

PROTOKOL

2023 | YIL 4 SAYI 2

KARADENİZ TEKNİK
ÜNİVERSİTESİ
STRATEJİK ARAŞTIRMA
MERKEZİ DERGİSİ

**“Rasyonel Politikalar” Altında
Türkiye Ekonomisi**

Baki Demirel

Putin’in “Belirsizlik” Korkusu

Meltem Hasançebi

**Ziraat Katılım Bankası Reklam Filmi’nin
Eleştirel Söylem Analizine Göre İncelenmesi**

Asiye IŞIK

**Fransa’yı Uyandıran Ölüm: Nahel Merzouk ve
Devam Eden Eşitlik Mücadelesi**

Muharrem Bayrak

**COVID-19’un Küresel Güvenliğe Etkisi:
Çıkarımlar ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılıarı**

Fevzi Kırbaşoğlu

**İbrahim Kalın’da Varlık ve İnsan Tasavvuru:
Makale Tanıtımı**

Ragıp Ergün

**21. Yüzyılda Uluslararası Sistemi
Yeniden Kurgulamak (Mı?)**

**Merve Suna
Özel Özcan**

**Metin Heper’in “Türkiye’de Devlet Geleneği”
Adlı Eseri Üzerine Tahlil**

**Öznur
Küçükkelepçe**

EDİTÖRLER

Doç. Dr. Suna ERSAVAŞ KAVANOZ

Doç. Dr. Abdullah UZUN

EDİTÖR YARDIMCILARI

Öğr. Gör. Dr. Fatma NALBANT

Arş. Gör. Dr. Tülay DEMİR

Arş. Gör. Dr. Nisa ERDEM

YAYIN KURULU

Prof. Dr. Bünyamin ER (Yönetim Bilişim Sistemleri)

Prof. Dr. İsmail KÖSE (Uluslararası İlişkiler)

Doç. Dr. Umut ÜZAR (İktisat)

Doç. Dr. Vahit GÜNTAY (Uluslararası İlişkiler)

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin YADİGAROĞLU (Sosyoloji)

İLETİŞİM

Karadeniz Teknik Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, No:2-06

Telefon: 04623773227

Faks: +90 462 325 3205 – 325 3185

E-Posta: sam@ktu.edu.tr

Web: www.ktu.edu.tr/sam

Yayın Türü:

Ulusal Süreli

**KARADENİZ TEKNİK
ÜNİVERSİTESİ**

**STRATEJİK
ARAŞTIRMA MERKEZİ**

PROTOKOL DERGİSİ

SAHİBİ

Doç. Dr.
Özgür TÜFEKÇİ

Karadeniz Teknik
Üniversitesi
Stratejik Araştırma
Merkezi Müdürü

KTÜ SAM Protokol Dergisi kamu yönetimi, uluslararası ilişkiler, iktisat, işletme ve sosyoloji başta olmak üzere sosyal bilimler alanında, kısa makalelere yer veren akademik bir dergidir. Kısa makalelerin yanı sıra rapor, derleme, konferans notları, örnek olay, kitap tanıtımı vb. makale dışı yazılara da dergi bünyesinde her sayıda belirli oranda yer verilecektir.

KTÜ SAM Protokol Dergisi Şubat ve Ağustos aylarında olmak üzere yılda iki kez yayımlanır.

Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler yazarlara aittir; Derginin sorumluluğu yoktur.



**KARADENİZ
TEKNİK ÜNİVERSİTESİ**
Stratejik Araştırma Merkezi

SAM

İÇİNDEKİLER

Kısa makale	“Rasyonel Politikalar” Altında Türkiye Ekonomisi <i>Doç. Dr. Baki Demirel</i>	6-18
Değerlendirme/ Fikir Yazısı	Putin’in “Belirsizlik” Korkusu <i>Doktorant Meltem Hasançebi</i>	21-24
Kısa makale	Ziraat Katılım Bankası Reklam Filmi’nin Eleştirel Söylem Analizine Göre İncelenmesi <i>Doktorant Asiye Işık</i>	26-38
Değerlendirme/ Fikir Yazısı	Fransa’yı Uyandıran Ölüm: Nahel Merzouk ve Devam Eden Eşitlik Mücadelesi <i>Doktorant Muharrem Bayrak</i>	40-43
Değerlendirme/ Fikir Yazısı	COVID-19’un Küresel Güvenliğe Etkisi: Çıkarımlar ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılıarı <i>Arş. Gör. Fevzi Kırbasoğlu</i>	45-50
Makale Tanıtımı	İbrahim Kalın’da Varlık ve İnsan Tasavvuru: Makale Tanıtımı <i>Dr. Öğr. Üyesi Ragıp Ergün</i>	52-58
Değerlendirme / Fikir Yazısı	21. Yüzyılda Uluslararası Sistemi Yeniden Kurgulamak (Mı?) <i>Doç. Dr. Merve Suna Özel Özcan</i>	60-64
Kitap Değerlendirmesi	Metin Heper’in “Türkiye’de Devlet Geleneği” Adlı Eseri Üzerine Tahlil <i>Doktorant Öznur Küçükkeleş</i>	66-74

