

**BİR TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM UNSURU OLARAK ULAŞIM
ARAÇLARININ TÜRK SİNEMASINDAKİ YANSIMALARI**

**THE REFLECTIONS OF TRANSPORTATION VEHICLES IN
TURKISH CINEMA AS THE SOCIAL TRANSFORMATION
FACTOR**

*Ozan ÖZPAY**

Özet:

Sinema, ekonomik, kültürel ve sosyal değerlerin, siyasal, politik etik kabullerin ve gündelik yaşam pratiklerinin topluma aktarımındaki en etkili sanat alanlarından biridir. Sinema bu yönüyle kimi zaman küresel kimi zamanda bölgesel konuları ele alır. Bazen de ülke ekonomisi ve endüstriyel bir ürünün tanıtılmasında sinema rol üstlenir. Bu ürünlerden biri de ulaşım araçlarıdır.

Türk sineması da toplumsal sorunlar, sosyo-politik konular, kültürel değerler, millî kimliği koruma ve geleneksel yapıyı idame ettirme iddiasındaki bölgesel konuları içeren filmlere sıklıkla yer vermiştir. Bunun yanında ülkelerin politik, ekonomik ve toplumsal dönüşümleri nedeniyle zaman zaman endüstriyel ürünler, gömülü birer obje olarak filmler aracılığıyla Türk toplumu ile buluşturulmuştur. Bu kabulden yola çıkan çalışma, ulaşım araçlarının bir toplumsal dönüşüm unsuru olarak gündelik yaşamı şekillendirme süreçlerini sinema alanı üzerinden okumayı hedeflemektedir. Makalede iki farklı sınırlama ölçütünden hareketle evren ve örneklem alanı oluşturulmuştur. Öncelikle tarihsel sürece odaklanan çalışmada 1950-1970 ila 1970'den günümüze kadar olan dönemler değerlendirmeye tâbi tutulmuştur. Çalışmada ulaşım araçlarının çeşitliliği göz önünde bulundurularak ikinci bir sınırlama ölçütü olarak tür kavramı ele alınmış, otomobil ve tren objeleri öncelenmiştir. Ancak birkaç film örneğinden hareketle de “minibüs” de çalışmada yer almıştır. Araştırma sürecinde doküman tarama yöntemiyle elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla çözümlenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda ulaşım araçlarının ülkenin politik, sosyal ve ekonomik yaklaşımlarına uygun şekilde, toplumsal bir dönüşüm unsuru olarak, sosyolojik bir veri tabanı olan Türk sinemasına da değişik boyutlarda yansıdığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sinema, Ulaşım, Toplum, Ulaşım Araçları.

Abstract:

Cinema is one of the most influential fields of art in the social transfer of economic, cultural and social values, political, political ethical acceptance and

* Yrd. Doç., Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü – Sivas
ozanozpay@me.com

everyday life practices. In this context, cinema discuss sometimes global and sometimes regional issues and sometimes it plays a role in introducing country economy and industrial product. One of these products is transportation vehicles.

Turkish cinema has often featured films including social and socio-political issues, cultural values, national identity protection regional issues and regional issues that claim to make traditional performing. In addition, due to the political, economic and social transformations of the countries, industrial products are occasionally brought together with Turkish society as an object embedded.

The study within this framework aimed to read on cinema area the process of shaping everyday life as the social transformation factor of transportation vehicles. In article has created the universe and the sampling area with reference to two different limiting criteria. Primarily, in the study which is focused on historical process, has determined between 1950 and 1970 period and also to the until today from 1970 period. Considering the diversity of transportation vehicles in this study, has considered on the species concept as a second limiting criterion and automobile and train objects were further introduced, however, in reference to a few films examples, the minibüs has also utilized in this study. In the research process has tried to be analyzed through descriptive analysis the data obtained by the document scanning method. As a result of the study, it is seen that the reflect different dimensions to the Turkish cinema of the transportation vehicles as an element of social transformation in accordance with the political, social and economic approaches of the country.

Key words: Cinema, Transportation and Society.

GİRİŞ

Ülkeler iç ve dış politikada belirledikleri siyasal yönelimleri topluma yansıtma ihtiyacı duyar. Sinema bu yansıtmanın önemli araçlarından biridir. Toplum eleştirisinde, teknolojik gelişmelerin gündelik yaşam pratiklerine uygulanmasında, ülkelerin sosyo-ekonomik ve kültürel alanlardaki kabullerini bireylere sunumunda etkili olan sinema, aynı zamanda bir kitle iletişim aracı olarak devlet politikalarında toplumu ikna eden önemli bir sanat dalıdır. Bu bağlamda gerek dünya sineması gerekse Türk sineması bulunduğu zaman ve mekânsal değişimleri dikkate alarak, toplumun içinde var olan veya var olmasını istediği eylemleri ya da nesnelere filmler aracılığıyla yansıtmayı tercih etmiştir. Yüksel (2015, s. 2)'in belirttiği gibi "*bir film bir öykü anlatmanın ötesinde pek çok veriyi de içinde barındırır*". Dolayısıyla sinema ve bunun aracı olan filmler toplumu bilinçlendirmede veya yönlendirmede etkilidir. Nitekim dünya sinema tarihinde önemli yeri olan Lumiere kardeşlerin Fransa'daki ilk film gösterileri arasında trenin gara girişini ya da fabrikadan çıkan işçileri göstermeleri tesadüfi değildir. Aynı şekilde 1890'larda sinemanın küçük ölçekli sanayi olarak bir anda ortaya çıktığı İngiltere ve Amerika'da da ilk sinema gösterilerinde kullanılan

kodlardan birinin tren olması ve onun teknolojik bir ürün olarak tanıtılması planlı bir eylemdir (Moran, 1996, s. 2). Esasen o dönem altın çağını yaşayan demiryolu ulaşımının toplum için önemi/önemli olması düşüncesinin sinemada yer bulması beklenen bir durumdur. Özön (2010, s. 37)'ün çalışmasında sunulan, 1896-1897 yılları sıralarında İstanbul'a gelen ilk sinema gösterisine giden Ercüment Ekrem Talu'nun bir anısı bu durumu destekler. Talu, " ... *Avrupa'nın bir yerinde bir istasyon, bacasından fosur fosur kara dumanlar savuran bir lokomotif, peşinde takılı vagonlarla duruyor...*" ifadesiyle İstanbul'daki ilk gösterimde de sinemada treni izlediklerinden bahseder. Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere filmler aracılığıyla dünyadaki teknolojik gelişmeler, üretilen araçlar ve ürünler farklı ülkelerdeki seyirci ile buluşturulur. Aslında sinema sadece bir izlençe değil, toplumun teknolojik gelişmeler ve üretilen ürünlerle etkileşimini sağlayan ve kendi ekonomik kaynaklarını yaratan bir endüstridir. Sinema, devlet ile özel kurumların ve ticari şirketlerin hedeflerine ulaşmak için bir araya getirilen pratiklerdir (Erkılıç, 2011, s. 58). Bu pratikler küresel veya bölgesel ölçekte ele alınabilir.

Küresel ölçekte sinema, devletlerin ve küresel film şirketlerinin hedefledikleri konuları işler. Rocky, Rambo, Star Wars, Star Trek, Superman, Batman, Örümcek Adam ve Baba serisi gibi bütün dünyada gösterime giren filmleri bir eğlence ürünü ya da sadece sinema endüstrisine hizmet eden bir araç gibi düşünmek saf dilli bir yaklaşım olacaktır. Bu filmlerle verilmek istenilen mesajların toplumlar üzerindeki etkileri ve küresel bir düşünce algısı oluşturma gayreti göz ardı edilmemelidir. Çünkü sinemanın söylem üretme ya da var olan egemen söylemi meşrulaştırma pratiği vardır. Örneğin, ABD, Vietnam savaşındaki rolünü haklı göstermek amacıyla "Rambo" karakterini Amerikan halkı ile buluşturmuştur. *Rambo (İlk Kan, Ted Kotcheff, 1982, Rambo: İlk Kan Bölüm 2, George P. Cosmatos, 1985, Rambo 3, Peter McDonald, 1988)* film serisi ile ABD'nin bütün dünyada adaletin, barışın ve demokrasinin savunucusu olduğu karşısındakilerin anti özellikleri taşıdığı vurgusu yapılmış, adeta o dönem ABD yönetiminin temsili rolünü bu film üstlenmiştir. Kısaca *Rambo* ABD'nin dış siyasetinde bir propaganda aracı olmuştur (Ryan ve Kellner, 2010).

