

Popüler Eserler Üzerinden Gençlik Algısını Yönlendirme Guiding Youth Perception Based on Popular Works

DUYGU İŞİN* – SELDA ÖZPEK**

Geliş ve Kabul Tarihi: 02.12.2021 / 22.12.2021

Öz: Gençliğin algısına yön veren popüler eserlerin, çeşitli isimlerle satılma/okuma tercihini yönlendiren ve gençlerin algısı üzerinde neden ve ne türden algı oyunları yapıldığının saptanması; Genç beyinlerin işgaline karşı önlem politikalarının geliştirilmesi; ulusal kimliklerin karşısına yerleştirilen küresel kimliğin yerleşmesinde yazılı ve dijital kitapların rolünün incelenmesi; ulusun güvencesi konumunda olan genç okurların karar alma, uygulama ve denetim gibi en temel yetkilerini kullanırken aşınmış olan algılarının onlara hangi kararları aldirabilir öngörüsünde bulunabilme; serbest piyasa koşullarında ticari bir ürün olarak karşımıza çıkan özellikle de ithal kitapların milli sınırlarımızın ne şekilde işgal edildiğinin tespiti önem arz etmektedir. Bu çalışmada, genç okurun değerleri hakkında bilgi sahibi olmaması, kendisini savunmasız kılacağından ve kimliğini kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalacağından ötürü inceleme, tanımlama, tehditler, riskler, tedbirler ve kamu politikası önerileri içeren öneriler ortaya konulmaktadır. Özellikle kişisel gelişim adı altında sunulan bir çok eser bir taraftan milli egemenliği aşındırırken, bir taraftan da küresel sermayenin kurallarını egemen hale getirmektedir. Küresel sermaye ise ulusu, kültürü, dini önünde bir engel olarak görmektedir. Tek ulus, tek kültür, tek tarz ve hatta tek din olarak dinsizlik onun için “tek pazar” anlamına gelmektedir. Dünyayı tek bir pazar haline dönüştürmek isteyen devletlerin ekonomisinden daha büyük ekonomiye sahip şirketler, pazarlama ve satış politikalarını kurgularken ulus değerlerin yıpratılması üzerine kurgular yapmaktadır. Bu tür eserlerde yer alan algı yönetimi argümanlarının tespiti ve tespit yöntemi, tespit

* YL Öğrencisi | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, duyguisin@gmail.com | ORCID: 0000-0001-6396-1317.

** YL Öğrencisi | Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, seldaopezek@gmail.com | ORCID: 0000-0002-1137-1777.

edilen argümanların oluşturulduğu tehditlerin belirlenmesi ve tehdit belirleme yöntemi, tespit edilen tehditlere karşı tedbirlerin tespiti ile tespit yöntemleri çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Popüler Eserler, Manipülasyon, Kültürel Savunma Sistemi.

Abstract: Determining why and what kind of perception games are made on the perception of the popular works that shape the perception of the youth, which guide the buying/reading preference with various names; the development of prevention policies against the occupation of young minds; for the analysis of written and digital books' roles for the purpose of placing national identity against global identity; being able to predict what decisions can be made by the eroded perceptions of young readers, who are in the position of the security of the nation, while using their most basic powers such as decision making, implementation and supervision; it is also important to determine how our national borders are occupied, especially by imported books, which appear as a commercial product in free market conditions. In this study, suggestions are put forward that include analysis, identification, threats, risks, precautions and public policy suggestions, since the young reader's lack of knowledge about their values will make them vulnerable and face the danger of losing their identity. Many works, especially presented under the name of personal development, on one hand erode national sovereignty, on the other hand, make the rules of global capital dominant. Global Capital is seen as an obstacle against nation, culture, and religion. Irreligion/Atheism means one nation, one culture, one style and possibly one religion. Companies who have economies larger than countries who want to turn the world into one single market, creating marketing and sales policies plans while damaging national values. The detection and method of perception management arguments in such works, the identification of the threats in which the detected arguments are created and the threat identification method, the detection of the measures against the detected threats and the detection methods constitute the scope of the study.

Keywords: Popular Works/Books, Manipulation, Cultural Defence System.