PROTOKOL

ZİRAAT KATILIM BANKASI REKLAM FİLMİ'NİN ELEŞTİREL SÖYLEM ANALİZİNE GÖRE İNCELENMESİ

Doktorant Asiye Işık

*Artvin Çoruh Üniversitesi
asiye_84@artvin.edu.tr*

ÖZ

İslam ekonomi anlayışı konvansiyonel ekonomi anlayışından tamamen farklıdır. İslam ekonomi ve finans sistemi sadece dünya hayatını düzenlemekle kalmaz, dünya hayatının sonrasını da kapsar. Dolayısıyla İslami finansın günümüzde nasıl bir söylem pratiği taşıdığı son derece önemlidir. Bu çalışmada 2023 yılında yayımlanan Ziraat Katılım reklamının eleştirel söylem analizi ile incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışmada ilk olarak Türkiye'de İslami finansın tarihsel gelişimi kısaca ele alınmakta, sonrasında zaman içinde değişen söylemin reklama yansımaları üzerinde durulmaktadır. Çalışma, Van Dijk tarafından geliştirilen ve Ayvaz ve Livberer (2019) tarafından tablolştırılan eleştirel söylem analizi yöntemine göre gerçekleştirilmiştir. Ele alınan reklam filminde, İslami yaşama dair çağrışımların ve göstergelerin oldukça belirgin olduğu, bunun yanında finansal kavramların İslami finansa uygun olarak akılda kalıcı bir biçimde hikâye kurgusuna yedirilerek tanımlandığı yorumu getirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Finans, İslami Finans, Eleştirel Söylem

Giriş

Tüm din ve ilahi öğretiler, insan için en büyük yıkım kaynağının kibir ve hırs olduğunu söylemekte, insanlara davranış ve eylemlerinde bu iki durumdan kaçınmasını öğütlemektedir. Çünkü insan yaratılış gereği hep daha fazlasını bekleme eğilimindedir. İslam bu noktada kanaat sahibi ekonomik insan modelini baz almakta ve bireysel zenginleşme yerine bütün bir toplumun refahını sağlama gayreti içerisine girmektedir (Kazak & Okka, 2022:128).

İslam iktisadi anlayışının finansal bir sitem olarak dünyada ve Türkiye'de gündeme gelmesinde 1970'li yıllarda dini referans alan siyasi hareketler de rol oynamıştır. Özellikle Malezya ve Türkiye gibi ülkeler sadece Müslüman müşterilerin para ihtiyaçlarının karşılanması için İslami bankacılık sektörünü teşvik etmemişler, aynı zamanda bu kitleyi seçmen olarak görüp oy potansiyeline çevirme çabaları içine de girmişlerdir (Demiralp

& Demirlap, 2015). Aynı yıllarda yerli halkın ve yurtdışında çalışan gurbetçilerin tasarruflarını faizsiz bir şekilde sanayiye kazandırmak için Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası Türkiye'de 1975'te kurulmuştur. Aynı banka daha sonra 1978'de faizle iş yapmaya başlamışsa da faizsiz bankacılık için bir model olmuştur (Kalaycı, 2013).

Türkiye'de Özel Finans Kurumları adıyla 1984 yılında faaliyet göstermeye başlayan İslami bankacılığın adının Özel Finans Kurumları olmasıyla sıkıntılara ortaya çıkmıştır. Çünkü isimlerinde banka kelimesi geçmediği için verdikleri teminat mektupları kabul görmemiş, yurtdışında adeta leasing ya da factoring şirketi zannedilmiştir. 2005 yılı Bankacılık Kanunu'nda bu kurumların ismi katılım bankaları olarak geçmeye başlamıştır (Hazıroğlu, 2017: 278-280).

İslami bankacılık Turgut Özal'ın öncülüğünde körfez bölgesinden fon bulabilmek için Türkiye'de faaliyete başlamıştır. 1985 yılında Bahreyn merkezli Albaraka Türk ile Suudi merkezli Faysal Finans, 1989 yılında ise Kuveyt merkezli Kuveyt Türk faaliyete başlamıştır. Yerel olarak ise Anadolu Finans 1991'de, İhlas Finans 1995'te ve Asya Finans 1996'da kurulmuştur. 2000 krizinde İhlas Finans batmış, Faysal Finans Ülker grubu tarafından satın alınmış adı Family Finans olarak değiştirilmiş ve bu kurum Anadolu Finans ile birleşerek Türkiye Finans adı altında faaliyet göstermeye başlamıştır (Aysan vd, 2016).