Sinemanın toplumun düşünce algısı üzerine etkileri ve topluma yön verme gücünü sadece politik alanda değil, endüstri ürünlerinde de görmek mümkündür. Bu bağlamda sinemanın işlevselliği açısından çok çeşitli görevleri üstlendiğini belirtmek yanlış bir iddia olmaz. Nitekim endüstriyel bir sektör olarak düşünüldüğünde sinema, küresel şirketlerin yeni ürünlerini tanıtmada önemli bir rol üstlenir¹. DeLorean Motor şirketinin 1981-1982

¹ Herhangi bir ürünün bir film içinde göze çarpmayan şekilde yerleştirilmesi marka yerleştirme şeklinde tanımlanır. Pazarlama hedefleri doğrultusunda sinemaya dâhil edilen çok sayıda endüstri

üretimi DeLorean DMC-12 spor otomobili bu duruma güzel bir örnektir. Yönetmenliğini Robert Zemeckis'in yaptığı 1985 yılı yapımı *Back to the Future (Geleceğe Dönüş)* isimli film içinde geçen konuşmalarda Marty McFly (Michael J. Fox), DeLorean ifadesini birkaç kez tekrarlayarak otomobilin reklamını yapar, Emmett Brown (Christopher Lloyd) ise "...bir arabayı zaman makinasına dönüştüreceksen en iyisini seçmelisin, paslanmaz çelik karoseri atıklardan etkilemeyecek kadar güçlü..." ifadesiyle otomobilin özelliklerini filmde açıklar. ABD'nin önemli kült filmleri arasında yerini alan bu yapım sayesinde, DeLorean DMC-12 marka otomobil dünya çapında üne kavuşmuştur.

Sinemada marka olarak ürün tanıtımı yapılan bir diğer otomobil BMW'dir. BMW üreticileri bu otomobilin sinemadaki tanıtımı için yapımcılara zaman zaman ödeme yapmış ya da onların öne sürdükleri koşulları yerine getirmiştir. Örneğin F. Gary Gray'in yönetmenliği yaptığı 2003 tarihli *The Italian Job (İtalyan İşi)* adlı filmde BMW ile birlikte Mini Cooperların film içinde yer alması karşılığında yapımcılara para ödenmemiş, ancak Martin Campbell'in yönetmenliğini yaptığı 1995 yapımı *Golden Eye (Altın Göz)* adlı James Bond filminde BMW Z3 Roadster modeli için yapımcılara 20 milyon dolar ödenmiştir (Güler, 2010, s. 18). Film sonrasında BMW şirketi, Z3 Roadster modeli otomobilinin satışının arttığını belirtmiştir. Otomobilin James Bond ile özdeşleştirilmesi, olay kurgusunun bütünlük bir parçası halinde sunulması aracın tanıtımında etkili olmuştur (Balasubramanian vd., 2006, s. 134; Aydın ve Orta, 2009, s. 9). BMW üreticileri, yönetmenliğini Michael Apted'in yaptığı 1999 tarihli *The World is Not Enough (Dünya Yetmez)* adlı filmde ise BMW Z8 modelinin tanıtımını yapmış, aracın satışını artırmak için alıcıların film setini ziyaret etmelerine izin verilmiştir (Güler, 2010, s. 18-19).

Bir ürün olarak, otomobilin filmin içine yerleştirilmesinin ve araç satışlarının artırılmasının bir diğer örneğini ise Audi markası oluşturur. Yönetmenliğini Corey Yuen ve Louis Leterrier'in yaptığı 2002 yılı yapımı *Transporter (Taşıyıcı)* adlı seri film boyunca Audi S8 otomobilin tanıtımı yapılmıştır. Jee-Woon Kim yönetmenliğindeki 2013 yapımı *The Last Stand (Geçit Yok)* adlı film ise adeta üst segment bir otomobil olan Corvette'nin tanıtım filmi gibidir. Otomobil üreticileri, son yıllarda satışlarını artırmak amacıyla filmlerde sadece otomobil modellerini ve motor güçlerini değil, aynı zamanda konsept tasarımlarını da daha fazla ön plana çıkarmaya başlamışlardır. 2011 yılı yapımı, Brad Bird'ün yönetmenliğini yaptığı *Mission: Impossible -Ghost Protocol (Görevimiz Tehlike 4 – Hayalet Protokol)* filminde Tom Cruise, BMW Vision Efficient Dynamics/i8 model otomobilin reklamını yapmıştır.

ve teknolojik ürünün reklamı filmler üzerinden yapılmıştır. Film sonrası reklam ürününün satışlarında yükselişler tespit edilmiştir (Aydın ve Orta, 2009, s. 9).

Tercih edilme özelliğini kaybetmiş otomobiller de yine filmler sayesinde yeniden önem kazanmıştır. Yönetmenliğini John Carpenter'ın üstlendiği 1983 yapımı *Christine (Katil Otomobil)* adlı film bu duruma güzel bir örnek oluşturur. Carpenter'ın filminde kullanılan 1958 model Plymouth Fury marka araç film sayesinde meşhur olmuş ve unutulmaktan kurtulmuştur. Togan Gökbakar'ın yönetmenliğini yaptığı 2008 yapımı *Recep İvedik* adlı filmde, Recep İvedik (Şahan Gökbakar) 4 sahnede toplam 2 dakikadan fazla Fiat Bis marka otomobil kullanmış, bu otomobilin ikinci el fiyatları yükselmiştir (Güler, 2010, s. 137-138). Serinin devamında da Fiat Bis marka otomobilin görüntülediği görülür. Buradan anlaşılacağı üzere önemini kaybeden ve talebi azalan ürünler filmler sayesinde toplumda tekrar değer kazanabilmektedir. Yukarıda belirtilen örnekler dikkate alındığında, sinemanın toplum üzerindeki etkisinin eko-politik söylemlerden daha önemli olduğu görülebilir. Dolayısıyla küresel şirketlerin ve devletlerin otomobil talebi oluşturmada sinemayı bir araç olarak kullanması doğaldır.

Bölgesel ölçekte yapılan filmlerde ise toplumun dikkatini çekecek ve milli kimlik unsurlarını koruyacak konulara yer verilir. Bu durumun kendi içinde dinamik bazı sebepleri vardır. Öncelikle sinema, birden fazla insanın rolü ile ortaya çıkan ve sermaye gerektiren bir sektördür. Gelişmekte olan ülkelerde sinema ile uğraşısı olan devlet ve özel girişimcilerin, küresel şirketlerin kontrolündeki sinemanın sermayesi, teknolojisi ve insan kaynakları ile rekabet edebilmesi güçtür. İkinci olarak devletlerin sinema üzerindeki sansür ve denetimi filmlerin konularını ve işleyiş şekillerini etkiler. Üçüncü olarak da sinema bir kültür unsurudur. Geleneksel yapıya sahip toplumların kendi kültürlerinin dışında sunulan filmlere izleyici olarak gitmeleri zordur.