Giriş

“Popüler” kavramı sıradan olmayan, aynı kategorideki diğerlerinden ileride olan, gündem oluşturan şeylere işaret eder. Popüler kelimesinin orta çağlarda İngilizcede dilsel kökeni, ‘halkın olan, halka ait’ manasında kullanılmıştır. Kitap kategorisinde incelendiğinde ise *bestseller* teriminin “popüler eser” teriminin karşılığı olarak daha çok kullanıldığı görülmektedir. Oysa İngilizce bir kavram olan *bestseller*, Türkçemizde “çok satanlar” anlamındadır. ABD menşeli bu kavram, bir kitabın popüler eserler ya da çok satan eserler listesine girmesi, geniş kitleler tarafından satın alınması, popüler kültürde hatırı sayılır bir yer edinmesi, eser hakkında yorumlar yapılması ve eserin tartışılması sonucunda oluşmuştur. Kavramın ardında algılara göz kırpan bir kapitalist pazarlama mantığı yatar. Büyük olanlar, çok satılanlar her zaman ‘iyidir’ algısıyla insanların hızlı karar vermeleri kolaylaştırılır. En çok satan kitaplar, en çok izlenen filmler daha iyidir algısı, bilince yön verir. Bu algının hedefi, aynı zamanda, Alman siyaset bilimci Elisabeth Noelle-Neumann’ın “Suskunluk Sarmalı” kuramında da ifadesini bulduğu üzere, mensubu olduğu toplumun genel-geçer fikirleriyle uyuşmadığı için dışlanma korkusuyla kendi görüşlerini gizleyen kişilerin de bilinçaltıdır. Burada diğerlerinin beğenisini kendi beğeni olarak kabullenenlerin olacağını varsayan bir sosyo-psikolojik bir olgu söz konusudur.¹

Popüler Eserler Üzerinden Manipülasyon

İnsanlar için geçmişte en büyük tehdit, toprakların işgal edilmesi iken, bugün en büyük tehdit, hiç şüphesiz, beyinlerinin işgal edilmesidir. *Bestseller* kavramının tam da bu manada beyinlerin işgaline hizmet ettiğini vurgulamak gerekmektedir. Benliğin ve kimliğin oluşmasında önemli bir yere sahip olan, kuşaktan kuşağa yüzyıllarca aktararak okunan edebi eserler bugün yerini genel geçer, popüler kültüre esir, popüler eserlere bırakmıştır.² Yazılan eserleri popülerleştirmek veya yazılan eserlerden esinlenerek popüler kültür oluşturmak yumurta tavuk ilişkisine benzer bir yapıdadır. Her ikisi de mümkündür ve her

¹ Onur Taydaş & Enderhan Karakoç, “Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya”, (Erişim 22 Mayıs 2021)

² Bahar Urhan, Yüksekî Öznur, “Kitap Okuma Tercihinde Popüler Kültürün Rolü: Çok Satan Kitap Okurları Üzerine Bir Araştırma”, *The Journal of Academic Social Science Studies* (2017), 62/ 549-559.

ikisi de gerçekleşir. Çünkü bir kitabı yayımlandıktan kısa bir süre sonra fiziki sınırlardan muaf olan internet ortamı sayesinde, suni bir PR desteği ile öne çıkarmak oldukça kolaylaşmıştır. “Bu kitap ABD’de çok sattı”; “Avrupa bu kitabı tartışıyor”; “Dünya bu kitabı konuşuyor”; “Bu kitap tam 20 dile çevrildi” türünden klişe reklam cümleleri kapitalizmin ürün pazarlama tekniğindeki maharetini sergileyen ve arazide ciddi iş gören cümlelerdir. Böylelikle eser çok satan popüler eserler listesinde yerini alır, ancak işin boyutu bununla sınırlı değildir. Sırada çok satan popüler kültür araçlarının yaratılması vardır. Çünkü kitap artık bir kitap olmaktan çıkar, bir filme, bir müziğe, bir bilgisayar oyununa da dönüşür.³ Tabir caizse bir taşla birkaç kuş vurulur. Hatta bu araçlar vasıtasıyla bugünün gençliğine hitap edecek yeni tarzlar, yeni akımlar üretilir. Bu akımlar nihayetinde milyonlarca izlenen viral akımlar haline dönüştürülür. Dışardan bakıldığında pek masum, sanki gençlerin kendi aralarında bir eğlencesi izlenimi veren bu viral akımların birçoğu popüler eserlerden uyarlanan aynı isimle sahneye taşınan filmler sayesinde yapılmaktadır. Bir örnek olarak, Polonya asıllı fenomen yazar Blanka Lipinska’nın kaleme aldığı, Türkçeye de aynı isimle uyarlanan “365 Gün” adlı eserin Netflix sayesinde bir sinema filmine dönüştürülmesini verebiliriz. Filmin ahlâki değerleri altüst sahneleri TikTok aracılığı ile gençlerin platformuna taşınmıştır.