2015 yılında ise sırasıyla Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım bankaları kamu bankası olarak faaliyete başlamıştır. 22 Temmuz 2016 itibarıyla ise Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nun 22.07.2016 tarihli kararı gereğince; 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 107'inci maddesinin son Fıkrası çerçevesinde, 1985 döneminden itibaren ülkemize gelen İslami bankalara cari hesapların açılması için %10, yatırım hesapları için ise %1 zorunlu karşılık oranı uygulanırken, ticari bankaların mevduatları için aynı oran %15 olarak belirlenmiştir. Böylece katılım bankaları için bazı avantajlar sağlanmış, sağlanmış. Bunun nedeni olarak Albaraka ve Faysal Finans kurumlarının Türkiye'nin 150 milyon ve 50 milyon dolarlık petrol ithalatını finanse etmeleri gösterilmiştir (Hatipoğlu, 2021: 130). Yine de o zaman ki adıyla Özel Finans Kuruluşu (ÖFK)'ler rezerv kolaylıkları yanında birçok zorluklarla da karşılaşmışlardır. Kuruluşların hazırladıkları reklamların içeriğinde 22 Nisan 1986'da yayımlanan reklam ilkelerine göre -İslam ve şeriat- kelimelerinin kullanılması uygun görülmemiştir. Bu kelimeler yerine " bereket kapınız ve faizsiz kazanç" sloganları tercih edilmiştir (Özdemir & Aslan, 2017: 22).

Türkiye Cumhuriyeti'nin laik yapısı gereği faizsiz finans bankacılığı kavramının Türkiye'de uygulanmaya başlamasının katılım bankacılığı adıyla başladığı söylenebilir. Resmî açıdan katılımcı banka olarak kullanılan faizsiz bankacılığın isminin günlük karşılığı İslami bankacılık olarak bilinmektedir. İslami bankacılık veya katılım bankacılığı olarak adlandırılan tüm sistemler aynı anlamda kullanılmaktadır. Türkiye'de faizsiz bankacılığın ortaya çıkışı ve konvansiyonel bankacılığa alternatif faizsiz sermaye piyasası araçlarının kullanılmaya başlanması ilk olarak 1984 yılında olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti, otoyol ve köprü inşaatı gibi çeşitli altyapı yatırımlarının gelirlerini satmak için Gelir Belgesi (GOS) şeklinde uygulamıştır (Küçükçolak 2008: 44 & Yılmaz 2012: 29).

1. Çalışmanın Metodolojisi

1.1. Amaç ve Önem

Günümüzde insanlar pek çok görsel ve işitsel uyarana maruz kalmaktadır. Bunların pek çoğu insan zihnini teğet geçerek bilinçaltının karanlık dehlizlerinde kaybolmaktadır. Ancak kalıcı bir öğrenmenin gerçekleşmesi için konuyu iyi özetleyen, görseller, kısa filmler veya müzikli gösteriler daha etkili olmaktadır. Bu nedenle bireyde oluşturulmak istenen farkındalık ya da kazandırılmak istenen davranış için görsel ve işitsel yönden etkileyici çeşitli materyaller oluşturulmaktadır.

Pek çok inceleme göstermiştir ki kısa ve çarpıcı bir görsel sayfalarca metinsel anlatıdan çok daha etkili olabilmektedir. Türkiye'de henüz yeni olan İslami finans kurumları olan katılım bankalarının tanıtımları için hazırlanan reklam filmlerinden biri olan Ziraat Katılım reklamının eleştirel söylem analizi yöntemine göre ele alınarak incelenmesi çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Literatürde benzer bir çalışmaya rastlanılmaması, konunun özgün ve alan yazınına katkı sağlayacak bir çalışma olduğunu göstermektedir.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma nitel bir araştırma olduğundan içerik analizi yöntemi kullanılmaktadır. İçerik analizi tümevarımsal bir analiz olduğu için incelenen olgunun veya olayın kökenine odaklanmaktadır. Kodlama, verilerin arkasındaki kavramları ve aralarındaki ilişkileri ortaya çıkarır. Nitel araştırmalarda araştırmacı, topladığı betimsel ve ayrıntılı verilere dayanarak problemle ilgili konuları inceler, elde ettiği bilgileri anlamlı ve sistematik yapılara dönüştürmektedir. Bu açıdan araştırmacının amacı, bilgiye dayalı bir teori oluşturmak veya bir teoriyi test etmektir. Araştırılan olay veya olgu hakkında herhangi bir teori yoksa tümevarımsal analiz veya kodlamaya

dayalı içerik analizi gereklidir (Baltacı, 2017; Şimşek & Yıldırım, 2011).

