih: 25 Nisan 1915 Yer: Conk Bayırı. Kadir Oğlu Mehmet Çavuş: Mehmet Çavuş, Conk Bayırı ve Seddülbahir Muharebeleri'nde büyük kahramanlıklar göstererek düşman tarafından atılan bombaları patlamadan yine düşman siperlerine atarak cesaret örneği göstermiş ve yine böyle bir bombayı alarak düşmana atacağı sırada birdenbire infilak eden bombadan dolayı sağ bileğini... Dirilişten kurtuluşa bir duruştan Çanakkale. – T.C. Sağlık Bakanlığı
8. Bir yanda Vapur-ı Hümayun gemisi ve bizim kahraman Mehmetçiklerimiz öbür yanda da 18 Mart 1915'de Çanakkale Boğazı'na girme gafletini gösteren düşman filosu. Hey gidi Nusret hey! Kim derdi ki Osmanlı donanmasından kalma küçücük gemi gece yarısı karanlıkta usulca düşmanın arasına girecek ve sadece 27 mayınla koskoca düşman donanmasını bozguna uğratacak. Çocuklar şunu sakın unutmayın: Sizler asırlar boyunca bu topraklar üzerinde hem karada hem denizde tarih yazan bir milletin torunlarısınız. Hadi bakalım gelin. Bu millete Çanakkale Zaferi'ni yaşatan hürriyetimizi ve bekâmızı temin eden tüm şehitlerimizi şükran ve rahmetle

anıyor, 2023 yılına kadar bir milyondan fazla amatör denizci kazandırmayı hedeflemekten ve üç tarafı denizlerle çevrili yurdumuzdaki tersane sayımızı 78'e çıkarmış olmaktan kıvanç duyuyoruz. – T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı

9. Tam da bugün okullarda çocuklarımıza, Türkçeyi destanların kalemle yazılmadığını öğrensinler diye; matematiği, söz konusu inançsa bazen rakamların önemini yitirebildiğini anlasınlar diye; coğrafyayı, her metrekareye bir şehit düştüğünü bilsinler diye; hayat bilgisini, her denizin geçilemeyeceğini görsünler diye; yabancı dilleri, iki düşman askerinin birbirinin yarasını sarabileceğini hissetsinler diye; tarihi ise 18 Mart Çanakkale Zaferi'ni unutmasınlar diye anlatıyoruz. Vatan uğruna canını uğurlayanların hatırasına, sonsuz rahmet ve saygıyla... – T.C. Milli Eğitim Bakanlığı
10. Recep Tayyip Erdoğan: "Ey, bu topraklar için toprağa düşmüş asker! Gökten ecdâd inerek öpse o pâk alnı değer. Ne büyüksün ki kanın kurtarıyor tevhidi...Bedr'in aslanları ancak, bu kadar şanlı idi. Sana dar gelmeyecek makberi kimler kazsın? 'Gömelim gel seni tarihe' desem, sığmazsın." (Çanakkale Şehitlerine - Mehmet Akif Ersoy). Şehitlerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz. - T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
11. Öyle bir an geldi ki kan aktı al al toprağa. Dönmek yok kal denildi kaldılar. Kal denildi, kalktılar. Kaçanlarla kalanlar bir olur mu? Çanaklarda şahadet şerbeti kana kana içtiler. Ana dedi kınalı kuzular. Bu kale geçilmez bu kale son kale. Bu kale Çanakkale. Bir kelime yeter bazen birçok şeyi anlatmaya. Dirilişten kurtuluşa bir duruştur Çanakkale. – Kültür ve Turizm Bakanlığı - Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığı
12. Birileri var (şarkı), kararınca gökyüzündeki bulutlar güneş gibi doğan birileri var, bayrakları alıp yerden öpüp alnına koyan birileri var. Onlar ölüler değil hala nefes alıyorlar. şehadete erişmiş birileri var. Birileri var ezanlar dinmesin diye (Şehit Ömer Halisdemir- Şehit Fethi Sekin- Şehit Eren Bülbül- Şehit Musa Özalkan) Birileri var bu bayrak inmesin diye Adı Tahsin, Seyit, Kerim hep içimizde. – Kültür ve Turizm Bakanlığı - Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığı
13. Karanlık gecelerimize bir hilal gibi doğan. Bir hilâl uğruna bu toprağa uzanan. Sen inme diye göklerden göklere uğurlanan birileri var. Ben varım, sen varsın, onlar var, biz varız. Bir olanların bir araya gelenlerin yendiği tarih. 1915 Çanakkale. 18 Mart Şehitleri Anma Günü ve Çanakkale Deniz Zaferi aziz şehitlerimizi saygı, minnet ve rahmetle anıyoruz. – Kültür ve Turizm Bakanlığı - Gelibolu Tarihi Alan Başkanlığı
14. Yıl 1915, denizden geldiler imkansızdı her şey. Onlar güçlüymüş, biz güçsüz. Bir gün var güçleriyle karşımıza geçtiler. Onların gemileri, bombaları, uçakları vardı. Onlar kazanacaklarını düşündüler. Sayımız azdı bizim, onların fazla. Mermimiz de azdı, tüfeğimiz az, bombamız az, onlarda fazla. Bir tek şey bizden azdı onlarda. Onların inancı az, bizimki fazla. Şimdi Çanakkale Harbi'nin destan olan tarihini tüm ayrıntılarıyla yaşayacağınız başyapıt hizmete giriyor. On bir farklı platformla size o kahramanlık destanını gerçekmişçesine yaşatıyor. – Çanakkale Destanı Tanıtım Merkezi
15. Çanakkale Destanı'ndan İstiklal Harbi'ne, 15 Temmuz'dan zeytin dalına uzanan bir sevdanın öyküsü bu. Ecdadın yadigari bu toprakları Çanakkale ruhunun çocukları savunmaya devam ediyor...18 Mart Çanakkale Zaferi'nin

yıl dönümünde şehit ve gazilerimizi rahmet ve minnetle anıyoruz. – Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı

EK 9. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü Kamu Spotu Metinleri

1. 15 Temmuz darbe girişiminde şehit olan emniyet personeli anısına video yayınlandı. Ne destanlar yazılır, Hey canım rinna nay rinna rinna nay, Memleket sevdasından, Hey canım hey, Bir emanet canımız, Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Vatan uğruna feda. Hey canım hey. Kahramanlık şanımız. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Tarihi biz yazarız. Hey canım hey. Vakit gelir gideriz. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Dualarda yaşarız. Hey canım hey. Hem hilal hem kanımız. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Al bayraktır adımız. Hey canım hey. Benim de bu cihandan gidişim. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Memleket sevdasından. Hey canım hey. Sizleri sonsuza kadar unutmayacağız. Ruhunuz şad, mekanınız cennet olsun. Vatan size minnettardır. – T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü
2. 15 Temmuz Destanı. 15 Temmuz 2016. Bir gece vakti milletimiz hiç beklemediği anda bir darbe girişimiyle yüz yüze gelmişti. Devletin içine yuvalanan FETÖ ihanet çetesi milletin tankını ve tüfeğini milletin üzerine çevirmiş canlara kast etmiştir. Gözü dönmüş terör örgütü üyeleri gazi meclisimizi bombalamıştır. Ancak milletin söyleyecek bir sözü daha vardı. Halkımız tek vücut olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısına cevap verdi, canı pahasına meydanlara indi. Tankların önüne yattı. Kendisine doğrultulan namluların üzerine yürüdü. Bir an bile düşünmeden şehit oldu, gazi oldu. Demokrasiyi hiçe sayan terör örgütü üyeleri milli birlik ve beraberlik karşısında bozguna uğradı. Topla, tüfekle başlattıkları saldırı milletin cesaretiyle hezimete uğradı. Millet bir demokrasi zaferine imza attı. Meydanlar destan yazan Türk milleti dünyaya bir kez daha haykırdı. Vatan bizim, irade bizimdir. – T.C. İletişim Başkanlığı
3. Recep Tayyip Erdoğan: "Başaramayacaksınız. Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Vatanımızı parçalayamayacaksınız. Devletimizi yıkamayacaksınız. Halkın gücünün üstünde bir güç ben tanımadım bugüne kadar. Ezanlarımızı susturamayacaksınız. Bu ülkeye diz çöktüremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız." - T.C. Sağlık Bakanlığı
4. 27 Mayıs 1960 Darbesi, 12 Eylül 1980 Darbesi, 28 Şubat 1997 Darbesi, 15 Temmuz 2016 Darbe Girişimi, "Bu metnin tüm televizyon kanallarında yayınlanması Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bir emridir. Tüm yurtta sıkıyönetim ilan edilmiştir. İkinci bir duyuruya kadar sokağa çıkma yasağı uygulanacaktır." Recep Tayyip Erdoğan: "Milletime bir çağrı yapıyorum o da şudur. Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. Havalimanlarına davet ediyorum." –Direnen kalabalık var doğrudan ateş edilsin. – Helikopterleri gönderin komutanım derdest etsinler. –Hiç hiç... Hiç acımasınlar komutanım. – Bomba da atsanız buradayız. Ne yaparsanız yapın buradayız (TBMM) Demokrasi Zaferi – T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

5. Bu filmde canlandırılan hain karakterler, kahraman ordumuzun içine sızan asker görünümlü teröristlerdir. Şerefli Türk Silahlı Kuvvetlerimiz ve kahraman mensuplarıyla hiç bir ilgisi yoktur. 15 Temmuz 2016 Ankara Ne destanlar yazılır, Hey canım rinna nay rinna rinna nay, Memleket sevdasından, Hey canım hey, Bir emanet canımız, Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Vatan uğruna feda. Hey canım hey. Kahramanlık şanımız. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Tarihi biz yazarız. Hey canım hey. Vakit gelir gideriz. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Dualarda yaşarız. Hey canım hey. Hem hilal hem kanımız. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Al bayraktır adımız. Hey canım hey. Benim de bu cihandan gidişim. Hey canım rinna nay rinna rinna nay. Memleket sevdasından. Hey canım hey Recep Tayyip Erdoğan "Başaramayacaksınız. Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Ezanlarımızı susturamayacaksınız. Bu ülkeye diz çöktüremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız." 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla...#vakitgelir - T.C. Cumhurbaşkanlığı
6. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. - T.C. Sağlık Bakanlığı
7. Tam 3 yıl önce bu gece Türk Silahlı Kuvvetleri'nin içindeki bir grup hain, hükümeti devirmeye kalkıştı ve başarısız oldu. İşte o gece yaşananlar: Saat 22.00 İstanbul ve Ankara'da bir şeylerin ters gittiği belliydi. Şehir merkezlerinde jet uçağı ve kurşun sesleri duyulmaya başlandı. Savaş uçakları alçaktan uçuyordu. Darbeciler araç geçişini engellemek için yolları ve köprüleri tanklarla kapattılar. İnsanlar bir şeyler olduğunu anlamışlardı. Kısa süre sonra askeri helikopterler ve jetler insanlara ateş etmeye ve devlet binalarını hedef almaya başladı. Bazı kamu ve medya kuruluşu binaları darbeciler tarafından basıldı ve bombalandı. Herkes sabırsızlıkla hükümetin ne olduğu konusunda bir açıklama yapmasını bekliyordu. Saat 23.30 Binali Yıldırım ordu içerisindekilerin hükümeti devirmeye kalkıştığına ve girişimi yasa dışı olarak nitelendirdi. Ve sorumluların ağır bir şekilde cezalandırılacaklarını söyledi. Bu arada Türk Silahlı Kuvvetleri darbeyi desteklemediğini duyurdu. Saat 00.13 darbeciler TRT binasını bastı ve meşruiyetini kaybetmiş siyasi iktidara görevden el çektirilmiştir diyerek sıkıyönetim ve sokağa çıkma yasağı ilan ettiler. Saat 00.30 Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Face Time kullanarak CNN Türk ekranlarından vatandaşlara hitap etti ve "Halkın üzerinde bir güç tanımadım ben." diyerek herkesi meydanlara çıkmaya davet etti. İnsanları darbeye karşı direnmeye teşvik etmek için yurt genelinde camilerden sela sesleri yükseldi. Ülkenin dört bir yanında insanlar meydanlara akın ettiler ama darbeciler saldırmaktan vazgeçmedi. Darbeciler göstericilerin üzerine ateş açıp tankları üzerlerine sürüp Meclis binasını vekiller hala içerisindeyken defalarca bombaladılar. Sergilenen bu vahşete rağmen sivil vatandaşlar direnme konusunda kararlıydı. Geceyi dışarda geçirdiler. Saat 3.20 Erdoğan uçağıyla İstanbul'a giriş yaptı. Polis güçleri o gece birçok operasyon gerçekleştirdi. Ve birkaç saat içerisinde darbecileri tutuklamaya ve kontrolü ele almaya başladılar. Darbe girişiminin Fettullahçı terör örgütü tarafından planlandığı ve organize edildiği ortaya çıkartıldı. Hain girişim hükümet ve siviller tarafından birkaç saat içinde engellenmişti. Ancak o gece 251 kişi hayatını kaybetti. 2000'den fazla kişi yaralandı. Sivil bir direnişin darbe girişimine karşı başarısıydı bu.