Bir pazarlama şekli gibi görünen bu yöntemle “TikTok” platformu vurucu darbenin sahibi niteliğindedir. Bir istismar platformu olarak da tanımlanabilecek TikTok’un gençler nezdindeki popülerliği ve algılanma biçimi oldukça hayret verici niteliktedir. Yeri gelmişken, burada Tiktok’un asli görevinden kısaca bahsetmekte yarar vardır. Bu platform temelde “hümanizm” ideolojisini işler. Kan, yara, şiddet içeriği, küfür, cinsel içerikli görüntü ve videoları engeller nitelikte bir duruş sergiler. Ancak arka planda eşcinselliğin normalleştirilmesi ve özendirilmesi, siyahi kişilere karşı irrite edici sevgi gösterilerinin sunulması, kadın ve erkeğin birbirlerine ihtiyaç duymaksızın yaşamaya özendirilmeleri, aile kurumunun temel değerlerinin yerle bir edilmesi, erkeklerin kadını görüntülere büründürülmesi dikkatli bir şekilde kısa süreli bu oluşu-

³ Urhan & Öznur, “Kitap Okuma Tercihinde Popüler Kültürün Rolü”, 551.

mun özenle işlediği ve takip ettiği politikalarıdır. İlâveten, dinlerin aynı olduğu aralarında herhangi bir farkın olmadığı da özenle vurgulanır. Ayrıca, yanlış yeme tarzları ve düzensizlikleri de güya veganlığa saygı anlayışı ile özendirilmektedir. Yine, gençlerin bir takım psikolojik sorunları da hayatın olağan akışının bir parçası olarak gösterilmektedir. Tiktok bu saydığımız konuları fütursuzca işleyen oluşumlardan yalnızca bir tanesidir. Bu sebeple burada, “Popüler eser + Netflix + Tiktok” denklemine bir kez daha dikkat çekmek istiyoruz. Vurgulamak gerekir ki, bu türlü platformlar ‘yazar’, ‘eser’ ve ‘kitap’ gibi kavramları sıklıkla ve bilinçli olarak kullanılmaktadırlar. Bizi ilgilendiren husus, verilmek istenen mesajların doğrudan ve yıkıcı nitelikte olmalarıdır. Ailelerin en değerli varlıkları olan çocuklar bu tehlikeli mesajların en korunmasız hedefleri konumundadır.

Aldatma ve taciz etme amaçlı stratejilerle başkalarının algı ve davranışlarını değiştirme hedefi güden psikolojik ve sosyal bir etki türü⁴ olarak manipülasyona yazılı eserlerde ve özellikle psikolojik eserlerde rastlamak normal kabul edilebilir. Özellikle kitabın yazarı bir psikolog ise okuyucusuna olumlu yönde yön vermeyi amaçlamışta olabilir. Birçok bilimkurgu, felsefe veya aşk romanında da yazarın bu amacı taşıması sıradan bir durum görülebilir. Ne var ki sorun, okurun kitabın içine girmiş olması, yazarın etkisinde kalmış olması, kitabın etkileyici, tesirli, dokunaklı bir niteliğe sahip olması değildir. Bunlar iyi bir yazarın ve iyi bir eserin olmazsa olmaz özellikleridir. Esas sorun, neredeyse hiç bir edebi ve ilmi niteliğe sahip olmayan, bütün sosyal, kültürel, ailevi değerleri tersyüz eden kitapların birer başyapıt unvanı almalarıdır. Buna en bariz örnek olarak, Hintli guru Osho’nun eserlerini verebiliriz. Burada sorulması gereken soru, bu gurunun eserlerinin nasıl oluyor da dünyada en çok okunan kişisel gelişim eserleri arasında yerini koruyor olduğudur. Başından beri söylediğimiz hususlar dikkate alındığında bu meselenin irdelenmesi önem arz etmektedir.

