

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

**CUMHURİYET DEĞERLERİNİN BANKALARIN REKLAM
FİLMLERİ ÜZERİNDEN MİLLİ KİMLİK VE TOPLUMSAL
HAFIZA AÇISINDAN ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESRA KAYAPINAR

KOCAELİ 2024

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

**CUMHURİYET DEĞERLERİNİN BANKALARIN REKLAM
FİLMLERİ ÜZERİNDEN MİLLÎ KİMLİK VE TOPLUMSAL
HAFIZA AÇISINDAN ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Esra KAYAPINAR

Prof. Dr. Mustafa YILMAZ

KOCAELİ 2024

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

**CUMHURİYET DEĞERLERİNİN BANKALARIN REKLAM
FİLMLERİ ÜZERİNDEN MİLLÎ KİMLİK VE TOPLUMSAL
HAFIZA AÇISINDAN ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Esra KAYAPINAR

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 13.12.2024-41

Jüri Başkanı : Prof. Dr. Mustafa YILMAZ

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Banu KÜÇÜKSARAÇ

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Emine KOYUNCU

KOCAELİ 2024

ÖNSÖZ

Tez çalışmam süresince bilgi ve deneyimiyle bana rehberlik eden değerli danışmanım Prof. Dr. Mustafa YILMAZ’a teşekkürlerimi sunarım. Tez savunmamda yapıcı eleştirileriyle çalışmamı zenginleştiren jüri üyem Prof. Dr. Emine KOYUNCU’ya teşekkür ederim. Bu süreçte akademik katkılarının yanı sıra manevi desteğiyle beni yüreklendiren değerli jüri üyem Doç. Dr. Banu KÜÇÜKSARAÇ’a şükranlarımı sunuyorum.

Desteğini esirgemeyen değerli hocam Arş. Gör. Ahmet Talha AĞCA’ya teşekkür ederim. İhtiyaç duyduğum her an yanımda olan, bilgi birikimi ve motivasyonu bu süreci daha anlamlı kılan Mustafa ÇOKYAŞAR’a teşekkür ederim.

Hayatımın her aşamasında olduğu gibi bu süreçte de yanımda olan, sevgileri ve destekleriyle bana güç veren canım anneme ve ablama gönülden teşekkür ederim. Bu çalışmanın tamamlanmasında emeği geçen herkese sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ÖZ.....	v
ABSTRACT	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ.....	vii
TABLO LİSTESİ	viii
GÖRSEL LİSTESİ	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’NİN ULUS-DEVLET OLMA SÜRECİ VE TOPLUMSAL HAFIZANIN İNŞASI

1.1. ULUS VE ULUS-DEVLET	3
1.1.1. Ulus Kavramı	3
1.1.2. Ulus Devlet Kavramı.....	5
1.1.3. Ulus Devlet Unsurları	8
1.1.4. Ulus Devlet ve Kapitalizm	10
1.2. MİLLÎ KİMLİK.....	13
1.2.1. Millî Kimlik Kavramı	13
1.2.2. Millî Kimlik Unsurları	13
1.3. TOPLUMSAL HAFIZA.....	15
1.3.1. Toplumsal Hafıza ve Kimlik	16
1.3.2. Toplumsal Hafıza ve Kültür.....	17
1.3.3. Toplumsal Hafıza ve Medya	18
1.4. TÜRKİYE’NİN ULUS-DEVLET OLARAK DOĞUŞU VE SONRASI	19
1.5. TÜRKİYE’NİN 1980 SONRASI SERBEST PİYASA EKONOMİSİNE GEÇİŞİ.....	31
1.5.1. 24 Ocak Kararları	32
1.5.2. 12 Eylül 1980 Askeri Darbe Dönemi.....	34
1.5.3. Serbest Piyasa Ekonomisine Geçiş ve Özal Dönemi	36
1.5.4. 1990 Sonrası Dönem: Doğru Yol Partisi İktidarı ve Refahiyol Hükümeti Dönemi.....	40
1.5.5. 2000’li Yıllarda Türkiye: Tüketime Dayalı Değerlerin Baskın Hale Gelişi .	43

İKİNCİ BÖLÜM

CUMHURİYET DÖNEMİNDE SİYASET, DEĞER VE EKONOMİ İLİŞKİSİ: TÜKETİMİN LOKOMOTİFİ OLARAK BANKALAR

2.1. SİYASAL DEĞERLER.....	46
2.2. SİYASAL İLETİŞİM.....	49
2.3. SİYASAL REKLAM	52
2.4. TÜKETİME İLİŞKİN DEĞERLER.....	56
2.5. DEĞER AKTARIM ARACI OLARAK BANKALAR.....	59
2.6. CUMHURİYET DÖNEMİ TÜRK BANKACILIĞI.....	62

2.6.1. Kamu Bankalarının Kurulduğu Dönem	62
2.6.2. Özel Bankacılığa Geçiş Dönemi	65
2.7. ZİRAAT BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	66
2.7.1. Cumhuriyet Dönemi Öncesi Ziraat Bankası	66
2.7.2. Cumhuriyet Döneminde Ziraat Bankası.....	68
2.7.2.1. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Ziraat Bankası	69
2.7.2.2. Çok Partili Dönemde Ziraat Bankası	70
2.7.2.3. Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde Ziraat Bankası.....	72
2.8. İŞ BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	74
2.8.1. Cumhuriyetin İlk Yıllarında İş Bankası	74
2.8.2. Çok Partili Dönemde İş Bankası	77
2.8.3. Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde İş Bankası.....	78
2.9. HALK BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ.....	79
2.9.1. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Halk Bankası	79
2.9.2. Çok Partili Dönemde Halk Bankası	80
2.9.3. Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde Halk Bankası	80

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

CUMHURİYET DEĞERLERİNİ İÇEREN REKLAM FİLMLERİNİN GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİYLE ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	83
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	83
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	83
3.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	84
3.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	85
3.6. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ	86
3.7. BULGULAR.....	87
3.7.1. Ziraat Bankası'nın 1986 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	87
3.7.2. Ziraat Bankası'nın 2007 Yılından Yayınlanan Reklam Filmi	94
3.7.3. Ziraat Bankası'nın 2015 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	101
3.7.4. Ziraat Bankası'nın 2023 Yılından Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi	110
3.7.5. İş Bankası'nın 1986 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	121
3.7.6. İş Bankası'nın 1999 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	128
3.7.7. İş Bankası'nın 2018 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	132
3.7.8. İş Bankası'nın 2023 Yılında Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi	140
3.7.9. Halk Bankası'nın 1987 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	148
3.7.10. Halk Bankası'nın 1999 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	152
3.7.11. Halk Bankası'nın 2017 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi	156
3.7.12. Halk Bankası'nın 2023 Yılında Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi	164
SONUÇ.....	172
KAYNAKÇA	175

ÖZ

Türkiye'nin tarihsel gelişim sürecinde ulus-devlet yapısının oluşumu, millî kimliğin şekillenmesi ve toplumsal hafızanın inşası, Cumhuriyet'in kuruluşuyla modern ulus-devlet ilkeleri doğrultusunda gerçekleşmiştir. 1980'de serbest piyasa ekonomisine geçiş ise hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal yapıda önemli dönüşümler yaşatmıştır. Bu süreçte bankalar, yalnızca ekonomik işlevleriyle değil, toplumsal değerlerin korunması ve aktarılması bakımından da stratejik bir rol üstlenmiştir. Bu bağlamda çalışma, Türkiye'nin 1980 sonrası serbest piyasa ekonomisine geçişiyle birlikte banka televizyon reklam filmlerinde Cumhuriyet değerlerinin, millî kimlik ve toplumsal hafıza üzerinden nasıl yansıtıldığını göstergebilimsel bir yöntemle incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, Ziraat Bankası, İş Bankası ve Halk Bankası'nın 1980-2023 yılları arasında yayınladıkları 12 televizyon reklam filmi analiz edilmekte, bu filmlerde Cumhuriyet değerlerinin hangi göstergeler aracılığıyla yansıtıldığını toplumsal hafıza ve millî kimlik üzerinden nasıl inşa ettikleri ortaya konulmaktadır. Araştırmada Saussure'un "gösteren" ve "gösterilen" kavramları ile Barthes'ın "düz anlam" ve "yan anlam" kavramlarına dayalı göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışma, Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçişinin Cumhuriyet değerlerine, millî kimliğe ve toplumsal hafızaya etkilerini analiz eden sınırlı akademik çalışmalardan biridir. Sonuç olarak, Cumhuriyet değerlerinin ekonomik kalkınma, modernleşme ve toplumsal refah gibi temalarla nasıl ilişkilendirildiğini ve bu değerlerin banka reklamlarında nasıl temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Bankalar, bu reklamlar aracılığıyla Cumhuriyet'in bağımsızlık, sanayileşme ve toplumsal adalet ideallerine vurgu yaparak toplumsal hafızayı pekiştirme ve milli kimliği güçlendirme işlevi görmektedir.

Anahtar Kelimeler: Cumhuriyet değerleri, Millî Kimlik, Toplumsal Hafıza, Serbest Piyasa Ekonomisi, Göstergebilim

ABSTRACT

The formation of the nation-state structure, shaping of national identity, and construction of social memory in Turkey's historical development process were realized in line with the principles of the modern nation-state with the establishment of the Republic. The transition to a free market economy in 1980 created significant transformations in both economic development and social structure. In this process, banks assumed a strategic role not only with their economic functions but also in terms of preserving and transmitting social values. In this context, the study aims to examine, through a semiotic method, how Republican values are reflected through national identity and social memory in bank television commercials following Turkey's transition to a free market economy after 1980. The research analyzes 12 television commercials broadcasted by Ziraat Bank, İş Bank, and Halk Bank between 1980-2023, revealing how they construct Republican values through social memory and national identity via various indicators. The study employs a semiotic analysis method based on Saussure's concepts of "signifier" and "signified" and Barthes' concepts of "denotation" and "connotation". This work is one of the limited academic studies analyzing the effects of Turkey's transition to a free market economy on Republican values, national identity, and social memory. In conclusion, this research demonstrates how Republican values are associated with themes such as economic development, modernization, and social welfare, and how these values are represented in bank advertisements. Through these advertisements, banks function to reinforce social memory and strengthen national identity by emphasizing the Republic's ideals of independence, industrialization, and social justice.

Keywords: Republican values, National Identity, Social Memory, Free Market Economy, Semiotics.

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKP	: Ak Parti
ANAP	: Anavatan Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
CICA	: Milletlerarası Zirai Kredi Konfederasyonu
DP	: Demokrat Parti
DSP	: Demokratik Sol Parti
DTP	: Demokrat Türkiye Partisi
DYP	: Doğru Yol Partisi
GSMH	: Gayri Safı Milli Hasıla
IMF	: Uluslararası Para Fonu
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsleri
par.	: Paragraf
RP	: Refah Partisi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
ss.	: Sayfa sayıları
t.y.	: Tarihi yok
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TDK	: Türk Dil Kurumu
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TRT	: Radyo ve Televizyon Kurumu
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
YTP	: Yeni Türkiye Parti

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	88
Tablo 2: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'a Göre Göstergebilimsel Analizi	88
Tablo 3: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	91
Tablo 4: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	92
Tablo 5: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	94
Tablo 6: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	95
Tablo 7: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-00.59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	97
Tablo 8: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-00.59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	98
Tablo 9: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi....	102
Tablo 10: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	103
Tablo 11: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 01:35-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi....	107
Tablo 12: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 01:35-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	108
Tablo 13: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	110
Tablo 14: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	111
Tablo 15: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	114
Tablo 16: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	117
Tablo 17: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	122
Tablo 18: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	122
Tablo 19: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	124

Tablo 20: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	125
Tablo 21: 1999 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	128
Tablo 22: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	129
Tablo 23: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	132
Tablo 24: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	133
Tablo 25: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	136
Tablo 26: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	137
Tablo 27: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	140
Tablo 28: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	141
Tablo 29: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	144
Tablo 30: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	145
Tablo 31: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	148
Tablo 32: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	149
Tablo 33: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	152
Tablo 34: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	154
Tablo 35: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	156
Tablo 36: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	157
Tablo 37: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	160
Tablo 38: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi	161
Tablo 39: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi	164

Tablo 40: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	165
Tablo 41: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes’e Göre Göstergebilimsel Analizi	168
Tablo 42: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi.....	169



GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	87
Görsel 2: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	91
Görsel 3: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	94
Görsel 4: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-01.09 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	97
Görsel 5: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	101
Görsel 6: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 01:45-01:58 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	107
Görsel 7: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitleri	110
Görsel 8: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitleri	114
Görsel 9: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	121
Görsel 10: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	124
Görsel 11: 1999 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	128
Görsel 12: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	132
Görsel 13: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:47-01:13 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	135
Görsel 14: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın 29 Ekim Adlı Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitleri	140
Görsel 15: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın 29 Ekim Adlı Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitleri	143
Görsel 16: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	148
Görsel 17: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitleri.....	152
Görsel 18: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın “Halk Adını Taşımak” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitleri	156

Görsel 19: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Halk Adını Taşımak” Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitleri 160

Görsel 20: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Kesitleri ... 164

Görsel 21: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitleri ... 168



GİRİŞ

Türkiye'nin modernleşme süreci, tarihsel ve ekonomik dönüşümlerle şekillenmiş, özellikle Cumhuriyet'in ilanından sonra ulus-devlet yapısının inşası önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu süreçte millî kimlik ve Cumhuriyet değerleri, toplumsal hafızayı ve aidiyet duygusunu oluştururken, 1980 sonrası serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte, bu değerler ekonomi ve bankacılık sektöründe de yeni bir yansıma bulmuştur.

Birinci bölümde, Türkiye'nin ulus-devlet oluşumu, millî kimlik ve toplumsal hafıza kavramları detaylı bir şekilde ele alınmakta ve Türkiye'nin 1980 sonrası serbest piyasa ekonomisine geçiş süreci kapsamlı biçimde incelenmektedir. Ulus-devletin tarihsel gelişimi, Fransa Devrimi ve Westphalia Barış Antlaşması gibi önemli dönüm noktalarına dayandırılarak açıklanmaktadır. Ayrıca, milliyetçilik ve toplumsal hafızanın bireyler arasında aidiyet duygusunu nasıl inşa ettiği değerlendirilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'ndan Cumhuriyet'e geçiş sürecinde, Tanzimat Dönemi'nden itibaren şekillenen Osmanlıcılık, İslamcılık ve Türkçülük gibi kimlik arayışlarının Cumhuriyet ile modern ulus-devlet yapısına dönüştüğü belirtilmektedir. 1980 sonrası dönemde ise, 24 Ocak Kararları ve Turgut Özal'ın reformları ile Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçiş süreci açıklanmaktadır. Bu süreçte ekonomik kalkınma sağlanmış olsa da enflasyon ve gelir dağılımındaki dengesizlikler gibi sorunların ortaya çıktığına dikkat çekilmektedir. Son olarak, Türkiye'nin tarihsel ve ekonomik dönüşümleri, ulus-devlet, millî kimlik ve toplumsal hafıza kavramları perspektifinde ele alınmaktadır.

İkinci bölümde, siyasal değerler, siyasal iletişim, siyasal reklam, tüketime ilişkin değerler ve bankaların değer aktarımındaki rolleri ile Cumhuriyet dönemi Türk bankacılık tarihi ele alınmaktadır. Siyasal değerler, bireylerin siyasal tutumlarını şekillendiren faktörler üzerinden incelenirken, siyasal iletişim, toplum ve siyaset arasındaki etkileşim süreci olarak ele alınmaktadır. Siyasal reklamlar, partilerin seçmenleri ikna etme stratejilerini konu alırken, tüketime ilişkin değerler ise bireylerin tüketim tercihlerini etkileyen toplumsal ve bireysel değerler üzerinden değerlendirilmektedir. Bankaların ekonomik işlevlerinin ötesinde, toplumsal değerlerin korunması ve aktarılmasındaki rolü de yer verilmektedir. Ziraat Bankası ve

İş Bankası Cumhuriyet'in kuruluşundan, Halk Bankası ise kurulduğu tarihten itibaren ekonomik kalkınma ve toplumsal değerlerin yayılmasında stratejik roller üstlenmiştir.

Tezin son bölümünde Türkiye'nin 1980 yılında serbest piyasa ekonomisine geçişi ile bankaların televizyon reklam filmlerinde Cumhuriyet değerlerinin, millî kimlik ve toplumsal hafıza bağlamında nasıl yansıtıldığını göstergebilimsel bir analizle incelenmektedir. Bu bağlamda, 1980 sonrası dönemde banka reklamlarının Cumhuriyet değerlerini hangi göstergelerle simgelediği, millî kimlik inşasını desteklemek amacıyla hangi Cumhuriyet değerlerine vurgu yaptığı, toplumsal hafızayı inşa etmek veya güçlendirmek amacıyla hangi tarihsel veya kültürel anları canlandırdığı ve Cumhuriyet değerlerinin ekonomik kalkınma, modernleşme ve toplumsal refah söylemleriyle nasıl ilişkilendirildiği sorularına yanıt aranmaktadır. Bu çalışma, Türkiye'nin ekonomik serbestleşme sürecinin Cumhuriyet değerlerinin kavranmasına yönelik önemli bir katkı sunarak, bankacılık reklamlarının ideolojik içeriği ve millî kimlik inşasındaki rolünü derinlemesine göstergebilimsel olarak incelemektedir. Araştırmada nitel göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak, Saussure'un "gösteren" ve "gösterilen" kavramları ile Barthes'ın "düz anlam" ve "yan anlam" kavramları çerçevesinde millî kimlik, toplumsal hafıza ve Cumhuriyet değerleri analiz edilmiştir. Araştırma, Ziraat Bankası, İş Bankası ve Halk Bankası'nın 1980-2023 yılları arasında yayınladıkları, Cumhuriyet değerlerine odaklanan 12 televizyon reklam filmi ile sınırlandırılmıştır. Ziraat Bankası Cumhuriyet'in ilanından önce, Halk Bankası ve İş Bankası Cumhuriyet'in ilanından kısa bir süre sonra kurulmuştur. Bu bankaların hem Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında uzun vadeli roller üstlenmeleri hem de toplumsal hafıza ve millî kimliğin taşıyıcıları olmaları, araştırma kapsamına dahil edilmelerinin temel gerekçesini oluşturmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE’NİN ULUS-DEVLET OLMA SÜRECİ VE TOPLUMSAL HAFIZANIN İNŞASI

1.1.ULUS VE ULUS-DEVLET

16. yüzyılın başlarında Batı Avrupa’da şekillenmeye başlayan ve 18. yüzyılın sonlarında olgunlaşan ulus-devlet, Yeni Çağ ile ortaya çıkmıştır (Erkiş, 2013, s. 59). Ortak değer yargılarının oluşabilmesi için insan topluluklarının uzun süre bir arada yaşaması gerekmektedir. Bu ortak değerlerin oluşumu ulusallaşma sürecinin de temelini oluşturmaktadır. Ulusallaşmayı başaran toplumlar ise siyasal olarak teşkilatlanabilir, kendilerini yönetebilir vaziyete geldiklerinde ulus-devlet kurabilmektedir (Çeçen, 2020, s. 196). Bu noktada uluslar, bu yapısal düzenin temelini oluşturmaktadır (Çuhadar, 2009, s. 203). Bu başlık altında ulus ve ulus-devlet kavramları ele alınmış ve bu kavramlara ait fikirlere yer verilmiştir.

1.1.1. Ulus Kavramı

Lâtince’de doğum anlamına gelen “nasci” kelimesinden türeyen ulus kelimesin kökenleri 13. yüzyıla dayanmaktadır. Kelime zamanla “nation”a dönüşerek aynı yerde doğup bir araya gelen insanları tanımlamak için kullanılmıştır. Bu bağlamda ulus kelimesi özgün kullanımıyla siyasi bir anlam taşımamakta olup, insan soyu ya da ırksal bir grubu ifade etmek için kullanılmaktadır. 18. yüzyıla gelindiğinde ise Fransa’da Jakobenlere karşıt bir papaz olan Augustin Barruel, “Milliyetçilik” terimini ilk kez basılı bir metinde kullanmıştır. Anderson’a göre de 18. yüzyıl yalnızca milliyetçiliğin ortaya çıktığı bir dönem değil, aynı zamanda din temelli düşüncelerin de azalmaya başladığı bir dönem olmuştur. Bu gelişmenin ardından 19. yüzyılın ortalarına gelindiğinde yaygın bir şekilde siyasî bir hareket olarak kabul görmeye başlayan milliyetçilik, son iki yüzyılda tarihi yeniden şekillendiren önemli bir kavram olmuştur (Anderson, 1995, s. 25; Heywood, 2013, s. 161).

Öte yandan Türk Dil Kurumu’na (TDK) göre ulus ile millet kelimeleri eş anlamlıdır ve “*çoğunlukla aynı topraklar üzerinde yaşayan, aralarında dil, tarih, duygu, ülkü, gelenek ve görenek birliği olan insan topluluğu*” şeklinde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu | Sözlük, t.y.-a). İbranice’den Arapça’ya daha sonra da Türkçe’ye geçmiş bir kelime olan Millet, Arapça’da “*Allah’ın sözü etrafında*

toplanan” anlamına gelmektedir ve 19. yüzyıl öncesine kadar Osmanlı’da Ermeni Milleti, Katolik Milleti gibi tabirlerle dini toplulukları ifade etmek için kullanılmıştır. 19. yüzyıl itibarıyla da Arapça kökenli millet kavramıyla birlikte Fransızca-Latin menşeli nation kavramı yayılmış ve Osmanlı’da millet kavramının dönüşümüne yol açmıştır (Ortaylı, 2008, ss. 449-450). Cumhuriyet’in ilan edilmesinin ardından Harf İnkılâbı’nın gerçekleşmesiyle millet kelimesinin yerine nation kelimesinin karşılığı olarak ulus kelimesi kullanılmaya başlanmıştır (Özberk, 2019, s. 16).

Heywood’a göre ulus kavramı, toplumların kültürel ve siyasal karakteristikleri referans alınarak tanımlandığından subjektif ve objektif özellikler bir arada olabilmektedir. Bu nedenle de ulus kavramını tanımlanmasının zorluğuna dikkat çekerek objektif anlamda ulusu, kültürel bir varlık olarak nitelendirmiş ve “*aynı lisanı konuşan, aynı dine sahip ve ortak bir geçmişle bağlı olan halk toplulukları*” şeklinde tanımlamıştır (2017, s. 150).

Gellner, insanların aynı kültürü paylaşımları durumunda belirli bir ulusun oluşabileceğini belirtmektedir. Burada bahsedilen kültür, düşünce, işaretler, çağrışım, davranış ve iletişim biçimi gibi unsurlar içermektedir. Ayrıca insanların aynı ulustan olduğunu söyleyebilmek için kişilerin mensubu olduğu ulusu kabul etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda insanların kendi inanç, bağlılık ve dayanışmaları sonucu ulusun ortaya çıktığı görülmektedir. Kısacası, bir ülkenin vatandaşları veya ortak bir dili konuşan insanlar, ancak mensubu olduğu grupta hak ve görevlerini kabul ettikleri takdirde bir ulus olabilmektedir. (1992, s. 28).

Habermas, ulusal bilinç ile toplumun tüm bireylerinin aynı kalıpta şekillendirilmeye çalışılmadığını belirtmektedir. Birbirlerinden farklı tüm değerler, yapısal olarak benzer bir şekilde bir araya gelmesiyle kültürel bir bütün ortaya çıkmaktadır. Bu değerler insanların doğumdan sonra edindiği alışkanlıklar, davranışlar ve eğilimleri ile ilgilidir. Diğer bir ifade ile ortak ve çeşitli kültürel değerlerin bir araya gelmesi sonucu ulus tamamlanmaktadır. Bu bireyin toplumla arasında kurduğu aidiyet hissini göstermektedir (2002, s. 70). Ulusal bilinç, bireysel farklılıklara bakmaksızın ortak değerler, inançlar ve amaçlar üzerinden bireyleri bir araya getiren aktif bir süreçtir. Bu durum, bireysel farklılıkları koruma altına almakta ve toplumsal uyum için alt yapıyı oluşturmaktadır.

Ulus, belirli bir toprak parçası üzerinde iç devlet aygıtları ya da dış devletler aracılığıyla denetlenen ve gözetlenen, merkezi yönetime bağlı toplulukları tanımlamak için de kullanılmaktadır (Leca, 1998, s. 14). Bu açıdan ulus kavramı birbiriyle bağlantılı iki anlam içerdiğini söylemek mümkündür. İlk anlam ulus-devlet olarak ulusu, ikinci anlam ise devletin sınırlarında yaşamını devam ettiren vatandaşlar olarak ulusu ifade etmektedir (Billig, 2002, s. 35). Öte yandan ulus, geleneklerin, göreneklerin ve ayrıcalıkların yerine bütünleşmiş, aklın ilkelerine dayanan yasalarla dönüştürülmüş bir yapı sunduğundan çağdaş bir siyasal biçimdir (Touraine, 2002, s. 155).

Geçtiğimiz iki yüzyıl boyunca ulus, en yaygın siyasi yönetim birimi olmuştur. Bu nedenle de milliyetçilik dünyanın en etkili siyasi ilkesi olmuştur. Ulusun devamlılığını nitelendiren milliyetçilik kavramı, rastlantı sonucu insanların şekillendirdiği etnik unsurlar ile siyasal sınırların birbirleriyle bütünleşmesi olarak tanımlanmaktadır (Gellner, 1992, s. 20; Heywood, 2014, s. 119). Milliyetçilik, ulus-devletleri ayakta tutan bir ideolojik düşünce olarak, insanlık tarihinin en önemli başarılarından biri olarak görülmektedir (Billig, 2002, s. 33). Milliyetçilik düşüncesinin temelinde iki önemli husus bulunmaktadır. İlk olarak ulusla devletin toprak bütünlüğünün birbirini tamamlaması gerektiği, ikinci olarak ise ulusların kendi geleceğini belirleme hakkına (self-determination) sahip olmasıdır (Heywood, 2014, ss. 119-120). “Ulus Devlet Kavramı” başlığı içerisinde milliyetçilik kavrama daha ayrıntılı bir şekilde değinilmektedir.

1.1.2. Ulus Devlet Kavramı

İnsan gücünün doğa karşısında zayıf kalması, insanların doğuştan birbirine eşit yapıda olmaması, gücün kötüye kullanılmasıyla haksız durumların ortaya çıkması gibi durumlar insanları topluca yaşamaya teşvik etmiş, devlet denilen sosyal organizmanın ortaya çıkmasını sağlamıştır (Çeçen, 2020, s. 11). Weber’a göre devlet, kuralların uygulanması amacıyla fiziksel güç kullanma tekeline sahip kurumlaşmış siyasi birliklerdir (Weber, 2005, s. 30).

Ulus-devlet, “ulus” ve “devlet” kavramlarını içinde barındıran ve bu ikisinin kaynaşması sonucu, içte yöreler ve bölgelere, dışta ise papalık ve imparatorluğa karşı geliştirilmiş yeni bir siyasi örgütlenme şeklidir (N. Y. Erdoğan, 2017, s. 168). Birçok

araştırmacı 1648 yılında imzalanan Westphalia Barış Antlaşması'nı ulus-devletlerin başlangıcı olarak kabul etmektedir. Çünkü barış antlaşması imzalayan devletler aynı zamanda diğer ulus-devletlerin egemenliklerini resmi olarak tanımışlardır. Bu antlaşma ile yeni bir uluslararası siyasi düzene de girilmiştir (Erkiş, 2013, s. 26).

Westphalia Barış Antlaşması ile ortaya çıkan yeni düzen, Fransız Devrimi'nin de tetikleyicisi olmuştur. Fransız Devrimi ile yerel ve bölgesel ayrıcalıklara son verilmiştir. Ulusal egemenlik ilkesi benimsenerek merkezi devlet yönetimi anlayışına geçilmiştir. Çağdaşlaşmanın etkisiyle uluslar, kendi belirledikleri siyasetlerle ülkenin ve devletin kaderini değiştirmişlerdir. Devletler, ulusların liderliğinde ulusal egemenlik anlayışıyla yönetilmeye başlanmıştır. Batı Avrupa'nın emperyalist güçleri, ulusal devlet anlayışını kendi çıkarları doğrultusunda kullanmışlardır. Kurumsallaşarak, ulusallaşma sürecine hız vermişlerdir. Ulusallaşma ile topluluklar yaşamlarını sürdürdükleri kara parçalarını vatan olarak kabul etmişlerdir. Emperyalist güçler dünyanın her yerindeki sömürgelerini kendi devletlerine bağlayarak vatan kavramını öne çıkarmışlardır. Aynı tarihi süreçte vatan olgusu üzerinden bir araya gelen topluluklar ortak yaşam alanı üzerinden eşitlik ilkesi ile yönetilmişlerdir. Bu durum ulusallaşmayı hızlandırmıştır. Ulusal yapının doğuşu ve gelişmesi bireylerin dayanışmasıyla güç kazanmıştır. Fransız Devrimi, imparatorluk, monarşi, mutlakiyetçilik, soylular gibi birçok kavramın önemini yitirdiği bir yönetim anlayışı getirmiştir. Bu kavramların yerine ise yurttaşlık, cumhuriyet, ulus, bayrak, marş gibi birlikteliğe vurgu yapan kavramlar toplumsal alanda karşılık bulmaya başlamıştır (Anderson, 1995, s. 97; Çeçen, 2020, ss. 18-19).

Fransız Devrimi'nin ardından şekillenmeye başlayan modern devlet yapısı, yönetilen insanların tümünü kucaklayan bir toprak parçası olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bu devletler diğer toprak parçalarından belirgin sınır çizgileriyle ayrılmaktadır. Modern devlet yapısında ara yöneticiler ve özerk kuruluşlar sistemine gerek duyulmamakta ve politik düzlemde kendi halkı üzerinde doğrudan bir egemenlik ve yönetim söz konusudur. Bu devlet yapısında topraklarında yaşayan herkese aynı kurumsal ve idari düzenlemeler eşit bir şekilde sunulmaya çalışılmıştır (Hobsbawm, 2014, s. 102).

Ulus-devletin sınırları "ulus" olarak nitelendirilen insan topluluğunun, hayatını sürdürdüğü "ulusal" toprakları bütüncül bir şekilde kapsamaktadır. İdeal ulus-devlet

modelinde, bu sınırlar, birbirini tamamlayan parçalardan oluşmaktadır. Öte yandan ulus-devletlerde vatan kelimesi büyük bir öneme sahiptir. Bu kelime genellikle ulusların üzerinde yaşadığı ve kültürünü oluşturduğu toprak parçası anlamına gelen “yurt” kelimesi ile eşanlamlı olarak kullanılmaktadır (Erözden, 1997, ss. 116, 123; *Türk Dil Kurumu | Sözlük*, t.y.-b).

Modern ulus-devletlerinin ortaya çıkması, milliyetçi düşüncenin toplumda yer edinmesiyle bağlantılıdır. Milliyetçilik, toplum üyelerinin birliktelik duygusu ile hareket etmesidir. Avrupa’da ulus-devletlerin ortaya çıkmasında milliyetçi duygular önemli rol oynamıştır. Avrupa’da karmaşık bir yapıya sahip olan devlet sistemi, milliyetçilik ile anlamlı bir hal almaya başlamıştır. Bu açıdan ulus-devlet ve milliyetçilik kavramları birbirinden ayrılmayan bir bütündür (Giddens, 2012, s. 145).

Ulus-devletlerde toprakların coğrafi sınırları bellidir ve topraklar askerî açıdan savunulabilecek bütünlüğe sahiptir. Genellikle, tek bir "ulusal dil"e sahip olan bu devletlerde ayrıca tek bir para birimi ile maliye ve tek bir hukuk sistemi bulunmaktadır. Ulusal dil, çok sayıda yerel dil ve lehçenin üstünde yer almaktadır. Bu nedenle farklı dil ve lehçeler otoriteler tarafından çoğu zaman zorla bastırabilmektedir ancak ulusal dilin kullanıldığı eğitim sistemi içinde dil ve lehçeler yavaş yavaş unutturulmaktadır. Bu devletlerin ortaya çıkmasında milliyetçiliğin getirdiği birlik olma arzusunun önemi büyüktür (Poggi, 2012, ss. 114-115).

Erözden, Ulus-devlet yapısının dünya sahnesindeki tarihsel oluşumunu üç gruba ayırmaktadır. Birinci grubu temsil eden ulus-devletler, Avrupa ve yakın çevresi olarak nitelendirilmektedir. İkinci gruptaki ulus-devletler Amerika kıtasında gerçekleşen ve yerli halka uygulanan soykırım sonucunda farklı bölgelerden gelen göçmenlerin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Üçüncü grubu oluşturan ulus-devletler ise 20.yüzyılın ortalarında ortaya çıkan sömürgeci hareketlerin sonunda oluşmuştur (1997, ss. 8-9).

20. yüzyılda Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nin (SSCB) dağılmasıyla Doğu Avrupa’da komünizmin çökmesi ulus kavramına ciddi bir ivme kazandırmıştır. 1991’den bu yana 18 yeni ulus-devlet kurulmuştur. Heywood’un deyimiyle tarih her ne kadar ulus-devletten yana gözüксе de ulus-devleti etkisiz kılmaya başlayan birçok faktör ortaya çıkmıştır. Ulus-devletleri özel kılan özgün ulusal kültür ve gelenekler, küresel bir kültürün oluşmaya

başlamasıyla zayıflatılmıştır. Bu yeni kültürün oluşumunda kıtalararası ulaşımın kolaylaşması ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler etkili olmuştur. Amerikan filmlerinin ve televizyon programlarının tüm dünyada izlenmesi, Hint ve Çin yemeklerinin Avrupa’da yerel yemekler kadar popüler olması ve insanların dünyanın öbür ucuyla kolayca iletişim kurabilmesi gibi etmenler ulus-devletin devam edip etmediği yönünde tartışmalara yol açmıştır (Heywood, 2017, ss. 169-171).

Bu başlık altında ulus-devlet sürecinin oluşumu genel hatlarıyla ele alınmıştır. “Türkiye’nin Ulus Devlet Olarak Doğuşu ve Sonrası” başlığı altında ulus-devlet olgusu Türkiye özelinde incelenmiştir.

1.1.3. Ulus Devlet Unsurları

Ulus, manevi bir varlık olarak ruha sahiptir. Bu ruhu oluşturan ilk unsur ortak geçmiş ve mazideki hatıralardır. Diğer bir unsur ise bugün beraber yaşama isteği ve hatıraları geleceğe taşıma arzusudur. İnsanoğlu, içerisinde bulunduğu ulusa bir anda bağlılık oluşturmayaacağı gibi ulus da bir anda ortaya çıkan bir olgu değildir. Bugün bir ulusa ait olunduğu geçmişteki insanların o topluluktaki gayretleri sayesinde ifade edilebilmektedir. Başka bir ifadeyle fedakârlıklarla dolu bir geçmiş bugünün ulusunu oluşturmaktadır (Renan, 2016, s. 50). Ortak geçmiş rakamlardan ibaret olmayan, beraber yaşanan duyguların birikimiyle oluşmaktadır. Ortak yaşanmışlıklar insanların birliktelik duygusunu güçlendirerek geleceğe ulus-devlet olma bilincinin taşınmasını sağlamaktadır.

Çeçen ulus-devlet unsurlarını şu şekilde sıralamaktadır (2020, s. 19,20,40):

- Ulus-devletler, coğrafi konumlarına ve yerel koşullarına bağlı olarak dünya sahnesinde yer alırlar. Uluslaşma süreci, inançlar, düşünceler, toplumsal değerler, etnik yapılar ve kültürel özelliklerden yararlanır; bu da ulusal yapıların farklı normlarda şekillenmesine zemin hazırlar. İlk dönemde soy ve ırk ön plandayken, ilerleyen zamanlarda kültürel ve toplumsal değerler uluslaşma sürecinde daha belirgin hale gelmiştir. Bunu modern toplumlarda eğitimin artması etkilemiştir. Toplumsal değerlere bağlılık ve saygılı olmak, ortak bir dil kullanmak ulus-devlet olmanın unsurları arasında yer almaktadır.

- Ekonomik ilerlemeler de ulus-devlet inşası sürecinde etkin rol oynamaktadır. İnsan toplulukları göçebelikten yerleşik yaşama, avcı ve toplayıcılıktan tarım toplumuna evrilmiştir. Bu durum ekonomik üretime odaklı bir yaşamı destekleyerek ulus-devlet için ideal bir sosyal ortam oluşturmuştur. Zamanla tarım toplumunun yetersiz hale gelmesi, endüstriyel topluma geçişi zorunlu kılmıştır. Endüstri toplumunun merkezi bir yapı üzerinden ilerlemesi ulus-devleti çağdaş ve kentli bir yapıya dönüştürmüştür. Ülke kaynaklarını üretime aktarırken kitleler ulusun bir parçası olarak bundan yararlanmak istemiştir. Ekonomik ve toplumsal hareketlilik sınıfsal yapının oluşmasına neden olmuş, toplumda yatırımcılar ve çalışanlar arasında sınıfsal bir ayrım başlamıştır.
- Merkezileşen bir devleti oluşturan unsurlar biricik olmalıdır. Bu nedenle merkeziyetçi bir devletten bahsedilmesi için tek anayasa, tek hükümet, tek bayrak ve iletişimin doğru bir şekilde gerçekleşmesi için ortak bir dil olmalıdır. Bir devleti oluşturan unsurlar bir bütünün parçalarını oluşturmaktadır. Bir devletin üzerinde bulunduğu toprak, o devletin ayrılmaz ve bölünmez bir parçasıdır.

Smith de ulus-devlet unsurlarını şu şekilde sıralamaktadır (1994, s. 24,28):

- Siyasi bir topluluk, üyeleri için hak ve sorumlukların belirlendiği tek bir yasanın varlığından söz eder. Ayrıca kendilerini ait hissedecekleri, toplumsal mekân olarak kullanabilecekleri, sınırları belli bir toprak parçası da yasaların uygulanabilirliği için şarttır.
- Tarihi bir geçmiş, yasal ve siyasi birlik, milli egemenlik, ortak kültür ve ideoloji ulus-devletin belirleyici unsurlarındandır.

Öte yandan Renan'a göre ırk, din, dil, coğrafya, antropoloji ve diğer etnografik etmenlerin ulusun oluşmasında hiçbir önemi yoktur. Renan bunun nedenlerini tek tek açıklamaktadır. Irklar zaman içerisinde farklılaşabilir bu nedenle saf ırk yoktur. Dilin birleştirme gücü vardır ancak Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere aynı dili konuşmasına rağmen ulus olamamıştır ama farklı dillerin konuşulduğu İsviçre ulus olmayı başarmıştır. Bireyselliğin ön plana çıktığından ulusların bir dini olamayacaktır. Coğrafya konusunda ise uluslar, bilinçli bir şekilde sıradağlar, nehirler gibi doğal

unsurları sınır olarak kabul etmekte ve ayırıştırma aracı olarak kullanmaktadır. Son olarak Renan’a göre ulus-devlet olabilmenin en önemli unsuru “unutmak”tır. Günümüzde birlik ya da ulus olabilmek için bazı şeyler unutulmuş geçmişte bırakılmalıdır (Renan, 2016, ss. 39-49).

Genel olarak ulus kavramının manevi bir varlık olarak tanımlandığı ve bu maneviyatın, ortak geçmiş ve geleceğe yönelik ortak bir arzu tarafından desteklendiği vurgulanmaktadır. Ulus oluşumu, anlık bir süreçten ziyade uzun bir tarihsel süreç sonucunda oluşabilmektedir. Ortak geçmiş, sayılara dökülemeyecek kadar maddi bir olgu olmayıp, paylaşılan duyguların birikimiyle manevi bir olgu olarak ifade edilebilmektedir. Bu ortak deneyimler, bireyler arasında birlik duygusunu pekiştirerek ulus-devlet bilincinin oluşumuna katkı sağlamaktadır.

1.1.4. Ulus Devlet ve Kapitalizm

Kapitalizm, modern çağlarda ulus-devletlerin ekonomik düşünce yapısının temelini oluşturmuş ve bu sistem, ulus-devletlerin ortaya çıkışı ve işleyişiyle paralel bir gelişim göstermiştir. Kapitalizmin temelinde küresel, milli ve kültürel farklılıklar önemli değildir. Kapitalizm özgün ekonomik yasalar çerçevesinde ilerlemektedir (Habermas vd., 2002, s. 10). 16. yüzyıldan itibaren kapitalizmin yayılmaya başlaması yeni bir dünya sisteminin ortaya çıkmasında kritik bir rol oynamıştır. Kapitalizm ve sanayileşme, ulus-devletlerin yükselişini etkilemiştir. Modern dünya, kapitalizm, sanayileşme ve ulus-devlet sisteminin birbirleriyle etkileşiminde şekillenmiştir (Giddens, 2008, s. 12).

Kapitalist toplumların temel özellikleri, ekonomik dinamikler, politika-ekonomi ayrımı, özel mülkiyet, devletin yönetim tarzı ve sınırların korunması gibi unsurlar üzerine kuruludur. Kapitalizm, yatırım-kâr-yatırım döngüsü ve mekanize emek koordinasyonu ile mal ve hizmet üretiminin temelini oluşturan teknolojik ilerleme ve ekonomik değişimlere duyarlıdır. Ekonomi ile politika arasındaki ayrım, rekabetçi piyasalar ve devlet müdahalesiyle belirginleşmektedir ancak bu alanların bağımsız olmadığı ve devlet müdahalesinin ekonominin işleyişi için gereklilik arz ettiği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Kapitalist toplumlarda özel mülkiyet önemli bir unsurdur ve işçi sınıfı ile sermaye sahipleri arasındaki temel ayrımı ortaya koymaktadır. Devletin yönetim tarzı, özel mülkiyetin ve ekonomik faaliyetlerin korunmasına dayanmaktadır

ancak devletin bu konuda tam kontrolünün olmadığı görülmektedir. "Kapitalist devlet" ve "kapitalist toplum" terimleri, ulus-devletin sınırlarını koruma işleviyle yakından ilişkilidir ve kapitalizmin sınırları aşan ekonomik faaliyetleri teşvik ettiği bir bağlamda önemli bir araştırma konusudur (Giddens, 2008, ss. 184-185).

Yeni ulusal toplulukların şekillenmesinde üç önemli husus vardır. Bunlar; kapitalizmin getirdiği yeni üretim ve tüketim ilişkileri ile iletişimde devrim yaratan matbaa ve kaçınılmaz dil çeşitliliği arasındaki etkileşimdir. Ulus-devletlerin kurulmasında etkileşim önemli rol oynamıştır. Matbaanın ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, dilin standartlaşmasında ve millî kimliklerin şekillenmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Yayın dillerindeki değişiklikler ve kapitalist yayıncılık pratikleri, dilin sabitlenmesine ve böylece ulus-devlet fikrinin gelişmesine zemin hazırlayan birleşik bir iletişim ve değişim ortamı yaratmıştır. Bu süreç, geleneksel yerel dillerden ayrılarak, merkezi bir iktidar dili oluşturulmasına yol açmış ve yayın dili üzerinde hakimiyet kuran bireyler veya gruplar için iktidarın kapılarını aralamıştır. Kapitalist yayıncılık sistemi, bu diller aracılığıyla millî kimlik fikrini güçlendirirken, aynı zamanda eski yerel idari dillerin ötesine geçen yeni bir iktidar dili geliştirmiştir. Bu dinamikler, yayın diliyle uyumlu topluluklara iktidar kurma olanağı sunmuş ve ulusal bilincin oluşumunda hayati bir rol oynamıştır (Anderson, 1995, ss. 58-60). Kısacası kapitalizmin yeni üretim ve tüketim ilişkileri, matbaanın iletişimde yarattığı devrim ve dil çeşitliliği, ulusal toplulukların hayal edilebilirliğine ve ulusal bilincin temellerinin atılmasına katkı sağlamıştır.

Uluslar, içsel çatışma süreçleri, iletişim, siyasi katılım, altyapı geliştirmesi, eğitim, tarih yazımı ve ekonomik kalkınma gibi bir dizi faktörün etkileşimiyle oluşmaktadır. Bu oluşum, yalnızca milliyetçilikten kaynaklanan mücadelelerle sınırlı değildir. Uluslar, ekonomik paylaşım ve yönetim kontrolü için yapılan mücadeleler sonucu da ortaya çıkabilmektedir. Ticaretten kapitalist üretime, devletin güçlendirilmesinden dini bağnazlığa kadar, ulusları bir arada tutan farklı hedefler bulunmaktadır. Ancak milliyetçi düşünce ve hareketler sıklıkla, baskıcı yöntemlerle desteklenen otoriter ulusal görüşler geliştirip, bu görüşlere zoraki uyumu teşvik etme eğilimi göstermektedir (Calhoun, 2007, ss. 110-111) . Bu çerçevede, ulusların şekillenmesi, yalnızca ideolojik bir mücadelenin sonucu olarak değil, aynı zamanda

sosyo-ekonomik, politik ve kültürel dinamiklerin bir araya gelmesiyle meydana gelen kompleks bir olgudur.

Kapitalizmin yükselişi ve ulus-devlet yapılarının gelişimi arasındaki ilişki, kapitalist faaliyetlerin öncelikle geleneksel devlet yapılarından farklılaşan yeni bir devlet düzeni içinde ortaya çıkmasıyla temellendirilir. Bu yeni devlet yapıları, kapitalizmin ilk aşamaları için zorunlu olan hukuki çerçeveler, finansal destekler ve zorunlu olmayan ekonomik etkileşimler için elverişli bir ortam sunarak, kapitalizmin temel önkoşullarını sağlamıştır. Kapitalist girişimlerin Avrupa dışına yayılması, rakip pazarlara entegrasyon ve izole ekonomik aktivitelerin gelişimi yoluyla gerçekleşmiş ve böylelikle kapitalizmin coğrafi sınırlarını genişletmiştir. Bununla birlikte, küresel kapitalist ekonominin konsolidasyon süreci, Avrupa'nın askeri ve silah üstünlüğüne dayalı güç kullanımının eşlik ettiği bir bağlamda gerçekleşmiştir. Sömürgecilik, kapitalist büyümenin yalnızca gizli bir yönü olmanın ötesinde, bu büyümeyi önemli ölçüde destekleyen bir mekanizma olarak değerlendirilmelidir (Giddens, 2008, ss. 374-375). Kapitalizmin yükselişi, yeni devlet yapılarının oluşumu, hukuki ve finansal destekler ile ekonomik etkileşimler sayesinde sağlanmıştır; bu yapılar kapitalizmin temelini oluşturmuş, coğrafi sınırlarını genişletmiş ve askeri güç ile desteklenen sömürgecilik yoluyla önemli ölçüde büyümesini sağlamıştır.

Günümüzde, kapitalizmin küresel bir boyuta ulaştığı görülmektedir. Bireysel ve toplumsal davranışlar, doğal kaynakların kullanımı gibi birçok unsur kapitalizmin kâr amacına hizmet etmektedir. Bu bağlamda, kapitalizmin mantığı ve etkileri, yalnızca gelişmiş kapitalist toplumlarda değil, dünyanın dört bir yanında hissedilir bir duruma gelmiştir. Bu durum, kapitalizmin sadece ekonomik bir sistem olmanın ötesinde, küresel bir fenomen haline geldiğini ve geniş bir etki alanına sahip olduğunu göstermektedir. Kapitalizmin küreselleşmesine karşın, milli ekonomiler ve sistemler hâlâ önemli bir yere sahiptir. Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Dünya Bankası gibi uluslararası kurumlar, geniş bir coğrafyada etkili olmalarına rağmen ulus-devletlerin gücüyle hareket ederler. Bu, kapitalizmin küresel etkisinin yanında, milli devletlerin de önemli bir rol oynadığını ve küresel ile milli düzeyler arasında karmaşık bir etkileşim olduğunu göstermektedir (Habermas vd., 2002, s. 10). Bu durum, kapitalizmin dünya çapında etkisinin ötesinde, ulusal-

devletlerin de küresel sahnede önemli bir etkiye sahip olduğunu ve küresel ile ulusal seviyeler arasında bir etkileşimin mevcut olduğunu ortaya koymaktadır.

1.2.MİLLÎ KİMLİK

1.2.1. Millî Kimlik Kavramı

Kimlik, insanın öz benliğini dışa yansıtma şeklidir. Öz benliğin oluşumunda içerisinde yaşanılan toplumun değer yargıları aktif rol oynamaktadır. Örneğin, toplumsal cinsiyet, toplumsal sınıf gibi unsurlar kimliğin oluşmasına büyük ölçüde katkı sunmaktadır. Başka bir ifadeyle toplumsallaşma sürecinde, bize atfedilen roller kimliğimizin şekillenmesini de etkilemektedir (Marshall vd., 2005, ss. 407-408). Kimlik, bireyin kendisi ile diğerleri arasında var olan farklar ile şekillenir, aynı zamanda diğerleri ile arasındaki benzerliklerden de inşa edilir (Bilgin, 2007, s. 95). Kimlik doğuştan kazanılmaz, yaşanılan toplumun değerleri üzerinden şekillenir. Maalouf, kimliği gergin bir tuval üzerine çizilen desene benzetmektedir. Bu desenlerin herhangi bir darbe almasıyla desende oluşturduğu farklılıklar gibi kimlikler de zaman içerisinde deneyimlerle şekillenmektedir. Bu da kimliğin değişime uğrayabilir bir yapısının olduğunu göstermektedir (2003, ss. 25-27).

Bir topluluğun ulus olarak varlığını devam ettirebilmesi, bireylerin yaşam boyu kurumlar ve günlük pratikler aracılığıyla milli bir kimlikle şekillendirilmesine bağlıdır (Özkırımlı, 1999, s. 243). Ulus-devletler dünyasında millî kimlik günlük yaşam biçimini oluşturmaktadır (Billig, 2002, s. 85). Millî kimlik ve ulus kavramları birbirine bağlı ırksal, kültürel, bölgesel, ekonomik, yasal ve siyasal gibi birçok unsurdan oluşan karmaşık yapıdan oluşmaktadır (Smith, 1994, s. 33). Bireyin kimlik kazanarak topluma karışması aile, eğitim, din, kitle iletişim araçları ve hükümet gibi unsurlarla şekillenmektedir (Heywood, 2017, s. 288). Bu olgular aracılığıyla bireylerin kendisini bir ulusa ait hissetmeleri için bir sonraki başlıkta ele alınan değerler ve inançları üretmektedir.

1.2.2. Millî Kimlik Unsurları

Anthony Smith, ulus-devletin özelliklerini oluşturan milli kimliğin unsurlarını tarihi bir toprak/vatan, ortak toplum kültürü, ortak yasal hak ve görevler, ortak ekonomi olarak sıralamaktadır. Buradaki tarihi bir toprak/yurt ifadesi güzel ve köklü duyguların ortak bir amaç için paylaşıldığı mekandır. Toprak için yaşanan mücadeleler

zamanla belirli yapılar üzerinden toplumsal hafızaya aktarılarak yaşanmışlıkların simgesi olarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir (1994, ss. 31-32).

Ortak toplum kültürünü anlamak için kimlik kavramını anlamamız gerekmektedir. Kimlik, bireyin kendini bir topluma, kültüre ait hissetme durumudur; bu his toplum içinde bireyin yer bulmasıyla oluşmaktadır. Birey, toplum içinde var olarak, toplumun kültürel değerlerini benimser ve kendi kültürel kimliğini şekillendirir. Bu durum bireyin toplumsal yaşamda aktif olduğunu göstermektedir (Köktürk'ten aktaran Muammer, 2022, s. 240). Benzer düşünce yapısına sahip bireylerin bir araya geldiği bir topluluğa üye olmak, sadece bireyin kendi seçimine bağlıdır. Diğer taraftan, millî kimlik sadece kültürel bir düzlemde var olur. Bu kimlik, doğuştan gelir ve bireyin üzerinde kendiliğinden bir etki oluşturur (Zubrzycki, 2002, s. 278).

Ulus-devlet, zorunlu eğitim aracılığıyla vatandaşlarına ortak bir millî kimlik oluşturmaya çalışır. Bu bağlamda, eğitim her zaman devletin kültüre müdahale etme aracı olmuştur. Ulusal zorunlu eğitim sistemi yeni bir düzen arayışını temsil eder, yani devletin kendi ideallerine uygun yurttaşlar yetiştirme amacı taşır (Dellaloğlu'dan aktaran, Muammer, 2022, s. 244). Zorunlu eğitim sistemi millî kimlik oluşumunda aktif rol oynamakla birlikte, ulus-devlet olma düşüncesini de pekiştirmektedir.

Millî kimliğin temel unsurları, ortak tarih, dil, inanç, gelenek ve aynı amaçları paylaşan, aynı şartlar altında bir arada bulunan ve birlikte bir kimlik duygusu geliştiren insanlar arasındaki bağ olarak belirtmektedir (Vatandaş, 2004, s. 21). Ortak tarih, ulusun yaşanmışlıklarını bünyesinde barındırdığı için ulus bilincinin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Dil, sadece gündelik iletişim için kullanılmamakta, beraberinde bir ulusun, değerlerini ve anlam dünyasını şekillendirerek millî kimliği güçlendirmektedir. Toplumsal bağın oluşturulmasında inanç ve gelenekler önemli bir yere sahiptir. Ortak amaçlar, toplumların birlikteliklerine anlam katmaktadır. Bu tüm unsurlar, millî kimlik duygusunun oluşumuna hizmet etmektedir.

Ulus, belirgin coğrafi sınırlar içinde oluşan ve ortak demografik özelliklere sahip bir topluluktur ve millî kimlik oluşturarak varlığını güvence altına almaktadır. Millî kimlik her birey tarafından ayrılmaz ve eşit haklara sahip ortak bir varoluşun temelini oluşturmaktadır. Millî kimliğin unsurları arasında ortak dil, inançlar, değerler ve örf-

adet yer alır; bu unsurlar milli kimliğin somutlaşmasında önemli rol oynamaktadır. Uluslar yaşanan ve yaşanılması tasarlanan tarih üzerinden varlıklarını devam ettirmektedir. Tarih ve manevi değerler milli kimliğin anlaşılabilmesi için vazgeçilmezdir. Bu ortak yapı, ulus olgusunu ve bireylerin milli kimliği nasıl algıladığını anlamak için önemli bir yere sahiptir (Calhoun, 2007, s. 17). Tarih ve manevi değerler bir ulusun milli kimliğini anlamak için geniş bir bakış açısı oluşturur. Bir ulusun geçmişini anlamak, geleceğini tasarlamak ve bireyler arasında ortak bir bağ kurmak için önemlidir.

1.3.TOPLUMSAL HAFIZA

Toplumsal hafıza kavramının daha iyi anlaşabilmesi adına bu iki kelimenin arasındaki bağa bakmak gerekmektedir. Hafıza bireyin tek başına biriktirdiği anıların zihinsel bir arşivi olarak nitelendirilmekte ve geçmiş nesillerden gelen deneyimlerin bir sonraki kuşaklara aktarılmasıyla anlam kazanmaktadır. Toplumsal hafıza, tarihleri boyunca karşılaştıkları önemli tarihi, sosyal, kültürel ve ekonomik olayları bir araya getirerek bu olayların kolektif bir hafıza çerçevesinde tekrar ortaya çıkışıyla, toplumsal hafızanın önemini ve gerekliliğini vurgulamaktadır (Atik & Erdoğan, 2014, s. 2). Başka bir ifadeyle toplumsal hafıza, bireyler arasındaki kolektif hafızanın bir yansıması olarak kabul edilmektedir. Bir ulus-devletin belirli politikaları, toplumun genel hafızasını şekillendirebilir ve bireylerin geçmişle olan ilişkilerini belirleyebilir. Bu bağlamda, toplumsal hafıza, bir toplumun ortak geçmişine dair anılarını, olaylarını ve değerlerini kapsamaktadır (Karaarslan, 2014, s. 13). Burada bahsedilen kolektif hafıza ve toplumsal hafıza kavramları birbirlerinin yerine kullanılmıştır.

Halbwachs bireysel anıların ve deneyimlerin, toplumsal hafıza ve kolektif bilgi birikimiyle iç içe geçtiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, bireysel anıların aslında bir nevi sosyal ve kültürel birikimlerle harmanlandığını, böylelikle kişisel deneyimlerin toplumsal hafızanın bir parçası haline geldiğine değinmektedir. Londra seyahati üzerinden bu durumu açıklayan Halbwachs, tek başına yapılan seyahatlerin bile çeşitli yazarlar, sanatçılar ve bilginlerin etkisi altında gerçekleştiğini, dolayısıyla bireysel anıların kolektif deneyimlerle şekillendiğini ve bu sürecin bireyin kendisini toplumun bir parçası olarak hissetmesine katkıda bulunduğunu belirtmektedir (2017, ss. 10-11). Geçmişte gerçekleşen olayların çeşitli yöntemlerle kayıt altına alınarak sonraki kuşaklara aktarılması, doğrudan deneyimlememiş bireylerde dahi bir tür hafıza

oluşturmaktadır. Geçmiş olayların, belirli araçlar ve yöntemler kullanılarak insanların erişimine sunulması, toplumsal hafızanın oluşumunda temel bir rol oynamaktadır. Bu süreç, kişisel deneyimlerin ötesinde, kolektif bir bilgi ve anlayışın inşasını mümkün kılarak, toplumsal hafızanın yapılandırılmasına katkıda bulunmaktadır (Levy & Sznajder, 2002, ss. 90-92).

Milli kimliğin, zaman içinde belirsizleşen kökleri nedeniyle tarih bilgisine olan ihtiyaç artmaktadır. Bu durum, toplumsal hafızayı oluşturan ortak tarih anlayışının sürekli olarak gözden geçirilmesine ve şekillendirilmesine de ihtiyaç duymaktadır. Milli kimliği şekillendiren temel hikayeler aynı zamanda toplumsal hafızanın ana unsurlarını oluşturmaktadır. Resmi tarih anlatılarının yaygınlaştığı mekanlar, toplumsal hafızanın güncel ihtiyaçlara uygun şekilde biçimlendirildiği ve toplumun ortak tarih bilinciyle etkileşime girdiği yerlerdir. Dolayısıyla, milli kimliğin tarihle kurduğu ilişki, toplumsal hafızanın sürekli evrimini ve anlamını belirlemede önemli bir role sahiptir (İnce, 2010, s. 13).

1.3.1. Toplumsal Hafıza ve Kimlik

Toplumsal hafıza, gündelik yaşantının içerisinden çıkan ve bireysel anıların oluşturduğu ortak sembollerden oluşmaktadır. Bu semboller, hafızanın çok yönlülüğünü ve zenginliğini temsil eden bir anlatı kalıbı olarak değil, hafızanın farklı boyutlarını ve katmanlarını açığa çıkaran öğeler olarak ele alınmaktadır. Toplumsal hafızada önemli olan anıların toplumla özdeşleştirilerek ortak bir hikâye oluşturulmasıdır. Kültürel hafıza da ise günlük yaşamın koşullarında bireysel anılar ön plana çıkarak çok sayıda farklı hikâye meydana gelmektedir. Bu hikayeler, belirli bir yapı ve ortak bir üsluba sahip olmakla birlikte tek bir mutlak gerçekliğe indirgenmemelidir. Bu durum, toplumsal hafıza ve kimlik kavramları arasındaki dinamik ilişkinin bireylerin ve toplulukların kimliklerini nasıl şekillendirdiğini ve ifade ettiğini ortaya koymaktadır (Boym, 2009, s. 93). Kolektif hafıza, bir sosyal grubun birleşimini sağlayan ortak bir kimliği keşfetme çabası olarak düşünülmektedir. Ortak kimliğin oluşturulması için ortak bir geçmiş gerekmektedir. Toplum bilincinin oluşturulması için seçilen geçmiş, duyguları etkilemeli, insanları eyleme teşvik etmeli ve genel algıda yer bulmalıdır (Confino, 1997, s. 1390).

Toplumsal kimlik sosyal aidiyet bilinci olarak tanımlanırken ortak dil veya ortak bir simgesel sistemin kullanımı ile sağlanmaktadır. Burada anlatılmak istenen kelime, cümle ve metin değil; gelenekler, ortak anılar, giysiler, anıtlar, coğrafya gibi önem taşıyan unsurlardır. Ortaklığı belirlenen bu unsurlar gösterge olarak kabul edilmektedir. Simgelerin işlevi ve gösterge yapısı önemlidir. Bu simgelerle ifade edilen ortaklığın bütününe ise "kültür" olarak adlandırılmaktadır (Assmann, 2015, ss. 148-149). Bir sonraki başlıkta toplumsal hafıza ve kültür kavramları arasında ilişki ele alınmıştır.

1.3.2. Toplumsal Hafıza ve Kültür

Toplum ve kültür, birbirinden ayrılamayan bir bütündür, dolayısıyla bu iki kavramın birbirinden bağımsız olarak tanımlanması mümkün değildir. Kültür, toplumların varlığını ve devamlılığını sürdürmede kilit noktadır. Kültürsüz bir toplum veya toplumsuz bir kültür düşünülemez. Bu nedenle toplumların hafızaları kültürel arşiv olarak ele alınmaktadır (Atik & Erdoğan, 2014, s. 2). Kültürel hafıza, insan belleğinin yalnızca bireysel bir iç olgu olmadığını, aynı zamanda dışsal bir boyuta da sahip olduğunu göstermektedir. Genel olarak akla hafıza denildiğinde, bireyin beyinde yer alan, beyin fizyolojisi, nöroloji ve psikoloji ile ilişkilendirilen içsel bir süreç gelmektedir ancak kültürel hafıza kavramı bu perspektifi genişleterek, hafızanın sadece bireysel değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlayışa göre, bir bireyin hafızasının içeriği, organizasyonu ve muhafaza süresi, bireysel kapasite ve eğilimlerden çok, dış koşullara bağlı şekillenmektedir (Assmann, 2015, ss. 26-27).

Kültürel hafıza hem geçmiş hatırlamada hem de kimliğin korunması gibi önemli işlevleri yerine getirerek, geçmişin günümüze verimli bir şekilde aktarılmasını sağlamaktadır. Bu süreç, kültürün korunup aktarılması ve sürekli yeniden inşa edilmesiyle ilişkili olup kültürün dinamik doğasını yansıtmaktadır. Dinamizm, geçmiş, günümüzle bütünleştirilerek evrimsel bir süreç içinde birleştirmektedir. Bu şekilde toplumsal bilinçten kaynaklanan deneyimsel bilgi ve birikim, yeni bir forma dönüşmektedir. Toplumsal hafıza, bireysel ile kolektif benlik ve şahsiyetin temel bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu kapsamda, kültürel hafızanın somut temsilleri olarak türbe ve tekke gibi mekanlar önemli bir yer olarak kabul edilmektedir (Ak, 2018, s. 18). Bu ziyaret mekanları ve belirlenen önemli olaylar, bunların uyumlu

yorumları aracılığıyla yapılanmış bir ortak geçmişin varlığını içermektedir. Bu ortak geçmişin, çeşitli iletişim araçlarıyla yayılması, kültürel hafızanın oluşumunu etkilemektedir. Bu süreçte hafıza, dinamik bir yapıda olup, sürekli şekillenmektedir. Bireysel yaşantılara dayanan iletişimsel hafıza, grup üyeleri arasında kişiden kişiye aktarılırken; kültürel ve tarihsel hafıza, grup üyelerinin ötesine geçerek geniş bir tarihsel perspektife ulaşmaktadır. Bu, grup kimliğinin sürekliliği ve topluluğun bir arada tutulması için esastır (İnce, 2010, s. 15)

Kültürel hafızanın iletilmesi ve şekillenmesinde, kitle iletişim araçlarının öneminin çok fazla olduğu göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Bu nedenle toplumsal hafızanın inşasında medyanın üstlendiği rol, ayrı bir başlık altında ele alınmıştır.

1.3.3. Toplumsal Hafıza ve Medya

Medya, toplumun taleplerine yönelik olarak bilgi, haber, eğlence, propaganda ve reklam gibi içerikleri üreten ve kitlelere ulaştıran çeşitli iletişim araçlarının genel adıdır (Gani, 1996, s. 1363). Medya, bireyin zihinsel dünyasını doğrudan etkileyen bir yapıya sahiptir. Birey, sosyal bağlamda yaşamını sürdürdüğü süreçte iletişimin farklı biçimlerini kullanarak, yaşamla ilgili pek çok bilgiyi medya ile edinmektedir. Bu bağlamda, medyanın etkisi toplumsal yapının her alanında belirgin bir şekilde hissedilmektedir (Sevim, 2019, s. 673). Medya, bir tür hafıza deposu gibi işlev görerek toplumun geçmişine dair bilgileri depolamakta ve aktarmaktadır. İletişim teknolojilerindeki ilerlemelerle, medya organları artık geniş kitlelere ulaşma imkanı bulurken, bu durum toplumsal hafızanın oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır (Bakar & Budak, 2021, s. 1293).

Medyanın toplumsal amacı, egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, sosyal ve siyasi ajandalarını halka aktarmak ve bu ajandaları desteklemektir. Medya, siyasi tercihlerden kültürel normlara, algılama biçimlerinden yaşam tarzlarına ve ekonomik tutumlara kadar birçok konuda belirleyici bir rol oynamaktadır (Herman & Chomsky, 1998, s. 27). Medyanın toplumsal hafıza üzerindeki rolü; kültürel değerleri, gelenekleri ve tarihi olayları aktararak toplumun geçmişiyle olan bağlarını güçlendirmektir. Bu, toplumun kimliğinin ve değerlerinin devamlılığını sağlamada kritik bir unsurdur. Ayrıca, medya aracılığıyla sunulan toplumsal olaylar ve tarihi içerikler, deneyimlerin de yardımıyla insanların öğrenmelerini kolaylaştırmakta ve

gelecek için bilinçli kararlar almalarına katkıda bulunmaktadır. Kısacası medya, toplumsal hafızanın canlı tutulmasında önemli bir işlev görmektedir ve toplumların tarihleriyle olan ilişkilerini sürdürmelerine yardımcı olmaktadır (Ö. Özer, 2013, s. 80).

