



ANKARA  
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

# İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ

JOURNAL OF COMMUNICATION  
THEORY&RESEARCH

SAYI ■ VOL. 62 | YAZ ■ SUMMER | 2023

e-ISSN: 2147-4524



ANKARA  
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ  
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

# İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ

JOURNAL OF COMMUNICATION  
THEORY&RESEARCH

E-ISSN: 2147-4524  
Hakemli, Akademik E-Dergi  
Peer Reviewed, Academic E-Journal

SAYI/VOL. 62 ■ YAZ SUMMER ■ 2023

Yayın Tarihi ■ Published on : 01.07.2023



1983 yılından bu yana yayın hayatını sürdüren İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, sosyal bilimler ve iletişim disiplinin kesiştiği tüm alanlarla ilgili kuramsal ve uygulamaya yönelik akademik çalışmaları yayınlamaktadır. Bu kapsamda; makale, forum, kitap, film, televizyon programı, sanat sunumu gibi iletişim ürünleriyle ilgili kısa tanıtım ve eleştiri yazları, ulusal/uluslararası etkinlik değerlendirme yazılarını kabul etmektedir. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, ULAKBİM-Tr Dizin'de dizinlenmekte ve taranmaktadır.

e-ISSN: 2147-4524

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad>

#### **Editor Editor**

Dr. Öğr. Üyesi Nargis ÖZGEN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

#### **EDİTÖR YARDIMCILARI ASSOCIATE EDITORS**

Arş. Gör. Rumeysa ÖZTÜRK

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Ümit TERZİ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Aysel YILDIZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Ayşe Kübra BİREY

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Selin AKINÇ AKPINAR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Mürüvvet ÇIKIN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Behlül Burak DUMLU

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Muhammed Asım YAYLA

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Zehra NALU GİDE

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

#### **TEKNİK EDİTÖR TECHNICAL EDITOR**

Dr. Öğr. Üyesi. Ömer Faruk ZARARSIZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, yılda dört kez yayınlanan ulusal, hakemli, yaygın, süreli bir akademik e-dergidir. 1983 yılından günümüze yayın hayatını sürdüren ve sosyal bilimler ile iletişim disiplinin kesiştiği tüm alanlarla ilgili kuramsal ve uygulamaya yönelik akademik çalışmaların yayımlandığı dergimiz araştırma/derleme makale, olgu sunumu, kitap, film, televizyon programı, sanat sunumu gibi iletişim ürünleriyle ilgili kısa tanıtım ve eleştiri yazları, ulusal/uluslararası etkinlik değerlendirme yazılarını kabul etmektedir.

#### **Sahibi Owner**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Adına

Prof. Dr. Yusuf TEKİN

#### **Sorumlu Yazı İşleri Müdürü Managing Editor**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına

Dekan Prof. Dr. Ayşe Elif EMRE KAYA

#### **Mizanpaj Editörleri Layout Editors**

Arş. Gör. Osman BOR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Arş. Gör. Merve CAN MARAŞLI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

#### **Dil Editörü Language Editor**

Arş. Gör. Dr. Büşra SÖNMEZ

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

#### **İletişim Contact**

Adres: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim

Fakültesi, Emniyet Mahallesi, Abant Sokak No:10/2

E Blok, Kat: -1, 1, 2, 3, 4 06500 Yenimahalle/ANKARA

Tel: +90 312 546 11 50

Web Sitesi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad>

E-posta: [iletisimdergisi@hbv.edu.tr](mailto:iletisimdergisi@hbv.edu.tr)

## **BİLİM, DANIŞMA VE EDITÖRLER KURULU SCIENCE, ADVISORY & EDITORIAL BOARD**

- Prof. Dr. Suat ANAR Yeditepe Üniversitesi  
Prof. Dr. Nejdet ATABEK Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Zakir AVŞAR Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Burhan AYKAÇ İstanbul Gelişim Üniversitesi  
Prof. Dr. Hasan BACANLI Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi  
Prof. Dr. Ayhan BİBER İstanbul Arel Üniversitesi  
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR Erciyes Üniversitesi  
Prof. Dr. Dilruba ÇATALBAŞ ÜRPER Galatasaray Üniversitesi  
Prof. Dr. Yusuf Devran Marmara Üniversitesi  
Prof. Dr. Haluk EMİROĞLU Ankara Medipol Üniversitesi  
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN Başkent Üniversitesi  
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ Atatürk Üniversitesi  
Prof. Dr. Suat GEZGİN Yeditepe Üniversitesi  
Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN Anadolu Üniversitesi  
Prof. Dr. Nurettin GÜZ İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Prof. Dr. Ahmet KALENDER Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. H. Hale KÜNÜÇEN Başkent Üniversitesi  
Prof. Dr. Özlen ÖZGEN Atılım Üniversitesi  
Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof. Dr. Başak SOLMAZ Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Ahmet Nedim TOLUNGÜÇ Başkent Üniversitesi  
Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN Malatya Turgut Özal Üniversitesi  
Prof. Dr. Abdulrezak ALTUN Ankara Üniversitesi  
Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Adem YILMAZ Atatürk Üniversitesi

# İçindekiler Table of Contents

Editörden Editorial ..... VII

## MAKALELER ARTICLES

### ARAŞTIRMA MAKALELERİ RESEARCH ARTICLES

Comprehending Behaviors of the Consumer in the Industry 4.0 Revolution: A Research on Smartphone Brand Endüstri 4.0 Devriminde Tüketici Davranışlarını Kavramak: Akıllı Telefon Markaları Üzerine Bir Araştırma.....	1
<i>Derya ŞAHİN · Sevimece KARADOĞAN DORUK</i>	
Destinasyon Markalamada Dijital Hikâye Anlatımı: Göbeklitepe Örneği Digital Storytelling in Destination Branding: The Case of Gobeklitepe.....	13
<i>Zeliha İnci KARABACAK</i>	
The Problem of Digital Disability in E-Municipality: A Study on the Metropolitan Municipalities of Turkey E-Belediyecilikte Dijital Engellilik Sorunu: Türkiye Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme .....	30
<i>Hasan TUTAR · Fatma AKAR</i>	
Halkla İlişkileri Demokrasi ve Dijital Demokrasi Bağlamında Ontolojik Olarak Sorgulamak A Query on Public Relations Ontology in the Context of Democracy and Digital Democracy.....	47
<i>Esra İlkay KELOĞLU İŞLER · Reyhan YILDIZ KAYADEVİR</i>	
Dijitalleşme ve Medya Okuryazarlığı Üzerine İncelemeler: Türkiye'deki Akademik Çalışmalar Analyses on Digitalization and Media Literacy: Academic Studies in Turkey .....	66
<i>Mehtap UYAR · Tuğba ASRAK HASDEMİR</i>	
Küreselleşme Sürecinde Yeni Medya ve Sosyal Medya: Güvenilir Bilgiye Ulaşmak New Media and Social Media in the Process of Globalization: Reaching Reliable Information.....	84
<i>Ekber KANDEMİR</i>	



Dijital Çağa Retrospektif Bir Bakış: Dune Evreni ve Fütürizm Tasavvurları A Retrospective Look into the Digital Age: Imagines of the Dune Universe and Futurism.....	97
<i>Dilge KODAK</i>	
Türkiye’de İklim Haberciliği: Kuraklık Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi Climate Journalism in Turkey: A Content Analysis on Drought News.....	113
<i>Özge CENGİZ</i>	
Mecmua-i Ahbar’da İkinci Meşrutiyet’in İlanı Announcement of the Second Constitutional Monarchy in Mecmua-i Ahbar.....	133
<i>Hülya ERASLAN</i>	
Büyükşehirlerde Toplumsal Etkileşimin Vuku Bulduğu Bir Alan Olarak Otobüsler: Ankara Örneği Buses as an Area of Social Interaction in Metropolitans: The Case of Ankara.....	148
<i>Ayşe MİRZA GİRGIN</i>	

#### **DERLEME MAKALELER REVIEW ARTICLES**

Dijital İletişim Çağında Mekânsal Bilginin Üretimi: Dijital Haritalar, Topluluklar ve Katılımcı Kültür Production of Spatial Information in the Age of Digital Communication: Digital Maps, Communities and Participatory Culture.....	168
<i>Ayşe Gül TOPRAK ÖKMEN</i>	



# Editörden Editorial

Nargis ÖZGEN\*

AHBV Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma dergisinin bu sayısında dijital medyanın toplum ve birey üzerindeki etkilerine dair makalelerde, iletişim kuramlarının güncel kullanımı, kültürel değişim ve teknolojik gelişmelerin iletişime olan yansımaları gibi önemli konular ele alınmıştır. Aynı zamanda araştırma notları ve incelemelerle de iletişim dünyasının zenginliğini sayfalarımızda buluşturuyoruz. Dergimizde yer almayı tercih eden tüm yazar ve hakemlerimize içten teşekkür ederiz. Onların çabaları ve katkıları sayesinde dergimizin kalitesi her geçen gün artmaktadır.