Osho’nun yaklaşık 50 civarında eseri dilimize de çevrilmiştir. Eserlerde görülen temel özellik, kişisel gelişim öğretilerinin kabullenilmesi ve unutulmaması için kısa öykülerin kullanılmasıdır. Konu başlıkları bir

⁴ Hasan Yılmaz, "İnsan İlişkilerinde Manipülasyon Ölçeği", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi 7/4 (2018), 0-0.

soruyla başlar. Ardından kısa, öz ve basit yapıyla yargı bildiren cümlelerle konu detaylandırılır ve öykülerle pekiştirilerek her yaşta ve her eğitim seviyesinden insana hitap etmesi sağlanır.⁵ Kimliği meçhul kişiler, peygamberler, sufiler, havariler, Osho'nun öykülerinin kahramanlarıdır. Bir bakmışsınız karşınıza bir anda Nasrettin Hoca da çıkabilir ve metroda başına gelen ilginç bir olayı sizinle paylaşabilir.⁶ Osho'nun amacı, herkesin kendinden bir şeyi, günlük hayatın koşturmacası içinde bulmasını sağlamaktır, dolayısıyla seçtiği yöntem son derece etkilidir. Hikâyelerin geçtiği mekânlar güncel ve gerçektir, cümleler kısa, anlaşılır ve nettir. Kullanılan sade dil ve üslup, muhatabı hipnotize edecek özelliktedir. Kendinizi öyle kaptırırsınız ki OSHO'nun hikâyesinde Nasrettin Hoca'nın ne işinin olduğunu sormak aklınıza gelmez. Aslında bütün bu olup bitenler mercek altına alındığında OSHO'nun hedef kitlesinde daha ziyade, hayal dünyasında gezinen, ergenliğini henüz tamamlamamış gençlerin olduğunu fark edersiniz. Bütün mesajlar onlardır. Okuma ilerledikçe, karşınıza Hz. İsa, Hz. Muhammed gibi peygamber şahsiyetler de çıkar. Kissadan hisse çıkarmak gayesi varmış gibi görünse de perde arkasındaki amaç, gereksiz ve yersiz kıyaslarla özellikle taze zihinleri allak bullak etmektir. Bu tam da Psikiyatrist Kemal Sayar'ın da tespit ettiği noktadır: "Gereksiz karşılaştırmalar, gerçekliği bozarak algılamamıza yol açar."⁷ Esasen Osho tezlerini, fikirlerini tarihin sayfalarından özenle seçtiği tarihi şahsiyetler üzerinden kurguladığı öykülerle verir. Bir başka deyişle, her kültürden, dinden ve coğrafyadan cımbızlanan şahsiyetler Osho'nun değerler dünyasını onaylayan adeta birer figüran rolü üstlenir. Bu sıra dışı yöntem, farklı fikir, anlayış ve gelenekleri kaynaştıran (senkretik) bir özellik arz eder. Çeşitli doğu-batı felsefelerinden, dinlerinden, hikâyelerinden, mitolojilerinden ödünç alınan pek çok hikâyeye, özlü deyiş, mottodan oluşan karma bir seçki, sözünü ettiğimiz hipnotik dil ve üslupla okuyucuya verilir. Konular arasında bir insicam yoktur, yazar konudan konuya sıçrar ve vermek istediği fikir ve davranış kalıplarını sık tekrarlarla verir ki, zihinlere iyice kazınsın. Sıra-

⁵ İdris Şengül, "Kıssa" maddesi, Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi, (Erişim 21 01 2022).