Sunmuş olduğu içeriklerle medya, kitlelerin düşünce yapılarını etkilemekte ve toplumsal hafızayı şekillendirmektedir. Bu süreçte, hatırlananlar ve unutulmalar önemli bir rol oynamaktadır. Haberler, reklamlar, programlar gibi medya içerikleri, olayların hatırlanmasında veya unutulmasında doğrudan etkilidir (Zobar, 2023, s. 87). Medya, iktidar sahiplerinin mevcut düzeni sürdürme veya istedikleri şekilde yeniden şekillendirme arzularını yerine getirmektedir. Bu amaca ulaşmak için medya, bazen istediklerini hatırlatarak bazen unutturarak bazen de istenen biçimde hatırlatarak yeni stratejiler geliştirmekte ve kullanmaktadır. Geçmiş bilgisini günümüze aktaran medya, bu yolla geleceği etkilemektedir (İnce, 2010, s. 9). Başka bir ifade ile medya geçmiş ve günümüzdeki toplumsal gelişmeleri sosyal gruplara sunarak geçmiş ile gelecek arasında bir köprü oluşturmaktadır. Bu süreçte medya, geçmişe dair sunduğu bilgilerin birikmesiyle toplumsal hafızayı inşa ederken, aynı zamanda güncel olaylar da zamanla bu toplumsal hafızaya eklenmektedir.

Medya, toplumsal hafızayı depolarken ve aktarırken zaman ve mekâna ihtiyaç duymamaktadır. Yazılı ve sözlü kültürde olduğu gibi medya aracılığıyla aktarılan toplumsal hafıza, bir insanın ömrüyle sınırlı kalmamakta, yüzyıllar boyunca korunmaktadır. Bu sayede medya toplumun yaşadığı gelişmeleri bir tür "hafıza deposu" olarak satmakta ve gelecek nesillere aktarmaktadır (Bakar & Budak, 2021, s. 1294). Medyanın sunduğu içerikler, toplumsal hafızanın korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından kritik rol oynamaktadır. Dolayısıyla, medyanın etkisiyle toplumsal hafıza, sadece geçmiş hatırlama ve geleceğe aktarma işleviyle sınırlı değildir. Aynı zamanda toplumun çeşitli görüşlerini ve tartışmalarını destekleyerek dinamik bir yapı da oluşturmaktadır.

1.4.TÜRKİYE’NİN ULUS-DEVLET OLARAK DOĞUŞU VE SONRASI

Ulus-devletlerin yükselmeye başladığı 18. ve 19. yüzyıl Avrupa'sında, aydınlanma ve bilimsel devrimlerin etkisi altında geleneksel din anlayışı ve kralların mutlak otoritesi tartışılmaya başlanmıştır. Kralların kutsallığı yerine ulusal bağlılık ve devlet egemenliği ön plana çıkan kavramlar olurken millî kimlik de önemli bir unsur

haline gelmiştir. Vatan ve ulus, yeni bir kutsallık kaynağı olarak kabul edilmiştir. Milli kimlik inşası, eğitim, edebiyat ve sanat gibi alanlarda sistemli bir şekilde desteklenerek güçlendirilmiştir ve böylece modern ulus-devletler oluşmaya başlamıştır (Atalay, 2018, ss. 17-19).

Avrupa'dan tüm dünyaya yayılan milliyetçilik düşüncesi, Avrupa'ya dil eğitimi için gönderilen öğrencilerin ülkelerine geri dönmesiyle de Osmanlı İmparatorluğu'nda da yayılmaya başlamıştır (Yolcu Yavuz, 2019, ss. 135-136). Osmanlı Devleti'nin Batı Avrupa devletlerine kıyasla geri kalınmasının olumsuz sonuçlarıyla başa çıkabilmek ve imparatorluğun eski dönemlerindeki refah seviyesine yeniden ulaşabilmesini sağlamak amacıyla çeşitli alanlarda modernleşme sürecine girilmiş ve bu dönemde imparatorluğun dağılmasını önlemek için Osmanlıcılık, İslamcılık ve Türkçülük gibi siyasi kimlikler ortaya çıkmıştır (Akşin, 1971, s. 165). Bu siyasi kimlikler, milliyetçilik akımından etkilenmiş ve Osmanlı'nın devamını güvence altına almayı hedeflemişlerdir.

Tanzimat Dönemi'ne kadar Osmanlı sınırları içindeki Müslüman tebaanın kimliklerinde daha çok din ve padişaha bağlılık ön plandayken, gayrimüslimler için dini inançları ve cemaat yapıları belirleyici olmuştur fakat Fransız İhtilali'nin etkisiyle Osmanlı içinde yaşayan Müslüman ve gayrimüslim tebaanın ilk siyasi kimliği "Osmanlıcılık" ortaya çıkmıştır. Bu kimlik, vatandaşlık kavramı üzerine kurulmuştur ve imparatorluğun tüm sakinlerini bir araya getirmeyi amaçlamıştır (Karpas, 1995, s. 28). Modernleşmenin ilk adımlarından olan Tanzimat Fermanı'nın 1839'da ilanı ile Osmanlı tüm tebaanın yaşam, mal ve onurunun korunacağını ve gayrimüslimlerin Müslümanlarla eşit haklardan faydalanacağını beyan edilmiştir (Canefe, 2007, s. 183). Modernleşme adımlarının sonraki aşamasında Batı Avrupa'dan yayılan milliyetçilik akımlarının olumsuz etkilerinden kaçınmak için hazırlanan Islahat Fermanı, 18 Şubat 1856 tarihinde ilan edilmiş ve Müslümanlar ile gayrimüslimler arasındaki eşitsizliğe son vermek amaçlanmıştır (Gözler, 2013, s. 16). Tanzimat ve Islahat Fermanları, Osmanlı'nın yönetim anlayışında devrim niteliğinde değişikliklerin de başlangıcı olarak kabul edilmektedir. 1856'dan itibaren tam anlamıyla uygulamaya konulan Osmanlıcılık tebaayı din, dil ve mezhep farklılıklarının ötesinde birleştirmeyi amaçlayarak yeni bir siyasi kimlikle bir araya getirme misyonu taşımaktadır (Karpas, 2009, s. 66). Osmanlıcılık, modern anlamda bir ulusun oluşturulması için gerekli yasal

ve siyasi yapıyı oluşturmuş olmasına rağmen gerçek bir birlikteliğin oluşturulmasında yetersiz kalmıştır (Karpas, 1995, s. 29). Bu dönemde, Osmanlılık düşüncesi uluslararası güç dengelerindeki değişimlerle birlikte zayıflamış, Osmanlı içindeki farklı etnik gruplar arasındaki gerilimlerin artmasına ve Osmanlı'nın çeşitli toprak kayıplarıyla parçalanmaya başlamasına neden olmuştur.

İlerleyen süreçte II. Abdülhamit, dış politikada yaşanan olumsuz gelişmeleri, 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nın yarattığı olumsuz etkiyi, Yeni Osmanlıların talebi ve Osmanlıcılığın da etkisiyle 23 Aralık 1876'da İmparatorluğun ilk Anayasası olan Kanun-i Esasi'nin ardından kurulan parlamentoyu 14 Şubat 1878'de süresiz olarak askıya almıştır (Zürcher, 2010, s. 122). Tanzimat Fermanı ile gündeme gelen Osmanlılık bu gelişmelerden sonra değişime uğrayarak halifeliğin ön plana çıktığı İslamcılık siyasi kimliği üzerinden ilerlemiştir (Kösoğlu, 2009, s. 54). II. Abdülhamit'in İslamcılığı, Müslümanları İslam'ın üstünlüğüne inandırarak, devlete daha içten bağlı hale getirmeyi hedeflemiştir. Bu bağlamda II. Abdülhamit, İslam'ı bir ideoloji olarak kullanmıştır (Karpas, 2009, s. 71). Bu çerçevede eğitimde İslamcılığın yayılması amacıyla önemli gelişmeler yaşanmıştır. II. Abdülhamit'in yönetim süresince, en önemli ilerlemeler ilköğretim ve ortaokul düzeyinde gerçekleşmiştir. Başlangıçta ilköğretimde İslamcılık, ortaöğretimde ise Osmanlılık üzerine eğitim verilmesi amaçlanmış ve siyasi kimliğin yeni nesillere aktarılması hedeflenmiştir. Ancak İttihat ve Terakki Fırkası'nın eğitim politikalarıyla birlikte bu düşünceler zamanla Türkçülük siyasi kimliğine dönüşmüştür (Baytal, 2000, s. 29).

İttihat ve Terakki Fırkası, genç subaylar tarafından 1889'da İttihad-ı Osmani adıyla gizli bir örgüt olarak kurulmuş, daha sonra da Osmanlı'nın çöküşüne kadar devlet politikalarını doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen parti olmuştur. Ancak, 1918'de I. Dünya Savaşı'nda mağlup olunmasının ardından İttihat ve Terakki Fırkası ülke yönetiminden tasfiye edilmiştir. Etkin olduğu kısa süre boyunca, Türk siyasi hayatında derin izler bırakmayı başarmıştır (Koray, 2009, s. 24). İttihat ve Terakki'nin etkileri, Cumhuriyet dönemindeki siyasi ve toplumsal yapılanmalar üzerinde uzun süre hissedilmiştir.

İttihat ve Terakki Fırkası, Osmanlı'nın siyasi sahnesinde yer bulan Türkçülük siyasi kimliğini benimseyerek Osmanlı tebaasının birliğini ve özgürlüğünü savunmuştur. Türkçülük kimliği, geniş destekçi tabanı ve örgütlü yapısıyla diğer siyasi

kimliklerden farklılık göstermiştir. Türk milliyetçiliğini merkeze alarak Osmanlı'nın yönetimini etkilemeyi ve tüm Türk toplumlarını bir araya getirmeyi amaç edinmiştir (Koloğlu, 2011, s. 13). Türkçülük, ilk olarak Rusya'dan Türkiye'ye göç eden Müslüman Türk aydınları tarafından ortaya atılmıştır. İsmail Gaspıralı, Yusuf Akçura, Ahmet Ağaoğlu ve Hüseyinzade Ali gibi aydınlar Cumhuriyet'in kuruluş sürecine ve Cumhuriyet sonrası milli kimliğin inşa çalışmalarına aktif olarak katılmıştır (Yıldırım, 2014, s. 80). Bu aydınlar, Türkçülük hareketi çerçevesinde dilin ve kültürün önemini vurgulayarak Türk milli kimliğinin güçlenmesine katkı sağlamışlardır. Özellikle cumhuriyet dönemindeki dil ve eğitim politikalarının belirlenmesinde etkili olmuş ve Türk milletinin birlik ve beraberliğini pekiştirmişlerdir.

Yusuf Akçura, Osmanlı İmparatorluğu'nun var olduğu dönemde toplumun farklı kesimlerinin her birinin Osmanlı'nın bir parçası olduğunun hissettirilmesi için çaba harcanması gerektiğini vurgulamıştır. Aydınlik, hümanist ve birleştirici motiflerle çalışan Akçura, bu süreçte Osmanlı toplumunun yaşadığı sosyal değişimin farkında olunması gerektiğini savunmuştur (Kanlıdere, 2012, s. 251). Akçura'nın Osmanlı adına toplumsal kurtuluş çabalarının başlangıç dönemindeki fikirleri zamanla önemli ölçüde değişmiş ve daha gerçekçi bir bakış açısı sunmaya başlamıştır. Osmanlılık kimliğinin uygulanabilir olmadığını sonucuna ulaşan Akçura, toplumun her kesiminden destek göremeyeceklerini ve bu nedenle herkesin çıkarlarına en uygun yöntemin bulunmasına imkan sağlayacak bir yaklaşımın benimsenmesinin daha mantıklı olduğunu savunmuştur (Şenoğlu, 2009, s. 41). Akçura, Osmanlı'da milliyetçilik akımlarının yanlış yönlendirilmesiyle azınlıkların tehdit oluşturmasını önlemeyi hedeflemiş ve Türkçülük siyasi kimliğini vurgulamıştır. İslam dini motiflerini kullanarak Türkçülük düşüncesini güçlendirmiştir. Akçura'nın yaklaşımı, dönemin koşullarına uygun bir siyasi kimlik önerisi sunmakta ve Türkçülük kavramını coğrafi olarak genişletmektedir (Hacıyakupoğlu, 2018, s. 57). Akçura'nın yaklaşımı, Osmanlı'nın çeşitli etnik ve dini gruplar arasında birleştirici bir millî kimlik oluşturma çabalarını yansıtmaktadır. Bu, dönemin karmaşık siyasi ve sosyal dinamiklerini dikkate alarak etkili bir ulusal birlik ve kimlik oluşturma stratejisi olarak nitelendirilmektedir.

Akçura ve diğer aydınlarında desteğiyle Türkçülük, Osmanlı içerisinde farklı bir kimlik olarak ortaya çıkmıştır. İttihat ve Terakki Fırkası, Türkçülüğü siyasi bir kimlik olarak gündeme getirmiştir. Bunun en büyük göstergelerinden biri Ziya Gökalp'in

İttihat ve Terakki Fıkrasının Merkezi Selanik'e danışman olarak göreve atanmasıdır. Burada vurgulanan devletin belirli bir etnik gruba ait olması düşüncesidir (Karpat, 2009, s. 77). Gökalp'in milliyetçilik söylemlerine odaklanarak, Türkçülük düşüncesinin ideolojik olarak nasıl geliştiğini ve bu dönemde milli kimliğin nasıl şekillendiğini anlamak mümkündür. Gökalp, Osmanlıcılık, İslamcılık ve Türkçülük ideolojilerini devletin resmi kimlik söylemi etrafında birleştirmeye çalışmıştır (Yıldırım, 2014, s. 80). Gökalp, Avrupa'daki ulus-devlet yapılarını inceleyerek, çalışmaları boyunca Osmanlı İmparatorluğu içindeki ulus-devlet yapısı ve milliyetçilik hakkında sorulara cevap aramıştır. Gökalp'in araştırmalarına dayanarak yapılan tespitlerden biri, Türk toplumunun yapısal ve sosyal dinamiklerine ilişkin olarak devletin ulus-devlet modeli içinde öncül bir faktör olduğu ve ulusu bir arada tutma kapasitesine sahip olduğudur (Tokluoğlu, 2013, s. 116). Ulus-devlet modelinde önemli bir role sahip olan temel değerlerin toplumun farklı kesimlerinden destek alarak şekillenmesidir. Bu değerlerin temeli, bir kültürün varlığına dayanmaktadır. Gökalp, bu kültürel yapıyı ve kökenlerini tanımlarken, Türk toplumunun asıl bağlı olduğu değerlerin Türk ulusuna, İslam ve Batı medeniyetine dayandığını vurgulamaktadır (Gürsoy & Çapcıoğlu, 2006, s. 96). Gökalp, ulus-devlet yapısı içinde Türk devletinin genişlemesi ve kalkınmasının İslam inancı ile bütünleşmesinin önemi üzerinde durmaktadır. Gökalp'e göre Türk toplumu, İslami değerleri muhafaza ederek ve ümmet bilincini aktararak, bu değerlerin sağlam bir temel üzerinde gelecek nesillere aktarmalıdır. Bu sayede, Batı'nın modernleşme çabalarına da ayak uydurarak Osmanlı'nın gerileme döneminde kaybolan başarılarını yeniden kazanacağını düşünmüştür (Türkdoğan, 2005, ss. 111-112).

Gökalp'in, dönemin diğer düşünürlerinden farklı olarak, milliyetçiliği aşırılığa kaçmadan, analitik bir yaklaşımla ele aldığı görülmektedir. Özellikle, Türk halkını sadece etnik anlamda değil, Osmanlı'nın tüm tebaasını kapsayacak şekilde ele alması, onu diğerlerinden ayıran bir özelliktir. Türkçülük ve İslamcılık gibi karmaşık siyasi kimlikleri körü körüne benimsemek yerine, bu kimlikleri derinlemesine inceleyip açıklamaya çalışmaktadır. Gökalp'in çağdaşlığıyla öne çıkan bakış açısı, Osmanlı siyasi ve toplumsal düşüncesinden oldukça ayrı bir konumda olduğu görülmektedir ancak bu çağdaş bakış açısı Osmanlı'nın son döneminde yeterince anlaşılmadığı için uygulamaya geçilememiştir. Bununla birlikte, Türkiye Cumhuriyeti'nin (T.C.) kuruluş dönemi ve sonrasında Gökalp'in yaklaşımları önemli bir rehber niteliği taşımıştır

(Hacıyakupoğlu, 2018, s. 50). Gökalp'in düşünceleri, Türkiye'nin modernleşme sürecinde ve millî kimlik arayışında önemli bir rol oynamıştır.

Gökalp ve Akçura gibi isimler büyük toprak kayıplarıyla karşı karşıya kalan Osmanlı'nın topraklarını korumak yerine yeni bir Türk ulus-devleti kurma fikrine yönelmiştir. Bu dönemde, Müslümanlar veya Osmanlılar yerine Anadolu Türkleri üzerinde odaklanılmıştır. Türk milliyetçiliği önemli bir referans noktası haline gelmiştir (F. Özdemir & Özkan, 2020, s. 531). Atatürk bu kimlik oluşumlarından en çok Türkçülük kimliğinden etkilenmiş ancak yeni Türk ulus-devletinin kuruluşunda dönemin değişen koşulları, farklı kesimleri bir araya getirip aralarındaki gerilimleri çözmeyi gerektirmiştir. Bu sebeple, Atatürk sadece Türkçülük yerine, Türkiye Cumhuriyeti devletini savunan bir milliyetçilik yaklaşımını benimsemiştir. Bu yaklaşım, Türk milli kimliğini korurken aynı zamanda ülkedeki farklı etnik grupları ve kültürel çeşitliliği desteklemiştir. Atatürk, yeni Türk devletinin birlik ve beraberliğini sağlamak için milliyetçilik anlayışını bu şekilde şekillendirmiştir (Kiliç, 2007, s. 119).

Osmanlı'nın son döneminde siyasi kimlik arayışları devam ederken I. Dünya Savaşı'nın başlaması Osmanlı'nın geri dönülemez bir sürece girmesine neden olmuştur. I. Dünya Savaşı'nda Batılı güçlerin emperyalist ve sömürgeci hedefleri doğrultusunda başlattıkları çatışma sonucunda Osmanlı, müttefikleriyle birlikte yenilerek topraklarının paylaşılması gibi bir durumla karşı karşıya kalmıştır. I. Dünya Savaşı, Osmanlı'nın kaderini belirleyen bir dönüm noktası olmuş ve devletin siyasi varlığı sona ermiştir. 19. yüzyılın başlarındaki çatışmalarda toprak kaybeden Osmanlı, milliyetçilik akımının etkisiyle kendi egemenliği altındaki ulusların bağımsızlık arayışlarına tanık olmuştur. 19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde ise batılı güçler, Osmanlı'nın Orta Doğu'daki topraklarını işgal etmeye başlamıştır (Yalçın, 2009, s. 7).

I. Dünya Savaşı sonrasında Osmanlı, 30 Ekim 1918'de Mondros Mütarekesi'ni imzalayarak mütareke dönemine giriş yapmıştır (Olçay, 2019, s. XI). Mütareke döneminde, batılı güçlerin stratejisi, Osmanlı İmparatorluğu'nu bölerek kendi himayeleri altında yeni devletler ve yeni sömürgeler oluşturmaktır (Tunaya, 2002, ss. 4-5). Mondros Mütarekesi'nin adaletsiz uygulamaları Türkleri yeni bir ulus-devlet kurmaya yönlendirmiştir (2002, s. 203). İşgallerin artmasıyla Milli Mücadele dönemi başlamıştır (Selek, 2002, s. 105). Mütareke sonrasında Osmanlı, 1920'de Sevr

Antlaşması'nı kabul etmek zorunda kalmıştır. Antlaşma'nın ardından Anadolu toprakları İtilaf Devletleri tarafından işgal edilmeye devam etmiştir. Bu süreçte İstanbul'daki yöneticilerin yurtdışına kaçması ve Sultan Vahdeddin'in İtilaf Devletleri'ne karşı tepkisiz kalması, Anadolu'da direniş hareketlerinin başlamasına yol açmıştır. Silahlı direnişi sürdüren eski Osmanlı askerlerini silahsızlandırmak için Vahdeddin tarafından görevlendirilen Mustafa Kemal, verilen görevi yerine getirmek yerine Anadolu'daki direniş liderleriyle görüşmeler yaparak Milli Mücadele'nin önderliğini üstlenmiştir (Ahmad, 2014, ss. 83-85).

Millî Mücadele dönemi, Sevr Anlaşması'nın neden olduğu ruhsal yıkımın etkisiyle, kurucu kadronun Misak-ı Milli sınırları içinde egemen ve bağımsız bir devlet kurma amacıyla kucaklayıcı ve birleştirici politikalar izlediği bir zaman dilimidir. Yeni rejim oluşturulmadan önce, bağımsızlık mücadelesi sürerken devletin kurucuları, uluslararası ilişkilerde yeni toplumun vatandaşlık ve üyelik politikalarını şekillendirmiştir. Milli mücadele döneminde Atatürk, Türk etnik kimliği yerine "Türkiye" ve "Türkiye halkı" kavramlarını öne çıkararak, kan temelli vatandaşlık anlayışından uzaklaşıp, toprak temelli vatandaşlık anlayışını vurgulamıştır (Oran, 2004, s. 73).

Atatürk'ün 1919'da Samsun'a çıkışıyla başlayan Milli Mücadele sürecinde, vatanın kurtuluşu için çeşitli Müdafaa-i Hukuk cemiyetleri iş birliği içinde hareket etmiştir (B. Özkan, 2019, ss. 140-150). Milli Mücadele, Türk ulusunun ulusal bilincinin bir ürünüdür ve başlangıçta işgale karşı yerel direniş biçiminde Kuvayı Milliye olarak ortaya çıkmıştır. Müdafaa-i hukuk cemiyetlerinin oluşumuyla birlikte ise işgale karşı daha organize ve etkili bir mücadele için sağlam bir temel atılmıştır. Bu dönem, Türk ulusunun milli varlığını ve bağımsızlığını koruma iradesinin güçlü bir ifadesidir (Tunaya, 2002, s. 34). İlk olarak Erzurum Kongresi'nde bir temsil heyeti oluşturulmuştur. Temsil heyeti milli mücadelenin ilk yürütme organıdır. Temsil Heyeti'nin çabalarıyla, yerel güçleri bir araya getirmek amacıyla tüm ülkeyi kapsayacak şekilde Sivas Kongresi düzenlenmiştir. Sivas Kongresi'nde, ülkenin içinde bulunduğu trajik durumlar sonucunda, milletin vicdanından doğan ortak bir amaç için kurulan kuruluşlar bir araya gelerek Anadolu ve Rumeli Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti adı altında birleştirilmiştir (Çavdar, 2008, s. 163,164). Bu birleşmenin mimarı Atatürk'tür. Ulusal güçleri aynı hedefe odaklanarak birleştirmenin önemine inanan

Atatürk, alınan kararları ve uygulamaları geniş kitlelere yayarak siyasi bir strateji oluşturmayı amaçlamıştır (İlhan, 2009, s. 519). Milli Mücadele döneminde, iletişim araçları bu yüzden ideolojik bir rol oynamıştır. Mustafa Kemal, basın kitleleri etkileme gücünün bilincinde olarak 1919'da İrade-i Milliye ve 1920'de Hakimiyet-i Milliye gazetelerini kurmuştur. Bunun devamı olarak Ankara merkezli ve Milli Mücadele'ye destek veren Anadolu basını oluşturulmuştur. Son olarak da 1920'de Anadolu Ajansı kurmuştur (Turan, 2020, s. 2513).

Milli Mücadele döneminde, Atatürk'ün temel hedefi, yeni bir Türk ulus-devleti kurmaktır. Bu dönemde milliyetçiliğin önde gelen amacı, ulus hâkimiyeti ve ulus-devlet kurma arzusu idi. Bu hedefler, ulus olmanın ana şartlarından biriydi ve Atatürk'ün düşünce ve eylemlerinin temelini oluşturuyordu (Erözden, 1997, ss. 105-124). Anadolu'daki direnişin yükselmesiyle birlikte, İstanbul'un işgal edilmesi ve ardından Vahdeddin'in Meclis'i feshetmesi, direnişin karakterini değiştirdi. İstanbul'daki Meclis'in kapatılmasının ardından, direnişin merkezi olan Anadolu'da (Ankara'da) yeni bir Meclis kuruldu (Ahmad, 2014, ss. 85-88). Ankara'da oluşturulan Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), İstanbul'daki Damat Ferit Hükümeti ile karşı karşıya gelmiş, her iki taraf da birbirini vatan haini ilan etmiş ve bu süreçte dini fetvalar da devreye girmiştir. Yurdun işgal edilmesinin yanı sıra iç karışıklıkların ve isyanların artması, bağımsızlık mücadelesinin hızını kesmiştir. İç karışıklığa son vermek adına TBMM, 29 Nisan 1920'de kabul ettiği Hiyanet-i Vataniye Kanunu ile *"Büyük Millet Meclisi'nin meşruiyetine kalkışma mahiyetindeki sözle, fiil veya yazılı olarak muhalefet yapanlar ve fitne çıkaranlar vatan haini sayılır"* hükmünü uygulayarak kendi meşruiyetini sağlamlaştırmıştır. Suçun tanımının geniş ve belirsiz olmasına rağmen cezanın idam olması, önemli bir caydırıcılık sağlamıştır (Şengül, 2020, ss. 154-162). Bu süreçte, TBMM'nin oluşturduğu bir diğer kontrol mekanizması polis teşkilatıydı. Osmanlı döneminde iç güvenlik uzun yıllar boyunca ordu sorumlu olmuştur ancak 1845'te kurulan ve karmaşık bir yapıya sahip olan emniyet teşkilatı, güvenlik açıklarına neden olmuştur. TBMM bu duruma tepki olarak kendi polis teşkilatını, "Milli Polis Teşkilatı" adı altında oluşturmuş, daha sonra da polis teşkilatının karmaşık yapısını sona erdirerek daha merkezi bir yapıya kavuşturmuştur. (Dikici, 2008, ss. 720-746).

TBMM hükümeti, milli mücadeledeki başarısından sonra Lozan Konferansına davet edilmiş ve Misak-ı Milli sınırları içindeki haklarının uluslararası alanda tanınmasını sağlamıştır. 24 Temmuz 1923'te Lozan Barış Antlaşması imzalamış Türkiye'nin egemenliği uluslararası alanda resmen tanınmıştır. 13 Ekim 1923'te Ankara başkent ilan edilmiştir. İstanbul'un konumu ve Mondros Mütarekesi sonrası yaşadığı zorluklar, ulusal hareketin farklı bir merkezde yönetilmesini gerektirmiştir. Bu olayların ardından, 29 Ekim'de Cumhuriyet ilan edilmiş ve Mustafa Kemal Paşa Cumhurbaşkanı olarak seçilmiştir. Halk, Cumhuriyet'in ilanını bayram havasında kutlamış ve Türkiye Cumhuriyeti'nin sağlam temellere dayanması için reformların halka ulaştırılması ve kamuoyunun düşüncelerinin dikkate alınması için çaba gösterilmiştir (Gökbilgin, 2011, s. 609; Kılıç, 2022, s. 122).

Saltanat ve hilafetin kaldırılmasıyla, çağdaş bir ulus-devlet oluşturma hedefi doğrultusunda önemli adımlar atılmıştır. Cumhuriyetin ilanı ile beraber, yeni bir anayasaya ihtiyaç duyulmuştur. TBMM'nin ulusal egemenliği ulus adına kullanacağını belirten 1924 Anayasası'nın 3. maddesi, anayasa görüşmelerinde milletvekilleri tarafından en önemli ve öncelikli madde olarak vurgulanmıştır. Bu anlamda, 1924 Anayasası milli egemenliğe dayalı olarak hazırlanan ilk anayasa olarak nitelendirilmiştir. Milli egemenlik ilkesinin çağdaş yorumu, Türkiye'nin demokratik bir yapıya doğru ilerlemesine yardımcı olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin tüm anayasaları, milli egemenlik ilkesini temel alarak sıralanmıştır (Çeçen, 2020, s. 152). 1924 Anayasası'nın orijinal halinde, "Türkiye Devleti'nin Din-i İslâmdır" şeklindedir. Ancak bu hüküm, 1928'de Anayasa'dan çıkarıldı ve yerine 1937'de "laiklik ilkesi" getirildi (Gözler, 2013, s. 35). 1928 Anayasa değişikliği ile Cumhuriyetin açıkça laik bir karakter aldığı göz önünde bulundurulduğunda, "laiklik" teriminin Anayasa'ya ancak 1937'de dahil edilmiş olması dikkate değerdir (Özbudun, 2012, s. 14).

1924 Anayasası, hukuk devleti ilkesini benimseyerek, yurttaşların hak ve ödevlerini belirleyerek, modern ulus-devletin temel prensipleri yansıtmaktadır. Yurttaşlık haklarının "Türklerin Kamu Hakları" başlığı altında belirlenmesi, ulusçu siyasetin uygulandığını göstermektedir (Parla, 2016, s. 20). 1924 Anayasası devletin siyasi ve ideolojik yapısını anayasal güçle sağlamlaştırmıştır. Bu anayasa ile devletin yönetim biçimi, yasama, yürütme ve yargı esasları belirlenmiş; temel hak ve özgürlükler ile Atatürk ilkeleri anayasal düzeyde ifade edilmiştir. Bu sayede, devletin

siyasi ve ideolojik yapısı anayasanın güvencesi altına alınarak daha sağlam temellere oturtulmuştur (Yıldırım, 2021, ss. 66-67).

Halk Fırkası, Sivas Kongresi'ne dayanarak kurulmuş ve yeni devletin cumhuriyet yönetimini benimseyerek, parti adında bu ilkeyi yansıtmayı amaçlamıştır. Bu düşünceyle, 10 Kasım 1924'te alınan bir kararla parti ismi "Cumhuriyet Halk Fırkası" olarak değiştirilmiştir (Taşkiran, 1994, s. 257). Parti 1935'de gerçekleştirilen Dördüncü Büyük Kongresi'nde, "Cumhuriyet Halk Partisi" (CHP) adını almıştır (Uzun, 2010, s. 236). Ankara'daki merkezi yönetimin otoritesi tek parti iktidarının güçlendiği dönemlerde, Türkiye'nin yeni ulusal devlet anlayışı da belirginleşmeye başlamıştır. Atatürk'ün "*Türkiye Cumhuriyeti'ni kuran Türkiye halkına Türk Milleti denir!*" ifadesi, kapsayıcı olmasına rağmen İslami unsurları dışarıda bırakarak milliyetçilik anlayışına son şeklini vermiş, böylece Cumhuriyet'e destek veren kesimleri dışlamadan milli kimliği güçlendirmiştir (Beriş, 2021, s. 92). Atatürk'ün milliyetçilik anlayışı, CHP tarafından devletin resmi görüşü olarak benimsenmiş ve halka aktarılmaya çalışılmıştır. CHP, sadece bir siyasi parti olmanın ötesine geçerek, Atatürk'ün milliyetçilik fikirlerini, söylemlerini ve uygulamalarını halka tanıtarak benimsetme görevini üstlenmiştir. Bu misyonu bir ilke olarak kabul eden CHP, parti tüzüğünde bu konuya yer vererek, partinin ideolojisini yasal olarak belirlemiştir (Parla, 2016, s. 201).

Kemalizm düşüncesi üzerinden Türk ulus-devletinin yapısı şekillenmeye devam etmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin temelini oluşturan toprak temelli bir milliyetçilik anlayışını benimseyen Kemalizm, bu bakımdan Osmanlı dönemindeki Türkçülük akımlarından farklılaşmaktadır. Örneğin, Cumhuriyet döneminde, Kafkasya cephelerinde elde edilen zaferler yerine Anadolu merkezli bir Türk milliyetçiliğini ön planda olduğu Çanakkale'deki direniş vurgulanmıştır (Özkan, 2019, ss. 98-123). Kemalizm'in Türklüğü vatan bağlamında tanımlayan bu kapsayıcı milliyetçilik yorumu, 1933'te Atatürk'ün "Ne mutlu Türk'üm diyene" ifadesinde de belirgin bir şekilde kendini göstermektedir (Ahmad, 2014, s. 94). Kemalizm, temel ilkelerini 1927'deki CHP Kurultayı'nda belirlenen cumhuriyetçilik, halkçılık, milliyetçilik ve laiklik ile 1931'de eklenen devletçilik ve devrimcilik (inkılapçılık) ilkeleri üzerine inşa etmiştir (Ahmad, 2014, s. 94). Bu ilkeler arasında, devletin yönetim biçimi olarak kabul edilen ve değişmez sayılan Cumhuriyetçilik, ekonomik, siyasi ve hukuki

alanlarda eşitlik ve sınıfsızlık hedefleyen Halkçılık, ortak bir tarihe ve geleceğe dayalı vatandaşlık kavramını öne çıkaran Milliyetçilik, din ile devlet işlerinin ayrılmasını ve dini egemenliğin ulusal egemenliğe devredilmesini amaçlayan Laiklik, sürekli ilerlemeyi ve bilimsel gelişmelere uyumu hedefleyen Devrimcilik ve o dönemde dünya ekonomisinin liberalizminin çıkmazına girmesiyle milli bir ekonomi oluşturmayı ve sosyal devlet ilkesini ön plana çıkaran, devletin işveren olarak görüldüğü Devletçilik ilkesi bulunmaktadır (Albayrak, 2010, ss. 316-340).

Yeni ulus-devlet, vatandaşlarını Türk kimliği çerçevesinde, milli değerleri göz önüne alarak birleştirmeyi hedeflemiştir. Eğitim ve kültür alanında yapılan yenilikler toplumun geneline yöneliktir. Toplumsal tarih, kültür ve eğitimin ayrılmaz bir parçası olarak, toplumsal hafızanın ve kimliğin oluşumunda bir ideoloji olarak konumlandırılmıştır. Bu bağlamda, 1923-1930 döneminde gerçekleştirilen tarih araştırmaları ve eğitimi, hanedan tarihinden arındırılarak, dini boyuttan çok ulusal ve cumhuriyetçi bir perspektifle şekillendirilmiştir. Türk Tarih Kurumu, 1930'lardan itibaren Atatürk'ün liderliğinde ulusal devletin ideolojik temeli olan Türk Tarih Tezi'ni geliştirmeyi amaç edinmiştir (Y. Yıldırım, 2021, s. 83). Bu tez ile sistematik bir biçimde sunulan ulusal kimliğin inşası için Türklüğün merkeze konulduğu ve tüm medeniyetlerin kaynağı olarak övüldüğü bir geçmiş vurgusu yapılmıştır. Türk ulusunun Batı medeniyeti içindeki yerine vurgu yapılırken, aynı zamanda Anadolu'nun Türklerin 'ebedi vatanı' olduğunu kanıtlanmıştır. Asya'dan göç eden atalarının Anadolu'nun en eski medeniyetlerini kurduğu ve bu nedenle Türklerin Anadolu'ya olan ilişkisinin Malazgirt Savaşı'ndan (1071) öncesine dayandığı, dolayısıyla Anadolu'nun doğal bir Türk vatanı olduğu ispatlanmaya çalışılmıştır (Copeaux, 2006, s. 39,48). Aynı zamanda Türklüğün derin ve şanlı tarihine vurgu yaparak, Kemalist ideolojinin halkçılık ilkesiyle sıkı bir ilişki içerisinde olduğunu vurgulanmaktadır. Cumhuriyet içerisindeki çok sesliliği ortadan kaldırmayı amaçlayan "halkçılık" ilkesi, eğitim sistemini de bu yönde şekillendirmiştir. Ders kitaplarında, Laz, Çerkez, Kürt gibi grupların özünde Türk oldukları vurgulanmıştır; örneğin, Kürtler "Şark Türkleri" olarak anılmıştır. Bu şekilde, Osmanlı'nın çöküşünde gösterilen heterojen toplum yapısının Cumhuriyet döneminde bir sorun olmaktan çıkarılması, tüm vatandaşların bir bütünlük içinde bir araya gelmesinin hedeflendiği ifade edilmiştir (Parlak, 2005, ss. 193-197).

Tevhid-i Tedrisat Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle eğitimde birlik sağlanmış, ardından dini eğitim devlet kontrolüne alınmış ve seküler bir milli kimliğin oluşturulması için adımlar atılmıştır. İlk olarak 1924'te İmam Hatip Okulları ve bir İlahiyat Fakültesi kurulmuş ancak zamanla bu okullara olan talebin azalmasıyla birlikte 1930'da İmam Hatip Okulları, 1933'te ise İlahiyat Fakültesi kapatılmıştır (Atalay, 2018, ss. 81-82).

Kemalizm'in Türk milli kimliği inşasında eğitim başlığı altında ele alınması gereken en önemli konu, ortak bir dil oluşturma çabasıdır. Osmanlı döneminde Türkçe genellikle halk arasında kullanıyor olmasına rağmen bürokraside Arapça, Farsça ve Rumca gibi dillerin etkisiyle şekillenen Osmanlıca tercih edilmiş ve dil birliği sağlanamamıştır. Cumhuriyet döneminde ise dil birliğini sağlamak için Türkçe temel alınmış, ayrıca dilin modernleştirilmesi amacıyla 1928'de Latin alfabesinin benimsenmesi gibi adımlar atılmıştır (Berkes, 2019, s. 255,548,552). Üçüncü Dil Kurultayı'nda 1936'da sunulan 'Güneş Dil Teorisi', Türkçenin dünya dillerinin temelini oluşturduğunu ileri sürmüştür (Copeaux, 2006, ss. 49-50). Güneş Dil Teorisi, yeni devletin ideolojik yaklaşımının bir sonucu olarak dil alanında yapılan devrimci kültürel atılımlardan biridir ve toplumun millî kimlik kavramının sağlamlaştırılmasına katkıda bulunmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Güneş Dil Teorisi, Türk Tarih Teziyle birlikte birbirini tamamlayan bir olgusal boyuta sahiptir ve tarih, coğrafya, antropoloji gibi disiplinlerinden beslenmektedirler. Teorinin geliştirilme süreci ve sonrasında yapılan araştırmalar ve derlemeler, Cumhuriyet öncesi Türkçenin zenginliğini ortaya çıkararak dilin hak ettiği değeri bulmasını amaçlamıştır. Bu sayede günümüz Türkçesine birçok kelime kazandırılmıştır (Yıldırım, 2021, s. 94).

Eğitim de yapılan bir diğer yenilik ise Türk Ocakları, Halkevleri, Halkodaları, Millet Mektepleri gibi kuruluşların oluşturulmasıdır. Milli kimliğin oluşturulmasında tamamlayıcı kurumlar olarak kabul edilmiş ve Kemalizm'in ilkelerinin topluma benimsetilmesi sürecinde önemli rol üstlenmişlerdir (Çağlayan, 2018, ss. 13-15).

Türkiye Cumhuriyeti'nin oluşumunda, Millî Mücadele'nin önemli dönüm noktaları olan 19 Mayıs, 23 Nisan, 30 Ağustos ve 29 Ekim tarihleri ulusal bayramlar olarak kabul edilmiştir. Bu tarihler, yeni devletin askeri, hukuki ve siyasal meşruiyetini temsil etmektedir. Özellikle 29 Ekim, devletin kuruluş yıl dönümü olması açısından ayrı bir öneme sahiptir. Ulusal bayramlar, cumhuriyetin, devrimlerin ve ulusal

kimliğin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Bu tarihler, semboller ve ritüeller aracılığıyla ulusal kimliğin pekiştirilmesini sağlayan siyasal bir araç haline gelmiştir (Yıldırım, 2021, ss. 195-196).

Atatürk önderliğindeki bağımsızlık mücadelesi, ulusal kimliğin güçlendirmiş ve yeni bir Türk ulus-devletinin kurulması amacıyla çeşitli reformların temeli oluşturmuştur. Özellikle eğitim ve dil politikaları, toplumun birlik ve beraberlik duygusunu pekiştirmek ve milli kimliği inşa etmek için büyük önem taşımaktadır. Türk ulus-devletinin ideolojik temellerini oluşturan Kemalizm, cumhuriyetin ilkelerini belirlemiş ve toplumsal dönüşüm sürecini yönlendirmiştir. Ulusal bayramlar ve semboller, ulusal kimliğin pekiştirilmesinde etkili bir araç olarak kullanılmıştır. Bu süreç, Türkiye'nin modernleşme ve ulus-devlet olma yolunda önemli bir adımı temsil etmiştir. Bugün hala Türk toplumunun toplumsal hafızasında önemli bir yer tutmaktadır.

1.5.TÜRKİYE’NİN 1980 SONRASI SERBEST PİYASA EKONOMİSİNE GEÇİŞİ

1980 yılı Türkiye’de yeni bir dönemin başlangıcını işaret eden değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu değişimler 24 Ocak 1980 Kararları ve 12 Eylül 1980 Darbesi’dir. 24 Ocak Kararları, Türkiye'nin ekonomik dokusunda büyük değişimlere sebep olarak, ekonomik alanda yeni birikim modelinin öncülüğünü üstlenmiştir. Ayrıca, 12 Eylül Darbesi, bu yeni ekonomik modelin politik ve yasal temellerini atmış ve rejimde derin değişimlere yol açmıştır. Bu iki olay, Türkiye'nin ekonomik ve siyasi geçmişinde belirgin bir dönüm noktası olarak kabul edilir ve birbirini tamamlayan unsurlar olarak nitelendirilir (Aslan, 1998, s. 107).

1980'lerin sonlarına doğru Türkiye ekonomisinde yapılmayan reformlar, istikrarsız ekonomi politikaları ve kamu açıklarının iç ve dış borçlarla finanse edilmesi, 1990'lı yılların başında ciddi sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu dönemde, bütçe açıkları ve kamu borçlanma ihtiyacı hızla artmaya başlamıştır. 1990'lı yıllar, Türkiye ekonomisinde iç ve dış şokların yoğun olarak hissedildiği ve bu şoklara bağlı çeşitli ekonomik krizlerin etkilerinin gözlemlendiği bir dönem olmuştur (Dikkaya & Özyakışır, 2013, s. 194). Bu süreçler, alt başlıklarda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

1.5.1. 24 Ocak Kararları

1970'lerin ikinci yarısında, Türkiye ekonomisi büyük bir krizle karşı karşıya kalmıştır ve bu kriz hem kentli hem de köylü kesimlerini derinden etkilemiştir. İthal ikameci ekonomi politikası, zamanla etkisini kaybetmiş ve toplumsal taleplere cevap vermemeye başlamıştır (Gönül, 2019, s. 33). Siyasi belirsizliklerin etkisiyle ekonomik krizin süregelen etkileri, her geçen gün artarak devam etmiştir. Bu dönemde, özellikle büyük kentlerdeki işçi kesimi, ekonomik haklarını talep etmek amacıyla sık sık grevler düzenlemiştir. Bu durum, iş gücü verimliliğinin azalmasına ve sermaye sahiplerinin zor durumda kalmasına neden olmuştur. 1970'lerin sonlarına doğru, örgütlenmiş işçi sınıfları, yükselen enflasyon oranlarına karşı sendikalar aracılığıyla eylem planları oluşturmuştur. Bu süreçte, büyük sermaye sahipleri, sendikaların kontrol altına alınması gerektiğine inanarak, güven ortamının yeniden tesis edilmesi ve olumsuz ekonomik gidişata son verilmesi gerektiği yönünde açıklamalar yapmışlardır (Boratav, 2005, s. 146). Ecevit, mevcut koşulların yarattığı baskılar nedeniyle hükümetten istifa etmiş ve yerine gelen Süleyman Demirel, uzun süredir birlikte çalıştığı Turgut Özal'ı Başbakanlık Müsteşarlığına atayarak, ekonomik istikrar programının hazırlanması görevini ona vermiştir (Gönül, 2019, s. 34).

Dünya ekonomisinde yaşanan “Borç Krizi” döneminde ABD ve İngiltere'nin öncülüğünde başlatılan serbestleşme hareketine Türkiye'nin uyum sağlama süreci 24 Ocak 1980 istikrar programı ile hız kazanmıştır (G. Kazgan, 2013, s. 196). Daha önce de Türkiye 1958, 1970 ve 1978 İstikrar Programları gibi çeşitli istikrar programları uygulamıştır ancak 24 Ocak 1980 İstikrar Programı, önceki uygulamalardan farklı bir yaklaşım sergilemiştir. IMF denetiminde hazırlanan bu program, Latin Amerika ülkelerinde görülen Ortodoks istikrar programlarının benzeri niteliğindedir (Ekzen, 1984, s. 185). Ortodoks İstikrar Programları, genellikle enflasyon ve ödemeler dengesi sorunlarının çözümü için IMF tarafından gelişmekte olan ülkelere önerilen bir dizi ekonomik politikayı içermektedir. Bu politikalar arasında döviz kuru, para arzı ve kamu harcamaları gibi iktisat politikası araçlarının yanı sıra sıkı para politikaları da yer almaktadır (Bayraktutan & Özkaya, 2002, s. 2).

24 Ocak İstikrar Programı'nın uzun vadeli olarak hedefleri arasında ekonomide devletin rolünün azaltılması ve özel sektörün güçlenmesi, idari kararların yerine fiyat mekanizmasının geçerli olması ve mal ile faktör piyasalarında devlet müdahalesinin

azaltılması gibi yapısal değişiklikler bulunmaktadır (H. Şahin, 1998, s. 179). Kısa vadeli hedefleri ise mal darlığının giderilmesi, uzun kuyrukların kaldırılması, enflasyonun düşürülmesi, ihracatı artırarak dış ticaret açığının azaltılması, büyüme hızını artırarak ekonominin olumlu bir yöne çevrilmesi ve piyasa ekonomisini daha etkin hale getirmektir (Tokgöz, 2001, s. 192).

24 Ocak İstikrar Programı'nın temel unsurları şu şekildedir (Kılıçbay, 1999, s. 194):

- Enflasyonun yavaşlatılması, fiyat istikrarının sağlanması ve devlet sektöründen kaynaklanan enflasyon etkilerinin hafifletilmesi
- Üretim çarkının harekete geçirilmesi
- Ekonominin döviz kazanması için ihracata teşvik edilmesi
- Zorunlu olmayan döviz harcamalarını minimum seviyeye indirerek ithalatın azaltılması
- Serbest teşebbüs gücünü destekleyerek kısıtlıkların azaltılması ve talep dengesinin sağlanması, piyasa mekanizmasının etkin hale getirilmesi
- Yeni tasarruf, faiz ve kambiyo politikalarının uygulamasıdır.

Bu temelde, bir reel ve esnek kur politikası benimsenmiş ve Türk Lirası'nın değeri %48,6 oranında düşürülmüştür. Döviz kuru da 47 TL seviyesinden 70 TL seviyesine yükseltilmiştir. Ayrıca, gübre ve tarım ilaçları dışında kalan ürünlerdeki katlı kur uygulaması sona erdirilmiştir (Önder, 2005, s. 147). Bunların beraberinde, faizsiz mevduat ve krediler ile mevduat sertifikaları gibi araçlar kullanılmıştır. Aynı zamanda, Merkez Bankası'nın kredi sağlama politikaları da sınırlanmış ve yabancı bankaların Türkiye'de şube açmasına izin verilmiştir (Akdiş, 2011, s. 469).

Programın temel hedefi, Türk ekonomisini küresel kapitalist sisteme entegre etmek ve ekonominin dışa açılmasını sağlamaktır. Bu çerçevede, serbest piyasa ekonomisi modelini benimseyerek devletin müdahalesini en aza indirme ve küresel ekonomideki etkisini azaltma konusuna öncelik verilmiştir (Akalın, 2004, s. 107). Başka bir ifade ile 24 Ocak İstikrar Programı sadece Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik karmaşayı düzeltmekle kalmayıp, aynı zamanda ekonomide yıllardır uygulanan kalkınma stratejisini değiştirerek, serbest piyasa mekanizmasının rolünü artırarak ekonomik denge oluşturmayı planlıyordu (Kurtoğlu, 2010, s. 432).

24 Ocak İstikrar Programı, derinlemesine ve yapısal bir ekonomik değişim için gerekli temel altyapıyı kurmuştur. 1980-1988 yıllarında programın etkin bir şekilde uygulandığı dönemde, dışa açık ve rekabete hazır yerli sanayilerin kurulması ve mevcut sanayilerin tam kapasiteyle faaliyet göstermesi için gerekli olan reformların neredeyse tamamı hayata geçirilmiştir (Köse, 2002, s. 121).

Ancak programın uygulanması genel olarak üç aşamada gerçekleşmiştir. İlk olarak, 1980-1983 dönemini kapsayan ve sıkıyönetim ile sona eren bir süreç yaşanmıştır. Ardından, 1984 yılından itibaren Özal hükümeti tarafından başlatılan ve genellikle ticari alanları içeren bir dönem başlamıştır. Son olarak, 1989'dan itibaren Türk Lirası'nın konvertibilitesiyle birlikte piyasalar liberal bir yapıyla işletilmeye başlanmıştır (İntaş, 2019, s. 24).

1.5.2. 12 Eylül 1980 Askeri Darbe Dönemi

Türkiye'de siyasi belirsizlik, alınan kararların ve hazırlanan raporların etkisiz kalmasına neden olmuştur. Sağ ve sol kanattan gelen iktidar partilerin adımları sonuç vermemiş ve aralarındaki muhalif çatışmalar sürekli devam etmiştir. Bu durum siyasal ve toplumsal alanda birçok olumsuzluğun meydana gelmesine neden olmuştur. Cinayet oranlarındaki artış, ekonomik kriz ve işlevsiz bir Meclis'in yanı sıra, Cumhurbaşkanlığı koltuğunun boş olması gibi sorunlarla karşı karşıya kalınmıştır (Kongar, 1998, s. 330). Türkiye'deki bu siyasi belirsizlik, askeri kesimin müdahalesine neden olmuştur. Genelkurmay Başkanı Orgeneral Kenan Evren ve Kuvvet Komutanlarının beraber oluşturdukları askeri cunta, Milli Güvenlik Konseyi adı üzerinden ülkenin kritik kararlarını almıştır. 12 Eylül 1980'de iktidarı ele geçiren askeri güçler, temel kanunların büyük bir bölümünü değiştirmiştir. Yeni bir Anayasa oluşturmak için Danışma Meclisi kurulmuştur. Bu tasarı, 23 Eylül 1982'de Meclis'te 7'ye karşı 120 oyla kabul edilmiştir. Milli Güvenlik Konseyi, ufak değişikliklerle tasarının kamuoyuna duyurulmasını 19 Ekim 1982'de gerçekleştirmiştir. (Topuz, 2003, s. 260). 1982 Anayasası, darbenin ardından oluşturulmuş olmasına rağmen devleti, bireyi ve toplumu korumak için net hükümler içermektedir. Anayasa bireylere çeşitli hak ve özgürlükler sağlarken, özellikle Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'ne uygun olacak şekilde düzenlenmiştir. Ancak modern özgürlük anlayışını kısıtlayarak düşünce özgürlüğüne de bazı sınırlamalar getirmiştir (Tanör, 2019, s. 135). 1982 Anayasası'nın diğer belirgin özelliği ise devletin temel yapısını ve haklarını genel

hatlarıyla belirten bir "çerçeve anayasa" olmamasıdır; her detayı kapsayan bir "düzenleyici anayasa" olmasıdır. Bu yüzden 1982 Anayasası katı ve sert bir yapıya sahiptir. Cumhurbaşkanının yetkilerini artırmanın yanı sıra Başbakan'a da üstün bir konum sağlamaktadır (Gözler, 2013, s. 192).

12 Eylül Askeri Darbesi'nde yalnızca dış siyaset ve mevcut iktidar tarafından yasallaştırılan ekonomik istikrar programında değişiklik yapılmamıştır. Hatta IMF tarafından önerilen ve Özal tarafından hayata geçirilen istikrar programı, ancak 12 Eylül askeri darbesinden sonra uygulanma fırsatını bulabilmiştir (Boratav, 2005, ss. 269-270). Özal'ın geniş yetkilerle donatılmış olmasıyla birlikte, 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlar, Bakanlar Kurulu'nun teknik düzenlemelerini içeren 18 kararname ve çeşitli tebliğlerden oluşmuştur. Bu yeni ekonomi politikası, Türkiye Cumhuriyeti'nin o döneminde ithal ikame ekonomisinden "liberal" ekonomiye geçişini temsil etmektedir (İba, 1998, s. 244). Bu dönemde Türkiye'nin hızla ihracatını artıracak ve düzenli borç ödeme kapasitesine ulaştıracak dış finans piyasalarına güven vermesinin üzerinde durulmuştur. Tarımsal ihracat gelirlerinin artışı, yeterli döviz kazanma imkânı sunmuyordu; bu sebeple, ihracat artışının sanayi ürünleri ve hizmetlere dayandırılması gerekiyordu. Özel sektördeki büyük kullanılmayan kapasiteler, yeni dış kredilerin ve girdi ithalatının kolaylaşmasıyla harekete geçebiliyordu. İhracat artışı, iç talebin kısılmasıyla birlikte görece fiyat değişikliklerine dayandırıldı. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, ekonominin gereksinimlerine göre günlük döviz kurlarını ayarlarken, katlı kur sistemini kaldırarak ihracata teşvik etmiştir (G. Kazgan, 2002, s. 132,134).

İstikrar Programının uygulanabilmesi için iş gücü piyasası askeri ve yasal yöntemlerle kontrol altına alınmıştır. Böylece sendikal faaliyetler askıya alınarak Türkiye'de Demokratik İşçi Sendikaları Konfederasyonu yöneticileri yargılanmıştır. Ücret belirleme süreci toplu sözleşme düzeninden Yüksek Hakem Kurulu'na devredilerek, reel ücretlerin erozyonunun önlenmesi sağlanmıştır. Bu emek karşıtı politikalar sadece örgütlü işçi sınıfına değil, memur maaşlarına, emekli ikramiyelerine ve tarıma yönelik destek politikalarına da büyük ölçekli reel ve görece azalmalar getirmiştir (Boratav, 2005, ss. 151-152).

Karabulut 1980-1983 dönemini kapsayan ve sıkıyönetim ile sona eren sürecin ekonomik boyutunu şu şekilde ele almaktadır (2010, s. 988):

- Yapısal dönüşüm programının uygulanmasına rağmen, nispeten sınırlı bir büyüme oranı elde edilmiştir. Büyüme, kullanılmayan kapasitelerin devreye alınmasıyla sağlanmıştır. Tarım sektörünün Gayri Safi Milli Hasıla içindeki oranı düşerken, sanayi ve hizmet sektörünün oranı yükselmiştir.
- İşsizlik oranı yükselmiştir, tarım sektöründe istihdam azalmıştır.
- Dar para arzının Gayri Safi Milli Hasıla oranı nispeten aynı kalırken, toplam para arzının oranı kayda değer oranda artmıştır. Bu durum, harcamaların büyük vadeli hesaplar aracılığıyla gerçekleştirildiğini göstermektedir. Reel faizler yükselmiş ve yıl sonunda küçük bankalar ile bankerler iflas etmiştir.
- Fiyat istikrarında dönem sonuna kadar önemli bir gelişme görülememiştir.
- Harcamaların ve gelirlerin Gayri Safiye Milli Hasıla oranı düşmüştür.
- Bu dönemin en etkili politikalarından biri, ihracat miktarında gözlenen hızlı yükselişlerdir. İhracatın ve ithalatın milli gelir içindeki payı yükselmiş aynı zamanda ihracatın ithalatı karşılama oranı beklenmedik şekilde yükselmiştir.
- Sağlanan avantajlara rağmen, doğrudan yabancı sermaye girişiminde belirgin bir artış sağlanamamıştır.
- Kamu ve özel sektörde reel ücretler düşmüştür.

Bu dönem 6 Kasım 1983'te yapılan Genel Seçimlerde, Özal'ın liderliğindeki Anavatan Partisi, mecliste çoğunluğu elde etmesiyle kapanmıştır (Yıldırım, 2021, s. 72).

1.5.3. Serbest Piyasa Ekonomisine Geçiş ve Özal Dönemi

Özal'ın 1983 seçimlerini kazanarak iktidara gelmesi, yeni bir dönemi başlatmıştır. Ekonomik, siyasi ve idari reformlar dönemi olarak tanımlanabilecek bu dönemin en önemli reformu ekonomi olmuştur. 24 Ocak kararlarıyla bir vizyon oluşturan Özal, bu vizyonun hızlı bir şekilde sürdürülmesi gerektiğini savunmuştur. Türkiye'de serbest piyasa ekonomisini tamamen benimseyen bir düzen kurmayı amaçlayarak, bu amaç doğrultusunda “orta direk” olarak adlandırdığı orta ve alt gelir grubundaki insanları hedef almıştır. Bu süreçte karşılaşılan ana sorunlar, yüksek

enflasyonun yanı sıra artan işsizlik oranları ve bütçe açığının kapatılması ihtiyacıdır (Gönül, 2019, s. 36). Ana sorunları gidermek için yaptığı ekonomik reformların başında, Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu ortadan kaldırılarak Türk lirası konvertible hale getirmek olmuştur. Daha sonrasında dış ticaretin serbestleştirilmesiyle birlikte İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) kurulmuş, döviz piyasalarında serbestlik sağlanmış, vergi düzenlemeleri arasında KDV'nin yanı sıra çeşitli teşviklerle sanayi ve yatırımlar desteklenmiş, tek el ürünlerinin ithalatı serbest bırakılarak kaçakçılığın önüne geçilmiştir (Duman, 2010, s. 305).

Özal hem ekonomik hem de siyasi anlamda liberal politikaları benimseyen önemli bir isimdir. Bu yaklaşımını ilk olarak 1980'de, 24 Ocak Kararları çerçevesinde göstermiştir. 1983'te iktidara geldikten sonra da liberal politikalara ağırlık vermiştir. Devletçilik yerine serbest piyasa ekonomisi, teşebbüs özgürlüğü, din ve vicdan özgürlüğü gibi kavramları tercih etmiştir. Özal, beyanatlarında daha çok bu kavramları ve anayasal demokrasi gibi ilkeleri vurgulamıştır (Duman, 2010, s. 199). Özal, bireysel özgürlükleri, demokratik değerleri ve serbest piyasa ekonomisini özgün bir yaklaşımla birleştirerek Türkiye'nin demokrasi yolculuğunda iz bırakan liderlerden biri olmuştur (Gönül, 2019, s. 48). Ekonomik kalkınmanın, demokratikleşmenin ön şartı olduğuna inanan Özal, bu düşüncesini şu sözlerle ifade etmiştir:

“Önce ekonomi yasaklardan arındırılacak, tam liberal olacak. Bu yolla ekonomi güçlenecek, havadan para kazanma yolları kapanacak. Bütün bunlara paralel olarak da demokrasi gelişecek. Batı’da da demokrasinin temelinde liberal ekonomi yatmıyor mu? Karaborsayla, kuyrukla demokrasi kurulamaz. Demokrasi için ekonominin ayakları üstünde kalması lazım” (Cemal, 2013, s. 255).

Özal, tüm zorlukların ekonomik ilerleme ile çözülebileceğine inanan bir politikacıdır. Ekonomik gelişme sadece sosyal refahı ve gelir dağılımını iyileştirmekle kalmaz, aynı zamanda ülkenin sosyal ve kültürel dokusunu değiştirir ve dış ilişkilerdeki sorunları çözecek bir güç haline gelmektedir (Duman, 2010, s. 298).

Özal öncesi dönemde 33 fon kurulmuşken, Özal döneminde bu fonların sayısı 105'e çıkmıştır. Genel olarak; petrol ve petrol ürünleri, ithal mallar, lüks tüketim ürünleri, tütün ve alkol mamulleri ile karayolları ve köprü geçiş ücretlerinden elde edilen gelirlerin fonlara aktarılması önemli bir gelir kaynağı oluşturmuştur (Yayla, 2002, s. 15). Diğer üzerinde durulması gereken fon ise Toplu Konut Fonu'dur. Özal'ın

vaatlerinden biri olan ve sosyal devlet politikaları çerçevesinde önemli bir yer tutan konut edindirme politikasının bir sonucu olarak Toplu Konut Kanunu ve fonu oluşturulmuştur. Bu politika ve fon, Özal'ın "orta direk" olarak tanımladığı orta-alt gelir grubundaki seçmenlerin memnuniyetini sağlamaya yönelik olmanın yanı sıra, kentleşme ve altyapı sistemlerinin yeniden düzenlenmesiyle refah seviyesinin artırılmasını hedeflemiştir. Aynı zamanda, vatandaşların konut alması amacıyla birikim yapmaları teşvik edilmiş, bankacılık ile özel sektör daha etkin bir şekilde faaliyet göstermesi için entegre edilmeye çalışılmıştır (Tuncer, 1987, ss. 56-57).

Dolaysız vergilerin baskın olduğu vergi sisteminden dolayı vergilerin daha yaygın olduğu bir sisteme geçilmiş, Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi oranları düşürülmüş, ithalat vergileri ve fonlar devreye sokulmuştur. Enflasyonun vergi gelirleri üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla "Peşin Vergi Sistemi" uygulanmaya başlanmıştır. Aynı dönemde, Katma Değer Vergisi (KDV) ile vergi kaçakçılığının önlenmesi için vergi iadesi sistemi de hayata geçirilmiştir (Uras, 1993, s. 42).

Özal hükümetleri döneminde, yabancı sermayenin ülkeye daha rahat giriş yapabilmesi için vergi, döviz ve diğer mevzuatlarda kayda değer değişiklikler yapılmıştır. Bu süreçte "Yap-İşlet-Devret" modeli ön plana çıkmıştır. Bu modelle, ülkeye yabancı sermaye çekilirken aynı zamanda altyapı eksikliklerinin giderilmesi hedeflenmiştir. Otoyol, baraj, telefon, köprü gibi altyapı projeleri bu modelle hayata geçirilmiştir (Yeldan, 2001, s. 38,44). Aynı zamanda bu dönemde, Türkiye'de ödemeler bilançosunda hızlı bir değişim yaşanmıştır. Dış borç ödemeleri ve dış kredi kullanımı en hızlı artan kalemler olmuştur. Dış borç stoku 1984'te 20.7 milyar dolardan 1991'de 50.5 milyar dolara yükselmiştir. Bu dönemde finansal serbestleşme özel sektör borçlanmasını hızlandırmıştır. İthalat da hızla artmış; 1984'te 10.8 milyar dolar iken 1991'de 21 milyar dolara çıkmıştır. Bu artış dış ticaret açığını büyütürken ihracatın ithalatı karşılama oranını düşürmüştür. Dış ticaret açıkları sırasıyla 1989'da 4.2 milyar dolar, 1990'da 9.6 milyar dolar ve 1991'de 7.3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (H. Şahin, 1998, s. 205). Bu dönemde dış ticaret açıklarındaki artış, ekonomik dengeler açısından önemli bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özelleştirme veya daha geniş bir kapsamda Kamu İktisadi Teşebbüsleri'nin (KİT) özel sektöre satışı, 1970'li yıllarda Şili'de başlamış ve 1979'da İngiltere'de

Thatcher hükümeti döneminde ivme kazanmıştır. Küresel ölçekte olduğu gibi, Türkiye'de de KİT'lerin benzer sorunlara yol açmasıyla birlikte, 1980'lerden itibaren özelleştirme sürecine dahil edilmiştir (Karluk, 2009, s. 297). Özal, özelleştirme politikalarına KİT'e özel bir vurgu yapmıştır. O dönemdeki mali açıkların ve yüksek enflasyonun ana sebebi olarak KİT'leri görmüştür (Özbaş, 1993, s. 79). Özal'ın özelleştirme politikasının temel hedefleri, ekonomiyi piyasa odaklı bir yapıya kavuşturarak verimliliği artırmak ve iş yapma süreçlerini iyileştirmektir. Bu politika aynı zamanda, sermayenin daha geniş bir kesime dağıtılarak toplumun genel refahını yükseltmeyi amaçlamaktadır (Kesriklioğlu & Çiftlikçi, 2011, s. 38). Bu süreçte 1986'da kabul edilen 3291 Sayılı Özelleştirme Yasası, Türkiye'de KİT'lerin özelleştirilmesi hakkında temel kuralları belirlemiştir fakat yasada özelleştirme kavramı net olarak tanımlanmamıştır. Bu dönemde KİT politikası, devletin ekonomideki rolünü azaltmayı hedeflemişse de yeni KİT'lerin oluşturulmasına devam edilmiştir. Bu süreçteki KİT'ler, teknik açıdan yetersiz ve piyasa şartlarına uygun olmayan yapılar olmalarıyla dikkat çekmiştir. Özelleştirme süreci, yeterli hukuksal altyapı oluşturulmadan başlatıldığı için istenen düzeyde ilerleme ancak 1990'ların başında mümkün olmuştur (Karluk, 2009, s. 311,325).

1984'ten itibaren dünya ekonomilerindeki konjonktürel iyileşme, Türkiye ekonomisinde inşaat, sanayi, enerji, ulaştırma, ticaret ve imalat sanayi sektörlerinde büyümeyi belirgin şekilde hızlandırmıştır. 1984-1987 döneminde, yıllık ortalama %6,7 oranında artan Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) ve %8,4 oranında büyüyen sınai hasıla, ekonomide belirgin bir canlanma yaratmıştır. Bu ekonomik canlanma, 1986'dan itibaren işsizlik oranının düşmesini sağlamıştır. 1985'te %16,3 (2979 bin kişi) seviyesine ulaşan toplam iş gücü fazlası, 1986'da %15,8'e ve 1987'de %15,2 (2856 bin kişi) seviyesine gerilemiştir. Bu süreçte özellikle inşaat, turizm ve ulaştırma sektörlerinde yaşanan hareketlilik, yeni istihdam olanakları oluşturmuştur (Tatlısı, 2017, ss. 77-78).