2020 yılından beri yürütmekte olduğum İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi'nin Editörlük görevini İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Birol DEMİRCAN'a devretmiş bulunmaktayım. Severeğ yürüttüğüm bu görevde bana desteğini esirgemeyen ve katkı sunan başta değerli Rektörümüz

Prof. Dr. Yusuf TEKİN'e, fakültemiz Dekanı Prof. Dr. Ayşe Elif EMRE KAYA'ya, Teknik Editörümüz, Mizanpaj Editörümüz, Dil Editörümüz, Alan Editörlerimize, siz kıymetli yazar ve okuyucularımıza çok teşekkür ediyorum. 40 yıldır yayın hayatını sürdüren İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi'nin bir parçası olmaktan mutluluk duyuyorum. Meslektaşım Doç. Dr. Birol DEMİRCAN'ı tebrik ediyorum, başarılarının devamını diliyorum. Kendisinin editörlüğünde dergimizi çok daha iyi yerlerde göreceğimize inanıyorum. Hayırlı olması dileğiyle...

\* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

İletişim Fakültesi



# **Makaleler**

## **Articles**



# Comprehending Behaviors of the Consumer in the Industry 4.0 Revolution: A Research on Smartphone Brands\*

Endüstri 4.0 Devriminde Tüketici Davranışlarını Kavramak: Akıllı Telefon Markaları Üzerine Bir Araştırma

Derya ŞAHİN\*\* Sevimece KARADOĞAN DORUK\*\*\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 28.06.2022 ■ Kabul Accepted: 06.03.2023

## ABSTRACT

Today, when technology transforms and changes in such a way, a great difference is observed in the behaviors of consumers. Each innovation that is experienced in the world of technology, leads to the transformation of consumers' perceptions to the same extent and this transformation is felt in every aspect of life. The revolution of Industry 4.0 that involves the life of consumers with its technological aspects, consists of the conglomeration of the innovations that are happened in the technological period and the adaptation of quite many new technologies to the industrial field in digital life. Based on all this information, the research seeks to reveal whether the external factors affecting the acceptance of augmented reality and artificial intelligence applications, show any alteration in the consumers using the different smartphone brands. For this purpose, the survey form, the reliability, and validity of which were ensured, was applied to 499 people. SPSS 21.0 and AMOS 22.0 packaged software were used in the analysis of the data gathered within the scope of this research. As a result of the analysis made, differences were observed in terms of the usages of smartphone brands discussed within the scope of this research by consumers in each variable of perceived ease of use, perceived benefit, perceived quality, intention to use, and usage behavior.

**Keywords:** Industry 4.0, Augmented Reality, Artificial Intelligence, Brand, Consumer Behavior.

## ÖZ

Teknolojinin bu denli hızlı bir değişim ve dönüşüm yaşadığı günümüzde, tüketici davranışlarında da büyük farklılıkların yaşandığı gözlemlenmektedir. Teknoloji dünyasında yaşanan her bir yenilik, aynı doğrultuda tüketici algılarının da değişim yaşamasını sağlamakta ve bu değişim hayatın bütün alanında varlığını hissettirmektedir. Teknolojik unsurları ile tüketici hayatına dahil olan Endüstri 4.0 devrimi, teknolojik süreçte gerçekleşen yeniliklerin kavramsal bir çerçevede toplanmasını ve dijital dünyada pek çok yeni teknolojilerin de endüstriyel alana adapte edilmesini kapsamaktadır. Tüm bu bilgilere istinaden araştırma, artırılmış gerçeklik ve yapay zekâ uygulamalarının kabulünü etkileyen dışsal faktörlerin, farklı akıllı telefon markalarını kullanan tüketiciler üzerinde değişim gösterip göstermediği ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda güvenilirliği ve geçerliliği sağlanmış olan anket formu, 499 kişiye uygulanmıştır. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde, SPSS 21.0 ve AMOS 22.0 paket programları kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler neticesinde; araştırma kapsamında ele alınan akıllı telefon markalarının, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, algılanan kalite, kullanıma yönelik niyet ve kullanım davranış değişkenlerinden her birinde tüketicilerin kullanımları açısından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelime:** Endüstri 4.0, Artırılmış Gerçeklik, Yapay Zeka, Marka, Tüketici Davranışları.

\* This study was produced from a doctoral thesis presented at Istanbul University in 2021.



## Introduction

Industry 4.0, the last wave of technology, emerges as a process transforming the processes of production, consumption, and supply. It is expected Industry 4.0 process to have significant reflections in terms of customers and communication processes. Although there have been studies having been conducted towards the beginning of Industry 4.0 process in the world, Industry 4.0 components and possible changes and transformations that Industry 4.0 can generate in industrial processes, however, the comprehensive studies examining the effects or reflections of Industry 4.0 and its components on institutions, societies, consumers, and administration structure, etc., are very limited yet. Having experienced an increase in the technological applications targeting consumers today brings forth the issue of examining the variables which motivate consumers to embrace and use the new technologies.

The brands must be prepared for the competitive atmosphere in order to achieve success in the market. Therefore, it is highly crucial for brands to come up with innovations regularly in order to last their competitive superiority. Competition is based on innovation and sustainability. In terms of this, the process of Industry 4.0 with its all components makes the way open for all the brands. Today when we have been experiencing the Industry 4.0 period, the importance of this period has much more increased due to the factor of speed has become an important potential and thereby the innovation process to become commercialized. Just as reasoning can be controlled with logic, innovation can be controlled through commercializing as well. In this sense, commercializing does not only serve an economic purpose. Recognition of the products and services by the society which serves for is the indication of that (Günay & Çalık, 2019).

In light of this information, the period of Industry 4.0 puts forth an integrated industrial approach consisting of the conglomeration of many technological applications. Therefore, the period of Industry 4.0 has a great deal of importance for

the brands. Along with Industry 4.0, brands aim to affect consumers positively by both possessing much faster production power and reducing the possibility of risk. Brands can present new products and services based on the consumers' demands and needs thanks to the applications such as artificial intelligence, augmented reality, big data, the internet of things, cyber security, and cloud computing having been developed along with Industry 4.0 applications. Therefore, brands aim to create a positive impression on consumers' behaviors using these applications to both keep pace with the new revolution and build a successful image before the consumers.

Although many research exist examining the patterns of consumers' behaviors regarding technological innovations, no study was encountered examining the augmented reality and artificial intelligence applications, the components of Industry 4.0. This study sets out to reveal whether the external factors affecting the acceptance of augmented reality and artificial intelligence applications, show any alteration in the consumers using the different smartphone brands. Hence, this research has a unique aspect in that sense. For this purpose, the survey form, the reliability, and validity of which were ensured, was applied to the phone users and the data revealed were interpreted within the scope of this research's findings.

## Industry 4.0

Industry 4.0 emerging as the last wave of globalization, caused a great deal of change in production, consumption, and supply processes. Unlike other predecessor revolutions, Industry 4.0 has not emerged as a result of a social, political, or economic boom. On the contrary of that, the advancements and developments happened in Industry 3.0 paved the way for this process. The beginning of this revolution is evident, but it is hard to predict when it will end.

Machines and production processes that do not need the workforce and function autonomously underlie the approach of Industry 4.0. It has become

possible for data to be transferred autonomously and scientification of data via remote sensing modules, automatic identification systems, and smart applications along with the advances that occurred as a result of the technology. Thanks to these applications, production processes have transformed into 'smart' and autonomous mechanisms (Görçün, 2017). Therefore, what differentiates the revolution of Industry 4.0 from previous revolutions essentially, comprises the interaction between digital, physical, and biological spaces (Schwab, 2016).

It is desired to form autonomous production processes by making production systems and factories smart with the revolution of Industry 4.0. It is focused on minimizing mistakes caused by people by excluding the workforce from the process as much as possible (Görçün, 2017).

Three important features of Industry 4.0 are highlighted. These essential features as such (Firat & Firat, 2017):

- 1. Speed:** This period does not develop in a linear way but in a much faster and more active way contrary to previous periods. The reason why is that new technologies constantly produce high-quality, smart products and services.
- 2. Scope and Depth:** This period builds on digital technologies and advances with unprecedented paradigms in social segments, business life, and individuals. The generation gap grows much more ever than before.
- 3. Effect of the System:** The period of Industry 4.0, develops in a network process in which many things can be interrelated with one another among all management computing systems.