Türk sinema tarihinin² gelişimine bakıldığında başlangıçta filmlerin bölgesel ölçekte kaldığı görülür. Bu durumun çeşitli nedenleri vardır: İlk olarak Osmanlı Devleti'nin dağılma döneminde ve birçok cephede savaşta olması sebebiyle ülke güvenliğine öncelik verilmiş, uzun süre film çekimlerine izin verilmemiştir. Daha sonra Enver Paşa'nın emriyle 1915 yılında Merkez Ordu Sinema Dairesi (MOSD) kurulmuş; ilk, konulu haber ve belge içeren filmler, Milli Müdafaa Cemiyeti tarafından gerçekleştirilmiş, bundan sonra ise film çekimlerine Donanma Cemiyeti ve Malûl Gaziler Cemiyeti de katkı sağlamıştır (Önder ve Baydemir, 2005, s. 119-120). İkinci

² Türk Sinemasının gelişimine bakıldığında bilinen ilk film 1905 yılında Yıldız Camii'nin ikinci avlusunda çekilen ancak filme ait bir belge bulunamadığından ilk film sayılmayan deneysel çalışmadır. 1909 yılında, günümüzde elimizde olmayan ve 1911'de V. Sultan Mehmet Reşat'ın Selanik ve Manastır ziyaretleri sırasında çekilen ikinci bir film olduğu da bilinmektedir. 1913 yılında ise Hamidiye Kruvazörünü ele alan ancak günümüze ulaşamayan bir film daha yapılmıştır. Fuat Uzkınay'ın yönetmenliğini yaptığı 1914 yapımı "Ayastefanos Abidesinin Yıkılışı" adlı film Türk sinema tarihinin başlangıcı ve ilk Türk filmi olarak kabul edilmiştir (Önder ve Baydemir, 2005, s. 118; Özgüç, 1993, s. 13).

olarak ise özel girişimlerin sinemaya katkısı az olmuştur³. Son gerekçe ise devletin sinema üzerindeki etkisidir. Osmanlı Devleti'nin savaşta olması, ekonomik dengelerin yabancıların elinde bulunması ve sinemanın bir propaganda aracı olarak kullanılması Türk sinemasının gelişmesini sınırlamıştır (Karahanoğlu, 2007).

Cumhuriyetin ilk yıllarında ise devlet sinemaya yakın ilgi göstermiştir. Mustafa Kemal ve Kazım Karabekir tarafından “*Gençlerin sinemacı olarak yetiştirilebilmesi ve ‘surf milletinin yükselmesi amacıyla’, sinema, tiyatro ve sanatsal diğer faaliyetlerin de icra edileceği çok işlevli mekânlar inşa edilmesi gerektiği savunulmuştur.*” (Öztürk, 2009, s. 27). Nüfusun %80’inin kırsal alanda yaşadığı ve okuryazarlık oranının sadece %10 olduğu bir ulusu bilinçlendirme ve yön vermede sinema, o dönem önemli bir kitle iletişim aracı olarak düşünülmüştür (Özön, 1995, s. 54; Doğanay, 2014, s. 191). Milli bilincin korunması için Kurtuluş Savaşı’nı konu alan filmler ön plana çıkmıştır. Yönetmenliğini Muhsin Ertuğrul’un yaptığı 1923 yapımı *Ateşten Gömlek*, 1928 yapımı *Ankara Postası* ve 1932 yapımı *Bir Millet Uyanıyor* filmleri bu dönemin başlıca örnekleridir (Önder ve Baydemir, 2005, s. 120). Yine Cumhuriyet’in ilk yıllarında toplumun eğitilmesine yönelik filmlere öncelik verilmesi hedeflenmiş, 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde köylerde yaşayan halka faydalı filmlerin gösterilmesi kararı alınmış, tarım alanında bilgilendirilme yapılması amaçlanmıştır (Erkılıç, 2011, s. 60). 1933 yılında dönemin yerel yayın organlarından Çankırı Duygu Gazetesi 19 Ağustos günlü haberinde fakir çocuklar yararına, Sivas-Kayseri demiryolu hattının açılış törenini gösteren bir filmin, 2 Eylül günlü haberinde ise Çocuk Esirgeme Kurumu (Himaye-yi Etfal) adına Sivas-Samsun ve Filyos demiryolu güzergâhına ilişkin filmin gösterime girdiği haberlerini yapmıştır (Boran, 2015, s. 266). Bu durum, o dönem hem ülkeye yapılan yatırımları afişe etmede hem de sosyal yardımlaşmaya katkı sağlamada sinemanın bir araç olarak kullanımını açısından çarpıcı bir örnektir. Toplum bilgilendirme gayretinin diğer bir adımı da 1933 yılında Ankara-Samsun arasındaki demiryolu hattı boyunca “Projeksiyon Vagonu” yardımıyla sürekli seyyar film gösterilerinin yapılmasıdır (Önder ve Baydemir, 2005, s. 123).

Türk sinemasında başlangıçta iyi adımlar atılsa da ilk girişimlerden sonra beklenen gelişme sağlanamamıştır. Bu dönemde demiryolu ağırlıklı ulaşım, sanayi ve tarım politikalarına yönelik kaynaklara öncelik verilmesi sebebiyle, sinemaya devlet desteğinin istenilen düzeyde olmaması, özel girişimcilerin ülke kalkınmasına yönelik diğer sektörlerle yatırım yapması, ulusal çıkarlara uygun olmayan filmlerin varlığı, Sovyet Rusya’nın izlediği

³ Türk sinemasında ilk özel girişim 1921’de Ali Rıza Öztuna tarafından yapılmıştır. Cumhuriyetin ilk özel film yapım evi Kemal Seden ve Şakir Seden tarafından kurulmuş, “Leblebici Horhor” (1923), “Sözde Kızlar” (1923) ve “Kız Kulesinde Bir Facia” (1923) filmleri bu yapım evi tarafından çekilmiş, başarısız olan yapımların ardından yapım evi kapatılmış ve 1928 yılına kadar film çekilmemiştir (Karahanoğlu, 2007, s. 3).

politikalar, politikacı ve aydınların sinemaya bakış ve amaçlarındaki farklılıklar, sinemanın gösteri boyutunda ele alınması, teknolojik ve insan kaynağındaki eksiklikler gibi nedenlerden dolayı başlangıçtaki ivmenin zamanla yavaşladığı gözlemlenir (Öztürk, 2009, s.164-178). Karahanoğlu (2007, s. 4); Türk sinemasındaki 1923-1938 yılları arasında konulu film çeken tek yönetmenin Muhsin Ertuğrul ve tek yapımevinin de İpek yapımevi olmasından söz ederek Türk sinemasının o dönemdeki insan kaynağı eksikliğine vurgu yapar.

Cumhuriyetin ilk yıllarından İkinci Dünya Savaşı'na kadar Türk sineması önemli bir gelişme kaydedememiş, bu tarihten sonra da sınırlı bazı adımlar atılmıştır. Söz konusu yıllarda ülke politikalarında köklü değişimler yaşanmış ve toplumda sınıfsal farklar belirginleşmiştir. Bütün bu gelişmeler dikkate alındığında, toplumsal dönüşümün önemli bir yansıması olan ulaşım araçlarında da değişimler görülmüş ve bu değişimlerin etkileri sinemada yer bulmuştur.

1. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı ulaşım araçlarının bir toplumsal dönüşüm unsuru olarak gündelik yaşamı şekillendirme süreçlerini Türk sineması üzerinden okumayı hedeflemektedir. Bu bağlamda 1950'den günümüze kadar olan dönem değerlendirmeye tâbi tutulmuş, ulaşım araçlarının gelişimi ile sinema arasındaki ilişkiye küresel politik etkiler de dikkate alınarak yer verilmiş ve bunun toplum üzerindeki yansımaları tartışılmıştır. Çalışmada "ulaşım araçları bir toplumsal dönüşüm aracı olarak sinemada kullanılmıştır" ve "ulaşım araçları filmlerde endüstriyel bir ürün olarak sunulmaktadır" biçiminde iki hipotez belirlenmiştir.

Çalışmada seçkisiz örnekleme (Random sampling) yöntemi kullanılmıştır. Gömülü şekilde işlenmiş ulaşım objelerinin sergilendiği düşünülen 18 adet Türk filmi ve 9 adet yabancı film tesadüfi örneklemler olarak seçilmiştir. Araştırma sürecinde doküman tarama yöntemiyle elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla çözümlenmeye çalışılmıştır.

2. SINIRLILIKLAR

Makalede iki farklı sınırlama ölçütünden hareket edilmiştir. Öncelikle tarihsel sürece odaklanan çalışmada 1950-1970 ila 1970'den günümüze kadar olan dönemler değerlendirmeye tâbi tutulmuştur. Türk sinemasının altın çağının başlangıcı sayılması ve dünya düzeninde ABD'nin Avrupa'dan daha etkili olmaya başlaması sebebiyle 1950 sonrası dönem çalışmada başlangıç olarak kabul edilmiştir. 1970 sonrası ikinci bir dönem olarak ele alınması ise dünyadaki politik ve ekonomik değişimlerin Türk sinemasındaki etkilerinin belirgin biçimde hissedilmeye başlanması nedeniyledir.