Bu araştırmada nitel araştırma kapsamında eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılmıştır. Sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, siyaset bilimi ve dilbilim gibi birçok alandan teorik olarak beslenen söylem analizinin teorik perspektifi multidisiplinerdir. Bu bağlamda söylem farklı yaklaşımlar açısından incelendiğinde ele alınan olgunun arkasında yer alan gerçekliklerin ortaya çıkarılmasına olanak vermektedir (Çelik ve Ekşi, 2017). Çalışmanın metodolojisi Van Dijk tarafından geliştirilen ve Ayvaz ve Livberer, (2019) tarafından tablolaştırılan eleştirel söylem analizi yöntemine göre gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın verisini 2023 yılında yayımlanan Ziraat Katılım Reklam Filmi oluşturmaktadır. Söz konusu filmin eleştirel söylem çözümleme yöntemine göre analizi sonucunda elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

2. Bulgular

2.1. Reklamın Makro Yapıları

Senaryo: Reklam yetmiş dokuz saniyeden oluşmaktadır. Reklama merkezinde cami bulunan bir kasaba panoramasının görüntüsü ile başladığı görülmektedir sonrasında kırmızı hırka giyinmiş olduğu görülen çocuğun tablette bir resme baktığı görülmektedir. Tablete bakan çocuk resimden etkilenerek dedesine “Dede paylaşmak nedir?” şeklinde sormaktadır. Dedesi, torunun sorusunu cevaplamak üzere torununa “gel bakayım yanına” diyerek torununu yanına çağırıp paylaşmak kavramını “paylaşmak kalbinden koparı verip gönül kazanmaktır” şeklinde açıklamaktadır. Bu sırada çocuğun tablet ekranında iki çocuğun yer aldığı ve çocuklardan birinin diğeri ile masketlerini paylaştığı görülmektedir. Reklam filmi tablet ekranının yakınlaştırılarak çocuk elinde yer alan masketin içinde başka bir resme geçilmesiyle devam ederken reklam karakteri olan dede “Çünkü en büyük servet, insan birikmektedir” şeklinde açıklamasını sürdürmektedir. Bu açıklamanın ardından çocuk “peki dede servet ne demek?” diye sormaktadır. Masketin içinde yer aldığı görülen yeni resimde ise bir dükkânda, başında kasketi bulunan bir adamın köstekli bir saati bir saatçiye gösterdiği görülmektedir. Bu resmin ekranda olduğu sırada dedenin “Servet bazen babadan kalma bir saat olur bir çocuğu okutur. O çocuk büyür onlarcasını okutur. Sermaye, paylaşınca servet olur” der. bunun üzerine çocuk dedesine “sermaye nedir?” diye sorar. Bu esnada tablet üzerindeki görüntü büyütülerek saatin içine odaklanarak farklı bir resme geçiş yapılmaktadır. Bu resim tahtada fabrika resmi bulunan bir sınıfta başörtülü bir öğretmenin yer aldığı bir sınıf resmine odaklanmaktadır. Bu resimde yer alan fabrika resminin penceresinden bir tezi atölyesinin fotoğrafına geçiş bir

atölye fotoğrafına üzerinde dede sermaye kavramını “sermaye, emeğin hak ettiği değerdir. Başarı onunla gelir” şeklinde açıklamaktadır. Bu açıklamanın üzerine çocuk dedesine “başarı nedir? diye sorar. Bu sırada ekranda atölyenin pençesinde bulunduğu görülen resme odaklanılır ve arkasında bir kamyon geçtiği görülen bir sokakta takım elbiseli iki insanın tokalaştığı görülmektedir. Bu erkeklerden birinin siyah takım elbise giydiği ve yakasında ziraat bankasının rozetini kolunda ise ziraat bankası ambleminin bulunduğu bir doya taşımaktadır. Bu sırada dede torununa başarı kavramını “Başarı, inançla çalışıp, helal kazanç edinmektir.” şeklinde açıklamaktadır. Bu açıklamanın ardından reklam hikâyesine konu olan torun dedesine” kazanç nedir diye sormaktadır. Resmin arka planında yer alan sarı kamyonun üzerinde bulunan dünya haritasına odaklanana ekran Afrika kıtası üzerinden başka bir görüntüye geçiş yapmaktadır. Bu görüntüde Ziraat Katılım Bankası'nın şubesi şubenin hemen sağında Türkiye, Filistin ve Somali bayraklarının bulunduğu ve bu şubenin önünde farklı ırk, yaş ve cinsiyete mensup insanların toplu şekilde bulunduğu bir resim görülmektedir. Ekranda bu görüntü bulunurken anlatıcı dede kazanç kavramını “Kazanç, paylaştıkça kazanılan gönüllerdir. Gönül birliğiyle, aynı gülümsemede buluşan yüreklerdir” şeklinde ifade etmektedir. Görüntü el sallayan bir çocuğun yüzüne odaklanarak dede ve toruna geri dönmektedir. Bu sırada Ziraat Katılım Bankası'nın “Kurulduğumuz ilk günden bu yana sizden aldığımız gücü yine sizinle paylaşıyoruz. Birlikte kazanıyoruz birlikte başarıyoruz” ifadesinin ardından Ziraat Katılım logosu ve “paylaştıkça daha fazlası” sloganı ile reklam filmi sona ermektedir.