Another important concept regarding technological transformations is the communication medium. For this reason, it is necessary to discuss the duty of interconnection of operational and cognitive processes in terms of the Telecommunications sector. It is considered that communication will be determinant in terms

of enabling machines to talk to one another and so for its quality and speed (Banger, 2018). The internet of things, one of the most components of Industry 4.0, can be demonstrated as a reflection of this circumstance. It is anticipated that things will get into action that will be helpful to ease the daily tasks of consumers by getting into contact with one another via the internet.

The technology comprises the front-end of Industry 4.0 which is expected to cause massive changes in business spaces. This new process emerged through the integration of operation and information technologies and has started to be used in many lines of business. The industry 4.0 period is not a characteristic that can be executed by an institution or corporation alone. Therefore, people comprising the economic system of commercial and industrial life, should collaborate and be cooperative in this matter. Such collaborations have been started to establish quite rapidly and effectively in advanced economies (Banger, 2018).

Ultimately, in light of these advances, Industry 4.0 which will influence all industries deeply, is seen to be just at the beginning of its life circle. It is quite important to conclude that businesses should adopt and execute the changes that emerged along with Industry 4.0 in the short run or they will fall behind the times and be out of the competition.

### **Industry 4.0 and Consumer Behavior**

Consumer behavior comprises "the behaviors involving the processes regarding the disposal of products, services, selecting experiences or ideas, purchasing, using and post-use by individuals or groups." (İslamoğlu & Altunışık, 2008) The concept of consumer behavior is defined as the behavior pattern performed by consumers regarding their search for products and services that they expected, their purchase, use, evaluation, and disposal. Consumer behavior focuses on how individuals decide on spending their available sources for the components regarding consumption (time, money, effort). For this reason, this process includes the whole evaluation steps

correlated with the consumers' purchasing (Schiffman et al., 2012).

Consumer behavior analyzes the behaviors of market issues such as the purchasers and consumers of services and products. Analyzing the behavior patterns comprehensively and thoroughly manner enabling the mutual interest-focused relations between vendor and purchaser with the needs and demands of the customer to establish, underlies the main theme of the concept (Lepeyko et al., 2018). Consumer behavior contains a complicated and multi-dimensional process reflecting the total decisions of consumers regarding the purchase of commodity and services and their disposal.

Consumer behavior is an interdisciplinary concept. It is attributed to the concepts and theories by scientists and researchers in many disciplines such as psychology, sociology, social psychology, cultural anthropology, and economy. The main objective of the consumer behavior studies is to provide necessary information and skills to public relations specialists, advertisers, and marketers in order to conduct detailed consumer analyses which could be used to improve marketing strategies and understand markets. Hence, the research considering consumer behavior attempt to provide a great contribution to human thought understanding in general with its skills regarding the issue of natural mediums of the market (Barmola & Sirivastava, 2010).

The rapid advances in the technology world recently enabled consumer behavior to experience transformation and change along with it. Owing to the development of technology, it has been quite harder to control consumer behavior. The biggest reason for that is the emergence of a much more conscious consumer profile that is more selective and sophisticated with technological developments (Schiffman & Wisenblit, 2019). Besides, the emergence of the Industry 4.0 revolution, enabled the behaviors and intentions of consumers to become more comprehensible. Information, demands, and needs of consumers

can be analyzed correctly thanks to the components of Industry 4.0, stored, and used in consumer decision-making as well.

The majority of literature considering the Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0), focuses on the technologically innovative nature of Industry 4.0. It would not be a quite accurate approach to regard the world changing and transforming with the Industry 4.0 revolution in terms of a uni-dimensional perspective. The most important segment that Industry 4.0 has affected is the consumers. In this sense, it should be focused on the effect of rapid growth in digitalization and technological developments on consumers, and technological innovations should be probed from a social point of view (Morrar & Arman, 2017).

The new generation of consumers does not seek products or services that will only satisfy their needs, demands, and desires. They desire a world where they can satisfy their values and creativities, be a part of products, join the products, and make interaction with the products (Jara, 2012). Thus, brands need to conduct operations that consider the request and needs of consumers.

Changing in consumers' demands today has necessitated the structure of products and services of brands to experience change and transformation based on the consumers' demands. Brands that are aware of the benefits that the components of Industry 4.0 provided have acquired awareness anymore on the necessity of using these components actively in order to affect the consumer who has consciousness. Thus, brands should remind the consumers' values while appealing to the demands of consumers (Gillpatrick, 2019). According to Teixeira and Piechota (2019), brands must realize the changes in consumers' demands and adapt new technological processes to their products and services. In this sense, brands that realize the nature of consumers' preferences and demands will carry their institutions one step ahead in the period of Industry 4.0. It is stated in the study by the World Economic Forum in 2017 that consumers

will have a key role in determining the future role of the Industry 4.0 period. In fact, when one of the most successful businessmen in the world, Jeff Bezos is considered, it appears that the source of his success is not just his usage of technical innovations but the way he has the consumers' demands reflect the new technologies smoothly.

The transition to the Industry 4.0 period, has helped many fields to renovate. Welcoming of these new technologies by consumers has helped the concept of Consumer to emerge. The definition of Consumer 4.0 consists of many factors in itself. Consumers not only look for products meeting their needs but also want to be part of the production along with their active participation. Therefore, consumers should share their experiences by joining the creation process of a product or service and getting into interaction, thereby, they should feel connected to the product (Martinez, 2016). So, brands do not present the products and services reflecting only their contributions and values in the operations that they have put on the market recently. In addition to this, they should develop a deep mutual establishment process based on both online and offline interaction with consumers. In this sense, the need for new theories is emphasized in order to make creation processes much more meaningful to the consumer in the studies conducted recently (Payne, 2008; Edwardson, 2011; Martinez, 2016).

## Methodology

### Objective and Method of the Research

The increase in the number of technological applications targeting consumers today brought up the issue of examining different variations that motivate consumers to use and accept new technologies. This study seeks to reveal the factors affecting the acceptance of artificial intelligence applications and augmented reality- one of the components of Industry 4.0- applications of smartphone brands that are among the pioneers of the technology sector and whether the external factors affecting the acceptance of augmented reality and artificial intelligence applications,

show any alteration on the consumers using the different smartphone brands.

Data of the research was obtained by the method of survey. The research method was conducted online due to the pandemic in our country and all around the world at the time that study is conducted. The convenience sampling method, one of the non-probability sampling methods, was preferred in context of research. The survey form that is prepared online was carried out on 499 people in total. The study was completed between 22.04.2021 and 31.05.2021 in 40 days total.

### Model and Hypothesis of the Study

There are lots of studies in the literature (Davis, 1989; Venkatesh & Davis, 2000; Venkatesh et al., 2003; Masrom, 2007; Ramayay & Lo, 2007; Thomas & Veloutsou, 2011; Haugstvedt & Krogstie, 2012; Rese et., al 2014; Doğan et al., 2015; Huang & Liao, 2015; Şahin & Alkaya, 2017; Byun et al., 2018; Fedorko et al., 2018; Kalyoncuoğlu, 2018; Scholz & Duffy, 2018; Bilici & Özdemir, 2019; Ki-Bong & Gyu, 2019; Song, 2019; Deng & Yuan, 2020; Hajdu & Nagy, 2021) that use the technology acceptance model. While designing the model pattern, some other external factors have been added to the original Technology Acceptance Model. Within the scope of the study, it is focused on the effect of products and services which are presented by brands with Industry 4.0 on consumer behaviour; in addition to this, it is aimed to reveal the effect of intention to technology use on different brands. Therefore, perceived quality in brand equity has been added to the external factors section in order to reveal the effect of brands as well. The perceived quality variable has taken its final form after having utilized the scales used in the studies of You and Donthu (2012) and Baalbaki and Guzman (2016).

The study consists of 5 scales in total. The variables and owners of the original scale given within the scope of the research are below.

**Table 1** The Variables Used in the Study

Variables	Scale
Perceived Quality	Yoo & Donthu (2012) Baalbaki & Guzman (2016)
Perceived Usefulness	Davis (1989)
Perceived Ease of Use	Davis (1989)
Intention to Use	Davis (1989)
Usage Behavior	Davis (1989)

Perceived benefit and perceived ease of use, which are two essential variables of the Technology Acceptance Model, were noticed to have been affected by many different variables. In recent studies using the Technology Acceptance Model, a need for an affectional connection catch emerges in terms of products and services that rationally benefit in order to affect consumers. Therefore, the perceived quality variable was added in addition to the perceived benefit and perceived ease of use variables, which are two main important components in the Technology Acceptance Model. It is sought to reveal the effect of affective processes in addition to the perceived quality variable within the scope of the draft model of this research. Discussing elaborately the research question about what individual differences and brands mean for the consumer has great importance to light way for further studies.