Çalışmada ulaşım araçlarının çeşitliliği göz önünde bulundurularak ikinci bir sınırlama ölçütü olarak tür kavramı ele alınmış, otomobil ve tren objeleri öncelenmiştir. Ancak birkaç film örneğinden hareketle de “minibüs” de çalışmada yer almıştır.

3. BULGULAR

3.1. Ulaşım Araçlarının Sinemaya Yansıması (1950-1970)

Ulaşım ve teknolojileri bütün dünyada devletin girişimleriyle ve küresel güçlerle şekillenmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyanın güç dengeleri değişmiş, ABD ve Sovyet Rusya'nın oluşturduğu iki kutuplu dünya düzeni ortaya çıkmış, küresel hâkimiyet Avrupa'dan ABD'ye geçmiş, özellikle ABD, Ortadoğu politikalarında yerini almış ve petrol yataklarının kontrolünü ele geçirmiştir. Petrol sahalarında hâkimiyet kuran ABD, bir tarafta otomobil sanayini ve bunu sağlayan kartelleri desteklerken, diğer tarafta Avrupa için Truman Doktrini⁴ çerçevesinde Marshall yardımlarını gündeme getirerek kıtanın yeniden inşa edilmesine katkı sağlamış ve karayolu gelişimini desteklemiştir (Akbulut, 2010, s. 61).

İkinci Dünya Savaşı'na girmemesine rağmen savaşın sonuçlarından olumsuz etkilenen Türkiye, savaş sonrasında ortaya çıkan Sovyet tehdidine karşı ABD'nin yanında yer almış ve bu ülkenin sunduğu Marshall Planlarını kabul etmiştir⁵. Ağır sanayiden vazgeçilen ülkede demiryolu ulaşımı geri plana itilmiş, petro-kimya sanayi güçlendirilmeye başlanmış, karayolu ulaşımının ve yapımının hızlanmasıyla ülkede bir otomobil tüketici pazarı oluşturacak adımların atılmasına karar verilmiş ve otomobil arz-talebini arttırmak hedeflenmiştir. Marshall Planları ile birlikte ABD, Türkiye'deki otoyol yapımını desteklemek için lastik, araç ve benzeri yardımlarda bulunmuş, 1960'larda Ford, Fiat ve Renault marka otomobillerin montajı

⁴ ABD, 1947 yılında yeni dünya sisteminde Sovyet tehdidine karşı Truman Doktrini'ni hazırlamıştır (Bk. Price, 1955; Schmitt, 1962; Hogan, 1987). Bu doktrinle A.B.D., Sovyet Rusya veya Komünizm tehdidi altındaki devletlere özellikle Avrupa ülkelerine mali ve askeri yardım yapmış, dış politikasında önemli değişimlere gitmiştir (Price, 1955, s. 395). Gerçekte Akbulut (2010, s. 202)'un da belirttiği gibi: “politik olarak şekillenen iki kutuplu dünyada bu etki ulaşım sistemlerine de yansımış, demiryolları komünizmin, karayolları kapitalizmin simgesi olarak görülmüştür.”

⁵ Marshall Planlarının Türkiye'deki karayolu ulaşımının gelişimine etkisini Taşlıgil, (1999, s. 135) şu şekilde açıklamaktadır: “Savaş sonrasında Marshall yardımlarının başlamasıyla yol yapımı önem kazanmış, yeni karayolu politikasının esasları Amerika Birleşik Devletleri Federal Karayolu Teşkilatı (Federal Bureau of Public Roads) Genel Müdür Yardımcısı H.G. Hiltz başkanlığında bir heyetin raporu ile belirlenmiştir. Türkiye'nin yol ihtiyacı ile bu işlerin yapılmasına ilişkin kuruluş önerilerini içeren rapor 1948 yılında Hiltz Raporu adı altında yayınlanmıştır. Bu raporda karşılıklı iş birliği ile Türk Devlet Yolları sisteminin işleme için lüzumlu idarenin kurulması kararlaştırılmakta aşamalı inşa sistemi ile Türkiye karayollarının yapımı üzerinde durulmaktadır. Raporda 9 yıllık bir program dahilinde 23.000 kilometrelik devlet karayolu ağı yapımı ve buna ilave olarak 26.000 kilometre il ve 15.000 kilometre köy yolu inşası önerilmekte, bu yolların yapımı karayollarına bırakılıp geleneksel yol vergisinin kaldırılması önerilmekte, buna karşılık akaryakıttan vergi alınması ve bütçeden giderlerin doğrudan tahsil edilmesi öngörülmektedir. 11.2.1950 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından kabul edilen Karayolları Genel Müdürlüğü kuruluş ve görevleri hakkında kanun bu görüşlerin hukuki bir belgesidir...”

Türkiye’de yapılmaya başlanmıştır (Akbulut, 2010, s. 61). Bu gelişmelerle birlikte 1950 yılında 47 080 km olan il ve devlet kara yolları, 1960’da 61524 km. ye ulaşmış ve bunun doğal bir sonucu olarak yabancı otomotiv şirketleri Türkiye’ye yatırım yapmaya başlamış ve sonuçta 1950 yılında 13 405 adet olan otomobil sayısı 1960 yılında 45 767’ye yükselmiştir (Kaynak, 1995, s. 28).

Türkiye’de çok partili hayata geçiş, karayolu ulaşımının gelişmesi, vergi sistemindeki değişiklikler, elektrik kullanımının yaygınlaşması, teknolojik gelişmeler, yabancı yatırımların hızlanması, savaş sonrasında halkın psikolojik olarak rahatlaması ve ortaya çıkan eğlence ihtiyacı diğer bir ifadeyle ülke ekonomisindeki, toplumsal ve siyasal yapısındaki değişimlerin etkisiyle Türk sinemasında da önemli gelişmeler yaşanmış ve bu sanat dalı diğerlerine oranla halkın daha çok dikkatini çekmiştir. 1948 yılında Türk sinemasının gelişmesi için Türk filmlerinden alınan vergi oranı %25’e düşürülmüş, böylelikle film yapım evlerinin ve çekilen filmlerin sayısı artmış, üstelik renkli film yapımına geçilmesiyle birlikte sinema izleyicisinin bu sanatla olan bağı daha da güçlenmiştir⁶ (Karahanoğlu, 2007, s. 8-17). Sonuç itibariyle toplumsal gerçekçi filmler izleyici ile buluşturulmuştur. Türk sinemasında seyircinin ilgi odağını oluşturan yoksulluk, gelecek, toprak sistemi, politik ahlak ve sınıfsal farklar gibi sosyo-politik konular, yemek kültürü, giyim kuşam biçimleri gibi kültürel öğeler, ulaşım ve ticaret gibi ekonomik konulara filmlerde sıkça yer verilmiştir. Bununla birlikte dünya sinemasında olduğu gibi Türk sinemasında da işlenen konuların içinde başka objeler gömülü şekilde işlenmiştir. Sinema aracılığıyla geniş kitlelere ulaşan objelerden birini de otomobiller oluşturmuştur. Otomobil bir binek aracı olmanın dışında o dönem bireyin kimliğini ve sınıfsal durumunu belirleyen bir ölçü olarak filmlerde yer bulmuştur. Aşağıdaki örneklerden hareketle konu daha belirgin şekilde ortaya konabilecektir:

Nejat Saydam’ın yönetmenliğinde 1962 yılında çekilen *Küçük Hanımın Şoförü* ile *Küçük Hanım Avrupa’da* adlı Türk filmlerinde otomobile yapılan vurgu film afişlerine dahi yansımıştır (Afiş 1). Belgin Doruk ve Ayhan Işık gibi oyuncuların rol aldığı bu filmlerde, evin zengin kızı ile şoförü arasında gelişen aşk teması üzerinden, o dönem tercih edilen otomobillerin tanıtımı ve zenginliğin bir ölçütü olması gibi temalar sıklıkla işlenmiştir. Güneş (2012, s. 223) çalışmasında, “*Yeşilçam otomobili zengin ve fakir ikilemini sergilemekte kullanmıştır. 1950’li ve 60’lı yıllarda, genelde İstanbul’un gündelik hayatını yapay modern motifler üzerinden anlatan filmlerde Amerikan otomobilleri zenginliği ifade etmekte başvurulan ana*

⁶ İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türk sinemasının devlet desteği ile hızlı değişimi dikkat çeker. Türkiye’nin 1939 yılında 17 milyon nüfusu, 130 sinema salonu, 12 milyon izleyicisi ve 3 filmi varken, bu sayılar 1945 yılında 18 milyon nüfusa, 200 sinema salonuna, 19 milyon izleyiciye ve 4 filme ulaşmıştır (Özön, 2010, s. 221).

kaynak olmuştur. Bu dönem filmlerinde yoksul ancak temiz kalpli kızlar ve delikanlıların otomobille ilişkisi kimi zaman tamirci, kimi zaman ise taksi şoförlüğünden öteye geçememiştir (örn. Sana Layık Değilim, 1965; Gurbet Kuşları, 1964)...” şeklindeki ifadesiyle bu durumu desteklemiştir.