Sonrasında her kesimden on binlerce Türk vatandaşı haftalarca meydanlarda toplandı ve demokrasi zaferini kutladılar. – T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı

8. Unutmadık Unutturmayacağız. Recep Tayyip Erdoğan: "Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. Havalimanlarına davet ediyorum. Milletçe meydanlarda havalimanlarında toplanalım. Ve bunların o azınlık gurubu tanklarıyla toplarıyla gelsinler ne yapacaklarsa yapsınlar. Halkın gücünün üstünde güç tanımadım ben bugüne kadar." Sen vatan kahramanı, demokrasi şehidi, Yine bir tarih yazdın. Dünya bunun şahidi. Bir mucize yarattın 15 Temmuz gecesi. Can verdin vatan için. Yoktur bunun ötesi. O nasıl bir yürek ki binlerce tanka bedel. Ölüm bile vız geldi. Utandı senden ecel. Seninle gurur duydu Boğaziçi Köprüsü. Yeniden dile geldi Çanakkale Türküsü. Seninle nöbette bak bu ülkenin tamamı. İşte böyle kutlanır Demokrasi Bayramı. Şimdi daha şanlı bak ay yıldızlı bayrağına. Ey şehit oğlu şehit! Önderisin her çağın. Yıldızları yağdırsak azdır üstüne. Bak adını nakşettik gönlümüzün üstüne. Şehitler asla ölmez. Ölümsüz her biriniz. Bil ki mahşere kadar kalbimizde yeriniz. 15 Temmuz Şehitlerimizin ruhu şad olsun. Vatan size minnettardır... – T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü
9. Unutmadık unutturmayacağız. Siz gibi kahraman meslektaşlarımız olduğu için gurur duyuyoruz. Fedakârlıklarınız bizlere ilham olacak. Ruhunuz şad, mekânınız cennet olsun. - Emniyet Genel Müdürlüğü
10. (TV sesleri – Jandarma Anadolu'dan Avrupa'ya geçişleri kapattı. – Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bir bölümünün darbe girişiminde bulunduğu iddiası var... - Recep Tayyip Erdoğan: "Milletimizi illerimizin meydanlarına davet ediyorum. Havalimanlarına davet ediyorum. Milletçe meydanlarda havalimanlarında toplanalım. Ve bunların o azınlık gurubu tanklarıyla toplarıyla gelsinler ne yapacaklarsa yapsınlar. Halkın gücünün üstünde güç tanımadım ben bugüne kadar.") -O odaya hiç girmedim. – O saate hiç dokunmadım. – O arabaya hiç binmedim. – O masaya hiç oturmadım. – Onlar bu vatan için toprağa düştüler. Ama söz verdik onlara yaralarımızı sarmaya, daha güçlü durmaya. Aziz hatıralarını nakşedip ruhumuza yaşamaya. – Ülkendeki kuşlardan ne haber vardır. Mezarlardan bile yükselen bir bahar vardır. - T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı
11. Kahramanlarımız sayesinde başarmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
12. Kahramanlarımız sayesinde büyümeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
13. Kahramanlarımız sayesinde çalışmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
14. Kahramanlarımız sayesinde emeğimizin karşılığını almaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
15. Kahramanlarımız sayesinde geleceğimizi kurmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı

16. Kahramanlarımız sayesinde güçlenmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
17. Kahramanlarımız sayesinde hayallerimiz gerçekleştirmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
18. Kahramanlarımız sayesinde ilerlemeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
19. Kahramanlarımız sayesinde kalkınmaya devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
20. Kahramanlarımız sayesinde üretmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
21. Kahramanlarımız sayesinde yetiştirmeye devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
22. -Askerler yönetime el koymuş. Binali Yıldırım: "Doğrusu bir kalkışma ihtimali üzerinde duruyoruz." Recep Tayyip Erdoğan: "Milletime bir çağrı yapıyorum. Milletçe meydanlarda, havalimanlarında toplanalım. Halkın gücünün üstünde güç tanımadım ben bugüne kadar." (Sela) Kahramanlarımız sayesinde devam ediyoruz. 15 Temmuz Destanı Şehitlerimize ve Gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
23. Milli iradenin gür sesi, Cumhurbaşkanımız emretti... Recep Tayyip Erdoğan: "Başaramayacaksınız. Milletimizi bölemeyeceksiniz. Bayrağımızı indiremeyeceksiniz. Ezanlarımızı susturamayacaksınız. Bu ülkeye diz çöktüremeyeceksiniz. Bu halka boyunduruk kuramayacaksınız." Milyonlarca farklı çehre, milyonlarca kahraman yetişti hainin karşısına, siper oldu düşmesin diye bayrağımız. 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü – T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı
24. 15 Temmuz. Vatan sana canım feda. *Malazgirt Zaferi.* Bilmeyenlerin bilmediği, duymayanların duymadığı, göremeyenlerin görmediğiyiz biz. *İstanbul'un Fethi*. Oysa bilen bilir bizi akabedir ellerimiz Anadolu'dur gözlerimiz, yeminlidir sözlerimiz. *Çanakkale Zaferi*. Bu topraklara adım attığımız günden beri her çiçeğe su verir, her bahçeye gül eker, sevda derip sevgi biçeriz. *Kurtuluş Savaşı*. Bizi tanımak kolaydır. Bizim her temmuzda harman yerinde başlarımızda beyaz mendiller, nasırlı ellerimizde oraklar olur. Düğün alaylarında, hayal başlarında kınalı ellerimiz al bayraklar, boyalı yazmalar olur. 15 Temmuz. Her temmuzda ardımızdan serpilmiş sularla sılaya gidilen uzun yollar, yol gözleyen evhamlı analarla heyecanlı buluşmalar, sevinçle kucaklaşmalar olur. Her temmuzda bir olur, birlik olur semaya açılan ellerle dillerimizde beddualar değil yağmur duaları olur. Can diyen canımız, Allah diyen yaranımız, yoluna verilecek canlarımız olur. Yavan olmaz ekmeğimiz, maman olmaz dost dediğimiz. Bizim ellerimiz silah doğrultmaz kardeşe, kardeşliğe, geçit vermez kalleşliğe. Ne kışta, ne baharda, ne temmuzda. Her mevsim hazırdır kefenlerimiz helallik alınmış analardan kalma sandıklarda. Vatan sana canım feda. Baş koyduğumuz memleket sevdasıyla bir kere düştük mü yollara, geri gitmez gayrı ayaklarımız. Güller