Having established the draft model, hypotheses of research were put forth. Hypotheses that are dwelled on are below:

**H<sub>0a</sub>**: There is no difference between the perceived quality of users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1a</sub>**: There is a significant difference between the perceived quality of users based on their preference for smartphones.

**H<sub>0b</sub>**: There is no significant difference between the perceived usefulness of users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1b</sub>**: There is a significant difference between the perceived usefulness of users based on their preference for smartphones.

**H<sub>0c</sub>**: There is no significant difference between the dimension of perceived ease of use of the users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1c</sub>**: There is a significant difference between the dimension of perceived ease of use of the users based on their preference for smartphones.

**H<sub>0d</sub>**: There is no significant difference between the dimension of intention to use of the users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1d</sub>**: There is a significant difference between the dimension of intention to use of the users based on their preference for smartphones.

**H<sub>0e</sub>**: There is no significant difference between the dimension of usage behavior of the users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1e</sub>**: There is a significant difference between the dimension of usage behavior of the users based on their preference for smartphones.

### Findings of the Research

The test is made made respectively regarding whether there are any differences exist among all the groups in the study scales based on the smartphone brands. The first tested hypothesis is:

**H<sub>0a</sub>**: There is no difference between the perceived quality of users based on their preference for smartphones.

**H<sub>1a</sub>**: There is a significant difference between the perceived quality of users based on the variable of preference for smartphones.

In the study, the Kruskal-Wallis test is used in comparisons with more than 2 groups to determine whether the answers given to each scale according to the brands are statistically different. Because Welch's t-test is a non-

parametric reliable test, it only detects differences on the basis of two categories. The phone brand group that we will look at in our study is 3.

**Table 2** Independent Samples Kruskal Walls Test Faktor PQ

Observations	499
Test Statistics	142,145a
Degrees of Freedom	2
Sig.	,000

**Table 3** Brand Comparisons For Factor PQ

Sample 1 Sample 2	Test Statistics	Std. Error	Std. Test St.	Sig.
(3-2)	87,350	15,242	5,731	,000
(3-1)	181,330	15,221	11,913	,000
(2-1)	93,979	15,010	6,261	,000

The test regarding whether any differences exist between the 3 brands in terms of the Perceived Quality factor was made with a non-parametric Kruskal Wallis test. Having detected the existence of difference statistically, binary comparisons were made with the Mann-Whitney U test in order to comprehend among what brands this difference exists. As a result of these comparisons, a statistical difference exists in all binary combinations between 1 (Apple), 2 (Huawei), and 3 (Samsung) as seen in the table. So, having rejected hypothesis Ho, hypothesis H1 is accepted. Because there are significant differences statistically between all phone groups.

Secondly, the test regarding whether any differences exist between phones will be made in terms of the perceived benefit scale.

**H0b:** There is no significant difference between the perceived benefit of users based on their preference for smartphones.

**H1b:** There is a significant difference between the perceived benefit of users based on their preference for smartphones.

**Table 4** Independent Samples Kruskal Walls Test Faktor PU

Observations	499
Test Statistics	145,726a
Degrees of Freedom	2
Sig.	,000

**Table 5** Brand Comparisons For Factor PU

Sample1 Sample 2	Test Statistics	Std. Error	Std. Test St.	Sig.
(3-2)	100,126	15,178	6,597	,000
(3-1)	182,829	15,156	12,063	,000
(2-1)	82,703	14,947	5,533	,000

The test regarding whether any differences exist between the 3 brands in terms of the Perceived Factor was made with a non-parametric Kruskal Wallis test. Having detected the existence of difference statistically, binary comparisons were made with the Mann-Whitney U test in order to comprehend among what brands this difference exists. As a result of these comparisons, a statistical difference exists in all binary combinations between 1 (Apple), 2 (Huawei), and 3 (Samsung) as seen in the (Table 3, Table 4). Under this circumstance, it brings us to the rejection of hypothesis Ho and the acceptance of hypothesis H1 based on the perceived benefit scale.

When the test regarding whether any difference exists between phone brands is made in terms of perceived ease of use, the factor that will be used is:

**H0c:** There is no significant difference between the dimension of perceived ease of use of the users based on their preference for smartphones.

**H1c:** There is a significant difference between the dimension of perceived ease of use of the users based on their preference for smartphones.

**Table 6** Independent Samples Kruskal Walls Test Faktor PEU

Observations	499
Test Statistics	151,853a
Degrees of Freedom	2
Sig.	,000

**Table 7** Brand Comparisons For Factor PEU

Sample 1 Sample 2	Statistics	Std. Error	Std. Test St.	Sig.
(3-2)	100,126	15,178	6,597	,000
(3-1)	182,829	15,156	12,063	,000
(2-1)	82,703	14,947	5,533	,000

The test regarding whether any differences exist between the 3 brands in terms of the Perceived Ease of Use Factor was made with a non-parametric Kruskal Wallis test. Having detected the existence of difference statistically, binary comparisons were made with the Mann-Whitney U test in order to comprehend among what brands this difference exists. As a result of these comparisons, a statistical difference exists in all combinations between 1 (Apple), 2 (Huawei), and 3 (Samsung) as seen in the table (Table 5, Table 6). This brings us to the rejection of constructed hypothesis  $H_0$ , and the acceptance of hypothesis  $H_1$ .

Lastly, the hypotheses below are tested regarding whether the dimensions of factors belonging to the intention to use and usage behavior causes any differences based on phone brands. These hypotheses are respectively as such:

**$H_{0d}$ :** There is no significant difference between the dimension of intention to use by the users based on their preference for smartphones.

**$H_{1d}$ :** There is a significant difference between the dimension of intention to use by the users based on their preference for smartphones.

**$H_{0e}$ :** There is no difference between the dimension of usage behavior of the users based on their preference for smartphones.

**$H_{1e}$ :** There is a significant difference between the dimension of usage behavior of the users based on their preference for smartphones.

**Table 8** Independent Samples Kruskal Walls Test Faktor IU

Observations	499
Test Statistics	162,842a
Degrees of Freedom	2
Sig.	,000

**Table 9** Brand Comparisons For Faktor IU

Sample 1 Sample 2	Test Statistics	Std. Error	Std. Test St.	Sig.
(3-2)	102,700	15,531	6,612	,000
(3-1)	197,909	15,509	12,761	,000
(2-1)	95,209	15,295	6,225	,000

**Table 10** Independent Samples Kruskal Walls Test Faktor UB

Observations	499
Test Statistics	130,758a
Degrees of Freedom	2
Sig.	,000

**Table 11** Brand Comparisons For Faktor UB

Sample 1 Sample 2	Test Statistics	Std. Error	Std. Test St.	Sig.
(3-2)	67,137	14,159	4,742	,000
(3-1)	160,651	14,139	11,362	,000
(2-1)	93,514	13,944	6,707	,000

Similarly, the test regarding whether any differences exist between the 3 brands in terms of the Perceived Ease of Use and Usage Behavior Factors was made with a non-parametric Kruskal Wallis test. Having detected the existence of difference statistically, binary comparisons were made with the Mann-Whitney U test in order to comprehend among what brands this difference exists. As a result of these comparisons, a statistical difference exists in all binary combinations between 1 (Apple), 2 (Huawei), and 3 (Samsung) as was seen in the tables (Table 7; Table 8; Table 9; Table 10;). It proves to us that mobile phone brands are perceived differently in the dimensions of both intention to use and usage behavior.

**Table 12** Ratios by Brand

	Faktor PQ	Faktor PU	Faktor PEU	Faktor IU	Faktor UB
Apple	4.45	4.51	4.53	4.55	4.48
Huawei	3.58	3.65	3.67	3.69	3.66
Samsung	4.06	4.13	4.10	4.15	4.00

After the average values of phone brands were determined to be different statistically based on each factor in the different tests and when how this difference occurs is examined with the numerical values: The satisfaction for Apple is far higher than the other two brands by far with an approximately average value of 4.5 based on each scale. Another surprising conclusion is the existence of Huawei based on all factors in terms of average value.



## Conclusion

Due to the increasing number of technology applications targeting consumers today, this brings up the case of examining the variables which motivate consumers to adopt and use new technologies. This study aims to reveal the factors that affect the consumers' adaptation of artificial intelligence applications and augmented reality – one of the components of Industry 4.0-applications of brands taking place in technology sectors examining external factors which might affect the acceptance of artificial intelligence and augmented reality technologies, understanding the behaviours of consumers and contributing to further studies.

Kruskal Wallis test was used in the comparisons of more than two groups to determine whether any differences exist statistically about the answers given for each scale according to the brands in this study. The phone brands which we will observe are three brands. The test was made respectively regarding whether there are any differences exist among all the groups in the study scales based on the phone brands.