1983-1990 dönemi, ekonomik büyümenin başlangıç, zirve ve ardından düşüş evrelerini içeren tipik bir konjonktürel süreci temsil etmektedir. 1983-1985 yılları arasında ortalama %5.1 oranında büyüme gösteren ekonomi, 1986'da %7.5 ve 1987'de %9.3 ile hızlı bir büyüme kaydetmiştir ancak 1988'den itibaren %1.4 oranında büyüme ile bir durgunluk dönemi başlamıştır. 1989'da yaşanan yeni bir toparlanma, 1991'de

%2.3 ve %9.2 oranında büyümeye yol açmıştır (Akdiş, 2011, s. 469). Genel olarak, 1980'lerde hayata geçirilen ekonomik ve mali reformlar kapsamında Türkiye'de sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi süreci başlatılmış ve bu süreç 1989 yılında tamamlanmıştır (TCMB, 2002, s. 16)

1.5.4. 1990 Sonrası Dönem: Doğru Yol Partisi İktidarı ve Refahiyol Hükümeti Dönemi

Turgut Özal, 9 Kasım 1989'da Cumhurbaşkanı seçilmesiyle Anavatan Partisi (ANAP) genel başkanlığından istifa etmiştir. Bu nedenle ANAP, 20 Ekim 1991 tarihindeki genel seçimlerde oy kaybı yaşayarak Süleyman Demirel'in liderliğindeki Doğru Yol Partisi'nin (DYP) önüne geçememiş ve ikinci sıraya düşmüştür. Demirel, başbakan olarak görevlendirilmiş ve 1983'te kurulan Sosyal Demokrat Halkçı Parti (SODEP) ile koalisyon hükümeti oluşturmuştur (Lewis, 2003, s. 21). Ardından 1995 yılındaki genel seçimlerde Refah Partisi (RP), büyük çoğunluğun oyunu alarak mecliste sandalye sayısını artırmıştır (Tılıç, 2001).

1995 yılının sonunda yapılan genel seçimlerin ardından, partiler arasında yeni hükümeti kurma çabaları başlamıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı Demirel, hükümeti kurma görevini ilk olarak Necmettin Erbakan'a ardından Tansu Çiller'e vermiştir. Ancak her ikisinin başarısızlığından sonra görev Mesut Yılmaz'a verilmiş, ANAP lideri Yılmaz yeni bir koalisyon tasarısı talep etmiştir (M. Özdemir, 2009, s. 44). Bu talebin üzerine Anayol Hükümeti olarak adlandırılan koalisyon hükümeti, DYP ve ANAP'ın anlaşmasıyla kurulmuştur. Bu süreçte DYP ile yaptığı anlaşmanın ardından Erbakan, dönemin başbakanı olmuş ve Çiller'i başbakan yardımcısı olarak atamıştır (Topuz, 2003, ss. 302-303)

18 Haziran'da istifasını sunan Erbakan'ın ardından, Cumhurbaşkanı Demirel, koalisyon hükümeti kurma görevini tekrardan Mesut Yılmaz'a vermiştir. Bunun sonucunda ANAP, Demokratik Sol Parti (DSP) ve Demokrat Türkiye Partisi (DTP) arasında bir koalisyon hükümeti kurulmuştur (M. Özdemir, 2009, s. 45). RP'nin kapatılmasıyla siyasetten 5 yıl men cezası alan parti yöneticileri, 17 Aralık 1997'de İsmail Alptekin başkanlığında Fazilet Partisi adında yeni bir parti kurmuştur. 1995 genel seçimlerinden sonra yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık nedeniyle erken seçim talepleri artmıştır. TBMM, 31 Temmuz 1998'de genel seçimleri bir yıl öne

olarak 18 Nisan 1999'da yapılmasına karar vermiştir. DSP, 18 Nisan'daki seçimlerde %22,17 oy alarak 137 milletvekili çıkarmış ve Demirel, yeni kabineyi kurmakla Bülent Ecevit'i görevlendirmiştir (Topuz, 2003, ss. 308-309).

Dönemin siyasi yapılanması ekonomiyi de etkilenmiş ve bunun sonucunda birçok kriz ortaya çıkmıştır. Türkiye ekonomisi özellikle 1990'larda sürekli ekonomi kalkınma sancıları yaşamıştır. Dışa bağımlılık ve teknoloji üretme eksikliği gibi temel sorunlar, iç ve dış etkilerle krizlere yol açmıştır. 1980'lerde dışa açık ekonomi politikalarının benimsenmesi ve özel sektörün etkinliğinin artması ekonomide dönüşümü başlamıştır. Ancak, 1990'larla birlikte ekonomide serbestleşme politikalarına ağırlık verilmesiyle fırsatlar ve tehditler beraberinde gelmiştir. Kamu ekonomi açığı ve cari işlemler açığı gibi sorunlar artarken, bu sıkıntılar yönetilemez hale gelmiştir. Türkiye ekonomisi finansal ve iktisadi krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Sonuç olarak, 1990'ların iktisadi kalkınma sıkıntıları, finansman açıklarının artmasıyla finansal krizleri tetiklemiştir (Dalyancı, 2010, s. 113).

Türkiye'nin ekonomik geçmişine baktığımızda, 1991-2001 arası dönem en belirsiz GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) dalgalanmalarının yaşandığı zaman dilimi olarak öne çıkmaktadır. 1994, 1999 ve 2001 yıllarında Türkiye ekonomisi, belirgin dışsal etkiler olmaksızın, 11 yıl içinde üç ayrı derin kriz dönemi yaşayarak negatif büyüme sergilemiştir (Dikkaya & Özyakışır, 2013, s. 195).

1994 yılının başında Türkiye Ekonomisi ciddi bir krizle karşılaşmıştır. 1993'te artan kamu harcamaları ve azalan iç tasarruflar, 1994'teki krizin öncüsü olmuştur. Doğru tedbirler yerine yanlış kararların alınması, 1994 Krizi'ne yol açmıştır. 1988-1989 yıllarında uygulanan yüksek ücret politikası, iç talebi canlandırarak ithalatın ve ihracatın artmasına neden olmuştur ancak 1993'te kamu harcamalarının artmasıyla birlikte bütçe açığı ortaya çıkmış, iç tasarrufların azalması dış kaynaklara başvurmayı zorunlu hale getirmiştir. Dış borçlar, 1983'te yaklaşık 18 milyar dolar iken, 1993'te 70 milyar dolara yükselmiştir (Özgüven, 2001, s. 59).

1994 Krizi'nin en dikkat çekici yönü, şiddetli bir finansal krizin paralelinde meydana gelmiş olmasıdır. Bankacılık kesimi, banka dışı özel kesim ve hane halkları, 1980'lerden farklı olarak borçlu durumundadır ve bu borçların bir kısmı döviz cinsindedir. 1994 Türkiye'sinde, 1980 sonrası dönemde olduğu gibi, döviz kuru, faiz

oranları, fiyatlar, dış ticaret rejimi ve sermaye hareketleri gibi alanlarda yeni reformlar yaparak serbestliklerin genişletilmesi zorlaşmıştır (Kanberoğlu & Kara, 2013, s. 37). Bu süreçte uygulanan politikaların sonucunda, enflasyon hızla artmış, KİT'in mali durumu giderek kötüleşmeye başlamış, faiz oranları rekor seviyelere çıkmış ve döviz darboğazıyla birlikte makro dengeler büyük ölçüde bozulmuştur (Gökçen, 2017, s. 207). Tüm bunlar yaşanırken, 5 Nisan 1994 tarihinde krizle mücadele programı duyurulmuştur. Bu program, ekonominin istikrarını sağlarken aynı zamanda yapısal reformlar yaparak bu istikrarı sürekli hale getirmeyi amaçlamıştır (Alparslan & Ataman Erdönmez, 2000, s. 59). Kısaca bu programın temel amacı, özellikle para, döviz ve sermaye piyasalarında meydana gelen belirsizlikleri ve istikrarsızlıkları gidererek ekonomik dengeyi sağlamaktır (Parasız, 2002, s. 141). Tüm olumlu gelişmelere rağmen Türkiye tekrardan IMF'ye muhtaç duruma düşmüştür. Alınan tedbirler, döviz talebini durduramamış ve bankacılık sektörünün yapısında bozulmalara neden olmuş, bu durum üç bankanın tasfiyesiyle sonuçlanmıştır. Bankalara yönelik baskılar, sadece tasarruf mevduatlarına sınırsız devlet güvencesi sağlanmasıyla durdurulabilmiştir. Faizleri azaltmaya çalışan hükümet, o zamana kadar hiçbir hükümetin uygulamadığı faiz oranlarıyla borç almıştır. Bu gelişmelerin sonucunda, 1985 yılından sonra IMF'den bağımsız kalan Türkiye, 1994 yılında yeniden IMF ile bir araya gelmiştir (Karluk, 2009, s. 428).

1990'ların sonrasında, faiz oranları ciddi bir artış göstermiştir. Türkiye'de reel faiz oranları %50'lere kadar yükseldiği için ekonomi büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu yüksek faiz oranları, kamu borçlarını artırmış, kamu hizmetlerinin sürdürülmesini zorlaştırmış ve gelir dağılımını bozmuştur. Ayrıca, şirketlerin finansman sorunlarını derinleştirmiştir (Süslü, 2001).

Bu dönemde bölgesel finans krizleri dünya ekonomisinde dalgalanmalara neden olmuştur ve bunun yansımaları Türkiye'de görülmüştür. Bu süreçte, 5 Nisan 1994 kararlarının ekonomik istikrarı sağlama etkisi sınırlı kalmıştır. 1997'deki Güneydoğu Asya Krizi ve hemen ardından 1998'de yaşanan Rusya Krizi, bölge ekonomilerinin yanı sıra Türkiye ekonomisini de ciddi şekilde etkilemiştir (Alper & Öniş, 2001, s. 218). Ayrıca, Türkiye'deki ekonomiyi etkileyen faktörler arasında, 17 Ağustos 1999 Marmara Depremi'nin yol açtığı ciddi yaralar ve ekonomideki istikrarsızlığın artması da bulunmaktadır (Tecer, 2003, s. 95).

Bu gelişmelerin ardından Türkiye ekonomisi durgunluk yaşamaya başlamıştır. Bu süreçte benimsenen politikalar, ani fiyat dalgalanmalarını kontrol altına almayı ve piyasalardaki belirsizliği azaltmayı hedeflemiştir. 1998'in ilk yarısında hayata geçirilen istikrar politikaları, küresel piyasalardaki olumsuz trendlere rağmen finansal piyasalarda belirgin bir başarıya ulaşmıştır (Günel, 2001, s. 35). Sonraki süreçte ekonomide devam eden iç borçlanmanın dengesizliği ve yapısal zorlukların kalıcı bir şekilde ele alınamaması, 9 Aralık 1999 istikrar tedbirlerinin alınmasını zorunlu kılmıştır. İlk olarak 9 Aralık 1999'da IMF'ye bir niyet mektubu sunulmuştur. Ardından 2000-2002 arasındaki üç yıllık orta vadeli stand-by anlaşması imzalanmıştır (Tecer, 2003, s. 99). Anlaşmanın kapsamı Kamu harcamalarının azaltılması, vergilerin artırılması, özelleştirmelerin hızlandırılması ve yapısal reformların uygulanması gibi önlemleri içermektedir (Seyidoğlu, 2003, s. 148). 1999 yılı sonunda ekonomik göstergeler, planlanan hedeflerin gerçekleşmediğini göstermiştir. Büyüme hızı %6,1'e düşerken enflasyon oranı %70'lere kadar yükselmiştir. Bununla birlikte, artan bütçe açıkları ve %100'leri aşan faiz oranları gibi faktörler, işsizlik rakamlarının da yükselmesine neden olmuştur (Eroğlu & Albeni, 2002, s. 198).

1.5.5. 2000'li Yıllarda Türkiye: Tüketime Dayalı Değerlerin Baskın Hale Gelişi

2000'li yıllara giriş yaparken son 20-25 yıllık dönemde hızlı fiyat artışları, bütçe açıkları, kamu borçlanmasındaki artışlar nedeniyle dönemsel olarak ekonomik krizler meydana gelmiş ve bu krizleri ortadan kaldırmak, istikrarı sağlamak için çeşitli tedbirler ve yapısal değişim programları uygulanmıştır. Uygulanan politikaların koşulları altında, sabit kur politikasına dayanarak belirlenen enflasyon hedeflerine ulaşmada başarısızlık yaşanmıştır. Tüm bu olayların ardından, Kasım 2000'de ekonomi yeni bir krizle karşı karşıya kalmıştır. Bu durum üzerine, yeni bir istikrar programına ihtiyaç duyulmuştur (Gökçen, 2017, s. 212,215). Yeni istikrar programı için New York'taki görevinden ayrılarak Türkiye'ye dönen Kemal Derviş, Devlet Bakanlığı görevine getirilmiştir (Topuz, 2003, s. 318). Bu süreçte bir yandan da Türkiye erken seçime doğru ilerlerken, siyasi sahada hem sağda hem de solda yeni yapılanmalar meydana gelmiştir. Dışişleri Bakanı İsmail Cem'in liderliğinde Yeni Türkiye Parti (YTP) ve Çukurova Holding'den Cem Uzan, Genç Parti'yi kurmuştur fakat 2002 genel seçimlerinde, yüzde on barajını geçemeyen birçok parti Meclis'e

girememiştir. Buna karşın, Ak Parti (AKP) %34 oy oranıyla, diğer partileri geride bırakmıştır (Kongar, 2007, s. 20). AKP, Kemal Derviş tarafından oluşturulan ekonomik politikaları devam ettirerek Türkiye'nin makroekonomik göstergelerini olumlu yönde ilerletmiştir (Dikkaya & Özyakışır, 2013, s. 2015).

Türkiye'nin dünya ekonomisine entegre olmaya başladığı bu dönemde ekonomi ve ticaret serbestleşmiştir (Akpolat, 2008, s. 24). Aynı zamanda, tüketim ürünlerinin miktarı ve çeşitliliği kayda değer ölçüde artmıştır (Üstün & Tural, 2008, ss. 263-264). Bununla birlikte, ekonominin uluslararası pazarlara açılması ve gümrük vergilerinin düşürülmesi sonucunda, lüks tüketim ürünlerine erişimi büyük ölçüde kolaylaştırmıştır (Demirezen, 2015, s. 552). Amerika ve Avrupa'dan ithal edilen ürünler, yeni yaşam tarzlarının simgesi haline gelmiştir. Bu sebeple, tüketiciler, refah, mutluluk, medeniyet ve batı yaşam tarzını benimseme yolunu tüketim yoluyla bulmuşlardır (Üstün & Tural, 2008, s. 264). Tüketim kültüründeki değişimler, Türkiye'nin toplumsal değerlerini etkilemeye başlamıştır. Türk toplumu, hızla tüketmeye alışarak tükettiklerini göstermenin önemli hale geldiği bir döneme evrilmiştir. Gösteriştten kaçınılan zamanlardan, komşular ve arkadaşlarla tüketim yarışına giren bireylerin olduğu bir zamana geçilmiştir. Kitlese medyanın bu süreçte tetikleyici bir rolü vardır. Bireyler, zenginliklerini göstermekten zevk almaya başlamış, sahip olduklarıyla övünen bir konuma gelmişlerdir (Aydoğan, 2009, ss. 210-211).

Geçmiş yüzyıllarda tüketim sadece temel ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlıyken, zamanla toplumsal yapılar içinde önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Artık tüketim, eğlence, boş zaman aktiviteleri, bireysel kimlik arayışı, sosyal statü ve güç göstergesi gibi daha geniş bir amaca hizmet etmeye başlamıştır. Ekonomik, sosyal ve politik değişimlerle birlikte toplumsal yaşamın tüketim alışkanlıkları da köklü bir şekilde değişmiştir (Bozkurt, 2014, s. 257). Bunların en önemli örneği 2000'li yıllara girerken alışveriş merkezleri, dönemin önemli yenilikleri arasında yer alarak tüketimin artmasına imkân tanımıştır. Aydemir'e göre, Alışveriş merkezleri, günümüzde ileri kapitalist mantığın önemli araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Tüketim alışkanlıklarını sembolik hale getirerek toplum üzerinde derin etkiler bırakmaktadır. Yeni alışveriş deneyimleri kazanan bireyler, farklı alışveriş tarzları öğrenerek topluma yeniden entegre olmaktadır (Aydemir, 2006, s. 213). Alışveriş merkezleri diğer bir ifade ile bireylere istedikleri zamanı yaşatma özgürlüğü sunarak tüketimi teşvik

etmektedir. Bu mekânlar, sadece alışveriş yapmanın ötesinde, dinlenme imkânı sağlayan, sosyal etkileşimlere olanak tanıyan ve keyifli vakit geçirme fırsatı sunan alanlar olarak düzenlenmiştir. Böylelikle günlük yaşamı ticari etkinliklerin bir parçası haline getirerek pazarlama tekniklerinin yoğun olarak uygulandığı bir ortam yaratılmıştır (Celal Gökdoğan, 2006, ss. 11-12). Daha sonraki süreçte toplumsal yapılardaki ekonomik, sosyal ve politik dönüşümlerle birlikte, tüketim alışkanlıklarında modern ve postmodern nitelikler taşıyan önemli değişiklikler yaşanmıştır. Teknolojinin ilerlemesi, geleneksel ticaretin yerini elektronik ticarete bırakmasıyla belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Eskiden kullanılan geleneksel yöntemler, internet tabanlı platformlar, web siteleri, elektronik posta ve veri transferi gibi yeni teknolojik araçlarla değişmiştir. Bu süreç, insanların alışveriş ve ticaret yapma biçimlerini kökten değiştirmiş ve toplumsal yaşamın dijitalleşmesine katkı sağlamıştır (Bozkurt, 2014, s. 258).

Özetle, günümüzde tüketim artık sadece yaşamsal ihtiyaçların karşılandığı bir eylem olmanın ötesine geçmiş, bireylerin kimlik ve sosyal statü ifadesinde önemli bir rol oynayan çok katmanlı bir kavram haline gelmiştir. İktisadi faydacılık ilkesinin geri plana itildiği bu dönemde, insanların tüketim tercihlerini belirlerken ürünlerin kullanım değerlerinden çok, onların anlam dünyalarında ve sosyal iletişimlerinde nasıl bir rol oynadıklarını da göz önünde bulundurdıkları gözlemlenmektedir (Yanıklar, 2006, s. 129).

İKİNCİ BÖLÜM

CUMHURİYET DÖNEMİNDE SİYASET, DEĞER VE EKONOMİ İLİŞKİSİ: TÜKETİMİN LOKOMOTİFİ OLARAK BANKALAR

2.1.SİYASAL DEĞERLER

Değer kavramı, en geniş anlamıyla, iyi ya da kötü olarak nitelendirilebilecek her şeyle ilişkilidir. Bu kavram, hazlar, acılar, arzular, amaçlar, faydalar, doğrular ve yanlışlar gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Ayrıca bireysel özgürlükten toplumsal dayanışmaya kadar pek çok unsuru da içermektedir (Pepper, 2020, s. 7). Toplumun ortak inanç, tutum, davranış ve amaçlar etrafında bir araya gelen bireylerden oluşmasından dolayı değer kavramı, bireyin toplum içindeki kişisel ilişkileriyle ilişkilidir. Dolayısıyla, bireyler hem toplumdan etkilenir hem de toplum bireylerin paylaştığı değerler ve davranışlar aracılığıyla şekillenir (A. Köse, 2016, s. 613). Aynı zamanda kültürün yanında toplumun sahip olduğu değerler o toplumun kendine özgü niteliğini korumasında ve varlığını sürdürmesinde kilit rol oynamaktadır. Bu bağlamda kültür ve toplum yakın bir ilişki içerisinde. Kültür, toplumun değerlerini bir araya getirerek, bu değerlerin oluşturulmasına ve yorumlanmasına katkı sunmaktadır. İnsanlar kültür yoluyla sosyal ve bireysel yaşamın anlamını ve amacını da keşfetmektedirler. İnsanlar bazı durumlarda toplumlarında geçerli olan değerlere o denli yapışır ki sonunda etnosentrik eğilim ortaya çıkar. Yani birey, kendi kültürünü merkeze alarak diğer kültürleri yargılar, değerlendirir ve hatta dışlar (Fitcher, 2001, s. 136). Başka bir ifade ile değerler, insanların hayat görüşlerini ve bakış açılarını tamamlayıcı unsurlar oldukları için ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple, değerler belirli kalıp düşüncelerin oluşmasına neden olmaktadır (Sam, 2010, s. 15).

İnsanlar toplumsal hayatta varlık mücadelesi verirken, davranışlarını yönlendiren bazı içsel dürtülerle hareket etmektedir. Bu dürtüler, bulundukları toplumun baskın değerlerine göre şekillenmektedir. Doğuştan gelen bazı özellikler toplumun baskın değerleriyle uyumludur. İnsanlar doğru ya da yanlış yapma durumunu sahip oldukları değerler doğrultusunda belirlemektedir (S. Schwartz, 2005, s. 249). İnsan davranışlarının etkisiyle, özellikle sosyoloji, psikoloji ve siyaset bilimi

gibi sosyal bilimlerin birçok dalı, değerler konusuna odaklanmaktadır (Yildiz, 2022, s. 158).

Schwartz, insanlara özgü üç temel gereksinime dayanarak on genel ve evrensel değer tanımlamıştır. Bu gereksinimler, bireyin kendi ihtiyaçları, sosyal etkileşimden kaynaklanan ihtiyaçlar ve toplulukların hayatta kalma ve refah sağlama gereklilikleridir. İnsanların çevrelerinde olup bitenleri, diğer insanları, politikaları ve eylemleri değerlendirmelerine ve yönlendirmelerine zemin hazırlayan bu on temel değer; güç, başarı, hazcılık, uyarılma, öz-yönelim, evrenselcilik, iyilikseverlik, geleneksellik, uyum, güvenlik olarak sıralanmaktadır (Barnea & Schwartz, 2008, ss. 18-19). “Güç”, bireyin sosyal statü kazanma, insanları kontrol etme ve hâkimiyet sağlama yetisiyle ilişkilendirilirken; “başarı” ise kişinin toplumun belirlediği ölçütlere uygun bir yeterlilik düzeyine ulaşmasını ifade etmektedir. “Hazcılık”, bireyin kendine zevk sağlayan ve duygusal tatmin getiren deneyimlere yönelmesini; “uyarılma” ise hayatında yenilik, macera ve zorluk arayışını oluşturmaktadır. “Öz-yönelim”, bireyin bağımsız şekilde düşünme, karar verme, yaratıcılık sergileme ve yeni şeyler keşfetme isteğini içermektedir. “Evrenselcilik”, tüm insanlığı kapsayan bir anlayış ve koruma duygusuyla refahı gözetmeyi, “iyilikseverlik” ise yakın çevredeki bireylerin mutluluğunu ve refahını artırma çabasını kapsamaktadır. “Geleneksellik”, bireyin kültürel ya da dini geleneklere ve alışkanlıklara bağlılık göstererek saygı duymasını, “uyum” ise diğer insanlara zarar verebilecek ya da rahatsız edebilecek eylemleri ve dürtüleri kontrol altında tutma ile toplumsal normlara uygun hareket etmeyi vurgulamaktadır. “Güvenlik” ise hem toplumun hem de bireylerin güvenliğini, uyumunu ve istikrarını gözetme anlamına gelmektedir (Akarsu & Sağlam, 2023, s. 140; S. Schwartz, 1992, s. 13).

Siyaset, toplumsal yaşamın düzenlenmesinde etkili olan bir güç olarak tanımlanırken, toplumsal yaşamın temelini oluşturan ise değerler sistemidir. Bu nedenle toplumsal düzenin sağlanması sürecinde siyasetin, toplumun değerlerine paralel olarak hareket etmesi önemlidir (Bektaş, 2002, s. 52). Burada siyasal değer, siyasi sorumluların, siyasi süreçler ve olaylar karşısında temel değerleri dikkate alarak sergiledikleri tavır ve eğilimleri ifade etmektedir. Bu değerler, onların diğerlerinden farklılıklarını, siyasi yaşamda neleri nasıl yaptıklarını ve katkılarını belirleyen özelliklerdir (Sam, 2010, s. 62). Bireylerin veya toplumların siyasete olan bilinç

düzeyini yansıtan siyasal değerler, eğitim düzeyi, sanayileşme oranı, kitle iletişim araçlarına erişim, meslek, gelir düzeyi, yaşadıkları yerin niteliği, geleneksel inançlar, dini pratikler, modernleşme düzeyi ve uluslararası ilişkilerin yoğunluğu gibi çeşitli faktörlerce şekillenmektedir (Uluç, 2007, s. 346). Bektaş'a göre, siyasal değer, bir toplumun kültürel yapısında yer edinen ve bireylerin düşünce ve davranışlarına yön veren bir değerler sistemi oluşturur; bu sistem, diğer sistemleri etkiler ve şekillendirir (2002, s. 59).

Siyaset bilimi içerisinde “Siyasal değerler” daha öz ve spesifik bir şekilde ele alınmaktadır. Bu alandaki değerler, bireysel değerlerden ayrı düşünülemez. Bireysel değerler, siyasal değerleri temellendirir ve bu değerlere tutarlılık kazandırır. Bu bakımdan temel değerler, insanların toplumsal bağlamda kendilerine fayda sağlayabilecek ideolojileri veya politikaları tercih etmelerini teşvik etmektedir (S. H. Schwartz vd., 2010, s. 6). Bu süreçte siyasi sorumluların ve bireylerin değerlerinin uyumlu olması, paylaşılan siyasal gücün inandırıcılığını artırır. Siyasetin bir ikna sanatı olarak tanımlandığı bu bağlamda, başarılı olmak için toplumdaki bireylerin düşüncelerini, inançlarını, isteklerini ve değerlerini doğru bir şekilde anlamak ve buna göre hareket etmek gereklidir. Ancak siyasal aktörlerle bireyler arasında güçlü bir değerler çatışması yaşanıyorsa karar vermek için seçeneklerin artılarını ve eksilerini gözden geçirmek gerekmektedir (Köse & Yılmaz, 2012, s. 12).

Toplumun siyasi süreçlerde siyasi sorumlulara olan güveninin azalması genellikle, siyasi sorumluların kendi değerlerini doğru şekilde temsil ettiğine dair inançlarını yitirmesiyle ilişkilidir. Siyaset, bireylerin çıkarlarını ve değerlerini korumak için var olduğunda güçlüdür. Ancak siyaset, toplumsal değerlerle uyumsuz bir duruş sergilediğinde toplumun gözündeki itibarını kaybeder (Toffler, 1981, s. 49). Siyaset, toplumun maddi ve manevi değerlerini koruma görevi üstlenir ve bu değerleri gelecek nesillere aktarma sorumluluğunu taşır. Bireylerin onayladığı ve desteklediği değerler, siyasetçiler için kılavuz niteliğindedir. Siyaset ile değerler etkileşim halinde olduğundan birlikte evrim geçirirler. Bir siyaset sistemi, toplumun değerlerini görmezden gelirse, o toplum da ayakta kalamaz (Bektaş, 2002, s. 60).

İkinci Dünya Savaşı sonrasında siyasal tutum ve davranışlarda meydana gelen değişimler, siyaset biliminde değerlerin daha belirgin hale gelmesine yol açmıştır. Savaş sırasında Batı Avrupa'da öncelikli olan ekonomik ve güvenlik konularının

yerini, cinsiyet eşitliği, çevre hakları ve iklim değişikliği gibi daha bireysel ve insani ihtiyaçlar almıştır. Bu durum, siyasal davranış ve tutumlarda toplumları siyasal değişimlere yönlendirmiştir. Bu değişimler beraberinde siyaset biliminde değerlerin önemini artırmıştır. Aynı zamanda bu dönem “Sessiz Devrim” olarak da adlandırılmaktadır (Inglehart, 1971, s. 999). Günümüzde ise değer araştırmalarının siyaset biliminde önemli bir endüstri haline geldiği görülmektedir. Bireylerin neden muhafazakâr veya Marksist görüşleri benimsedikleri, geleneksel olmayan katılım modellerine neden yöneldikleri, hangi sebeplerle "A" yerine "B" partisine oy verdiği veya hiçbir partiye oy vermediği gibi konulardaki soruların cevapları, bireylerin siyasal değerleriyle açıklanmaktadır. Ayrıca, bireylerin siyasal kurumlara duydukları güven düzeyi de bu değerler çerçevesinde değerlendirilmektedir (Yıldız, 2022b, s. 43).

Siyasal değerler, bir toplumun politik sistemini, kanunlarını, kurumlarını ve yönetim tarzlarını belirleyen temel prensiplerdir. Bu değerler, toplumsal yapının ve siyasi düzenin temel unsurları olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda adalet, özgürlük, eşitlik, demokrasi, insan hakları, hukukun egemenliği, sosyal refah ve güvenlik gibi kavramlarda siyasal değerlerin kapsamına girmektedir. Siyasal değerler, bireylerin ve grupların siyasi eylemlerini, seçimlerini ve düşünce sistemlerini belirlemekte, toplumsal düzenin ve uyumun korunmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, bu değerler toplumlar arasında zamanla değişebilmektedir. Bu durum siyaset ve değerler arasındaki ilişkinin devamlı hareket halinde olduğunu göstermektedir.

2.2.SİYASAL İLETİŞİM

Siyasal iletişim, siyaset ve iletişim alanlarını bir araya getirmektedir. Bu durum, kavramın karmaşıklığından çok, içerdiği iki bileşenin geniş kapsamlılığından kaynaklanmaktadır (Güden, 2020, s. 7). Dolayısıyla iletişimi anlamak için, siyaset ve iletişim kavramlarının incelenmesi ve bu kavramlar arasındaki bağın anlaşılmasını önem arz etmektedir. İnsanın sosyal bir varlık olması, bireylerin tek başlarına tüm ihtiyaçlarını karşılayamayacağı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. İş bölümüne dayalı yaşam biçimi ve diğer insanlarla olan birlikte yaşama zorunluluğu ile iletişim, hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle iletişim, bireyler arasındaki her türlü etkileşimi, paylaşımı, duygusal ve fikrî alışverişi ifade etmektedir (Işık, 2018, s. 14). Oskay'a göre iletişim, aynı coğrafyada benzer doğa koşulları altında yaşayan insanların araçlar

ve gereçler geliştirerek, bilgi üreterek ve bu süreci iş bölümüyle organize ederek gerçekleştirdikleri bir insan etkinliğidir. Bu süreçte ortaya çıkan farklılıkların kabul edilebilmesi için çeşitli değerler ve inançlar üretilerek, toplumun farklı kesimlerini ortak bir kimlik altında birleştirilmesi amaçlanır (2001, s. 9). Kısaca iletişim, bilginin, tutumların ve davranışların karşılıklı olarak iletilmesidir (Aziz, 2010, s. 26).

Siyaset, insanların toplu olarak yaşamaya başlamasıyla doğan ve zaman içinde yaşam koşullarına göre şekillenen köklü bir kavramdır (Çakmak Kılıçaslan, 2008, s. 6). Bu köklü kavram, insanların bir arada yaşamalarını düzenlemek ve toplumu geliştirmek için kurallar belirleyip uygulama çabalarını içeren bir faaliyettir. Akademik olarak siyasetin amacı bu tür faaliyetleri derinlemesine incelemek ve analiz etmektir. Siyaset, farklı görüşleri uzlaştırmak rekabet içindeki çıkarları dengeleme ve ortaya çıkan anlaşmazlıkları çözme sürecini içermektedir. Gerçekte, çatışmaların yönetilmesine katkıda bulunmak, siyasetin doğasında önemli rol oynar. Bu da siyasetin insan toplumları için kaçınılmaz bir gereklilik olduğunu göstermektedir (Heywood, 2017, s. 24). Eroğul siyaseti devletin, toplumun, liderlerin, beklentilerin ve çıkarların doğrudan ilişkili olduğu bir kavram olarak ele almaktadır. Bu nedenle, siyaset bir toplumsal gerçeği açıklarken derin anlamlar taşır. Her bir unsuruyla siyaset, geniş bir anlama sahiptir (1974, s. 114).

Siyaset, çatışma ve iktidar mücadelesiyle şekillenirken, aynı zamanda toplumun çıkarlarını koruma ve uzlaşma sağlama çabası içindedir. Bu bağlamda, farklı çıkar grupları ve siyasi sorumlular arasındaki paylaşım savaşı, siyasetin temel dinamiklerindendir. Çatışma ve uzlaşma arasındaki denge, siyasetin sürekli ve evrensel bir kavram olarak varlığını sürdürmesini sağlamaktadır (Özkan, 2007, s. 13). Bu durum, tarihten günümüze toplumsal hayatın değişmez unsurları olarak varlıklarını sürdürmektedir. Tarih boyunca iktidarı elde etmek için pek çok farklı yöntem kullanılmıştır. Yıllardır yönetimde bulunanlar, dikkat çekmek ve başarılarını sergilemek için çeşitli yollara başvurmuşlardır. Bu yöntemler, yönetenlerin mevcut konumlarını korumak için yönetilenleri ikna etme amacıyla gerçekleştirdikleri hedeflerdir (Sandıkçıoğlu, 2012, s. 3).

Köker, siyasal iletişim kavramının ortaya çıkışını, demokrasinin yeniden yapılandırılması ve kamuoyunun bilimsel olarak yeniden tanımlanması süreçleriyle ilişkilendirmektedir. Demokratik sistemlerin yeniden inşası için II. Dünya Savaşı'nın

ardından büyük çaba harcanmıştır. Bu süreçler, kamuoyunun bilimsel olarak yeniden tanımlanması gerekliliğini vurgulayarak "siyasal iletişim" kavramının doğmasına yol açmış ve böylece siyaset bilimi ile iletişim bilimi arasında köprü kurmuştur. Siyasal iletişim, iletişim bilimi ve siyaset biliminden yararlanarak bilimsel araştırma, yöntem ve tekniklerini birleştiren bir alt akademik disiplin olarak şekillenmiştir (2016, s. 23). Bu yüzden siyasal iletişim kavramı, geniş ve çeşitli bileşenleri içeren yapısıyla, tek bir tanım üzerinden açıklanamamaktadır. Siyaset ve iletişim kavramlarının tek bir tanımla sınırlanamıyor olması, siyasal iletişim kavramının da tek bir açıklamayla özetlenmesini oldukça güçleştirmektedir (Aziz, 2013, s. 3).

Siyasi sorumluların, ideolojik hedeflerini çeşitli gruplara, topluluklara, ülkelere veya bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde bu hedefleri hayata geçirmek amacıyla çeşitli iletişim türleri ve teknikleri kullanmaları siyasal iletişimin temelini oluşturmaktadır. Başka bir tanıma göre siyasal iletişim, siyasi partiler veya aktörlerin, mevcut siyasal sistem içinde halkın güvenini ve desteğini kazanarak iktidara gelmeyi hedefledikleri süreçtir. Bu süreçte, dönemin koşullarına uygun olarak propaganda, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinden faydalanılarak, tek yönlü veya çift yönlü iletişim yöntemleri kullanılmaktadır (Aziz, 2013, s. 3; Karahan Uslu, 1996, s. 790). Siyasal iletişim alanı, siyasete yönelik etkili ve anlamlı mesajların oluşturulması, iletilmesi, alınması ve yayılması üzerine odaklanmış bir faaliyet olarak öne çıkmaktadır. Siyasal iletişimde mesajların göndericileri politikacılarla sınırlı kalmayıp; gazeteciler, özel veya kamusal kimlikler, çıkar grupları ve örgütlü/örgütsüz bireyler gibi geniş bir yelpazeyi içine almaktadır. Kısaca siyasal iletişim, inançlar, düşünceler, davranışlar ve gruplar üzerinde anlamlı bir etki yaratma kapasitesidir (Arsan & Can, 2009, s. 86).

Siyasetle ilgili gerçekleştirilen tüm iletişim uygulamaları, siyasal iletişim alanına dahil edilmektedir. Siyasetle ilgili iletişim uygulamaları, geniş bir yelpazede yer almaktadır. Bu iletişim türleri sözlü ve yazılı iletişimin ötesine geçerek, jestler, mimikler, imaj yönetimi ve beden dili gibi unsurları da içermektedir. Siyasal iletişimin asıl hedefi, siyasi sorumluların seçmenlerle etkili bir şekilde iletişim kurmasını sağlamaktır. Dolayısıyla, bu süreçte iletişimin çeşitli biçimleri ve yöntemleri kullanılmaktadır (Fidan & Özer, 2014, s. 167). Siyasal iletişim geniş bir perspektifte, "siyaset ile ilgili her türlü amaçlı iletişim" olarak tanımlanır. Bu kavram, siyasiler ve

diğer siyasi sorumlular tarafından belirli amaçlara ulaşmak için kullanılan iletişim biçimlerini içermektedir. Ayrıca, siyasi olmayan aktörlerin siyasetçilere veya diğer siyasi aktörlere yönelik iletişimi de bu tanımın içinde yer almaktadır. Medya araçları, siyasi aktörlerin faaliyetlerini kapsayan farklı siyasi içerikli platformlar aracılığıyla bu iletişimi sağlamaktadır (McNair, 2011, s. 4).

Türkiye'de siyasal iletişim çalışmaları, ülkenin çok partili siyasi sisteme geçişi olan 1946'dan sonra önem kazanmıştır. Öncesinde uzun süre tek parti yönetimi olması ve bundan dolayı rekabetçi siyasi ortamın oluşmaması nedeniyle siyasal iletişim pratikleri gelişmemiştir. 1950 yılında Türkiye'de gerçekleşen çok partili seçimler, siyasi partilerin iletişim stratejilerinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu seçimler, siyasi partilerin radyo aracılığıyla siyasal iletişim çalışmalarına başladığı ilk dönemdir (Demir İnanç, 2018, s. 97). Radyonun yanı sıra bu dönem de afişler de siyasal iletişim alanında önemli rol üstlenmişlerdir. Dönemin siyasal içerikli afişleri sokaklarda, kahvehanelerde ve köy evlerinin duvarlarında yerini almıştır. Türkiye'nin çok partili siyasi hayatına büyük bir dinamizm olarak Demokrat Parti'nin (DP) düzenlediği yurt gezileri, seçim mitingleri ve toplantıları siyasal iletişime yeni bir boyut getirmiştir (A. Özkan, 2007, s. 221). Bu gelişmeler, siyasi katılımı artırarak vatandaşların siyasi süreçlere aktif bir şekilde katılmasını teşvik etmiştir. Aynı zamanda, farklı siyasi görüşlerin ve tartışmaların açık bir şekilde sergilendiği platformlar oluşturarak demokratik kültürün gelişimine de katkıda bulunmuşlardır. Siyasal iletişim sürecinin gelişmesinde siyaset ve reklam ilişkisi de etkili olmuştur. Bir sonraki başlıkta siyasal reklamın siyasal iletişim sürecine olan katkısı incelenecektir.

2.3.SİYASAL REKLAM

Reklam, bir ürün veya hizmete yönelik talebi artırmak amacıyla kitle iletişim araçlarını kullanarak geniş kitlelere ulaşma ve onlarla işbirliği yapma çabasıdır (Biber, 2007, s. 90). Bilindiği gibi üretilen ürünler veya sunulan hizmetler hakkında tüketiciyi bilgilendirmek amacıyla reklamlardan yararlanılmaktadır. Tüketiciler genellikle, bir ürünü veya hizmeti satın alıp almama kararını reklamlara dayanarak vermektedir. Aynı durum siyaset için de geçerlidir. Siyasette de seçmenlerin siyasi partiler, adaylar ve politikalar hakkında bilgiye ihtiyaçları vardır. Siyasal reklamlar, seçmenlere bu bilgiyi doğrudan sunan önemli bir kaynaktır. Siyasal reklamlar, bir parti veya adayı daha geniş

bir seçmen kitlesiyle buluşturmayı, rakip adaylardan farklılıklarını ortaya koymayı ve seçmenleri ikna etmeyi hedeflemektedir (A. Özkan, 2015, s. 20).

McNair, siyasal reklamcılığı, belirli bir ücret karşılığında geleneksel medya kanallarında (gazeteler, dergiler, sinema, radyo ve televizyon) veya günümüzde dijital platformlarda (çevrimiçi sosyal ağlar gibi) medyadan yer ve zaman satın alarak siyasal mesajların iletilmesi olarak tanımlamaktadır (2011, s. 97). Başka bir tanıma göre siyasal iletişim, seçim zamanlarında seçmenin oyunu kazanmak için hazırlanan güçlü mesajların, görsel, işitsel ve yazılı olarak medyaya sunulması sürecidir (Aziz, 2013, s. 130). Bu süreçte medya, seçim kampanyalarının merkezi bir unsuru olarak adayların mesajlarını ve vizyonlarını geniş kitlelere ulaştırmada önemli bir rol oynar.

Siyasal reklamlar, kısa zamanda yeni bir adayı ya da partiyi tanıtarak seçmenlerin dikkatini çekmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda kampanya gündemini belirlemede ve yönlendirmede önemli bir rol oynamakta ve belirli konuları vurgulayarak seçmenlerin dikkatini bu yönde yoğunlaştırmaktadır. Bu reklamlar ayrıca seçmen tutumlarını etkileyerek siyasi bilgilendirme ve ikna aracılığıyla değiştirmeyi hedeflemektedir (Uztuğ, 2007, s. 316). Bu yollarla siyasal reklamlar, seçim süreçlerinde adayların ve partilerin görünürlüğünü artırırken, seçmenlerin tercih ve tutumlarını şekillendirme gücüne sahiptir.

Siyasal reklamcılık kendi içerisinde alt dallara ayrılmaktadır. Bu alt dallar pozitif siyasal reklamlar ve negatif siyasal reklamlardır. Çankaya'ya göre pozitif siyasal reklamlar adayların tanınma düzeyinin düşük olduğu zamanlarda veya yerel seçimler sırasında sıkça kullanılmaktadır (2008, s. 49). Başka bir tanıma göre ise pozitif siyasal reklamlar, adayların veya partilerin özgürlük için yaptıkları çalışmaları, günlük yaşamlarını, aile bağlarını ve kişisel özelliklerini ön plana çıkarmaktadır. Bu reklamlar, adayın veya partinin gerçekleştirdiği projelere ve elde ettiği başarılarla odaklanarak, seçmenlere olumlu bir imaj sunmayı amaçlamaktadır (Tan, 1991, s. 88). Negatif siyasal reklamlar ise rakip partinin veya adayın yetkinliğini sorgulamayı amaçlamakta ve kamuoyunda onlar hakkında şüphe uyandırmaya çalışmaktadır (Balcı, 2016, s. 122). Bu noktada seçmenlerin desteğini kazanmaya çalışan parti ve adaylar için iki ana görev vardır: Öncelikle, seçmenleri kendi lehlerine oy vermeye ikna etmek; ikinci olarak ise diğer adaylara oy vermemeleri konusunda ikna etmektir. Diğer adaylara neden oy vermemeleri gerektiğini açıklamanın en etkili yollarından biri

negatif siyasal reklamdır (Kara, 2000, s. 128). Özetle, negatif siyasal reklamlar, genellikle rakip adayları eleştirerek saldırgan bir ton kullanırken, pozitif siyasal reklamlar ise adayların kendi başarılarını vurgulayarak ve vaatlerini olumlu bir gelecek perspektifiyle sunmaktadır (Görgün, 2002, s. 25).

İlk siyasal reklam çalışmaları 1904 yılında ABD’de kurulan danışmanlık şirketiyle başlamış ve dünya çapında yayılmıştır (McNair, 2011, s. 121). 1920’li yılların başlarına kadar, ABD’de siyasal reklamcılık broşürler ve el ilanları aracılığıyla yürütülmüştür ancak 1924’te radyonun ilk kez ABD başkanlık seçimlerinde kullanılmasıyla birlikte siyasal iletişimde köklü bir değişim yaşanmıştır (İnceoğlu & Özerkan, 1997, s. 216). Ardından 1948 yılında, ABD’deki başkanlık seçimleri, profesyonel siyasal reklamcılığın ilk güçlü örneğini sunmuştur. Thomas Dewey ve Harry Truman arasındaki yarışta uygulanan teknikler, siyasal iletişim açısından büyük bir dönüm noktası olmuştur. Truman, "Give 'em Hell, Harry!" (Onlara Cehennem Ver, Harry!) sloganıyla seçimi kazanmıştır (Demir İnanc, 2018, s. 96). Siyasal iletişim alanındaki bu gelişmelere 1950’li yıllarda televizyon da katılmıştır. Bu dönemde televizyon dünya genelinde önemli bir siyasi reklam aracı haline gelmiştir. Televizyon, 1950 yılında ABD’nin New York şehrindeki valilik seçimlerinde ilk kez Dewey tarafından kullanılmıştır. Bu dönemde, "Eisenhower Amerika’ya Cevap Veriyor" adıyla hazırlanan reklam filmi televizyonlarda yayınlanmış ve siyasi iletişimin yeni bir çağa girmesine öncülük etmiştir (Devran, 2004, ss. 9-10).

1980’li yıllarda hem ABD’de hem de Avrupa’da siyasi reklamcılığın giderek çeşitlendiği bir dönem olmuştur. Bu dönemde, siyasal reklamlarda adayların imajlarına daha fazla önem verilmeye başlanmıştır (Norpoth, 2009, s. 523). 1990’lı yıllardan itibaren, ABD’deki siyasal reklamcılık faaliyetlerinde önemli bir değişim gözlemlenmiştir. Parti veya ideoloji odaklı reklamlardan, lider ve lider imajı odaklı reklamlara geçiş yaşanmıştır. Bu dönemde, liderlerin ve onların imajlarının seçmenlere sunulmasında televizyon kullanılmıştır. Özellikle ABD ve Avrupa ülkelerinde, bu dönemde liderler için güçlü ve olumlu imajlar oluşturulmuştur (Özkan, 2019, ss. 312-313). 2000’li yıllarda ise yeni medyanın gücü siyasal reklamcılık alanında kendini göstermeye başlamıştır. Siyasiler yeni medya platformlarında kişisel hesapları üzerinden kitlelerle iletişime geçmektedir.

Türkiye'de siyasal reklamcılığın önemi, 1946 yılında çok partili sisteme geçişle birlikte belirgin bir şekilde artmıştır. İlk gerçek siyasal reklam ise 1950 genel seçimleriyle başlamıştır. Bu seçimlerde DP, radyo yayınları, seçim afişleri ve el ilanları gibi iletişim araçlarını etkili bir şekilde kullanarak siyasal reklamcılığın başarılı örneklerini ortaya koymuştur. Özellikle DP'nin "Yeter Söz Milletindir!" sloganı ve "dur" işaretiyle desteklenen el imajının kullanıldığı afiş, etkili ve akılda kalıcı bir çalışma olmuş ve Türk siyasal iletişim tarihinde önemli bir yer edinmiştir (A. Özkan, 2014, s. 39). 1964'te Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kurulmuştur ve bu dönemde radyo, seçim süreçlerinde önemli bir iletişim aracı olarak yerini almıştır. Seçimlere yaklaşık iki hafta kala siyasi partiler radyo üzerinden seslerini duyurmaya başlamışlar ve seçim gününe kadar bu yayınlara devam etmişlerdir. Benzer bir yaklaşım 1969 seçimlerinde de görülmüştür. 1972'de televizyon reklamları kullanılmış ve 1973'te televizyonda seçim haberleri yayınlanmaya başlamıştır (Tokgöz, 2010, s. 42,45).

1977 yılında gerçekleştirilen genel seçimlerde ilk kez bir siyasi parti, siyasal iletişim sürecini reklam ajanslarıyla iş birliği üzerinden gerçekleştirmiştir. 1987'ye gelindiğinde ise seçimlere katılan siyasi partilerin birçoğu, siyasal iletişim süreçlerini reklam ajanslarıyla yürütmüşlerdir (Babür Tosun vd., 2018, ss. 718-719). 1995 seçimlerinde ise Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), siyasal reklam çalışmalarını sınırlamak amacıyla afiş ve pankart benzeri seçim reklam çalışmalarının basında paylaşımını yasaklamıştır (Devran, 2004, s. 25). 2000'li yıllara girerken Türkiye'deki siyasal reklam çalışmaları batı ülkelerin çalışmalarıyla benzerlik göstermiştir. En büyük örneği 2002 yılındaki seçimlerde AKP'nin yapmış olduğu siyasal reklam çalışmaları olmuştur. Bu dönemde özellikle lider odaklı çalışmalar yapılmıştır. Liderin jest ve mimiklerini vurgulamak amacıyla, Türkiye'ye otuz altı metre kare ekrana sahip iki tır getirilmiş ve mitingler düzenlenmiştir. Bu etkileyici siyasal reklam çalışmaları sayesinde, on beş yıl sonra bir parti tek başına iktidara gelmiştir (Zeybek, 2022, s. 86,90). Günümüzde ise sosyal medya gibi yeni medya platformları siyasal reklamlar çalışmalarına başka bir boyut katmıştır.

Günümüzde, sosyal medya ve diğer yeni medya platformları, siyasal reklamcılığın dinamiklerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Geleneksel medya araçlarının yanı sıra dijital platformlar üzerinden yapılan reklamlar, daha hedeflenmiş

ve etkileşimli bir iletişim imkânı sunarak, siyasi kampanyaların stratejilerini yeniden şekillendirmiştir. Sosyal medya, seçmenlere doğrudan ve kişiselleştirilmiş mesajlar ile ulaşma olanağı sağlarken, aynı zamanda kampanya stratejilerini ve seçmen davranışlarını anlık verilerle analiz etme imkânı da sunmaktadır. Bu yeni medya araçları, siyasal reklamcılığın daha geniş kitlelere ulaşmasını ve etkili bir şekilde mesaj iletmesini mümkün kılmaktadır.

2.4.TÜKETİME İLİŞKİN DEĞERLER

Bir mal veya hizmeti edinme, kullanma veya sonlandırma süreci olarak tanımlanan tüketim, bireyin belirli ihtiyaçlarını karşılama yoludur ve bu süreçte birey tüketici olarak adlandırılır (Odabaşı, 1999, s. 4). Başka bir tanıma göre, tüketim bireyler arasında etkileşime yol açan, sosyal bir pratik olarak görülmektedir. Aynı zamanda ahlaki bir boyut, kurumsal bir yapı ve sosyal değerler sistemi olarak da öne çıkmaktadır (Baudrillard, 1997, s. 95). Bu tanımlarda iki nokta üzerinde durulmaktadır: Birinci olarak, ürün ve hizmetlerin tüketicilere sunulmasıyla ilgili bir anlam taşıması, ikinci olarak ise, tüketim ile kültür arasındaki ilişki çerçevesinde, tüketicilerin bireysel tercihleriyle toplumsal değerlerin ve yaşam biçimlerinin yansımaları olan bir kültürün ortaya çıkmasıdır (Çelik, 2009, s. 25).

Tüketim, insan hayatının devamı için gereklidir ve vazgeçilmez bir unsurdur. İnsanlar tüketim yaptıklarında, bilinçleri ne olursa olsun, bu eylemi belirli değerler çerçevesinde gerçekleştirirler. Ekmek, pirinç, çocuk bezi gibi kişisel veya ev halkının ortak kullanımına açık pek çok ürünün satın alınma, kullanılma ve tüketilme süreçlerinde, insanların davranışlarını etkileyen, yönlendiren ve sınırlayan çeşitli değerler bulunmaktadır. Bu değerler aile, kültür, medya, eğitim ve çevre gibi kaynaklardan edinilmektedir (Torlak, 2010, s. 47). Aynı zamanda değer, tüketicinin ödediği bedel karşılığında beklediğinden fazlasını elde ettiğinde ortaya çıkan anlam ve durumu ifade etmektedir (Cop & Yüzüak, 2016, s. 54).

Tüketiciler, alışveriş sürecinde ürünün parasal değerini önemsemektedir. Üründen elde edecekleri imajı parasal değerle nitelendirirler. Dolayısıyla, tüketicilere göre ürünün parasal değeri değişiklik gösterir. Bu yüzden her tüketicinin ihtiyaç duyacağı ürün özellikleri de çeşitlilik göstermektedir. Tüketiciler, bir ürünün parasal değerini diğer ürünlerle kıyaslayarak belirlemektedir. Yani ürünün diğerlerinden daha

üstün niteliklere sahip olduğuna ve parasal değer sunduğuna inanıyorlarsa daha yüksek fiyat ödemektedirler (Ural, 2008, s. 4).

Tüketicinin bir üründen veya hizmetten elde ettiği değer, sadece parasal değeri değil, aynı zamanda deneyimsel, duygusal ve sosyal katkıları da kapsamaktadır (Solomon vd., 2016, s. 116). Özellikle günümüzde bir ürünü satın alırken tüketiciler, ürünün sunduğu fonksiyonel faydaların yanı sıra nasıl hissettireceği konusuna önem vermektedir. Örneğin, parlak bir ruj sadece dudaklarda parlaklık sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kullanıcının kendini özgüvenli ve çekici hissetmesine de katkıda bulunmaktadır. Bu şekilde, bir ürün tüketicinin yaşam kalitesini artırarak ve sosyal çevresinde olumlu tepkiler almasını sağlamaktadır (Koç, 2015, s. 376).

Bu bilgiler ışığında tüketicilerin bir ürün veya markayı tercih etme nedenlerini daha detaylı bir şekilde açıklamak için geliştirilen Tüketim Değeri Teorisi karşımıza çıkmaktadır. Teoriye göre, tüketiciler seçim yaparken tüketim değerlerine göre karar vermektedir. Seçim sürecinde her tüketim değeri farklı bir katkı sağlamaktadır ve bu katkılar birbirinden bağımsız olarak incelenmektedir (Sheth vd., 1991a, s. 161). Bu değerler, kendi içinde fonksiyonel, durumsal, sosyal, duygusal, epistemik olarak sınıflandırılmaktadır (Lin & Huang, 2012, s. 14).

Fonksiyonel değer, bir durumun işlevselliği, faydası ve fiziksel performansı sonucunda algılanan yarar olarak nitelendirilmektedir (Sheth vd., 1991a, s. 161). Yine başka bir tanıma göre, ürün seçiminde algılanan faydadan doğar ve genellikle ürünün performansı, güvenilirliği, dayanıklılığı ve maliyeti ile ilişkilidir (Xiao & Kim, 2009, s. 612). Örneğin, dayanıklı tüketim ürünlerinden buzdolabının yeni nesil bir modelinin seçilmesi, enerji verimliliği ve depolama kapasitesi gibi fiziki özellikleri tercih nedeni olabilmektedir.

Durumsal değer, bir kişinin karşılaştığı özel durumlara göre alternatifleri arasından seçim yapabilmesi anlamına gelmektedir. Belirli bir durum karşısında ürünlerin fonksiyonel veya sosyal değerleri göz önüne alınarak seçilmesi durumunda durumsal değer meydana gelmektedir (Sheth vd., 1991a, s. 162). Örneğin, acil durumlarda veya indirim dönemlerinde, fonksiyonel değeri ön planda olan ürünler daha çok tercih edilmektedir ancak sosyal ve kültürel etkilerin belirgin olduğu

zamanlarda, sosyal değeri yüksek ürünler tüketiciler tarafından daha fazla rağbet görmektedir (Sheth vd., 1991b, s. 22).

Sosyal değer, bireylerin bir sosyal grup veya toplulukla kendilerini ilişkilendirerek kazandıkları değer algısı olarak tanımlanmaktadır. Sosyal değer, bir ürün veya hizmetin toplumsal gruplarla ilişkisi yoluyla sağladığı algılanan faydaları ifade etmektedir (Sheth vd., 1991a, s. 161). Bazı ürünler, insanların toplum içinde nasıl algılandıklarını etkileyen sosyal anlamlara odaklanmaktadır. Örneğin, BMW ve Rolex gibi markalar, prestij ve statü sembolleri olarak görülür ve bu nedenle tercih edilirler. Lee Valley Tools gibi markalar da benzer şekilde imaj ve kaliteyi simgelemektedir. Diğer yandan, Sevgililer Günü gibi sosyo-kültürel veya etnik etkinliklere bağlı bazı ürünler, örneğin güller, belirli koşullarda belirli anlamlar taşırlar. Bu koşullu anlamlar kültürel bağlamdan gelir ve pazarlamacılar da geniş kitlelere hitap eden stratejiler geliştirmek için bu bağlamı dikkate almaktadır (B. Smith & Colgate, 2007, s. 12).

Tüketiciler, ihtiyaçlarını karşılamak için alternatif ürünler arasından seçim yaparken genellikle duygusal nedenlere dayalı tercihlerde bulunmaktadır. Etkileyici bir kullanıcı deneyimi sunan ürün veya hizmet, tüketicilerde olumlu duygular uyandırarak duygusal değer elde eder. Hem planlı hem de plansız satın almalarda, duygusal değer karar verme süreçlerini önemli ölçüde etkiler (Sheth vd., 1991b, s. 50). Bununla beraber tüketiciler, kitaplardan, filmlerden, müziklerden ve parfümlerden aldıkları duygusal tatminle kendilerini ifade etmektedir. Ürün ve hizmetlerin stratejik konumlandırımları, tüketicilerin duygusal yanıtlarını göz önünde bulundurarak yapıldığında daha fazla etki yaratmaktadır. Örneğin, tatil yöreleri, ziyaretçilerde heyecan, eğlence ve sürpriz gibi duygusal tepkiler uyandırmak amacıyla stratejik olarak konumlandırılır (Odabaşı & Barış, 2002, s. 186).

Epistemik değer, tüketicilerin ürünleri keşfetme isteğini harekete geçirerek, onların hayatlarına yeni bilgiler ve deneyimler katmayı hedeflemektedir (Sheth vd., 1991a, s. 162). Örneğin, yeni bir ürün satın almanın heyecanı epistemik değer etkisiyle meydana gelmektedir.

Tüketiciler, bir ürünü satın alma sürecinde sadece fonksiyonel değerlerine değil, aynı zamanda sunulan müşteri hizmetleri ve üründen elde edilecek imaj ve itibarı da

dikkate almaktadır. Bu nedenle, bir ürünün parasal değeri tüketiciler açısından değişkenlik göstermektedir. Tüketiciler, bir ürünün parasal değerini belirlerken, piyasadaki diğer alternatiflerle karşılaştırma yaparlar ve eğer bir ürünün daha yüksek kalitede olduğuna ve daha fazla parasal değer sunduğuna inanıyorlarsa yüksek fiyat öderler (Ural, 2008, s. 4).

Hizmet işletmeleri, sundukları hizmetlerin parasal değerini göz önünde bulundurarak değer odaklı bir fiyatlandırma stratejisi izlemektedirler. Bu yaklaşımda, fiyatlar müşterinin ilgili mal veya hizmete atfettiği değere göre belirlenmektedir. Müşteriler, bu değeri farklı boyutlarda algılamaktadır. Kimi müşteri değeri, ödedikleri fiyatın karşılığında aldıkları kalite olarak tanımlarken, diğerleri düşük fiyatla veya sundukları ürün ve hizmetin kapsamıyla ilişkilendirmektedir (Hallumoğlu, 2018, s. 43).

2.5.DEĞER AKTARIM ARACI OLARAK BANKALAR

İzmir İktisat Kongresi'nde Atatürk, milli hakimiyetin en sağlam dayanağının ekonomi olduğunu vurgulamıştır. Milli egemenlik, ekonomik güçle desteklenmeye çalışılmıştır (Tokgöz, 2021, par. 8). Bu süreçte, milli bankacılığın gelişmesi için, yabancı sermaye etkisinden bağımsızlığın sağlanması ve Türk ekonomik gücünün oluşturulması büyük önem taşımıştır. Kredi, sanayi, tarım ve ticaret alanlarında devletin aktif rol alması gerekliliği vurgulanmış, özellikle bankaların kuruluşunda devletin destek sağlamasının kritik bir öneme sahip olduğu belirtilmiştir (Zarakolu, 1973, s. 18).

Atatürk, Türkiye'nin siyasal bağımsızlığının yalnızca kendi özkaynaklarına dayalı bir ekonomik gelişimle sağlanabileceğini vurgulamıştır. Bu düşünce doğrultusunda, yeni bir banka kurulması talimatını vermiştir. Sonuç olarak, 26 Ağustos 1924 tarihinde Cumhuriyet'in ilanından kısa bir süre sonra, özel sermaye ile kurulan Türkiye İş Bankası iki şube ile faaliyete geçmiştir. Atatürk'ün isteğiyle, Türkiye İş Bankası'nın Büyük Taarruz'un ikinci yıl dönümünde açılması, siyasal bağımsızlık savaşının ardından ekonomik bağımsızlık mücadelesinin başladığını göstermektedir (Akgüç, 1987, s. 21). Aynı zamanda Türkiye İş Bankası, Cumhuriyetin bir çocuğu olarak anılmıştır. Bu durum bankanın ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş

süreçlerinde birbirini desteklemesinden kaynaklanmaktadır (Kocabaşoğlu vd., 2001, s. 17).

Cumhuriyetin ilan edildiği dönemde ulusal bankacılık sistemi neredeyse yok denecek kadar azken, Türkiye İş Bankası, ulusal ekonominin kurulmasında ve geliştirilmesinde hayati bir görev üstlenmiştir. Bu özelliği ile Türkiye İş Bankası, bankacılık sektöründe bir dönüm noktası olarak değerlendirilmektedir. Sadece klasik Ticaret Bankacılığı ile yetinmeyen Türkiye İş Bankası, aynı zamanda sanayi ve ticaret yatırımlarına da katılarak ülkenin kalkınmasında büyük rol oynamıştır (Şeyhoğlu, 2009, s. 25).

Türkiye İş Bankası'nın maden iştirakleri aracılığıyla kurduğu işletmeler, bu şirketlere tanınan imtiyazlardan istifade ederek ulusal üretim kapasitesini artırmış, ülke ekonomisine katkı sağlamış ve hissedarlarına gelir elde ettirmiştir. Devlet desteği ve İş Bankası aracılığıyla daha önce yabancı sermayenin egemen olduğu madencilik sektöründe, yerli tüccar ve sermayedarların daha etkin roller üstlenmelerine olanak tanınmıştır (M. H. Özer, 2014, s. 365).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş döneminde, toplumun çoğunluğunu oluşturan ancak oldukça düşük gelir düzeyine sahip köylülerin ekonomik durumlarını düzeltmek, Atatürk'ün daima öncelik verdiği bir konuydu. Bu bağlamda, Ziraat Bankası bu hedefe yönelik hizmetlerini sürdürmüştür (Özbudun, 1986, s. 65). Ziraat Bankası'nın Türk çiftçisine sunduğu hizmetler, Türkiye'nin tarım sektöründe önemli bir dönüşümün başlangıcı olmuştur. Kurtuluş Savaşı sonrası, ülkenin ekonomik kalkınmasını desteklemek amacıyla tarıma yönelik finansal ve teknik destek sağlanarak, çiftçilerin daha modern ve makinalı tarım yöntemlerine geçişi teşvik edilmiştir. Bu süreç, tarımsal verimliliği artırarak ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmuştur (Yitmener, 1996, ss. 22-23).

T.C. Ziraat Bankası, çiftçilere sunduğu avantajlı faiz oranlarıyla sağladığı krediler aracılığıyla ülke ekonomisi üzerindeki önemini sürekli olarak korumaktadır. Diğer bir özelliği ise 1888'den günümüze kadar faaliyet gösteren T.C. Ziraat Bankası, Türkiye'nin en uzun ömürlü bankasıdır. Bu süre zarfında, bankanın Türk bankacılık sisteminde öncü ve örnek bir kurum olma niteliği devam etmektedir (Kaya & Kadanalı, 2020, s. 150). T.C. Ziraat Bankası kanunlar ve yönetmelikler çerçevesinde

tarım ve ticaret kredileri ile çok yönlü bankacılık işlemlerini sunarak, Atatürk'ün ekonomik bağımsızlık, iktisadi kalkınma ve tarımsal gelişme hedeflerine ulaşmayı amaçlamıştır. Bu faaliyetler, modern bilim ve teknik rehberliğinde sürekli olarak geliştirilmiştir (Yitmener, 1996, s. 28).

Batı uygarlığı, halkın ön planda olduğu bir uygarlıktır. Atatürk, Türk halkının büyük bir kısmını oluşturan köylünün Cumhuriyetin ilk dönemlerindeki zorlu durumunu çok iyi bildiğinden, halkçılık ilkesine büyük bir önem vermiştir (Altuğ, 1992, s. 219). Halkçılık ilkesinin ışığında devletin, sosyal adalet ve güvenliği sağlamak için ekonomik alanda aktif bir düzenleyici ve denetleyici rol oynaması beklenmektedir. Bu yaklaşım, toplumsal eşitsizlikleri azaltmak ve sınıf mücadelesinin önüne geçmek için önemlidir (Özbudun, 1986, s. 70). T.C. Ziraat Bankası da bu düşünceden yola çıkarak sosyal sınıflar arasındaki ekonomik eşitsizliği gidermeye yönelik adımlar atmış ve sosyal adalete teşvik etmiştir. Özellikle Cumhuriyetimizin ilk yıllarında Ziraat Bankası, kaynaklarının büyük bir kısmını tarımsal sektöre ayırarak, özellikle fakir köylülere ve küçük çiftçilere öncelik vererek halkçılık ilkesinin en önemli destekçilerinden biri olmuştur ve devlet kaynaklarının kullanımında güçsüz kesimlerin menfaatlerini her zaman ön planda tutmuştur (Yitmener, 1996, ss. 35-36).

1981 yılında Ankara Ulus'ta bulunan Genel Müdürlük binasının Şeref Salonunda açılan T.C. Ziraat Bankası A.Ş. müzesi, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemine ait değerli bilgi kaynakları sunmaktadır. Türkiye'nin ilk Bankacılık Müzesi olarak dikkat çeken bu müze, Cumhuriyet tarihinin her dönemine tanıklık eden önemli bir koleksiyona ev sahipliği yapmaktadır (Durucan & Doğru, 2021, s. 15).

Önemli bir değer aktarım aracı olan başka bir banka ise Halkbank'tır. Cumhuriyet'in kuruluşundan sadece 15 yıl sonra kurulan Halkbank, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma hedeflerine ulaştırmak için destek verdiği büyük projelerle kendini geliştirmiş ve büyümüştür. Halkbank sadece bir finans grubu değil, Türkiye'nin esnafı, sanatkarı ve girişimcileri için gerçek bir destekçi olmuştur. Halkbank, 85. yılında küçük esnaf ve sanatkarları destekleyerek güçlü ve itibarlı bir kurum haline gelmiştir. Küçük dükkanları büyük fabrikalara dönüştürmüş ve Türkiye'nin dünya ekonomisine entegre olmasını sağlamıştır. Bugün, kalkınma

projeleri ve teknolojiye yatırım yaparak gelişmiş bir Türkiye'ye katkıda bulunmaya devam etmektedir (Halkbank, 2023a, ss. 1, 3).