Afiş 1: O dönem Türk sinemasında otomobil önemli bir temsili araçtır. (**Kaynak:** <https://www.google.com.tr/search?q=küçük+hanımın+şoförü+afiş+2017;> [https://www.google.com.tr/search?q=küçük+hanım+avrupada+afiş&tbm,2017\)](https://www.google.com.tr/search?q=küçük+hanım+avrupada+afiş&tbm,2017)

Türkiye, 1960’lı yıllarda yabancı otomobiller ve yedek parçalarında sorunlar yaşanmasına, 1961 yılında ilk Türk yerli otomobili “Devrim”i⁷, 1966 yılında “Anadol”⁸ u üretmiş olmasına rağmen, yerli otomobiller uzun süre Türk sinemasında yer bulamamış zenginliğin göstergesi olarak Amerikan otomobilleri filmlerde gösterilmeye ve tanıtımları yapılmaya devam edilmiştir. Örneğin *Küçük Hanımın Şoförü* filmi, bir otomobil galerisinde başlar ve sadece 2 dakika 39 saniye galeri içerisindeki Chevrolet marka otomobilin tanıtımı ve özellikleri subliminal şekilde izleyiciye gösterilir. Yaklaşık 1 saat 43 dakika olan film süresi içerisinde Chevrolet

⁷ Türkiye’nin ilk yerli otomobili “Devrim” 1961 yılında 4,5 ay gibi kısa sürede imal edilmiş, ancak politik ve küresel otomobil üreticilerin izledikleri yaklaşımlar neticesinde üretime geçememiş ve hatta ters propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Çingay, 2009, s. 134-135). Türkiye’nin ilk otomobilinin ortaya çıkış hikâyesini anlatan “Devrim” filmi Tolga Örnek yönetmenliğinde ancak 2008 yılında çekilmiştir.

⁸ Devrim otomobilin ardından ülkenin ilk yerli otomobili “Anadol” 1966 yılında üretilmiştir (Güneş, 2012). Sonraki yıllarda Türk sinemasında yerini alan bu otomobil Aram Gülyüz’ün yönetmenliğini yaptığı 2014 yapımı “Zaman Makinası” isimli filmle tekrar gündeme gelmiş, filmde Anadol STC 16 marka araba kullanılmıştır.

marka otomobil yaklaşık 20 dakika gösterilmiştir. Filmin bir karesinde “1961 Chevrolet” şeklinde oyuncunun vurgulu sözleriyle o dönem popüler olan Amerikan otomobilinin reklamı yapılmıştır. Gerçekte Türk sinemasında Amerikan otomobillerine ilgi duyulması şaşırtıcı değildir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında küresel hâkimiyetin kapitalist lideri ABD’dir. Bireysellik, ulaşımda hareketlilik, sınıfsal statü ve teknoloji üstünlüğü ile Amerikan kimliğini veya düşüncesini diğer mevcut tüketim mallarına göre daha fazla yansıtan otomobilin, bu ülkenin müttefiki olan Türkiye’de pazar oluşturması beklenen bir durumdur (Clarke, 2007, s. 11).

Bu dönem dikkat çeken bir diğer olay ise Amerikan otomobillerinin dolmuş taksilere dönüştürülmesidir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında şehirlerde fabrika sayısı artmış, işçiye duyulan ihtiyaç ve kırsal alanlarda yaşanan sorunlar bu yerleşmelerden büyük şehirlere göçler yaşanmasına neden olmuş, İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük kentlerde nüfus hızla artmış, toplu taşıma araçları yetersiz kalınca dolmuş taksi hızla yaygınlaşmış ve Amerikan otomobilleri 1960’ların sonuna kadar dolmuş taksi/araba olarak kullanılmıştır. Dolmuş taksilerin toplum hayatına girmesiyle bu ulaşım şekli sinemada hemen yerini almıştır. Örneğin yönetmenliğini Metin Erksan’ın yaptığı 1960 yapımı *Şoför Nebahat* adlı filmde İstanbul Emirgan semtinde yapılan dolmuş taşımacılığı şehir manzaraları sunularak gösterilmiştir (Afiş 2). Filmin ilk serisinde 1955 model Dodge, daha sonra 1955 model Plymouth ve 1952 model Desoto Diplomat gibi otomobillere yer verilmiştir (Arvas, 2016, s. 137-138).

Türk toplumunda Amerikan otomobilleri toplumsal dönüşümün bir yansıması şeklinde sinemada yerini alırken, bu dönemde diğer bir kara ulaşımı aracı olan trenler veya demiryolları da filmlerde toplumun gerçek ve keskin yüzünü temsil etmiştir. Demiryolu, Cumhuriyetin ilk yıllarında devletin temel politikası durumundayken bu politikadan 1950’den sonra vazgeçilmiştir (Akbulut, 2010, s. 273-274). Öte yandan kırsal yerleşmelerde nüfusun şehirlere göçünde tren, karayoluna göre ucuz olması sebebiyle tercih edilen bir ulaşım aracıydı. Tren veya demiryolunun bu etkisi Türk sinemasına da yansımış ve filmlerde demiryolu modern şehir yaşamının çok uzağında ele alınmıştır. 1960’larda Türk filmlerinde tren bir yönüyle kırsal nüfusun umudu, hayali ve kurtuluşu, öte yandan çaresizliği, fakirliği, eğitimsizliği ve yok oluşunu anlatmıştır. Halit Refiğ’in yönetmenliğini yaptığı göç olgusunu işleyen ilk Türk filmi olan 1965 yapımı *Gurbet Kuşları* bu duruma iyi bir örnektir (Tugen, 2014, s. 65; Afiş 3). “*Doğudan gelenleri İstanbul’un batı yüzüyle tanıştıran*” (Hürriyet, 2002) Haydarpaşa Garına gelen bir Anadolu ailesinin, aynı gardan trenle geri dönüşü filmde etkili bir şekilde vurgulanmıştır⁹.

⁹ 1908 yılında yapımı tamamlanan Haydarpaşa Garı, iç ve dış mekân olarak “*Şehvet Kurbanı*” (1940), “*İstanbul Geceleri*” (1950), “*Sihirli Defîne*” (1950), “*Hiçkırık*” (1953), “*Katil*” (1953), “*Aşk*



Afiş 2: Kısa mesafelerde şehir merkezinde kullanılan dolmuşlar Türk sinemasında yerini almıştır. (**Kaynak:** <http://www.tsa.org.tr/tr/film/filmgoster>, 2017)

Izdıraptır” (1953), “İntikam Alevi” (1956), “Cilalı İbo Yıldızlar Arasında” (1959), “Kanlı Fırat” (1960), “Ayşecik Seytan Çekici” (1960), “Bir Bahar Akşamı” (1961), “Ver Elini İstanbul” (1962), “Anadolu Çocuğu” (1964), “Altın Şehir” (1965), “Kara Tren” (1966), “İstanbul’da Cümbüş Var” (1968), “Sarı Öküz Parası” (1972), “Salak Milyoner” (1974), “Nereye Bakıyor Bu Adamlar” (1976), “Demir Yol” (1979) ve “Eşkiya” (1996) gibi çok sayıda Türk filmine ev sahipliği yapmıştır (<https://www.youtube.com/watch?v=34QE-r4JszM>).