açmasa da güneş doğmasa da. Şimdi bizi bilmeyenler bilsin ki bu temmuz da her temmuz da her an ve her zaman da gevşemeyin, üzülmeyin. Eğer inanmışsanız üstün olan sizsiniz ayetini perçinlediğimiz yüreklerimiz her dem yenilenen imamlarımız var. 15 Temmuz Şehitlerimiz... 15 Temmuz Şehitlerimizin ruhu şad olsun. Ezanları susturan darbelerden, darbeleri susturan selalar lütfeden Allah'a hamd ve dualarımızla. (Şiir: Mustafa CİHAT Bizi Tanımak Kolaydır! Seslendiren: Polis Memuru Tufan Çağlar TOKAT) - T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü

25. Recep Tayyip Erdoğan: "Türk milleti bin yıl önce Malazgirt'te hangi inanç ve kararlılıkla Anadolu'nun kapılarını açmışsa; 15 Temmuz'da da ayını hissiyatta darbecilerin karşısına dikilmiştir. Süleyman Şah 1075 yılında bu coğrafyadaki ilk devletimizi hangi vizyonla kurmuşsa; 15 Temmuz'da da ülkemize aynı vizyonla, aynı ufukla sahip çıktık. Osman Gazi 1299'da tarihin en kudretli devletinin hangi temeller üzerine bina ettiyse; biz de o gece Türkiye'yi aynı ilkeler etrafında müdafaa ettik. Ecdadımız 100 yıl önce hangi ilhakla Çanakkale'de kanının son damlasına kadar mücadele ettiyse 15 Temmuz'da da aynı iradeyle FETÖ'cu terör örgütünü darbecileri geri püskürttük. Gazi Mustafa Kemal'in İstiklal Harbi'ni başlatmasını ve zafere ulaşmasını sağlayan inancın bir benzeri 15 Temmuz'da Türkiye'nin tüm şehirlerinde adeta kol geziyordu. Ey millet sen esaret ve zillet kabul eder misin? Bu millet başka bir millet. T.C. Cumhurbaşkanlığı
26. Bu yüce millet vatan toprağı uğruna şehit olmuş kahramanlarını asla unutmaz! Toprak ki nefes alır şüheda zaferiyle. O zafer ki destan yazar milletin yüreğinde! 15 Temmuz 2016 şehitlerimize ve gazilerimize saygıyla. – T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
27. "Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır." Mustafa Kemal Atatürk – Milli Savunma Bakanlığı 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü
28. Recep Tayyip Erdoğan: "Devletlerin ve milletlerin tarihinde geleceklerine yön veren kritik dönüm noktaları vardır. 15 Temmuz Türk milleti için ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti için işte böyle bir tarihtir. Çanakkale'den aldığımız cesaretle Kurtuluş Savaşı'mızı zafere taşıdık. 15 Temmuz bizim yeni Çanakkalemizdir, Dumlupınarımızdır, Sakaryamızdır. Bundan sonra ülkemizde hiçbir şey 15 Temmuz öncesi gibi olmayacaktır. Kurtuluş Savaşımızın ardından razı olduğumuz sınırlarımız Misak-ı Millimizin dahi gerisinde bulunmasına rağmen hala bize rahat vermiyorlarsa artık geriye değil ileriye bakma zamanı gelmiş demektir. Ya olacağız ya öleceğiz. – T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı

EK 10. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü Kamu Spotu Metinleri

1. Mustafa Kemal Atatürk'ü görmek demek... "Beni görmek demek, mutlaka yüzümü görmek değildir. Benim fikirlerimi, benim duygularımı anlıyorsanız ve hissediyorsanız bu kafidir." Daima kalbimizdesin. 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü – Milli Savunma Bakanlığı
2. 10 Kasım 1938 – Saygı, minnet ve rahmetle anıyoruz. Atamızın izinde halkın hizmetindeyiz. "*Hakimiyet kayıtsız şartsız milletindir."* – Emniyet Genel Müdürlüğü