Slogan: Paylaşma kavramına odaklanan banka reklamında slogan paylaştıkça daha fazlasıdır. Reklam filmi öncelikli iki karakter üzerine kurgulanırken burada dede ve torunun paylaşma kavramından yola çıkılmaktadır. Mikroekonomi bir davranıştan makroekonomik boyutlara emek sermaye servet gibi güncel ekonomik terimler duygusal terimlere dayanan bir dil ile ele alınıp akılda kalıcı bir şekilde tanımlanmaktadır. En sonunda Ziraat Katılım Bankası'nın sloganı ve logosu görülmektedir.

Resim 1. Slogan

Kaynak : Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiiMMWKoyE>)

Mekân: Reklam filmi bahçede geçmektedir. Reklamın başında, merkezinde caminin bulunduğu yeşillikler içerisinde bir kasaba görüntüsü gelmekte ve sonrasında film tablet üzerinden çeşitli mekân çizimleri üzerinde sürdürülmektedir.

Karakterler: Reklam filminin karakterleri bir dede ve torundan oluşmaktadır. Dede gazete okuyan bilge görünümlü, torunu ise sevimli ve meraklı bir karakteri sergilemektedir. Öyle ki reklam filmi çocuğun merakını gidermek için dedesinin büyük bir sabırla sorduğu her soruyu cevaplamasından oluşmaktadır. Dedenin bilgili görmüş geçirmiş tavrı hikâyenin temel çıkış noktasıdır.

Resim 2. Mekan ve Karakterler

Kaynak : Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiiMMWKoyE>)

Yorum: Reklam filmi için seçilen karakterlerden birinin yaşlı birinin genç olması dikkat çekmektedir. Burada çocuk Ziraat Katılımı temsil etmekte; dede ise İslam iktisadının tecrübesi ve bilgeliğini simgelemektedir. Seçilen çocuğun fiziksel özellikleri incelendiğinde çocuğun aşağı yukarı yedi sekiz yaşlarında

olduğu anlaşılmaktadır. Bunun Ziraat Katılım'ın sekizinci yılına vurgu açısından güçlü bir metafor olduğu düşünülmektedir. Çocuğun sorduğu soruların Ziraat Katılım'ın sloganından hareketle temel ekonomik terimleri açıklamak amacına hizmet ettiği ve ilk sorunun paylaşmak nedir? olduğu görülmektedir.

Resim 3. Görsel 1



Kaynak : Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiMMWKoyE>)

Buradan İslami Finans'ın rant yerine paylaşımı tercih eden tavrına vurgu yapıldığı görülmektedir. Reklam filminin çocuğun kullandığı tablette yer alan görseller üzerinden ilerlemesi Ziraat Katılım'ın teknolojiyi kullanma yönüne dikkat çekmektedir. Ancak reklam filminde yer alan bu görseller dedenin parmakları aracılığı ile büyütülerek değiştirilmektedir. Bu noktada sekiz yaşında olduğu vurgulanan Ziraat Katılımın İslam İktisadının tecrübeleri ile ilerlemekte olduğu şeklinde bir yorum getirilebilir.

Paylaşmak nedir? sorusu tablet üzerinde yer alan iki çocuğun paylaştığı misketler ile somutlaştırılmaktadır. Dede paylaşma kavramını "Paylaşmak kalbinden kopanı verip gönül kazanmaktır. Çünkü en büyük servet, insan birikmektir" şeklinde açıklamaktadır. Burada ise İslam iktisadının servet anlayışına gönderme yapıldığı ve Ziraat Katılım'ın insanlara verdiği değere vurgu yapıldığı şeklinde yorumlanmaktadır.

Reklam filmi görselin içinde yer alan bir objede yer alan başka bir resim büyütülerek farklı bir görsele geçiş yapılmaktadır. Bu bölümde misketin içinde yer aldığı görülen bir saatçi dükkanı görseline geçilmektedir.