⁶ Osho, *Erkek ve Kadın Olmanın Ötesi*, (İstanbul: Ganj Kitap, 2007), 161.

⁷ Kemal Sayar, *Yavaşla*, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2007), 74.

dan bir okuyucu için hatalar pek dikkat çekmez; ancak konulara ve öykülere vâkıf olanlar bu hataları yakalamakta gecikmez. Bunlardan biri olan akademisyen yazar Uday Singh Mehta, akademik kariyer geçmişine rağmen Osho'nun okurlarının ve müritlerinin cehalet ve saflıklarının sömürdüğünü söyler. Osho'nun öğretilerindeki büyük çelişki ve tutarsızlıklara dikkat çeker: “Özellikle de Zen ve Mahayana Budizm'inin yorumunda hatalar vardır.”⁸ Aynı bağlamda sosyolog Bob Mullan da Osho'nun büyük geleneklerden ödünç aldığı hakikat beyanlarını yalan, yavan, yanlış, sahte ve son derece çelişkili ifadelerle dönüştürmede fevkalâde mahir olduğunu ifade eder.⁹

Türkiye’de de “çok satanlar” arasına sıkça iliştirilen bu ve benzeri eserler dil, din, kültür, milli ve manevi değerler noktasında epeyce “farklı” yerde dururlar. Dahası, bu eserlerin ortak kabul görmüş evrensel değerlerle uyum içinde olduğunu söylemek de mümkün değildir. Daha doğrusu, evrensel ortak değerleri kendi dünya görüşleri çerçevesinde yeniden biçimlendirme arzusunu gizlemediklerini söylemek gerekecektir. Popüler eserlerin içerikleri ve popülerleşme serüvenleri bir bütün halinde incelendiğinde, bunlara bir eser değil ancak bir “sipariş” ürün demek belki daha doğru olacaktır. Ürün kavramı, doğal olarak, bir ticari çağrışım da içerir, kaldı ki bu eserler, tüm dünyada milyon adetleri bulan bir satış trendi yakaladıklarında hem yazarın hem de yayınevinin kazancının dev hacmini tahmin etmek zor olmasa gerektir. Ticaret, kazanç amacıyla yürütülen her türlü alım satım etkinliği olduğuna göre asıl hedef kâr elde etmektir. Burada kastımız, bir yazarın içinden çıktığı topluma özgü yazdığı, ulusal boyutta satılan ve okuma ihtiyacını karşılayan kitaplar elbette değildir. Bu yazarları ve eserlerini okyanus ötesi şöhreti yakalayan yazarlar ve eserleriyle kıyaslamak da insafsızlık olur. Bahar Urhan, yapmış olduğu bir anket çalışmasının sonucunu bizimle paylaşır ve okurun tercihlerinde, büyük ölçüde, internetin ve belli başlı kitapçıların ‘çok satan eserler’ listesinin etkili olduğunu söyler. Ulusların sosyal, kültürel ve dinsel farklılıkları bu listelerle ortak bir zeminde adeta eritilmekte, popüler eserler üzerinden pompalanan “yeni” değerler ile buluşmaları sağlanmaktadır. Bu değerlerin güçlü bir reklam

⁸ Wikipedia, “Osho”, (Erişim 4 Haziran 2021)

⁹ Wikipedia, “Osho”.

kampanyası ve algı operasyonu ile dünyanın pek çok ülkesinde aynı anda servis edilmesi bu noktada önemlidir.

Bir ortak dil, bir ortak din, bir ortak kültür, bir ortak kapitalist etik oluşturma çabası bu eserlerin ortak amacıdır. Bu mümkün değilse, bir ortak dilsizlik, bir ortak dinsizlik, bir ortak kültürsüzlük ve hatta bir ortak etiksizlik oluşturulmalıdır. Bunlar küresel eğilimler olarak sunulur. Bütün bunlar kapitalizmin ortak pazarının belirgin özellikleridir. Bu çerçevede popüler kitaplar bu pazarın en verimli, en etkili ürünleridir. Kapitalizmin sıradan bir ürünü olarak her coğrafyada aynı anda alıcısına sunulur; o bir sanat ürünü olmaktan ziyade bir fabrikasyon üründür. Hızlı yazılmış, hızlı basılmış, hızlı tercüme edilmiş, hızlı pazarlanmış ve çok sayıda basılmıştır; yayınevlerinin göze en çabuk hitap eden köşelerinde çok sayıda dizilmiştir. Bu kitaplar üretici-pazar-müşteri üçgeninde kurulan bir sirkülasyon çarkında olağanüstü hızla tüketilirler.