3. Mustafa Kemal Atatürk 1881 yılında Selanik'te Kocakasım Mahallesi'nde Islahana Caddesi'ndeki üç katlı pembe evde doğdu. Babası Ali Rıza Efendi, annesi Zübeyde Hanım'dı. Küçük Mustafa öğrenim çağına gelince Hafız Mehmet Efendi'nin Mahalle Mektebinde öğrenime başladı. Sonra babasının isteğiyle Şemsi Efendi Mektebine geçti. Bu sırada babasını kaybetti. Selanik Mülkiye Rüştiyesine kayıt oldu. Kısa bir süre sonra 1893 yılında Askeri Rüştiyeye girdi. Bu okulda matematik öğretmeni Mustafa Bey, adına Kemal'i ilave etti. Selanik'te doğdu yurdun güneşi. Bir daha batmadı Mustafa Kemal. Gelmedi cihana, gelmez bir eşi. Sancağı atmadı Mustafa Kemal. 1911 yılında İtalyanlarla Trablusgarb Savaşı'nda, Ekim 1912'de Balkan Savaşları'nda görev aldı. 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı'nda Çanakkale'de bir kahramanlık destanı yazıp İhtilaf Devletleri'ne "Çanakkale geçilmez!" dedirtti. Mondros Mütarekesi'nden sonra İtilaf Devletleri'nin Osmanlı topraklarını işgale başlamaları üzerine, Mustafa Kemal 9. Ordu Müfettişi olarak 19 Mayıs 1919'da Samsun'a çıkarak Kurtuluş Savaşı'nı başlattı. 23 Nisan 1920'de Türkiye Büyük Millet Meclisi kuruldu. Kurtuluş Mücadelesi 30 Ağustos Başkomutanlık Meydan Muharebesi'ne kadar devam etti. 29 Ekim 1923'te Cumhuriyet idaresi kabul edildi. Atatürk oybirliğiyle ilk Cumhurbaşkanı ilan edildi. Türkiye Cumhuriyeti "Egemenlik kayıtsız şartsız milletindir." ve "Yurtta barış, cihanda barış." temelleri üzerinde yükselmeye başladı. Yıl 1938 Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk Türk ulusunu derin bir üzüntü içinde bırakarak 10 Kasım'da aramızdan ayrıldı. O gün Dolmabahçe'de, her yerde Ata'nın gölgesi duruyor ve saat acı acı 9'u 5 geçeyi vuruyor. Güneş yanlışlıkla doğduğundan mahcup. Kuşların kanatları nereye uçacaklarından kederli. Al bayrak titriyor 9'u 5 geçeden beri. Saygı, rahmet ve minnetle anıyoruz. 1881-1938. - T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü
4. Bir tutkudur Mustafa Kemal nice sevdalara değişilmeyen. Yitirilmiş kasımlarda açan umuttur. Bir baştır vazgeçilmeyen. Bir türküdür Mustafa Kemal, suskun ağızlarda söyleşir durur. Çaltı Burnu'nda gözetir denizi, Köroğlu'nda bağdaş kurup oturur. Bir inançtır Mustafa Kemal. Yurdun dört yönünde bir çağdır yaşayan. Sarmış kollarıyla çepçevre ulusu Sakarya boylarından Akdeniz'e taşıyan. Bir anlamdır Mustafa Kemal Belkahve'den dürbünüyle seyrediyor İzmir'i. "Özgürlük!" diyor al atının üstünde kırıyor kılıcıyla tutsak eden zinciri. Bir bayraktır Mustafa Kemal. "Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır." K. Atatürk, 81. yıl dönümünde saygı ve özlemle anıyoruz. 1881-8 - T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü

EK 11. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı

1. Jandarma suçluları ne yapıyor? -Jandarma trafiği düzenler. Jandarmanın numarası kaç? – 156. -Biz jandarmayı çok seviyoruz. 23 Nisan kutlu olsun. – Jandarma Genel Komutanlığı
2. Küçük Deniz'in büyük bir hayali var. Hayalinin peşinden günlerce koşuyor. Bugün cesaretini toplayabilirse o soruyu soracak: "Bugün beni uçurabilir misiniz?" –Pek mümkün görünmüyor ufaklık ama sen beni uçurabilirsin. – Nasıl? – Artık kumandalar sende. – Teşekkürler. – İyi uçuşlar. – O zaman

gösteri zamanı... Büyük hayaller cesaret ister. Türk Hava Kuvvetleri tüm çocuklarımızın 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlar. – Türk Hava Kuvvetleri

3. (Marş- Sanki her tarafta var bir düğün. Çünkü, en şerefli en mutlu gün. Bugün yirmi üç Nisan. Hep neşeyle doluyor insan. İşte, bugün bir meclis kuruldu. Sonra hemen padişah kovuldu. Bugün yirmi üç Nisan. Hep neşeyle doluyor insan. Bugün, Atatürk'ten bir armağan. Yoksa, tutsak olurduk sen inan. Bugün yirmi üç Nisan. Hep neşeyle doluyor insan.) – Atatürk'e layık bir çocuk olacağım. Atatürk'ü çok seviyorum. – Yaşasın 23 Nisan. "Küçük hanımlar, küçük beyler! Sizler hepiniz geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığısınız." K. Atatürk. 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı kutlu olsun. – Türk Silahlı Kuvvetleri

EK 12. 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı Kamu Spotu Metinleri

1. 16 Mayıs'ta İstanbul'da başlayan düşman gemilerinin engellemelerini fırtına gibi pek çok olumsuz etkiye rağmen üç gün süren yolculuğun ilk evresi bundan tam bir asır önce 19 Mayıs 1919 sabahı güneşin ilk ışıklarıyla birlikte Samsun'da tamamlanıyordu. Ata Samsun'a ayak bastığı anla ilgili olarak şunları dile getirmiştir: "Ben 1919 senesi Mayıs içinde Samsun'a çıktığım gün elimde maddi hiç bir kuvvet yoktu. Yalnız büyük Türk milletinin asaletinden doğan ve benim vicdanımı dolduran yüksek ve manevi bir kuvvet vardı. İşte ben bu ulusal kuvvete, bu Türk milletine güvenerek işe başladım. Ben Türk ufuklarından bir gün mutlaka bir gün bir güneş doğacağına bunun hararet ve kuvvetinin bizi ısıtacağına bundan bize bir güç çıkacağına emindim ki bunu adeta gözlerimle görüyordum." Tütün İskelesi'nde Kurtuluş Destanı'na atılan bu kararlı ilk adım mavi gözlerin aydınlığıyla birleşecek tüm Anadolu'ya ve Türk milletine güç olacaktı. O gücün sönmez, sarsılmaz ve yıkılmaz cevheri önce üç buçuk yıl sürecek İstiklal Mücadelemizin müjdecisi olacak ardından da hiç bitmeyecek olan heyecan ve enerjiyle ilelebet yaşayacak Türkiye Cumhuriyeti'nin temelleri atılacaktı. Bir asır sonra Türk milletinin bugünkü temsilcileri olarak her yaştan gençler olan bizler varlığımızın teminatı ilk adımın izinde milletimiz için milletimizle birlikte var olmaya devam ediyoruz. 100 yaşında, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. – Milli Savunma Bakanlığı
2. Karanlıkta ışığımız oldun. Bitti denilen yerde başlangıcımız oldun. Yaprak kımıldamazken rüzgarımız oldun. Gökyüzünde kanadımız oldun. Bir asırdır ufkumuzu aydınlatan güneş, aydınlık geleceğimiz oldun. İlk günkü heyecan ve ruhla Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramımız kutlu olsun. – Türk Hava Kurumu
3. 19 Mayıs 1919'da Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün Samsun'a çıkmasıyla Milli Mücadele'de bir güneş doğdu. Havza, Amasya, Erzurum derken 4 Eylül'de Sivas'ta kongre toplandı. Kongrede manda ve himaye fikrinin hararetle savunulduğu bir ortamda -evet manda ve himaye fikrinin hararetle savunulduğu bir ortamda- İstanbul'dan gelen asgari tıbbiye öğrencisi Hikmet adında bir genç kongrede söz alarak şöyle bir konuşma yapar: "Delegesi olduğun tıbbiyeliler beni buraya istiklal davamızı başarmak yolumuzdaki