After the average values of phone brands were determined to be different statistically based on each factor in the different tests and when how this difference occurs is examined with the numerical values: Apple has provided high satisfaction with an approximately average value of 4,5 based on each scale and was observed to be ahead of two other brands. According to another finding obtained in this research, the technology brand Huawei was observed to exist in terms of average value based on all factors. Therefore, a significant difference is observed to exist in the dimensions of the perceived quality, perceived benefit, perceived ease of use, intention to use, and usage behavior based on the preference variable of smartphones by the users.

The research, which was conducted as a thesis study, was carried out by creating a research model including the variable of perceived quality to the original TAM model by Davis in order to explain the consumer behaviours towards technological

products and services. The research conducted in this sense contributes to the literature by providing an opportunity to make a comparison with further studies which will be carried out by referring to different variables affecting the behaviours of the consumers (image, confidence, perceived risk, subjective norms, external variables, etc.)

Within the scope of the research, brands that are leaders in the technology sector were selected for the preference of brand as it is focused on consumer behaviours towards technological products and services. It is important to note that it can be focused on differences between sectors with the studies conducted in different sectors for the next years.

In today's world, a conscious consumer profile has emerged. A conscious customer is the one who carries out the purchase action by looking at the needs and choosing the most proper one among the options. Based on the data obtained from the result of the research, it can be argued that consumers highly prefer products and services which require their needs in terms of acceptance of augmented reality and artificial intelligence applications – components of Industry 4.0. Therefore, it empowers the idea that today's consumers profile focuses rather on the features which provide rational benefit.

## References

- Baalbaki, S. & Guzman, F. (2016). A consumer-perceived consumerbased brand equity scale. *Journal of Brand Management*, 23(3): 229-251. <https://link.springer.com/article/10.1057/bm.2016.11>
- Banger, G. (2018). Endüstri 4.0 ekstra. *Dorlion Yayınları*.
- Banger, G. (2018). Endüstri 4.0 ve akıllı işletme. *Dorlion Yayınları*.
- Barmola, K. & Sirivastava, S. K. (2010). The role of consumer behavior In present marketing management scenario. *Productivity*, 51(3): 268-275.

- Bilici, F. & Özdemir, E. (2019). Tüketicilerin artırılmış gerçeklik teknolojilerini kullanmaya yönelik tutum ve niyeti üzerine bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal* (5): 2011-2033. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i5.1252>
- Byun, H., Chiu, W. & Bae, J. (2018). Exploring the adoption of sports brand apps: an application of the modified technology acceptance model. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 9(1), 52-65. <http://dx.doi.org/10.4018/IJABIM.2018010105>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3): 319-340.
- Deng, X. & Yuan, L. (2020). Integrating technology acceptance model with social capital theory to promote passive users' continuance intention toward virtual brand communities. *IEEE*. 73061-73070.
- Doğan, M., Şen, R. & Yılmaz, V. (2015). İnternet bankacılığına ilişkin davranışların planlanmış davranış teorisi ve teknoloji kabul modeli kullanılarak önerilen bir yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2): 1-22. [doi.org/10.12780/uusbd.89010](http://dx.doi.org/10.12780/uusbd.89010)
- Edwardson, B., Tronvoll, B. & Gruber, T. (2011). Expanding understanding of service exchange and value co-creation: a social construction approach. *J. Acad. Market*, 39: 327-339.
- Fedorko, I., Bacik, R. & Gavurova, B. (2018). Technology acceptance model in e-commerce segment. *Sciend*, 1243-1256. [doi.org/10.2478/mmcks-2018-0034](http://dx.doi.org/10.2478/mmcks-2018-0034)
- Fırat, O. Zi. & Fırat, S. Ü. (2017). Endüstri 4.0 Yolculuğunda trendler ve robotlar. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(2): 211-223. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/iuiletme> DOI: 10.5152/iujsb.2017.005
- Gilchrist, A. (2016). Industry 4.0: the industrial I-internet of things. *Apress*.
- Gillpatrick, T., Blunck, E. & Boğa, S. (2019). Understanding the role of consumer behavior In forecasting the impact of industry 4.0 and the wave of digital disruption driving innovation in retailing. *DIEM*. 4(1): 165-176.
- Görçün, Ö. F. (2017). Endüstri 4.0. *Beta Yayınları*.
- Günay, D. & Çalık, A. (2019). İnovasyon, icat, teknoloji ve bilim kavramları üzerine. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 2(1): 1-11.
- Hajdu, N. & Nagy, S. (2021). Consumer acceptance of the use of artificial intelligence in online shopping: evidence from hungary. *Amfiteatru Economic*, 56(19): 155-173.
- Haugtvedt, A. & Krogstie, J. (2012). Mobile augmented reality for cultural heritage: a technology acceptance study. *IEEE*. 247-255.
- Huang, T. & Liao, S. (2015). A model of acceptance of augmented-reality interactive technology: the moderating role of cognitive innovativeness. *SpringerLink*, 15: 269-295.
- İslamoğlu, A. H. & Altunışık, R. (2008). Tüketici davranışları. *Beta Yayınları*.
- Jara, A. J. Merono, Maria C.P. & Skarmeta, A. (2012). Marketing 4.0: a new value added to the marketing through the internet of things. *2012 Sixth International Conference on Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing*, 852-857. <http://dx.doi.org/10.1109/IMIS.2012.203>
- Kalyoncuoğlu, S. (2018). Tüketicilerin online alışverişlerindeki sanal kart kullanımlarının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2): 193-213. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.434874>

- Ki-Bong, K. & Byoung-Gyu, C. (2019). Technology acceptance of industry 4.0 applying UTAUT2: focusing on ar and drone services. *Journal of Information Technology Applications and Management*, 26(6): 29-46. <https://doi.org/10.21219/jitam.2019.26.6.029>
- Lepeyko T. Sandal, J. U. & Omarov, El. (2018). Factors influencing consumer behaviour management. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing: Maltepe University*.
- Masrom, M. (2007). Technology acceptance model and e-learning. *12<sup>th</sup> International Conference on Education. Sultan Hassanah Bolkih Institute of Education Universiti Brunei Darussalam*, 1-10.
- Martinez-Canas, R., Ruiz-Palomino, P., Linuesa-Langre, J. & Blazquez-Resino, J. J. (2016). Consumer participation in co-creation: an enlightening model of causes and effects based on ethical values and transcendent motives. *Front. Psychol.* 7:793. [doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00793](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00793)
- Morrar, R. & Arman, H. (2017). The fourth industrial revolution (industry 4.0): a social innovation perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11): 12-20. [doi.org/10.22215/timreview/1117](https://doi.org/10.22215/timreview/1117)
- Payne, A. F., Storbacka, K. & Frow, P. (2008). Managing the co-creation of value. *J. Acad. Market*, 36: 83-96.
- Ramayah, T. & Lo, M. (2007). Impact of shared beliefs on "perceived usefulness" and "ease of use" in the implementation of an enterprise resource planning system. *Management Research News*, 30(6): 420-431.
- Rese, A., Schreiber, S. & Baier, D. (2014). Technology acceptance modeling of augmented reality at the point of sale: Can surveys be replaced by an analysis of online reviews? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(5): 869-876. [doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.011](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.011)
- Schiffman, L. G. Kanuk, L. & Hansen, H. (2012). Consumer behavior. *Pearson Education Limited*.
- Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2019). Consumer behavior. *Pearson*.
- Scholz, J. & Duffy, K. (2018). We are at home: how augmented reality reshapes mobile marketing and consumer-brand relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44(1): 11-23. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.05.004g>
- Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution. *World Economic Forum*.
- Song, Y. W. (2019). User acceptance of an artificial intelligence (AI) virtual assistant: an extension of the technology acceptance model. *PhD Thesis. The University of Texas at Austin*
- Şahin, F. & Alkaya, A. (2018). Tüketicilerin çevrimiçi şikayet kanallarının kullanımına yönelik davranışlarının teknoloji kabul modeli ve planlı davranış teorisi bütünleşik modeli bakış açısı ile incelenmesi. *Pesa Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4): 87-103. [doi.org/10.25272/j.2149-8385.2017.3.4.08](https://doi.org/10.25272/j.2149-8385.2017.3.4.08)
- Teixeira, T. S. & Piechota, G. (2019). Unlocking the Customer Value Chain. *Currency*.
- Thomas, A. M. & Veloutsou, C. (2011). Beyond technology acceptance: Brand relationships and online brand experience. *Journal of Business Research*, 66(1): 1-38. [doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.019](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.019)
- Venkatesh V. & Davis F. D. 2000. A Theoretical Extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2): 186-204. <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>

Venkatesh, V., Morris, M., G. Davis G. B. & Davis F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3): 425-478. <https://www.jstor.org/stable/30036540>

Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1): 1-14. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00098-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00098-3)

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\*\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu, deryasahin2@aydin.edu.tr, Orcid: 0000-0002-5894-1554

\*\*\* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, ecek@istanbul.edu.tr, Orcid: 0000-0002-8911-6207

#### Katkı Oranı

##### Author Contribution Percentage:

Birinci yazar % 50 First Author % 50

İkinci yazar % 50 Second Author % 50

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Şahin, D. & Karadoğan Doruk, S. (2023). Comprehending behaviors of the consumer in industry 4.0 revolution: a research on smartphone brands. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 1-13. <https://doi.org/10.47998/ikad.1137274>

# Destinasyon Markalamada Dijital Hikâye Anlatımı: Göbeklitepe Örneği

Digital Storytelling in Destination Branding: The Case of Göbeklitepe

Zaliha İnci KARABACAK\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 28.11.2022 ■ Kabul Accepted: 15.03.2023

## ÖZ

Günümüzde hikâye anlatımı markalar açısından ön plana çıkan bir uygulamadır. Özellikle teknolojik gelişmelerle anlatıma zenginlik katan teknikler sunan dijital hikâye anlatımı günümüzde sıkça kullanılmaktadır. Dijital hikâye anlatımı destinasyon markalama bağlamında önemli imkanlar sunmaktadır. Bu çalışmada, 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınan Göbeklitepe'ye ilişkin destinasyon markalamada dijital hikâye anlatımının kullanımı ele alınmaktadır. Bu bağlamda "Göbeklitepe: Zero Point in Time" tanıtım filmi göstergebilimsel çözümleme yöntemi aracılığıyla incelenmiştir. Ayrıca film dijital hikâye anlatımının bileşenleri bağlamında değerlendirilmiştir. Dijital hikâye anlatımında, hayvanlara ilişkin kültleşme sürecine ve Göbeklitepe'deki ritüel kökenli toplantılar bağlamında bu hayvanların önemine hayvan kabartmalarına/figürlerine yapılan yakın çekimlerle sıkça gönderme yapılmaktadır. Dijital hikâye anlatımında Göbeklitepe'nin ve inancın medeniyete giden yolun başına, tarihin sıfır noktasına konumlandırılması hem sözel hem de görsel unsurlarla gerekçelendirilerek (Göbeklitepe'nin inşa süreci, yapıdaki hayvan kabartmaları/figürleri, totem benzeri yapılar ve megalitler) izleyicilere aktarılmaktadır. Göbeklitepe'ye ilişkin destinasyon markalamada aktarılan hikâyenin gücü, dijital hikâye anlatımının bileşenlerinin (bakış açısı, çarpıcı bir soru, duygusal içerik, seslendirme yeteneği, müziğin gücü, yalın içerik ve ilerleme hızı) etkin kullanımı yoluyla artmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Destinasyon, Destinasyon Markalama, Dijital Hikâye Anlatımı, Dijital Hikâye Anlatımı Bileşenleri, Göbeklitepe.

## ABSTRACT

Nowadays, storytelling is an application that comes to the forefront in terms of brands. Digital storytelling, which offers techniques that add richness to the storytelling, especially with technological developments, is frequently used today. Digital storytelling offers important opportunities in the context of destination branding. This study discusses the use of digital storytelling in destination branding related to Göbeklitepe, which was included in the UNESCO World Heritage List in 2018. In this context, the "Göbeklitepe: Zero Point in Time" promotional film was examined through the semiotic analysis method. In addition, the film has been evaluated in the context of the components of digital storytelling. In digital storytelling, the culticization process related to animals and the importance of these animals in the context of ritual-based meetings in Göbeklitepe are often referred to with close-ups of animal reliefs/figures. In digital storytelling, the positioning of Göbeklitepe and faith at the beginning of the road to civilization, at the zero point of history, is justified by both verbal and visual elements (the construction process of Göbeklitepe, animal reliefs/figures in the building, totem-like structures and megaliths) are conveyed to the audience. The power of the story conveyed in destination branding for Göbeklitepe increases through the effective use of the components of digital storytelling (point of view, a dramatic question, emotional content, the gift of your voice, the power of the soundtrack, economy and pacing).

**Keywords:** Destination, Destination Branding, Digital Storytelling, Digital Storytelling Components, Göbeklitepe.



## Giriş

Destinasyon markalama global ölçekte gittikçe artan önem kazanmaktadır. “Destinasyonların konumlandırılmalarına yardımcı olacak ve yerin benzersizliğini vurgulayacak bir marka yaratması gerekir” (Pereira, Correia ve Schutz, 2012). Günümüzde dijital hikâye anlatımı bilgilendirme, eğitim, tanıtım, pazarlama vb. farklı amaçlarla kullanılan etkin bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital hikâye anlatımında görsel (grafik, illüstrasyon, video, animasyon), metin, ses ve müziğin bir arada kullanılabilmesi anlatımı güçlendirmekte ve ifade olanaklarını arttırmaktadır. Bu bağlamda dijital hikâye anlatımı destinasyon markalama açısından önemli olanaklar sunmaktadır. Ruiz-Real, Uribe-Toril ve Gázquez-Abad (2020) destinasyonların tanıtımında dijital stratejilerin ve araçların kullanımı konusunda akademisyenler bağlamında artan ilgiye vurgu yapmaktadır.

Yapılan literatür taramasında bir destinasyon olarak Göbeklitepe’yi farklı boyutlarıyla ele alan çalışmalar dikkati çekmektedir. Bu çalışmalarda; Göbeklitepe örneği bağlamında inanç turizminin turistik destinasyon pazarlamasındaki yeri ve önemi (Çakmak, 2014), Göbeklitepe bağlamında arkeolojik sit alanlarının destinasyon pazarlamasındaki önemi (Yavuz, 2018), Göbeklitepe destinasyonu ve çevresindeki yerel halkın ziyaretçi turistlere algı düzeyleri (Ünal, 2020), Göbeklitepe’yi ziyaret eden yerli turistlerin destinasyon seçimlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi (Aydın, 2020), Göbeklitepe’nin marka kişiliği (Dulgaroğlu, 2022) ve marka imajı (Yerden, 2020) açısından incelenmesi, 2019 Göbeklitepe Yılı’nın ardından turizm destinasyonlarının arkeolojik sit alanı pazarlamasının incelenmesi (Yavuz ve Bayuk, 2020), Göbeklitepe bağlamında turistlerin destinasyon alışveriş olanaklarından memnuniyetlerinin belirlenmesi (Aydın ve Bayar, 2020), Göbeklitepe’ye ilişkin TripAdvisor sitesine ziyaretçilerin bıraktıkları yorumlar hakkında (Mancı ve Tengilimoğlu, 2021), Rafadan Tayfa 2: Göbeklitepe animasyon filminin kültürel miras aktarımı ve Göbeklitepe arkeolojik alanına ilişkin unsurları açısından değerlendirilmesi (Baş ve Halaç,

2021), Göbeklitepe’nin Unesco Dünya Kültürel ve Doğal Miras Listesine eklenmesinin ziyaret sayıları üzerindeki etkilerinin incelenmesi (Akbiyık), Göbeklitepe örneğinde yer bağlılığı ve topluluk katılımının, yerel halkın kültürel miras alanlarına ilişkin algısı ve turizm gelişimine desteğine yönelik etkisi (Mancı, 2022) gibi Göbeklitepe’nin farklı bağlamlarda ele alındığı görülmektedir.

Destinasyon markalama sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Jamal ve Getz (1995: 200) yerel ve küresel ölçekte sürdürülebilir turizmin gelişiminde işbirliğinin önemine vurgu yapmaktadır. Gelişmekte olan turizm alanlarında işbirliği zemininde toplum temelli planlama sürecinin uygulanmasının ve bu süreçte toplumun, bölgenin turizm geliştirme işlerinde yönetici niteliğinde olacak referans kuruluşlara ihtiyaç duyulabileceğini belirtmektedir. 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi’ne dahil edilen Göbeklitepe, Türkiye’nin sürdürülebilir turizmine katkı sağlayan önemli destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Bu çalışmada, Doğu Grubu ve Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı iş birliğini gösteren “Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası)” tanıtım filminin destinasyon markalamada dijital hikâye anlatımının kullanımı açısından ve Seiler’in (2005) göstergebilimsel analiz rehberi bağlamında göstergebilim yöntemi aracılığıyla incelenmesi amaçlanmaktadır. Yapılan literatür taramasında bir destinasyon olarak Göbeklitepe’nin markalaşmasında dijital hikâye anlatımının kullanımını göstergebilimsel analiz yöntemiyle inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. İlgili bağlamda çalışmanın Göbeklitepe’ye ilişkin alan yazına katkı sağlaması hedeflenmektedir.