Tüketim süreçlerini arzu, cazibe ve kandırma gibi bir stratejiler skalası üzerinden kurgulayan kapitalizm, küresel ölçekli bir kültürel dönüşüm için her türlü aracı kullanmada bir beis görmemektedir. Ticareti kendi kuralları ile kendi tasarrufuna özel müstakil bir alana dönüştüren küresel kapitalist sermayedar grubu, basılı ve dijital eserler vasıtasıyla bütün dünyada bir nötürleştirme faaliyetini başarıyla sürdürmektedir. Burada, kendi kültürlerinden söktüğü kitleleri nötr, her türlü propaganda ve empozeye açık hedeflere dönüştürmek asli amaçtır. Bu bağlamda özellikle vurgulamamız gerekir ki, dili, yazıyı, söylemi ve düşüncüyü özellikle gençlerin algılarını yönlendirmek için maharetle kullananlar neyin nasıl söylenmesi ve neyin nasıl gösterilmesi gerektiği hususunda artık yeterli tecrübe ve birikime sahiptirler. Diğer sektörlerdeki tahakküm araçlarını zapt edenler, bu sektörde de dili ve düşüncüyü kendi mülkiyet alanlarına dâhil etmişlerdir. Farklı olanı anlamak ve ona hayat hakkı tanımak yerine, farklı olanı kültürel tahakküm altına almak bu zorba mülkiyetin temel dinamiğini oluşturur. İşte tam burada, kimi zaman doğrudan ve açık, kimi zaman satır aralarına gizlenen ya da ima edilen mesajlar algıyı yönetmede hayati işlev görülür. Bu mesajlar liberalist kapitalizmin hümanist ideolojisini dozu ayarlanmış belli ölçekler-

le okuyucuya zerk eder. Kapitalizm kitleleri köklü ve zoraki dönüşüme maruz bırakmada popüler kültürün gücünü keşfetmiştir.

Bu minvalde kapitalizmin etkili mesaj araçları olarak popüler eserlerin gençlik algısına yön verme işlevini kusursuz biçimde icra ettiklerini söylemek gerekecektir. Burada bunu bir örnekle taçlandırmakta fayda görüyoruz. Örnek olarak Osho'nun *Provokatör Mistik* adlı eserine gideceğiz. Hintli guru Osho'nun bu eserinde kahraman, sadece turuncu kıyafetleri tercih eder, saçlarının yarısını kazıtır, ensesine bir dövme yaptırır, bunalımdadır ve çok zekidir. Zihni allak bullak bir genç profili çizen bu kahraman giyim tarzı, saç kesimi ve dövmesiyle gençlere takdim edilir. "İnsanlar yalnızca sözcükleri dinlerler, onları anlamazlar. İnsanlar yalnızca sen ne söylüyorsan onu anlarlar, söylenmeden aktarılanı anlamazlar."¹⁰ diyen Osho'nun gençlere mesajı açıktır: Neyi olmak istiyorsanız onu olun. Eserde, psikolojik sorunların normalleştirilmesi ve dolayısıyla intiharın özendirilmesi, vejetaryenliğin, veganlığın ve yoganın teşvik edilmesi, eşcinsel hümanizmin masum ve makul gösterilmesi ve Tanrı'nın insanı yalnızlığa ve çaresizliğe sürükleyerek adaletsizliklere göz yumması gibi hususlar okura sübliminal yöntemle okura verilir. Turuncu kıyafeti, kazınmış saçları ve dövmesiyle kahraman, sadece bir tarzı simgelemez, aynı zamanda o bir aktivist, bir isyankâr ve provokatördür. Ailesinden, kültüründen, milli ve manevi değerlerinden kopartılmıştır. Aile, kolektif hareket etmenin önünde bir engeldir, dolayısıyla yıkılması gerekir. Kitle hareketlerinin çağrısına kulak vermek lazımdır."¹¹