mesaiye katılmak için gönderdiler. Manda ve himaye fikrini hiçbir şekilde kabul edemem. Eğer aranızda kabul edecek olanlar varsa onları şiddetle reddeder ve ayıplarız." Tıbbiyeli Hikmet Atatürk'e dönerek "Varsayalım ki siz manda ve himaye fikrini kabul ederseniz sizi de reddederiz. Mustafa Kemal'i vatanın kurtarıcısı olarak değil vatan batırıcısı olarak adlandırır ve lanetleriz." Gazi Mustafa Kemal Atatürk çok duygulanmış ve aynı heyecanla kongrede şöyle bir konuşma yapmıştır: "Arkadaşlar gençliğe bakın Türk milletinin bünyesindeki asil kanın ifadesine dikkat edin." Tıbbiyeli Hikmet'e dönerek "Evlat müsterih ol, rahat ol gençliğe güveniyorum. Gençlikle iftihar ediyorum. Biz azınlıkta kalsak dahi manda ve himaye fikrini asla kabul etmeyiz. Parolamız tektir ve asla değişmez. Ya istiklal ya ölüm." – Jandarma Genel Komutanlığı

4. Milli Mücadele'ye adım adım...1919 Redd-i İlhak Ruhu canlanıyor... "Hava kötü. Hep yataklardayız. 17-18 Mayıs gecesini pek fena geçirdik. 18 Mayıs öğleden sonra Sinop Limanı'na girdik. Liva Mutasarrıfı Mazhar Tevfik Bey Sinop'tan bize İzmir'in işgaline karşı halkın direnişinin başarısı ile ilgili yazılı bilgi getirdi." 18 Mayıs günü Mustafa Kemal Paşa Samsun'a doğru ilerlerken, yurdun dört bir yanında da düşman işgaline karşı mitingler düzenleniyor; genç yaşlı tüm Anadolu, işgallere direnme azim ve kararlığında bir ve beraber oluyor. Milli Mücadele'nin yüzüncü yılı. – Milli Savunma Bakanlığı
5. Milli Mücadele'ye adım adım... Mondros Ateşkes Antlaşması'ndan sonra, İtilaf Devletleri antlaşma hükümlerine aykırı olarak Anadolu'nun muhtelif yerlerini işgal etmeye bağladılar. Birinci Dünya Savaşı'nın kaybedildiği ve Anadolu'nun çaresizlik içinde parçalanmayı beklediği o günlerde Büyük Önder, birçoğunun yaptığı gibi karamsarlığa teslim olmamıştır. Milli Mücadelemizin yüzüncü yılı. – Milli Savunma Bakanlığı
6. Bir gemi yanaştı Samsun'a sabaha karşı selam durdu kayığı, çaparı, takası. Selam durdu tayfası. Bir duman tüterdi bu geminin bacasından bir duman. Duman değildi bu memleketin uçup giden kaygılarıydı. Samsun Limanı'na bu gemiden atılan demir değil sarılan anayurda Kemal Paşa'nın kollarıydı. Selam vererek Anadolu çocuklarına çıkarken Yüce Komutan Karadeniz'in halini bir görmeliydi. Kalkıp ayağa ardı sıra baktı dalgalar. Kalktı takalar izin verseydi Kemal Paşa ardından gürleyip giderlerdi Erzurum'a kadar. 19 Mayıs. – Emniyet Genel Müdürlüğü – İçişleri Bakanlığı

EK 13. 30 Ağustos Zafer Bayramı Kamu Spotu Metinleri

1. Türkün Zaferi 30 Ağustos 1922. Saat 06.30'da muharebenin en şiddetli safhası başladı. Türk ordusuna Dumlupınar'ın hızla alınması talimatı verildi. Başkomutan Mustafa Kemal Paşa, Çalköy'de perişan bir halde toplanan Yunan birliklerinin imha edilmesi emri verildi. Mustafa Kemal Paşa komutasında saat 14.00'te başlayan o günkü muharebeler bütün şiddetiyle akşama kadar sürdü. Yunan birlikleri kaçamadı, bazı birlikler batıya çekilmek zorunda kaldı. Emir komuta bağlantıları koptu. Dumlupınar Meydan Muharebesi, Türk ordusunun kesin zaferiyle sonuçlandı. Büyük Taarruz'un en büyük başarısı olan "Dumlupınar Meydan Muharebesi" Yunan ordusunun tamamen kuşatılması ve imha edilmesi suretiyle kazanıldı. 26 Ağustos 1922'de başlayan ve 30 Ağustos 1922'de millet dayanışmasının doğal bir

sonucu olarak zaferle sonuçlanan Büyük Taarruz'un Türk ordusu milletinin büyük desteği sayesinde kurtuluş savaşından gururla çıktı. Ulu Önder Mustafa Kemal Atatürk, 30 Ağustos Zaferi ile milletimizi yok olma noktasından kurtararak Türk milletinin kaderini ve tarihini değiştirdi. Büyük Taarruz ve sonunda kazanılan zafer Türk milletinin onurlu ve bağımsız yaşama azminin en açık ifadesi oldu. Yunan ordusunun Anadolu'dan atılması ihtilaf devletlerinin bu orduyu kullanarak Sevr Antlaşması'nı Türk milletine kabul ettirme projesinin iflas etmesini sağladı. Türk milletinin vatan sevgisinin yıkılmaz azim ve iradesinin bir eseri olarak ortaya çıkan bu zaferle sadece vatan toprakları düşman işgalinden kurtarılmadı. Aynı zamanda Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğinde millet egemenliğine dayanan bağımsız Türkiye Cumhuriyeti'nin sağlam temeller üzerinde kurtuluş süreci de başlatıldı. Bayraklaşan bir milletin vatanlaşan destanı. 30 Ağustos Zafer Bayramı'mız kutlu olsun. – Milli Savunma Bakanlığı