Afiş 3: ‘Gurbet Kuşları’ filminin afişi. Anadolu’dan Haydarpaşa Garı’na gelen bir ailenin istasyondaki ilk halleri afişe yansıtılmıştır. (Kaynak: <https://www.google.com.tr/search?q=gurbet+kuşları+afiş&tbm>, 2017)

3.2. Ulaşım Araçlarının Sinemaya Yansıması (1970’ten Günümüze Uzanan Süreç)

Türkiye’nin iç ve dış politikasında 1970’li yıllarda önemli değişimler yaşandı. 1968’de öğrenci hareketlerinden etkilenen Türkiye, 1973 yılında petrol krizini yaşamış ve ülke ekonomisi ağır yaralar almıştır. 1974 yılında Kıbrıs Barış Hareketi ile başta ABD olmak üzere, diğer ülkeler Türkiye’ye ambargo uygulamış, 1979-1980 yıllarında yaşanan ikinci petrol krizinden Türk ekonomisi olumsuz etkilenmiş, bu on yılda ülke dışına yoğun göç dalgaları olmuştur. Dolayısıyla politik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki ilerlemeye paralel gelişme gösteren sinema, tersi bir durum geliştiğinde gerilemiştir. Nitekim Türk sinemasına yönelik ilgi 1970’ten sonra giderek azalmıştır. Bu ilginin azalmasındaki en önemli neden televizyondur. 1969 yılından itibaren yayına başlayan TRT televizyonu, 1970’ler boyunca Anadolu’ya yayılmış, bu durum sinemaya olan talebi azaltmış, sinema salonları kapanmaya başlamış ve sinema en ucuz eğlence aracı olmaktan çıkmıştır (Özön, 1995, s. 36).

Sinemada olduğu gibi Türkiye’nin ulaşım politikaları da bu dönem değişmiştir. 1973, 1978 ve 1979 yıllarında yaşanan petrol krizlerinden sonra

ülkede demiryolu ulaşımına tekrar önem verilmiş, şehirlerde toplu taşımacılığın geliştirilmesine yönelik uygulamalara gidilmiştir. ABD ve Batı'nın ambargosuna karşı yerli üretim desteklenmiş ve tüketim özendirilmeye çalışılmıştır. 1970'lerden sonra yerli otomobiller sinemada boy göstermeye başlamıştır. Örneğin yönetmenliğini Atıf Yılmaz'ın yaptığı 1976 yapımı *Baş Belası* adlı filmde “*Anadol'un Böcek Modeli*” kullanılmıştır. Sadri Alışık, “*Anadol*” ile mafya çetesinden kaçarken otomobilin tanıtımını yapmıştır. Öte yandan Türk sinemasında yabancı otomobil gösteriminden vazgeçilmediği de bir gerçektir. Nitekim Güneş (2012, s. 224) çalışmasında Türk sinemasında mafyanın Amerikan otomobillerinden vazgeçmediğini, yönetmenliğini Orhan Aksoy'un yaptığı 1976 yapımı *Aile Şerefi* gibi filmlerde kötü rol üstlenen zenginlerin yine bu otomobilleri tercih ettiğini belirtmiştir.

1970'lerde petrol krizi, Kıbrıs Harekâtı ve ABD ile Avrupa devletlerinin uyguladığı ambargolar nedeniyle yerli üretim otomobil çeşitlenmiştir. Murat 131 ve Renault 12 marka otomobiller yanında 1980 sonrasında Tofaş Şahin, Doğan ve Kartal marka otomobiller bir üçleme olarak Türk sinemasındaki yerini almaya başlamıştır. Türk filmlerinde şehirlerde, özellikle İstanbul'da otomobil günlük yaşamın bir parçası olarak apartmanların önünde gösterilmiştir (Çingay, 2009, s. 141). Uzun yıllar Türk sinemasında polis araçları Renault 12 marka otomobiller ile temsil edilmiştir. Örneğin, yönetmenliğini Remzi Jöntürk'ün yaptığı 1976 yapımı *Yarın Adam* filminde Cüneyt Arkın mavi renkli Renault 12 marka bir otomobil ile kaçmakta, polis aynı marka otomobil ile onu kovalamaktadır. *Babaların Babası* (Natuk Baytan, 1975) ve *Hınç* (Natuk Baytan, 1976) filmleri, bu otomobillerin yer aldığı diğer örneklerdir. *Hınç* filminde 1960 model Chevrolet Impala marka otomobilin Renault marka otomobili kovalama sahnesinde Renault marka otomobilin iyi bir model olduğu o dönem Amerikan otomobillerini tercih eden Türk toplumuna gösterilmektedir. Otomobillerdeki bu çeşitliliğin sinemadaki yansımaları o dönem Türkiye'nin eko-politik tercihleriyle alakalıdır.

Bu yıllar Türkiye için sadece petrol krizleri ve ambargodan ibaret olmamıştır. Kırsal kentlerden şehirlere yönelen göç dalgası 1970'lere gelindiğinde şehirleşme, gecekondu ve işsizlik sorunlarını gündeme getirmiştir. Almanya yeniden yapılanmada duyduğu işgücü ihtiyacını Türkiye, Yunanistan ve İtalya gibi ülkelere karşılamaya yoluna gitmiştir. Türkiye'de 1968 yılından sonra Almanya başta olmak üzere Hollanda, Fransa ve Avusturya gibi Avrupa ülkelerine göç vermeye başlamıştır (Akbulut, 2007, s. 94; Doğanay, 2014, s. 222-223). Türk sinemasında göç olgusu ve değişen politikalar nedeniyle Amerikan otomobilleri yanında farklı otomobil markaları da yer bulmuştur. Güneş (2012, s. 224), “*Dış ülkelere yapılan göç ve bunun sonucunda yaşanan dramalara seyirci kalmayan Türk Sineması'nda statünün simgesi Amerikan otomobillerinden*

giderek Alman menşeli Mercedes ve BMW gibi markalara kayar.” ifadesiyle bu görüşü desteklemiştir. Nitekim bu dönemde çekilen Türk filmlerinde Mercedes, BMW ve Volkswagen marka otomobiller ağırlıklı olarak görülmektedir. Orhan Elmas'ın yönettiği 1987 yapımı *Alamancının Karısı* adlı filmde bir Alman markası olan Volkswagen Golf marka otomobil kullanılmıştır.

Esasen bu dönem Türk filmlerinde Almanya'ya giden Türk işçiler ve bu işçilerin hayallerini süsleyen otomobiller yansıtılmıştır. Örneğin anılan evrede Mercedes marka otomobiller ya zenginleri ya da *Almancıları* temsil etmiştir. Ayrıca Türk sinemasında zaman zaman devlet kademelerinin önde gelenlerinin sahip oldukları göze batan Mercedes otomobiller de eleştiri konusu olmuştur (Bayrakdar, 2015, s. 55). Yine tren veya otobüslerle Almanya'ya giden Türk insanının Mercedes ile köyüne dönmesi filmlerde ulaşım araçlarına sınıfsal farklılıkların sembollerini yüklemiştir. Tunç Okan'ın yönetmenliğini yaptığı 1993 yapımı *Sarı Mercedes* adlı filmde köyünden Almanya'ya işçi olarak giden Bayram'ın (İlyas Salman) bu ülkede çalışarak edindiği ve bir kimlik yüklediği Sarı Mercedes (Balkız) ile değer kazandığı düşüncesi, filmde tema olarak ayrıntılı bir biçimde işlenmiştir¹⁰.

Türkiye'de 1990'lara gelindiğinde otomobil endüstrisinde yaşanan gelişmeler ve çeşitlilik çoğu insanın otomobil sahibi olmasına olanak sağlamıştır. Türk sinemasında bu dönem üst segment otomobillerle temsil edilmiş, otomobilin modelinden ziyade konforu ve biçimsel değişikliği filmlerde yer almıştır. Ayrıca bu dönemde spor, zırhlı, siyah veya kırmızı renk tercihli otomobiller ön plana çıkmıştır. Otomobillerin orijinal hallerine müdahale edilmiş dış görünüş ve bazı teknik özellikler kişinin isteklerine göre yeniden tasarlanmıştır¹¹.