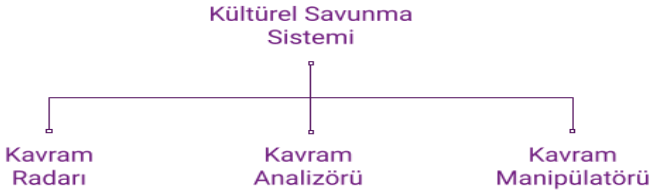
Çoğu yabancı kökenli kitapların, genç okuyucuyu yönlendirme amacı taşıyıp taşımadıkları incelenmeye ve çözümler üretilmeye muhtaç bir meseledir. Ancak bu türden yerli kitapların da varlığını inkar edemeyiz. Bu kapsamda değerlendirilen eserlerin varlığı bir gerçeklik olduğuna göre, bunların muhtemel tehdit ve tehlikelerine karşı mücadele yöntemlerinin oluşturulması ve geliştirilmesi zaruri görünmektedir. Bu elbette bir sansürleme şeklinde olamaz. Söylemek istediğimiz şey, bu türlü eserlerin yerli kültüre karşı saldırılarını bertaraf edecek karşı fikir ve usullerin geliştirilmesi, gençlerin bu konularda bilinçlendirilmesidir.

¹⁰ Osho, "*Provokatör Mistik*", (İstanbul: Omega Yayınları, 2016), 189.

¹¹ Eric Hoffer, "*Kesin İnançlılar*", (İstanbul: Tur Yayınları, 2017), 33.

Bu manada üretilecek bir metodolojinin uygulanabilmesi için bir yazılım altyapısı ile algoritmasının geliştirilmesi gerekmektedir. Çünkü ulusal sınırlardan içeri neredeyse her gün yüzlerce eser giriş yapmaktadır. Bunları tek tek okumak kolay bir iş değildir. Ancak geliştirilecek bir yazılım alt yapısı ile kolay ve sürdürülebilir çözümler üretmek ve yerli ve milli kültürü etkili ve planlı bir şekilde verecek projeler ve politikalar geliştirmek pekâlâ mümkündür.

Belirlenen eserlerde doğrudan veya dolaylı olarak yapılan algı yönetimi hedefli unsurlar tespit edilerek bunların gençlik algısı üzerindeki etkileri milli ve manevi değerlerle çelişip çelişmediği ortaya konabilir. Bu bağlamda geliştirilen eser inceleme yönteminin saha doğrulaması yapılarak akabinde inceleme, değerlendirme ve de mücadele yöntemlerinin uygulanabilir ve sürdürülebilir olup olmadığı tespit edilerek, en son tahlilde gençliğin dini, milli ve ahlâki değerlerini muhafaza için kalıcı ve kullanışlı stratejiler geliştirilebilir. Bizim burada kullanacağımız sistemin adı Kültürel Savunma Sistemi (KSS) olup temelde üç modülden oluşmaktadır.



"Kavram Radarı" modülü, öncelikle, basılı eserlerde yapılan taramalarda tanımlanmış alanlar altında belirli bir algoritma ile belirlenmektedir. Kavram tanımlama ölçütleri değiştirilebilir özelliktedir ve hedef alan, konu ve kültürel yaklaşıma göre tanımlanabilmektedir. Kavramların önemi üzerinde yapılan yapay zekâ temelli bir yazılım içinde çeşitli kaynaklardan farklı yaklaşımlar ile belirlenen ve aynı zamanda yine farklı kaynaklardan doğrulaması veya ilave teyit süreçleri işletilen bir mekanizma olarak işlevini ortaya koymaktadır. Popüler kültür argümanlarının özellikle basılı eserler, sosyal medya, görsel medya, sinema, dizi, TV programları, şarkılar vb. tüm iletişim araçlarının taranması ile

yapay zekâ ile tespit edilmesi mümkündür ve nesnel sonuçlar açısından gereklidir.