## Dijital Hikâye Anlatımı

Romalılar hikâyelerin kanatları olduğuna inanıyorlardı. Bu durum hikâyelerin kendi başlarına yayılabileceğine gönderme yapmaktadır. O zaman ihtiyaç duyulan tek şey onların özgürce uçmalarını sağlamak olacaktır (Soydanbay, 2019). Bilişsel psikolog Jerome Bruner, hikâyeler unutulmaz olduğu için, hikâye ile bütünleştirilen bir durumun hatırlanma olasılığının 22 kat daha fazla olduğunu

belirtmektedir. Duyguların tetiklenmesi sağlayan hikâyelerin, veri ile bir aradalığı, temelde sağ ve sol beynin birlikte çalışmasını sağlayarak hedef kitleyi harekete geçirmektedir (Harrison, 2015).

İyi hikâyelerde; sosyal, psikolojik, duygusal ve manevi boyutlar ve bu yolculukta kendi yerimizi görmemizi sağlayan net bir başlangıç, gelişme, sonuç mevcuttur. İyi bir hikâye bizi gündelik hayattan sıyrarak, bağlantıları görmemizin yanı sıra sadece kahramana değil bize ve çevremizdekilere de uygulanan arketipleri tanımlamamızı sağlar (Wilson ve Moore, 2002).

Günümüzde teknolojinin sunduğu imkanlar, hikâye anlatımı açısından yeni olanakları ve dijital hikâye anlatımını beraberinde getirmektedir. Alexander (2017: 3) yalın bir tanımla dijital hikâye anlatımını, dijital teknolojilerle hikâye anlatmak şeklinde ifade etmektedir. Dijital öyküleri ise siber kültür malzemelerinden inşa edilen anlatılar olarak nitelendirmektedir. Ohler (2008: 2) dijital hikâyeleri yalın olarak, insanlığın en eski faaliyetlerinden olan hikâye anlatımının en son tezahürü olarak nitelendirmektedir.

Friedlander'a göre (2008: 179) dijital hikâyeler, aşına olduğumuz yazar-metin ve okuyucu üçlemesinde kökten değişikliklere yol açarak yeni anlatı türlerinin doğuşuna yön vermektedir. Dijital alanda hikâye, tek bir yazarın elinden çıkmak yerine tasarımcı, yazar, programcı, kullanıcılar ve bilgisayarın buluşmasıyla iş birliğinden doğmaktadır. Bu iş birliğinin çok yönlü ve değişken olması sonucunda Friedlander, artık hikâyenin kimin tarafından anlatıldığının, kimin kontrolü altında olduğu ve nerede başlayıp nerede sonlandığının net olmadığını vurgulamaktadır. Buna göre okuyucu metni pasif bir şekilde almaz, hikâyenin hem içeriğine hem de biçimine müdahale ederek onu önemli şekilde değiştirir.

Çağımız gençliği bağlamında değerlendirdiğimizde Fisanick ve Stakeley (2021: 26-27), dijital yerli olan öğrencilerin, dijital hikâye anlatımının kendi kuşaklarına ait araçları kullanmalarına olanak tanıması nedeniyle, avantajlı olduklarını vurgulamaktadır. Özellikle dijital yerlilerin tarihi

anlatımlarda dijital hikâye anlatımını kullanarak tüketici rolünden çıkıp üretici rolüne geçtiklerini, böylece hem kritik tüketiciler hem de etkin dijital içerik üreticileri haline geldiklerini belirtmektedir. Ortalama bir kişinin üzerine sayfalarca okuma yapmaktan çekindiği kamusal tarih hakkında kısa video şeklinde hazırlanacak dijital hikâye anlatımının bireylere konuya derinlemesine hâkim olma fırsatı sunacağını ifade etmektedir.

Dijital Hikâye Anlatımı Merkezi'nin dijital hikâye anlatımına ilişkin 7 bileşeni: Bakış açısı (point of view), çarpıcı bir soru (a dramatic question), duygusal içerik (emotional content), seslendirme yeteneği (the gift of your voice), müziğin gücü (the power of the soundtrack), yalın içerik (economy), ilerleme hızı (pacing) olarak sıralanmaktadır (Robin, 2008: 223). Bull ve Kajder'in (2005) bu 7 bileşene dair görüşleri aşağıda özetlenmektedir:

**Bakış açısı:** Anlatıcının hikâye anlatımında kendi deneyimini ve bakış açısını 3. şahıs bakış açısından ziyade 1. şahıs zamirini kullanarak aktarması.

**Dramatik soru:** Dijital hikâyede seyircinin dikkatini çeken ve hikâye sonunda çözüme kavuşan dramatik bir soru vardır.

**Duygusal içerik:** En etkili dijital hikâyeler, seyircide bir duygu (kahkaha, gözyaşı, mutluluk) uyandırmaktadır.

**Seslendirme Yeteneği:** Dijital hikâyede anlatıcının kendi sesini (perde, tonlama, tını) kullanması hikâye anlatımına katkıda bulunan en temel unsurlardan biridir.

**Müziğin gücü (film müziği):** Uygun şekilde kullanılan müzik eşlik ettiği hikâyeye karmaşıklık ve derinlik katarak onu geliştirebilir, vurgulayabilir.

**Yalın içerik (ekonomi):** Dijital öykü bağlamında amaçlanan anlamı açık ve güçlü bir şekilde iletmek için kapsamı sınırlama önem taşımaktadır. Etkili bir dijital öyküde sadece birkaç görüntü, birkaç kelime ve hatta daha az özel efekt kullandığı görülmektedir.

**İlerleme hızı:** Hikâye anlatımında ekonomi ve ilerleme hızı arasında önemli bir etkileşim söz konusudur. Dijital hikâyeyi değiştirmeyen, monoton bir hız yerine ritim ve enerjiyi de içeren doğal bir hız akışı içinde ilerletmek önem taşımaktadır.

## Destinasyon Markalama

Destinasyon markalama, tüketicinin destinasyon seçimini olumlu yönde etkileyen, olumu bir destinasyon imajı inşasını destekleyici bir dizi pazarlama faaliyetinden oluşmaktadır (Blain, Levy ve Ritchie, 2005: 337):

1. Destinasyonun kolayca tanınmasını ve farklılaşmasını sağlayan isim, sembol, logo, marka ismi ya da grafik kullanmak.
2. Destinasyonla ilişkilendirilen benzersiz, unutulmaz bir seyahat deneyimi beklentisi sunmak.
3. Destinasyon ve ziyaretçi arasındaki duygusal bağı pekiştirmek ve güçlendirmek,
4. Tüketicinin araştırma maliyetlerini ve algılanan riskini azaltmak.

Önal (2019) destinasyon/yer markalamasının prensiplerini; taraflar, ortak vizyon ve birlikte çalışmak, güçlü konumlandırma (farklılığı ortaya koymak), güçlü değerler, yalın olmak, hayal etmek, cesaret ve adanmışlık şeklinde sıralamaktadır. Wally Olins, yer markalamada hedef kitle konusundaki farkındalığın, ayrıca başka yerlerde, ülkelerde olmayan ve o yeri çekici kılan özelliklerin ayırıcısına varılmasının önemine vurgu yapmaktadır (TheBrandage, 2012).

Soydanbay (2019) yer markalamada hikâye anlatımının kullanımına yönelik; baş yer hikâye anlatıcısı pozisyonunda bir kişiyi işe almak (Detroit örneğinde, Motor City tarafından şehire yeni bir anlatı kazandırmak için baş hikâye anlatıcısı olarak nitelenen bir pozisyon oluşturulmuş ve olumlu günlük yaşam hikâyeleri anlatılmıştır), bir röportaj kitabı yayınlamak (Gaziantep'tin markalaşma sürecinde deneyim ve hatıralardan oluşan röportajlar, paydaş görüşmeleri bir kitapta toplanarak medya ve yerel halkın bu süreç konusunda bilgilendirilmesi için kullanılmıştır), videolar paylaşmak, bir arketip kampanyası yürütmek, duvar resimleri ve sanat sergileri hazırlamak şeklinde 5 yöntem sıralamaktadır.

Yerlerin marka imajı olduğunu görmekle, o yerlerin

markalaştırılabileceğini iddia etmek arasında büyük bir fark olduğunu belirten Anholt (2011: 23), etkinlikler, verimliliklerini artıracak politik yaklaşımlarla yerlerin daha iyi bir imaj kazanma hızlarının arttırılabileceğini, ancak daha iyi bir imajın sadece kazanılabileceğini, yapılamayacağını ya da icat edilemeyeceğini vurgulamaktadır.