2.6.CUMHURİYET DÖNEMİ TÜRK BANKACILIĞI

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu sırasında, Osmanlı İmparatorluğu'ndan gelen ekonomik zorluklar bankacılık sektöründe de hissedilmektedir (Oskay & Kubar, 2008, s. 2). Bu yüzden 29 Ekim 1923'te Cumhuriyet ilan edilmeden önce, 17 Şubat - 4 Mart 1923 tarihleri arasında İzmir İktisat Kongresi toplanmış ve bankacılık sektörüne dair önemli kararlar alınmıştır. Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte Türkiye'de bankacılık sektörü daha kurumsal ve düzenli bir yapıya bürünmüştür (Çetin, 2014, s. 15).

Türk bankacılık sektöründeki bankalar, cumhuriyetin ilanı ile önemli aşamalardan geçerek bugünkü yapılarını oluşturmuş ve sonuç olarak yeni düzenlemeler ve organizasyonlar benimsemişlerdir (Atukalp, 2023, s. 203). Bu dönemler, milli bankacılığın yükselişte olduğu 1923-1944 dönemi, özel bankaların kuruluşunun hız kazandığı 1945-1959 dönemi, planlı dönemin etkin olduğu 1960-1980 dönemi, finansal serbestleşmenin öne çıktığı 1981-2001 dönemi ve 2002 sonrası yeniden yapılanma dönemi olarak ele alınmaktadır (Atukalp & Karakaya, 2020, s. 73). Bugün faaliyetlerini sürdüren köklü özel bankaların temelleri, bu dönemlerde atılmıştır (Yılmaz, 2018, s. 15).

2.6.1. Kamu Bankalarının Kurulduğu Dönem

Devletin doğrudan veya dolaylı finansman sağladığı bankalara kamu bankaları denilmektedir (Gülen, 2015, s. 22). Ülkemizde kamu bankalarının kuruluş gerekçeleri, diğer ülkelerde olduğu gibi, dönemin ihtiyaçları ve benimsenen iktisadi yaklaşımlara göre şekillenmiştir (Altınkök, 2009, s. 37). Özellikle, ekonomide devletin etkin rol oynadığı dönemlerde, devletin ekonomik girişimlerini desteklemek ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmek bu gerekçelerden biridir (Yılmaz, 2018, s. 14). Ayrıca kamu bankaları, kurumlar ve bireyler arasında aracılık yaparak kaynakları etkin bir şekilde kullanmalarına yardımcı olmaktadır. Kısa vadeli fonları uzun vadeli fonlara dönüştürerek kaynak kullanımını optimize etmekte ve hem ulusal hem de uluslararası ticaretin gelişimine katkı sağlamaktadır. Ayrıca para politikasının verimliliğini artırarak gelir dağılımını etkilemekte ve bu görevleri yerine getirmektedir (A. Şahin, 2006, s. 40).

1923-1932 yılları arasına, Türk bankacılık sektöründe ekonomik kalkınma ve milli çıkarların korunmasının milli bankalar yoluyla sağlanabileceği öngörülmüştür. Bu nedenle, milli bankacılığın gelişmesi için devletin desteğine ihtiyaç duyulmuştur (Çil, 2012, s. 36). Bu kapsamda 1923 yılında düzenlenen İzmir İktisat Kongresi'nde devletçilik ilkesi benimsenmiş ve devletin ekonomik kalkınmaya daha fazla katkıda bulunması kararlaştırılmıştır. Bu ilke çerçevesinde, sanayi ve diğer sektörlerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla çeşitli kamu bankaları kurulmuştur (O. Yılmaz, 2018, s. 88). Bu bankalar Türkiye'de ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmuş ancak zamanla kapanmak zorunda kalmış ya da başka bankalarla birleşmiştir (Günceler, 2009, s. 5).

1925 yılında kurulan Türkiye Sınai ve Maadin Bankası, Türkiye'nin ilk kalkınma ve yatırım bankası olarak öne çıkmaktadır. Bu banka, özel sektöre sanayi kredileri kullandırmak ve kendisine devredilen devlete ait fabrikaları işletmek üzere kurulmuştur. 1932 yılına kadar faaliyet gösteren bu banka, o yıl içinde kurulan Türkiye Sanayi ve Kredi Bankası'na devredilmiştir. Türkiye Sanayi ve Kredi Bankası'nın varlığı da 1933 yılında Sümerbank'a devredilerek sona ermiştir (Akgüç, 1987, s. 24). Sümerbank, Devlet Sanayi Ofisi'nden devraldığı fabrikaları işletmekle görevlendirilmiş, devlet sermayesiyle yeni sanayi kuruluşları kurmak ve yönetmek için adımlar atmıştır. Ayrıca, sanayi sektörü için nitelikli eleman yetiştirmiş ve sanayi kuruluşlarına kredi imkanları sağlamıştır (Zarakolu, 1973, s. 39). Sümerbank ise 1999 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) devredilmiş ardından 2002 yılında Oyakbank tarafından satın alınmıştır (Uçarkaya, 2006, s. 66).

1930'larda esnaf ve sanatkarların kredi ihtiyaçlarını gidermek amacıyla Türkiye Halk Bankası kurulmuştur (Halkbank, t.y., par. 1). Bu bankanın geniş tarihçesi ve cumhuriyet özelindeki önemi ilerleyen başlıklarda detaylı olarak ele alınmıştır. Ardından 1933 yılında belediyelerin kamu hizmetlerini finanse etmek için gerekli fonları sağlamak amacıyla Belediyeler Bankası kurulmuştur. 1944 yılına gelindiğinde ise ismi İller Bankası olarak değiştirilmiştir. Günümüzde, bu isimle anılan kamu sermayeli kalkınma ve yatırım bankası, belediyelere ve il özel idarelerine hizmet sunmaya devam etmektedir (İlbank, t.y., par. 2).

1935 yılında Etibank, madencilik ve enerji sektörlerini geliştirmek amacıyla kurulmuştur ancak 1997'de özelleştirilmesiyle birlikte, 2000 yılında TMSF'ye

devredilmiştir. Faaliyet izinleri 2001 yılında iptal edilen Etibank, 2002 yılında tasfiye sürecindeyken Bayındırbank A.Ş. tarafından devralınmıştır ve bu süreçte kapatılmıştır (Uçarkaya, 2006, s. 66). 1938'de Türk denizcilik sektörüne mali destek sağlamak amacıyla kurulan Denizbank, 1940 yılında faaliyetlerini sonlandırmıştır. 1997'de ise Özelleştirme İdaresi tarafından Zorlu Holding'e satılarak kamu bankası statüsünü kaybetmiştir (Parasız, 2009, ss. 290-291).

1945 sonrası dönemde özel sektörün sermaye birikimi ve devletin özel sektörü banka kurmaya teşvik etmesi, özel sektör bankalarının sayısının artmasına, kamu bankalarının sayısının ise azalmasına yol açmıştır. Bu bağlamda, 1952'de kurulan Denizcilik Bankası önemli bir örnek teşkil etmektedir. Denizcilik Bankası, 1992 yılına kadar faaliyetlerini sürdürmüş ve aynı yıl T. Emlak Bankası A.Ş.'ye devredilmiştir (Uçarkaya, 2006, s. 67). Bu dönem, Türkiye'de finansal sektörün dinamiklerinin özel sektör lehine değiştiği ve devletin ekonomik politikalarını bu doğrultuda şekillendirdiği bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

1954 yılında Türkiye Vakıflar Bankası kurulmuştur. Menkul ve gayrimenkul mal ve değerler karşılığında kredi vermek ve ortaklık kurmak gibi bankacılık hizmetleri sunmayı amaç edinmiştir. Kamusal bir mevduat bankası olarak işleyen Vakıfbank, bugün faaliyetlerini sürdürmektedir (VakıfBank, t.y., par. 1).

1959'da memurlar ve öğretmenler için konut inşaatı kredileri sağlamak, yapı onarımları ve diğer bankacılık işlemleriyle ilgilenmek amacıyla Türkiye Öğretmenler Bankası T.A.Ş. kurulmuştur. Kamu bankası statüsünde olmasına rağmen, asıl görevi mevduat bankacılığı olan bu kurum, 1992'de Halkbank'a devredilerek faaliyetlerine son verilmiştir (Uçarkaya, 2006, s. 67).

1960 yılında, Türkiye'de turizm sektörünü canlandırmak amacıyla Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası kurulmuştur. Bu kuruluş, sektöre büyük katkılar sağlamıştır. Ancak, 1989 yılına gelindiğinde, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. ile birleşerek faaliyetlerine devam etmiştir (Demirtaş, 2010, s. 40).

Yurtiçinde ve yurtdışında çalışan vatandaşların birikimlerini ülke kalkınmasına katkı sağlayacak yatırımlara yönlendirmek amacıyla 1975 yılında Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası A.Ş. kurulmuştur. 1988 yılında ise bu bankanın adı Türkiye

Kalkınma Bankası A.Ş. olarak değiştirilmiştir (Kalkınma Yatırım Bankası, t.y., par. 1).

Birleşik Fon Bankası, 1958 yılında Çaybank adıyla çay üreticilerine destek olmak amacıyla kurulmuştur. 1992 yılında ismi Derbank olarak değiştirilmiş ve 1997 yılında Bayındır Grubu'na katılarak unvanı Bayındırbank olarak güncellenmiştir. Bu süreçler, bankanın hem ad hem de sahiplik yapısında değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Günümüzde ise Birleşik Fon Bankası ile varlığına devam etmektedir (Birleşik Fon Bankası, t.y., par. 1).

24 Ocak 1980'de alınan istikrar kararlarıyla, liberal bir ekonomik yaklaşım benimsenmiş ve buna paralel olarak dışa dönük bir kalkınma stratejisi hayata geçirilmiştir. Bu yeni modelin uygulanmasıyla ihracatta kaydedilen önemli gelişmeleri sürdürülebilir kılmak amacıyla bir dış ticaret finansman kurumuna ihtiyaç duyulmuştur. 1986 yılında bu ihtiyacı karşılamak için Devlet Yatırım Bankası kurulmuş, 1987'de Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank) adıyla yeniden yapılandırılmıştır (Türk Eximbank, t.y., par. 1). Kalkınma ve yatırım bankası olarak faaliyet gösteren Türk Eximbank, ihracatın artırılması ve ihraç edilen mal ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi amacıyla kurulmuştur. Yurt dışındaki girişimcilere, çeşitli vadelerde nakit ve gayri nakdi kredi, sigorta ve garanti programları ile finansal destek sunulmaktadır (Yazıcı, 2013, s. 47).

Son zamanlarda sadece katılım bankacılığı alanında faaliyet gösteren iki kamu sermayeli katılım bankası kurulmuştur. Ziraat Katılım Bankası, Ziraat Bankası'nın katılım bankacılığı alanında faaliyet gösteren iştiraki olarak 2014 yılında kurulmuş ve 2015 yılında faaliyete geçmiştir. Vakıf Katılım Bankası ise Vakıfbank'ın katılım bankacılığı alanında faaliyet gösteren iştiraki olarak 2015 yılında kurulmuş ve 2016 yılında faaliyete geçmiştir (Vakıf Katılım Bankası, t.y., par. 2; Ziraat Katılım Bankası, t.y., par. 1).

2.6.2. Özel Bankacılığa Geçiş Dönemi

Sermayesi çoğunlukla özel kişi ve kurumlar tarafından finanse edilen ve kamu payının büyük bir orana sahip olmadığı bankalar, özel banka olarak tanımlanır. Genellikle mevduat, yatırım veya ticaret bankaları, özel banka statüsünde faaliyete geçmektedir (Gülen, 2015, s. 22). Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllardan bu yana

bankacılık sektörüne büyük önem verilmiştir. Bu süreçte, 1923 yılında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararların bir yansıması olarak 1924 yılında Türkiye İş Bankası kurulmuştur. Ülke ekonomisinin gelişimine katkı sağlamak amacıyla kurulan Türkiye İş Bankası, sanayi ve ticaret sektörlerinin yanı sıra girişimcilere de kredi imkânı sunmaktadır (Özdemir, 2018, s. 360). İş Bankası'nın Cumhuriyet dönemindeki önemi, ilerleyen başlıklarda ayrıntılı olarak aktarılmaktadır.

Öte yandan Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında Türkiye'de bankacılık alanında önemli bir dönüm noktası, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) kuruluşudur (Atukalp, 2023, s. 204). 11 Haziran 1930 tarihli kanunla, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası özel sermayenin de katıldığı, özel hukuk tüzel kişiliğine sahip bağımsız bir anonim şirket olarak kuruldu. Bankanın adında "Türkiye Cumhuriyeti" ibaresi, devlet kuruluşu olduğu izlenimini önlemek amacıyla özellikle kullanılmadı. Mevcut 1211 sayılı Kanun ile de bu yapı ve isim korunmaktadır (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, t.y., par. 1).

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, Türkiye ve dünyada siyasi ve ekonomik açıdan önemli dönüşümler yaşanmıştır. Savaş sonrasında, iç ve dış etkenler devletçi ekonomi politikalarının yerine liberal politikaların benimsenmesine neden olmuştur (H. Şahin, 1998, s. 98). Liberal politikalar, bankacılık sektöründe çeşitli etkilere neden olmuş ve özel sermaye yatırımlarının önemini artırmıştır. Özel bankacılığın yükselişe geçtiği bu dönemde, bankaların sermayeleri, mevduat ve kredi hacmi ile şube sayıları önemli ölçüde artış göstermiştir (Artun, 1983, ss. 46-47). Ekonomide üretim genişlemesi, piyasada daha fazla para ve kredi talebini meydana getirmiş, bu süreç bankacılık yatırımlarının getirisini yükseltmiş ve özel bankacılığın hızla büyümesine neden olmuştur (Keskin vd., 2008, s. 6).

2.7.ZİRAAT BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası tarihsel gelişimi, iki başlık altında ele alınmaktadır.

2.7.1. Cumhuriyet Dönemi Öncesi Ziraat Bankası

19. yüzyılın başlarında Osmanlı Devleti'nde finansman ve ticaret alanında batılı modellerin benimsenmesiyle yabancı bankalar ülke sınırları içinde faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu dönemde henüz milli bir bankacılık sistemi kurmak için yeterli

sermaye birikimi sağlanamamıştır. Bu durum en çok çiftçileri olumsuz etkilemiştir. O dönemde kurumsal bir kredi yapısı henüz oluşmadığından, çiftçiler ihtiyaçlarını karşılayabilmek için tefecilere başvurmak zorunda kalmışlardır. Bu sorunun çözülmesi için ulusal bankacılığa yönelik çalışmalar başlatılmıştır (Uluyol, 2019, s. 35).

Osmanlı Devleti'nde ulusal bankacılığa yönelik ilk adımlar, Midhat Paşa döneminde atılmış olup, bu süreç Ziraat Bankası'nın (1863) ve İstanbul Emniyet Sandığı'nın (1868) kurulmasıyla başlamıştır. 1863 yılında Tuna Vilayeti Valiliği görevindeyken Midhat Paşa, Ziraat Bankası'nın temelini oluşturacak Memleket Sandıkları'nı kurmuş ve bunların ilk uygulamasını Pirot kazasında gerçekleştirmiştir (Yazan, 2017, s. 222). Memleket Sandıkları, Ziraat Bankası'nın tarihsel temellerini oluşturan yapılar olup, adını, sermaye, borç senetleri, teminat belgeleri ve muhasebe kayıtlarının muhafaza edildiği sandıklardan almıştır (Ziraat Bankası, 2023a).

1822 yılında İstanbul'da doğan Midhat Paşa'nın gerçek adı Ahmed Şefik'tir. Midhat Paşa, Ziraat Bankası'nın kurucusu olmasının yanı sıra başarılı bir devlet kariyerine sahiptir (İnal, 1982, s. 315). Şefik, Dîvân-ı Hümâyûn'da görevliyken 1836'da amirleri tarafından kendisine Midhat mahlası tanınmaktadır (Pakalın, 2015, s. 15). Midhat Paşa, çiftçilerin ekonomik sıkıntılarını hafifletmek ve tarımsal üretimi artırmak amacıyla Memleket Sandıklarını oluşturmuştur (Ortaylı, 1974, s. 46). Köylüler tarafından imece usulüyle işletilen köy veya devlet tarlalarından elde edilen ürünler, kasabalara götürülerek köy ihtiyar heyeti denetiminde satışa sunulmuştur. Satışlardan elde edilen gelir, sandıkların sermayesini oluşturmuştur. Faiz gelirlerinden kalan kazanç, tüm masraflar düşürüldükten sonra okul, kaldırım, yol, çeşme ve köprü gibi hayır işlerine harcanarak halkın faydasına kullanılmıştır (Ziraat Bankası, 2023a).

Memleket sandıkları, 20 yıl süresince faaliyet göstermiş fakat sermaye eksikliği ve bazı yönetim hataları nedeniyle 1883 yılında Menafi Sandıkları olarak yeniden yapılandırılmıştır. Sermaye artışını sağlamak ve düzeni korumak amacıyla üreticilerden alınan %10 aşar vergisine, "Menafi Hisse-i İanesi" adıyla %1 oranında ek bir zam yapılmıştır. Bu zam artışı sayesinde, sandıkların yaşadığı sermaye yetersizliklerinin yarattığı sürekli ve olumsuz durumların çözülmesi amaçlanmıştır. Ancak bölgesel olarak bağımsız ve kendi alanında faaliyet gösteren sandıkların zirai kredi ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kaldığı görülünce, 1888 yılında modern bir

zirai kredi kuruluğu olan Ziraat Bankası kurulmuştur. Menafi Sandıklarının sermayeleri Ziraat Bankası'na aktarılmıştır (İloğlu, 1964, s. 94).

28 Ağustos 1888'de Ziraat Bankası'nın Nizamnamesi yürürlüğe girmiş ve bu düzenlemenin ardından 17 Eylül 1888'de Ziraat Bankası Umum Müdürlüğu faaliyete geçmiştir. Bu gelişmeyle birlikte Mikail Portakalyan, Banka Umum Müdürlüğu görevine getirilmiştir (Ziraat Bankası, 2023a).

Osmanlı Devleti'nin tarımsal kredi sisteminde önemli bir değışim yaratan Ziraat Bankası'nın kuruluğu, dönemin padişahı Sultanı II. Abdülhamit tarafından onaylanmıştır. Bu onay, bankanın tarımsal kredilendirme alanında yeni bir dönemi başlatmasına olanak sağlamıştır (Kaya & Kadanalı, 2020, s. 138).

1907 yılında sosyal hizmet sunma amacıyla faaliyete geçen ve "Şefkat Sandıkları" adıyla tanınan İstanbul Emniyet Sandıkları, Ziraat Bankası'na dahil edilmiştir (Ziraat Bankası, 2023a).

1908'de Meşrutiyetin ilanından sonra, Ziraat Bankası'nda değışiklikler yapılmak istenmiş ve bu doğrultuda yeni bir kanun hazırlanmıştır. 1916'da kabul edilip yayımlanan 40 maddelik bu yeni kanunla, Bankanın hukuki yapısı korunmuş ancak tarımsal kredi esasları genişletilerek bankanın ülke tarımına daha fazla fayda sağlaması için yeni kurallar getirilmiştir. 1916 yılında çıkarılan kanunla Ziraat Bankası, devlet bankası olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. 1917 yılında 92 maddeden oluşan yeni bir yönetmelik kabul edilmiştir. Bu yeni yasa ve yönetmelik, 1924 yılına kadar bankanın idaresi ve faaliyetlerine temel oluşturmuştur (İloğlu, 1964, ss. 95-96).

1920 yılında 23 Nisan'da Ankara'da Büyük Millet Meclisi'nin açılmasıyla, meclisin etkisi altındaki topraklarda bulunan şube ve sandıkların yönetimi Ziraat Bankası Ankara Şubesi'ne devredilmiştir. Bunun sonucu olarak Ziraat Bankası, Milli Mücadele'de aktif bir rol üstlenmiştir (Ziraat Bankası, 2023a).

2.7.2. Cumhuriyet Döneminde Ziraat Bankası

Ziraat Bankası'nın Türkiye Cumhuriyeti'nin ilanıyla devam eden tarihi gelişimi, üç alt başlık altında incelenmiştir.

2.7.2.1.Cumhuriyetin İlk Yıllarında Ziraat Bankası

1923 yılında Cumhuriyet'in ilan edilmesiyle birlikte Ziraat Bankası'nın ülke ekonomisindeki rolü genişletilmiştir. Bu dönüşüm sürecinin bir parçası olarak, 19 Mart 1924 tarihinde TBMM tarafından onaylanan 1924 yılı Bütçe Kanunu ile Ziraat Bankası, yalnızca tarımsal kredi sağlayan bir devlet kurumu olmaktan çıkarak anonim şirket statüsüne geçirilmiştir (Taşcıoğlu, 1959, s. 9). Bankanın bu yapısı 1937 yılına kadar sürmüştür. Bu dönemde, bankanın devletle olan doğrudan bağlantısı sonlandırılmıştır (İloğlu, 1964, s. 96). Ancak, bankanın üzerindeki hükümet denetimi ve gözetimi devam etmiştir (Küçük, 2022, s. 118).

Ziraat Bankası A.Ş., hem tarım sektörüne sunduğu destek hem de Türk bankacılığındaki uzun geçmişi ile bilinmektedir. Ayrıca gerçekleştirdiği ayni ve nakdi yardımlar sayesinde geniş bir ekonomik ve sosyal etki alanına sahiptir. Bu özelliklerinin yanı sıra 1929 yılına kadar alternatif bir zirai kredi kuruluşu oluşmamıştır (İloğlu, 1964, s. 95). Kurtuluş Savaşı sonrası Türkiye'nin yeniden inşasında Ziraat Bankası A.Ş. büyük bir öneme sahip olmuştur. Tarım ve ekonomi alanında sunduğu desteklerle ülkenin kalkınmasına katkıda bulunmuştur. Örneğin; tarımsal ödünçleme, tohumluk, gelir ve çüt hayvanı, tarım makinaları için vermiş olduğu destek bunlardan bazılarıdır (Hazar, 1986, s. 153).

Ziraat Bankası A.Ş., sermaye katılımını gözetmeksizin tarımsal üretimi, ürünlerin pazarlanmasını, satışını ve işlenmesini amaçlayan şirketlere kredi sağlamıştır. Bu durum Cumhuriyet dönemi, tarımsal sanayinin gelişimi açısından önemli bir dönüm noktası olmuş; sektörel anlamda atılan adımlar ülkenin ekonomik kalkınmasına önemli ölçüde destek sağlamıştır (Yitmener, 1996, s. 27). Özellikle bu süreçte, milli bankalara ve sigorta şirketlerine sermaye ve teknik destek sunarak önemli bir liderlik yapmış, bu kuruluşların büyüyüp gelişmesinde belirleyici rol oynamıştır (Hazar, 1986, s. 469,474). Banka, artık yalnızca tarımsal kredi işlemleriyle sınırlı kalmayıp, bankacılığın her alanında faaliyet göstermeye başlamış ve ülkenin her köşesine çok yönlü bankacılık hizmetleri sunmuştur (Yitmener, 1996, s. 28).

Tarım ürünlerinin fiyat yoluyla desteklenmesi sistemi, 1932 yılında buğdayla başlatılmıştır. İndirimler, ilgili yılın Bakanlar Kurulu Kararı ile belirlenmiş olup, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından uygulanmıştır. Daha sonra bu sistem diğer

tahıllar ve bazı sanayi ürünleri, özellikle tütün ve pamuk için de uygulanmaya başlamıştır (Demircioğlu & Çakmak, 2016, s. 183). Ziraat Bankası A. Ş. 'nin tarım sektörü için sağladığı olumlu katkılar, Atatürk'ün halkçılık anlayışının önderliğinde ilerlemiştir. Bu süreçte, ekonomik açıdan dezavantajlı kesimlerin desteklenmesi ve güçlendirilmesine, özellikle köylülerin yaşam standartlarının yükseltilmesine ve adil gelir dağılımına büyük önem verilmiştir (Özbudun, 1986, ss. 65-66).

Banka, o dönemin anlayışına göre anonim şirket olarak gerçek bir çiftçi bankası olmayı amaçlamıştır. Banka sermayesinin iller ve ilçeler arasında paylaşılması mümkün olmadığından, bu amaç gerçekleştirilememiştir. Bu yüzden 1937'de Ziraat Bankası, 12 Temmuz 1937 tarihli 3202 sayılı kanunla yeniden devlet müessesesi olarak yapılandırılmış ve "Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası" adını almıştır. Bu düzenleme, bankanın hukuki esaslarını, sermaye kaynaklarını, yönetim şeklini ve faaliyet prensiplerini modern bir hale getirmiştir. Günümüzde de bu kanun devam etmektedir (İloğlu, 1964, ss. 96-97).

Ziraat Bankası'nın anonim şirketten kamu kurumu formuna geçişi, Devletçilik ilkesiyle bağlantılıdır. Devletçilik, Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren Türkiye'de uygulanan ve ekonomik, sosyal, kültürel kalkınmayı hedefleyen bir politika biçimidir (Yitmener, 1996, s. 34). Devletçilik, büyük bir ulusun tüm ihtiyaçlarını ve eksikliklerini göz önünde bulundurarak, ülkenin ekonomik işleyişinin devlet tarafından kontrol edilmesidir (Aysan, 1986, s. 618). Bu doğrultuda T.C. Ziraat Bankası, ulusal ekonominin güçlenmesi için parasal kaynaklar sağlamış, sektördeki personeli eğitmiş, modern makineler kazandırmış ve ülke varlıklarını ulusal çıkarlar doğrultusunda kullanarak Türkiye'nin hızlı kalkınmasına katkıda bulunmuştur (Yitmener, 1996, ss. 34-35).

2.7.2.2.Çok Partili Dönemde Ziraat Bankası

T.C. Ziraat Bankası'nın ana amacı, tarımsal kooperatifler, kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve küçük tasarruf sahiplerinin kurduğu ortaklıklara kredi sağlamak, bu kredileri düzenlemek ve denetlemektir. Özellikle küçük ve orta ölçekli tarım işletmelerinin tarımsal üretim ve pazarlama faaliyetlerini desteklemek, tarımsal sanayinin gelişimine katkıda bulunmak ve bu amaçları gerçekleştirecek kuruluşları kurup korumaktır (3202 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası Kanununun Bazı

Maddelerinin Değiştirilmesine, Bazı Maddeler Eklenmesine ve 20 nci Maddcanlın Kaldırılmasına Dair Kanun, 1979, s. 1).

1946'dan itibaren uygulanan tarıma yönelik büyüme stratejisi, tarım kredilerinde hızlı bir artışa neden olmuştur. 1953 yılına ait T.C. Ziraat Bankası faaliyet raporuna göre tarımsal kredilerle ilgili uygulanan 4 yıllık kredi politikaları sektörde önemli değişimlere yol açmıştır. Bu politikalar, tarımsal gelişimi beklenenden daha hızlı bir şekilde ilerletmiş, toprak değerleri ve köylülerin gelirlerinde artış sağlamış, ayrıca ilkel tarım yöntemlerinden modern makinalı tarıma geçişi desteklemiştir (Turgut, 1991, ss. 157-158).

DP iktidarı süresince, Ziraat Bankası aracılığıyla tarım kesiminin kredi ihtiyacı büyük ölçüde giderilmiş ve tarımsal ürün fiyatları artırılarak üreticilere daha fazla nakit imkânı sunulmuştur (N. Eroğlu, 2003, s. 142). Bu süreçte meydana gelen diğer bir önemli gelişme ise 1954 yılında kurulan Türk Traktör'ün tarımda makineleşme alanındaki katkılarıdır (Sungur, 2014, s. 51). Türk Traktör, Türkiye'de traktör imalatı ve montajı alanında faaliyet gösteren ilk fabrikadır. Fabrika, Ankara'da "Minneapolis-Moline Türk Traktör ve Ziraat Makineleri" adı altında hizmet vermiştir (3301 Sayılı Karar, 1954, s. 1). Kurucuları arasında Ziraat Bankası'nın da yer aldığı Türk Traktör, Türk tarım sektörünün modernleşmesine öncülük etmiştir.

Ziraat Bankası'nın sağladığı düşük faizli ve uzun vadeli krediler, tarımda makineleşme ve traktör alımında önemli bir rol oynamıştır. Bu durum, büyük toprak sahiplerinin yanı sıra küçük üreticilerin de traktör sahibi olabilmelerini mümkün kılmıştır. 1950 ve 1960 yılları arasında T.C. Ziraat Bankası'nın kredi miktarlarında yaklaşık 6 katlık bir yükselme gerçekleşmiştir (Oktar & Varlı, 2015, ss. 12-13). Bu gelişme, Türkiye'nin tarım sektöründe verimliliğini artırmış, üretim maliyetlerini düşürmüş ve kırsal kesimdeki ekonomik yapının modernleşmesine katkıda bulunmuştur. Traktörlerin yaygınlaşması, insan gücüne dayalı tarım faaliyetlerinden makineleşmiş tarıma geçişi hızlandırarak kırsal kesimdeki iş gücünün sanayi ve hizmet sektörlerine kaymasına da neden olmuştur. Bu süreç, Türkiye'nin ekonomik kalkınma sürecinde önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Ziraat Bankası, uluslararası alanda tarımsal kredi kuruluşlarını temsil etmek ve bu alanda faydalı faaliyetlerde bulunmak amacıyla Milletlerarası Zirai Kredi

Konfederasyonu'na (CICA) üye olmuştur (Ziraat Bankası, 2014, s. 8). Bu üyelik, bankanın tarımsal kredi alanındaki uluslararası iş birliklerini ve etkisini artırma çabasının bir parçası olarak değerlendirilebilir. Almanya'da 1964'te Frankfurt, 1975'te ise Hamburg temsilcilikleriyle yurt dışına açılan Ziraat Bankası, küresel genişlemesine bu yıllarda başlamıştır (Ziraat Bankası, 1973, s. 307). Yine 1975'te Lefkoşa, Girne, Gazimağusa ve Güzelyurt'ta şubeler açarak, Kıbrıs'ı yurt dışı yatırım stratejisine dahil etmiştir (Ziraat Bankası, 2014, s. 10).

2.7.2.3.Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde Ziraat Bankası

Bankanın nitelikli personel ihtiyacını karşılamak üzere 1989 yılında Bankacılık Okulu faaliyete geçmiştir. Sonrasında yine 1989 yılında Ziraat Altın markasıyla altın satışı yapılmaya başlanmış, bunun yanı sıra ilk tüketici kredisi ve kredi kartı hizmeti de verilmiştir (Durucan & Doğru, 2021, ss. 12-13).

Türkiye, 1994 yılına girerken ekonomik göstergelerdeki dengesizlikler giderek belirginleşmiş ve bu durum, kriz ortamına zemin hazırlamıştır. 1994 Ocak ayının sonlarından itibaren faiz oranları hızla yükselmiş, bu artışın en büyük nedeni olarak kamu açıkları gösterilmiştir. Aynı zamanda dış ticaret açığının büyümesi, Türkiye ekonomisini faiz ve döviz baskısı altına almış, bu durum çeşitli sektörler de olumsuz yansımıştır. Yaşanan bu olumsuzlukların önüne geçmek için 5 Nisan 1994'te "Ekonomik Önlemler Uygulama Planı" devreye sokulmuştur (Parasız, 2002, s. 12). T.C. Ziraat Bankası, 5 Nisan kararları sürecinde devlet kaynaklarıyla finansmanını sağladığı için çok ortaklı bankalardan daha az etkilenmiştir (B. Yılmaz, 2012, s. 93).

Türkiye'de tarımsal kredi desteği, uzun yıllar boyunca T.C. Ziraat Bankası ve Tarım Kredi Kooperatifleri aracılığıyla sağlanmıştır. 1997 yılında Türkiye'yi ziyaret eden Dünya Bankası heyeti, Türk bankacılık sektörünün yeniden yapılandırılması ve özelleştirilmesi konusunda bir dizi öneri sunmuştur. Banka, düşük faizli kredilerin yoksul çiftçilere erişmediğini ve bu durumun maliyetinin tüketicilere yüklendiğini ifade etmiştir (Bumin, 2009, s. 11).

25 Kasım 2000 tarihinde yürürlüğe giren 4603 sayılı Kanun çerçevesinde, Ziraat Bankası, Halk Bankası ve Emlak Bankası, 233 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüslerine İlişkin Kanun Hükmünde Kararname'nin kapsamından çıkarılarak anonim şirket olarak yeniden yapılandırılmıştır. Sonrasında Emlak Bankası, 6 Temmuz 2001

tarihinde imzalanan protokol kapsamında T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'ye devredilmiştir. 9 Temmuz 2001 tarihinde, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu tarafından Emlak Bankası'nın bankacılık işlemleri yapma ve mevduat kabul etme yetkisi iptal edilmiştir. Kasım 2001'de, Emlak Bankası'nın 96 şubesi, çalışanları ve bilançosu T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'nden Halk Bankası A.Ş.'ne aktarılmıştır (Bumin, 2009, s. 24).

Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı doğrultusunda, T.C. Ziraat Bankası ve Halk Bankası A.Ş. için Hazine'ye rapor sunacak bağımsız bir Yönetim Kurulu'nun kurulması ve atanması öngörülmüş; bu kurul Nisan 2001'de atanmış ve yeni banka yönetimleri Mayıs 2001'de göreve başlamıştır. Bu uygulamaya ise 2005 yılında son verilmiştir (Bumin, 2009, s. 11).

Ziraat Bankası, tarım sektörünü desteklemek üzere düşük faizli krediler sunarak, hükümetin tarımsal destekleme politikalarının uygulanmasında köprü görevi görmektedir. 2014 yılı itibariyle çiftçilere verilen kredi miktarı, 90.000'in üzerinde bir sayıya ulaşmıştır (Demircioğlu & Çakmak, 2016, s. 183).

2014 yılında kurulan Ziraat Katılım Bankası, sermayesinin tamamını Türkiye Cumhuriyeti Hazinesi'nden sağlamıştır. Banka, stratejisini etkin bir katılım bankası olma, geniş kitlelere katılım bankacılığı sunma ve bu alanı geliştirme hedefleri üzerine kurmuştur. 2016'da 22 yeni şube açarak, yıl sonunda toplam şube sayısını 44'e yükseltmiştir (Yurttadur & Demirbaş, 2017, s. 98).

Tarım sektöründeki düşük gelir seviyeleri, yeni yatırımların yapılmasını engellemektedir. Sermaye temini için kredi imkanlarının genişletilmesi gerekmektedir. T.C. Ziraat Bankası A.Ş., tarımsal üretimle ilgili belirli konularda düşük faizli yatırım ve işletme kredileri sağlamakta olup, bu uygulama 'T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Tarım Kredi Kooperatiflerince Tarımsal Üretime Dair Düşük Faizli Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasına İlişkin Bakanlar Kurulu Kararı' doğrultusunda gerçekleştirilmektedir (Demircioğlu & Çakmak, 2016, s. 183).

Ziraat Bankası'nın özelleştirilmesiyle ilgili herhangi bir adım şu ana kadar atılmamıştır (Bumin, 2009, s. 36). Banka, devletin kontrolünde kalmaya devam etmektedir.

2.8.İŞ BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında, İş Bankası'nın tarihsel gelişimi, Cumhuriyet, çok partili ve serbest piyasa ekonomisi olmak üzere üç dönem altında ele alınmıştır.

2.8.1. Cumhuriyetin İlk Yıllarında İş Bankası

İzmir İktisat Kongresi'nde öne sürülen öneriler ve kabul edilen prensiplere uygun olarak, ekonomik kalkınma ve ulusal bağımsızlığın sağlanabilmesi için ulusal bankacılık alanında köklü değişikliklerin yapılması gerekiyordu (Artun, 1983, s. 52). Özellikle tüccar sınıfının ana taleplerinden biri, büyük sermayeli bir ulusal bankasının halka açık anonim şirket olarak kurulması ve sermayesinin yalnızca Türklere ait olmasıydı. Kongrede oybirliği ile alınan bu karar, 1924 yılında Türkiye İş Bankası'nın kurulmasıyla gerçeğe dönüşmüştür (Türkiye İş Bankası, 2023). Banka, ana ticaret bankası işlevlerini yerine getirmek üzere iki şube ile hizmet vermeye başlamıştır. Bu ilk adımın ardından banka, hızla büyüyerek 1929 yılında şube sayısını yirmi sekize çıkarmıştır (Keyder, 1993, s. 143; Kocabaşoğlu vd., 2001, ss. 4-9).

Türkiye İş Bankası, Fransa'daki iş bankalarının modelleri örnek alınarak tasarlanmıştır (Çivi, 1985, s. 97). Aynı zamanda banka, Cumhuriyet döneminin ilk ulusal bankası olma özelliğine sahiptir (Kazgan, 1999, s. 40).

Türkiye İş Bankası'nın en önemli özelliği, daha önce İttihatçıların "İş Bankası" olarak bilinen İtibari Milli Bankası gibi, geniş bir kuruluş amacıyla hayata geçirilmiş olmasıdır (Tekeli & İlkin, 1981, ss. 139-140). Milli sanayi ve ticaretin ihtiyaç duyduğu kredileri uygun koşullarla sağlamak kuruluş amaçlarındandır. Ayrıca, doğrudan girişimlerde bulunarak milli ekonomik kalkınmayı kendisine görev edinmiştir. Bu süreçte devlet desteği almıştır. Tefecilerin yüksek faiz oranlarıyla kredi verdiği ticari firmaları koruyarak kredi piyasasındaki boşlukları kapatmaya çalışmış ve halkı tasarruf yapmaya teşvik ederek bu tasarrufların bankalara yönlendirilmesine yardımcı olmuştur (Zarakolu, 1981, s. 21). Özetle banka, yeni Cumhuriyet'in sanayi ve ticaret alanlarındaki kredi gereksinimlerini karşılamak ve ülkenin ekonomik gelişimini desteklemiştir. Devletin yardımlarıyla bu hedeflere ulaşmada başarılı olmuştur (Çivi, 1985, s. 97).

Banka kurucularından Celal Bayar, Banka'nın genel müdürü olarak görev yaparken, İş Bankası'nın yönetim kadrosunda T.C. Milletvekilleri yer alıyordu (Aysan,

2004, s. 60; Cem, 2008, s. 290). Bankanın yönetim kadrosu eşraf ve tüccarlardan oluşan seçkin bireylerle de zenginleştirilmiştir (Kocabaşoğlu vd., 2001, s. 52). Bursa'da 16 Mayıs 1883'te doğan Bayar, memurluk kariyerine Gemlik'te Reji İdaresi ve mahkeme kaleminde başlamış, sonrasında ise Ziraat Bankası ve Deutsche Orient Bank'ta görev yapmıştır. Milli mücadele döneminde aktif görev almıştır. 1923 seçimlerinde İzmir Milletvekili olarak ikinci dönem TBMM' ne girmiştir. Cumhuriyetin ilanından sonra, Mart 1924'te Mübadele, İmar ve İskan Bakanlığı'na getirilmiştir (Türkiye İş Bankası, 2023).

Her ne kadar özel bir ticaret bankası olarak sınıflandırılrsa da, Türkiye İş Bankası'nın üstlendiği görevler, ona yarı kamusal bir profil kazandırmıştır (Kocabaşoğlu vd., 2001, s. 29). Bu görev, yerli ve yabancı sermaye ile siyasi iktidar arasındaki uyum sürecinde büyük bir etkili olmuştur (Boratav, 1974, s. 33). Bunun sonucunda, İş Bankası'nın Türk sermayesiyle elde ettiği başarılar, yabancı bankaların Türkiye'deki bankacılık sektöründeki payının hızla azalmasına neden olmuştur (Tezel, 2015, s. 124).

1920'lerin sonlarına doğru, İş Bankası, bilinçli bir tasarruf anlayışı oluşturmak amacıyla çeşitli girişimlerde bulunmaya başlamış ve bu çabaların en önemlilerinden biri de kumbaralar olmuştur. Tasarrufun simgesi ve ilk adımı olan metal kumbaralar, ilk kez 1928 yılında İş Bankası aracılığıyla halka sunulmuştur. İş Bankası, her ailenin "Bir İş Kumbarası" edinmesini teşvik ederken, bu kumbaralar çocuklar ile Banka arasındaki bağı güçlendirmiştir. 1925 yılında İş Bankası tarafından kurulan Anadolu Anonim Türk Sigorta Şirketi, Türkiye'nin ulusal sermayeli ilk sigorta şirketi olmuştur. Sektörde milli şirketlerin etkisini artıran bir diğer adım, 1936 yılında İş Bankası tarafından kurulan Ankara Anonim Türk Sigorta Şirketi olmuştur (Türkiye İş Bankası, 2023).

1932 yılında Türkiye İş Bankası, Türkiye'nin yurt dışındaki ilk doğrudan yatırımını hayata geçirmiştir. Bu kapsamda, Türk firmalarının ihraç ürünlerini pazarlamak ve dış ticareti kolaylaştırmak amacıyla Almanya'nın Hamburg ve Mısır'ın İskenderiye şehirlerinde iki ayrı yurt dışı şubesi açmıştır (Kocabaşoğlu vd., 2001, s. 209). Bu girişim, Türkiye'nin uluslararası ticaretteki varlığını güçlendirmeyi ve ekonomik ilişkilerini genişletmeyi hedeflemiştir.

Hamburg şubesi, İkinci Dünya Savaşı'nın etkileri nedeniyle 1940 yılında kapatılmış, İskenderiye şubesi ise 1959 yılında Mısır Hükümeti'nin yabancı bankaları millileştirme kararı doğrultusunda faaliyetlerine son vermiştir (Batur, 1994, s. 33; Kocabaşoğlu vd., 2001, ss. 659-688).

Cumhuriyet döneminde, özel sektörün desteklenmesiyle hedeflenen sanayileşme adımının beklenen başarıya ulaşamaması nedeniyle, sanayi tesislerinin devlet tarafından kurulup işletilmesi çözümü gündeme gelmiştir. Sanayileşme sürecini başlatmak amacıyla kapsamlı bir planlama içermemesine ve birçok sektörün göz ardı edilmesine rağmen, 17 Nisan 1934 tarihinde Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı'nın uygulanması kararlaştırılmıştır (H. Şahin, 1998, s. 58). Bu süreçte, ithal edilen ürünlere alternatif olarak yerli üretimi destekleyen bir strateji benimsenmiş ve zorunlu ihtiyaçlar dışında ithalat sınırlandırılmıştır (Çavdar, 2015, s. 145). Birinci Sanayileşme Planı çerçevesinde kurulması planlanan ve temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik 20 fabrikanın inşası sürecinde, İş Bankası sanayileşme planının hayata geçirilmesi için gereken yatırımların 2,4 milyon liralık kısmını finanse etmiştir (Kocabaşoğlu vd., 2001, s. 286).

1935 yılında İş Bankası, Birinci Sanayi Planı çerçevesinde yürütülen sanayileşme hamlesi ile Türkiye'nin ilk şişe-cam fabrikasını kurmuştur (Koçak, 2012, s. 17). Nitelikli iş gücü eksikliğinden dolayı düşük kapasitede faaliyet gösterilmiştir; uzman işgücünün önemli bir bölümü Bulgaristan ve Romanya'dan sağlanmıştır. Banka bunun yanı sıra kükürt, gülyağı ve süngercilik sektörlerinde de faaliyet göstermiştir. Aynı dönemde yönetim ve sermaye yetersizliği yaşayan dört şeker fabrikası devletleştirilmiş ve 1935 yılında “Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.” olarak yeniden yapılandırılmıştır. Şirketin finansal kaynakları, Ziraat Bankası, Sümerbank ve İş Bankası arasında aynı oranda paylaşılmıştır (Tokgöz, 2001, s. 81).

İş Bankası, kömür madenciliğinde de önemli bir denetim rolü üstlenmiştir. Özellikle Zonguldak Kömür Havzası'ndaki maden işletmeciliği üzerinde egemenlik kuran banka, bu sektörden finansal alan dışındaki en yüksek kârlarını sağlamıştır. 1939 yılına kadar banka, çok farklı sektörlerde her yıl bir veya daha fazla iştirak gerçekleştirmiştir (Öztürk, 2010, ss. 193, 196).

İş Bankası, Türkiye’de tasarruf mevduatı hesaplarının geliştirilmesinde öncü bir rol üstlenmiş ve bu bağlamda, iştirakleri aracılığıyla sanayi sektörünün gelişim ve yayılımına katkıda bulunmuştur (Akgüç, 1987, s. 23).

Banka, kurucularının da içinde yer aldığı Türk Silahlı Kuvvetleri personeliyle güçlü ilişkiler kurarak, askeri personelin alacak ve verecek havaleleri için herhangi bir ücret talep etmemiştir (Milliyet Gazetesi, 1931). Bu uygulama, askeri personelin bankaya duyduğu olumlu yaklaşımı artırmış ve bankanın şube sayısı ile işlem hacminin büyümesine katkı sağlamıştır.

2.8.2. Çok Partili Dönemde İş Bankası

1946'dan itibaren İş Bankası, çeşitli sektörlerle yatırım yaparak genişlemeye devam etmiştir. Dokuma ve cam sanayilerine katkıda bulunmuş, oto lastiği ve elektrik ampulü sanayilerine yatırım yapmıştır. Çimento sanayisinin gelişimine önemli katkılarda bulunmuş ve demir çelik sanayisine de iştirak etmiştir. Ayrıca, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası'nın kurucuları arasında yer almış, kimya ve gübre sanayine yatırım yapmış, demir dışı metaller ve makine üretimine ilgi göstermiştir. Karayolları taşıt imalatı, bira ve malt üretimi, turizm sektörü de bankanın iştirak alanına dâhil edilmiştir (Türkiye İş Bankası, 2023).

İş Bankası 1955 yılında Kıbrıs'ta bir şube açarak, yurtdışındaki ikinci girişimini gerçekleştirmiştir. Lefkoşa'da 343 bin dolar sermaye ile açılan şubenin ardından, 1959'da Gazimağusa'da 29 bin dolarlık sermaye ile ikinci bir şube açılmıştır. Bu şubelere 1977'de Girne ve 1978'de Ercan Havaalanı şubeleri katılmıştır (Batur, 1994, s. 33; Kocabaşoğlu vd., 2001, ss. 659-688). 1965 yılında Frankfurt'ta, 1974 yılında ise Londra'da büro/temsilcilik açan İş Bankası, yurt dışındaki üçüncü genişleme hamlesini gerçekleştirmiştir. 1973 yılında Almanya ve İngiltere’de şube açmayı planlayan İş Bankası, dönemin hükümetinin dış yatırımları sıkı kontrol altında tutması nedeniyle izin talebine olumlu geribildirim alamamıştır (Kocabaşoğlu vd., 2001, ss. 430-431). Buna bağlı olarak İş Bankası , Türk dış yatırımlarının gelişiminde kritik bir rol oynamış ve uluslararası alandaki Türk varlığının güçlenmesine önemli katkılarda bulunmuştur.

İş Bankası, çocukları tasarruf etmeye teşvik etmek, geleceğin yetişkinleriyle güçlü bağlar kurmak amacıyla 1955 yılında "Kumbara Mecmuası" adlı bir dergi

yayımlamaya başlamıştır. Bu dergi, tasarrufu teşvik etmenin yanı sıra çocuklara pedagojik eğitim sunuyor ve çocuk edebiyatından örnekler içeriyordu. 1955-1957 yılları arasında 27 sayı yayımlanan dergi, 1978'de "Kumbara Dergisi" adıyla yeniden yayınlanmış ve 1991 yılına kadar devam etmiştir. Günümüzde ise yayın hayatına dijital ortamda devam etmektedir (Türkiye İş Bankası, 2023).

2.8.3. Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde İş Bankası

1980'li yıllar, İş Bankası için çok kanallı bankacılığın önem kazandığı bir dönemi temsil etmektedir. Bu dönemde banka, yurt dışındaki şube sayısını artırmış ve müşterilerine daha geniş bir ürün yelpazesi sunmaya başlamıştır. Türkiye’de ilk ATM cihazı 1982 yılında Türkiye İş Bankası tarafından "Bankamatik" adıyla kullanıma sunulmuştur. İnternet bankacılığı ise 1997 yılında yine Türkiye İş Bankası tarafından başlatılmış olup, bu uygulama sonrasında diğer bankalar da internet üzerinden müşterilerine hizmet sunmaya başlamıştır (Türkiye Bankalar Birliği, 2022, s. 1). Aynı zamanda Türkiye'nin ilk QR kod kullanılan ödeme sistemi olan Parakod'u müşterilerinin kullanımına sunduğu da görülmektedir (Türkiye İş Bankası, 2024, s. 14). Bu gelişmeler, İş Bankası'nın bankacılık hizmetlerinde teknolojik yeniliklere öncülük ettiğini ve modern bankacılık uygulamalarını Türkiye'de erken bir aşamada benimsediğini göstermektedir.

İş Bankası, The Banker dergisinin 2018 raporuna göre, özkaynak büyüklüğü bakımından Türkiye'nin en önde gelen bankası olarak gösterilmiştir ve dünyanın en büyük 1000 bankası arasında 118. sırada yer almıştır (Türkiye İş Bankası, 2023, s. 105).

Türkiye İş Bankası Müzesi, İş Bankası'nın katkılarıyla 2007 yılında açılmıştır. Müze, İş Bankası'nın 1924 yılından günümüze kadar olan tarihini belgeleyen fotoğraflar, belgeler, filmler ve objeleri ziyaretçilerine sunmaktadır. İş Bankası'nın geçmişini anlatan müze, aynı zamanda Türkiye bankacılığındaki yenilikleri de sergileyerek bu iki önemli konuyu bir araya getirmektedir (Türkiye İş Bankası, 2023, s. 171).

Türkiye İş Bankası, Cumhuriyet dönemi Türkiye'sinin ekonomik ve sanayi altyapısında önemli bir rol oynamış, birçok kuruluşun doğrudan kurucusu veya işletmecisi olmuştur. Ayrıca, bu kuruluşların işletme ve yönetimine de önemli

katkılarında bulunmuştur. Şeker, cam, dokuma, orman ürünleri, demir-çelik, madencilik, lastik, elektrik ampulü ve yağ sanayi gibi pek çok sektörde İş Bankası'nın öncülüğüyle büyük adımlar atılmıştır (Türkiye İş Bankası, 2023).

2023 yılının sonunda, Türkiye İş Bankası 154 farklı şirkette doğrudan veya dolaylı hissedar olarak yer almış, bunların 119'unda ise yönetim kontrolünü elinde tutmuştur. Bankanın doğrudan hissedar olduğu şirketlerin sayısı 30'dur (Türkiye İş Bankası, 2024, s. 68).

2.9.HALK BANKASI'NIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında, Halk Bankası'nın tarihsel gelişimi, üç alt başlık olarak ele alınmaktadır.

2.9.1. Cumhuriyetin İlk Yıllarında Halk Bankası

1930'lar, milli mücadelenin en ağır yükünü üstlenen esnaf ve sanatkarların büyük bir ekonomik sıkıntı yaşadığı yıllardı. Çok sayıda banka kurulmuş olmasına rağmen, esnaf ve sanatkarların ihtiyaç duyduğu "küçük kredi" sorunu hala çözülememişti. O dönemde tefeciler, küçük krediye ihtiyaç duyan esnaf ve sanatkarları adeta sömürmekteydi (Halkbank, 2023a). Bunun üzerine 1933 yılında Halk Bankası orta gelirli halkın kredi ihtiyacını devlet eliyle karşılamak için 2284 sayılı "Halk Bankası ve Halk Sandıkları Kanunu" uyarınca kurulmuştur (Yılmaz, 1975, s. 11). Ancak, sermaye eksikliği yüzünden banka 1938 yılında faaliyete geçebilmiştir (Zarakolu, 1973, ss. 45-46). Halkbank, Ankara Anafartalar Caddesi'nde bulunan Konya Sokağı'ndaki 29 numaralı iki katlı kiralık binada hizmet vermeye başlamıştır. Bayraklarla süslenen binanın açılışını, dönemin İktisat Vekili Şakir Kesebir yapmıştır. Bu sayede orta sınıfı ve ekonomideki temsilcisi olan esnaf, sanatkârlar ve küçük işletmeleri destekleyen ilk banka olarak sektördeki yerini almıştır (Halkbank, 2023a).

Banka anonim şirket statüsünde olmasına rağmen, Genel Müdürü, İktisat Bakanı ve Banka İdare Meclisi'nin ortak tavsiyesiyle, Bakanlar Kurulu tarafından atanmıştır (Kuyucak, 1948, s. 268).

Kuruluş kanununa göre bankanın görevleri şunlardır: Halk Sandıkları adı altında ve anonim şirket şeklinde küçük kredi kurumları kurmak ve desteklemek, bu kurumların gelişimini ve ilerlemesini sağlamak için gerekli işlemleri yürütmek ve

uygun önlemleri almak, ayrıca mevduat kabul etmektir. Daha genel bir ifade ile bankacılık hizmetlerini tabana yayarak, finansal destek ve kolaylıkları geniş kitlelere ulaştırmayı amaçlayan en önemli kurumlardan biridir (Günceler, 2009, s. 11).

Banka, esnafı kredi kooperatifleri kurmaya teşvik etmiş ve bu kooperatiflerin makine, ham madde gibi sabit ve işletme sermayesi ihtiyaçlarını sadece kredi vererek değil, doğrudan malzeme temini yoluyla da desteklemiştir (Yılmaz, 2007, s. 184). Bu yaklaşım ile bankanın, esnafın ihtiyaçlarını daha kapsamlı bir şekilde karşılamayı amaçladığını göstermektedir.

Halkbank'ın gişesi olarak hizmet verecek ilk iki Halk Sandığı, Ankara ve İstanbul'da kurulmuştur. İlerleyen yıllarda sermaye artırımı, Halkbank'ın her bölgede küçük sanatlar ve esnaf kuruluşlarıyla güçlü ve samimi ilişkiler geliştirmesine olanak tanımıştır. Esnaf Kefalet Kooperatifleri hızla kurularak, esnafa kredi almak için gerekli kefil bulma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Bu süreçte Halkbank'a yurt içinde şube açabilme hakkı tanınmıştır. 1948 yılında Ankara tek şube ile faaliyet gösteren Halkbank, on yıl içerisinde şube sayısını 46'ya yükletmiştir (Halkbank, 2023a).

1938-1950 yılları arasında banka, kredi hizmetlerini Halk Sandıkları aracılığıyla finanse etmiş ve yürütmüştür (Bumin, 2009, s. 20).

2.9.2. Çok Partili Dönemde Halk Bankası

Halkbank 1950 yılından itibaren, doğrudan şube açma ve kredi dağıtma yetkisiyle işleyişini sürdürmüştür (Bumin, 2009, s. 20) Verilen bu hak ile şube sayısı her geçen gün artmıştır. 1964 yılında, küçük sanayi çarşıları ve sitelerinin kurulmasını desteklemek amacıyla ilk fon oluşturulmuştur. Bu süreçte mevduat ve kredi hacmi de sürekli olarak artış göstermiştir. Orta ölçekli sanayi tesislerine de yardım sağlamaya başlanmıştır (Halkbank, 2023a).

Halk Sandıkları, 24 Aralık 1963 tarihli ve 358 sayılı Kanun ile faaliyetlerine son verilerek kapatılmış ve görevleri Halk Bankası şubelerine devredilmiştir (Bumin, 2009, s. 20).

2.9.3. Serbest Piyasa Ekonomisi Döneminde Halk Bankası

Halkbank, hızlı bir şekilde otomasyon sürecine geçmiştir. 1989'da diğer Türk bankalarıyla birlikte Uluslararası Mali Haberleşme Ağı olan SWIFT sistemine dahil

olmuştur. 1988 yılında hazırlıkları tamamlanan ve müşterilere ödeme kolaylığı sunan "HALKÇEK" uygulamasını 1989'da hayata geçirmiştir (Halkbank, 2023a).

1992 yılında Türkiye Öğretmenler Bankası T.A.Ş. (Töbank) tüm varlık ve yükümlülükleriyle ve 1998 yılında Etibank borç, alacak, mevduat ve taahhütleriyle birlikte bankaya devredilmiştir (Ergüneş, 2009, s. 107). Sümerbank ise sadece borç ve yükümlükleri ile Halkbank'a geçmiştir (Halkbank, 2023a). Bu durum, bankacılık sektöründe geniş çaplı bir yeniden yapılandırma sürecinin yaşandığını, çeşitli bankaların güçlerini birleştirerek daha sağlam bir finansal yapı oluşturma çabasında olduklarını göstermektedir.

2000 yılı itibarıyla Halkbank, kamu bankalarının çağdaş bankacılık normlarına uyum sağlaması ve uluslararası rekabet koşullarına hazırlanması doğrultusunda kapsamlı bir yeniden yapılandırma sürecine tabi tutulmuştur (Ergüneş, 2009, s. 107). Bu durum en büyük göstergesi 4603 Sayılı Kanun ile Türkiye Halk Bankası Anonim Şirketi'nin özel hukuk hükümlerine tabi olarak yeniden yapılandırılmasını içermektedir. Türkiye Halk Bankası, 233 sayılı Kanun Hükmünde Kararname kapsamından çıkarılarak anonim şirket statüsüne kavuşturulmuş ve özel hukuk kurallarına göre işlem görmüştür (Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası Anonim Şirketi ve Türkiye Emlak Bankası Anonim Şirketi Hakkında Kanun, 2000).

2001 yılında Türkiye Emlak Bankası, 96 şubesi, personeli ve bilançosuyla birlikte Halkbank'a devredilmiştir (Halkbank, 2023a). Sonrasında Pamukbank'ın Halk Bankası'na devri, 31 Temmuz 2004 tarihli 5230 sayılı Kanun kapsamında gerçekleşmiştir. Kanuna göre, Pamukbank'ın tüm varlık ve yükümlülükleri Halkbank'a devredilmiştir. Emeklilik hakkını kazanmış Pamukbank personeline, talep etmeleri halinde emekli ikramiyeleri veya kıdem tazminatları %20 artırımlı olarak ödenmiştir. Devir işlemi tamamlandıktan sonra, Halkbank Yönetim Kurulu, şube sayısı ve kadro düzenlemeleri doğrultusunda personelin iş sözleşmelerini feshetme yetkisine sahip olmuştur (Keskin vd., 2009, s. 40).

2007 yılında Halkbank'ın hisselerinin yüzde 24.98'inin halka arz edilmesi, Türkiye'deki en büyük halka arz olarak Borsa İstanbul tarihinde yerini almıştır. Bu dönemde Banka, Avrupa'nın prestijli yatırım şirketi East Capital tarafından her yıl

verilen "En İyi Halka Arz" ödülüne layık görülmüştür (Halkbank, 2023a). 2012 yılında Halkbank hisseleri, büyük bir başarıyla ikinci kez halka arz edilmiştir. Bu adım, Banka'nın halka açıklık oranını %48,9'a yükselterek güçlü bir finansal büyümenin kapısını aralamıştır (Halkbank, 2019, s. 2).

Halkbank, Sırbistan'ın çeşitli bölgelerinde şubeleri bulunan Cacanska Banka A.D. Cacak'ın hisselerinin %76,7'sini satın almış ve bankanın ismini Halkbank A.D. Beograd olarak değiştirmiştir. The Banker Dergisi'nin yaptığı değerlendirmede, 250 bankanın yer aldığı listeye göre Halkbank, dünyanın en güvenilir bankaları arasında 102. sırada yer almıştır (Halkbank, 2023a, s. 24).

Özelleştirme Yüksek Kurulu'nun 03.02.2017 tarihli ve 2017/1 sayılı kararı çerçevesinde, T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'na ait hisseler özelleştirme sürecine dahil edilerek Türkiye Varlık Fonu'na devredilmiştir (Halkbank, 2023a, s. 25). Halkbank, gelişmiş bankacılık hizmetlerinin yanı sıra, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren ve toplam 25 şirketten oluşan geniş bir ortaklık portföyü aracılığıyla müşterilerine kapsamlı ürün ve hizmetler sunmaktadır (Halkbank, 2019, s. 14).

2022 yılında Halkbank, çeşitli girişimci modellerini desteklemek amacıyla Genç, Cesur, Usta, Tekno, Halk ve Esnaf Girişimci Kredileri uygulamaya geçirmiştir. Ayrıca, banka Net-Sıfır Bankacılık Birliği'ne (NZBA) üye olmuş ve Metaverse evreninde müşteri ihtiyaçlarına yönelik olarak 3 robot avatar yerleştirmiştir. Uluslararası Business Awards'ta bankacılık ve finansal hizmetler sektörlerinde Altın Ödülünü kazanmıştır (Halkbank, 2023a, s. 25).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

CUMHURİYET DEĞERLERİNİ İÇEREN REKLAM FİLMLERİNİN GÖSTERGEBİLİM YÖNTEMİYLE ANALİZİ

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Türkiye'nin 1980 yılında serbest piyasa ekonomisine geçişiyle birlikte, bu süreç ve sonrasında bankaların televizyon reklam filmlerinde Cumhuriyet değerleri, millî kimlik ve toplumsal hafızanın nasıl yansıtıldığı araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın temel amacı, Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçişiyle birlikte bankaların televizyon reklam filmlerinde toplumsal hafıza ve millî kimlik bağlamında Cumhuriyet değerlerinin nasıl yansıtıldığını göstergebilimsel bir analiz ile incelemektir. Bu kapsamda, çalışma aşağıdaki alt sorulara yanıt aramaktadır:

1. 1980 sonrası dönemde banka reklam filmleri, Cumhuriyet değerlerini hangi göstergeler aracılığıyla simgelemekte ve temsil etmektedir?
2. 1980 sonrası dönemde banka reklam filmleri, millî kimlik inşasını desteklemek için hangi Cumhuriyet değerlerine vurgu yapmaktadır?
3. Cumhuriyet değerlerinin 1980 sonrası dönemde banka reklam filmlerinde kullanımı, toplumsal hafızayı inşa etmek veya güçlendirmek amacıyla Türkiye'nin ortak hafızasında hangi tarihsel veya kültürel anları canlandırmaktadır?
4. Banka reklam filmlerinde Cumhuriyet değerleri, ekonomik kalkınma, modernleşme ve toplumsal refah söylemleriyle nasıl ilişkilendirilmektedir?

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu çalışma, 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'nin ekonomide liberalleşmeye başlamasıyla bankaların reklam filmlerinde millî kimlik ve toplumsal hafızanın nasıl ele alındığını ve yeniden üretildiğini incelemektedir.

Çalışmanın temel katkısı, Cumhuriyet değerlerinin bu süreçte nasıl algılandığını ve yansıtıldığını ortaya koymasıdır. Çalışma serbest piyasa ekonomisine geçişin,

toplumsal ve kültürel temsiller üzerindeki etkilerini Cumhuriyet idealleri çerçevesinde ele almakta ve banka reklamlarının hem ideolojik içeriği hem de millî kimlik inşasındaki rolü derinlemesine göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmektedir.

Türkiye'deki banka reklamlarının Cumhuriyet değerleriyle nasıl ilişkilendirildiğini ve bu ilişkilendirme üzerinden nasıl bir millî kimlik ve toplumsal hafıza inşasına katkıda bulunduğunu araştıran sınırlı sayıdaki akademik çalışmadan biri olan bu çalışma, ekonomik liberalleşme sürecinde Cumhuriyet değerlerinin reklamlar aracılığıyla nasıl yorumlandığı ve sunulduğu konusunda önemli bir perspektif sunmaktadır.

3.4.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu tezde, nitel araştırma yöntemlerinden göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak, millî kimlik, toplumsal hafıza ve Cumhuriyet değerleri, Ferdinand de Saussure'un "gösteren" ve "gösterilen" kavramları ile Roland Barthes'ın "düz anlam" ve "yan anlam" kavramları çerçevesinde incelenmiştir.

Modern anlamda göstergebilimin temelleri 20. yüzyılın başlarında atılmıştır. Bu dönemde Amerikalı Charles Sanders Peirce ve İsviçreli Ferdinand de Saussure gibi isimler tarafından göstergebilimsel analizler yaygın olarak kullanılmıştır. Saussure, "Genel Dilbilim Dersleri" adlı eserinde göstergebilimi, günlük yaşamda göstergelerin yerini ve işlevini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlamaktadır (Saussure, 1985, s. 18). Gösterge ise, başka bir şeyi temsil eden ve kendi dışında bir şeyi işaret eden nesne, şekil, olgu gibi unsurlar olarak tanımlanır (Rifat, 1990, s. 85). Göstergebilimde ana hedef, göstergenin herkesçe bilinen açık anlamının ötesine geçerek, gizli ve ilk bakışta fark edilmeyen anlamlarını ortaya çıkarmaktır. Bu bilim dalında, göstergenin taşıdığı anlam, iletişimde alıcı rolündeki "okuyucu" tarafından çözümlenmektedir (Tekinalp & Uzun, 2013, s. 145).

Saussure, dilin genel olarak kabul gören anlamının yanı sıra, gerçek mesajın iletildiği ikinci bir anlam katmanının da bulunduğunu ifade etmiştir (Saussure, 1985, s. 81). Göstergenin iki temel unsurdan oluştuğu, bunların "gösteren" ve "gösterilen" olduğu belirtmektedir (Fiske, 2017, s. 127). Gösteren, genel olarak kabul edilen anlamı ifade ederken; gösterilen, mesajı gönderen kişinin kodladığı ve iletmek istediği asıl bilgiyi içermektedir (Çakı, 2018, s. 67). Ona göre gösteren ve gösterilen, herhangi bir

dış nesneden bağımsızdır ve her ikisi de kolektif olup toplumsal uzlaşmalara dayanır. Örneğin, "at" göstergesi "a-t" iştirim imgesi olan gösteren ile "at" kavramı olan gösterilenden meydana gelir ve bu ikisi birlikte bir göstergedir (1985, s. 72). Bu örnekten de anlaşılacağı üzere Saussure göstergelerin anlamlandırılması sürecinde toplumsal bir uzlaşımın varlığının gerekli olduğunu savunur. Başka bir deyişle, bir göstergenin anlam kazanabilmesi, onun fiziksel özelliklerine benzerliğinden ziyade, toplumun gösterge ile ilgili kavram arasında ortak bir anlamda birleşmesine bağlıdır (Güngör, 2013, s. 214).