2. "Büyük Zafer!" 30 Ağustos 1922 Başkomutan Meydan Muharebesi sonunda, Gazi Mustafa Kemal Paşa'nın ateş hatları arasında bizzat Zafer Tepe'den idare ettiği savaşta, düşman ordusunun büyük kısmı dört taraftan sarılarak bozguna uğratılmıştır. "Ordular! İlk hedefiniz Akdeniz'dir. İleri!" 30 Ağustos Zafer Bayramımız kutlu olsun. - Türk Silahlı Kuvvetleri
3. Edip (Somunoğlu) 7 yaşında Erzurum'da 16 yaşlarında Sakarya'da savaşmak için Türk ordusuna katıldı. 1955'te belediye başkanı olarak görev yaptı. Nezahat Onbaşı... Sakarya, Gediz I. ve II. İnönü Savaşları'na katıldı ve Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün takdirini kazandı. Yakup Şevki Paşa... Harbiye'de Askeri Taktik ve Strateji Öğretmenliği yaptı. Büyük Taarruz'un strateji toplantılarında tedbir ve titizlikle çalıştı. Onlar ve nicesi; Milli Mücadele'nin en önemli zaferinde, 30 Ağustos 1922'de Gazi Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde tarihi değiştirdiler. Başkomutanlık Meydan Muharebesi; kadınlardan çocuklara, öğretmenlerden tüm gençlere insanüstü bir çabayla, 30 Ağustos 1922'de kesin Türk Zaferi ile sonuçlandı! 30 Ağustos Zafer Bayramımızın 97. yılı kutlu olsun. #büyüklerinzaferi – Türk Havacılık Uzay Sanayi
4. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – T.C. Sağlık Bakanlığı
5. 30 Ağustos Zafer Bayramı kutlu olsun. – T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı

EK 14. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı Kamu Spotu Metinleri

1. "Efendiler yarın Cumhuriyeti ilan edeceğiz." K. Atatürk. Nedir Cumhuriyet sadece bir kelimeden ibaret mi? Asla! Cumhuriyet vatanı yar belleyenlerin hür iradesi. – Anne gelemiyoruz operasyon var. Düğünde söz oradayım ama. – Olur mu oğlum hiç öyle –Cumhuriyet geceyi gündüze çevirmek için gece gündüz demeden çalışanların yolu. –Derslerine iyi çalış tamam mı güzel kızım üzme sakın anneni. Cumhuriyet ben demeden biz diyebilenler topluluğu. –Birimiz hepimiz, hepimiz birimiz için. Cumhuriyet bayrağın dalgalandığı her yeri vatan bilmek. –Vatan sana canım feda. Cumhuriyet bu milletin gülümseyen yüzü olabilmek demek. "En büyük bayramdır. Kutlu olsun. Ne mutlu Türküm diyene." K. Atatürk. 29 Ekim Cumhuriyet Bayram kutlu olsun. – Jandarma Genel Komutanlığı
2. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (pankart). Tüm kaleleri zapt edilmiş, tüm orduları dağıtılmış. Yokluk içinde yedi düvele karşı bir millet. O millet ki

tarih boyunca hiç bir zaman alacağı tek bir nefese bağımsızlığından fazla kıymet biçmemiştir. O millet ki boyunduruk altında yaşamaktansa ya istiklâl ya ölüm demiştir. Hakimiyeti ne zaman tehlikeye düşse yeni bir destan yazmıştır ve yazacaktır. Aziz milletimizin bağrından kopup jandarma olmanın onurunu yaşayan bizler bu bayrağı indirmemek için, bu ezanları susturmamak için Cumhuriyeti ilelebet yaşatmak ve yüceltmek için muhtaç olduğumuz kudreti nerede bulacağımızı biliyor, kanunların izinde sizinle el ele geleceğe yürüyoruz. Cumhuriyetimize aşk ve sadakatle bağlı jandarma ordusu milletimizin emrinde görevinin başındadır. Cumhuriyetimizin 95. yılı kutlu olsun. "Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır. Fakat Türkiye Cumhuriyeti, ilelebet payidar kalacaktır." K. Atatürk – Jandarma Genel Komutanlığı