Türk filmlerinde yer alan bir diğer ulaşım aracı ise 1965'lerde ortaya çıkan 70'lerde yaygınlaşan minibüslerdir. Şehir merkezinin çevresi ile olan mesafesinin büyümesi ve şehir nüfusundaki artış toplu taşıma araçlarına duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Minibüsler genelde alt gelir düzeyine sahip mahallelere hizmet götüren bir araç olarak sunulmuştur. Şehir merkezi ile gecekondular arasındaki ulaşım minibüslerle sağlanırken, şehir insanı ve gecekondular arasındaki köprü görevini de bu araç üstlenmiştir. Dolayısıyla minibüs sahibi, orta veya çoğunlukla düşük gelirli nüfusu barındıran mahallelerde itibar sahibi olmuştur. Türk toplumunda minibüsün

¹⁰ “Sarı Mercedes”, Adalet Ağaoğlu'nun 1970 yılında kaleme aldığı *Fikrimin İnce Gülü* romanının sinemaya uyarlanmış halidir (Güral, 2013, s. 72).

¹¹ Türkiye'de otomobillerin bu değişiminde küresel şirketlerin sektör üzerinde belirledikleri politikaların etkili olduğu görülmektedir. Rob Cohen'nin yönetmenliğini yaptığı 2001 yapımı “*The Fast and The Furious* (Hızlı ve Öfkeli)” adlı seri filmde ise yasadışı sokak yarışı teması üzerinden farklı otomobil modellerinin kişilerin isteklerine göre yeniden nasıl şekillendirildiği ve modifiyeli otomobillere dönüştürüldüğü gösterilmiştir. Bu filmin etkisiyle Türkiye'deki birbirinden farklı model otomobiller modifiye edilmiştir (Ülkebaş, 2012, s.49-50).

yerini ve önemini sinemadan seçilen birkaç örnekle açıklamak yararlı olacaktır. Kartal Tibet'in yönetmenliğini yaptığı 1978 yılı yapımı *Sultan* filminde bir gecekonduunun gündelik yaşamı ve buradaki kişilerin alt statü göstergeleri filmin ana temasını oluşturur. Filmde bu mahallede yaşayan dört çocuklu Sultan (Türkan Şoray) ile minibüs şoförü ve muhtarın oğlu olan Kemal'in (Bulut Aras) arasındaki ilişki ele alınırken, tembel ve çalışmaya yüzü olmayan Kemal'in minibüsten ve babasından kazandığı itibarla mahallede boy göstermesi işlenmiştir. Yine 1982 yapımı Sinan Çetin'in yönetmenliğini yaptığı *Çiçek Abbas* filminde benzer bir tablo görmek mümkündür. Şakir'in (Şener Şen) muavini Abbas'ın (İlyas Salman) kırmızı renkli 78 model Ford marka minibüs almasıyla, mahalle erkânı tarafından Şakir'le aynı statüde kabul görmesi, o dönem toplumda minibüs-statü ilişkisini değerlendirmek açısından önemlidir (Güneş, 2012). Zeki Alasya'nın yönetmenliğini yaptığı 1977 yapımı *Aslan Bacanak* adlı filmde mahallede iki minibüs şoförünün mücadelesi ve rekabeti anlatılmakta, yukarıda verilen iki örnekte olduğu gibi bu filmde de minibüs şoförleri mahallede itibar görmektedir.

Otomobil ve minibüsler şehirlerin gelişmesi ve şehirli nüfusun artışı ile ortaya çıkmıştır. Filmlerde özellikle İstanbul mekân olarak ele alınarak bu araçlara yer verilmiştir. Türk sinemasında demiryolu ise 1960'larda olduğu gibi 1970'li yıllarda da kır ile kent arasındaki bağı koruyan ulaşım aracı olmaya devam etmiştir. Demiryolu ve tren temaları kırsal yerleşmelerden kentlere göçün vazgeçilmez aracı, fakir halkın umudu ve emek gücüdür. Tren, Anadolu toplumunun sosyolojik, psikolojik, ekonomik ve kültürel boyutunu filmlere yansıtan önemli bir simgedir. Bu simge 1960'larda çoğunlukla Haydarpaşa Garı ile sınırlı iken, 1970'li yıllardan sonra trenin uğradığı bir Anadolu kasabası, gar binası ve istasyon olmuştur. Demiryolu ve onun etrafında gelişen bir kültür söz konusudur. Türk filmlerinde Türkiye'de gar binaları, istasyondaki evler, bekleme salonları ve sergi alanları ile geniş bir kullanım alanı sunan demiryolu ve burada çalışan işçiler kanaatkâr bir görüntü ile sunulurlar.

Türk sinemasında tren, demiryolu ve demiryolu işçilerini daha iyi anlamak için konuyu birkaç örnekle açıklamak toplumsal yapının sorunlu yüzünü analiz etmek açısından önemlidir. İlk örnek yönetmenliğini Zeki Ökten'in yaptığı 1978 yapımı *Sürü* filmidir. Film, kırsal alandan kente geçişi konu alan, insanların umutlarına, fedakârlıklarına değinen ve Anadolu'nun ihmal edilmiş yönlerinin manzaralarını sunan önemli bir filmidir. Kurtalan Ekspresi ile yola çıkan bir aşiret reisi ve ailesinin sahibi olduğu koyun sürüsü ile aynı trende seyahat edişi ironik biçimde filmde anlatılmış, Anadolu'nun fakirliği bir trenin penceresinden izleyiciye sunulmuştur. İkinci örnek yönetmenliğini Yavuz Özkan'ın yaptığı 1979 yapımı *Demiryol* adlı filmidir. Bu film demiryolu işçilerinin grevlerini emek gücünün temsili olarak işlemiş ve filmde Haydarpaşa Garı ve çevresi mekân olarak sıkça

gösterilmiştir. Filmde, demiryolu değişen Türk siyasetinde önemli bir obje olarak kullanılmıştır. Diğer bir örnek de Kartal Tibet'in yönetmenliğini yaptığı 1986 yapımı *Milyarder* filmidir. Mesudiye kasabasında tren şefliği yapan ve mütevazı bir yaşamı olan Mesut'un (Şener Şen) değişen hayatı filmde konu olarak işlenirken, bir demiryolu şefinin düşük geliri ve trenle seyahat edenlerin orta veya alt gelir sahibi olması, trenin yük taşımacılığındaki rolü de filmde ele alınmıştır. Son olarak verilen bu örneklerle karşın son yıllarda ülkemizde demiryoluna yönelik yatırımların hızla artması ve yüksek hızlı demiryolu projelerinin hayata geçirilmiş olması sebebiyle yakın dönemde Türk sinemasında yeni demiryolu mekânlarının ve trenlerin birer modernite metaforu olarak sunumunun da olası olduğu hatırlatılmalıdır.

4. SONUÇ

Bu çalışmada bir toplumsal dönüşüm unsuru olarak ulaşım araçlarının Türk sinemasındaki yansımaları seçkisiz örnekleme (Random sampling) yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada çoğunlukla gömülü şekilde ulaşım objelerinin sergilendiği düşünülen ve tesadüfi örneklem yoluyla seçilen Türk filmleri üzerinden konu tartışılmaya çalışılmış ve yabancı filmlerle de tartışma desteklenmiştir. Buna göre çalışmada ülkelerin teknolojik, ekonomik, kültürel ve sosyal değerlerinin politik bağlamda topluma aktarımında dünyanın en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan sinemanın büyük bir endüstri oluşturduğu üzerinde durulmuş, bu endüstrinin bazen devletlerin bazen de küresel şirketlerin ürünlerini tanıtmada etkili olduğundan söz edilmiştir.