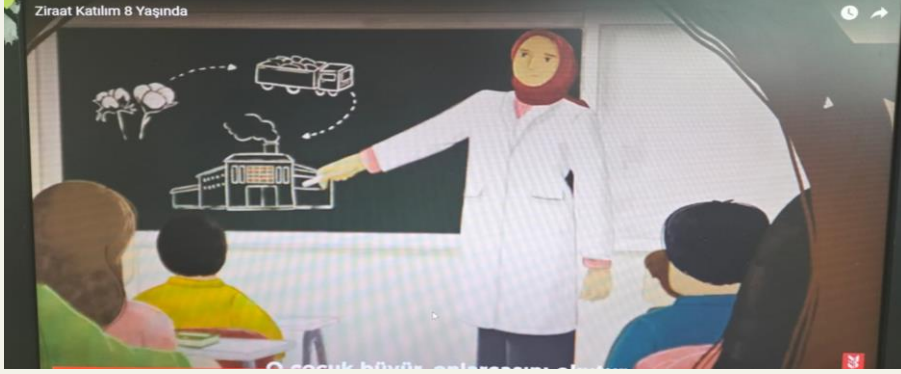
Resim 4. Görsel 2

Kaynak : Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiiMMWKoyE>)

Resim 4'te başındaki kasketi ve kıyafeti ile geleneksel Anadolu imajı çizilen bir kişinin elindeki köstekli bir saati karşıda satıcı olduğunu düşündüğümüz bir kişiye gösterdiği görülmektedir. Bu sahne aslında Ziraat Katılım'ın yedi yıl önce kızını okutmak için babanın saatini sattığı reklam filmine bir göndermedir. Saatin tüm görsel sanatlar açısından önemli bir metafor olduğu bilinmektedir.

Çünkü saat soyut olan zaman kavramını somutlaştırarak ifade etmenin en bilindik ve akılda kalıcı yoludur. Saat geçmişle gelecek arasındaki kronolojiye, işaret ederek, gelişmeye ve ilerlemeye olan inancı temsil ederken aynı zamanda köklere olan bağlılığın, geleneklere ve inanca olan saygının da gösterilmesinin önemli bir sembolüdür. Resimde saatini satan kişinin hiç pişmanlık ve üzüntü ifadesine sahip olmadığı görülmektedir.

Çünkü saati satan kişi ulvi bir amaç için fedakârlıkta bulunmaktadır. Bunu anlatıcının söylediği "Servet bazen babadan kalma bir saat olur bir çocuğu okutur. O çocuk büyür onlarcasını okutur. Sermaye, paylaşınca servet olur" ifadesinden anlamak mümkündür. Bu sahnenin ardından saatin kadranı büyütülerek içinde bir sınıf resminin ortaya çıktığı görülmektedir.

Resim 5. Görsel 3

Kaynak : Ziraat Katılım Reklam Film, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiiMMWKoyE>)

Resim 5'te yer alan sınıftaki öğretmenin başörtülü olması önemli bir göstergedir. Hedef kitlesi daha çok muhafazakâr bir kesim olan Ziraat Katılım'ın bu yolla Türkiye'de geçmişte mütedeyyin insanların yaşadığı sorunlara ve bu sorunların artık çözülmüş olduğuna vurgu yaptığı şeklinde yorumlanmaktadır. Ayrıca bu sahnede yer alan tahtada bir fabrika resminin bulunması Marx'ın alt yapı ve üst yapı kavramlarına yönelik bir gönderme amacı taşıdığı düşünülmektedir. Zira Marx'ın ekonomik ilişkiler söyleminde üretim tarzı, üretim ilişkileri, ve üretim araçlarının bulunduğu alt yapının kültürü bir başka ifade ile politika hukuk ve ahlak gibi unsurlardan oluşan üst yapıyı belirlediği şeklindedir. Reklam filminin devamında sınıfın tahtasında yer alan fabrika resminin penceresinden bir terzi atölyesi görseline geçiş yapılmaktadır.

Resim 6. Görsel 4

Kaynak: Ziraat Katılım Reklam Film, Ziraat Katılım 2023, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rYiiMMWKoyE>)

Resim 6'da bu görseller üzerinde sermaye ve emek kavramlarının net şekilde tanımlandığı görülmektedir. Bu

görselin ardından geçilen takım elbiseli iki erkeğin el sıkıştığı görsel yer almaktadır.

Resim 7. Görsel 5



Kaynak: Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube

Resim 7'de karakterlerden biri elinde banka ambleminin bulunduğu bir dosya ve göğsünde taşıdığı rozet nedeniyle

banka çalışanı olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Bu görselin üzerinde başarı kavramı "Başarı, inançla çalışıp helal kazanç edinmektir." şeklinde tanımlanmakta bu tanımlamanın bu görsel üzerine söylenmesi ile izleyici zihninde Ziraat Katılım, başarı ve helal kazanç kelimelerinin birbirini çağrıştırmalarının sağlanması amaçlanmaktadır. Zira katılım bankası söylemi zaten temelde kazancın helal şekilde değerlendirilmesi üzerinedir. Hikâyedeki çocuğun "kazanç nedir?" sorusu eşliğinde el sıkışan takım elbiseli karakterlerin arka planında yer alan kamyonun üstünde yer alan dünya haritası büyütülerek Afrika kıtası üzerinden bir sonraki görsele geçildiği görülmektedir. Bir sonraki görsele geçiş için özellikle Afrika kıtasının seçildiği, bu yolla batı emperyalizminin finansal emelleri uğruna fakirleştirilmiş Afrika halklarına dikkat çekilmeye çalışıldığı şeklinde yorumlanabilir.