3. Birinci Dünya Savaşı sonrasında işgal edilen vatan topraklarında yeniden can suyu bulurken ilk adımı atan Atatürk ve silah arkadaşlarıyla birlikte milletimizleydik. Yedi düveli dize getiren kurtuluş destanını yazarken biz yine milletimizle birlikteydik. Tarih boyunca özgürlüğüne ve bağımsızlığına düşkün olan Türk milleti, millet iradesinin sesi Türkiye Büyük Millet Meclisinde çıkan kararla 29 Ekim 1923'te Cumhuriyet yönetimiyle taçlanırken milletimizle birlikteydik. İlelebet payidar kalacak Türkiye Cumhuriyeti'nin 96. yılında karada, denizde, havada her zaman ve her koşulda şanlı mazimizden ve kahramanlığı bir destan olan milletimizden aldığımız güçle yerli ve milli teknolojilerle donanmış olarak bugünlere geldik. Yüreğinde vatan, millet, bayrak ve Cumhuriyet aşkıyla ebedi Başkomutanımız Mustafa Kemal Atatürk'ün gösterdiği çağdaş uygarlık yolunda daima Türk milletinin gönlünde Türk milletinin emrindeyiz. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. – Savunma Bakanlığı
4. Hürriyet yolunda bir millet gözyaşı, onur, gurur, umut, inanç, zafer. Cumhuriyeti biz böyle kazandık (Pankart). Yenilik. Cumhuriyet 93 yaşında. – Türk Silahlı Kuvvetleri
5. Cumhuriyet Bayramı 10. yıl... (10. yıl marşı) Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. - Türk Silahlı Kuvvetleri
6. Cumhuriyet Bayramı 1936... Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. - Türk Silahlı Kuvvetleri
7. Demiryolları... Bir ülkenin bağımsızlığına giden yolda koskoca bir milletin kaderini omuzlarında yaşadı bir uçtan bir uca. Her istasyonda bir umut, bir inanç destanı yazılıdır tarihin satır aralarında. Hürriyet aşkıyla tarihin yeniden yazıldığı bu yolda son istasyondur Cumhuriyet. Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun. #sonistasyoncumhuriyet – T.C.D.D.
8. Kimi zaman cephede kimi zaman zor şartlarda... Ama her daim insanımız için her türlü zorluğa göğüs gererek sağlığınız için yanınızdayız... 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı; Cumhuriyetimizin 92. yılını kutladığımız bu günde, geleceğe büyük bir ümit, inanç ve gayretle yürümek azmi ve de kararlılığı dileğimizle Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun. – Sağlık Bakanlığı
9. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. "Bugün Cumhuriyetimizin 10. yılını doldurduk. En büyük bayramdır." K. Atatürk. Borçluyuz sana attığımız her sayıyı, kaldırdığımız her kupayı, kazandığımız her madalyayı, kadın erkek tek yürek olmayı, gururla taşıdığımız bayrağımızı, vazgeçemediğimiz özgürlüğümüzü, zaferlerimizi, hayallerimizi, umutlarımızı, tam 96 yıldır aştığımız ne zorluk, kırdığımız ne rekor varsa bir ulusun küllerinden

doğmasını sağlayan bir sonbahar sabahı Ankara'dan duyurulan sana borçluyuz. İyi ki varsın Cumhuriyet. "Bu kutlu güne kavuşmanın en derin sevinci heyecanı içindeyiz. Kutlu olsun." K. Atatürk – Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi

10. Bu gün umut ekildi bu topraklara. Geleceğin tohumları ekildi ve inancın gücüyle gelen bağımsızlık ekildi. Çükün o gün günlerden 29 Ekim'di. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımızın 94 yılı kutlu olsun. – TİGEM (Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü)
11. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramımız kutlu olsun. "Polis Yemini" Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'na, Atatürk İlke ve İnkılapları'na Anayasada ifadesi bulunan Türk Milliyetçiliği'ne sadakatla bağlı kalacağıma, Türkiye Cumhuriyeti Kanunları'nı milletin hizmetinde olarak, tarafsız ve eşitlik ilkelerine bağlı kalarak uygulayacağıma, Türk milletinin, milli, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyip, koruyup bunları geliştirmek için çalışacağıma, İnsan Hakları'na ve Anayasanın Temel İlkeleri'ne dayanan, milli, demokratik, laik bir hukuk devleti olan, Türkiye Cumhuriyeti'ne karşı görev ve sorumluluklarımı bilerek, bunları davranış halinde göstereceğime namusum ve şerefim üzerine ant içerim. Recep Tayip Erdoğan: "Bugün Gazi Mustafa Kemal'in önderliğinde ilan ettiğimiz 29 Ekim 1923'te egemenlik kayıtsız şartsız milletindir ilkesi ve ülkemizi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarma hedefiyle Türkiye Cumhuriyeti'ni kurdu. Mustafa Kemal Atatürk: "Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir." – Emniyet Genel Müdürlüğü
12. Mustafa Kemal Atatürk: "Ey yükselen yeni nesil, istikbal sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk, O'nu devam ettirecek sizlersiniz." Recep Tayyip Erdoğan: "Sevgili vatandaşlarım. Esarete ve dayatmalara rıza göstermeyen Türk milleti istiklaline ve istikbaline kasteden işgalcilere karşı başlattığı Kurtuluş Savaşı'nı tarihte benzeri görülmemiş bir kahramanlıkla zaferle taçlandırmıştır. Bu büyük zaferin ardından 29 Ekim 1923'te egemenlik kayıtsız şartsız milletindir ilkesi ve ülkemizi muasır medeniyetler seviyesinin üzerine çıkarma hedefiyle Türkiye Cumhuriyeti'ni kurdu. Cumhuriyetimizi 2200 yıllık devlet geleneğimizle yaşadığımız coğrafyadaki bin yıllık Selçuklu ve Osmanlı mirasının, o günün zor şartlarında elde edilmiş kazanımı olarak görüyoruz. Bu büyük devletin ve bu kahraman milletin Cumhurbaşkanı olmaktan şeref duyuyorum. Birliğimize, beraberliğimize, kardeşliğimize, vatanımıza, istiklalimize, geleceğimize kasteden hiçbir saldırı başarılı olamayacaktır. Cumhuriyetimizin banisi Gazi Mustafa Kemal başta olmak üzere bu toprakları bize vatan kılmak için fedakarlıkla mücadele eden tüm gazilerimizi minnetle yad ediyor bu uğurda canlarını veren tüm şehitlerimize Allah'tan rahmet diliyorum. Ecdadımızın emanetine sahip çıkan kahraman milletimize ve bize dualarıyla destek olan tüm dostlarımıza en kalbi şükranlarımızı sunuyorum. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı'nız kutlu olsun." 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kutlu olsun. Mustafa Kemal Atatürk: "Türk milletinin karakteri yüksektir. Türk milleti çalışkandır. Türk milleti zekidir." "Benim naçiz vücudum, bir gün elbet toprak olacaktır; fakat Türkiye Cumhuriyeti ilelebet payidar kalacaktır." – T.C. İçişleri Bakanlığı – Emniyet Genel Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı **:** Aysel TAPAN

Eğitim Derecesi	**Okul Program**	**Mezuniyet Yılı**
Yüksek Lisans	Gazi Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2014
Lisans	Ankara Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım	2009

İş Deneyimi	**Çalıştığı Yer**	**Görev**
2013-Devam Ediyor	Kocaeli Üniversitesi	Araştırma Görevlisi