Göstergebilim alanında önemli çalışmalar yapmış bir diğer isim Roland Barthes'tır (Sayın, 2014, s. 118). Barthes, göstergebilimci, edebiyatçı, sanat eleştirmeni ve filozof kimlikleriyle tanınan çok yönlü bir yazar olup, bu çeşitlilik onun göstergebilimi farklı açılardan incelemesine olanak tanımıştır (Ünal, 2012, ss. 30-31). Bu durum, göstergebilimin farklı disiplinlerle etkileşim içinde olduğunu da ortaya koymaktadır (Barthes, 2015, s. 60). Barthes, göstergelerin anlamlandırılmasını "düz anlam" ve "yan anlam" olmak üzere iki farklı düzeyde analiz etmektedir (Kalkan Kocabay, 2008, s. 35). Düz anlam, bir terimin açık ve belirgin anlamını vurgularken; yan anlam, terime eklenen kültürel ve bağlamsal anlamları ele almaktadır. Bir nesne veya terimin somut, sözlük anlamı olan düz anlam neyi tanımladığına odaklanır, buna karşın yan anlam bu tanımın nasıl yapılacağı üzerine yoğunlaşır. Yan anlam, bir işaretin okuyucu veya izleyicinin duyguları ve kültürel değerleriyle etkileşime girdiğinde ortaya çıkan öznel ya da toplumsal anlamları ifade etmektedir (Mudjiyanto & Nur, 2013, s. 76). Başka bir ifade ile, Düz anlam, evrensel olarak onaylanmış ve tartışmasız kabul edilen gerçekleri aktarmak için kullanılır. Yan anlam ise, ileti içerisinde örtük bir şekilde bulunan ve iletişim kurucusu tarafından kodlanmış esas anlamı temsil eder (Barthes, 2015, s. 196).

3.5.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma, 1980-2023 yılları arasında yayınlanan ve millî kimlik, toplumsal hafıza ile Cumhuriyet değerlerine odaklanan 12 banka reklam filmiyle sınırlandırılmıştır. Araştırma kapsamında seçilen televizyon reklam filmleri, bu dönemde Türkiye'nin ekonomik ve toplumsal dönüşümlerini yansıtan, Cumhuriyet ideolojisinin ve değerlerinin temsili açısından önem arz eden örnekler olarak ele alınmıştır. Söz konusu sınırlama, araştırmanın derinlemesine bir analiz sunabilmesi ve

belirlenen kavramsal çerçeveye uygun bir veri seti oluşturulabilmesi amacıyla yapılmıştır.

3.6.ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçişi ve sonrasında televizyon reklam filmleri yayınlayan Ziraat Bankası, İş Bankası ve Halk Bankası oluşturmaktadır. Bu bankaların evren olarak seçilmesinin nedeni, Ziraat Bankasının Cumhuriyet'in ilanından önce kurulması, İş Bankasının ve Halk Bankasının cumhuriyetin ilanından hemen sonra kurulmuş olmaları ve Cumhuriyet sonrasında da Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynamalarıdır. Türkiye'nin finansal süreçlerine uzun vadeli katkıları, bu kurumların toplumsal hafıza, millî kimlik ve Cumhuriyet değerlerinin taşıyıcıları olarak görülmesini sağlamıştır. Bu nedenle, söz konusu bankaların serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde reklamlarında bu unsurları nasıl işlediklerinin incelenmesi, araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

Araştırmada, belirli bir amaca yönelik olarak örneklem grubunun özelliklerini dikkate alan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 1980'lerin başlarında televizyon reklamcılığı henüz gelişim aşamasında olduğu için reklamlar daha çok radyo, gazete ve dergilerle sınırlı kalmış ve bu dönemin bankacılık reklamlarına erişim sınırlı olmuştur. Ancak, 2000'li yıllardan itibaren televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte, bu döneme ait televizyon reklamlarına erişim mümkün hale gelmiştir. Bu bağlamda millî kimlik, toplumsal hafıza ve Cumhuriyet değerlerini işleyen Ziraat Bankası, İş Bankası ve Halk Bankası'na ait rastgele seçilmiş televizyon reklam filmleri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

3.7.BULGULAR

3.7.1. Ziraat Bankası'nın 1986 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 1: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 1'de yer alan, 1986 yılında yayınlanan Ziraat Bankası reklam filminin 00.00-00.25 süreleri arasındaki sekiz farklı kesit (Erdoğan, 2012), Tablo 1'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo'2 de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 1: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Endüstriyel tesisin gece görüntüsü	Fabrika binaları, bacalar, boru hatları ve ışıklar	Sanayileşme, ekonomik kalkınma gösterilmektedir.
Tarihi bir bina	Osmanlı ve erken cumhuriyet dönemi mimarisi, kemerler ve taş yapılar	Geçmişin mimari özellikleri ve estetik değerleri gösterilmektedir.
Çocuk, kumbara ve adam	Kız çocuk, elinde kumbara, çocuğu dinleyen adam	Çocukların tasarruf yapma alışkanlığını öğrenmeleri ve bu süreçte yetişkinlerin onlara rehberlik etmeleri gerektiği gösterilmektedir.
Asker heykeli	Asker, üniforması ve silahı	Asker heykeli, disiplin, cesaret ve vatan savunmasındaki kararlılığı simgelemektedir.
Çok katlı bir bina	Bina, beton yapı, modern mimari	Şehirleşme ve modernleşmeyi simgeleyen beton bir yapı gösterilmektedir.
İşçiler	Koruyucu gözlüklü işçiler	Sanayide emeğin gücü ve iş güvenliğinin önemi vurgulanmaktadır.
Biçerdöverle hasat yapılan tarla	Biçerdöver, altın renkli ekinler	Modern tarım teknikleri ve tarımsal kalkınma gösterilmektedir.
Ayçiçeği tarlasında bir kadın ve bebek	Ayçiçekleri, kadın, bebek.	Kadın görseli ile geleneksel değerler ve annelik, bebek görseli ile ise geleceğe umut ve devamlılık simgelenmektedir.

Tablo 2: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'a Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Endüstriyel tesisin gece görüntüsü	Endüstriyel tesisin gece görüntüsü, tesise ait ışıklarla aydınlatılmaktadır.	TÜPRAŞ (Türkiye Petrol Rafineleri), Türkiye'nin modernleşme ve sanayileşme sürecinin bir göstergesi olarak, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma hedefleri ve ulusal egemenlik anlayışı doğrultusunda kurulmuştur. Aynı zamanda ulusal ekonominin gücünü ve ilerlemesini simgelemektedir.
Tarihi bir bina	Ankara Ziraat Bankası Binası, tarihi ve mimari özellikleriyle günümüzde de varlığını korumaktadır.	Ankara Ziraat Bankası Binası, köklü tarihiyle Cumhuriyet'in ekonomik, kültürel ve ulusal değerlerinin sembolik bir yansımasıdır. Günümüzde de bu değerleri temsil ederek varlığını korumaktadır.

Çocuk, kumbara ve adam	Kız çocuk, elinde kumbara tutarken, yetişkin bir adam onu dikkatle dinlemektedir.	Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık hedefleri doğrultusunda, gelecek nesillerin finansal güvenliği ve tasarruf alışkanlığının geliştirilmesi, bankanın çocuklara ve ailelere sunduğu güvence ve eğitim hizmetleriyle desteklenmektedir.
Asker heykeli	Ankara Zafer Anıtı, mavi gökyüzü altında, elinde silahıyla ileriye bakmaktadır.	Bu anıt, Cumhuriyet'in kuruluş mücadelesini, bağımsızlık savaşını ve ulusal egemenlik idealini simgelemektedir. İleriye bakan duruşu, modernleşme ve geleceğe olan kararlılığı yansıtmaktadır. Banka ise ekonomik bağımsızlık ve ulusal kalkınma mesajı vermektedir.
Çok katlı bir bina	Mavi gökyüzü altında çok katlı bir bina görülmektedir.	Bu yapı, Türkiye'nin modernleşme sürecinde, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma ve şehirleşme hedeflerini yansıtan bir sembol olarak görülmektedir.
İşçiler	İşçiler, ateşten korunmak için koruyucu gözlükler takmaktadır.	Cumhuriyet döneminde sanayileşme ve modernleşme sürecinde, emeğin ve iş güvenliğinin önemi vurgulanmaktadır.
Biçerdöverle hasat yapılan tarla	Biçerdöver, geniş bir tarlada ekinleri hasat etmektedir.	Cumhuriyet dönemi, tarımda makineleşmenin hızlandığı bir dönemdir ve Ziraat Bankası, bu süreçte tarımsal kalkınmayı destekleyen başlıca kurumlar arasında yer almıştır.
Ayçiçeği tarlasında bir kadın ve bebek	Bir anne, bebeği kucağında ayçiçeği tarlasında görülmektedir.	Kadın ve bebek figürü, gelecek nesillerin refahını ve tarımsal üretimin sürekliliğini simgeleyerek, Cumhuriyet'in toplumsal ve ekonomik kalkınma hedeflerini ve bankanın bu hedeflere katkısını temsil etmektedir.

Tablo 1'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in sanayileşme, ekonomik kalkınma ve toplumsal değerlerini simgelemektedir. Endüstriyel tesisin gece görüntüsü, Cumhuriyet'in sanayileşme ve ekonomik kalkınma hedeflerini yansıtırken; tarihi bir bina görseli, Osmanlı ve erken Cumhuriyet dönemi mimarisi aracılığıyla geçmişin estetik değerlerine bağlılığı ifade etmektedir. Çocuk, kumbara ve adam figürü, tasarruf ve eğitimin önemini vurgularken; asker heykeli görseli, Cumhuriyet'in disiplin ve vatan savunmasındaki kararlılığını temsil etmektedir. Çok katlı bina görseli,

şehirleşme ve modernleşme çabalarını; işçi görselleri ise sanayide iş güvenliği ve emeğin değerini göstermektedir. Biçerdöverle hasat yapılan tarlalar, modern tarım teknikleri ve tarımsal kalkınmayı simgelerken, ayçiçeği tarlasında yer alan kadın ve bebek figürü, geleneksel değerlere bağlılık ve geleceğe yönelik umutları temsil etmektedir. Tüm bu unsurlar, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet değerlerine uygun olarak ekonomik kalkınma, tasarruf bilinci ve tarımsal üretime verdiği desteği vurgulamaktadır.

Tablo 2'de yer alan görseller, Türkiye'nin modernleşme ve sanayileşme sürecini, ekonomik kalkınma hedeflerini ve ulusal egemenlik ideallerini yansıtmaktadır. Endüstriyel tesislerin gece görüntüsü, TÜPRAŞ gibi kurumların sanayileşmedeki rolünü ve ulusal ekonominin güçlenmesine katkısını vurgularken, tarihi Ankara Ziraat Bankası Binası görseli, Osmanlı ve erken Cumhuriyet dönemlerinin estetik değerlerini yansıtarak Cumhuriyet'in ekonomik, kültürel ve ulusal değerlerinin sembolik bir temsili olarak korunmaktadır. Çocuk, kumbara ve adam figürü, geleceğe yönelik finansal güvenlik ve tasarruf bilincini teşvik ederken, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık hedeflerine katkısını ön plana çıkarmaktadır. Asker heykeli görseli, Cumhuriyet'in bağımsızlık mücadelesi ve ulusal egemenlik ideali ile bağlantılı olarak, bankanın ekonomik bağımsızlık ve ulusal kalkınma mesajını pekiştirmektedir. Çok katlı bina ve işçilerin yer aldığı sanayi görselleri, şehirleşme ve modernleşme sürecinin yanı sıra, emeğin ve iş güvenliğinin önemini de vurgulamaktadır. Biçerdöverle hasat yapılan tarla ve ayçiçeği tarlasında kadın ve bebek figürleri ise, Cumhuriyet dönemi tarımsal kalkınma ve makineleşme süreçlerini simgelemekte, Ziraat Bankası'nın tarımsal üretimi ve toplumsal kalkınmayı destekleme rolünü göstermektedir. Bu görseller, Cumhuriyet değerlerine uygun olarak, Ziraat Bankası'nın toplumsal kalkınma, ekonomik bağımsızlık ve milli kimliğin inşasındaki önemli rolünü ve toplumsal hafızanın korunmasına olan katkısını güçlü bir biçimde sergilemektedir.



Görsel 2: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 2’de yer alan, 1986 yılında yayınlanan Ziraat Bankası reklam filminin 00.26-00.44 süreleri arasındaki dört farklı kesit (Erdoğan, 2012), Tablo 3’te Saussure’ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 4’de ise Barthes’ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 3: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Bilgisayarda çalışan bankacı	Bilgisayar, bankacı	Bilgisayarda çalışan bir bankacının, finansal işlemlerini dijital ortamda gerçekleştirdiği görülmektedir.
Çek ile yapılan işlem	Çek, hesap makinesi	Kadın bankacının çek ve hesap makinesi kullanarak gerçekleştirdiği finansal işlemler görülmektedir.
İki farklı banka kartı	Kırmızı ve mavi banka kartları, kalem, el	Bireysel bankacılık işlemleri kapsamında, farklı müşteriler için tasarlanmış kırmızı ve mavi renklerdeki banka kartları görülmektedir.
Ziraat Bankası'nın logosu ve "Gücüne Erişilmez" sloganı.	Banka logosu (buğday başağı sembolü) ve metin	Ziraat Bankası'nın buğday başağı sembolünden oluşan logosu ve 'Gücüne Erişilmez' sloganı görülmektedir.

Tablo 4: 1986 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.26-00.44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Bilgisayarda çalışan bankacı	Bankacı, bilgisayarda finansal işlemler yapmaktadır.	Bankanın hizmetlerini yenilikçi teknolojilerle desteklemesi, onun gelişen teknolojiye uyum sağlayan ve Cumhuriyet'in modernleşme ile yenilikçilik değerlerine bağlı kalan bir kurum olduğu vurgulanmaktadır.
Çek ile yapılan işlem	Bir kadın bankacı çek işlemleri yapmaktadır.	Banka, Cumhuriyet'in ekonomik istikrar ve finansal güvenilirlik ilkelerine dikkat çekmektedir. Çek kullanımıyla mali şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlanarak bu ilkelerin somut bir göstergesi sunulmaktadır.
İki farklı banka kartı	Kırmızı ve mavi banka kartları beyaz masanın üzerinden alınmaktadır.	Bireysel bankacılık hizmetleri, Cumhuriyet'in sosyal adalet ve eşitlik prensipleri doğrultusunda, tüm vatandaşlara eşit hizmet sunulmasını sağlamaktadır.
Ziraat Bankası'nın logosu ve "Gücüne Erişilmez" sloganı.	Ziraat Bankası'nın logosu ile 'Gücüne Erişilmez' sloganı birlikte görülmektedir.	Bankanın buğday başağı logosu, bankanın tarımsal kökenini ve Türkiye'nin ekonomik kalkınmasındaki rolünü simgelerken, "Gücüne Erişilmez" slogano bankanın güvenilirliğini, istikrarını ve finansal güçlülüğünü vurgulamaktadır.

Tablo 9'da yer alan bilgisayar kullanan bankacı görseli, teknolojik gelişim ve modern iş süreçlerini simgelerken, bankacılık sektöründeki ilerleme ve inovasyonu temsil etmektedir. Çek işlemi görseli, geleneksel bankacılık işlemlerini ve finansal güvenilirliği vurgulamaktadır. Banka kartı görseli, farklı müşteri segmentlerine hitap eden çeşitli bankacılık hizmetlerini ve sosyal adalet ilkesine uygun kapsayıcı bankacılık hizmetlerini ifade etmektedir. Ziraat Bankası logosu ve 'Gücüne Erişilmez' sloganı görseli, bankanın gücünü, güvenilirliğini ve milli gururunu öne çıkararak Türkiye'nin ekonomik bağımsızlık ve kalkınma hedeflerini temsil etmektedir.

Tablo 10’da yer alan görseller, Cumhuriyet’in modernleşme, ekonomik istikrar ve sosyal adalet ilkelerini kapsamlı bir şekilde yansıtmaktadır. Bilgisayar kullanan bankacı görseli, teknolojik modernizasyon ve verimliliği vurgularken, bankanın Cumhuriyet’in ilerici vizyonuna uygun olarak gerçekleştirdiği teknolojik yatırımlarını ve yenilikçi yaklaşımlarını göstermektedir. Çek işlemi görseli ise, bankacılık hizmetlerinin güvenilirliği ve gelenekselliğini öne çıkararak, mali şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi Cumhuriyet değerlerini simgelemektedir. Banka kartları görseli, bankanın çeşitlilik ve kapsayıcılık politikasını temsil etmekte; Cumhuriyet’in sosyal adalet ve eşitlik ilkelerini yansıtarak farklı müşteri segmentlerine hitap eden kapsayıcı bankacılık hizmetlerini ifade etmektedir.

Ziraat Bankası’nın 1986 reklam filminde Cumhuriyet’in modernleşme ve sanayileşme politikalarından tarımsal reformlara kadar geniş bir çerçevede, milli kimliği ve toplumsal hafızayı şekillendiren unsurları ön plana çıkarmaktadır. Görseller, bankanın Türkiye’nin ekonomik bağımsızlığını ve milli gururunu simgeleyen bir kurum olarak konumlandığını ve Cumhuriyet’in modernleşme ile ekonomik kalkınma hedeflerine olan katkısını vurgulamaktadır. Filmde kullanılan semboller, Ziraat Bankası’nın geleneksel değerleri modernizasyon çabalarıyla nasıl harmanladığını ve milli ekonomideki önemli rolünü öne çıkarmaktadır.

3.7.2. Ziraat Bankası'nın 2007 Yılından Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 3:2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 3'te yer alan, 2007 yılında yayınlanan Ziraat Bankası reklam filminin 00.00-00.35 süreleri arasındaki beş farklı kesit (YouTube, 2007), Tablo 5'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 6'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 5: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Trenin hareketi, insanlar ve 1863 Ziraat yola çıktı" metni	Tren, tarih, insanlar, "1863 Ziraat yola çıktı" metni	Bankanın geçmişten günümüze süregelen varlığı ve güvenilirliği vurgulanmaktadır. Ayrıca, bankanın kuruluş sürecine halkın da katılım sağladığı gösterilmektedir.
Kurtuluş savaşına katılan askerler, "1919 Kurtuluş	Askerler, tren "1919 Kurtuluş Savaşı" metni	Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş sürecinde önemli bir dönüm noktası olan Kurtuluş Savaşı betimlenmiştir. Ziraat Bankası'nın, ülkenin zor

Savaşı” metni, tren		zamanlarında halkla birlikte mücadele ettiği ve milli kimlik ile tarih bilincini taşıdığı gösterilmektedir.
“1923 Cumhuriyet'in İlanı” metni insanlar, Türk bayrakları, kutlama	Türk bayrakları, coşkulu kalabalık ve “1923 Cumhuriyet'in İlanı” metni	Bayraklar ve halkın coşkusu, Cumhuriyet'in ilanının yarattığı ulusal heyecanı ve gururu temsil etmektedir. '1923 Cumhuriyet'in İlanı' metni ise bu olayın Türkiye tarihindeki önemini vurgulamaktadır.
1943 kıtlık yıllarında tarla sürme	Tarla süren insanlar, traktör ve tarım aletleri, güneşin etkisi altında geniş bir tarla	1943'teki kıtlık yıllarının zorlu koşulları betimlenmektedir.
“1963 Almanya'daki ilk yurtdışı şubesi” açılışını temsil eden bir şehir manzarası, hareket eden tren	Alman mimarisiyle inşa edilmiş saat kulesi, hareket eden tren, "1963 Almanya'daki ilk yurtdışı şubesi" yazısı	Ziraat Bankası'nın uluslararası alanda genişlemesi ve Türk bankacılığının dünyaya açılması vurgulanmaktadır.

Tablo 6: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.00-00.35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes’e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Bir trenin hareketi, insanlar ve 1863 Ziraat yola çıktı" metni	Tren ilerlemekte, insanlar trene doğru yönelmektedir. Aynı zamanda, Ziraat Bankası'nın 1863 yılında kurulduğu vurgulanmaktadır.	Tren, endüstriyel devrim ve modernleşmeyi çağrıştırırken, Ziraat Bankası 1863'ten beri güven ve istikrarla toplumsal ilerlemeyi temsil etmektedir. 'Yola çıkmak' ifadesi ise, bankanın Türkiye'nin ekonomik gelişimine öncülük etme misyonunu vurgulamaktadır.
Bir grup askerin araç üzerinde ilerlediği ve yine 1919 yılı, tren	Kurtuluş Savaşı sürecinde askerler, trenle ilerlemektedir.	Askerlerin trenle ilerleyişi, bağımsızlık mücadelesi, fedakârlık ve cesareti simgelerken, Türkiye'nin kurtuluş sürecindeki kahramanlıkları hatırlatmaktadır. Ziraat Bankası, bu tema ile yalnızca ekonomik bir kurum olmadığını, ulusal mücadelede halkla bütünleştiğini vurgulamakta; '1919' ve 'Kurtuluş Savaşı' ifadeleri, Cumhuriyet'in bağımsızlık ve dayanışma değerlerini yansıtarak güven ve sadakat duygusu uyandırmaktadır.

1923 Cumhuriyet'in ilanı yazısıyla birlikte coşkulu kalabalığın Türk bayrakları ile kutlama yapması	Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte halk, Türk bayraklarıyla coşkuyla kutlama yapmaktadır.	Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte modernleşme ve ulusal egemenlik vurgulanmaktadır. Ziraat Bankası da bu bağlamda, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma hedeflerine katkıda bulunan bir kurum olarak kendini konumlandırmaktadır.
1943 kıtlık yıllarında tarla sürme	1943 Kıtık yıllarında, iki kişi gökyüzünde parlayan güneş altında traktör ile tarla sürmektedir.	Traktör figürü, Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki tarımsal modernleşme çabalarını simgelerken, '1943 Kıtık Yılları' ifadesi dönemin ekonomik zorluklarını ve bu zorluklarla başa çıkma çabalarını yansıtmaktadır. Bu görsel, Ziraat Bankası'nın hem kriz dönemlerinde hem de modernleşme sürecinde ülkenin yanında olduğunu vurgulamaktadır.
"1963 yılında Almanya'daki ilk yurtdışı şubesi"	Almanya, Ziraat Bankası'nın ilk yurt dışı şubesinin açıldığı ülke olarak vurgulanmaktadır.	Cumhuriyet'in modernleşme, ekonomik kalkınma ve ulusal egemenlik gibi değerlerinin, Türk bankacılığının gelişimi ve dünyaya açılması süreciyle nasıl bütünleştiği gösterilmektedir.

Tablo 5'te yer alan 1863 tarihli tren ve "Ziraat Yola Çıktı" sloganı, Ziraat Bankası'nın kuruluşunu simgelerken, tren üzerindeki askerler kolektif çaba ve birliği temsil etmektedir. 1923'e vurgu yapan bayraklar ve coşkulu kalabalık, Cumhuriyet'in kuruluşunu ve milli kimliğin kutlanmasını yansıtmaktadır. 1943 kıtlık yıllarında tarla sürme görseli, üretimin sürdürülmesi ve kıtlıkla mücadelenin önemini göstermektedir. 1963 yılında Almanya'da açılan ilk yurt dışı şube görseli ise, Türk bankacılığının Avrupa'da varlık göstermesi ve uluslararası entegrasyona katılımını simgelemektedir.

Tablo 6'da yer alan 1863 tarihli tren ve "Ziraat Yola Çıktı" sloganlı görsel, bankanın kuruluş sürecini ve toplumsal-ekonomik değişimlere katkısını vurgulamaktadır. Bu, bankanın Osmanlı'nın modernizasyon sürecine dahil olduğunu ve Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık hedeflerinin öncüsü olduğunu göstermektedir. Trenin üzerindeki askerler, dayanışma ve birlikte hareket etmenin önemini, dolayısıyla milli birliği simgelemektedir. Traktör figürü, Cumhuriyet'in ilk yıllarındaki tarımsal modernleşme çabalarını yansıtarak Cumhuriyet'in kalkınma ve ilerleme değerlerini temsil etmektedir. "1943 Kıtık Yılları" ifadesi, ekonomik

zorluklar karşısında mücadeleyi ve dayanıklılığı, Ziraat Bankası'nın kriz dönemlerinde de ülkenin yanında olduğunu vurgulamaktadır; bu da Cumhuriyet'in dayanışma ve toplumsal destek ilkelerine işaret etmektedir. 1963 yılında Almanya'da açılan ilk yurt dışı şube görseli, Türkiye'nin ekonomisinin ve finansal kurumlarının uluslararası arenada yer almasını, Cumhuriyet'in modernleşme ve küreselleşme hedeflerinin bir parçası olarak Türk bankacılığının gelişimini yansıtmaktadır. Avrupa şehrindeki tren ve mimari yapılar, Ziraat Bankası'nın Türkiye'nin küreselleşme sürecindeki rolünü ve Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma, modernleşme ve ulusal egemenlik değerlerini simgelemektedir.



Görsel 4: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-01.09 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 4'te yer alan, 2007 yılında yayınlanan Ziraat Bankası reklam filminin 00.41-01.09 süreleri arasındaki dört farklı kesit (YouTube, 2007), Tablo 7'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 8'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 7: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-00.59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Görseldeki "Bugün" kelimesi ve tren rayları	"Bugün" kelimesi, tren raylarının perspektifinden çekilen bir görüntü	"Bugün" kelimesi, şu anı, yani reklamın çekildiği zamanı ifade ederken, tren rayları ise bir yolculuk veya hareket sembolü olarak gösterilmektedir.

Tren, köprü ve reklam panosu, "Bireysel Kredilerle Türkiye'nin Her Yerinde Yanınızdayız" metni	Tren, köprü üzerindeki reklam panosu ve üzerindeki "Bireysel Kredilerle Türkiye'nin Her Yerinde Yanınızdayız" metni	Ziraat Bankası'nın modern, erişilebilir, güvenilir ve müşteri odaklı bir banka olduğu vurgulanmaktadır.
"Tarım kredilerinde 144 yılın en yüksek rakamına ulaştık" metni, modern şehir manzarası	"Tarım kredilerinde 144 yılın en yüksek rakamına ulaştık" metni, şehir manzarası ve modern binalar	Ziraat Bankası'nın tarım kredileri konusundaki uzun süreli başarısı ve tarihsel birikimi gösterilmektedir.
Tarihi bina, "T.C. Ziraat Bankası A.Ş." Metni ve Logosu	Tarihi bina, kırmızı arka plan üzerine beyaz renkte yazılmış "T.C. Ziraat Bankası A.Ş." ifadesi ve bankanın logosu	Tarihi bina, Ziraat Bankası'nın köklü geçmişini ve geleneksel değerlerini yansıtmaktadır. Metin ve logo ise bankanın resmi kimliğini ve marka değerini temsil etmektedir.

Tablo 8: 2007 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00.41-00.59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Rayların üzerinde ilerleyen bir tren perspektifi ve "Bugün" kelimesi	Bugün, şehirde hızla ilerleyen trenin manzarası, hız nedeniyle bulanık bir şekilde gösterilmektedir.	Bugün' kelimesi, modern dünyanın kaçınılmaz hareketliliğini sembolize ederken, aynı zamanda Cumhuriyet'in yenilikçilik ve sürekli ilerleme değerlerini yansıtmaktadır. Bankanın sürekli ilerleme ve gelişme arzusu ise, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma ve modernleşme hedefleriyle örtüşmektedir.
Tren, köprü ve reklam panosu, "Bireysel Kredilerle Türkiye'nin Her Yerinde Yanınızdayız" metni	Modern bir şehir manzarasında ilerleyen bir trenin üzerinde, büyük kırmızı harflerle "Bireysel Kredilerle Türkiye'nin Her Yerinde Yanınızdayız" yazılmış bir reklam metni yer almaktadır.	Tren, moderniteyi, hızı ve ilerlemeyi simgelerken, aynı zamanda ulaşılabilirlik ve bağlantıyı temsil etmektedir. Bu, Ziraat Bankası'nın her yere ulaşabilen ve geniş bir hizmet yelpazesi sunan bir banka olduğunu göstermektedir. 'Bireysel Kredilerle Türkiye'nin Her Yerinde Yanınızdayız' metni ise, her türlü finansal ihtiyacı karşılamak için her zaman müşterilerinin yanında olduğunu vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, Cumhuriyet'in halkın refahı ve ekonomik kalkınma değerlerine olan bağlılığıyla örtüşmektedir.

“Tarım kredilerinde 144 yılın en yüksek rakamına ulaştık” metni, modern şehir manzarası	Modern bir şehir ortamında yükselen bir bina ve üzerindeki dijital bir yazı panosunda “Tarım kredilerinde 144 yılın en yüksek rakamına ulaştık” yazmaktadır.	Bu görsel, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet'in tarımsal kalkınma politikalarına yaptığı katkıyı ve modern Türkiye'nin ekonomik altyapısındaki önemli rolünü simgelemektedir. Bu aynı zamanda Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma, tarımsal üretimin desteklenmesi ve halkın refahını artırma gibi temel değerlerine olan bağlılığını da yansıtmaktadır.
Tarihi bina, "T.C. Ziraat Bankası A.Ş." Metni ve Logosu	Klasik bir mimariye sahip büyük bir bina ve ön planda kırmızı bir bant üzerinde “T.C. Ziraat Bankası A.Ş.” yazısı ve logosu bulunmaktadır.	Tarihi bina, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet'in kuruluşundan bu yana süregelen bir mirasa sahip olduğunu ve Türkiye'nin ekonomik tarihinde önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. Kırmızı bant üzerindeki yazı, bankanın resmi kimliğini ve Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma projelerinde oynadığı rolü temsil etmektedir.

Tablo 7’de yer alan tren rayları ve "Bugün" görseli, modernleşme, hız ve zamanın geçişini temsil ederken; tren, köprü ve reklam panosu görseli, Ziraat Bankası'nın her yerde ulaşılabilir olduğunu ve bireysel kredilerle müşterilerinin yanında olduğunu vurgulamaktadır. Tren görseli, modernite ve geniş ulaşım ağlarını, köprü ve reklam panosu görseli ise bankanın toplumun her kesimine erişim sağladığını simgelemektedir. Ayrıca, "144 yıl" ifadesi bankanın uzun geçmişini ve istikrarını, şehir manzarası ise Türkiye'nin ekonomik gelişimini ve Ziraat Bankası'nın bu süreçteki rolünü anlatmaktadır.

Tablo 8’de yer alan görseller, Ziraat Bankası'nın modernleşme, hız, ilerleme ve güvenilirlik temalarını üzerinde durmaktadır. Görsellerde tren rayları, modern şehir manzarası, köprüler ve tarihi binalar yer almaktadır. Bu görseller, bankanın geniş ulaşım ağı gibi her yere ulaşabilen bir hizmet sağlayıcısı olduğunu, modern ve hızla gelişen Türkiye'nin bir parçası olarak konumlandığını göstermektedir. Tren, modernite ve hareketliliği, köprüler ve şehir manzarası ise kalkınmayı ve ekonomik büyümeyi temsil etmektedir. Ziraat Bankası'nın reklam panolarında yer alan "Bugün" ve "144 yılın en yüksek rakamına ulaştık" gibi ifadeler hem bankanın uzun süreli başarılarını hem de mevcut anın önemini vurgulamaktadır. Banka Türkiye'nin ekonomik tarihinde istikrarlı bir destek ve modernleşme sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Görseller, Ziraat Bankası'nın ulusal bir simge olarak Türkiye'nin kalkınma ve modernleşme

sürecindeki rolünü pekiştirmektedir. Bankanın tarihsel sürekliliğini ve millî kimlikle olan bağlantısını güçlendirmektedir.

Ziraat Bankası'nın 2007 yılında yayınlanan reklam filminde, bankanın kuruluşundan itibaren modernleşme ve ekonomik kalkınmaya olan desteği, hem Osmanlı'nın modernleşme çabaları hem de Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık hedefleriyle örtüşmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemi temsil eden siyah-beyaz görseller, zorlu ve belirsiz bir dönemi ifade ederken, Cumhuriyet sonrası kullanılan renkli görseller, toplumun canlanmasını ve Türkiye'nin modernleşme sürecindeki ilerlemesini yansıtmaktadır. Görsellerde yer alan trenler ve tarihsel imgeler, Ziraat Bankası'nın Türkiye'nin modernleşme sürecindeki aktif rolünü ve toplumun ekonomik dönüşümüne katkı sağladığını göstermektedir. Bankanın köklü geçmişi ve sürekli gelişim içindeki varlığı, Türkiye'nin ekonomik tarihindeki sürekliliği ve istikrarı yansıtarak, toplumsal hafızada kalıcı bir yer edinmesini sağlamıştır. Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in kuruluşunu simgeleyen görseller, milli birlik ve beraberliği, zorlu dönemlerden geçerek elde edilen bağımsızlık mücadelesini ve Cumhuriyet'in kalkınma ideallerini vurgulamaktadır. Ziraat Bankası'nın modern Türkiye'deki hizmetleri ve uluslararası genişleme çabaları ise, bankanın Cumhuriyet'in modernleşme ve küresel entegrasyon hedeflerine olan bağlılığını yansıtmaktadır. Bu görseller, Ziraat Bankası'nın milli kimliğin güçlenmesi, toplumsal dayanışma ve Cumhuriyet değerlerinin korunması sürecindeki rolünü ortaya koymaktadır.

3.7.3. Ziraat Bankası'nın 2015 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 5: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 5'te yer alan, 2015 yılında yayınlanan Ziraat Bankası 152. yıl reklam filminin 00.00-01.44 süreleri arasındaki on farklı kesit (Ziraat Bankası, 2015), Tablo 9'da Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 10'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 9: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Pencere, çalışan adam, lamba ve mum, masa ve daktilo, Pazar yeri	Çift kemerli büyük pencereler, masada oturan, fes takan adam, Masada duran gaz lambası ve mum, eski tarzda bir masa ve daktilo, pencere dışındaki pazar yeri sahnesi, hareketli bir kalabalık	Köklü geçmişini koruyarak modernleşmeye açık bir yapıda hizmet verdiği, aynı zamanda toplumsal ve ekonomik canlılığı destekleyerek toplumun her kesimine hizmet etmeyi amaçladığı ifade edilmektedir.
Pencere, yürüyen askerler, iç mekan	Büyük cam pencere, pencere dışından geçen askerler, bankanın içeride görülen masa, sandalye ve lamba	Pencereden bakılan dış dünya ve iç mekânın sakinliği arasında bir kontrast yaratıldığı görülmektedir. Askerler güvenlik ve otoriteyi temsil ederken, pencere bu iki dünyayı birbirine bağlayan bir unsur olarak işlev görmektedir.
Pencere, kalabalık insan grubu, dış mekândaki masada ilaçlar	Cam pencere, iç mekânı dış mekândan ayıran yapı, Pencere dışındaki masanın önünde sıraya giren kalabalık insanlar, masanın üzerindeki ilaç şişeleri ve kutular	Pencere, bankanın topluma ve dış dünyaya açık bir şekilde hizmet verdiğini simgelemektedir. Bankadan yardım bekleyen veya sunduğu hizmetlerden yararlanmak isteyen toplumun varlığı gösterilmektedir. Bankanın sadece finansal alanda değil, sosyal ve sağlık alanlarında da toplumun yanında olduğu vurgulanmaktadır.
Cam pencere, önlüklü kız çocuğu, “Ziraat Bankası” yazısı, Mithat Paşa portresi, terzi dükkânı tabelası, masa, lamba, daktilo	Cam pencere, önlüklü kız çocuğu, “Ziraat Bankası” yazısı, Mithat Paşa portresi, terzi dükkânı tabelası, masa, lamba, daktilo	Görsel, bankanın toplumsal kapsayıcılığını, yeni nesillere olan yakınlığını ve ulusal bir kurum olarak tanınırlığını göstermektedir. Ayrıca, bankanın Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan tarihsel kimliğini, yerel ekonomiye ve küçük işletmelere verdiği desteği, geleneksel iş yapma yöntemleri ile modernleşme ve profesyonelliği birleştirme yeteneğini yansıtmaktadır.
Pencere, yaşlı adam, genç adam	Cam pencere, iç mekân ile dış mekânı ayıran bir yapı, Yaşlı adam, elinde yumurta sepeti ile pencere önünde, Genç adam, temiz bir takım elbise giymiş ve elinde evrak çantası	Bankanın, toplumun her kesimine hitap eden geniş bir müşteri kitlesine sahip olduğu ve hem kırsal hem de kentsel nüfusa hizmet sunduğu vurgulanmaktadır.
Pencere, Ziraat Bankası afişi ve logosu, dış mekânda düğün	İç mekânda görülen Ziraat Bankası afişi ve camda yer alan Ziraat Bankası logosu, Pencere dışındaki alanda bir düğün kutlaması yapan	Bankanın toplumsal yaşamla iç içe olduğu ve toplumun farklı kesimlerine yönelik hizmetler sunduğu gösterilmektedir.

kutlaması (gelin ve damat)	gelin ve damat ile etraflarındaki insanlar	Dışarıdaki düğün sahnesi ise bankanın evlenen çiftlere finansal destek verdiğini simgelemektedir.
Pencere, Ziraat Bankası afişi, Dış mekânda boş Durak ve kırsal Manzara	İç mekânda görülen Ziraat Bankası afişi, pencere dışındaki alanda görülen terkedilmiş gibi duran bir durak ve geniş, boş kırsal alan	Bankanın, toplumun en ücra köşelerine kadar hizmet götürdüğü ve bu tür bölgelerde bile varlığını sürdürdüğü vurgulanmaktadır.
Pencere, Ziraat Bankası afişi, Dış mekânda doğal manzara	Ziraat Bankası afişi ,Pencere dışındaki geniş doğal manzara, tepeler, ağaçlar ve yollar	Afiş, bankanın Cumhuriyet değerlerine bağlılığını ve bu değerleri sürdürme amacını vurgulamaktadır. Doğal manzara ise, bankanın Türkiye'nin her köşesine hizmet götürdüğünü ve çevreyi koruma çabalarını simgelemektedir.
Pencere, Ziraat Bankası logosu, bozkır manzarası ve küçük yerleşim yeri	Pencerede görünen Ziraat Bankası logosu, Pencere dışındaki bozkır manzarası, birkaç ev ve küçük bir yerleşim alanı	Ziraat Bankası logosu, bankanın kurumsal kimliğini simgelemektedir. Bozkır manzarası ve küçük yerleşim yerleri, bankanın tarıma dayalı ekonomiyi destekleyen bir yapı olduğunu ve toplumun her kesimine hizmet sunduğunu göstermektedir.
Pencere, Ziraat Bankası logosu, dış mekânda köprü manzarası	Bankanın iç mekânında asılı duran afiş, Pencere dışındaki köprü manzarası	Köprü manzarası, bankanın lojistik ve ulaşım altyapısının geliştirilmesine olan katkısını ve bu tür projelerdeki rolünü vurgulamaktadır.

Tablo 10: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Pencere, çalışan adam, lamba ve mum, masa ve daktilo, Pazar yeri	Çift kemerli büyük pencereler, iç ve dış mekânlar arasında bağlantı sağlanmıştır. Pencere dışından pazar yerinin hareketliliği görülürken, iç mekânda fes takan bir adam, eski tip masa ve daktilo ile çalışan bir görevli olarak tasvir edilmiştir. Aydınlatma olarak gaz lambası ve mum kullanılmaktadır	Görseldeki pencereler, bankanın şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini simgeleyerek, işlemlerinin dışarıdan görülebilir ve topluma açık bir kurum olduğunu vurgulamaktadır. Fes takan bankacı, Osmanlı dönemine ait bir memuru temsil ederek bankanın köklü geçmişine bağlılığını gösterirken, gaz lambası, mum, masa ve daktilo gibi objeler ise nostaljik bir hava yaratarak bankanın tarihsel sürekliliğini ve zorluklara karşı direncini simgelemektedir. Düzenli masa, bankanın disiplinli ve organize yapısını ifade etmektedir.

Pencere, yürüyen askerler, iç mekan	Büyük bir cam pencere, binanın dışını göstermektedir. Pencerenin dışından geçen üniformalı askerler ve içerideki masa, sandalye, lamba gibi ofis eşyaları görülmektedir.	Bir çatışma veya toplumsal gerilim dönemini mevcuttur. Bu, bankanın tarih boyunca çeşitli zorluklar ve değişimler karşısında nasıl bir güven sembolü olmaya devam ettiğini ve toplumun ekonomik ve sosyal yapısındaki yerini vurgulamaktadır.
Pencere, kalabalık insan grubu, dış mekândaki masada ilaçlar	Cam pencere dış mekânı gösterirken, banka dışında bekleyen bir grup insan ve masada duran ilaç şişeleri ile kutular görülmektedir.	Bankanın, toplumsal sorunlara karşı duyarlılığını ve halkın yanında yer aldığını gösteren güçlü bir sembol olduğu anlaşılmaktadır. Banka, yalnızca bir finans kuruluşu değil, aynı zamanda toplumun sağlık ve refahını destekleyen bir kurum olarak da betimlenmektedir.
Cam pencere, önlüklü kız çocuğu, “Ziraat Bankası” yazısı, Mithat Paşa portresi, terzi dükkânı tabelası, masa, lamba, daktilo	Görselde bir bankanın iç mekânı, büyük cam pencereler, dışarıda yürüyen insanlar, önlüklü bir kız çocuğu, Mithat Paşa’nın portresi, masa, lamba, daktilo ve bir terzi dükkânı tabelası görülmektedir.	Bankanın toplumun her kesimini, özellikle de genç nesilleri kapsayan yapısı, masumiyet ve gelecek nesillere yönelik bir yaklaşımı simgeleyen önlüklü kız çocuğunun “Ziraat Bankası” yazısını hecelemeşi üzerinden gösterilmektedir. Bankanın, millî kimlik ve ekonomik güç simgesi olarak Cumhuriyet döneminden itibaren Türkiye’nin kalkınmasında oynadığı rol vurgulanmaktadır. Ayrıca, yerel işletmelere olan bağlılığı ve desteğiyle, bankanın toplumla bütünleşmiş bir yapıya sahip olduğu ifade edilmektedir. Geleneksel bankacılık uygulamaları ve geçmişten bugüne sürekliliğini ise bankanın değişen şartlara uyum sağlama kapasitesini ve profesyonelliğini göstermektedir.
Pencere, yaşlı adam, genç adam	Cam bir pencere, iç mekân ile dış mekânı ayırırken; dışarıda elinde yumurta sepeti taşıyan yaşlı bir adam ve temiz bir takım elbise giymiş, elinde evrak çantası taşıyan genç bir adam görülmektedir.	Yaşlı adam, geleneksel ve kırsal kesimleri; genç adam ise modern ve kentsel kesimleri temsil etmektedir. Görsel, bankanın Cumhuriyet değerlerine bağlı kalarak toplumsal ve ekonomik çeşitliliğe hitap ettiğini ve her iki dünyada da güvenilir bir partner olduğunu göstermektedir. Banka, Cumhuriyet’in eşitlik ve kapsayıcılık ilkelerini benimseyerek hem kırsal hem de kentsel alanlardaki vatandaşlara

		eşit hizmet sunma taahhüdünü vurgulamaktadır.
Pencere, Ziraat Bankası afişi ve logosu, dış mekânda düğün	Cam pencere, bankanın iç mekânını dış mekândan ayırırken; iç mekânda asılı duran afiş ve camda yer alan logo görülmektedir. Pencere dışındaki alanda ise bir düğün kutlaması ve yeni evlenen bir çift bulunmaktadır.	Afiş ve logo, bankanın güvenilirliğini ve kurumsal kimliğini vurgulayarak, toplumsal güven kazandığını ve her kesimden insanın ihtiyaçlarına yanıt veren bir kurum olduğunu göstermektedir. Düğün ve evlilik sahnesi, bankanın hayatın önemli anlarında, örneğin evlilik kredisi veya düğün masrafları için çözümler sunarak finansal destek sağladığını vurgulamaktadır. Bu, bankanın müşteri odaklı yaklaşımlarını ve toplumun mutlu anlarında bile yanlarında olduğunu göstermektedir.
Ziraat Bankası afişi, Dış mekânda boş Durak ve kırsal Manzara	Cam pencere, bankanın iç mekânını dış mekândan ayırırken; iç mekânda asılı duran bir afiş ve pencere dışındaki alanda görülen boş bir durak ile kırsal manzara görülmektedir.	Bankanın, hizmetlerini en ücra köşelere kadar ulaştırarak herkese eşit hizmet sunma ilkesine bağlılığı vurgulanmaktadır. Boş durak ve geniş kırsal alan ise modernleşme süreci ve göçün kırsal bölgelerde yarattığı terk edilmişlik ve yalnızlık hissini ifade etmektedir.
Ziraat Bankası afişi, Dış mekânda doğal manzara	Cam pencere, bankanın iç mekânını dış mekândan ayırırken; iç mekânda asılı duran afiş ve pencere dışındaki geniş doğal manzara ile kırsal alan görülmektedir.	Banka, topluma, doğaya ve Cumhuriyet'in modernleşme ideallerine olan bağlılığını belirtmektedir. Banka doğanın korunması ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi yoluyla Cumhuriyet'in ekonomik ve sosyal gelişim hedeflerine katkıda bulunmaktadır.
Pencere, Ziraat Bankası logosu, bozkır manzarası ve küçük yerleşim yeri	Pencerede görünen Ziraat Bankası logosu ve pencere dışındaki bozkır manzarası, birkaç ev ve küçük bir yerleşim yeri görülmektedir.	Bankanın topluma, özellikle kırsal ve tarımsal kesimlere olan bağlılığını ve hizmetlerini göstermektedir. Banka, Cumhuriyet'in modernleşme idealleri doğrultusunda, kırsal kalkınmayı desteklemeye ve Türkiye'nin her köşesinde varlığını sürdürmeye devam etmektedir.
Pencere, Ziraat Bankası logosu, dış mekânda köprü manzarası	Cam pencere, bankanın iç mekânını dış mekândan ayırırken; iç mekânda asılı duran afiş ve pencere dışındaki köprü manzarası dikkat görülmektedir.	Bankanın topluma, özellikle lojistik ve ulaşım altyapısının geliştirilmesine olan bağlılığı ve destekleri vurgulanmaktadır. Banka, Cumhuriyet'in ekonomik ve sosyal gelişim hedeflerine katkıda bulunarak, modern Türkiye'nin inşasında aktif rol almaktadır.

Tablo 9’da yer alan cam pencere görselleri, Ziraat Bankası’nın topluma ve dış dünyaya açıklığını, hizmetlerinin kapsayıcılığını ve çeşitli toplum kesimlerine ulaşma çabasını simgelemektedir. İç mekânda görülen afiş ve logo, bankanın güvenilirliğini ve Cumhuriyet değerlerine bağlılığını vurgularken, dış mekândaki sahneler – köprüler, bozkır manzaraları, düğün kutlamaları ve kırsal alanlar – bankanın hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal yaşamın her alanında varlık gösterdiğini ve destek sunduğunu ifade etmektedir. Banka, modernleşme süreci ve yerel ekonomiye destek verme çabalarıyla hem kırsal hem de kentsel alanlara yönelik kapsayıcı bir hizmet politikası izlediğini vurgulamaktadır.

Tablo 10’da yer alan görseller, bankanın cam pencereler aracılığıyla şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini simgeleyerek topluma ve dış dünyaya açıklığını ve hizmetlerinin kapsayıcılığını vurgulamaktadır. Osmanlı’dan Cumhuriyet’e uzanan tarihsel süreklilik, fes takan bankacı figürü ve Mithat Paşa portresiyle görselleştirilmiş; bu da bankanın geleneklerine olan bağlılığını ve geçmişten gelen köklü mirasını koruma isteğini yansıtmaktadır. Dış mekânlarda yer alan pazar yeri, düğün kutlaması, bozkır ve köprü manzaraları ise bankanın hem kırsal hem de kentsel alanlara yönelik hizmetlerini, Cumhuriyet’in modernleşme idealleri ve ekonomik kalkınma hedefleri doğrultusunda topluma sunduğu katkıları göstermektedir. Bankanın millî kimlik ve sosyal adalet ilkelerine bağlı kalarak toplumsal ve ekonomik çeşitliliğe hitap etmesi, modern Türkiye’nin inşasında oynadığı kritik rolü ve her kesimden insanın hayatının önemli anlarında yanında olma çabasını ortaya koymaktadır. Bu görsel unsurlar, bankanın Cumhuriyet’in eşitlik, kapsayıcılık ve dayanışma değerlerine bağlı kalarak toplumla bütünleşmiş bir kurum olduğunu ve her koşulda hizmet sunma kararlılığını yansıtmaktadır.



Görsel 6: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 01:45-01:58 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 6'da yer alan, 2015 yılında yayınlanan Ziraat Bankası 152. yıl reklam filminin 01.45-01.58 süreleri arasındaki üç farklı kesit (Ziraat Bankası, 2015), Tablo 49'da'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 50'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 11: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filminin 01:35-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İç Mekân: Ziraat Bankası, Dışarıya Bakış ve Kuruluş Yıldönümü Afişi	Bankanın iç mekânında oturan müşteriler, içeri giren bir müşteri ve dışarıda yürüten insanlar. Pencere kenarında "Ziraat Bankası 152 Yaşında" afişi	Bankanın kuruluş yıldönümü kutlaması, bankanın uzun yıllar boyunca süren istikrarını ve köklü geçmişini vurgulamaktadır.
İç Mekân: Ziraat Bankası ve Kuruluş Yıldönümü Kutlaması	Banka iç mekânında, net bir şekilde görülen "Ziraat Bankası 152 Yaşında" yazısı	Yazı, bankanın tarihî bir kurum olarak Türkiye'nin modernleşme sürecindeki rolünü ve millî kimlik inşasına katkısını vurgulamaktadır.
Ziraat Bankası Logosu ve Sloganı	Ziraat Bankası: Bir bankadan daha fazlası" sloganı ve kırmızı renkli Ziraat Bankası logosu	Banka logosu, kurumsal kimliğini ve güvenilirliğini temsil ederken, slogan bankanın müşterileri için sadece bir finansal hizmet sağlayıcısı değil, aynı zamanda toplumsal bir destek olduğunu belirtmektedir.

Tablo 12: 2015 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın Reklam Filminin 01:35-01:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
İç Mekân: Ziraat Bankası, Dışarıya Bakış ve Kuruluş Yıldönümü Afişi	Ziraat Bankası'nın iç mekânında bekleyen müşteriler ve dışarıda hareket halindeki insanlar görülmektedir. Banka, 152. yıl dönümünü kutlamaktadır.	Görsel, Ziraat Bankası'nın 152 yıllık geçmişini kutlarken, bankanın Türk toplumunun ekonomik ve sosyal hayatındaki istikrarlı rolünü simgelemektedir. İç mekânda bekleyen müşteriler, bankanın sunduğu hizmetlere güven duyan halkı temsil etmektedir. Dışarıdaki hareketlilik ise bankanın toplumun her kesimine dokunan bir yapısı olduğunu göstermektedir. "152 Yaşında" afişi, bankanın uzun süreli varlığını ve Türkiye Cumhuriyeti'nin gelişim sürecindeki önemini göstermektedir.
İç Mekân: Ziraat Bankası ve Kuruluş Yıldönümü Kutlaması	Ziraat Bankası'nın iç mekânında, "Ziraat Bankası 152 Yaşında" yazısı net bir şekilde görülmektedir.	"152 Yaşında" ifadesi, bankanın Cumhuriyet'in ekonomik politikalarının şekillenmesindeki ve halkın tasarruf ve yatırımlarını güvence altına almasındaki rolünü simgelemektedir. Bankanın sloganı ise, onun sadece bir finansal kurum değil, aynı zamanda ulusal değerlerin ve ekonomik kalkınmanın da bir destekçisi olduğunu vurgulamaktadır.
Ziraat Bankası Logosu ve Sloganı	Ziraat Bankası logosu ve altında "Bir bankadan daha fazlası" sloganı görülmektedir.	Görsel, Ziraat Bankası'nın sadece bir banka olmadığını, aynı zamanda Türkiye'nin kalkınma ve modernleşme sürecine olan katkısını vurgulayan bir kurum olduğunu göstermektedir. "Bir bankadan daha fazlası" sloganı, bankanın ekonomik faaliyetlerin ötesine geçerek, milli kimliğin ve toplumsal dayanışmanın bir sembolü olduğunu ifade etmektedir. Bu slogan, bankanın kuruluşundan bu yana süregelen toplumsal sorumluluk anlayışını ve halkın güvenini kazanmış olmasını göstermektedir.

Tablo 11'de yer alan görseller, Ziraat Bankası'nın iç mekânı ve "Ziraat Bankası 152 Yaşında" afişi, bankanın uzun yıllara dayanan istikrarını ve Türkiye'nin

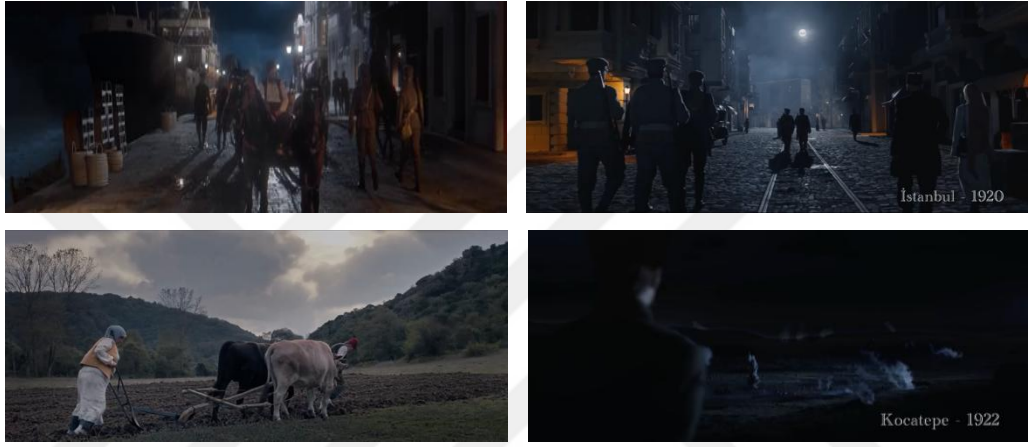
modernleşme sürecindeki rolünü vurgulamaktadır. Bankanın logosu ve "Bir bankadan daha fazlası" sloganı, bankanın sadece bir finansal kuruluş değil, aynı zamanda topluma destek sunan bir kurum olduğunu göstermektedir. Bu unsurlar, bankanın millî kimlik ve toplumsal değerlere olan bağlılığını yansıtmaktadır.

Tablo 12’de yer alan görseller, Ziraat Bankası’nın iç mekânında bekleyen müşteriler ve dışarıda hareket halindeki insanlar, bankanın Türk toplumunun ekonomik ve sosyal hayatındaki istikrarlı rolünü simgelemektedir. "Ziraat Bankası 152 Yaşında" afişi ve yazısı, bankanın 152 yıllık köklü geçmişini kutlayarak, Cumhuriyet’in kuruluşundan bu yana ekonomik kalkınma ve toplumsal gelişimdeki katkılarını hatırlatmaktadır. Banka, sadece bir finansal kurum olarak değil, aynı zamanda millî kimlik ve toplumsal dayanışmanın bir sembolü olarak konumlandırılmıştır. Ziraat Bankası logosu ve "Bir bankadan daha fazlası" sloganı, bankanın ekonomik faaliyetlerin ötesine geçerek topluma olan sorumluluğunu ve halkın güvenini kazanmış bir kurum olduğunu vurgulamaktadır. Bu öğeler, bankanın Cumhuriyet’in değerlerine bağlılığını, ulusal ekonomik politikaların şekillenmesindeki rolünü ve toplumsal dayanışmaya katkısını ifade etmektedir.

Ziraat Bankası’nın 2015 yılında, 152. yılına özel olarak yayınladığı reklam filmi, Cumhuriyet’in modernleşme idealleri, millî kimlik ve toplumsal hafızadaki yerini güçlü bir şekilde yansıtmaktadır. İç ve dış mekân arasındaki cam pencereler, bankanın topluma ve dış dünyaya açıklığını, hizmetlerinin kapsayıcılığını ve çeşitli toplum kesimlerine ulaşma çabasını simgelemektedir. İç mekânda yer alan afişler ve bankanın logosu, kurumun güvenilirliğini ve Cumhuriyet değerlerine olan bağlılığını vurgularken, dış mekânda görülen sahneler—köprüler, bozkır manzaraları, düğün kutlamaları ve kırsal alanlar—bankanın hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal yaşamın her alanında aktif bir rol oynadığını göstermektedir. Bankanın, Osmanlı’dan Cumhuriyet’e uzanan tarihsel sürekliliğini, geleneklere olan bağlılığını ve geçmişten gelen köklü mirasını koruma isteğini, fes takan bankacı figürü ve Mithat Paşa portresi simgelemektedir. Dış mekânlarda yer alan pazar yeri, düğün kutlaması, bozkır ve köprü manzaraları, bankanın kırsal ve kentsel alanlarda sunduğu hizmetleri ve Cumhuriyet’in ekonomik kalkınma hedeflerine katkılarını ifade etmektedir. Banka, millî kimlik ve sosyal adalet ilkelerine sadık kalarak, toplumsal ve ekonomik çeşitliliğe hitap eder ve modern Türkiye’nin inşasında oynadığı kritik rolü ortaya koymaktadır.

Bankanın 152. kuruluş yıldönümü afişleri ve "Bir bankadan daha fazlası" sloganı, sadece bir finansal kurum olmanın ötesine geçerek, toplumsal dayanışmanın ve halkın güveninin sembolü haline geldiğini göstermektedir. Bu görseller, Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet'in eşitlik, kapsayıcılık ve dayanışma değerlerine bağlılığını vurgulamakta ve bankanın her koşulda toplumun yanında olma ve hizmet sunma azmini gözler önüne sermektedir.

3.7.4. Ziraat Bankası'nın 2023 Yılından Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi



Görsel 7: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 7'de yer alan, 2023 yılında yayınlanan Ziraat Bankası'nın "Cumhuriyetimiz 100. Yılı Kutlu Olsun" adlı reklam filminin 00.00-01.35 süreleri arasındaki dört farklı kesit (Ziraat Bankası, 2023b), Tablo 13'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 14'te ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 13: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Gemi, atlı arabalar ve askerler, ay ve gece atmosferi	Limana demirlemiş büyük bir gemi, Sokakta yürüyen atlı arabalar ve askeri üniformalı askerler, Parlak bir ay ışığı altında gece sahnesi	İzmir'in 1919'daki işgal altındaki durumunu, askeri varlığı ve şehrin yaşadığı tarihi dönem gösterilmektedir. Gösteren ve gösterilen ilişkisi, geminin ve askerlerin, İzmir'in stratejik ve askerî açıdan önemli bir merkez olduğunu ve bu dönemde yaşanan

		belirsizlik ve tehlikeleri göstermektedir.
Askerler, gece atmosferi ve ay, yürüyen insanlar	Sokakta yürüyen askeri üniformalı insanlar, gece vakti ve ay ışığı altında bir sokak, sokakta yürüyen sivil insanlar	İşgal altındaki İstanbul'da askeri varlık, işgal güçlerini ve otoriteyi simgelerken, şehirdeki gergin atmosferi ve belirsizliği hissettirmektedir. Gece ve ay ışığı, bu baskı dönemindeki umudu ve olası değişimi yansıtmaktadır. Yürüyen insanlar, sivil halkın işgal altındaki günlük yaşamını ve karşılaştıkları belirsizlik ile tehlikeyi ifade etmektedir.
Tarla süren kadın, erkek ve öküzlerle yapılan tarım, doğal manzara	Tarlada çalışan başörtülü kadın, bir erkek ve iki öküz ile tarla sürmesi, arka planda görülen ormanlık alan ve dağlar	Kırsal alanda kadının emeği ve gücü, tarımsal faaliyetlerdeki aktif rolü ve fiziksel işlerdeki katkısını gösterilmektedir. Tarımsal sorumluluğun cinsiyetler arasında paylaşıldığı gösterilmektedir.
Savaş Alanı ve Patlamalar, Figür (Muhtemelen Mustafa Kemal Atatürk), Gece Atmosferi	Gecenin karanlığında savaş alanındaki patlamalar ve dumanlar, Savaş alanına bakan bir figür, muhtemelen Atatürk	Kurtuluş Savaşı'nın şiddeti ve kaosu, savaş alanı ve patlamalarla Türk milletinin bağımsızlık mücadelesini ve fedakarlığını simgelemektedir. Aynı zamanda, bu görüntüler yıkımı ve belirsizliği de yansıtmaktadır. Lider figürü, Atatürk'ün stratejik önemini ve savaş sırasındaki rolünü vurgulamaktadır. Gece atmosferi, savaşın karanlık ve tehlikeli dönemini temsil ederken, patlamaların ışığı umudu ve bağımsızlık mücadelesini simgelemektedir.

Tablo 14: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 00:00-01:35 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Gemi, atlı arabalar ve askerler, ay ve gece atmosferi	Parlak ay ışığı altında, limana demirlenmiş büyük bir gemi, sokakta yürüyen atlı arabalar ve askeri üniformalı askerler görülmektedir.	Gemi, ticari ve askeri bir sembol olarak işgal altındaki İzmir'in stratejik ve ekonomik önemini temsil ederken, askeri güçlerin varlığını ve limanın rolünü vurgulamaktadır. Askerler ve atlı arabalar, şehirdeki askeri kontrolü, direnişi ve bağımsızlık mücadelesini simgelemektedir. Gece ve ay ışığı, belirsizlik ve karanlık bir dönemi yansıtarak, İzmir'in işgal altındaki gergin ve değişken atmosferini ifade etmektedir. İşgal dönemindeki

		belirsizlikleri ve yaklaşan değişimi göstermektedir.
Askerler, gece atmosferi ve ay, yürüyen insanlar	Gece vakti ay ışığı altında, sokakta askeri üniformalı insanlar ve sivil halk birlikte yürümektedir.	Askerler, işgal altındaki İstanbul'da baskıyı ve o dönemin politik ve askeri durumunu simgelerken, aynı zamanda direniş ve bağımsızlık mücadelesinin zorluklarını da göstermektedir. Gece ve ay ışığı, belirsizlik ve karanlık bir dönemi temsil ederken, bir yandan da olası bir çıkış veya umut ışığına işaret etmektedir. Sokakta yürüyen insanlar, işgal altındaki halkın belirsizlik ve zorluklarla dolu günlük yaşamını, toplumsal direnişi ve hayatta kalma mücadelesini yansıtmaktadır.
Tarla süren kadın, erkek ve öküzlerle yapılan tarım, doğal manzara	Tarlada, başörtülü bir kadın, bir erkek ve iki öküzle birlikte çalışırken, arka planda ormanlık alan ve dağ manzarası görülmektedir.	Kadın görseli, kırsal yaşamda güç, direnç ve dayanıklılığın sembolü olarak sunulurken, tarlada çalışması, kadınların kırsal alanda ekonomik ve sosyal hayata olan önemli katkılarını vurgulamaktadır. Kadının tarımdaki varlığı, toplumsal cinsiyet rollerinin esnekliğini ve Cumhuriyet'in modernleşme idealleri doğrultusunda kadınların bu alanlarda oynadığı kritik rolü yansıtmaktadır. Doğal manzara, tarımsal faaliyetin doğayla uyumlu bir yaşam biçimi olduğunu ve kadınların bu bağlamda doğanın bir parçası olarak katkıda bulunduğunu ifade etmektedir.
Savaş Alanı ve Patlamalar, Figür (Muhtemelen Mustafa Kemal Atatürk), Gece Atmosferi	Gecenin karanlığında patlayan bombalar ve savaş alanındaki dumanlar arasında, savaş alanını izleyen bir lider figürü karanlık bir sahnede görülmektedir.	Savaşın zorluğu ve bağımsızlık mücadelesinin yoğunluğu, patlamalar ve savaş alanı üzerinden, Türk milletinin bağımsızlık için gösterdiği azim ve fedakarlığı simgelemektedir. Halkın özgürlük yolunda katlandığı sıkıntıları ve çektiği acıları yansıtılmaktadır. Lider figürü vizyon ve stratejiyi temsil eder; eğer Atatürk ise, onun Kurtuluş Savaşı'ndaki liderlik rolünü ve Türk milletine olan bağlılığını vurgulamaktadır. Gece ve karanlık, savaşın belirsizliğini ve tehlikelerini işaret ederken, patlamaların ışığı umudu, direnişi ve sonunda zaferle sonuçlanacak özgürlük mücadelesini simgelemektedir.

Tablo 13'te yer alan görseller, işgal altındaki İzmir ve İstanbul'un askeri varlığını ve bu şehirlerdeki belirsizlik atmosferini vurgulamaktadır. İzmir'deki gemi ve askerler, askeri işgalin stratejik önemini ve tehlikelerini gösterirken; İstanbul'daki gece atmosferi, sivil halkın yaşadığı belirsizlikleri ve umudu simgelemektedir. Tarımsal faaliyetlerde kadın ve erkeklerin eşit rolü ve kırsal yaşamın doğayla iç içe olması, tarımsal emeğin ve toplumsal cinsiyet rollerinin paylaşıldığını göstermektedir. Savaş alanındaki patlamalar ve gece atmosferi, Kurtuluş Savaşı'nın şiddetini, Türk milletinin bağımsızlık mücadelesini ve liderliğin önemini yansıtmaktadır.

Tablo 14'te yer alan gemi, atlı arabalar ve askerler ile gece atmosferi, İzmir'in 1919'daki işgal altındaki stratejik ve ekonomik önemini, askeri gücün varlığını ve limanın rolünü vurgulamaktadır. Gemi ve askerler görseli, askeri kontrolü ve direnişi simgelerken, gece ve ay ışığı belirsizlik ve karanlık bir dönemi yansıtarak İzmir'in işgal altındaki gergin atmosferini ifade etmektedir. Askerler, gece atmosferi ve ay ışığı altında yürüyen insanlar, İstanbul'daki askeri baskıyı, direnişi ve halkın günlük yaşamdaki zorluklarını temsil etmektedir. Gece ve ay ışığı görseli, belirsizlik ve umut ışığını simgelemektedir. Tarla süren kadın, erkek ve öküzler ile doğal manzara, kırsal yaşamda kadınların güç ve katkılarını, toplumsal cinsiyet rollerinin esnekliğini ve Cumhuriyet'in modernleşme ideallerini yansıtmaktadır. Doğal manzara, tarımsal faaliyetlerin doğayla uyumunu ifade etmektedir. Savaş alanındaki patlamalar ve gece atmosferi, Türk milletinin bağımsızlık mücadelesinin zorluklarını ve fedakarlığını gösterirken, liderlik figürü (muhtemelen Atatürk) stratejik önem ve vizyonu temsil etmektedir. Gece ve patlamalar, savaşın belirsizliğini ve umudu simgeler, özgürlük mücadelesinin zaferle sonuçlanacağına işaret etmektedir.