Resim 8. Görsel 6



Kaynak: Ziraat Katılım Reklam Filmi, Ziraat Katılım 2023, Youtube

Resim 8'de dikkat çeken diğer unsur ise Türkiye Cumhuriyeti, Filistin ve Somali bayraklarının bulunmasıdır. Burada

Türkiye'nin Müslüman coğrafyada sıkıntı içinde bulunan ulusların yanında bulunduğu, İslam iktisadi anlayışının birlik ve beraberliğe verdiği değere gönderme yapılmaktadır. Bankanın önünde bulunan gülümseyerek el sallayan çocuğa odaklanan film, buradan gerçek çocuk karaktere ve hikâyeye anlatıcısı olan dedeye geçiş yapmaktadır. Reklam filmi, gülüşen dede ve torunu arka plana alarak Ziraat Katılım logosu ve sloganı ile sonlanmaktadır.

2.2. Reklamın Mikro Yapıları

Cümle Yapıları ve Sözcük Seçimi: Reklam filminin dede ile torun arasında soru ve cevaplardan oluşan diyalog ile sürdüğü ve temel hikâyeye anlatıcısının dede olduğu görülmektedir. Çocuk sorduğu sorular yoluyla doğru bilgiye ulaşmakta, burada basit şekilde Hegel'in diyalektiği yani bilen bilgisi ile bilmeyenin bilgisizliğinin giderilmesidir. Kullanılan cümle yapıları incelendiğinde kurallı cümlelerin kullanıldığı görülmektedir. Reklam filminin bir soruyla başladığını ve açıklanan her kavramın yeni bir soru ortaya çıkardığı görülmektedir. Senaryoda yer alan bu soru cevap döngüsünün akılda kalıcılığı artırdığı ifade edilebilir.

Çekim Tipi: Reklam filminde geniş ve yakın planların kullanıldığı görülmektedir. Reklam filmi, geniş bir kasaba panoraması ile başlamakta öncelikle karakterlere, sonrasında torun karakterinin tabletinde yer alan görsellere odaklanmaktadır.

Müzik: Reklam filminde sakin dinlendirici bir alt müzik yer almaktadır. Hikâyeye bir dede torun diyalogunun yansımından oluştuğu için torunun sesi oldukça sevimli, dedenin sesi ile sefkat ve bilgelik izlenimi bırakmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Türkiye'de İslami finans kurumlarının geçirdiği tarihsel evreler incelendiğinde bu kurumlar üzerindeki söylemin nasıl değiştiği rahatlıkla görülebilir. Kurumların ilk olarak Başbakan Turgut Özal döneminde Özel Finans Kurumları adıyla kurulduğu bilinmektedir. Türkiye gibi nüfusunun büyük çoğunluğunun Müslüman olduğu bir ülkede İslami Finans adı yerine Özel Finans kurumları adının tercihi aslında dönemin laik çevrelerinin irtica çekincesinin bir yansımasıdır. Öyle ki dönemi anlatan bir banka yöneticisi reklam filmi çekimleri için tercih edilen slogan ve metinlerde İslam kelimesinin ya da faizsiz haram ve helal gibi kelimesinin geçirilmediğini bu gibi kelimelerin direk dini bir çağrışım yaratacağı için kaçınıldığı dile gerilmektedir. Çalışma kapsamında incelenen bu reklam filminde sıklıkla İslama refere eden kelimelerin ve göstergelerin kullanıldığı görülmektedir. Bu durum aslında değişen siyasi söylemin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir.

Reklam filminde yer alan hikâyeye, kurgu, görsel ve işitsel öğeler bütüncül bir yaklaşımla incelendiğinde geleneksel ve muhafazakâr bir yapının yenilikçi bir bakış açısıyla sunulduğu ifade edilebilir. Böylelikle İslami Finansın hem modern hem muhafazakâr tabanda yer alan hedef kitleye ulaşması sağlanmaktadır.