Cumhuriyet öncesi süreçte ve Cumhuriyetin ilk yıllarında Türk sinemasının kısa gelişiminin değerlendirildiği çalışma 1950-1970 aralığı ile 1970'den günümüze kadar geçen süre bandında, iki ana başlıkta incelenmiştir. Araştırmada 1950'lerde yaşanan küresel politikarlardan Türkiye'nin de etkilendiği, Marshall planlarının kabul edildiği, devamında Amerikan otomobillerin Türk piyasasında ve sinemasında görünürlüğünün arttığı tespit edilmiştir. 1960'lardan sonra ülkedeki hızlı nüfus artışının toplu taşıma araçlarını gerekli kıldığı, dolmuş taksilerin sinemada yerini hemen aldığı, bu dönemde demiryolu ulaşımının da Anadolu'dan çıkışın umut kapısı olan Haydarpaşa Garı üzerine yoğunlaştığı belirlenmiştir. Çalışmada, Türkiye'nin ilk yerli otomobili "*Anadol*"a filmlerde yer verildiği, ancak yabancı otomobillerin sinema üzerindeki etkilerinin daha yoğun olduğu ve bu araçların reklam boyutunda da filmlerde yer aldığı gözlemlenmiştir. Türk sineması üzerinden otomobillerin Türk toplumu için nasıl bir statü belirleyicisi olduğuna yer verilmiştir.

Çalışmada 1970'lerde değişen ulaşım ve sinema algısı tartışılmış, ülke politikaları ve bunun sinemadaki kullanımının toplum üzerindeki yansımaları ele alınmış, özellikle petrol krizinden ve ABD ambargosundan

sonra filmler üzerinden yerli otomobillerin özendirilmeye çalışıldığı konusuna değinilmiştir. Yine bu dönem Almanya'ya giden nüfusun otomobil ile köyüne dönüşü ve böylelikle statü kazanmasının sinemada yer bulduğu gözlenmiştir.

1990'lar da ise otomobil pazarının hem küresel hem de bölgesel ölçekte büyümesi ve otomobil modellerindeki değişim filmlerde de ele alınmıştır.

Türk sinemasında önemli bir obje olarak yer alan tren ve demiryolları ise son yıllardaki demiryolundaki teknolojik gelişmeler dikkate alınmadığında, kırsal yerleşmelerden kentlere göçün vazgeçilmez aracı, fakir halkın umudu, emek gücü ve bir kültürdür.

Sonuç itibariyle Türk sinemasında yer bulan ulaşım araçları toplumsal dönüşümleri analiz etme açısından önem taşır. Türk sinemasında otomobil ve minibüsler şehirleri, trenler daha çok kırsalı temsil eden birer sembol olarak filmlerdeki yerlerini almıştır.

KAYNAKLAR

- Akbulut, G. (2007). Sivas İlinin Başlıca Nüfus Coğrafyası Özellikleri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31 (1), 83-100.
- Akbulut, G. (2010). *Siyasi Coğrafya Açısından Türkiye Demiryolu Ulaşımı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Arvas, T. (2016). *100 Otobiyografi*. İstanbul: Ağaçkakan Yayınları.
- Aydın, D. ve Orta, N. (2009). Sinemanın Reklam Aracı Olarak Kullanımı 'Türk Filmlerinde Marka Yerleştirme Uygulamaları'. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (36), 7-23.
- Balasubramanian, S. K., Karrh, J. A. & Patwardhan, H. (2006). Audience Response To Product Placements: An Integrative Framework and Future. *Journal of Advertising*, 35 (3), 115-141.
- Bayrakdar, M. (2015). *1980'lerde Türkiye'de Sosyoekonomik Sorunların Türk Güldürü Sinemasına Yansımaları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Boran, T. (2015). Erken Cumhuriyet Dönemi'nde Taşrada Sinema Seyri: Çankırı Örneği. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (41), 257-276.
- Clarke, D. (2007). Women on Wheels: Athreat at yesterday's order of things. In *Driving Women: Fiction and Automobile Culture in Twentieth-Century America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Çingay, B. (2009). Automobility in Turkey: A Critical Evaluation of Turkish Automobile Production. *Zaytoon*, 1, 132-147.
- Doğanay, H. (2014). *Türkiye Beşerî Coğrafyası*. Ankara: Pegem Yayıncılık.

- Erkılıç, H. (2011). Sinema Politikaları Çerçevesinde Filmlere Sağlanan Devlet Desteği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 57-71. <http://dergipark.gov.tr/iuifd/issue/22859/244084>, 25.05.2017.
- Güler, G. (2010). *Sinemada Ürün Yerleştirme 1995-2010 Yılları Arasında Çekilmiş Türk Komedi Filmlerinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Güneş, S. (2012). Türk Toplumunu ve Otomobil. *SDÜ Fen –Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 213-230.
- Güral, U. (2013). Dış Göç Olgusu Bağlamında ‘Otobüs’ Filminin İncelenmesi. *Akdeniz Sanat Hakemli Dergi*, 1 (2), 69-79. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/akdenizsanat/article/view/1103000381>. 24.05.2017.
- Hogan, M. J. (1987). *The Marshall Plan: America, Britain and the Reconstruction of Western Europe 1947-1952*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hürriyet Gazetesi*. 20 Ocak 2002, Reklamların İstasyonu.
- Karahanoglu, I. (2007). *1950-1970 Yılları Arasında Türk Sinemasının Temel Özelliklerinin Oluşmasını Sağlayan Toplumsal, Ekonomik, Siyasi, Kültürel Etkenler ve Bunların Türk Sinema Tarihindeki Yeri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sinema TV Ana Sanat Dalı, İstanbul.
- Kaynak, M. (1995). Otoyollar (Ocak 1995 Dosyası). *Asomedyâ, Ankara Sanayi Odası Aylık Yayın Organı*, 25-40.
- Moran, A. (1996). Film, “Hollywood, national cinema, cultural identity and film policy”, In A. Moran, (Ed.), *Film Policy: International, National and Regional Perspectives*. The UK: Routledge.
- Önder, S. ve Baydemir, A. (2005). Türk Sinemasının Gelişimi (1895-1939). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 113- 135.
- Özgüç, A. (1993). *100 Filimde Başlangıçtan Günümüze Türk Sineması*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Özön, N. (1995). *Karagözden Sinemaya Türk Sineması ve Sorunları 1. Cilt (Tarih, Sanat, Estetik, Endüstri-Ekonomi)*. İstanbul: Kitle Yayınları.
- Özön, N. (2010). *Türk Sinema Tarihi (1896-1960)*. İstanbul: Doruk Yayınları.
- Öztürk, S. (2009). ‘Kültür Emperyalizmi’ ve ‘Modernleşme’ Kuramları Açısından Türkiye’de Sinema Üzerine Notlar (1896-1939). *Kebikeç*, (27), 157- 182.
- Price, B. H. (1955). *The Marshall Plan and Its Meaning*. New York: Cornell University Press,
- Ryan, M. ve Kellner, D. (2010). *Politik Kamera (Çağdaş Hollywood Sinemasının İdeolojisi ve Politikası)*. (E. Özsayar, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Schmitt, H. A. (1962). *The Path to European Union, from the Marshall Plan to the Common Market*. Baton Rouge: Louisiana State University Press.
- Taşlıgil, N. (1999). *Türkiye Ulaşım Coğrafyası*. İstanbul: Kuşak Ofset Kitabevi.
- Tugen, B. (2014). 1960-1980 Darbeleri Arasında Türk Sinemasında Düşünce Oluşumu ve Filmlerin Sosyolojik Görünümleri. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 3 (7), 159-175.
- Ülkebaş, S.D. (2012). *Kullanım Pratikleri Bağlamında Ürün-Kullanıcı Etkileşimi: Türkiye’de Otomobil Dönüştürme Eylemleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Ürünleri Tasarımı Anabilim Dalı, İstanbul.

Ozan Özpay
Bir Toplumsal Dönüşüm Unsuru Olarak Ulaşım Araçlarının Türk Sinemasındaki Yansımaları
The Reflections of Transportation Vehicles in Turkish Cinema as the Social Transformation Factor

Yüksel Akıncı, N. A. (2015). Kültürel Bir Ürün Olarak Türkiye’de Sinema Filmlerinde Okul, Öğretmen ve Öğrenci Temsilleri. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), 1-17.

İnternet Kaynakları

03 Nisan 2017, <https://www.google.com.tr/search?q=gurbet+kuşları+afiş&tbm>
03 Nisan 2017, <http://www.tsa.org.tr/tr/film/filmgoster>
04 Nisan 2017, <https://www.google.com.tr/search?q=küçük+hanımın+şöförü+afiş>
04 Nisan 2017, <https://www.google.com.tr/search?q=küçük+hanım+avrupada+afiş7>
25 Nisan 2017, <https://www.youtube.com/watch?v=34QE-r4JszM>