Görsel 8: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 33'te yer alan, 2023 yılında yayınlanan Ziraat Bankası'nın "Cumhuriyetimiz 100. Yılı Kutlu Olsun" adlı reklam filminin 01.36-02.18 süreleri arasındaki yedi farklı kesit (Ziraat Bankası, 2023b), Tablo 15'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 16'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 15: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Gazete dağıtan çocuk, Türk bayrağı, sokakta yürüyen insanlar	Elinde gazete tutan ve Cumhuriyet'in ilanını duyuran çocuk, arka planda dalgalanan Türk bayrağı, sokakta yürüyen çeşitli insanlar (erkekler ve kadınlar)	Cumhuriyet'in ilanı ile başlayan yeni dönemin heyecanı ve toplumda yarattığı etki gösterilmektedir. Çocuk görseli, geleceğe olan umut ve genç neslin yeni düzene inancını simgelerken, bayrak millî kimlik, bağımsızlık ve yeni bir ulusal gururu göstermektedir. Farklı insan profilleri, Cumhuriyet'in geniş bir

		toplumsal taban tarafından benimsendiğini ve herkesi kapsadığını göstermektedir.
Atatürk (traktörde oturan kişi), traktör ve modern tarım aletleri, arka planda geniş bozkır	Traktörde oturan beyaz şapkalı ve beyaz takım elbiseli kişi, Atatürk, modern tarım yapmak için kullanılan traktör ve ekipmanlar, bozkır manzarası ve geniş açık alan	Atatürk'ün traktörde oturması, onun ekonomik kalkınma ve tarımsal reformları yönlendiren bir lider olarak Türkiye'nin modernleşmesindeki rolünü göstermektedir. Traktör figürü, Cumhuriyet'in tarımsal modernleşme politikasını ve geleneksel yöntemlerden modern tekniklere geçişi temsil ederken, bozkır manzarası bu kalkınma projelerinin ülke çapındaki kapsayıcılığını göstermektedir.
Basma fabrikası tabelası, Türk bayrağı, kalabalık ve açılış töreni	"Basma Fabrikası" yazılı tabela, Kalabalıkta dalgalanan Türk bayrakları, Fabrika açılışına katılan ve bayrak taşıyan kalabalık	Cumhuriyet döneminde sanayileşme ve tekstil üretimine verilen önem, Türkiye'nin ekonomik bağımsızlık hedefini ve yerli üretimi teşvik etme çabalarını göstermektedir. Basma Fabrikası, bu süreçteki kendine yeterlilik amacını simgelerken, bayrak milli kimliği ve yeni düzene olan bağlılığı temsil etmektedir. Kalabalık ise, halkın Cumhuriyet'in sanayileşme ve kalkınma projelerine verdiği güçlü desteği göstermektedir.
Baraj ve inşaat alanı, çalışan işçiler, Türk bayrağı	Çubuk Barajı'nın inşaatı ve barajın yapım süreci, barajın inşasında çalışan işçiler, arka planda dalgalanan Türk bayrağı	Çubuk Barajı, Cumhuriyet'in su yönetimi ve elektrik üretimi gibi stratejik hedefler için modern altyapı projelerine verdiği önemi göstermektedir. İşçiler, bu kalkınma hamlelerinde emeğin ve halkın katkısının önemini temsil etmektedir. Dalgalanan Türk bayrağı, bu projelerin milli kimliğin parçası olarak görülmesini ve Cumhuriyet'in büyük ölçekli projeler gerçekleştirme kapasitesini göstermektedir.
Ziraat Bankası binası, Türk bayrakları, toplanan insanlar ve fotoğraf çekimi	Ziraat Bankası'nın tarihi binası ve tabelası, banka binasının önünde asılı Türk bayrakları, banka önünde toplanmış çeşitli insanlar ve fotoğraf çekim anı	Ziraat Bankası, Türkiye'nin modernleşme sürecinde tarım sektörüne destek vererek kırsal kalkınmanın bir sembolü olduğunu göstermektedir. Banka binası, Cumhuriyet'in ekonomik politikalarının bir güven ve istikrar simgesi olduğunu göstermektedir. Türk bayrakları,

		bankacılığın ulusal kalkınma projesindeki rolünü ve bankanın milli kimliğe bağlılığını göstermektedir. Toplanan kalabalık, bankanın toplumla güçlü bağlarını ve bir güven sembolü haline geldiğini göstermektedir. Fotoğraf çekimi, bankanın tarihsel önemini ve toplumsal hafızadaki yerini göstermektedir.
Atatürk portresi, Türk bayrağı, modern yüksek binalar, yazı ve sloganlar	Binanın üzerinde yer alan Atatürk portresi ve Türk bayrağı, Modern tasarıma sahip yüksek binalar, "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun" ve "Hep birlikte nice yüzyıllara!" metni	Atatürk'ün portresi ve Türk bayrağı, Cumhuriyet'in kurucusu olarak Atatürk'ün liderliğini ve devrimlerini hatırlatırken, Cumhuriyet'in değerlerine ve milli birliğe olan bağlılığı göstermektedir. Bayrak, Cumhuriyet'in 100 yıllık tarihindeki sürekliliği, ulusal gururu ve modernleşme sürecindeki başarıları simgelemektedir. Modern tasarıma sahip yüksek binalar, Türkiye'nin ekonomik ve mimari gelişimini, sanayi ve teknoloji alanındaki ilerlemeyi göstermektedir. Cumhuriyet'in 100 yıllık başarısını kutlama ve geleceğe yönelik kararlılığı, birlik ve beraberliğin önemini vurgulamaktadır.
Ziraat Bankası'nın modern binası, "160 Yıl" İfadesi, Ziraat Bankası logosunun kırmızı rengi, slogan ("Bir bankadan daha fazlası.")	Modern tasarıma sahip Ziraat Bankası binası, "160 yıl" yazısı, kırmızı renkteki Ziraat Bankası logosu, "Bir bankadan daha fazlası" sloganı	Ziraat Bankası'nın modernleşme ve uyum sağlama yeteneği, yenilikçi yaklaşımlarını ve ekonomik büyümedeki rolünü göstermektedir. Modern bina, bankanın Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir oyuncu olduğunu ifade etmektedir. Bankanın 160 yıllık geçmişi, istikrarını ve ekonomiye yaptığı kalıcı katkıları vurgulamaktadır. Kırmızı renk ve logo, cesaret, kararlılık ve Cumhuriyet ideallerine bağlılığı simgelemektedir. Ziraat Bankası, toplumsal ve ekonomik bir aktör olarak ulusal kalkınma projelerindeki aktif rolünü göstermektedir.

Tablo 16: 2023 Yılında Yayınlanan Ziraat Bankası'nın 29 Ekim Reklam Filminin 01:36-02:18 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Gazete dağıtan çocuk, Türk bayrağı, sokakta yürüyen insanlar	Elinde gazete tutan ve sokakta Cumhuriyet'in ilanını duyuran bir çocuk, arka planda dalgalanan Türk bayrağı ve sokakta yürüyen çeşitli insanlar (kadınlar ve erkekler) görülmektedir.	Çocuk figürü, gençliği ve geleceği simgeleyerek Cumhuriyet'in ilanı ile gelen yeni umutları ve genç neslin bu değişime olan inancını temsil etmektedir. Bayrak figürü, millî kimlik ve bağımsızlığın bir sembolü olarak, Cumhuriyet'in ilanının ulusun bağımsızlık mücadelesinin bir sonucu olduğunu ve ulusal gururu ifade etmektedir. Bayrağın varlığı, Cumhuriyet'in birlik ve beraberliğini simgelemektedir. Sokakta yürüyen farklı yaş ve cinsiyetten insanlar, toplumsal değişimi ve Cumhuriyet'in ilanının toplum üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. Bu farklı insan profilleri, Cumhuriyet'in kapsayıcılığını göstermektedir.
Atatürk (traktörde oturan kişi), traktör ve modern tarım aletleri, arka planda geniş bozkır	Beyaz şapkalı ve beyaz takım elbiseli ile Atatürk, modern traktör ve tarım ekipmanlarıyla birlikte geniş açık bozkır manzarası önünde ilerlemektedir.	Atatürk'ün tarım arazisinde traktör kullanması, onun modernleşme ve tarımsal reform projelerindeki liderliğini ve vizyonunu simgelemektedir. Bu durum, Atatürk'ün tarıma verdiği önemi ve tarımın Türkiye'nin ekonomik kalkınmasındaki rolüne dair perspektifini yansıtır, aynı zamanda Cumhuriyet'in modernleşme ideolojisinin bir ifadesidir. Traktör ve tarım aletleri, Cumhuriyet'in tarımsal kalkınma ve modernleşme çabalarını sembolize eder; bu araçlar, Türkiye'nin ekonomik kalkınmasını destekleyen modern tarım uygulamalarının önemini vurgulamaktadır. Bozkır manzarası ise, Türkiye'nin tarımsal potansiyelini ve bu potansiyelin modern tekniklerle değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma hedeflerini ve tarımsal modernleşme projelerini temsil etmektedir.
Basma fabrikası tabelası, Türk	"Basma Fabrikası" yazılı tabela, kalabalıkta taşınan Türk	Tabela, Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık ve yerli üretimi teşvik

bayrağı, kalabalık ve açılış töreni	bayrakları ve fabrika açılışına katılan insanlar görülmektedir.	etme çabalarını, Türkiye'nin sanayileşme sürecindeki ilerlemesini ve tekstilde kendine yeterlilik hedefini simgelemektedir. Fabrika, sanayileşmenin halkın refahını artırma amacı taşıdığını vurgulamaktadır. Bayraklar, milli kimliği ve sanayileşme sürecindeki birlik duygusunu yansıtarak, Cumhuriyet'in halk tarafından desteklendiğini ve sanayileşmenin ulusal bir amaç olarak benimsendiğini göstermektedir. Kalabalık, sanayileşme projelerine olan toplumsal desteği ve bu projelerin ulusal kalkınmadaki önemini vurgulamaktadır. Halkın katılımı, sanayileşmenin toplumsal birlik ve kalkınma aracı olarak görüldüğünü ifade etmektedir.
Baraj ve inşaat alanı, çalışan işçiler, Türk bayrağı	Çubuk Barajı'nın inşaatı ve yapım sürecinde çalışan işçiler, arka planda dalgalanan Türk bayrağı ile görülmektedir.	Baraj ve inşaat süreci, Cumhuriyet'in modernleşme ve kalkınma çabalarını, Türkiye'nin doğal kaynak yönetimi ve enerji üretim kapasitesini artırma hedeflerini simgelemektedir. Bu projeler, ekonomik ve sosyal kalkınma stratejilerindeki büyük altyapı yatırımlarının önemini göstermektedir. İşçiler, Cumhuriyet'in kalkınma projelerinde emeğin ve halkın rolünü vurgularken, "kendi kendine yetme" ilkesine bağlılığı da yansıtmaktadır. Türk bayrağı ise ulusal birliği, gururu ve bu projelere verilen toplumsal desteği, modernleşme ve bağımsızlık kararlılığını temsil etmektedir.
Ziraat Bankası binası, Türk bayrakları, toplanan insanlar ve fotoğraf çekimi	Ziraat Bankası'nın tarihi binası ve tabelası, önünde asılı Türk bayrakları ile banka önünde toplanmış insanlar ve fotoğraf çekim anı görülmektedir.	Ziraat Bankası'nın tarihi binası, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma ve modernleşme çabalarının bir sembolü olarak hizmet etmektedir. Banka, tarım sektörünü destekleyerek ve ekonomik istikrarı teşvik ederek Cumhuriyet'in hedeflerine katkıda bulunmaktadır. Yapı, güvenilir ve istikrarlı bir bankacılık sistemi oluşturma çabalarını yansıtmaktadır. Türk

		bayrakları, milli kimliği ve ekonomik kalkınmanın ulusal bir proje olarak görülmesini simgelemektedir. Bayrakların varlığı, bankanın Cumhuriyet idealleriyle uyumunu ve toplumsal hafızadaki yerini güçlendirdiğini göstermektedir. Toplanan insanlar, bankanın toplumla kurduğu güven ilişkisini ve toplumsal birlikteliği yansıtmaktadır. Fotoğraf çekimi, bu birlikteliği ve bankanın toplumsal hayattaki yerini belgelendirme amacını ifade etmektedir.
Atatürk portresi, Türk bayrağı, modern yüksek binalar, yazı ve sloganlar	Binanın üzerinde yer alan Atatürk portresi ve Türk bayrağı, modern tasarıma sahip yüksek binalar ile "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun" ve "Hep birlikte nice yüzyıllara!" metni birlikte görülmektedir.	Atatürk'ün portresi, Cumhuriyet'in kurucusu olarak onun mirasını ve ilkelerini yücelttiğini göstermektedir ve Türkiye'nin modernleşme sürecindeki rolünü hatırlatmaktadır. Bayrak, ulusal gururu, bağımsızlığı ve Cumhuriyet'in 100 yıllık sürekliliğini simgelemekte, birlik ve beraberliğe olan bağlılığı ifade etmektedir. Modern tasarıma sahip binalar, Türkiye'nin ekonomik kalkınma ve modernleşme hedeflerine yönelik başarılarını göstermekte ve Cumhuriyet'in yenilikçi vizyonunu yansıtmaktadır. Sloganlar, Cumhuriyet'in 100 yıllık başarısını kutlamak ve gelecekteki başarılarla olan inancı pekiştirmeyi amaçladığını göstermektedir.
Ziraat Bankası'nın modern binası, "160 Yıl" İfadesi, Ziraat Bankası logosunun kırmızı rengi, slogan ("Bir bankadan daha fazlası.")	Modern tasarıma sahip Ziraat Bankası binası, "160 yıl" yazısı, kırmızı renkteki Ziraat Bankası logosu, "Bir bankadan daha fazlası" sloganı birlikte gösterilmektedir.	Bina, Ziraat Bankası'nın modern ve yenilikçi bir kurum olarak Türkiye'nin ekonomik kalkınma sürecine uyum sağladığını simgelemektedir. Modern mimari, bankanın teknolojik gelişmelere açık olduğunu ve ekonomik dönüşümlere uyum kapasitesini temsil etmektedir. Bankanın köklü geçmişi, güvenilirliğini ve ulusal ekonomik kalkınmadaki sürekliliğini göstermektedir. Kırmızı renk, dinamizm, cesaret, kararlılık ve Cumhuriyet ilkelerine bağlılığı

		vurgulamaktadır. Ziraat Bankası, toplumsal kalkınma ve ekonomik büyümede yalnızca bir finansal kurum değil, aynı zamanda önemli bir sosyal aktör olarak toplumun her kesimine dokunduğunu ve kalkınmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir.
--	--	---

Tablo 15’te yer alan görseller, Cumhuriyet’in modernleşme ve kalkınma çabalarını göstermektedir. Ziraat Bankası, tarım sektörüne destek sağlayarak kırsal kalkınmanın ve ekonomik büyümenin sembolü olarak öne çıkmaktadır. Basma Fabrikası ve Çubuk Barajı görselleri Türkiye'nin sanayileşme ve altyapı geliştirme çabalarını yansıtmaktadır. Atatürk'ün portresi ve Türk bayrağı figürleri, Cumhuriyet'in liderlik, millî kimlik ve birlik ilkelerine olan bağlılığını simgelemekte, modern binalar ise Türkiye'nin ekonomik ve teknolojik gelişimini göstermektedir.

Tablo 16’da yer alan görseller, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşu ve modernleşme sürecini çeşitli figürler aracılığıyla yansıtmaktadır. Gazete dağıtan çocuk görseli, gençliği ve Cumhuriyet’in getirdiği yeni umutları temsil ederken, arka plandaki Türk bayrağı millî kimliği ve bağımsızlığı vurgulamaktadır. Atatürk’ün modern tarım aletleriyle bozkırda yer alışı görseli, tarımsal reform ve modernleşme hedeflerini simgelemektedir. Basma fabrikası açılışı görseli, Cumhuriyet’in ekonomik bağımsızlık ve sanayileşme çabalarını vurgularken, Türk bayrakları millî kimlik ve sanayileşmenin ulusal bir amaç olarak benimsendiğini göstermektedir. Baraj inşaatı ve işçiler görseli, Cumhuriyet’in kalkınma ve altyapı projelerini, Türk bayrağı ise ulusal birliği temsil etmektedir. Ziraat Bankası’nın tarihi binası, ekonomik kalkınma ve toplumsal güveni simgelerken, modern Ziraat Bankası binası ve "160 Yıl" ifadesi, bankanın köklü geçmişini ve modern ekonomik dönüşümlere uyumunu yansıtmaktadır. Atatürk portresi ve modern binalar görselleri, Cumhuriyet’in 100 yıllık başarısını ve yenilikçi vizyonunu kutlarken, sloganlar bu başarıları pekiştirmektedir. Bu görseller, Cumhuriyet’in toplumsal ve ekonomik değişimlerini sembolik olarak ifade etmektedir.

Ziraat Bankası’nın 2023 yılında yayınlana “Cumhuriyetimiz 100. Yılı Kutlu Olsun” adlı reklam filmi, Cumhuriyet’in temel değerleri olan bağımsızlık mücadelesi, toplumsal dayanışma, modernleşme, kalkınma ve millî kimlik güçlü bir şekilde

vurgulanmaktadır. İzmir ve İstanbul'un işgal altındaki stratejik önemi, askeri güç ve belirsizlik atmosferi, Türk milletinin bağımsızlık ve özgürlük mücadelesinin önemini simgelerken; tarımsal faaliyetlerde kadın ve erkeklerin eşit rol üstlenmesi, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kırsal yaşamın modernleşme sürecindeki yerini göstermektedir. Ayrıca, Ziraat Bankası'nın tarımsal kalkınmaya katkısı, Cumhuriyet'in ekonomik büyüme ve kırsal kalkınma hedefleriyle doğrudan ilişkilendirilmiştir. Türkiye'nin sanayileşme ve altyapı geliştirme çabaları, Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık ve kalkınma ideallerini temsil ederken, liderlik figürü Atatürk, bu süreçte stratejik vizyon ve kararlılığı simgelemektedir. Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde gençlik, yeni umutlar ve ulusal birlik vurgulanırken, Atatürk'ün önderliği ve Cumhuriyet'in kazanımları, bağımsızlık, ekonomik büyüme ve toplumsal gelişimle birlikte ele alınmaktadır. Bu görseller, Cumhuriyet'in kurucu ilkelerini ve Türkiye'nin modernleşme sürecindeki başarılarını sembolik bir dille anlatmaktadır.

3.7.5. İş Bankası'nın 1986 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 9: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 9'da yer alan, 1986 yılında yayınlanan İş Bankası'nın reklam filminin 00.00-00.29 süreleri arasındaki dört farklı kesit (YouTube, 2019a), Tablo 17'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 18'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 17: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
“1923 İzmir İktisat Kongresi” metni, Atatürk, insanlar, sahne	Masanın arkasında duran adam (Atatürk), konuşma yapma eylemi, sahne dekoru, kıyafetler, masa ve arka plandaki halı	1923 İzmir İktisat Kongresi, Cumhuriyet'in ekonomik temellerinin atıldığı bir dönemi ve Türkiye'nin bağımsız ekonomik politikalarını geliştirme çabasını göstermektedir. Atatürk'ün masada durması ve konuşma yapması, liderlik ve modernleşme hareketlerinin başlangıcını da göstermektedir.
Bir otoyol ve kavşak sistemi	Otoyollar, köprüler ve kavşaklar	Altyapı yatırımları, Türkiye'nin modernleşme ve ekonomik büyüme çabalarının bir sembolü olarak gösterilmektedir. İş Bankası'nın bu kalkınmaya olan katkısı vurgulanmaktadır.
Laboratuvar veya üretim tesisi ortamında çalışan insanlar	Beyaz önlüklü, bilim insanları, masa üzerinde çeşitli laboratuvar ekipmanları	İlaç ve kimya sanayisi, modern bilim ve teknolojinin bir göstergesi olarak ele alınmaktadır. İş Bankası'nın sanayinin gelişimine ve bilimsel yeniliklere yaptığı yatırımları vurgulanmaktadır.
Helikopter ve lüks otomobil	Helikopterin havalanmaya hazır olması ve lüks bir otomobilin yanında durması	Modern ve hızlı ulaşım araçları, İş Bankası'nın yenilikçi ve seçkin bir müşteri kitlesine hitap ettiğini ve Türkiye'nin dünya ile rekabet eden, üst düzey yaşam standartlarına sahip bir ülke olduğunu göstermektedir.

Tablo 18: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:29 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
“1923 İzmir İktisat Kongresi” metni, Atatürk, insanlar, sahne	1923 yılında gerçekleştirilen İzmir İktisat Kongresi'nde Atatürk'ün konuşma yapma sahnesi gösterilmektedir.	Türkiye'nin bağımsızlık mücadelesinin ekonomik cephede de devam ettiği vurgulanmaktadır. Atatürk'ün liderliği, modern Türkiye'nin ekonomik özgürlüğüne ve Cumhuriyet'in kurucu değerlerine verilen önemi göstermektedir. İş Bankası'nın kurulması ise, Türkiye'nin ekonomik alandaki bağımsızlık mücadelesine katkı sağlayan önemli bir gelişmeyi temsil etmektedir.
Bir otoyol ve kavşak sistemi	Bir otoyol ve kavşak sisteminde araçlar hareket etmektedir.	Otoyollar, köprüler ve kavşak sistemleri gibi projeler, sadece

		fiziki ulaşımı kolaylaştırmakla kalmayıp, ekonomik gelişme ve toplumsal ilerlemenin de göstergesi olarak sunulmaktadır. İş Bankası, ülkenin modernleşme sürecine ve altyapı yatırımlarına desteğiyle kalkınmaya öncülük etmektedir.
Laboratuvar veya üretim tesisi ortamında çalışan insanlar	Laboratuvar ortamında bilim insanları ve araştırmacılar çalışmaktadır.	Türkiye'nin sanayileşme ve modernleşme sürecinde bilim ve teknolojiye, özellikle de kimya sanayisine verilen önemi vurgulayan görsel, ülkenin kendi kendine yeterliliğini ve ulusal gücünü artırma çabalarını yansıtmaktadır. İş Bankası kimya sanayisine yaptığı yatırımlar ile Türkiye'nin sanayileşme hedeflerine katkıda bulunmaktadır.
Helikopter ve lüks otomobil	Helikopter ve lüks otomobil görülmektedir.	Helikopter ve lüks otomobil gibi simgeler, Türkiye'nin Cumhuriyet'in kazanımları doğrultusunda modernleşme sürecini ve uluslararası alanda rekabet eden, ileri görüşlü bir ülke olarak konumunu güçlendirmektedir. İş Bankası'nın prestijli ve elit bir imaj çizme çabası, aynı zamanda Cumhuriyet'in modernleşme ideallerini ve ulusal kalkınmayı destekleme amacını yansıtmaktadır.

Tablo 17'de yer alan görseller, İş Bankası'nın Türkiye'nin modernleşme sürecine olan katkılarını çeşitli figürlerle göstermektedir. İzmir İktisat Kongresi görseli, Cumhuriyet'in ekonomik temellerinin atıldığı bir dönem olarak, Atatürk'ün liderliğini ve bağımsız ekonomik politikaların başlangıcını temsil etmektedir. Otoyol ve kavşaklar görseli, altyapı yatırımları aracılığıyla modernleşme ve ekonomik büyümeyi simgelemektedir. Laboratuvar görseli, kimya ve ilaç sanayisi ile modern bilime yapılan yatırımları göstermekte, helikopter ve lüks otomobil ise İş Bankası'nın seçkin müşteri kitlesine hitap ettiğini ve Türkiye'nin gelişmiş bir ülke olduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 18'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in modernleşme süreci ve Türkiye'nin ekonomik kalkınma hedeflerini yansıtırken, İş Bankası'nın bu süreçteki

rolünü göstermektedir. Atatürk'ün 1923 İzmir İktisat Kongresi'nde yaptığı konuşma görseli, Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık ve kalkınma çabalarının bir göstergesi olarak milli kimliğin şekillendiği kritik bir anı temsil ederken, otoyol ve kavşak sistemi görseli Türkiye'nin sanayileşme sürecindeki modern altyapı projeleriyle milli kimliği ve ekonomik gelişmeyi simgelemektedir. Laboratuvar ortamındaki bilim insanları görseli, Türkiye'nin sanayileşme ve modernleşme çabalarındaki bilim ve teknolojiye verilen önemi gösterirken, helikopter ve lüks otomobil, Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü ve modern yaşam standartlarını vurgulamaktadır. İş Bankası, bu süreçte Cumhuriyet'in kalkınma hedeflerine destek veren yatırımlarla ekonomik büyümeye katkı sağlamış, sanayi ve altyapı projelerine finansman sağlayarak modernleşme çabalarını pekiştirmiştir. İş Bankası hem sanayileşme hem de prestijli hizmetleriyle Türkiye'nin modernleşmesinde kritik bir aktör olarak konumlanmıştır.



Görsel 10: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 10'da yer alan, 1986 yılında yayınlanan İş Bankası'nın reklam filminin 00.30-00.59 süreleri arasındaki dört farklı kesit (YouTube, 2019a), Tablo 19'da Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 20'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 19: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Bir otelin iç kısmı, asansör sistemi, beyaz ve şeffaflık	Modern ve şeffaf asansörlerin bulunduğu büyük, beyaz bir otel	Modern mimari ve teknoloji, şeffaflık ve yenilik ile sembolize edilerek İş Bankası'nın modernleşme ve Türkiye'nin

		turizm gibi hizmet sektörlerinin gelişimine verdiği destek vurgulanmaktadır.
Banka şubesi, çalışanlar, teknoloji ile bütünleşmiş çalışma ortamı	Banka içinde modern bilgisayar sistemleriyle çalışan görevliler	Bankanın teknolojiyi etkin şekilde kullanması, modern ve verimli bir çalışma ortamı yaratma hedefiyle ilişkilendirilmektedir. Bu, bankanın yenilikçi kimliğini ve teknolojiyi müşterilerine sunduğu hizmetlerin kalitesini artırmak için nasıl kullandığını gösterilmektedir.
İki kişinin tokalaşması, uluslararası iş anlaşmaları	Bankacılar, iş insanları, tokalaşma	Tokalaşma, iş birliği ve güvenin simgesi olarak kullanılarak, bankanın uluslararası ortaklıklar kurarak Türkiye ekonomisini dünya ile entegre etme çabasını göstermektedir.
İş Bankası logosu, “O gün kurulması istene banka, Türkiye İş Bankası 63 yıldır iş başında...” metni	İş Bankası logosu, “O gün kurulması istene banka, Türkiye İş Bankası 63 yıldır iş başında...”	Bankanın geçmişten bugüne Türkiye’nin ekonomik yapısında ne kadar derin ve kalıcı bir iz bıraktığını göstermektedir.

Tablo 20: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası’nın Reklam Filminin 00:30-00:59 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes’e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Bir otelin iç kısmı, asansör sistemi, beyaz ve şeffaflık	Büyük ve modern bir otelin iç kısmındaki asansör görülmektedir.	İş Bankası’nın, sadece finansal yatırımlarla değil, modern altyapı ve hizmet sektörüne yaptığı yatırımlarla da Türkiye’nin kalkınmasına ve ulusal ekonominin güçlenmesine önemli katkılar sunmaktadır. Asansör, bankanın dikey büyümesini ve Cumhuriyet’in modernleşme hedeflerine uygun olarak sürekli gelişim içinde olduğunu göstermektedir. Beyaz renk ise saflık ve şeffaflığı temsil etmekte olup, bu da bankanın Cumhuriyet ilkelerine dayanan güvenilirlik ve dürüstlük gibi kurumsal değerlerini yansıtmaktadır.
Banka şubesi, çalışanlar, teknoloji ile bütünleşmiş çalışma ortamı	Banka çalışanları, teknolojiyle entegre bir ortamda müşterilere hizmet vermektedir.	İş Bankası’nın modern teknolojiye adaptasyonu, sunduğu hizmetlerin hız ve güven temelli olduğunu vurgularken, bankanın Cumhuriyet’in modernleşme

		değerlerine uygun bir yapıyla işlediğini göstermektedir. Çalışanların profesyonellik ve disiplinle hareket etmesi, bankanın iç yapısının bu değerler doğrultusunda şekillendiğini yansıtmaktadır.
İki kişinin tokalaşması, uluslararası iş anlaşmaları	İki iş insanı bir anlaşma yaparak tokalaşmaktadır.	Tokalaşma, iş dünyasında güven ve iş birliğinin sembolü olarak kullanılırken, bankanın uzun vadeli ve güvene dayalı iş ilişkilerine verdiği önem vurgulanmaktadır. Bu, İş Bankası'nın dünya markası olma yolunda attığı adımları ve uluslararası arenada güçlü bir konuma sahip olduğunu göstermektedir.
İş Bankası logosu, "O gün kurulması istene banka, Türkiye İş Bankası 63 yıldır iş başında..." metni	63 yıldır iş başında olan Türkiye İş Bankası'nın, kuruluş yıl dönümüne işaret eden bir metin ve logo birlikte yer almaktadır.	Cumhuriyet'in kurucu değerlerine yapılan atıf, bankanın Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığı ve kalkınmasına katkılarının altını çizmektedir. Metin ve logo, bankanın tarihsel mirasını, güvenilirliğini ve Türkiye ekonomisinde oynadığı uzun soluklu rolü ortaya koyarak, Cumhuriyet'in kuruluşundan bu yana süregelen modernleşme çabalarında önemli bir aktör olduğunu göstermektedir.

Tablo 19'da yer alan görseller, İş Bankası'nın Türkiye'nin modernleşme ve ekonomik kalkınma süreçlerindeki rolünü çeşitli sembollerle ortaya koymaktadır. Modern mimari ve teknoloji kullanımı görseli, bankanın turizm ve hizmet sektörlerine verdiği desteği simgelerken, teknolojik altyapı ile donatılmış banka şubesi görseli, bankanın yenilikçi kimliği ve hizmet kalitesini yükseltme çabasını göstermektedir. Tokalaşma görseli, bankanın uluslararası alandaki varlığını ve iş birliklerini vurgularken, İş Bankası logosu ve 63 yıllık geçmişi, bankanın Cumhuriyet'in ekonomik yapısında derin ve kalıcı bir iz bıraktığını ifade etmektedir.

Tablo 20'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in modernleşme idealleri çerçevesinde İş Bankası'nın Türkiye'nin kalkınmasına ve ulusal ekonominin güçlenmesine sağladığı katkıları simgelemektedir. Otelin iç kısmındaki asansör görseli, bankanın yalnızca finansal yatırımlar değil, modern altyapı ve hizmet sektörüne yaptığı yatırımlarla da büyümesini ve gelişimini sürdürdüğünü

göstermektedir. Aynı zamanda dikey büyümeyi ve Cumhuriyet'in modernleşme hedeflerine uygun sürekli gelişimini simgelemektedir. Beyaz renk ise saflık ve şeffaflığı temsil ederek, bankanın güvenilirlik ve dürüstlük gibi Cumhuriyet ilkelerine dayanan değerlerini yansıtmaktadır. Banka şubesindeki teknolojik ortam ve çalışanlar görseli, İş Bankası'nın modern teknolojiye adaptasyonunu ve sunduğu hizmetlerin hız, güven ve verimliliğe dayandığını göstermekte, çalışanların profesyonel ve disiplinli bir şekilde çalışması, bankanın Cumhuriyet'in modernleşme değerlerine uygun bir yapıya sahip olduğunu vurgulamaktadır. Tokalaşma görseli ise, bankanın ulusal düzeyin ötesinde, uluslararası arenada da etkin bir aktör olduğunu ve dünya markası olma yolunda önemli adımlar attığını simgelemektedir. İş dünyasında güven ve iş birliğinin sembolü olan tokalaşma, İş Bankası'nın uzun vadeli ve güvene dayalı iş ilişkilerine verdiği önemi ve Türkiye ekonomisini uluslararası alanda entegre etme çabalarını yansıtmaktadır.

İş Bankası'nın 1986 yılından yayınlana reklam filminde, Cumhuriyet'in temel değerlerini yansıtarak Türkiye'nin modernleşme ve kalkınma sürecindeki rolünü vurgulamaktadır. İzmir İktisat Kongresi görseli, ekonomik bağımsızlık ve milli ekonomi politikalarının başlangıcını simgelerken, otoyol ve kavşaklar gibi altyapı projeleri modernleşme ve sanayileşme ideallerini yansıtmaktadır. Laboratuvarlar ve bilim insanları görselleri, bilime ve teknolojiye verilen önemi gösterirken, helikopter ve lüks otomobiller Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü ve modern yaşam standartlarını temsil etmektedir. Beyaz rengin saflık ve şeffaflıkla ilişkilendirildiği görseller, Cumhuriyet'in dürüstlük, güven ve şeffaflık gibi değerlerine vurgu yapmaktadır. Tokalaşma, iş dünyasında güvene dayalı iş birliklerini ve uluslararası alanda etkin bir aktör olma hedefini simgelemekte, İş Bankası'nın bu süreçteki katkılarını Cumhuriyet'in modernleşme ve kalkınma idealleri doğrultusunda pekiştirmektedir.

3.7.6. İş Bankası'nın 1999 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 11: 1999 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 11'de yer alan, 1999 yılında yayınlanan İş Bankası'nın reklam filminin 00.00-01.00 süreleri arasındaki altı farklı kesit (YouTube, 2019b), Tablo 21'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 22'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 21: 1999 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Sakıp Sabancı'nın ofisi ve arkasındaki Atatürk ile Zübeyde Hanım portreleri	Sakıp Sabancı'nın bir iş insanı olarak ofisinde bulunması ve duvarda asılı Atatürk ve Zübeyde Hanım'ın portreleri	Bu portreler, Sabancı'nın Cumhuriyet değerlerine olan bağlılığını ve modern Türkiye'nin ekonomik ve toplumsal kalkınmasındaki rolünü sembolize etmektedir. Sabancı'nın liderliği, bu değerler üzerinden güçlenmektedir.
Meriç Sümen'in bale	Bale yaparken stüdyodaki yansıması	Sümen, sanat alanında uluslararası başarıya ulaşmış bir figür olarak Cumhuriyet'in eğitim

stüdyosunda bale yapması		ve kültür politikalarının bir sonucu olarak gösterilmektedir.
Vitali Hakko'nun üretim tesisinde durması	Hakko'nun beyaz önlük içinde bir üretim hattının başında durması	Hakko, moda ve tekstil sektörünün Türkiye'deki gelişimini ve Cumhuriyet'in teşvik ettiği sanayi reformlarını simgelemektedir.
Bedri Koraman'ın karikatür çizerken masa başında çalışması	Koraman'ın karikatür masasında çizim yapıyor olması	Koraman, sanatıyla toplumu hem eğiten hem de eleştiren bir figür olarak, Cumhuriyet'in özgür düşünceyi teşvik eden yönünü sembolize eden biri olarak gösterilmektedir.
Gülriiz Sururi'nin gözlerine yakın çekim	Sururi'nin gözleri ve bu gözlerin izleyiciye doğrudan bakması	Sururi, tiyatro sanatının güçlü bir figürü olarak, bireysel ifadenin gücünü ve sanatın toplumsal değişimdeki rolünü temsil etmektedir.
Halit Kıvanç'ın televizyon stüdyosunda olması	Televizyon stüdyosu, ışıklar, kameralar ve Kıvanç'ın sunum yapıyor olması	Modern medya ve iletişim devriminde Kıvanç, Türkiye'de medyanın öncüsü olarak Cumhuriyet'in toplumsal iletişime verdiği önemi ve medyanın halkla bağ kurmadaki rolünü temsil etmektedir. Televizyon stüdyosu ise modern iletişim ve medya yapısını göstermektedir.

Tablo 22: 1986 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Sakıp Sabancı'nın ofisi ve arkasındaki Atatürk ile Zübeyde Hanım portreleri	Sabancı, arkasındaki duvarda asılı olan Atatürk ve Zübeyde Hanım'ın portrelerinin bulunduğu ofisinde oturmaktadır.	Sabancı'nın, Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik kalkınmasına katkı sağlayan bir lider olduğu ve başarılarını Cumhuriyet'in sunduğu olanaklarla gerçekleştirdiği anlatılmaktadır. Atatürk, Türkiye'nin modernleşme sürecinin mimarı olarak Cumhuriyet'in başarısını simgelerken, Zübeyde Hanım portresi ise Cumhuriyet'in kadınlara tanıdığı hakları işaret etmektedir.
Meriç Sümen'in bale stüdyosunda bale yapması	Sümen bale stüdyosundan çalışmaktadır.	Sümen, Cumhuriyet'in eğitim reformlarının sonucu olarak Türkiye'nin kültürel sahadaki başarısını temsil etmektedir. Sanatın hem bireysel hem de toplumsal dönüşüme olan etkisi gösterilmektedir. Bale,

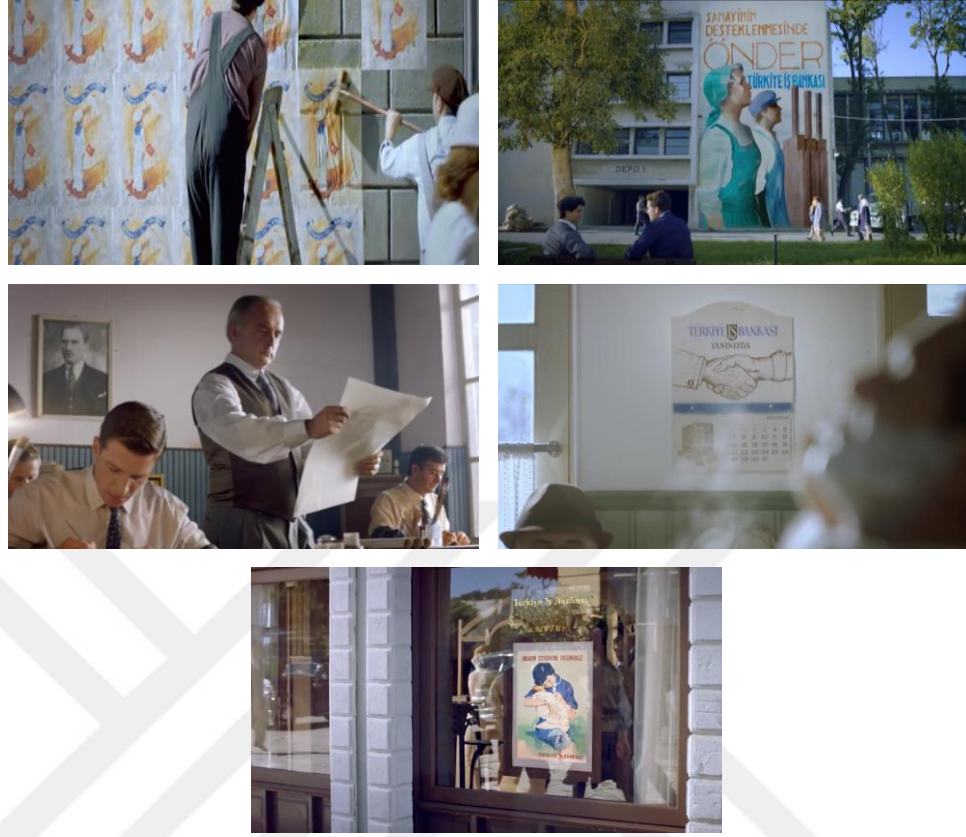
		Cumhuriyet'in Batılılaşma ve modernleşme çabalarının bir ürünü olarak kullanılmıştır.
Vitali Hakko'nun üretim tesisinde durması	Hakko bir üretim hattının başında durmaktadır.	Türkiye'nin modernleşme sürecindeki sanayileşmeye katkısını simgeleyen Hakko, bu görselde modern üretim ve iş ahlakının sembolü olarak yer almaktadır.
Bedri Koraman'ın karikatür çizerken masa başında çalışması	Koraman'ın çalışma masasında çizim yaptığı gösterilmektedir.	Koraman, mizahi anlatımıyla Türkiye'nin sosyal ve siyasal meselelerine ışık tutan bir sanatçı olarak öne çıkmaktadır. Cumhuriyet'in eleştirel düşüncüyü teşvik etme politikalarının bir ürünü olarak Koraman'ın sanatı, özgür ifadenin bir yansımasıdır.
Gülriz Sururi'nin gözlerine yakın çekim	Sururi izleyiciye doğrudan bakmaktadır.	Gözlerin derinliği, tiyatrunun derin etkisini ve birey üzerindeki dönüşüm gücünü sembolize etmektedir. Sururi, tiyatro sanatının modern Türkiye'deki önemini temsil etmektedir. Cumhuriyet'in sanata verdiği önemin bir yansıması olarak, Sururi'nin gözleri, sanatın toplumsal bilinç ve farkındalık yaratmadaki rolünü simgelemektedir.
Halit Kıvanç'ın televizyon stüdyosunda olması	Televizyon stüdyosu, ışıklar, kameralar ve Kıvanç'ın sunum yaptığı gösterilmektedir.	Cumhuriyet'in iletişim ve medya alanında sağladığı olanaklar sayesinde, kitlelere bilgi aktarımının modern yöntemlerle gerçekleştirilmesi ve bu süreçte kanaat önderi olarak Kıvanç'ın rol üstlenmesi, eğitim ve kültürel gelişimin Cumhuriyet'in temel ilkelerinden biri olduğunu göstermektedir.

Tablo 21'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in modernleşme ve kalkınma sürecindeki başarılarını göstermektedir. Sabancı'nın ofisinde yer alan Atatürk ve Zübeyde Hanım portreleri, Cumhuriyet değerlerine bağlılığını ve kalkınmaya olan katkısını simgelerken; Sümen'in bale yaptığı görsel, Cumhuriyet'in eğitim ve kültür politikalarının bir yansımasıdır. Hakko'nun üretim tesisindeki görüntüsü, sanayileşme politikalarının modern iş dünyasındaki etkisini temsil ederken, Koraman'ın karikatür çizerken gösterildiği an, Cumhuriyet'in özgür düşüncüyü teşvik eden yapısını simgelemektedir. Sururi'nin sanatı, toplumsal değişimdeki rolü ve bireysel ifadenin gücünü yansıtırken, Kıvanç'ın medyanın halkla iletişimdeki rolünü ve Cumhuriyet'in

toplumsal iletişime verdiği önemi temsil eden sahnesi de yer almaktadır. Bu figürler, İş Bankası'nın sadece bir banka olmadığını, aynı zamanda Cumhuriyet'in ekonomik, kültürel ve toplumsal kalkınma sürecinde önemli bir rol oynayan bir kurum olduğunu vurgulamaktadır.

İş Bankası'nın 1999 yılında yayınladığı reklam filminde yer alan figürler (Sakıp Sabancı, Meriç Sümen, Vitali Hakko, Bedri Koraman, Gülriz Sururi, Halit Kıvanç), Cumhuriyet'in modernleşme, sanayileşme, kültür ve sanat alanlarındaki başarılarını temsil ederken, bankanın bu süreçlerdeki katkısını ve Cumhuriyet'in kurucu değerlerine olan bağlılığını vurgulamaktadır. İş Bankası hem ekonomik kalkınmayı hem de kültürel gelişimi destekleyen bir kurum olarak bu figürlerin başarılarına ortak olmaktadır. Türkiye'nin dünü, bugünü ve yarınına hizmet ettiğini anlatmaktadır. Reklam, figürlerin her birini kendi alanlarında lider olarak sunarak, İş Bankası'nın Türkiye'deki finansal liderliğini, güvenilirliğini ve köklü geçmişini pekiştirmektedir. Banka, sadece ekonomik değil, sanat, kültür ve medya gibi alanlardaki gelişimlerde de öncülük eden bir kurum olduğunu bu figürler aracılığıyla gösterir; böylece, Cumhuriyet'in çok yönlü kalkınmasında merkezi bir rol oynadığını ifade etmektedir.

3.7.7. İş Bankası'nın 2018 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 12: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 12'de yer alan, 2018 yılında yayınlanan İş Bankası'nın reklam filminin 00.00-00.47 süreleri arasındaki beş farklı kesit (Türkiye İş Bankası, 2018), Tablo 23'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 24'te ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 23: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Duvara Türkiye İş Bankası posterini asan işçiler	Posterler, Türkiye haritası üzerinde duran bir figür ve Türk bayrağı	Posterlerdeki figürler, İş Bankası'nın Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlığına ve kalkınmasına katkısını simgelemektedir. İşçiler hem fiziksel hem de sembolik olarak Cumhuriyet'in ekonomik gelişiminde yer almaktadır. Bu, bankanın yalnızca finansal değil, toplumsal bir misyon üstlendiğini göstermektedir.

Duvara asılmış işçileri tasvir eden dev afiş	Afişte kadın ve erkek işçilerin betimlendiği bir kompozisyon ve “Sanayinin Desteklenmesinde Önder Türkiye İş Bankası” metni	Afiş, İş Bankası'nın sanayideki lider rolünü ve işçilere verdiği desteği vurgulamaktadır. Kadın işçilerin varlığı, Cumhuriyet'in toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların iş gücüne katılımına verdiği önemi simgelemektedir.
Ofiste çalışan tasarımcılar ve duvarda Atatürk portresi	Masada çizim ve tasarım yapan çalışanlar ile duvarda asılı Atatürk portresi	Tasarımcılar, Cumhuriyet'in modernleşme hamlesinin estetik, yaratıcı ve iletişimsel yanını temsil ederken, Atatürk portresi bu sürecin liderliğini sembolize etmektedir. Atatürk portresi ile yaratıcılığın ve modernleşmenin temelinde Atatürk'ün vizyonunun yattığını hatırlatmaktadır.
İş Bankası takvimi ve tokalaşan eller	Takvimde tokalaşan iki el ve "Türkiye İş Bankası Yanınızda" metni	Tokalaşma, İş Bankası'nın güvenilirliğini ve toplumla güçlü işbirliğini simgelerken, "Yanınızda" ifadesi bankanın her zaman halkın ve iş dünyasının destekçisi olduğunu vurgulamaktadır.
Pencereye yapıştırılmış "Onların İstikbalini Düşününüz" afişi	Afişte bir anne ve çocuğun kucaklaşma anı ve İş Bankası logosu	"Onların İstikbalini Düşününüz" afişi, gelecek nesillerin refah ve eğitimine vurgu yaparak, İş Bankası'nın ailelerin geleceğini güvence altına alma konusunda sunduğu desteği simgelemektedir.

Tablo 24: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

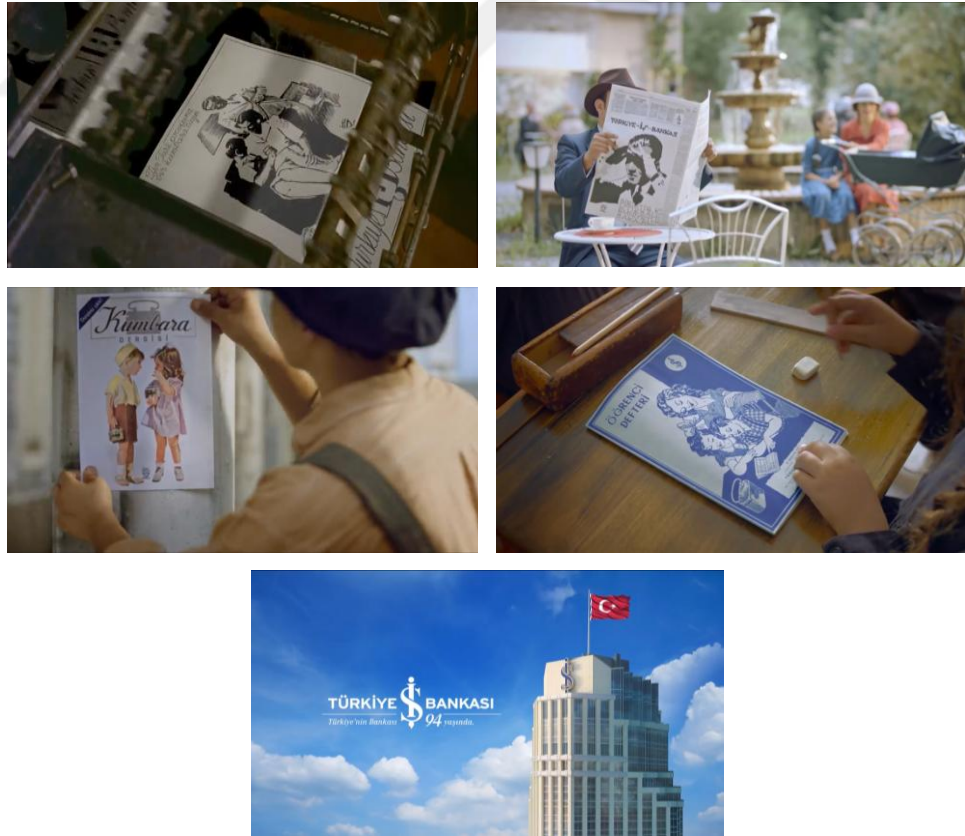
Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Duvara Türkiye İş Bankası posterleri asan işçiler	İşçiler duvara bir poster asmaktadır.	İşçilerin emeği, bankanın kalkınmadaki misyonunu simgelemektedir. Posterlerdeki harita ve bayrak figürü, bankanın millî kimlik, ekonomik bağımsızlık ve ulusal kalkınma ile olan bağına anlatmaktadır.
Duvara asılmış işçileri tasvir eden dev afiş	Afişte kadın ve erkek işçilerin betimlendiği bir kompozisyon ve “Sanayinin Desteklenmesinde Önder Türkiye İş Bankası” metni yazmaktadır.	Afiş, İş Bankası'nın sanayiye verdiği destekle Türkiye'nin modernleşmesine katkısını ve Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık hedeflerini simgelemektedir. Kadın ve erkek işçilerin birlikte gösterilmesi, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kalkınmaya eşit katılımı vurgulamaktadır. Bu unsurlar, Cumhuriyet'in ulusal kalkınma, toplumsal eşitlik ve modernleşme

		idealleriyle uyumlu bir mesaj sunmaktadır.
Ofiste çalışan tasarımcılar ve duvarda Atatürk portresi	Tasarımcılar bir ofiste çalışmaktadır. Duvarda Atatürk portresi asılıdır.	Atatürk'ün portresi, yalnızca politik değil, aynı zamanda sanatsal ve kültürel alanlardaki modernleşme vizyonunu da yansıtmaktadır. Banka, Cumhuriyet ideallerini yaratıcılıkla birleştiren bir kurum olarak kendini konumlandırmaktadır.
İş Bankası takvimi ve tokalaşan eller	Takvimde tokalaşan iki el ve "Türkiye İş Bankası Yanınızda" yazısı bulunmaktadır.	Takvim figürü, bankanın her zaman halkın yanında olduğunu ve toplumun her kesimiyle iç içe bir yapıda olduğunu vurgulamaktadır. "Yanınızda" metni, bankanın ekonomik bağımsızlık, toplumsal dayanışma ve ulusal egemenlik gibi Cumhuriyet değerlerine bağlı olduğunu göstermektedir.
Pencereye yapıştırılmış "Onların İstikbalini Düşününüz" afişi	Pencereye yapıştırılmış "Onların İstikbalini Düşününüz" afişi bulunmaktadır. Afişte, bir anne ve çocuğun kucaklaşma anı ile İş Bankası logosu yer almaktadır.	Afişteki anne-çocuk figürü, Cumhuriyet'in eğitim, nesiller arası sorumluluk ve geleceğe yatırım gibi temel ideallerine verdiği önemi simgelemektedir. İş Bankası, halkın geleceğine güvence sunarken, afişteki duygusal anlatım, bankanın toplumla olan bağını güçlendirmekte ve Cumhuriyet'in eğitim, toplumsal dayanışma ve ekonomik kalkınma gibi temel idealleriyle örtüşmektedir.

Tablo 23'te yer alan görseller, Türkiye İş Bankası'nın farklı dönemlerdeki toplumsal misyonunu ve Cumhuriyet ideallerine olan katkısını simgelemektedir. Harita ile bayrak figürleri, bankanın Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık ve kalkınma süreçlerindeki rolünü vurgulamaktadır. Kadın ve erkek işçilerin betimlendiği afiş, toplumsal cinsiyet eşitliği ve sanayinin desteklenmesindeki liderliği ifade etmektedir. Ofiste çalışan tasarımcılar ve Atatürk portresi görseli, Cumhuriyet'in modernleşme vizyonunu ve yaratıcılığı simgelemektedir. Tokalaşan ellerin yer aldığı takvim görseli, güven ve iş birliğini öne çıkarırken, anne ve çocuğun kucaklaşma anını gösteren afiş, gelecek nesillere yönelik sorumluluk ve eğitim gibi değerleri hatırlatmaktadır.

Tablo 24'teki görseller, Türkiye İş Bankası'nın Cumhuriyet'in temel idealleriyle olan güçlü bağlarını ve bu ideallere yaptığı katkıları sembolik olarak anlatmaktadır.

İşçilerin poster asma eylemi, Cumhuriyet'in kalkınma hedeflerine olan desteği ve İş Bankası'nın bu süreçteki rolünü simgelemektedir. Posterlerdeki harita ve bayrak figürleri, bankanın millî kimlik, ekonomik bağımsızlık ve ulusal kalkınma ile bağını vurgulamaktadır. Kadın ve erkek işçilerin birlikte betimlendiği dev afiş, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kalkınmaya eşit katılımı öne çıkarmaktadır. "Sanayinin Desteklenmesinde Önder Türkiye İş Bankası" sloganı, bankanın sanayiye katkılarını ve modernleşmeye desteğini simgelemektedir. Ofiste çalışan tasarımcılar, bankanın modern ve yaratıcı imajını yansıtmaktadır. Duvara asılı Atatürk portresi, Cumhuriyet'in estetik ve kültürel modernleşmeye verdiği önemi vurgulamaktadır. "Türkiye İş Bankası Yanınızda" mesajı, bankanın Cumhuriyet değerlerine bağlılığını ve toplumla olan güçlü ilişkisini pekiştirmektedir. Pencereye yapıştırılan "Onların İstikbalini Düşününüz" afişi ise, nesiller arası sorumluluk ve geleceğe yatırım konusundaki duyarlılığı sembolize etmektedir. Görseller, Cumhuriyet'in modernleşme, ekonomik bağımsızlık ve toplumsal eşitlik gibi değerlerini öne çıkarırken, İş Bankası'nın bu süreçlerdeki kritik rolünü vurgulamaktadır.



Görsel 13: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:47-01:13 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 13'te yer alan, 2018 yılında yayınlanan İş Bankası'nın reklam filminin 00.47-01.13 süreleri arasındaki beş farklı kesit (Türkiye İş Bankası, 2018), Tablo 25'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 26'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 25: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Matbaada basılan bir gazete ve üzerinde bir aileyi betimleyen bir illüstrasyon	Gazete baskısı ve üzerindeki görselde bir baba, anne ve çocuk	Gazete baskısı, Cumhuriyet dönemi boyunca halkı bilgilendiren ve yönlendiren basın organlarının önemini göstermektedir. Üzerindeki aile illüstrasyonu, İş Bankası'nın aile değerlerine, toplumsal refaha ve güvenliğe olan katkısını simgelemektedir.
Kafede oturmuş bir adamın gazete okuması ve gazete kapağında ileriye doğru bakan bir kişinin olması, arka planda anne, çocuk ve bebek arabası	Gazetede ileriye bakan bir kişi, adamın gazete okuması ve arka plandaki anne, çocuk ve bebek arabası	Gazete okuyan adam, İş Bankası'nın Türkiye'deki yerini ve önemini sembolize etmektedir. Arka planda yer alan anne ve çocuk, bankanın geleceğe yönelik güven veren yapısını göstermektedir. Bebek arabası, gelecek nesilleri ve bankanın topluma olan uzun vadeli desteğini simgelemektedir.
Bir çocuk tarafından duvara yapıştırılan Kumbara Dergisi posteri	Posterde iki çocuk ve kumbara ile ilgili bir çizim	Kumbara dergisi posteri, İş Bankası'nın çocuklara tasarruf bilincini aşılamaya yönelik çabalarını vurgulamakta ve çocukları erken yaşta finansal sorumlulukla tanıştırmakla ülkenin geleceğini güvence altına alma amacını yansıtmaktadır.
Masada duran öğrenci defteri ve çocuklar	Defterin üzerindeki aile resmi ve Türkiye İş Bankası logosu	Öğrenci defteri, eğitimin önemini ve İş Bankası'nın eğitime olan desteğini göstermektedir. Banka, öğrencilerin eğitim hayatlarında yanlarında olduğunu gösterirken, defterin üzerindeki aile resmi, bankanın aile ve toplumsal değerleri desteklediğini vurgulamaktadır.
İş Bankası binası, tepesinde dalgalanan Türk bayrağı ve "Türkiye'nin	İş Bankası'nın merkezi binası, Türk bayrağı ve 94. yıl yazısı	İş Bankası'nın 94 yıllık geçmişi, kurumun Türkiye ekonomisindeki sağlam ve köklü yerini göstermektedir. binanın tepesindeki Türk bayrağı,

Bankası" sloganı ile 94. yıl vurgusu		bankanın milli değerlere olan bağlılığını ve Cumhuriyetle özdeşleşmiş bir kurum olduğunu vurgulamaktadır. "Türkiye'nin Bankası" ifadesi, İş Bankası'nın halkın ve ülkenin bankası olduğunu, topluma ve ekonomiye olan katkısını sembolize etmektedir.
--------------------------------------	--	---

Tablo 26: 2018 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:47 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Matbaada basılan bir gazete ve üzerinde bir aileyi betimleyen bir illüstrasyon	Matbaadan çıkan gazete baskısında, bir baba, anne ve çocuğun yer aldığı bir görsel bulunmaktadır.	İllüstrasyonda görülen aile figürü, Cumhuriyet'in güven ve refah ilkelerini simgeleyerek, bankanın topluma sunduğu güvenceyi temsil etmektedir. Bu görsel, Cumhuriyet'in toplumsal dayanışma ve ekonomik kalkınma hedeflerine olan katkısı da işaret etmektedir. Gazetenin geniş kitlelere ulaşarak sosyal ve ekonomik dayanışma sağlaması, Cumhuriyet'in halkçılık ve toplumsal eşitlik gibi temel değerleriyle örtüşmektedir.
Kafede oturmuş bir adamın gazete okuması ve gazete kapağında ileriye doğru bakan bir kişinin olması, arka planda anne, çocuk ve bebek arabası	Çay bahçesindeki adam gazete okumaktadır. Bulanık bir şekilde görselin ilerisinde anne, çocuk ve bebek arabası yer almaktadır.	İleriye bakan figür, Cumhuriyet'in modernleşme sürecine vatandaşların katkısını temsil ederken, arka plandaki anne ve çocuklar, İş Bankası'nın aile refahı ve gelecek nesillerin güvenliğine verdiği önemi simgelemektedir. Bu görsel, bankanın topluma sağladığı güven ve aile değerlerine olan bağlılığını vurgulamaktadır.
Bir çocuk tarafından duvara yapıştırılan Kumbara Dergisi poster	Bir çocuk, duvara bir dergi posterini yapıştırıyor.	Poster, İş Bankası'nın Kumbara aracılığıyla çocukların finansal geleceğini güvence altına alma hedefini simgelemektedir. İki çocuğun kumbara tutması, genç neslin tasarruf bilinciyle yetiştirilmesini ve bankanın sosyal sorumluluk projeleriyle toplumsal gelişime katkıda bulunduğunu göstermektedir.
Masada duran öğrenci defteri ve çocuklar	Bir çocuk, öğrenci defterine bakıyor.	Defterin üzerindeki aile resmi, Cumhuriyet'in eğitim ve toplumsal refaha verdiği önemi yansıtmaktadır. Bu görsel, eğitime yapılan yatırımın önemini

		simgelerken, İş Bankası da toplumu geleceğe hazırlayan bir kurum olarak kendini konumlandırmaktadır. Defter, bankanın eğitimdeki varlığını ve Cumhuriyet'in eğitimde fırsat eşitliği ile gelecek nesillere yatırım değerlerini sembolize etmektedir.
İş Bankası binası, tepesinde dalgalanan Türk bayrağı ve "Türkiye'nin Bankası" sloganı ile 94. yıl vurgusu	İş Bankası binası, tepesinde dalgalanan Türk bayrağı ile 94. yıl vurgusunu göstermektedir.	İş Bankası'nın 94. yılı, bankanın Türkiye'de köklü ve güvenilir bir finansal yapı olduğunu simgelemektedir. Türk bayrağı, milli değerlere bağlılığını ve toplumsal kalkınmaya katkısını temsil ederken, "Türkiye'nin Bankası" sloganı, bankanın ülkenin ekonomik büyümesine ve refahına sunduğu desteği vurgulamaktadır.

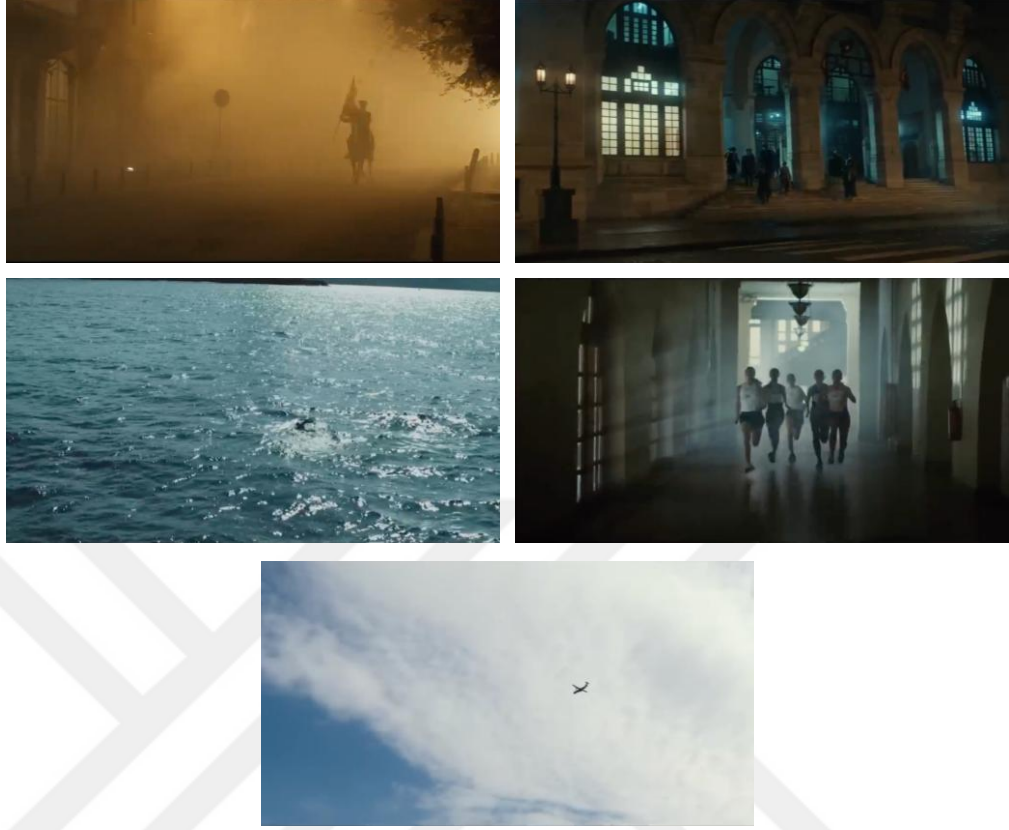
Tablo 25'te yer alan görseller, İş Bankası'nın Türkiye ekonomisindeki yerini ve topluma olan katkılarını simgelemektedir. Gazetede yer alan aile illüstrasyonu, Cumhuriyet dönemi basınının önemini ve İş Bankası'nın aile değerlerine olan katkısını simgelerken, gazete okuyan adam ve arka plandaki anne-çocuk figürü, bankanın geleceğe güven veren yapısını ve topluma olan uzun vadeli desteğini temsil etmektedir. Kumbara Dergisi poster, çocuklara tasarruf bilincini aşılama yönelik çabaları yansıtırken, öğrenci defteri üzerindeki aile resmi, İş Bankası'nın eğitime ve aile değerlerine olan desteğini göstermektedir. Bankanın 94. yılına vurgu yapan görsel ise, milli değerlere bağlılığını ve Türkiye ekonomisindeki köklü geçmişini vurgulamaktadır.

Tablo 26'da yer alan görseller, İş Bankası'nın toplumsal rolünü ve Cumhuriyet değerlerine olan bağlılığını çeşitli görseller aracılığıyla nasıl simgelediğini detaylandırmaktadır. Matbaada basılan bir gazete ve üzerindeki aile illüstrasyonu görseli, İş Bankası'nın toplumsal iletişimdeki rolünü ve halkı bilgilendirme misyonunu vurgularken, Cumhuriyet'in güven ve refah ilkelerini simgelemekte ve bankanın topluma sunduğu güvenceyi temsil etmektedir. Kafede oturan bir adamın okuduğu gazetede ileriye bakan adam figürü, modernleşme sürecindeki sıradan vatandaşların umut ve katkılarını yansıtırken, arka plandaki anne, çocuk ve bebek arabası, ailelerin refahını ve gelecek nesillerin güvenliğini sağlama misyonunu pekiştirmektedir. Bir çocuk tarafından duvara yapıştırılan Kumbara Dergisi poster,

genç neslin finansal geleceğini güvence altına alma ve tasarruf bilincini aşlamayı simgelerken, öğrenci defteri ve üzerindeki aile figürü, eğitime verilen destek ve fırsat eşitliği değerlerini temsil etmektedir. İş Bankası binası ve tepesindeki Türk bayrağı ile vurgulanan 94 yıllık geçmişi ise, bankanın milli değerlere olan bağlılığını ve Türkiye'nin ekonomik büyümesine ve toplumsal kalkınmaya katkısını göstermektedir. Tüm bu görseller, İş Bankası'nın Cumhuriyet'in toplumsal dayanışma, eğitim, ekonomik kalkınma ve refah ilkelerine olan bağlılığını güçlü sembollerle ifade etmektedir.