Kaynakça

- Aysan, A. F., Disli, M., Ng, A., & Ozturk, H. (2016). Is small the new big? Islamic banking for SMES in Turkey. *Economic Modelling*, 54, 187-194.
- Ayvaz, S., & Livberber, T. (2019). Reklamlarda toplumsal sınıf: Otomobil reklamları üzerinden bir söylem analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1141-1164.
- Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2013). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 103.
- Demiralp, S., & Demiralp, S. (2015). The rational Islamic actor? Evidence from Islamic banking. *New Perspectives on Turkey*, 52, 3-27.
- Hatipoğlu, M. (2021). Döviz kuru volatilitésinin katılım bankalarının kredileri üzerine etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 24(2), 540-547.
- Hazıroğlu, E. C. (2017). Ticari işletmenin bir ticaret şirketine dönüşmesinde ticari işletmeyi işletenin önceki borçlardan sorumluluğu. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 3(1), 71-82.
- Kazak, H. & Okka, O. (2022). İslami finans ekonomik kalkınma ve sosyal barış. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kalaycı, İ. (2013). Katılım bankacılığı: mali kesimde nasıl bir seçenek?. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 51-74. DOI: 10.11122/ijmeb.2013.9.19.397
- Küçükçolak, N. (2008). Faizsiz finansman sertifikası Sukuk'un Türk sermaye piyasası açısından değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, Sayı 520, 23-37.
- Özdemir, M., & Aslan, H. (2017). *Türkiye'de islami finansın dönüşümünün ekonomi politiği*. Seta Yayınları.
- Özsoy, İ., & Yabanlı, A. (2011). Yeni gelişmeler ışığında türkiye'de faizsiz finans ve katılım bankacılığı. *Turcomoney Dergisi*, Şubat 2011 sayısı.
- Türker, H.(2010). *İslami finans sisteminde finansal aracılık (Yeterlilik Etüdü)*, Sermaye Piyasası Kurulu Aracılık Faaliyetleri Dairesi.
- Şimşek, H. & Yıldırım, A. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.



Yılmaz, O. N. (2010), *Faizsiz bankacılık ilkeleri ve katılım bankacılığı*, *Türkiye katılım bankaları birliği*, Eğitim No: 2009/2010-51.

PROTOKOL

Protokol Dergisi

Çağrı Metni

Protokol dergisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Stratejik Araştırma Merkezi bünyesinde yayımlanmaktadır. Uluslararası İlişkiler, Sosyoloji, Ekonomi, Kent, Çevre ve Yönetim konuları başta olmak üzere sosyal bilimler alanına dair kısa makalelere yer veren hakemli dergi, Şubat ve Ağustos olmak üzere yılda iki kez yayımlanmaktadır.

Kısa makalelerin yanı sıra derginin her sayısında rapor, derleme, konferans notları, örnek olay, kitap tanıtımı vb. makale dışı yazılara da yer verilmektedir.

Dergi, öncelikli olarak ilgili alanlardaki güncel strateji temelli konulara dair tartışmaları okuyucu ile buluşturmayı hedeflemektedir.

Bu bağlamda hazırladığınız çalışmalarınızı bekliyoruz...

Genel yayım ilkeleri ve yazım kuralları için:

www.ktu.edu.tr/sam/protokol

Dergiye yazı göndermek için:

suna.ersavaskavanoz@ktu.edu.tr



**KARADENİZ
TEKNİK ÜNİVERSİTESİ**
Stratejik Araştırma Merkezi

SAM



**KARADENİZ
TEKNİK ÜNİVERSİTESİ**
Stratejik Araştırma Merkezi

SAM

PROTOKOL

PROTOKOL

2023 | YIL 4 SAYI 2

KARADENİZ TEKNİK
ÜNİVERSİTESİ
STRATEJİK ARAŞTIRMA
MERKEZİ DERGİSİ

**“Rasyonel Politikalar” Altında
Türkiye Ekonomisi**

Baki Demirel

Putin’in “Belirsizlik” Korkusu

Meltem Hasançebi

**Ziraat Katılım Bankası Reklam Filmi’nin
Eleştirel Söylem Analizine Göre İncelenmesi**

Asiye IŞIK

**Fransa’yı Uyandıran Ölüm: Nahel Merzouk ve
Devam Eden Eşitlik Mücadelesi**

Muharrem Bayrak

**COVID-19’un Küresel Güvenliğe Etkisi:
Çıkarımlar ve Geleceğe Yönelik Bakış Açılıarı**

Fevzi Kırbaşoğlu

**İbrahim Kalın’da Varlık ve İnsan Tasavvuru:
Makale Tanıtımı**

Ragıp Ergün

**21. Yüzyılda Uluslararası Sistemi
Yeniden Kurgulamak (Mı?)**

**Merve Suna
Özel Özcan**

**Metin Heper’in “Türkiye’de Devlet Geleneği”
Adlı Eseri Üzerine Tahlil**

**Öznur
Küçükkelepçe**