İkinci aşamada, "Kavram Analizörü" modülü ile belirlenen kavramlar hem analog yöntemiyle tespit edilmiş ölçütlere göre hem de yapay zekâ uygulamasıyla etki alanlarından elde edilen sonuçlara göre analiz edilmektedir. Bu değerlendirme iki bölümdür. Birincisi kavramların oluşturduğu risk ve tehditlerin belirlenmesinden, ikincisi ise bu risk ve tehditlerin mevcut veya muhtemel etkilerinin tanımlanmasından oluşur.

Kültürel Savunma Sistemi'nin üçüncü ve son aşamasında ise "Kavram Manipülatörü" modülü yoluyla gerek analog yöntemi gerekse yapay zekâ uygulaması ile belirlenen tehdit kavramlarına karşı bireysel, toplumsal ve kamusal düzlemde etkin mücadele metotları ve stratejileri üretilir ve geliştirilir. Bu nihai aşama kanaatimizce en can alıcı kısımdır. Burada dikkat edilecek husus, geliştirilecek karşı strateji ve yöntemlerin sansürü öneren ya da teşvik eden bir yaklaşım içermemesidir. Esasen bizim önerdiğimiz savunma sistemi böyle bir yaklaşımı öneren veya teşvik eden değil, bilakis kamu politikaları belirleme alanında kolaylaştırıcı bir sonuç ortaya koyan özellik sergilemektedir.

Sonuç

Popüler eserlerde "Z-kuşağı" şeklinde kavramsallaştırılan belli yaş aralığındaki gençlerin sosyo-kültürel ortamda kabul görmeyen gençler olmadıklarını özellikle vurgulamamız gerekir. Ne var ki bu gençlik grubu, kapitalizmin her durum ve şartta kazanç mantığı ile kurgulanan, içerik bakımından herhangi bir denetime tabi olmayan ve de genelde yerli kültürlerin milli ve manevi dokusunu aşındırmayı hedef edinen eserlerin manipülatif etkilerine karşı son derece korumasız bir konumdadır. Manipülatif mesajların kimi zaman doğrudan kimi zaman ima yollu hedefinde olan bu gençlerin, okudukları kitapların kötü amaçlarını süzebilmelerine yardımcı olmak amacıyla bir proje de tasarladık. "Ben sizin elinizde tuttuğunuz silahların içerisine kurşun koyuyorum, silah size ait, kurşunlarsa bana aittir."¹² diyen Osho gibilere karşı mutlak surette bir şeylerin yapılması gerektiği aşikârdır. Bu proje de popüler

¹² Osho. *Provokatör Mistik*, 189 .

eserlerin bu manada incelenmesi ve genç dimağlara odaklanan manipülatif tehdit ve tehlikelere karşı alternatif stratejilerin geliştirilmesi amacı gütmektedir.

Kaynakça

- Hoffer, Eric. *Kesin İnançlılar*. İstanbul: Tur Yayınları, 2017.
- Osho. *Erkek Ve Kadın Olmanın Ötesi*. İstanbul: Ganj Kitap, 2007.
- Provokatör Mistik*. İstanbul: Omega Yayınları, 2016.
- Sayar, Kemal. *Yavaşla*. İstanbul: Timaş Yayınları, 2007.
- Şengül, İdris. "Kıssa". Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi. Erişim: 21.01.2022. <https://islamansiklopedisi.org.tr/kissa--kuran>
- Taydaş, Onur & Karakoç, Enderhan. "Suskunluk Sarmalı Kuramı Bağlamında Toplumsal Hareketler ve Sosyal Medya". Erişim 22 Mayıs 2021.
- Urhan, Bahar & Öznur, Yüksek. "Kitap Okuma Tercihinde Popüler Kültürün Rolü: Çok Satan Kitap Okurları Üzerine Bir Araştırma". *The Journal of Academic Social Science Studies* (2017) 62, 549-559. <https://scholar.google.com.tr/citations> .Erişim: 10.11.2021
- Yılmaz Hasan, "İnsan İlişkilerinde Manipülasyon Ölçeği", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7/4 (Ekim 2018).
- Wikipedia, "Osho". Erişim 4 Haziran 2021.