İş Bankası'nın 2018 yılında yayınladığı reklam filminde, öne çıkarılan Cumhuriyet değerleri, genel olarak ekonomik bağımsızlık, toplumsal dayanışma, eğitim, toplumsal cinsiyet eşitliği, modernleşme ve gelecek nesillere yatırım temaları etrafında şekillenmektedir. İş Bankası'nın Türkiye'nin ekonomik gelişimine katkısı, sanayiye destek, tasarruf bilinci ve ülke ekonomisine yapılan yatırımlar üzerinden ekonomik bağımsızlık vurgulanırken, toplumsal dayanışma bankanın toplumun her kesimiyle kurduğu güçlü bağlar ve güvence sunma misyonu aracılığıyla öne çıkarılmaktadır. Eğitim ve fırsat eşitliği, öğrencilere ve ailelere yapılan yatırımlarla Cumhuriyet'in temel idealleriyle örtüşmekte, toplumsal cinsiyet eşitliği ise kadın ve erkek işçilerin birlikte betimlenmesiyle desteklenmektedir. Modernleşme, halkın geleceğe yönelik umutları ve Atatürk'ün sanatsal ve kültürel modernleşme vizyonu ile ifade edilirken, İş Bankası'nın bu süreçlerde oynadığı önemli rol sembollerle anlatılmaktadır.

3.7.8. İş Bankası'nın 2023 Yılında Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi



Görsel 14: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın 29 Ekim Adlı Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 14'te yer alan, 2018 yılında yayınlanan İş Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" adlı reklam filminin 00.00-01.02 süreleri arasındaki beş kesit (Ziraat Bankası, 2023b), Tablo 27'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 28'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 27: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Atlı bir adamın Türk bayrağı taşıması	Fiziksel olarak at üzerinde bir adam ve bayrak	Kurtuluş Savaşı ve Cumhuriyet'in bağımsızlık mücadelesini temsil eden bayrak figürü, milli kimliğin ve özgürlüğün sembolü olarak sunulmaktadır. Atlı adam ise kahramanlık ve liderliği simgelemekte, özellikle Atatürk ile özdeşleşen bir figür olarak sunulmaktadır.

Tarihi bir taş bina	Geniş bir taş bina, tarihi bir yapı	Modernleşmenin ve devlet yapılanmasının simgesi olan kamu binaları ve bankalar, mimarileri ve işlevleriyle devletin güç, güvenilirlik ve kalıcılık sembolü olarak görülmektedir.
Denizde yüzen bir insan	bir insanın geniş bir denizde yüzmesi	Denizin genişliği, bireyin doğa ve kendi iç dünyasıyla olan mücadelesini, özgürlük arzusunu ve sınırları aşma isteğini simgelemektedir. Bu, Cumhuriyet'in ilerici vizyonu ve sürekli gelişim arayışıyla bağlantılıdır. Aynı zamanda, deniz Cumhuriyet'in modernleşme yolculuğunu da temsil etmektedir.
Bir grup genç, geniş bir koridorda koşması	Görselde koşan gençler	Gençlik, dinamizm ve Cumhuriyet'in geleceğe yönelik sorumluluk bilinciyle sunulmakta, bu da Cumhuriyet'in gençliğe verdiği değer ve onlara duyduğu inancı simgelemektedir.
Gökyüzünde uçan bir uçak	Fiziksel olarak uçan bir uçak	Uçak, teknolojik gelişim, modernleşme ve Cumhuriyet'in geleceğe yönelik vizyonunu simgeleyerek Türkiye'nin küresel arenadaki yerini ve modern dünyayla entegrasyonunu temsil etmektedir.

Tablo 28: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-01:02 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

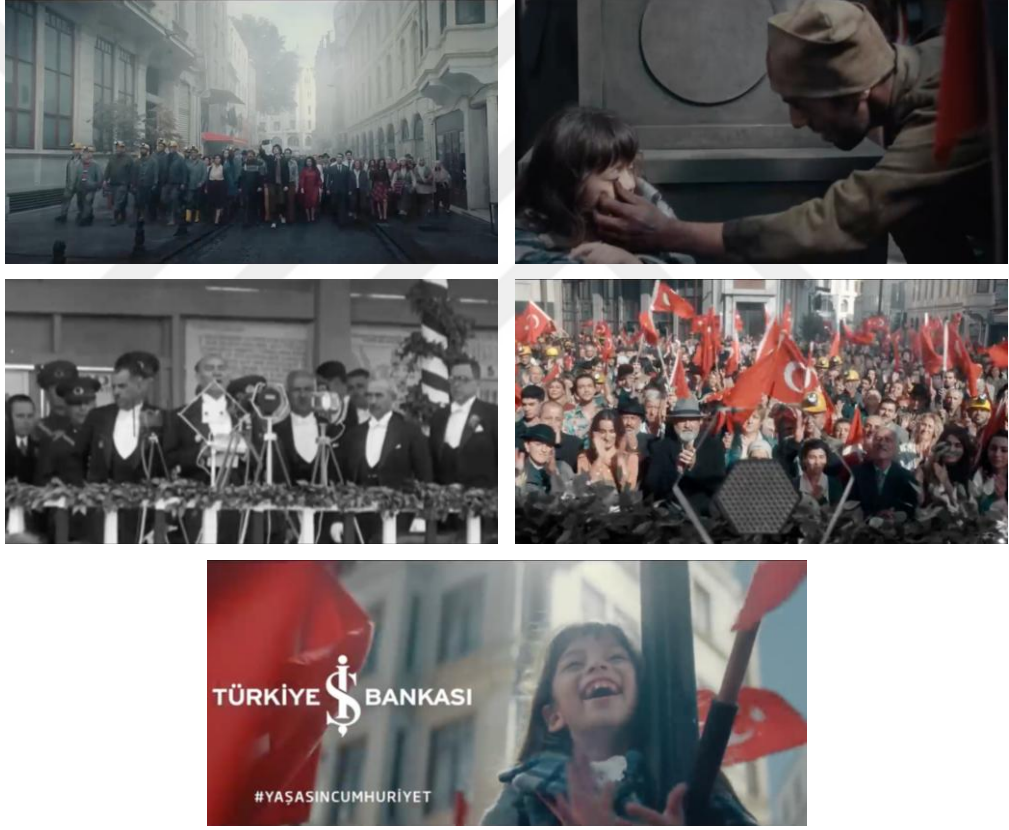
Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Atlı bir adamın Türk bayrağı taşıması	Fiziksel olarak at üzerinde bir adam ve bayrak ileri doğru hareket etmektedir.	Atatürk'ün önderliğinde Türk askerlerinin verdiği mücadele, vatanın kurtuluşunu ve ulusun bağımsızlığını kazanmasını sağlamıştır. Bu süreçte gösterilen direniş, halkın bağımsızlık ve özgürlüğe olan inancını güçlendirmiştir.
Tarihi bir taş bina	Tarihi bir yapıdan insanlar çıkmaktadır.	Cumhuriyet'in kalıcı, güçlü ve köklü bir devlet olduğunu gösteren bu yapılar, aynı zamanda Cumhuriyet değerlerinin somutlaşmış birer yansıması olarak kabul edilmektedir. İş Bankası gibi köklü kurumlar, bu yapılarla birlikte Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde gelişmiş ve büyümüştür.

Denizde yüzen bir insan	Başlangıç ve bitiş noktası belli olmayan denizde bir insan yüzmektedir.	Denizin büyüklüğü, Cumhuriyet'in sınır tanımayan vizyonunu simgelemektedir. Denizdeki insan, Cumhuriyet'in özgürlük ve ilerlemeye odaklanan felsefesini temsil eder.
Bir grup genç, geniş bir koridorda koşması	Bir grup genç koridor da koşmaktadır.	Genç nesillere emanet edilen Cumhuriyet, onların dinamizmiyle tazelenmekte ve umutla geleceğe taşınmaktadır. Cumhuriyet'in sürekliliği, gençliğin sorumluluk bilinci ve enerjisiyle güvence altına alınmaktadır.
Gökyüzünde uçan bir uçak	Gökyüzünde uçan bir uçak görülmektedir.	İlerleme ve modernleşme fikri, Cumhuriyet'in "çağdaşlaşma" ve "muasır medeniyetler seviyesine ulaşma" idealiyle yakından bağlantılıdır. Uçak, bu idealleri simgelerken, Cumhuriyet'in bilime, teknolojiye ve kalkınmaya verdiği önemi vurgulamaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin küresel ölçekte modern ve rekabetçi bir ülke olma hedefi, bağımsızlık ve uluslararası saygınlık ilkelerini pekiştirmektedir.

Tablo 27'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in tarihsel, toplumsal ve ekonomik alanlardaki ilerleyişini, topluma ve geleceğe yönelik vizyonunu güçlü bir şekilde yansıtmaktadır. Atlı adam ve Türk bayrağı görseli, Kurtuluş Savaşı'nın ve Cumhuriyet'in bağımsızlık mücadelesini temsil etmektedir. Tarihi taş bina figürü, Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde devletin güç ve kalıcılığının bir sembolü olarak gösterilmektedir. Denizde yüzen insan görseli, özgürlük, sınırları aşma ve doğayla mücadeleyi yansıtarak Cumhuriyet'in modernleşme sürecini simgelemektedir. Koridorda koşan gençler, Cumhuriyet'in gençliğe verdiği değer ve geleceğe yönelik inancını göstermektedir. Uçak, teknolojik gelişim, modernleşme ve Türkiye'nin uluslararası arenadaki konumunu simgelemektedir.

Tablo 28'de yer alan görseller, Cumhuriyet'in bağımsızlık mücadelesini, modernleşme sürecini ve geleceğe yönelik vizyonunu simgelemektedir. At üzerinde Türk bayrağı taşıyan adam, Kurtuluş Savaşı'nı ve ulusal bağımsızlık iradesini temsil ederken, Atatürk'ün liderliğinde kazanılan zaferi ve milletin bağımsızlık arzusunu pekiştirmektedir. Tarihi taş bina görseli, Cumhuriyet'in ekonomik ve siyasi temellerini, aynı zamanda kalıcı ve güçlü bir devlet yapısını simgelemektedir. Bu

yapılar, Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde gelişen köklü kurumları ve ekonomik istikrarını da yansıtmaktadır. Denizdeki insan figürü, Cumhuriyet'in özgürlüğe ve sınırsız olanaklara doğru sürekli ilerleyen felsefesinin bir ifadesi olarak görülmektedir. Koridorda koşan gençler, Cumhuriyet'in gençliğe emanet edildiği fikrini ve gençlerin dinamizmiyle Cumhuriyet'in tazeliğini, yeniliğini ve geleceğe dair umudu simgelemektedir. Cumhuriyet'in gücü ve sürekliliği, genç kuşakların enerjisi ve sorumluluğuyla güvence altına alınmaktadır. Gökyüzünde uçan uçak, Cumhuriyet'in ilerleme, modernleşme ve geleceğe yolculuk hedefini temsil etmektedir. Uçak, teknolojik gelişme ve modern dünyaya entegre olma isteğini simgelerken, Türkiye'nin uluslararası arenada rekabetçi ve modern bir ülke olma hedefine de vurgu yapmaktadır.



Görsel 15: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın 29 Ekim Adlı Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 15'te yer alan, 2023 yılında yayınlanan İş Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" adlı reklam filminin 01.03-02.00 süreleri arasındaki beş kesit (Ziraat Bankası, 2023b), Tablo 29'da Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 30'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 29: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Kalabalık bir grup insanın yürüyüşü	Fiziksel olarak madenciler, işçiler, kadınlar, erkekler ve farklı sosyo-ekonomik sınıflardan insanlar birlikte yürümesi	Cumhuriyet'in, halkın tüm katmanlarını kucaklayan birliği ve dayanışması gösterilmektedir.
Türk askerinin bir çocuğa yardım edişi	Milli Mücadele döneminden bir Türk askerinin günümüzde bir çocuğa yardım edişi	Asker figürü, ülkenin bağımsızlık ve özgürlük mücadelesini temsil ederken, çocuğa yardım etmesi Cumhuriyet'in bu mirası geleceğe aktardığını ve koruduğunu simgelemektedir. Asker, geçmişten gelen bir kahraman olarak, genç nesilleri koruma ve Cumhuriyet'in kazanımlarını sürdürme sorumluluğunu üstlenmektedir.
Atatürk ve yanında Cumhuriyet'i destekleyen önemli kişilerle birlikte Cumhuriyet'in ilanı	Tarihi bir sahnede Atatürk ve diğer liderler kürsüde konuşması	Atatürk, burada yalnızca bir siyasi lider değil, ulusal bağımsızlığın ve Cumhuriyet'in temel kurucusu olarak görülmektedir. Yanındaki destekçiler ise, Cumhuriyet'in kolektif bir iradeye dayandığını ve halkın büyük bir kısmının desteğini aldığını göstermektedir.
Günümüzde Cumhuriyet'in ilanını simgeleyen bir konuşmayı dinleyen ve ellerinde Türk bayrakları taşıyan kalabalık	Renkli, modern bir ortamda Türk bayrakları taşıyan bir kalabalık, Atatürk'ün konuşmasını dinler gibi tasvir edilmesi	Cumhuriyet'in kuruluş değerlerinin ve Atatürk'ün mirasının günümüzde de devam ettiği ve yeni nesiller tarafından benimsendiği vurgulanmaktadır. Ellerindeki bayraklar, milli kimliği ve bağımsızlık değerlerini simgelerken, renkli ve modern detaylar, Cumhuriyet'in sadece tarihi bir olay değil, bugünün Türkiye'sinin de temelinde yer aldığını göstermektedir. Eski ile yeninin buluşması, Türkiye'nin geçmişten günümüze kesintisiz modernleşme sürecini göstermektedir.
Çevresinde dalgalanan Türk bayrakları eşliğinde coşkuyla alkışlayan bir çocuk	Türk bayraklarının dalgalandığı bir ortamda, alkış yapan ve sevinç içinde olan bir çocuk	Çocuğun alkışlaması, Cumhuriyet'in bugün de yaşayan bir değer olduğunu ve yeni nesillerin bu mirasa sahip çıktığını simgelemektedir. Çevrede dalgalanan bayraklar, Türkiye Cumhuriyeti'nin milli kimliğini ve bağımsızlık ruhunu sembolize etmektedir.

Tablo 30: 2023 Yılında Yayınlanan İş Bankası'nın Reklam Filminin 01:03-02:00 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Kalabalık bir grup insanın yürüyüşü	Farklı sınıflardan insanlardan oluşan büyük bir grup yürüyüş yapmaktadır.	Cumhuriyet, sadece bir yönetim şekli olarak değil, halkın ortak amaçlar uğruna bir araya geldiği bir güç olarak tasvir edilmektedir.
Milli Mücadele döneminden bir Türk askerinin günümüzde bir çocuğa yardım edişi	Askerin, yerde oturan çocuğa yardım edişi	Türk ulusunun bağımsızlık mücadelesi geçmişte zaferle sonuçlanmış olsa da bu mücadelenin ruhu ve etkisi günümüzde de yaşamaya devam etmektedir. Askerin kahramanlık ve fedakârlığı, geçmişin değerlerini günümüzde yaşatırken, genç nesillere bu sorumluluğun verilmesi, gelecekte de bu değerlerin korunacağını bir göstergesidir.
Atatürk ve yanında Cumhuriyet'i destekleyen önemli kişilerle birlikte Cumhuriyet'in ilanı	Atatürk ve diğer Cumhuriyet'i destekleyen liderler kürsüde konuşma yapmaktadır.	Atatürk, Cumhuriyet'in mimarı ve ulusun kurtarıcısı olarak toplumsal hafızada bir kahraman figürü olarak yer almaktadır. Yanındaki diğer kişiler ise Cumhuriyet'in toplumsal uzlaşısı ve halkın geniş desteğiyle kurulduğunu göstermektedir.
Günümüzde Cumhuriyet'in ilanını simgeleyen bir konuşmayı dinleyen ve ellerinde Türk bayrakları taşıyan kalabalık	Günümüzden bir kalabalık, ellerinde bayraklarla Atatürk'ün Cumhuriyet'i ilan ettiği konuşmayı dinlemektedir.	Ellerinde bayraklarla toplanan kalabalık, Cumhuriyet'in kurucu değerlerinin günümüz Türkiye'sinde de aynı coşku ve bağlılıkla sürdüğünü göstermektedir. Eski ile yeninin bulunduğu bu görsel, Cumhuriyet'in yaşayan bir miras olduğunu ve Atatürk'ün vizyonunun bugün de halk tarafından benimsendiğini ortaya koymaktadır. Özellikle "bağımsızlık," "halk egemenliği," "modernleşme" ve "birlik" gibi Cumhuriyet'in temel değerlerine vurgu yapılmaktadır.
Çevresinde dalgalanan Türk bayrakları eşliğinde coşkuyla alkışlayan bir çocuk	Dalgalanan bayraklar arasında bir çocuk cumhuriyetin ilan edilmesini günümüz de sevinçle alkışlamaktadır.	Bayrakların dalgalanması ve çocuğun coşkusu, Cumhuriyet'in sürekli canlı kaldığını ve yeni nesiller tarafından kutlandığını göstermektedir. Özellikle "ulusal birlik," "bağımsızlık," "gelecek nesiller" ve "mirasın korunması" gibi Cumhuriyet değerlerine vurgu yapılmaktadır.

Tablo 29’da yer alan görseller, Cumhuriyet’in kuruluş değerleri ve ulusal bağımsızlığın, toplumsal birliği ve dayanışmayı vurgulayan imgelerle günümüze taşındığını göstermektedir. Türk halkının farklı sosyo-ekonomik kesimlerden insanların bir arada yürüyüşü, Cumhuriyet’in tüm katmanlarını kucaklayan yapısını vurgulamaktadır. Kurtuluş Savaşı’nın ruhunu temsil eden bir Türk askerinin bir çocuğa yardım etmesi, bu mirasın yeni nesillere aktarılmakta olduğunu göstermektedir. Atatürk ve lider arkadaşlarının Cumhuriyet’in ilanındaki rolü ile günümüzde bayrak taşıyan kalabalıklar, Cumhuriyet’in tarihsel önemini ve modern Türkiye’deki sürekliliğini göstermektedir. Çocuğun bayraklarla dolu bir ortamda sevinçle alkışlaması ise Cumhuriyet’in yeni nesiller tarafından korunduğunu göstermektedir.

Tablo 30’da yer alan görseller, Cumhuriyet’in temel değerlerini ve bu değerlerin günümüz Türkiye’sinde nasıl devam ettiğini gösterilmektedir. Farklı sınıflardan insanların bir arada yürüyüş yapması, sosyal adalet, eşitlik ve Cumhuriyet’in toplum modelini yansıtmaktadır. Halkın ortak bir amaç doğrultusunda birleşmesi, Cumhuriyet’in bir güç kaynağı olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Bir Türk askerinin Milli Mücadele döneminden günümüze uzanan bir temsille, bir çocuğa yardım etmesi, kahramanlık ve fedakârlık kavramlarıyla Cumhuriyet’in sorumluluk duygusunu simgelemektedir. Bu görsel, geçmişle geleceği birbirine bağlayan ve Cumhuriyet’in yeni nesillere karşı taşıdığı sorumluluğu vurgulamaktadır. Atatürk ve diğer liderlerin kürsüde Cumhuriyet’in ilanını gerçekleştirdiği an, Cumhuriyet’in ulusal bağımsızlık ve toplumsal uzlaşının bir ürünü olduğunu göstermektedir. Atatürk’ün bir kahraman olarak sunulması, Cumhuriyet’in kurucu değerlerinin önemini ve bu değerlerin modernleşme ile ilerlemeyi nasıl desteklediğini simgelemektedir. Günümüzde ellerinde Türk bayrakları taşıyan kalabalık, Atatürk’ün Cumhuriyet’i ilan ettiği anı dinliyor gibi resmedilmektedir. Bu durum Cumhuriyet’in kurucu değerlerinin bugün de aynı coşku ve bağlılıkla sürdüğünü göstermektedir. Eski ile yeninin buluşması, Cumhuriyet’in bir miras olarak yaşatıldığını ve Atatürk’ün vizyonunun günümüzde de sürdüğünü vurgulamaktadır. Son olarak, bayrakların dalgalandığı bir ortamda coşkuyla alkışlayan bir çocuk, Cumhuriyet’in sürekli canlı kaldığını ve gelecek nesiller tarafından kutlandığını sembolize etmektedir. Çocuk, Cumhuriyet’in geleceğe taşınacak bir miras olduğunu ve bu mirasın korunması gerektiğini vurgulamaktadır. Ulusal birlik, bağımsızlık ve Cumhuriyet’in gelecek

nesiller tarafından sahiplenilmesi temaları, bu sahnelerle güçlü bir şekilde ifade edilmektedir.

İş Bankası'nın 2023 yılında yayınladığı Cumhuriyet'in 100. Yılına özel hazırlamış olduğu reklam filminde Cumhuriyet'in tarihsel, toplumsal ve ekonomik ilerleyişi, topluma ve geleceğe yönelik güçlü bir vizyonla yansıtılmakta; bağımsızlık mücadelesi, modernleşme ve ulusal birlik imgeleriyle desteklenmektedir. Atlı adam ve Türk bayrağı, Kurtuluş Savaşı'nı ve liderliği simgelemekte; tarihi taş bina, devlet yapılanmasının güç ve kalıcılığını temsil etmektedir. Denizde yüzen insan, özgürlük ve sınırları aşma arzusunu, koşan gençler ise Cumhuriyet'in gençliğe verdiği önemi göstermektedir. Uçak, modernleşme ve küresel entegrasyonu simgelemekte; Türk askerinin bir çocuğa yardım etmesi ise Cumhuriyet'in sorumluluk ve kahramanlık değerlerinin yeni nesillere aktarıldığını vurgulamaktadır. Bayraklarla dolu bir ortamda coşkuyla alkışlayan çocuk ise Cumhuriyet'in canlı bir miras olarak geleceğe taşındığını simgelemektedir.

3.7.9. Halk Bankası'nın 1987 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 16: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 16'da yer alan, 1987 yılında yayınlanan Halk Bankası reklam filminin 00.00-00.40 süreleri arasındaki beş kesit (YouTube, 2023), Tablo 31'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 32'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 31: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Büyükanne, çocuklar ve ev ortamı	Büyükanne ve çocukların bir arada oturması	Aile yapısının Türk kültüründeki önemi gösterilmektedir.
Halk Bankası'nı temsil eden kırmızı kaplı bir defter, Halkbank logosu	Kırmızı renkli defter ve Halkbank logosu	Halk Bankası'nın halka sunduğu güvence, güvenilirlik ve finansal güç gösterilmektedir.

Türk bayrağının asılı olduğu bir bina	Türk bayrakları ve tarihi bir bina	Bayrakların bağımsızlık mücadelesini ve ulusal birliği simgelediği, millî kimlik ve Cumhuriyet'in kuruluşuna yapılan atıf gösterilmektedir.
Halk Bankası tabelası önünde poz veren iki kadın ve bir erkek	Tabelanın önünde resmi kıyafetler içinde duran bir kadın ve bir erkek çalışan grubu	Kadınların da erkekler kadar profesyonel bir şekilde iş dünyasında yer aldığı gösterilmektedir. Cumhuriyet'in, kadınlara toplumsal hayatta eşit rol sağladığı ve kadınların ekonomik hayata katkısı gösterilmektedir.
Kadın bankacı ve erkek müşteri	Bir kadın bankacı, müşteriye hizmet vermesi	Kadınların iş hayatında önemli bir rol oynadığı, müşteri ilişkilerinde profesyonellik ve güven duygusunun ön planda tutulduğu bir hizmet anlayışı gösterilmektedir.

Tablo 32: 1987 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Büyükanne, çocuklar ve ev ortamı	Bir büyükanne, çocuklarla birlikte oturma odasında sohbet etmektedir.	Toplumda nesiller arası bağların gücü ve aile değerlerinin sürekliliği gösterilmektedir. Cumhuriyet'in aile yapısına verdiği önem ve geleneklerin geleceğe taşınması vurgulanmaktadır.
Halk Bankası'nı temsil eden kırmızı kaplı bir defter, Halkbank logosu	Kırmızı kaplı bir defter üzerinde Halkbank logosu gösterilmektedir.	Halk Bankası'nın kırmızı renkle temsil edilmesi, bankanın Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığındaki yerini ve Cumhuriyet'in değerlerine olan bağlılığını göstermektedir.
Türk bayrağının asılı olduğu bir bina	Türk bayraklarının asılı olduğu eski bir bina gösterilmektedir.	Kurtuluş Savaşı dönemini ve Cumhuriyet'in kuruluşunun milli birlik ve beraberlikle kazanıldığını hatırlatmaktadır. Türk bayrağı, bağımsızlık ve egemenlik anlamlarını taşıırken, bina Cumhuriyet'in ilk yıllarında Halkbank'ın ilk binası olarak gösterilmektedir.
Halk Bankası tabelası önünde poz veren iki kadın ve bir erkek	Halk Bankası tabelasının önünde iki kadın ve bir erkek poz vermektedir.	Cumhuriyet'in kadınlara sağladığı hakları, kadının toplumda ve ekonomide aldığı güçlü rolü ve çalışma hayatındaki kadın-erkek eşitliği vurgulanmaktadır. Kadınlar, eğitilmiş, modern ve profesyonel bireyler olarak topluma katkıda bulunmaktadır.

		Görseldeki kadınların iş kıyafetleri içindeki duruşları, iş dünyasındaki eşitlikçi yapıyı ve kadınların çalışma hayatındaki yerini göstermektedir. Halkbank'ın kadınlara istihdam sağladığı gösterilmektedir. Cumhuriyet değerlerine sahip çıkmaktadır.
Kadın bankacı ve erkek müşteri	Bir kadın bankacı, bankada bir erkek müşteriye hizmet vermektedir.	Kadın bankacı, Cumhuriyet'in sunduğu fırsatlar sayesinde erkeklerle eşit şekilde iş dünyasında yer alabilen bir profesyonel figürdür. Bu, bankanın toplumla olan güçlü bağlarını ve kadınların iş dünyasındaki başarısını simgelemektedir. Ayrıca müşteri, bankanın güvenilirliğine ve sunduğu hizmete güven duyduğunu gösterir. Görsel, aynı zamanda Halk Bankası'nın halkın her kesimine hizmet sunduğu mesajını vermektedir.

Tablo 31'de yer alan görseller, Cumhuriyet değerleri ve toplumsal hafızayı yansıtan önemli simgeler taşımaktadır. Büyükanne ve çocukların ev ortamında bir arada oturması, Türk kültüründeki aile yapısının önemini vurgulamaktadır. Kırmızı kaplı defter ve Halkbank logosunun bulunduğu görsel, Halk Bankası'nın halka sunduğu güvence, güvenilirlik ve finansal gücü simgelemektedir. Türk bayrağının asılı olduğu tarihi bina görseli, bağımsızlık mücadelesi ve ulusal birliği simgelerken, aynı zamanda Cumhuriyet'in kuruluşuna da atıf yapmaktadır. Halk Bankası tabelası önünde poz veren iki kadın ve bir erkek çalışanın yer aldığı görsel, kadınların da erkekler kadar profesyonel bir şekilde iş dünyasında yer aldığını ve Cumhuriyet'in, kadınlara toplumsal hayatta eşit bir rol sağladığını göstermektedir. Son olarak, kadın bankacı ve erkek müşteri arasındaki etkileşim, kadınların iş hayatındaki önemli rolünü ve müşteri ilişkilerinde profesyonellik ile güven duygusunun ön planda tutulduğu bir hizmet anlayışını vurgulamaktadır.

Tablo 32'de yer alan görseller, Halk Bankası'nın Cumhuriyet değerlerine olan bağlılığını, kadın-erkek eşitliğini ve toplumla olan güven ilişkisini güçlü bir şekilde vurgulamaktadır. Büyükanne ve çocuklar bir arada oturarak nesiller arası bağların gücü ve aile değerlerinin sürekliliğini simgelerken, Cumhuriyet'in aile yapısına

verdiği önem de öne çıkmaktadır. Kırmızı kaplı defter üzerinde Halk Bankası logosunun yer aldığı görsel, bankanın Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığındaki rolünü ve Cumhuriyet değerlerine olan bağlılığını simgelemektedir. Türk bayraklarının asılı olduğu eski bir bina görseli, millî kimlik ve beraberlik içinde kazanılan bağımsızlık mücadelesini hatırlatırken, binanın Halk Bankası'nın ilk yıllarına ait olması da Cumhuriyet'in kalkınma sürecine yapılan bir göndermedir. Halk Bankası tabelası önünde poz veren iki kadın ve bir erkek çalışan, kadınların iş hayatındaki yerini ve Cumhuriyet'in kadın-erkek eşitliği konusundaki duruşunu simgelerken, kadınların profesyonel bireyler olarak topluma katkıda bulunduklarını göstermektedir. Son olarak, bir kadın bankacı ve erkek müşteri arasında geçen hizmet, Halk Bankası'nın toplumun her kesimine eşit şekilde hizmet sunduğunu ve kadının iş hayatında profesyonel bir figür olarak kabul gördüğünü simgelemektedir. Bankanın sunduğu güven, profesyonellik ve Cumhuriyet'in kadınlara sağladığı fırsatlar bu görseller aracılığıyla etkili bir şekilde aktarılmaktadır.

Halk Bankasının 1987 yılında yayınladığı reklam filminde, Cumhuriyet'in temel değerlerini çeşitli yönlerden vurgulamaktadır. Aile yapısına verilen önem, Cumhuriyet'in sosyal istikrarı ve dayanışmayı sağlama misyonuyla örtüşmekte, aileyi toplumsal ilerlemenin temeli olarak görmektedir. Bu, geleneklerin korunması ve geleceğe aktarılmasıyla toplumsal sürekliliği sağlamayı amaçlamaktadır. Kadın-erkek eşitliği, Cumhuriyet'in modernleşme vizyonunda önemli bir yer tutmaktadır. Kadınların iş dünyasında aktif olarak yer almaları, erkeklerle eşit koşullarda çalışmaları, Cumhuriyet'in kadınlara verdiği önemi ve kadınların toplumsal kalkınmadaki rolünü vurgulamaktadır. Bağımsızlık ve milli birlik temaları, Türk bayrağının kullanıldığı sahnelerde açıkça belirtilmekte, Cumhuriyet'in bağımsızlık mücadelesine ve millî kimlik anlayışına dayandığı mesajı verilmektedir. Ekonomik bağımsızlık ve güven, Cumhuriyet'in ekonomik kalkınma hedefleriyle doğrudan ilişkilendirilmekte, Halkbank'ın sunduğu finansal destek ve güvenilirlik, Cumhuriyet'in halkıyla kurduğu güvene dayalı ilişkiyi pekiştirmektedir. Bankanın Türkiye'nin ekonomik kalkınmasındaki rolü, Cumhuriyet'in halkın refahını artırma misyonuyla uyumlu olarak sunulmaktadır. Tüm bu unsurlar, Cumhuriyet'in milli birlik, ekonomik bağımsızlık ve toplumsal cinsiyet eşitliği gibi temel değerlerinin reklam filminde güçlü bir şekilde yansıtıldığını göstermektedir.

3.7.10. Halk Bankası'nın 1999 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 17: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 17'de yer alan, 1999 yılında yayınlanan Halk Bankası reklam filminin 00.00-00.44 süreleri arasındaki altı kesit (YouTube, 2016), Tablo 33'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 34'te ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 33: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Mikroskop başında çalışan bir bilim insanı	Laboratuvar önlüğü giymiş ve mikroskopla çalışan bilim insanı	Görsel, bilimsel gelişmeyi, araştırmayı ve modern teknolojiyi göstermektedir. Türkiye'nin bilim ve teknoloji alanında ilerleme kaydettiği ve bu ilerlemeye Halkbank'ın dolaylı olarak katkı sağladığı mesajı verilmektedir.

Çizim tahtaları önünde teknik çizim yapan teknisyenle	Teknik çizim masaları üzerinde çalışan teknisyenler ve mühendisler	Cumhuriyet'in sanayileşme hedeflerine ulaşma yolunda yapılan çalışmaları ve Halkbank'ın bu projelere verdiği desteği göstermektedir. Teknik çizimler, planlama ve altyapı yatırımlarının önemini vurgulamaktadır. Halkbank'ın mühendislik projelerine ve büyük altyapı çalışmalarına sağladığı finansal desteğin altı çizilmektedir.
Bir banka çalışanı, para sayma makinesi ve bilgisayar	Banka çalışanı, modern bir para sayma makinesi ve bilgisayar ekranı	Bankacılıkta modern teknoloji kullanımını ve güvenilirliği gösterilmektedir. Halkbank'ın teknolojiyi yakından takip ettiği ve müşterilerine en güvenilir hizmeti sunduğu mesajı verilmektedir.
Bir toplantı odasında bir grup iş insanı	Masada oturmuş ve ciddi bir iş toplantısı yapan iş insanlar	Büyük iş girişimleri ve kurumsal iş birlikleri gösterilmektedir. Halkbank'ın ticaret ve sanayiye desteklediği, büyük projelere finansman sağladığı vurgulanmaktadır.
Bir işçi, büyük bir endüstriyel makine	Sanayi tesisinde çalışan bir işçi ve büyük bir makine	Türkiye'nin sanayi devrimine verdiği önem ve Halkbank'ın bu süreci destekleyen finansal katkıları vurgulanmaktadır. Makinede çalışan işçi, yerli üretimin ve sanayi hamlelerinin Cumhuriyet'in kalkınma planlarının bir parçası olarak güçlendirildiğini ifade etmektedir.
Halkbank logosu, fabrika binası	Halkbank logosu, fabrika binası ve kalabalık	Halkbank'ın Türkiye'nin sanayileşme hamlelerine verdiği desteği ve ekonomik kalkınmaya olan katkısı gösterilmektedir. Fabrika görüntüsü, bankanın üretim sektörüne sağladığı desteği ve Cumhuriyet'in sanayiye dayalı kalkınma planlarını destekleyen bir kurum olduğunu göstermektedir.

Tablo 34: 1999 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın Reklam Filminin 00:00-00:44 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes’e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Mikroskop başında çalışan bir bilim insanı	Mikroskop başında bir bilim insanı bulunmaktadır, bu kişi bir kadındır.	Bilim ve teknolojinin, Cumhuriyet’in modernleşme hedeflerine ulaşmada kilit bir rol oynadığı ve Halkbank’ın bu süreçte bilimsel araştırmaların finansal destekçisi olduğu vurgulanmaktadır. Sadece bilimsel gelişmeyi değil aynı zamanda Cumhuriyet’in kadınlara verdiği değeri ve kadınların toplumdaki yerini simgelemektedir.
Çizim tahtaları önünde teknik çizim yapan teknisyenle	Teknisyenler teknik çizim yapmaktadır.	Türkiye’nin sanayileşme çabalarının Halkbank tarafından desteklendiği ve Cumhuriyet’in ekonomik kalkınma misyonuna uygun olarak gerçekleştirildiği mesajı verilmektedir. Bu, Türkiye’nin kendi sanayi altyapısını kurma yolunda attığı önemli adımları simgelemektedir.
Bir banka çalışanı, para sayma makinesi ve bilgisayar	Banka çalışanı, bilgisayar ekranında çalışırken, modern bir para sayma makinası kadrja girmektedir.	Halkbank’ın, Cumhuriyet’in finansal altyapısının güçlenmesine katkı sağladığı ve teknolojiyi bankacılık hizmetlerine entegre ederek modern bir ekonomik sistem sunduğu gösterilmektedir.
Bir toplantı odasında bir grup iş insanı	İş insanları toplantı yapmaktadır.	Halkbank’ın, büyük ticari projelerde ve sanayi yatırımlarında önemli bir rol üstlendiği, Cumhuriyet’in ekonomik kalkınma hedefleri doğrultusunda ticaretin gelişimine katkı sağladığı vurgusu yapılmaktadır.
Bir işçi, büyük bir endüstriyel makine	Bir işçi, büyük bir endüstriyel makinede çalışmaktadır.	Halkbank Türkiye’nin sanayileşme sürecine yaptığı katkı ve yerli üretimin desteklenmesiyle Cumhuriyet’in ekonomik bağımsızlık hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır.
Halkbank logosu, fabrika binası	Halkbank logosu bir fabrikanın önünde gösterilmektedir.	Halkbank’ın, Cumhuriyet’in sanayileşme hedeflerine olan bağlılığı ve Türkiye’nin üretim gücünü artırmada önemli bir rol üstlendiği mesajı verilmektedir. Bu, Cumhuriyet’in ekonomik kalkınma ideallerine hizmet eden bir bankayı simgelemektedir.

Tablo 33’te yer alan görseller, Türkiye’nin bilim, teknoloji ve sanayileşme alanındaki ilerlemelerini ve bankanın bu süreçlere olan katkılarını yansıtmaktadır.

Mikroskopla çalışan bilim insanı, bilimsel gelişmeyi ve Halkbank'ın dolaylı desteğini simgelerken; teknik çizim yapan mühendisler, sanayi ve altyapı projelerine verilen finansal desteği vurgulamaktadır. Banka çalışanı, modern teknoloji kullanımını ve güvenilir bankacılık hizmetini gösterirken; iş toplantısı, büyük projelere ve kurumsal iş birliklerine sağlanan desteği işaret etmektedir. Sanayi tesisindeki işçi, yerli üretim ve sanayi devrimini vurgularken, fabrika görüntüsü Halkbank'ın sanayileşmeye ve ekonomik kalkınmaya verdiği desteği öne çıkarmaktadır.

Tablo 34'te yer alan görseller, Türkiye'nin modernleşme, sanayileşme ve ekonomik kalkınma sürecindeki rolünü ve Cumhuriyet'in temel değerlerini detaylı bir şekilde vurgulamaktadır. Mikroskop başında çalışan kadın bilim insanı, sadece bilimsel gelişmelerin önemini değil, aynı zamanda Cumhuriyet'in kadınlara verdiği değeri ve kadınların modernleşme sürecindeki yerini simgelemektedir. Bilim ve teknolojinin modernleşmedeki kilit rolüne işaret edilerek, Halkbank'ın bu alandaki araştırmalara sağladığı finansal desteğin altı çizilmektedir. Teknik çizim yapan teknisyenler, Cumhuriyet'in sanayileşme hedeflerine yönelik önemli adımları ve bu süreçte Halkbank'ın verdiği desteği göstermektedir. Banka çalışanı ve modern para sayma makinesi, Halkbank'ın modern teknolojiyi bankacılık hizmetlerine entegre ederek Cumhuriyet'in finansal altyapısının güçlenmesine katkı sağladığını göstermektedir. Toplantı odasındaki iş insanları ise Halkbank'ın ticari projelerde ve sanayi yatırımlarında oynadığı kritik rolü ve ticaretin gelişimine sağladığı desteği temsil etmektedir. Endüstriyel makinede çalışan işçi, Halkbank'ın yerli üretimi destekleyerek Türkiye'nin sanayileşme ve ekonomik bağımsızlık hedeflerine katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır. Halkbank logosu ve fabrika binası görseli, bankanın Cumhuriyet'in sanayileşme hedeflerine olan bağlılığını ve Türkiye'nin üretim gücünü artırmadaki rolünü simgelemektedir. Bu görseller, Cumhuriyet'in modernleşme ve kalkınma idealleri doğrultusunda Halkbank'ın önemli bir aktör olduğunu öne çıkarmaktadır.

Halk Bankası'nın 1999 yılında yayınlana reklam filminde, bilim ve teknolojiye verilen önem, kadınlara toplumsal hayatta sağlanan yer, sanayileşme ve ekonomik kalkınma, yerli üretim ve ekonomik bağımsızlık gibi unsurlar yer almaktadır. Cumhuriyet'in modernleşme ideali doğrultusunda, bilimsel araştırmalar ve teknolojik gelişmelerin kilit bir rol oynadığı vurgulanırken, kadınların da bu süreçte aktif bir

şekilde yer alması, Cumhuriyet'in toplumsal cinsiyet eşitliğine verdiği önemi ortaya koymaktadır. Ayrıca, sanayileşme ve altyapı yatırımlarına verilen destek, ekonomik kalkınma hedeflerini desteklerken, yerli üretimin güçlendirilmesi ve ekonomik bağımsızlık, Cumhuriyet'in kalkınma anlayışının merkezinde yer almaktadır. Halkbank, bu değerlere katkıda bulunarak, modern ve gelişmiş bir Türkiye'nin inşasında aktif bir rol üstlenmiştir.

3.7.11. Halk Bankası'nın 2017 Yılında Yayınlanan Reklam Filmi



Görsel 18: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın “Halk Adını Taşımak” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 18'de yer alan, 2017 yılında yayınlanan Halk Bankası'nın “Halk Adını Taşımak” adlı reklam filminin 00.00-00.39 süreleri arasındaki dört kesit (YouTube, 2017), Tablo 35'te Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 36'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 35: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın “Halk Adını Taşımak” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
İnşaat süreci ve fiziksel emek	Baret takan inşaat işçileri, işçilerin kaynak ve el arabası ile malzeme taşınması	İşçilerin fiziksel olarak çalışması, bir ülkenin büyümesi ve altyapısının inşasında emeğin temel bir rol oynadığı gösterilmektedir.

Aile birliği ve güven	Anne çocuğunu kucağında tutması, babanın onları izlemesi, aile içi sıcak bir etkileşim	Görsel, Cumhuriyet'in modernleşme ve toplumsal reformlarıyla güçlenen aile yapısını ve huzuru göstermektedir. Anne ve babanın çocuğa olan sevgisi, güçlü aile bağlarının ve ebeveyn-çocuk ilişkilerinin Cumhuriyet değerleriyle nasıl şekillendiğini yansıtırken, aile toplumsal istikrarın ve milli kimliğin korunmasında önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.
Ekonomik başarı ve finansal büyüme	Bir iş adamının, finansal grafiklerle sunum yapması	Sunum yapan iş adamı, modern iş dünyasında liderlik rolünü üstlenmektedir. Arka plandaki finansal grafikler, profesyonelleşmeyi ve teknolojinin ekonomi üzerindeki etkisini göstermektedir. Finansal analiz ve stratejik liderlik, Türkiye'nin Cumhuriyet dönemindeki ekonomik büyüme hedefleriyle uyumlu olarak yansıtılmaktadır.
El emeği ve zanaatkarlık	Bir marangozun el emeği ile ahşap işlemesi	El emeğinin ve zanaatkarlığın değeri gösterilmektedir. Marangozluk, üretim süreçlerinde el işçiliğinin önemini vurgularken, bu emek Cumhuriyet'in üretime dayalı kalkınma stratejisinin bir yansıması olarka gösterilmektedir. Marangozun işini özenle yapması, işçiliğin toplumun gelişimindeki kritik rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 36: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:00-00:39 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
İnşaat süreci ve fiziksel emek	İnşaat işçileri bir şantiyede çalışıyor, biri malzeme taşıyor, diğeri kaynak yapıyor	Cumhuriyet'in modernleşme ve sanayileşme ideallerini yansıtan bu görsel, işçilerin emeğini Türkiye'nin Cumhuriyet ile başlayan kalkınma sürecindeki temel itici güçlerden biri olarak göstermektedir. Halkın kolektif emeği ve fedakarlığı ile inşa edilen bir ülkenin simgesi olan görsel, Cumhuriyet'in "kendi kendine yetme" politikasını ve

		ekonomik kalkınma mücadelesinde işçilerin oynadığı önemli rolü vurgulamaktadır. Görsel aynı zamanda bankanın ekonomik kalkınma sürecinde iş gücüne ve projelere verdiği desteği sembolize etmektedir. Banka, bu tür projelere kredi sağlayarak ülkenin inşasında önemli bir partner olmaktadır.
Aile birliği ve güven	Bir anne çocuğunu tutuyor, baba onları sevgi dolu bir şekilde izliyor.	Bu görseldeki mutlu aile tablosu, Cumhuriyet'in modernleşen toplum yapısının temelini oluşturan aile kavramını vurgulamaktadır. Bu görsel, bankanın aile birliğini ve refahını destekleyen güvenilir bir finansal partner olduğunu simgelemektedir.
Ekonomik başarı ve finansal büyüme	Bir iş adamı, toplantıda finansal grafikler eşliğinde sunum yapıyor.	İş dünyasındaki modern liderlik ve stratejik düşünce, Türkiye'nin ekonomik bağımsızlık hedeflerine paralel olarak gelişmiş, Halk Bankası da bu süreçte önemli bir rol üstlenmiştir. Sunum yapan iş adamı, Halk Bankası'nın Türkiye'nin iş dünyasındaki küresel hedeflerine ve ekonomik modernleşme çabalarına olan desteğini simgelemektedir. Ekonomik büyüme ve sanayileşme, Cumhuriyet'in öncelikli hedeflerinden biri olurken, Halk Bankası da bu vizyonu destekleyen bir finansal kurum olarak uluslararası başarıya katkı sağlamaktadır.
El emeği ve zanaatkarlık	Bir marangoz, bir ahşap parça üzerinde çalışıyor, el emeğiyle üretim yapıyor.	El emeği ve zanaatkarlık, Cumhuriyet'in üretim ve kalkınma politikalarına paralel olarak bireyin toplumsal katkısını temsil etmektedir. El işçiliği, halkın kolektif katkısıyla ekonomik kalkınmanın mümkün olduğunu göstermektedir. Marangoz, küçük ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) ve bireysel üreticilerin sembolüdür. Bankalar, KOBİ'lere sağladıkları kredi imkanları, işletme sermayesi desteği ve yatırım fonlarıyla bu işletmelerin hayatta kalmasını ve büyümesini desteklemektedir.

Tablo 36’de yer alan görseller, Cumhuriyet’in temel değerlerini yansıtarak farklı temaları ele almaktadır. İnşaat işçileri, fiziksel emek ve altyapı çalışmalarının ülke kalkınmasındaki önemini simgelerken, aile birliği ve güven görseli, Cumhuriyet’in modernleşme ve toplumsal reformlarla güçlendirdiği aile yapısını vurgulamaktadır. Ekonomik başarı ve finansal büyüme ise profesyonelleşme, stratejik liderlik ve teknolojinin ekonomi üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. Son olarak, el emeği ve zanaatkarlık, Cumhuriyet’in üretime dayalı kalkınma stratejisi doğrultusunda el işçiliği ve zanaatın değerini ortaya koymaktadır.

Tablo 37’de yer alan görseller, Cumhuriyet’in temel değerlerine ve modernleşme sürecine odaklanmıştır. İnşaat süreci ve fiziksel emek görseli, Cumhuriyet’in sanayileşme ve modernleşme idealleri doğrultusunda iş gücünün kolektif emeğinin önemini vurgulamaktadır. İnşaat işçileri, ülkenin kalkınmasında emeğin ve sanayinin kritik bir rol oynadığını simgelerken, banka da bu tür projelere sağladığı kredi ve finansman desteğiyle ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunan önemli bir partner olarak konumlanmaktadır. Aile birliği ve güven görseli, anne, baba ve çocuktan oluşan mutlu bir aile, Cumhuriyet’in sosyal yapı reformlarıyla güçlendirdiği aile kavramını yansıtmaktadır. Bu görsel, Halk Bankası’nın aile değerlerini ve toplumsal refahı destekleyen güvenilir bir finansal kurum olduğunu simgelemektedir. Ekonomik başarı ve finansal büyüme görseli, modern iş dünyasında stratejik liderlik ve finansal analizlerin Türkiye’nin ekonomik bağımsızlık ve modernleşme hedeflerine katkısını yansıtmaktadır. İş adamının finansal grafiklerle sunum yapması, Halk Bankası’nın Türkiye’nin ekonomik büyüme ve sanayileşme süreçlerinde oynadığı önemli rolü göstermektedir. Banka, iş dünyasına sağladığı finansal destek ile Türkiye’nin küresel rekabet gücünü artırmaktadır. El emeği ve zanaatkarlık görseli ise bireysel emeğin ve üretim sürecinin Cumhuriyet’in kalkınma politikalarına katkısını yansıtmaktadır. Marangozun el işçiliğiyle ahşap üzerinde çalışması, küçük ölçekli işletmelerin (KOBİ’ler) ve bireysel üreticilerin ekonomik kalkınmadaki rolünü simgelemektedir. Halk Bankası, bu tür işletmelere sunduğu kredi imkanları ve yatırım desteği ile küçük işletmelerin büyümesine ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Tüm bu semboller, Cumhuriyet’in ekonomik ve toplumsal kalkınma hedeflerine uygun olarak bankanın ülke ekonomisindeki kritik rolünü detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır.



Görsel 19: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 19'da yer alan, 2017 yılında yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" adlı reklam filminin 00.40-01.20 süreleri arasındaki dört kesit (YouTube, 2017), Tablo 37'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 38'da ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 37: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Aile bağı ve kırsal yaşam	Anne, baba ve çocuk; geleneksel bir köy evinin önünde samimi bir şekilde bir arada	Aile değerleri, geleneksel köy hayatı ve kırsal bölgelerde yaşayan insanların yaşamı gösterilmektedir. Aynı zamanda kırsal bir yaşam alanında olmaları, toplumsal dayanışmayı, geleneksel aile yapısının gücünü ve toprakla olan bağı yansıtmaktadır. Çevredeki detaylar, köy yaşantısının doğallığını ve sadeliğini göstermektedir.
Eğitim ve çocukların geleceği	Bir grup öğrenci, öğretmenleriyle birlikte sınıfta karneleri ile poz vermesi, Türk bayrakları	Öğrenciler, Türkiye'nin gelecekteki umutları olarak gösterilirken, öğretmen de bu sürecin rehberi olarak öne çıkmaktadır. Arka planda Türk bayraklarının yer alması, millî

		kimlik ve eğitimde Cumhuriyet değerlerinin altını çizmektedir.
Bankacılık hizmetleri, müşteri ilişkileri ve millî kimlik	Halkbank şubesinde müşterilerin gişede işlem yapması, Türk bayrağının şube içinde belirgin şekilde yer alması	Müşterilerin sırada beklemeleri ve gişede işlemlerini gerçekleştirmeleri, bankanın günlük finansal ihtiyaçlara nasıl hızlı yanıt verdiğini göstermektedir. Türk bayrağının varlığı, bankanın ulusal bir kurum olarak, Türk halkına güvenilir hizmet sunduğunun bir göstergesidir. Bayrak, bu güvenin Cumhuriyet ile inşa edilen güçlü bir finansal sistemle ilişkili olduğunu da işaret etmektedir.
Kurumsal kimlik ve güvenilirlik	Gece ışıklarının açık olduğu bir Halkbank şubesi	Görsel, bankanın kurumsal kimliğini ve sürekli hizmet anlayışını temsil göstermektedir. Gece saatlerinde bankanın ışıklarının açık olması, bankanın her an hizmet verdiğini ve müşterilerin ihtiyaçlarına anında yanıt verdiğini vurgulamaktadır. Bankanın dış görünümü, güvenilirliğini ve sağlam kurumsal yapısını simgelemektedir.

Tablo 38: 2017 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Halk Adını Taşımak" Adlı Reklam Filminin 00:40-01:20 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Aile bağı ve kırsal yaşam	Anne, baba ve çocuk, köy evinin önünde bir aradadır ve birbirleriyle etkileşim içindedirler; samimi ve sıcak bir atmosfer vardır.	Aile, toplumun temel yapı taşı olarak gösterilmekte, dayanışma ve yardımseverlik gibi değerler öne çıkarılmaktadır. Halkbank, kırsal kesimdeki ailelere finansal destek sunarak onların ekonomik hayatta güçlenmelerine yardımcı olmakta ve güvenli bir gelecek inşa etmelerine katkı sağlamaktadır. Cumhuriyet değerlerinden halkçılık ve dayanışma ön plana çıkarılmaktadır.
Eğitim ve çocukların geleceği	Öğrenciler ve öğretmen, sınıfta karne pozu verirken, Türk bayrakları onlara eşlik etmektedir.	Türkiye'nin eğitim sistemine verdiği önemi ve çocukların milli değerlere dayalı olarak yetiştirildiğini göstermektedir. Öğrenciler, geleceğin liderleri ve modern Türkiye'nin yapı taşları olarak sunulmaktadır. Halkbank, eğitim kredileri ve burs

		programlarıyla öğrencilerin eğitim hayatlarını destekleyerek, onların geleceğe güvenle adım atmalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, sosyal sorumluluk projeleri kapsamında eğitim sistemine katkı sağlamak, bankaların toplumsal rolünü yansıtmaktadır.
Bankacılık hizmetleri, müşteri ilişkileri ve millî kimlik	Halkbank şubesinde müşteriler sırada bekleyip işlemlerini yaparken, şubenin içindeki Türk bayrağı dikkat çekmektedir.	Türk bayrağı, Halkbank'ın milli bir kurum olduğunu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin değerleri ile hizmet sunduğunu vurgulamaktadır. Bayrağın varlığı, bankanın müşterilerine ulusal bir kurum olarak onların yanında olduğunu ve ülkenin finansal istikrarını temsil ettiğini göstermektedir.
Kurumsal kimlik ve güvenilirlik	Gece vakti ışıkları açık olan bir Halkbank şubesi dıştan görüntüleniyor.	Görsel, Halkbank'ın Cumhuriyet'in halkçılık ve kamu hizmeti anlayışı doğrultusunda müşterilerine güven veren ve sürekli hizmet sunan bir kurum olduğunu simgelemektedir. Halkbank'ın güçlü kurumsal yapısı ve sürdürülebilir hizmet anlayışı, Cumhuriyet'in kamuya hizmet etme, ekonomik güvence sağlama ve halkın yanında olma değerleriyle uyumlu bir şekilde vurgulanmaktadır.

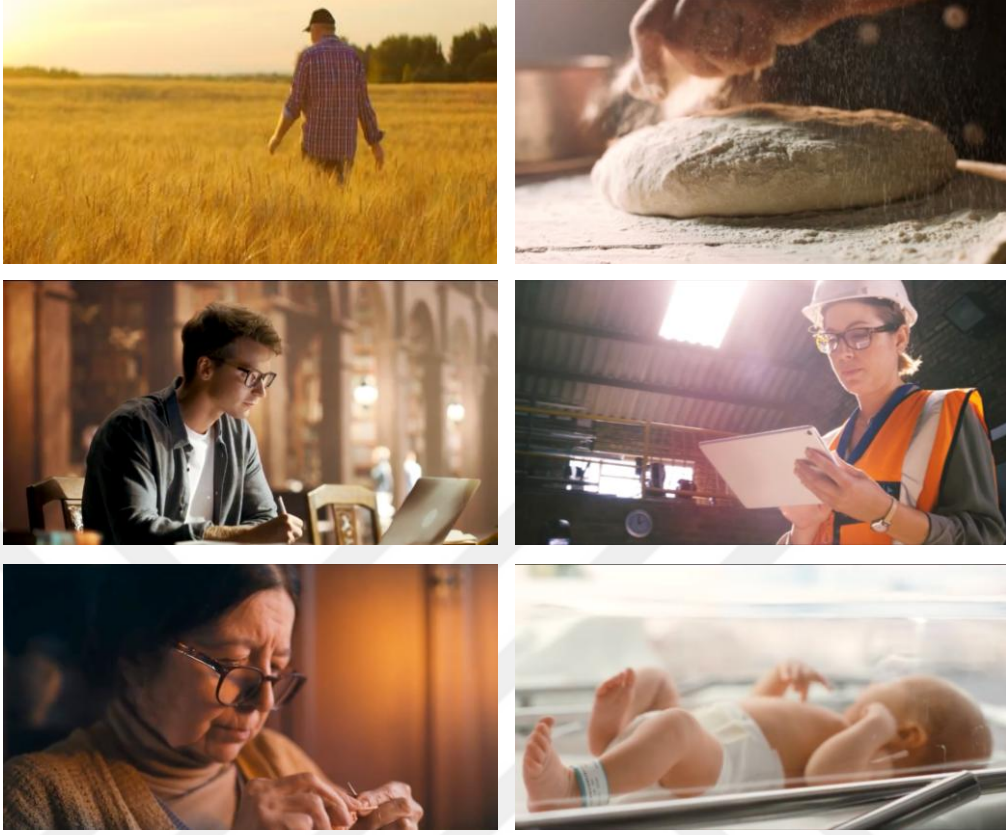
Tablo 37’de yer alan geleneksel köy evinin önünde aile görseli, kırsal yaşamın doğallığı ve aile değerlerini vurgularken, toplumsal dayanışma ve toprakla olan bağları ön plana çıkarmaktadır. Eğitim görseli, öğrenciler geleceğin umudu olarak gösterilirken, öğretmenler bu sürecin rehberi olarak Cumhuriyet değerleriyle ilişkilendirilmektedir. Halkbank şubesinde müşterilere hizmet sunulması ve şube içinde belirgin bir şekilde yer alan Türk bayrağı, bankanın ulusal bir kurum olarak güvenilirliğini ve güçlü bir finansal sistemin parçası olduğunu simgelemektedir. Ayrıca, gece ışıkları açık bir Halkbank şubesi, bankanın sürekli hizmet anlayışını ve güvenilir kurumsal kimliğini yansıtmaktadır.

Tablo 38’de yer alan görseller, aile bağları ve kırsal yaşam, eğitim, bankacılık hizmetleri ve kurumsal kimlik gibi birçok konu ele alınmaktadır. Anne, baba ve çocuğun köy evinin önünde samimi bir şekilde bir arada olması, aileyi toplumun temel yapı taşı olarak sunarken, dayanışma ve yardımlaşma gibi değerleri ön plana

çıkarmaktadır. Halkbank, kırsal kesimdeki ailelere finansal destek sağlayarak onların ekonomik güçlenmesine ve güvenli bir gelecek kurmasına yardımcı olmaktadır. Eğitim görseli, Türk bayrakları eşliğinde karne pozu veren öğrenciler ve öğretmenleri aracılığıyla, Türkiye'nin eğitim sistemine verdiği önemi ve çocukların milli değerlere dayalı olarak yetiştirildiğini göstermektedir. Halkbank, eğitim kredileri ve burs programlarıyla öğrencilerin geleceğe güvenle adım atmalarına katkı sağlamaktadır. Şubede işlem yapan müşterilerin yanında yer alan Türk bayrağı, Halkbank'ın milli bir kurum olduğunu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin değerlerine uygun hizmet sunduğunu simgelemektedir. Gece vakti ışıkları açık bir şubenin görüntüsü ise Halkbank'ın güçlü kurumsal yapısı ve sürekli hizmet anlayışını vurgulamakta, Cumhuriyet'in halkçılık ve kamu hizmeti değerlerine uygun olarak toplumun her an yanında olduğunu göstermektedir.

Halk Bankası'nın 2017 yılında yayınladığı "Halk Adını Taşımak" adlı reklam filminde, Halkbank'ın topluma ve ülkenin kalkınmasına sağladığı katkıları vurgulamaktadır. Halkçılık, dayanışma, ekonomik büyüme ve modernleşme gibi Cumhuriyet değerleri, Halkbank'ın kırsal kesimlerden büyük sanayi projelerine kadar farklı alanlarda sunduğu finansal desteklerle ilişkilendirilmektedir. Halkbank, kırsal kesimdeki ailelere ekonomik güçlenme fırsatları sunarak toplumsal dayanışmayı güçlendirirken, eğitim kredileri ve burs programları aracılığıyla gençlerin eğitimi ve modern Türkiye'nin inşasına katkıda bulunmaktadır. Bankanın sanayi projelerine sağladığı kredi desteği, Cumhuriyet'in sanayileşme ve modernleşme ideallerini yansıtırken, el emeği ve zanaatkarlığa verdiği destek, küçük işletmelerin ve bireysel üreticilerin ekonomik kalkınmadaki kritik rolünü öne çıkarmaktadır. Şubelerdeki Türk bayrağı ve sürekli hizmet anlayışı, bankanın milli kimliği ve güvenilirliğini vurgularken, Halkbank'ın topluma her an hizmet veren bir kurum olarak Cumhuriyet'in kamu hizmeti değerleriyle uyumlu çalıştığını göstermektedir. Bu bağlamda Halkbank, Cumhuriyet'in temel değerlerine dayalı olarak ülkenin ekonomik ve toplumsal kalkınmasına katkıda bulunan önemli bir aktör olarak sunulmaktadır.

3.7.12. Halk Bankası’nın 2023 Yılında Yayınlanan 29 Ekim Reklam Filmi



Görsel 20: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 20’de yer alan, 2023 yılında yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” adlı reklam filminin 00.00-00.25 süreleri arasındaki altı kesit (Halkbank, 2023b), Tablo 39’da Saussure’ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 40’ta ise Barthes’ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 39: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası’nın “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes’e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Buğday tarlasında gün batımında yürüyen çiftçi	Buğday tarlası, gün batımı, çiftçi	Çiftçi, emeği ve doğayla uyumu simgelerken; buğday tarlası, bereket ve kendi kendine yeten bir ulusal ekonomiyi temsil etmektedir.
Unun etrafa saçıldığı bir	Un, hamur, yoğuran eller	Hamur yoğurma, beslenme ve toplumsal birliktelik anlamında kültürel bir ritüeli yansıtmaktadır.

ortamda hamur yoğuran eller		Bu, aynı zamanda Cumhuriyet'in öz kaynaklarını kullanarak kendi kendine yetme idealini yansıtır.
Kütüphanede laptop ve defterle çalışan genç adam	Kütüphane, laptop, defter, genç adam	Görsel, eğitimin ve bilginin modern Cumhuriyet'in inşasındaki rolünü temsil etmektedir. Gençlik, modernleşmenin ve aydınlanmanın göstergesidir. Kütüphane, bilgiye erişimi ve eğitimi temsil ederken, laptop ve defter, teknolojiyi ve geleneksel öğrenmeyi bir araya getirmektedir.
İnşaat sahasında tabletle çalışan güvenlik ekipmanları giymiş kadın	İnşaat sahası, tablet, güvenlik ekipmanları, kadın	Görsel, modern Türkiye'de kadınların yerini, sanayileşme sürecini ve teknolojinin günlük hayattaki rolünü temsil etmektedir. Kadınların çalışma hayatındaki varlığı, Cumhuriyet'in kadın hakları konusundaki ilerici yaklaşımını yansıtmaktadır.
El işi yapan yaşlı kadın	Yaşlı kadın, el işi malzemeleri	Yaşlı kadının varlığı, kültürel mirası ve geçmişten günümüze taşınan değerleri simgelemektedir.
Küvözdeki yeni doğan bebek	Bebek, küvöz	Küvözdeki bebek, Cumhuriyet'in sağlık alanındaki ilerlemelerini, özellikle anne ve çocuk sağlığı konusundaki hassasiyetini ve gelecek nesillerin refahını simgelemektedir.

Tablo 40: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" Adlı Reklam Filminin 00:00-00:25 Süreleri Arasındaki Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Buğday tarlasında gün batımında yürüyen çiftçi	Çiftçi, buğday tarlasında gün batımına doğru yürümektedir.	Görsel, Cumhuriyet'in milli egemenlik, ekonomik bağımsızlık, toprağa bağlılık ve tarımsal kalkınma değerlerini sembolize etmektedir. Buğday tarlası, Anadolu'nun bereketini ve tarımda kendi kendine yeterlilik idealini yansıtmaktadır. Gün batımı ise bir dönemin kapanışını ve yeniliği simgeleyerek, modern Türkiye'nin dönüşümünü ifade etmektedir.
Unun etrafa saçıldığı bir	Bir kişi hamur yoğurmaktadır.	Ekmek yapımı, Türk kültüründe misafirperverlik ve dayanışmanın önemli bir parçasıdır. Bu,

ortamda hamur yoğuran eller		ekonomik anlamda kendi kendine yetmeyi, kültürel anlamda ise toplumsal birlikteliği ve paylaşımı simgelemektedir. Cumhuriyet döneminde milletin kendi kaynaklarını kullanarak, ekonomik bağımsızlığına vurgu yapmaktadır.
Kütüphanede laptop ve defterle çalışan genç adam	Kütüphanede genç adam ders çalışmaktadır.	Görsel, Cumhuriyet'in eğitim ve aydınlanma politikalarını, modern Türkiye'nin genç nüfusunu ve teknolojik ilerlemeyi temsil etmektedir. Kütüphane, bilginin ve eğitimin merkezi olarak, Cumhuriyet'in çağdaş ve ilerici vizyonunu göstermektedir.
İnşaat sahasında tabletle çalışan güvenlik ekipmanları giymiş kadın	İnşaat sahasından çalışmakta olan bir kadın görülmektedir.	Görsel, kadınların iş gücündeki aktif rolünü ve cinsiyet eşitliğini temsil etmektedir. Tablet ve inşaat ortamı, teknolojik ilerlemeyi ve modernleşmeyi simgelemektedir.
El işi yapan yaşlı kadın	Yaşlı kadın el işi yapmaktadır.	El sanatları, geleneksel Türk kültürünü ve geçmişe bağlılığı göstermektedir. Yaşlı kadının el işi yapması geçmişle kurulan bağı vurgulamaktadır. Bu, Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde bile geleneksel değerlere ve kültürel mirasa sahip çıkma arzusunu göstermektedir.
Küvözdeki yeni doğan bebek	Yeni doğan bebek küvözde yatmaktadır.	Küvöz, tıbbi bakım ve korumanın bir sembolü olarak, Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde sağlık alanında attığı adımları ve toplumun geleceğine verdiği önemi vurgulamaktadır. Bebek, aynı zamanda Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusunu, Cumhuriyet'in gelecek için umut dolu vizyonunu yansıtmaktadır. Bu görsel, Cumhuriyet'in yeni nesilleri her koşulda koruma ve onlara daha iyi bir gelecek sunma hedefini temsil etmektedir.

Tablo 39'da yer alan Buğday tarlasında gün batımında yürüyen çiftçi görseli, emeği ve doğayla uyumu simgelerken; buğday tarlası, bereket ve kendi kendine yeten bir ulusal ekonomiyi temsil etmektedir. Hamur yoğuran eller, beslenme ve toplumsal birliktelik anlamında kültürel bir ritüeli yansıtarak, Cumhuriyet'in kendi kendine yetme idealini simgelemektedir. Kütüphanede laptop ve defterle çalışan genç adam, eğitimin ve bilginin Cumhuriyet'in modernleşmesindeki rolünü, gençlik ve teknolojiyi

temsil etmektedir. İnşaat sahasında tabletle çalışan kadın, modern Türkiye'de kadınların iş hayatındaki yerini ve Cumhuriyet'in kadın haklarına yönelik ilerici duruşunu yansıtmaktadır. El işi yapan yaşlı kadın, kültürel mirası ve geçmişten günümüze taşınan değerleri simgelemektedir. Kuvözdeki yeni doğan bebek, Cumhuriyet'in sağlık alanındaki ilerlemelerini ve gelecek nesillerin refahını simgelemektedir.

Tablo 40'ta yer alan görseller, Cumhuriyet'in milli egemenlik, ekonomik bağımsızlık, tarımsal kalkınma, eğitim, cinsiyet eşitliği, kültürel miras ve sağlık alanlarındaki değerlerini yansıtmaktadır. Buğday tarlasında gün batımında yürüyen çiftçi, toprağa bağlılık ve tarımsal kalkınma ile Anadolu'nun bereketini ve kendi kendine yeterlilik idealini sembolize ederken, gün batımı modern Türkiye'nin dönüşümünü ifade etmektedir. Hamur yoğuran eller, ekmek yapımı aracılığıyla ekonomik bağımsızlığı ve toplumsal birlikteliği simgelemektedir. Kütüphanede laptop ve defterle çalışan genç adam, Cumhuriyet'in eğitime ve aydınlanmaya verdiği önemi, teknolojik ilerlemeyi ve gençliğin modern Türkiye'nin inşasındaki rolünü temsil etmektedir. İnşaat sahasında tabletle çalışan kadın, kadınların iş gücündeki yerini ve cinsiyet eşitliğini, aynı zamanda teknolojik ve sanayileşme sürecini göstermektedir. El işi yapan yaşlı kadın, geleneksel kültürel değerlere ve geçmişe bağlılığı vurgularken, Cumhuriyet'in modernleşme sürecinde bile kültürel mirasa sahip çıkma arzusunu göstermektedir. Kuvözdeki yeni doğan bebek ise, Cumhuriyet'in sağlık alanındaki modernleşme çabalarını, anne ve çocuk sağlığına verdiği önemi ve gelecek nesillere umut dolu vizyonunu sembolize etmektedir. Bu görseller, Cumhuriyet'in millî kimlik, ekonomik kalkınma, eğitim, toplumsal eşitlik, kültürel miras ve sağlık gibi temel değerlerini bütüncül bir şekilde yansıtmaktadır.



Görsel 21: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitleri

Görsel 21'de yer alan, 2023 yılında yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" adlı reklam filminin 00.25-00.40 süreleri arasındaki altı kesit (Halkbank, 2023b), Tablo 41'de Saussure'ün gösteren ve gösterilen yaklaşımına, Tablo 42'de ise Barthes'ın düz anlam ve yan anlam yaklaşımına göre göstergebilimsel olarak analiz edilmiştir.

Tablo 41: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Kesitlerin Barthes'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Güneş doğarken oyuncak uçakla koşan bir çocuk	Güneş doğuşu, oyuncak uçak, koşan çocuk	Uçak, özgürlüğü, teknolojik ilerlemeyi ve çocukların hayallerini simgelerken; çocuk figürü geleceği, masumiyeti ve ülkenin genç nüfusunu ifade etmektedir. Güneşin doğuşu, yeni bir başlangıcı ve geleceğe doğru umut dolu bir bakışı sembolize eder; bu da Türkiye'nin sürekli yenilik ve değişim içinde olduğunu göstermektedir.
Siyah beyaz Atatürk portresi	Atatürk, siyah beyaz fotoğraf	Cumhuriyet'in kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ü ve onun idealleri temsil edilmektedir. Siyah beyaz format ise tarihi ve geçmişini simgeler, Cumhuriyet'in köklerini hatırlatır.

Boğaz manzarasında dalgalanan Türk bayrağı ve "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı	Türk bayrağı, İstanbul manzarası, Boğaz, metin	Türk bayrağı, ulusal gururun, bağımsızlığın ve milletin sembolü olarak gösterilmektedir. İstanbul manzarası, modern Türkiye'nin hem kültürel hem de ekonomik gelişimini yansıtmaktadır. Metin, Cumhuriyet'in sürekliliğini ve geçmişten geleceğe uzanan değerlerini kutlamaktadır.
--	--	--

Tablo 42: 2023 Yılında Yayınlanan Halk Bankası'nın "Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!" Adlı Reklam Filminin 00:25-00:40 Süreleri Arasındaki Saussure'e Göre Göstergebilimsel Analizi

Gösterge	Düz Anlam	Yan Anlam
Güneş doğarken oyuncak uçakla koşan bir çocuk	Çocuk elinde uçağı ile güneşin doğuşuna doğru koşmaktadır.	Oyuncak uçak, hayalleri, teknolojik gelişmeyi ve geleceğe olan inancı temsil etmektedir. Çocuğun koşması, özgürlük, enerji ve yeni nesillerin ilerlemeye olan katkısını yansıtmaktadır. Güneşin doğuşu, Türkiye'nin aydınlık geleceğe doğru attığı adımları, sürekli yenilenen ve gelişen bir ülke olma hedefini vurgulamaktadır. Güneş doğarken koşan çocuk figürü, Cumhuriyet'in yeni nesilleriyle birlikte doğan umutları, yenilikleri ve idealleri temsil etmektedir.
Siyah beyaz Atatürk portresi	Atatürk'ün siyah beyaz portesi görünmektedir.	Cumhuriyet'in kurucusu ve önderi olarak Atatürk'ün, Türkiye'nin modernleşme ve bağımsızlık mücadelesinin simgesi olduğu vurgulanmaktadır. Atatürk'ün yüzü, milli kimliği, bağımsızlık ruhunu ve Cumhuriyet değerlerini yansıtmaktadır. Siyah beyaz format, tarihsel bir derinlik katarken, geçmişe duyulan saygıyı ve ulusal hafızanın önemini vurgulamaktadır.
Boğaz manzarasında dalgalanan Türk bayrağı ve "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı	Boğaz manzarasında dalgalanan Türk bayrağı ve "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı görülmektedir.	Cumhuriyet'in kazanımları ve 100 yıllık süreçte elde edilen ulusal başarıları kutlanmaktadır. Bayrağın dalgalanışı, ülkenin bağımsızlığını ve birliğini simgelerken, Boğaz manzarası Türkiye'nin kültürel ve

		ekonomik anlamda ulaştığı seviyeyi göstermektedir. "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı, milletin bu tarihi başarıyı ve Cumhuriyet'in geleceğe olan inancını vurgulamaktadır.
--	--	---

Tablo 41’de yer alan görseller, Cumhuriyet’in özgürlük, ilerleme, milli gurur ve köklü tarihine vurgu yapmaktadır. Güneş doğarken oyuncak uçakla koşan çocuk, özgürlüğü, teknolojik ilerlemeyi ve Türkiye'nin geleceğe dair umut dolu vizyonunu temsil etmektedir. Siyah beyaz Atatürk portresi, Cumhuriyet'in kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün ideallerini ve tarihsel köklerini yansıtmaktadır. Boğaz manzarasında dalgalanan Türk bayrağı ve "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı, ulusal gururu, bağımsızlığı ve Cumhuriyet'in geçmişten geleceğe uzanan değerlerini kutlamaktadır.

Tablo 42’de yer alan görseller, Cumhuriyet’in özgürlük, ilerleme, milli gurur ve tarihsel köklerine vurgu yaparak, Türkiye'nin modernleşme yolculuğundaki temel değerlerini yansıtmaktadır. Güneş doğarken oyuncak uçakla koşan çocuk, hayalleri, teknolojik gelişmeyi ve geleceğe olan inancı temsil etmektedir. Çocuğun özgürce koşması, Cumhuriyet'in yeni nesillerine duyduğu güveni, onların enerji ve katkılarıyla Türkiye'nin aydınlık geleceğe doğru ilerleyişini simgelemektedir. Güneşin doğuşu ise, Cumhuriyet'in sürekli yenilenen ve gelişen bir ülke olma idealini vurgularken, modern Türkiye'nin umut ve yeniliklerle dolu geleceğini sembolize etmektedir. Siyah beyaz Atatürk portresi, Cumhuriyet'in kurucusu Atatürk'ün, Türkiye'nin modernleşme ve bağımsızlık mücadelesinin simgesi olduğunu vurgulamaktadır. Atatürk'ün yüzü, milli kimliği, bağımsızlık ruhunu ve Cumhuriyet'in temel değerlerini yansıtırken, siyah beyaz format, tarihsel bir derinlik katarak ulusal hafızanın ve geçmişe duyulan saygının önemini göstermektedir. Bu, aynı zamanda Cumhuriyet'in köklerine bağlı kalma ve bu mirası geleceğe taşıma arzusunu temsil etmektedir. Boğaz manzarasında dalgalanan Türk bayrağı ve "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı, Cumhuriyet'in 100 yıllık kazanımlarını ve bu süreçte elde edilen ulusal başarıları kutlamaktadır. Bayrağın dalgalanışı, ülkenin bağımsızlığını, birliğini ve milli gururu simgelerken, Boğaz manzarası, Türkiye'nin kültürel ve ekonomik anlamda ulaştığı seviyeyi göstermektedir. "Cumhuriyetimizin 100. yılı kutlu olsun!" yazısı ise, milletin bu tarihi başarıyı kutlaması ve Cumhuriyet'in geleceğe olan inancını vurgulamaktadır.

Bu görseller, Cumhuriyet'in özgürlük, modernleşme, bağımsızlık, birlik ve ilerleme değerlerini güçlü bir şekilde yansıtmaktadır.

Halk Bankası'nın 2023 yılında yayınladığı “Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!” adlı reklam filminde, özgürlük, modernleşme, bağımsızlık, birlik, tarımsal kalkınma, ekonomik bağımsızlık, eğitim, cinsiyet eşitliği, kültürel miras ve sağlık gibi Cumhuriyet'in taşıyıcı unsurları yansıtılmaktadır. Tarım ve emek, Anadolu'nun bereketi ve ulusal ekonominin kendi kendine yeterlilik idealini temsil ederken; ekmek yapımı, ekonomik bağımsızlık ve toplumsal birlikteliği simgelemektedir. Eğitim ve gençlik, Cumhuriyet'in aydınlanma ve modernleşme vizyonunu gösterirken, kadınların iş hayatındaki varlığı cinsiyet eşitliği ve ilerici yaklaşımı vurgulamaktadır. Kültürel miras, geçmişe bağlılık ve geleneklerin önemini yansıtırken; sağlık ve yeni nesillerin refahı, Cumhuriyet'in geleceğe yönelik umut dolu vizyonunu ortaya koymaktadır. Atatürk'ün portresi ve bayrak ise, Cumhuriyet'in köklü tarihini, bağımsızlık ruhunu ve ulusal gururu temsil etmektedir. Bu reklam filmi, Cumhuriyet'in toplumsal hafızada yer eden temel değerlerini, modern Türkiye'nin gelişimi ve geleceğe dair idealleriyle birleştirerek güçlü bir şekilde ifade etmektedir.

SONUÇ

Türkiye'nin modernleşme süreci, Cumhuriyet'in ilanıyla birlikte ulus-devlet yapısının inşası, millî kimliğin şekillenmesi ve toplumsal hafızanın gelişimi açısından kritik bir eşik teşkil etmektedir. Bu süreçte kurulan ve gelişen bankacılık sistemi, Cumhuriyet değerlerinin ekonomik yapının merkezine entegre olmasını sağlamış, 1980 sonrası serbest piyasa ekonomisine geçiş ile bu yapı yeni bir forma bürünmüştür. Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren kamu bankaları olan Ziraat Bankası, tarım sektöründeki destekleyici rolü ile köylülerin ekonomik güçlenmesine ve tarımsal üretimin artırılmasına; Halk Bankası toplumun çeşitli kesimlerine yönelik sunduğu hizmetlerle sosyal dayanışmanın güçlenmesine katkıda bulunmuştur. İş Bankası ise sanayi ve ticaretin gelişimine sağladığı finansman ile Cumhuriyet'in ekonomik hedeflerine ulaşması amacıyla çalışmalarda bulunmuştur.

Bu araştırma, Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde, söz konusu bankaların televizyon reklamlarında Cumhuriyet değerlerini toplumsal hafıza ve millî kimlik bağlamında nasıl yansıttıklarını incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, ulus-devlet kavramından başlayarak Türkiye'nin modernleşme serüveni ele alınmakta, özellikle 1980 sonrası dönemde yaşanan ekonomik ve toplumsal dönüşüm sürecinde bu üç bankanın değişen rolleri değerlendirilmektedir. Göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak, banka reklamlarında Cumhuriyet değerlerinin millî kimlik inşası ve toplumsal hafızanın sürdürülmesi açısından nasıl işlendiği sistematik bir şekilde ortaya konulmuştur. Araştırma, toplumsal hafızanın önemli taşıyıcılarından olan bankaların, Cumhuriyet değerlerini değişen ekonomik koşullar içerisinde nasıl temsil ettiklerini göstermiştir.

Yapılan analizler sonucunda, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan itibaren ülkenin ekonomik ve toplumsal kalkınmasında öncü roller üstlenen Ziraat Bankası, İş Bankası ve Halk Bankası'nın reklam filmlerinde, Cumhuriyet değerlerini çeşitli semboller üzerinden aktardıkları görülmektedir. Her üç bankanın da kendi alanlarında üstlendikleri tarihi misyonlar, reklam filmlerine de yansımıştır. Ziraat Bankası tarımsal kalkınma, İş Bankası sanayileşme ve ticaret, Halk Bankası ise esnaf ve toplumsal kalkınma konularında reklam filmleriyle öne çıkmıştır. Ekonomik kalkınmayı temsil eden endüstri tesisleri, tarımsal modernleşmeyi simgeleyen modern tarım makineleri

ve kentleşmeyi vurgulayan inşaat sahneleri, bankaların ülke gelişimine katkılarını görsel düzlemde aktaran temel göstergeler olarak ön plandadır.

Bu reklamlarda, millî kimlik inşasını desteklemek amacıyla ulusal egemenlik, bağımsızlık mücadelesi, modernleşme, tarımsal reformlar, sanayileşme, ekonomik kalkınma, sosyal adalet, toplumsal dayanışma, toplumsal cinsiyet eşitliği, eğitim ve öğretim hakkı, şeffaflık ve hesap verebilirlik gibi Cumhuriyet değerlerine vurgu yapılmaktadır. Milli kimliğin inşası sürecinde önemli rol oynayan Türk bayrağı ve Atatürk portreleri, Cumhuriyet'in temel değerlerini yansıtan güçlü semboller olarak kullanılmıştır. Ziraat Bankası, kırsal kalkınma ve tarımsal modernleşme yoluyla milli kimliği güçlendirirken; İş Bankası, altyapı ve sanayi yatırımlarını vurgulayarak Türkiye'nin ekonomik bağımsızlığına dikkat çekmektedir. Halk Bankası ise, kadın-erkek eşitliği ve toplumsal dayanışma gibi sosyal adalet odaklı temalarla millî kimlik inşasına katkı sağlamaktadır.

Serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte, banka reklamlarında toplumsal hafızayı güçlendirmek amacıyla pek çok tarihsel ve kültürel an yeniden canlandırılmıştır. Toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu, özellikle iş hayatında aktif roller üstlenen bankacı kadınlar ve tarımsal üretimde yer alan kadın çiftçiler üzerinden kurgulanırken, geleneksel aile yapısını modern yaşamla harmanlayan anne-çocuk ilişkileri de sıkça işlenen temalar arasında yer almıştır. Reklamlarda kullanılan mekân seçimleri de dikkat çekicidir. Tarihi yapılar Osmanlı'dan Cumhuriyet'e uzanan kültürel devamlılığı simgelerken, modern mimari örnekleri şehirleşme ve çağdaşlaşma sürecini vurgulamaktadır. Özellikle Cumhuriyet'in kuruluşu, Kurtuluş Savaşı, 1923'te Cumhuriyet'in ilanı ve İzmir İktisat Kongresi gibi simgesel olaylara yapılan atıflarla, Cumhuriyet'in ekonomik bağımsızlık, toplumsal dayanışma ve modernleşme süreçleri yeniden hatırlatılmıştır.

Reklam filmlerinde, Cumhuriyet değerlerinin ekonomik ve toplumsal boyutları çok yönlü bir şekilde işlenmektedir. Modern sanayi tesisleri, teknolojik atılımlar ve çağdaş bankacılık hizmetleri, Cumhuriyet'in modernleşme ve ekonomik kalkınma hedeflerinin görsel yansımaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Her banka kendi kurumsal kimliği doğrultusunda bu değerleri farklı açılardan ele almaktadır. İş Bankası sanayi ve altyapı yatırımlarıyla ekonomik bağımsızlık vurgusunu öne çıkarırken, Halk Bankası küçük ve orta ölçekli işletmelere verdiği destekle sosyal refah ve dayanışmayı

vurgulamaktadır. Ziraat Bankası ise tarımsal kalkınma projeleriyle kırsal modernleşmeye odaklanmaktadır. Üç bankanın ortak noktası ise dijital dönüşüm, çağdaş hizmet anlayışı ve kadınların ekonomik hayattaki artan rolü gibi unsurlarla Cumhuriyet'in çağdaşlaşma vizyonuna katkıda bulunmalarıdır.

Araştırma sonuçları, 1980 sonrası dönemde banka reklamlarının, finansal hizmetlerin ötesinde toplumsal bir misyon üstlendiğini ortaya koymaktadır. Bu reklamlar bir yandan Cumhuriyet'in kurucu değerlerini korurken, diğer yandan bu değerleri değişen ekonomik koşullara uygun biçimde yeniden yorumlamaktadır. Özellikle ekonomik liberalleşme sürecinde, bankaların geleneksel kamusal rollerini yeni dönemin gereklilikleriyle başarılı bir şekilde harmanlayarak sürdürdükleri gözlemlenmiştir.

Bu çalışma, banka reklamlarının göstergebilimsel analizini yaparak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Araştırma, Cumhuriyet değerlerinin görsel temsilinin tarihsel süreç içindeki dönüşümünü ortaya koyarken, bankaların toplumsal hafıza ve millî kimlik inşasındaki rolünü de belgelemektedir. Bununla birlikte, çalışmanın sadece reklam metinlerine odaklanması ve izleyici algısını kapsam dışı bırakması bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Sonraki araştırmalarda, reklamların toplumsal etkisinin nitel yöntemlerle incelenmesi, Cumhuriyet değerlerinin güncel yorumlanma biçimlerini anlamak açısından önemli olacaktır. Ayrıca, küreselleşmenin Türk bankacılık sektörü üzerindeki etkisi ve bunun Cumhuriyet değerlerinin temsiline yansımaları da incelenmeye değer konular arasında yer alabilir.

KAYNAKÇA

- 3202 Sayılı Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine, Bazı Maddeler Eklenmesine ve 20 nci Maddcanln Kaldırılmasına Dair Kanun. (1979, Nisan 26). *Resmi Gazete (Sayı: 16620)*. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/16620.pdf>
- 3301 Sayılı Karar. (1954, Temmuz 29). *Resmi Gazete (Sayı: 8767)*. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/8767.pdf>
- Ahmad, F. (2014). *Bir kimlik Peşinde Türkiye* (S. C. Karadeli, Çev.; 5. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ak, M. (2018). Kültürel Kimlik ve Toplumsal Hafıza Mekanları Olarak Ziyaret Yerleri. *Turkish Studies (Elektronik)*, 13(3), 13-25. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.12936>
- Akalın, U. S. (2004). *Üç Dönem Üç Ekonomi*. Set Yayınları.
- Akarsu, A. S., & Sağlam, P. (2023). Milli Eğitim Bakanlığı'nın Değerlerinin Schwartz'ın Değer Teorisi Açısından İncelemesi. *Kalemname*, 8(16), 408-418.
- Akdiş, M. (2011). *Para Teorisi ve Politikası*. Gazi Kitabevi.
- Akgüç, Ö. (1987). *100 Soru'da Türkiye'de Bankacılık*. Gerçek Yayınevi.
- Akpolat, Y. (2008). Başka Bir Modernleşme ya da Türkiye'de Modernleşmenin Sosyoloji üzerine Bir Tartışma. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 5(18), 109-124.
- Akşin, S. (1971). İttihat ve Terakki Üzerine. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 26(1), 153-182. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000001185
- Albayrak, M. (2010). Kemalizmin Düşünsel Temelleri ve Tarihsel Oluşumu. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 26(77), 307-344.
- Alparslan, M., & Ataman Erdönmez, P. (2000). Enflasyon Hedeflemesi. *Bankacılık Dergisi*, 35, 14-41.
- Alper, C. E., & Öniş, Z. (2001). Finansal Küreselleşme, Demokrasi Açığı ve Yükselen Piyasalarda Yaşanan Sürekli Krizler: Sermaye Hareketlerinin Liberalleşmesi Sonrasında Türkiye Deneyimi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 4(17), 211-234.
- Altınkök, S. (2009). *Kamu Bankacılığı: Türkiye'de Finansal Liberalizasyon Öncesi ve Sonrası Döneminde Kamu Bankalarının Etkiliği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altuğ, Y. (1992). *Türk İnkılap Tarihi*. Çağlayan Kitabevi.
- Anderson, B. R. O. (1995). *Hayali Cemaatler: Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması* (İ. Savaşır, Çev.; 2. Baskı). Metis yayınları.
- Arsan, E., & Can, M. H. (2009). Siyasal İletişimin Cenk Alanı, Seçimler: AKP'nin 2007 Seçim Kampanyasının Analizi. İçinde A. Özkan (Ed.), *Siyasetin İletişimi* (ss. 85-101). Tasam Yayınları.

- Artun, T. (1983). *İşlevi, Gelişimi, Özellikleri ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık*. Tekin Kitabevi.
- Aslan, O. E. (1998). Devlet Planlama Teşkilatı 1980 Sonrası Dönüşüm. *Amme İdaresi Dergisi*, 31(1), 103-123.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel Bellek / Eski Yüksek Kültürlerde Yazı, Hatırlama ve Politik Kimlik* (2. Baskı). Ayrıntı Yayınları.
- Atalay, O. (2018). *Türk’e Tapmak: Seküler Din ve İki Savaş Arası Kemalizm*. İletişim.
- Atik, A., & Erdoğan, Ş. B. (2014). *Toplumsal Bellek ve Medya*.
- Atukalp, M. E. (2023). Türkiye Cumhuriyeti’nin Birinci Yüzyılında Bankacılık Tarihi. *Paradigma: İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 12(Özel Sayı), 202-211.
- Atukalp, M. E., & Karakaya, A. (2020). *Bankacılık Sistemi ve Rekabet Türkiye’deki Mevduat Bankalarından Deliller*. Ekin Yayınevi.
- Aydemir, M. A. (2006). Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma; Türkiye’de Modern Tüketim Kültürü’nün Tarihsel ve Toplumsal Gelişim Seyri. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Dergisi*, 16, 201-214.
- Aydoğan, F. (2009). Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 203-215.
- Aysan, M. A. (1986). Atatürk’ün Ekonomik Görüşü: Devletçilik. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 2(6), 614-644.
- Aysan, M. A. (2004). *Atatürk’ün Ekonomik Politikası* (7. bs). Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş* (3.Baskı). Hipernik Yayınları.
- Aziz, A. (2013). *Siyasal İletişim* (4.basım). Nobel Yayın Dağıtım.
- Babür Tosun, N., Tüzel Uraltaş, N., Nas, A., Özkaya, B., Güdüm, S., Ertürk, B., Dönmez, M., Çerçi, M., Ülker, Y., Karşu Cesur, D., Varol, E., & Kıcı, İ. (2018). *Reklam yönetimi* (Birinci Baskı). Beta Basım Yayım.
- Bakar, H., & Budak, E. (2021). Toplumsal Belleğin Oluşmasında Medyanın Rolü Üzerine Bir İnceleme: 32. Gün Belgeselleri Örneği. *Selçuk İletişim*, 14(3), 1287-1310. <https://doi.org/10.18094/josc.870011>
- Balcı, Ş. (2016). *Negatif Siyasal Reklamlarda İkna Edici Mesaj Stratejisi Olarak Korku Çekiciliği Kullanımı* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Barnea, M., & Schwartz, S. (2008). Values and Voting. *Political Psychology*, 19, 17-40. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00090>
- Barthes, R. (2015). *Yazı ve Yorum* (T. Yücel, Çev.; 4. Baskı). Metis yayınları.
- Batur, E. (1994). *Yurt Dışı Sermaye Yatırımları ve Yabancı Sermayeden Türk Ekonomisinin Beklentileri* [Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi].
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim Toplumu* (F. Keskin & H. Deliceçaylı, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

- Bayraktutan, Y., & Özkaya, M. H. (2002). IMF İstikrar Programlarının Doğu Asya'da Ekonomik Performans Sonuçları. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 1-18.
- Baytal, Y. (2000). Tanzimat ve II. Abdülhamid Dönemi Eğitim Politikaları. *OTAM Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 11(11), 23-32. https://doi.org/10.1501/OTAM_00000000440
- Bektaş, A. (2002). *Siyasal Propaganda Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları*. Bağlam Yayıncılık.
- Beriş, H. E. (2021). *Tek Parti Döneminde Devletçilik: Türkiye'de Otoritarizmin Siyasal ve Ekonomik Temelleri* (3. Baskı). Kadim.
- Berkes, N. (2019). *Türkiye'de Çağdaşlaşma*. Yapı Kredi Yayınları.
- Biber, A. (2007). *Halkla İlişkilerde Temel Kavramlar*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası*. Asinakitaplar.
- Billig, M. (2002). *Banal milliyetçilik* (C. Şişkolar, Çev.). Gelenek Yayıncılık.
- Birleşik Fon Bankası. (t.y.). *Hakkımızda*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.fonbank.com.tr/Fonbank/Web/trk/index.asp?Altsayfa=Hakk%FDm%FDzda&Baslik=Hakk%FDm%FDzda>
- Boratav, K. (1974). *100 Soruda Türkiye'de Devletçilik*. Gerçek Yayınevi.
- Boratav, K. (2005). *Türkiye İktisat Tarihi: 1908-2015* (9. Baskı). İmge Kitabevi.
- Boym, S. (2009). *Nostaljinin Geleceği* (Savaş. Kılıç, Ed.; F. B. Aydar, Çev.). Metis.
- Bozkurt, V. (2014). *Endüstriyel ve Post-endüstriyel Dönüşüm: Bilgi, Ekonomi ve Kültür* (3. Baskı). Ekin Kitabevi.
- Bumin, M. (2009). Kamu Bankalarının Yeniden Yapılandırılması ve Sonuçları. *Bankacılar Dergisi*, 20(70), 18-36.
- Calhoun, C. J. (2007). *Milliyetçilik* (B. Sütçüoğlu, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Canefe, N. (2007). *Anavatanadan Yavruvatana: Milliyetçilik, Bellek ve Aidiyet* (Deniz Boyraz, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Celal Gökdoğan, M. (2006). *Alışveriş Mekanlarının Gelişim Süreci Örneklem: Eskişehir* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Osmangazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Cem, İ. (2008). *Türkiye'de Geri Kalmışlığın Tarihi*. Türkiye İş bankası.
- Cemal, H. (2013). *Özal Hikayesi*. Everest Yayınları.
- Confino, A. (1997). Collective Memory and Cultural History: Problems of Method. *The American Historical Review*, 102(5), 1386-1403. <https://doi.org/10.1086/ahr/102.5.1386>
- Cop, R., & Yüzüak, A. (2016). Değer Temelli Pazarlamada Müşteri Değerine, Firma ve Müşteri Bakış Açısından Bolu İlinde Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 49-80.

- Copeaux, E. (2006). *Tarih Ders Kitaplarında (1931-1993): Türk Tarih Tezinden Türk-Islâm Sentezine* (A. Berktaş, Çev.). İletişim Yayınları.
- Çağlayan, E. (2018). *Kemalist Ulus-Devletin İnşası: Eğitim, Kültür, Mekân ve İskân Politikaları*. Açılım Kitap.
- Çakı, C. (2018). Mitinglerin Propagandadaki Rolü: Nürnberg Mitingleri'ne Ait Fotoğrafların Göstergebilimsel Analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 59-79.
- Çakmak Kılıçaslan, E. (2008). *Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi* (1.baskı). Kriter Yayınevi.
- Çankaya, E. (2008). *İktidar Bu Kapağın Altındadır: Gösteri Demokrasisinde Siyasal Reklamcılık*. Boyut Kitapları.
- Çavdar, T. (2008). *Türkiye'nin Demokrasi Tarihi: 1839 - 1950* (4. Baskı). İmge Kitabevi.
- Çavdar, T. (2015). *Türkiye'nin Açlık, Fukaralık ve Yoksunluk Tarihi*. İmge Kitabevi.
- Çeçen, A. (2020). *Ulus Devlet Türkiye Cumhuriyeti* (Genişletilmiş 3. Baskı). Astana.
- Çelik, S. (2009). *Hazsal ve Faydacı Tüketim*. Derin Yayınları.
- Çetin, M. (2014). *Bankacılığın Tarihsel Gelişimi ve Ziraat Bankası Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çil, T. (2012). *Türk Bankacılık Sisteminde Kamu Bankalarının Verimliliği ve Toplumda Kamu Bankaları Algısı* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çivi, H. (1985). *Türkiye'de Bankacılık*. Fon Matbaası.
- Çuhadar, C. H. (2009). Türkiye'de ulusalcılığın değişmeyen simgesi: Onuncu yıl marşı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 199-208.
- Dalyancı, H. L. (2010). *Finansal Kriz Teorileri ve Türkiye Ekonomisinde 1990 Sonrası Finansal Krizlerin Ekonometrik Analizi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Teorisi Bilim Dalı.
- Demir İnanc, M. (2018). Siyasal İletişim: Kavramsal Bir Derleme. *Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi*, 1(1), 79-104.
- Demircioğlu, M., & Çakmak, B. (2016). Ziraat Bankasının Basınçlı Sulama Destek Sisteminin Değerlendirilmesi. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 33(3), 181-188. <https://doi.org/10.13002/jafag985>
- Demirezen, İ. (2015). *Tüketim Toplumu ve Din*. DEM Yayınları.
- Demirtaş, H. (2010). *Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi ve Çalışmalarının Özelleştirmeye Karşı Tutumlarının İstatistiksel Analizi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Devran, Y. (2004). *Mesaj, Strateji ve Taktikler Siyasal Kampanya Yönetimi*. Odak İletişim.
- Dikici, A. (2008). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türk Polis Teşkilâtı (1923-1938). *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 24(72), 719-756.
- Dikkaya, M., & Özyakışır, D. (2013). Türkiye Ekonomisinde Radikal Dönüşüm:1980-2002. İçinde M. Dikkaya, A. Üzümcü, & D. Özyakışır (Ed.), *Osmanlı'nın İkibinli Yıllara Türkiye'nin Ekonomik Tarihi* (ss. 183-206). Savaş Kitabevi.
- Duman, M. Z. (2010). *Türkiye'de Liberal-Muhafazakâr Siyaset ve Turgut Özal* (1. basım). Kadim.
- Durucan, H., & Doğru, E. (2021). Bankaların Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Sponsorluk Çalışmalarına Verdiği Önem. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-21. <https://doi.org/10.47948/efad.815250>
- Ekzen, N. (1984). *1980 Stabilizasyon Paketinin 1958, 1970 ve 1978-1979 Paketleri ile Karşılaştırmalı Analizi, Türkiye'de ve Dünyada Yaşanan Ekonomik baNALIM*. Yurtevi Yayınları.
- Erdoğan, N. Y. (2017). *Yeni sorunlar karşısında ulus-devletin geleceği: Küreselleşme, çokkültürlülük ve ulus-devlet* [Ankara Üniversitesi]. <http://hdl.handle.net/20.500.12575/87352>
- Erdoğan, U. (Direktör). (2012, Eylül 22). *Ziraat Bankası Reklamı 1986* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=H6GyqScYITQ>
- Erkiş, İ. U. (2013). Ulus-Devletin Tarihsel Gelişimi Üzerine. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(26), 54-76.
- Eroğlu, N. (2003). *Türkiye'de İktisat Politikalarının Gelişimi*. 80. Yılında Türkiye Cumhuriyeti Sempozyumu, İstanbul.
- Eroğlu, Ö., & Albeni, M. (2002). *Küreselleşme, Ekonomik Krizler ve Türkiye*. Bilim Kitabevi.
- Eroğul, C. (1974). Siyaset Kavramı Hakkında Bir Deneme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 29(2), 113-130. https://doi.org/10.1501/SBFder_00000000983
- Erözden, O. (1997). *Ulus-devlet*. Dost Kitabevi.
- Fidan, Z., & Özer, N. P. (2014). Siyasi Partilerin Siyasal İletişim Aracı Olarak Web Sayfalarını Kullanımı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(4), 211-233. <https://doi.org/10.19145/guifd.31404>
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (S. İrvan, Çev.; 5. Baskı). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Fitcher, J. (2001). *Sosyoloji Nedir?* (N. Çelebi, Ed.; 5. bs). Atilla Kitabevi.
- Gani, V. (1996). Medya ve Eğitim. *Yeni Türkiye Dergisi*, 12, 1363-1366.
- Gellner, E. (with Breuilly, J.). (1992). *Uluslar ve Ulusçuluk* (Bahadır. Vural & N. Ünver, Ed.; B. Ersanlı & G. G. Özdoğan, Çev.). İnsan Yayınları.

- Giddens, A. (2008). *Ulus Devlet ve Şiddet* (C. Atay, Çev.). Kalkedon.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji: Kısa fakat eleştirel bir giriş* (4. Baskı). Siyaset Kitabevi Ankara.
- Gökbilgin, M. T. (2011). *Milli Mücadele Başlarken, Mondros Mütarekesi'nden Büyük Millet Meclisi'nin Açılması*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Gökçen, A. M. (2017). Cumhuriyetin Günümüze Türkiye'de İktisat Politikaları ve Ekonomik Gelişme. İçinde M. Zencirkıran (Ed.), *Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Dora Yayınları.
- Gönül, B. (2019). *Turgut Özal Döneminde Liberal Ekonomi Politikalarının Liberal Siyasal Politikalara Yansıması: 1983-1993* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.
- Görgün, A. (2002). *Çamurda Dans Negatif Politik Reklam*. Bas-Haş Yayınları.
- Gözler, K. (2013). *Türk Anayasa Hukukuna Giriş* (8. Baskı). Ekin Yayınevi.
- Güden, O. (2020). *Hakikat Sonrası Dönemde Siyasal İletişim Yönetimini Yeniden Düşünmek Üzere Niteliksel Bir Araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı.
- Gülen, M. (2015). *Bankacılık Sektöründe Kamu ve Özel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Günel, M. (2001). Kasım 2000 Krizine Teorik Yaklaşım Para Arzının İçselliği Ve Minsky'nin Finansal İstikrarsızlık Hipotezi. *İktisat İşletme ve Finans*, 16(180), 31-51. <https://doi.org/10.3848/iif.2001.180.6700>
- Günceler, B. (2009). *2001 Krizi Sonrası T.C. Ziraat Bankası ve T. Halk Bankasında Yapılan Yeniden Yapılanma Çalışmaları* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyaset Kitabevi.
- Gürsoy, Ş., & Çapcıoğlu, İ. (2006). Bir Türk Düşünürü Olarak Ziya Gökalp: Hayatı, Kişiliği ve Düşünce Yapısı Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 47(2), 89-98. https://doi.org/10.1501/Ilhfak_0000000049
- Habermas, J., Beyaztaş, M., & Habermas, J. (2002). *Küreselleşme ve milli devletlerin akibeti: Siyasi denemeler*. Bakış.
- Hacıyakupoğlu, H. D. (2018). *Türkiye'Ulus Devlet ve Ulusal Kimlik İnşasının Dönüşümü*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.,
- Halbwachs, M. (2017). *Kolektif Hafıza* (B. Barış, Çev.). Heretik Basın Yayın.
- Halkbank. (t.y.). *Tarihçemiz*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.halkbank.com.tr/tr/bankamiz/bizi-taniyin/bizi-taniyin/tarihcemiz.html>
- Halkbank. (2019). *Halkbank 2019 2. Çeyrek Ara Dönem Faaliyet Raporu*. <https://www.halkbank.com.tr/content/dam/corporate->

website/tr/dokumanlar/yatirimci-iliskileri/ara-donem-faaliyet-raporlari/2019/2c2019konsolideolmayan080819.pdf

Halkbank. (2023a, Mayıs). *Halkbank 85. Yıl*.

Halkbank (Direktör). (2023b, Ekim 24). *Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun!* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=ZouE6wufx1E>

Hallumoğlu, Ç. E. (2018). *Tüketim Değerlerinin Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerindeki Etkileri: Hatay Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

Hazar, N. (1986). *Ziraat Bankası (1863-1983)*. Fon Matbaası.

Herman, E., & Chomsky, N. (1998). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir* (H. Akyoldaş & Ç. Kaplan, Çev.). Minevra Yayınları.

Heywood, A. (2013). *Siyasî ideolojiler: Bir Giriş* (A. K. Bayram, Ö. Tüfekçi, H. İnaç, Ş. Akın, & B. Kalkan, Çev.; 5. baskı). Adres Yayınları.

Heywood, A. (2014). *Siyaset Teorisine Giriş* (H. M. Köse, Çev.; 6. Baskı). Küre Yayınları.

Heywood, A. (2017). *Siyaset* (B. B. Özipek, B. Seçilmişoğlu, A. Yayla, B. Şahin, M. Yıldız, & Z. Kopuzlu, Çev.; 14. Baskı). Adres Yayınları.

Hobsbawm, E. J. (2014). *1780'den günümüze milletler ve milliyetçilik: "program, mit, gerçeklik"* (Barış. Yıldırım, Ed.; O. Akınhay, Çev.; 5. Baskı). Ayrıntı Yayınları.

İba, Ş. (1998). *Ordu, devlet, siyaset*. Sezai Ekinci Matbaası.

İlhan, K. (2009). Kemalizm: Müdafaa-i Hukuk Doktrini. İçinde T. Bora & M. Gültekinil (Ed.), *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: C. 2. Cilt* (6. Baskı, ss. 518-528). İletişim Yayınevi.

İloğlu, A. S. (1964). Türkiye'de Zirai Kredi ve T.C. Ziraat Bankası. *Journal of Social Policy Conferences*, 15, 89-118.

İnce, G. B. (2010). Medya ve Toplumsal Hafıza. *Kültür ve İletişim*, 13 (1)(25), 9-30.

Inglehart, R. (1971). The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies. *American Political Science Review*, 65(4), 991-1017. <https://doi.org/10.2307/1953494>

Işık, M. (2018). *İletişim Bilimine Giriş*. Eğitim Yayınevi.

İlbank. (t.y.). *Tarihçe*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.ilbank.gov.tr/sayfa/tarihce/57/11>

İnal, İ. M. K. (1982). *Son Sadrazamlar: C. I*. Dergah Yayınları.

İnceoğlu, Y., & Özerkan, Ş. (1997). *İletişimde Etkileme Süreci*. Pan Yayıncılık.

İntaş, Ö. (2019). *24 Ocak 1980 Ekonomik Kararların Türkiye Ekonomisine Etkileri, Yansıması ve Sonuçları*. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

- Kalkan Kocabay, H. (2008). *Tiyatroda Göstergebilim*. E Yayınları.
- Kalkınma Yatırım Bankası. (t.y.). *Tarihçe, Statü ve Sermaye Yapısı—Kalkınma Bankası*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://kalkinma.com.tr/biz-taniyin/tarihce-statü-ve-sermaye-yapısı>
- Kanberoğlu, Z., & Kara, O. (2013). Küresel Krizlerin Sosyal Yaşam Üzerindeki Etkisi: Van İli Örneği. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 35-48.
- Kanlıdere, A. (2012). Yusuf Akçura ve Kuzey Türkleri. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(18), 235-258.
- Kara, N. (2000). 1989-1994 yerel seçimlerinde Doğru Yol Partisi gazete reklamlarına negatif siyasal reklam açısından bir bakış. *Selçuk İletişim Dergisi*, 1(2), 127-134.
- Karaarslan, F. (2014). *Modern Dünyada Toplumsal Hafıza ve Dönüşümü*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karabulut, K. (2010). Özal Dönemi Türkiye'nin Ekonomi Politikası. *Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyasi Kongresi I*, 978-1008.
- Karahan Uslu, Z. (1996). Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri. *Yeni Türkiye Yeni Medya Özel Sayısı*, 1(11), 790-802.
- Karluk, S. R. (2009). *Cumhuriyet'in İlanından Günümüze Türkiye Ekonomisinde Yapısal Dönüşüm* (Tıpkı 12.baskı). Beta.
- Karpat, K. (1995). Kimlik Sorunun Türkiye'de Tarihi Sosyal ve İdeolojik Gelişmesi. İçinde S. Şen (Ed.), *Türk Aydın ve Kimlik Sorunu* (ss. 23-50). Bağlam Yayıncılık.
- Karpat, K. (2009). *Osmanlı'dan Günümüze Kimlik ve İdeoloji* (G. Ayas, Çev.). Timaş.
- Kaya, E., & Kadanalı, E. (2020). Geçmişten Günümüze Lider Tarımsal Kredi Kuruluşu: T.C. Ziraat Bankası. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 19, 131-152.
- Kazgan, G. (2002). *Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*. Bilgi üniversitesi.
- Kazgan, G. (2013). *Türkiye Ekonomisinde Krizler (1929-2009): "Ekonomik Politik" Açısından Bir İrdeleme* (G. Yazıcı, Ed.; 4. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kazgan, H. (Ed.). (1999). *Osmanlı'dan Günümüze Türk Finans Tarihi*. Creative Yayıncılık ve Tanıtım.
- Keskin, E., İnan, E. A., Mumcu, M., Erdönmez, P., Kılınç, G., Özaktan, A., Yavuz, M., & Kranda, A. (2008). *50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de bankacılık sistemi, 1958-2007*. Türkiye Bankalar Birliği.
- Keskin, N., Baş, T., & Yıldız, G. (2009). Halkbank-Pamukbank Birleşmesini Başarılı Kılan Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Keşfedici Bir Araştırma. *İktisat İşletme ve Finans*, 24(297), 36-67. <https://doi.org/10.3848/iif.2009.279.5098>

- Kesriklioğlu, Z., & Çiftlikçi, R. (2011). *Türk Siyasi Tarihinde Turgut Özal*. Malatya Belediyesi Kültür Yayınları.
- Keyder, Ç. (1993). *Dünya Ekonomisi İçinde Türkiye (1923-1929)*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kılıç, E. T. (2022). *Türkiye Modernleşmesinde 19. Yüzyılın İkinci Yarısından İtibaren Ulus Kavram ve Ulus Devletin İnşası (1850-1950)* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- Kılıçbay, A. (1999). *Türk Ekonomisi*. Bilim Teknik Yayınevi.
- Kiliç, M. (2007). Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Milliyetçiliğinin Tipolojisi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 113-140.
- Kocabaşoğlu, U., Sak, G., Sönmez, S., Erkal, F., Gökmen, Ö., Şeker, N., & Uluğtekin, M. (Ed.). (2001). *Türkiye İş Bankası Tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Koç, E. (2015). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*. Seçkin Yayıncılık.
- Koçak, H. (2012). Paşabahçe Şişe-Cam'ın İlk Yılları: "Milli Fabrika Rejimi". *Çalışma ve Toplum*, 2(33), 15-48.
- Koloğlu, O. (2011). *Üç İttihatçı: Arap, Kürt, Arnavut Milliyetçilikleri ve İttihat-Terakki*. Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Kongar, E. (1998). *21. Yüzyılda Türkiye: 2000'li Yıllarda Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Remzi Kitabevi.
- Kongar, E. (2007). *Demokrasimizle Yüzleşmek* (9. basım). Remzi Kitabevi.
- Koray, S. (2009). *İttihat Terakki ve Jöntürkler*. Kaynak Yayınları.
- Köker, E. (2016). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*. İmge Kitabevi.
- Köse, A. (2016). 2007 Seçiminin Siyasal Değer Haritası: Siyasetçilerim Söylemleri Üzerine Bir Değer Analizi. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 611-636. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.280807>
- Köse, A., & Yılmaz, M. (2012). *Seçimler ve Değerler* (1. baskı). Serander.
- Köse, S. (2002). 24 Ocak 1980 ve 5 Nisan 1994 İstikrar Programlarının Karşılaştırılması. *Planlama Dergisi*, DPT Kuruluşunun 42. Yılı Özel Sayısı, 119-128.
- Kösoğlu, N. (2009). *Türk Milliyetçiliğinin Doğuşu ve Ziya Gökalp* (2. Baskı). Ötüken.
- Kurtoğlu, R. (2010). *İthal İkamesinden Liberal Ekonomiye Geçiş Sonrasında Büyüme ve İşsizlik* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkiler Anabilim Dalı.
- Küçük, B. (2022). *Ziraat Bankası Tarihi 1863-1938* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Leca, J. (1998). *Uluslar ve Milliyetçilikler* (S. İdemen, Çev.). Metis.

- Levy, D., & Sznajder, N. (2002). Memory Unbound: The Holocaust and the Formation of Cosmopolitan Memory. *European Journal of Social Theory*, 5(1), 87-106. <https://doi.org/10.1177/1368431002005001002>
- Lewis, B. (2003). *Demokrasinin Türkiye Serüveni* (H. Aydoğdu & E. Ermert, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Lin, P.-C., & Huang, Y.-H. (2012). The Influence Factors on Choice Behavior Regarding Green Products Based on the Theory of Consumption Values. *Journal of Cleaner Production*, 22(1), 11-18. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.10.002>
- Maalouf, A. (2003). *Ölümcül Kimlikler: Deneme* (A. Bora, Çev.; 13. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Marshall, G., Osman Akınhay, & Derya Kömürçü. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü* (2. Baskı). Bilim ve Sanat Yayınları.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication* (5th ed). Routledge.
- Milliyet Gazetesi. (1931, Temmuz 16). *İş Bankası ve Ordu*. http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/GAZETE/milliyet/milliyet_1931/milliyet_t_1931_temmuz_/milliyet_1931_temmuz_16_.pdf
- Muammer, A. (2022). Türkiye’de Vatandaşlığın Üst Kimlik Olma Meselesi. *Asya Studies*, 6(21), 239-247. <https://doi.org/10.31455/asya.1077877>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]. *Jurnal Pekommas*, 16(1), 73-82.
- Norpoth, H. (2009). From Eisenhower to Bush: Perceptions of candidates and parties. *Electoral Studies*, 28(4), 523-532. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2009.05.015>
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Dönüşümü*. Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y., & Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. MediaCat Kitapları.
- Oktar, S., & Varlı, A. (2015). Türkiye’de 1950-54 Döneminde Demokrat Parti’nin Tarım Politikaları. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(1), 1-22.
- Olca, O. (2019). *Sevr Andlaşmasına Doğru (Çeşitli Konferans ve Toplantıların Tutanakları ve Bunlara İlişkin Belgeler)*. Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Oran, B. (2004). *Türkiye’de azınlıklar: Kavramlar, teori, Lozan, iç mevzuat, içtihat, uygulama* (1. baskı). İletişim.
- Ortaylı, İ. (1974). *Tanzimattan Sonra Mahalli İdareler (1840-1878)*. Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.
- Ortaylı, İ. (2008). *Türkiye teşkilât ve idare tarihi* (2. Baskı). Cedit Neşriyat.
- Oskay, C., & Kubar, Y. (2008). *Türkiye’de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi*. 10(14), 1-17.

- Oskay, Ü. (2001). *İletişimin ABC'si*. Der Yayınları.
- Önder, T. (2005). *Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması*. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Uzmanlık Yeterlilik Tezi.
- Özbaş, G. (1993). *Türkiye'nin Ekonomik ve Siyasal Geleceğinde Değişim ve Yeni Hedefler İçin: Özal Diyor Ki*. Feryal Matbaacılık.
- Özberk, S. (2019). *Türk milliyetçiliğinin tarihsel gelişimi: Milliyetçilik kuramları açısından bir inceleme* [Doctoral Thesis, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi]. <http://openaccess.mku.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12483/4299>
- Özbudun, E. (1986). Atatürk ve Devlet Hayatı. İçinde A. Mumcu, E. Özbudun, T. Fevzioğlu, & A. Çubukçu (Ed.), *Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II, Atatürkçülük: Atatürkçü Düşünce Sisteminin Temelleri* (ss. 31-97). Yüksek Öğretim Kurulu Yayınları.
- Özbudun, E. (2012). *1924 Anayasası* (1. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Özdemir, F., & Özkan, T. (2020). Türkiye'de Ulusal Kimlik İnşası ve Siyasi Parti Kimlikleri. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(38), 525-563. <https://doi.org/10.21550/sosbilder.591332>
- Özdemir, M. (2009). *1980 Sonrası Türk Toplumunun Yazılı Basın Yoluyla Siyasi Yaşama Dair Bilgilendirme Süreci*. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.
- Özdemir, Ö. (2018). Kurumsal İletişim Açısından Türkiye İş Bankası'nın Kurumsal Reklamları: 1924-1928. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 358-378.
- Özer, M. H. (2014). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Milli Tüccar Oluşturma Çabalarında İş Bankası'nın Rolü. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69(2), 351-377. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002315
- Özer, Ö. (2013). *Medya-Siyaset-Kültür*. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Özgüven, A. (2001). İktisadi Krizler. *Yeni Türkiye Dergisi*, 1(41), 56-63.
- Özkan, A. (2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*. Tasam Yayınları.
- Özkan, A. (2014). *Reklam Yönetimi*. İstanbul Ticaret Odası.
- Özkan, A. (2015). Siyasal İletişim Yönetimi; Seçim Kampanyası, Siyasal Reklam ve İletişim Stratejileri. İçinde A. Özkan (Ed.), *Siyasal İletişim Odağı Seçim Kampanyaları*. Eğitim Yayınevi.
- Özkan, B. (2019). *Türkiye'de Milli Vatanın İnşası*. Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Özkırımlı, U. (1999). *Milliyetçilik Kuramları: Eleştirel Bir Bakış*. Doğu Batı Yayınları.
- Öztürk, Ö. (2010). *Türkiye'de Büyük Sermaye Grupları: Finans Kapitalin Oluşumu ve Gelişimi*. Sosyal Araştırmalar Vakfı.
- Pakalın, M. Z. (2015). *Mithat Paşa*. Divan Yayınevi.
- Parasız, İ. (2002). *Kriz Ekonomisi ve 5 Nisan 1994 Kararları*. Ezgi Kitabevi Yayınları.

- Parasız, İ. (2009). *Para Banka ve Finansal Piyasalar* (9. Baskı). Ezgi Kitabevi.
- Parla, T. (2016). *Türkiye 'de Anayasalar: Tarih, İdeoloji, Rejim: 1921-2016* (5. Baskı). Metis.
- Parlak, İ. (2005). *Kemalist İdeoloji 'de Eğitim*. Turhan Kitabevi Yayınları.
- Pepper, S. C. (2020). *The Sources of Value*. University of California Press.
- Poggi, G. (2012). *Modern devletin gelişimi: Sosyolojik bir yaklaşım* (B. Toprak & Ş. Kut, Çev.; 6. Baskı). Bilgi Yayınevi.
- Renan, E. (2016). *Ulus nedir?* (G. Yavaş, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Rifat, M. (1990). *Dilbilim ve Göstergebilimin Çağdaş Kuramları*. Düzlem Yayınları.
- Sam, R. (2010). *Siyasi Değer ve Siyasal Etik Kuramsal ve Uygulamalı Bir Perspektif*. Ezgi Kitabevi.
- Sandıkçioğlu, B. (2012). *Siyasal İletişim*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Saussure, F. de. (1985). *Genel Dilbilim Dersleri* (B. Vardar, Çev.). Birey ve Toplum.
- Sayın, Ö. (2014). *Göstergebilim ve Sosyoloji*. Anı Yayıncılık.
- Schwartz, S. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *İçinde Advances in Experimental Social Psychology* (C. 25, ss. 1-65). [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S. (2005). Basic Human Value: An Overview. *The Hebrew University of Jerusalem, 4*, 249-288.
- Schwartz, S. H., Caprara, G. V., & Vecchione, M. (2010). Basic Personal Values, Core Political Values, and Voting: A Longitudinal Analysis. *Political Psychology, 31*(3), 421-452. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2010.00764.x>
- Selek, S. (2002). *Millî Mücadele: Ulusal Kurtuluş Savaşı* (3. Baskı). Örgün Yayınları.
- Sevim, Z. (2019). Toplumsal Bir Hafıza Yaratma Gücü: Medya/"Yeni" Medya. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12*(63), 673-679. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3264>
- Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası Mali Krizler, IMF Politikaları, Az Gelişmiş Ülkeler, Türkiye ve Dönüşüm Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 4*(2), 141-156.
- Sheth, J., Newman, B., & Gross, B. (1991a). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research, 22*, 159-170. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)
- Sheth, J., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991b). *Consumption Values and Market Choices: Theory and Applications*. South-Western Pub.
- Smith, A. D. (1994). *Millî Kimlik* (B. S. Şener, Çev.). İletişim.
- Smith, B., & Colgate, M. (2007). Customer Value Creation: A Practical Framework. *Journal of Marketing Theory and Practice, 15*(1), 7-23.

- Solomon, M. R., Bamossy, G. J., Askegaard, S., & Hogg, M. (2016). *Consumer Behaviour: A European Perspective* (6. Baskı). Pearson.
- Sungur, Z. (2014). *Menderes Dönemi Türkiye'yi Kalkındırma Politikaları* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Süslü, B. (2001). Türkiye'de 1990 Sonrası İzlenen Faiz Politikası. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3.
- Şahin, A. (2006). *Türkiye'de Kamu Bankalarının Bankacılık İşlevinin Azalması ve Kamuya Etkileri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, H. (1998). *Türkiye Ekonomisi: Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu*. Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şengül, H. (2020). Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin Çıkardığı İlk Kanunlardan Hıyanet-i Vataniye Kanunu ve Uygulamaya Konulması. *Vakanüvis - Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 5(TBMM'nin 100. Yılı Özel Sayısı), 152-179. <https://doi.org/10.24186/vakanuvis.768158>
- Şenoğlu, K. (2009). *Yusuf Akçura Kemalizmin İdeoloğu* (1. basım). Kaynak Yayınları.
- Şeyhoğlu, T. (2009). *Türkiye'de 1944-1960 Dönemi Özel Sektör Bankacılığı: Akbank Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tan, A. (1991). *Siyasal Reklamcılık: Dünyadan ve Türkiye'den Örneklerle*. Cem Yayınevi.
- Tanör, B. (2019). *İki Anayasa: 1961 - 1982* (5. Baskı). On İki Levha Yayıncılık.
- Taşçıoğlu, H. (1959). *Ziraî Krediler*. T.C. Ziraat Bankası Matbaası.
- Taşkıran, C. (1994). Atatürk Döneminde Demkorasi Denemeleri 1925 1930. *Atatürk Yolu Dergisi*, 4(14). https://doi.org/10.1501/Tite_0000000200
- Tatlısı, S. (2017). *Türkiye'de Maliye Politikasının Dönemsel Etkinliği: 24 Ocak Kararları Çerçevesinde Turgut Özal Dönemi'nin Değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi].
- TCMB. (2002). *Küreselleşmenin Türkiye Ekonomisine Etkileri* (1. Baskı). Banknot Matbaası Genel Müdürlüğü.
- Tecer, M. (with Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü (Turkey)). (2003). *Türkiye Ekonomisi* (1. basım). Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü.
- Tekeli, İ., & İlkin, S. (1981). *Para ve Kredi Sisteminin Oluşumunda Bir Aşama Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*. TCMB.
- Tekinalp, Ş., & Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları* (4. Baskı). Derin Yayınları.
- Tezel, Y. S. (2015). *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Tılıç, L. D. (2001). *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*. Su Yayınları.
- Toffler, A. (1981). *Üçüncü Dalga* (S. Yeniçeri, Ed.). Altın Kitaplar Yayınları.
- Tokgöz, E. (2001). *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-2001)* (6. Baskı). İmaj Yayıncılık.
- Tokgöz, E. (2021, Mart 2). Türkiye İktisat Kongresi. *Atatürk Ansiklopedisi*. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/turkiye-iktisat-kongresi/>
- Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim* (1. baskı). İmge Kitabevi.
- Tokluoğlu, C. (2013). Ziya Gökalp ve Türkçülük. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 68(3), 113-139.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmet'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. Remzi Kitabevi.
- Torlak, Ö. (2010). Gündelik Hayatta Tüketime Yön Veren Değerlerdeki Değişim. İçinde R. Şentürk (Ed.), *Tüketim ve Değerler*. İstanbul Ticaret Odası.
- Touraine, A. (2002). *Modernliğin Eleştirisi* (H. Tufan, Çev.; 4. Baskı). Yapı Kredi Yayınları.
- Tunaya, T. Z. (2002). *Devrim Hareketleri İçinde Atatürk ve Atatürkçülük* (1. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Tuncer, A. (1987). *Turgut Özal: Modern Türkiye'nin Mimarı*. Doğruluk Matbaacılık.
- Turan, M. (2020). Türkiye'de Kemalis Basının Gelişim Aşamaları ve Birinci Basın Kongresi (1935). *Belgi Dergisi*, 2(20), 2511-2535. <https://doi.org/10.33431/belgi.659169>
- Turgut, S. (1991). *Demokrat Parti Döneminde Türkiye Ekonomisi, Ekonomik Kalkında Süreçleri Üzerine Bir Derleme*. Adalet Matbaacılık.
- Türk Dil Kurumu | Sözlük*. (t.y.-a). Geliş tarihi 24 Haziran 2024, gönderen <https://sozluk.gov.tr/?ara=millet>
- Türk Dil Kurumu | Sözlük*. (t.y.-b). Geliş tarihi 24 Haziran 2024, gönderen <https://sozluk.gov.tr/?ara=yurt>
- Türk Eximbank. (t.y.). *Bankamız Hakkında—Türk Eximbank*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.eximbank.gov.tr/tr/hakkimizda/kurumsal/bankamiz-hakkinda#bizi-taniyin>
- Türkdoğan, O. (2005). *Ulus-Devlet Düşünürü: Ziya Gökalp*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Türkiye Bankalar Birliği. (2022, Şubat 7). *Bankaların Dijital Yolculukları ve Türkiye Bankalar Birliği Çalışmaları*.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (t.y.). *TCMB - Kurumsal*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen

<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Banka+Hakkinda/Sikca+Sorulan+Sorular/Kurumsal/>

- Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası Anonim Şirketi ve Türkiye Emlak Bankası Anonim Şirketi Hakkında Kanun. (2000, Kasım 25). *Resmî Gazete* (Sayı: 24241). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2000/11/20001125.htm#1>
- Türkiye İş Bankası (Direktör). (2018, Ağustos 26). *Türkiye İş Bankası—94. Yıl Reklam Filmi* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=4DWUwxfjNeM>
- Türkiye İş Bankası. (2023). *Türkiye İş Bankası İktisadi Bağımsızlık Müzesi*.
- Türkiye İş Bankası. (2024). *Türkiye İş Bankası 2023 Entegre Faaliyet Raporu*. Bankaların Dijital Yolculukları ve Türkiye Bankalar Birliği Çalışmaları
- Uçarkaya, S. (2006). *Kamu Bankalarının Bankacılık Sistemindeki Rolü* [Yayınlanmamış Uzmanlık Yeterlilik Tezi]. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü.
- Uluç, A. V. (2007). *Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Toplumsal ve Siyasal Yapısı: Mardin Örneğinde Siyasal Katılım* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uluyol, O. (2019). 19. Yüzyılda Osmanlı Devleti'nde Bankacılığın Gelişimi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 16, 19-40.
- Ural, T. (2008). *Değer Temelli Fiyatlama: Ürünün Tüketici Değer Algısına Göre Fiyatlanması*. 8(2), 1-16.
- Uras, T. G. (1993). *Ekonomide Özal'lı Yıllar: 1980-1990*. AFA Yayınları.
- Uztağ, F. (2007). *Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak* (3.basım). MediaCat Kitapları.
- Uzun, H. (2010). Tek Parti Döneminde Yapılan Cumhuriyet Halk Partisi Kongreleri Temelinde Değişmez Genel Başkanlık, Kemalizm ve Milli Şef Kavramları. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 9(20), 233-271.
- Ünal, M. F. (2012). *Roland Barthes'da Mitlerin Okunuşu*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Analim Dalı.
- Üstün, B., & Tural, O. (2008). Tüketim Alışkanlıklarındaki Değişimler ve Bu Değişimlerin Alışveriş Mekanlarına Etsinin Eskişehir Örneğinde İrdelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 259-282.
- Vakıf Katılım Bankası. (t.y.). *Hakkımızda*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/hakkimizda>
- VakıfBank. (t.y.). *Tarihimiz | VakıfBank*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.vakifbank.com.tr/tr/bankamiz/hakkimizda/vakifbanki-taniyalim/tarihimiz>
- Vatandaş, C. (2004). *Ulusal kimlik: (Türk Ulusçuluğun Doğuşu)*. Açılım Kitap.
- Weber, M. (2005). *Bürokrasi ve Otorite* (H. B. Akın, Çev.; 9. Baskı). Adres Yayınları.

- Xiao, G., & Kim, J.-O. (2009). The Investigation of Chinese Consumer Values, Consumption Values, Life Satisfaction, and Consumption Behaviors. *Psychology and Marketing*, 26, 610-624. <https://doi.org/10.1002/mar.20291>
- Yalçın, S. (2009). *Atatürk'ün Millî Dış Siyaseti* (3. Baskı). Berikan Yayınevi.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*. Birey Yayıncılık.
- Yayla, A. (Ed.). (2002). *Liberalizm* (4. baskı). Liberte.
- Yazan, Ö. (2017). Ziraat Bankası'nın ilk yirmi yılına ait bazı kayıtların incelenmesi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(4), 221-237.
- Yazıcı, M. (2013). *Bankacılığa Giriş* (2.Baskı). Beta Yayınevi.
- Yeldan, E. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi: Bölüşüm, Birikim ve Büyüme*. İletişim.
- Yıldırım, Y. (2021). *Yeni Devlet İdeolojisinin Toplumsal Yansımaları: Cumhuriyet Dönemi Kurumları ve Sembolleri (1923-1938)*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, B. (2012). *Finansal Kriz Dönemlerinde Çok Ortaklı Bankacılık Modeli İle Kamu Bankalarının Karşılaştırması Bank Ekspres A.Ş. - T.C. Ziraat Bankası A.Ş.Örneği* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, O. (2018). *Türkiye'de Bankacılık Sektörü ve Kamu Bankalarının Sektör İçindeki Yeri* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, S. (1975). *Türkiye Halk Bankasının Kredi Politikası ve Kuzeydoğu Bölgesi Uygulamaları (1964-1973)* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Atatürk Üniversitesi, İşletme Fakültesi.
- Yildirim, E. (2014). Türkiye'de Milliyetçilik ve Millî Kimlik: Türkçülüğün Keşfi ve Ulus-Devletleşme Sürecinde Türk Milli Kimliği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 8(28), 73-95. <https://doi.org/10.9761/JASSS2541>
- Yildiz, M. M. (2022). Gençlerde Siyasal Değerler Üzerinden Yaşanan Ayrışmalar. *Turkish Business Journal*, 3(6), 154-167. <https://doi.org/10.51727/tbj.1216095>
- Yitmener, Ç. (1996). *Ziraat Bankasının Cumhuriyet Dönemi Tarım Hayatına Etkileri* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi, Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü.
- Yolcu Yavuz, S. (2019). *Cumhuriyet Misyonerleri: 1930-1946 Arası Türkiye'de Bir Politik Özne Olarak Gençlik İnşası* (2. Baskı). VakıfBank Kültür Yayınları.
- YouTube (Direktör). (2007, Temmuz 27). *Ziraat Bankası Reklam Filmi* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=zbyKIj93m7o>
- YouTube (Direktör). (2016, Kasım 14). *Türkiye Halk Bankası* [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=GYU1BwP_ix4
- YouTube (Direktör). (2017, Kasım 11). *Halk Adını Taşımak* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=0zP8lFqNvtY>

- YouTube (Direktör). (2019a, Şubat 11). *İş Bankası 1986 Reklamı* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=Me-mTtfYiqk>
- YouTube (Direktör). (2019b, Şubat 11). *Türkiye İş Bankası 75.Yıl Reklamı 1999* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=7Lq-Bzg5lJ0&t=1s>
- YouTube (Direktör). (2023, Temmuz 21). *Halk Bankası 49. Yıl (1987)* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=1t59YqhINKE>
- Yurttadur, M., & Demirbaş, H. (2017). Türkiye’de Bulunan Katılım Bankaları ve Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 89-117. <https://doi.org/10.17336/igusbd.326621>
- Zarakolu, A. (1973). *Cumhuriyetin 50. Yılında Memleketimizde Bankacılık*. Türkiye Bankalar Birliği, No 61.
- Zarakolu, A. (1981). *Atatürk Döneminde Ülkemizde İzlenen Ekonomi Politikası*. Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Zeybek, B. (2022). *Siyasal Reklam İkna ve Retorik*. Beta Basım Yayım.
- Ziraat Bankası. (2014). *Ziraat Bankası Sürdürülebilirlik Raporu 2013*. Ziraat Bankası Genel Müdürlük.
- Ziraat Bankası (Direktör). (2015, Kasım 22). *Ziraat Bankası 152. Yıl Reklam Filmi* [Video]. <https://www.youtube.com/watch?v=2UvQ1yTmIMQ>
- Ziraat Bankası. (2023a). *Ziraat Bankası Müzesi*.
- Ziraat Bankası (Direktör). (2023b, Ekim 24). *Cumhuriyetimizin 100. Yılı Kutlu Olsun* [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=bdO_HA9CSU4
- Ziraat Bankası, N. (1973). *Cumhuriyetimizin 50.Yılında T.C. Ziraat Bankası 1923-1973*. T.C. Ziraat Bankası Yayınları.
- Ziraat Katılım Bankası. (t.y.). *Bizi Tanıyın*. Geliş tarihi 09 Eylül 2024, gönderen <https://www.ziraatkatilim.com.tr/bizi-taniyin/kurumsal-bilgiler/ziraat-katilim-hakkinda>
- Zobar, G. (2023). *Toplumsal Hafızanın İnşasında Medyanın Rolü* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan ve Toplum Araştırmaları Anabilim Dalı.
- Zubrzycki, G. (2002). The Classical Opposition Between Civic and Ethnic Models of Nationhood: Ideology, Empirical Reality and Social Scientific Analysis. *Polish Sociological Review*, 139, 275-295.
- Zürcher, E. J. (2010). *Modernleşen Türkiye’nin Tarihi* (Y. Saner, Çev.; 25. Baskı). İletişim Yayınevi.