Hansen (2010: 278), yer markalarının inşasında anlatıların önem taşıdığını vurgulamaktadır. Yerlerin ve yer markalarının ancak tüketiciler için anlamlı olan ve böylece kimlik inşalarında kullanabilecekleri değerleri ifade ettiklerinde popüler hale gelebileceklerini belirtmektedir. Barnes, Mattsson ve Sørensen (2014), destinasyon markalama sürecinde destinasyon marka deneyiminin (Destination Brand Experience/ DBE) önemine dikkat çekmektedir. Turizm pazarlamasında özellikle duygusal deneyimlere (dokunma, görüntü, ses, tat, koku) dikkat çekilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Paul Connerton sözel aktarım şeklinde gerçekleşen anımsamanın toplumsal bir işlevine vurgu yapmaktadır. Arketip<sup>1</sup>, kökenler ve başlangıçlara dair anımsamalar hep tekrar edeni yakalama çabası şeklinde, geçmişe ilişkin (retrospektif) gibi görünen toplumsal anımsamayı ve geleceğe yansıtan (prospektif) dönüştüren bir niyeti bünyesinde bulundurmaktadır (Taburoğlu, 2016: 115).

Serikov ve Ovechko (2013), bölgesel markalamada kültürebilimsel yaklaşımın önemine değinmektedir. Bölgesel markanın zemininde ekonomik çevreye ve sembolik alana (bölgesel semboller, gelenekler, bölgenin tarihsel geçmişi) yayılan bir bölgesel kimliğin yer aldığını belirtmektedirler.

1 "...Arketiplerin tarih-dışı mevcudiyeti içerisinden bakıldığında, güncel durumlar, geçmiş ve gelecek olaylarla karışır; uzak yerlerin ve zamanların sakinleriyle zamandaş oluruz. "Gölgeleri çok uzun zaman öncesinden zamanımıza yansımış olan" kolektif belleğin ve onunla bağdaşık olan bilinçdışının, kendi zamanımıza karıştığını, güncel dünyamızı kararttığını ya da aydınlattığını fark ederiz. "Canlı varlığımızın parçası olan arkaik izler", içerisinde canlılık kazanan toplumsal bellek yoluyla, korku ve gizem filmlerinde olduğu gibi, çok uzak zamanların ve yerlerin birbirlerini etkilediğine tanık olabiliriz. Kolektif anımsamanın yardımıyla, ölümlerin aramızda olduklarını ya da ilkellerle olan bağlarımızı koparmadığımızı fark ederiz" (Taburoğlu, 2016: 114).



## Göbeklitepe

Göbeklitepe Örenyeri'ndeki kazı çalışmaları, 1995-2007 yılları arasında Şanlıurfa Müzesi Müdürlüğü ile 2007-2014 yılları arasında ise Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Alman Arkeoloji Enstitüsü adına Bakanlar Kurulu Kararı ile 2014 yılında yaşamını yitiren Klaus Schmidt tarafından yürütülmüştür (<https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-103732/kultur-ve-bilim-hayatimizda-iz-birakan-prof-dr-klaus-sc-.html>). Anıtsal mimari ile yerleşik yaşama geçiş döneminin başlangıcı arasındaki ilişkinin anlaşılması bağlamında oldukça önemli olan Göbeklitepe (Magli, 2019: 72), Şanlıurfa'ya 18 km uzaklıkta bulunmakta ve dünyanın bilinen en eski ve en büyük tapınak yerleşkesi olarak anılmaktadır. 90 dönümlük bir alana yapılmış olan Göbeklitepe kazı alanı altında Taş Devri (Paleolitik) dönemine ait kalıntılar barındırmaktadır. T biçimli dikili taşlar, kireçtaşından oluşan platonun en yüksek yerinde konumlandırılan Göbeklitepe'nin simgesi haline gelmiştir. Göbeklitepe'de, 1995 yılında Alman Arkeoloji Enstitüsü ve Şanlıurfa Müzesi işbirliğiyle başlatılan kazılar, Alman Arkeoloji Enstitüsü ile Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı iş birliğiyle devam ettirilmektedir (Özcan, 2014). Göbeklitepe arkeolojik alanında çapları 30 metreye ulaşan, ortasında 2 adet "T" biçimli, 5 metre yüksekliğinde kireçtaşından bağımsız sütunların bulunduğu yaklaşık 20 adet yuvarlak ve oval yapı bulunmaktadır. Yapıların iç duvarlarında ise daha küçük sütunlar yer almaktadır (<https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44420/gobeklitepe-arkeolojik-alani-sanliurfa.html>).

Göbeklitepe'de bugüne kadar evcilleştirilmiş bitki ve hayvan türlerine ilişkin bir kanıt elde edilmediğini belirten Clare (2019: 20), Göbeklitepe'nin tarih öncesi nüfusunun (yerleşik) avcı ve toplayıcılar olarak yaşamlarını sürdürdüklerini vurgulamaktadır. Megalitik binaların inşasının avcı-toplayıcı bir toplum tarafından gerçekleştirildiğini belirten Schmidt (2000: 48), en büyüğü 50 tondan fazla olan T sütunları hareket ettirmek için gereken insan gücünün toplanmasına, Göbeklitepe çevresindeki

bölgelerden bir araya gelen avcı-toplayıcı grupların organize ettiği ritüel kökenli toplantıların olarak sağlayabileceğini vurgulamaktadır.

Çanak Çömleksiz Neolitik<sup>2</sup> Çağ insanlık tarihinde ilk kez anıtsal tam plastik heykeller ve kabartmaların yapılmaya başladığı dönem olmakla birlikte yapıların ortasında ve duvarlarında Göbeklitepe'de olduğu gibi T biçimli dikilitaşların olduğu ve bunların çoğunda birbirleriyle ilişkisiz hayvan kabartmalarına yer verildiği görülmektedir. Bazı dikilitaşlarda görülen kabartmalarda ise kol ve eller dikkati çekmektedir. Bu nedenle bu tarz taşlar insan figürünün temsili olarak düşünülmektedir (Özcan, 2009).

Lobell (1977), mimari tarafından psişik yapıların, kolektif bilinçdışının mekânsal arketiplerine biçim veren maddi yapılara dönüştürüldüğünü vurgulayarak arı-kovan ilişkisi üzerinden örnek vermektedir. Fiziksel, kültürel, sosyal ve ruhsal benliklerimizi bünyesinde barındıran mimarinin insanla ilişkisini, kovan bilinmeden arıyı anlamının mümkün olmaması durumuna benzetmektedir. Bu bağlamda mimariyi bilmeden de insanların anlaşılamayacağını vurgulamaktadır.

İnsanlık tarihinin en eski dönemlerindeki arkeolojik bulgular hayvanlara ilişkin kültleşme sürecinin başlangıcına dair önemli bilgiler sunmakta ve Göbeklitepe de bu önemli bilgilere kaynaklık eden yerler arasında sıralanmaktadır. Göbeklitepe'deki 12 bin yıllık geçmişi bulunan hayvan resimlerinin insan-hayvan ilişkisini tasvir ettiği görülmektedir. Göbeklitepe'deki bu resimlerde ilkel sembol kullanımına dayanan betimlemelerin daha sonra gelecek ya da gelişmiş olan hayvan kültürleri ve onlarla ilişkili olan (özellikle avcılık) ayinleri başlangıç noktası olduğu belirtilmektedir (Dilek, 2020: 50-51). Göbeklitepe'de zeminin sıvıyı geçirmeyecek yapısı ve mevcut su kanalları, muhtemelen sıvı kullanılan (kan, su, şarap) kurban tarzı bir törenin yapıldığına işaret etmektedir (Akt. Özalp, 2016: 65-66).

2 "Taş Çağlarının sonuncusu olan Neolitik, Yeni Taş Çağı anlamına gelmektedir ve bazen Cilalı Taş Çağı olarak da adlandırılmaktadır" ([https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/6905/mod\\_resource/content/1/Konu%205.pdf](https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/6905/mod_resource/content/1/Konu%205.pdf)).

Schmidt (2007: 270) Göbeklitepe'nin kült ve din ile bağlantısını şu şekilde ifade etmektedir:

"Göbekli Tepe buluntuları, arkeolojinin uğraş alanını aşan, tarih öncesi dönemdeki kült ve din konusuna işaret etmektedir. Bir din, sayısı belirsiz ve olasılıkla çok farklı kültürler konusunda düzenli olarak parantez açar. Öte yandan bir kült ise, maddesel ifadeyi güçlendiren, iki biçimini açmamız gerekirse, kurban kesme ya da mezar hediyesi gibi çok sayıda ritüel davranışı kapsar. Bunun yanı sıra, dua olarak gerçekleştirilen öyle davranışlar vardır ki, bunlar maddesel ifadeye kesinlikle dönüşmez.

Göbeklitepe'deki özel yapılar arasında; yekpare kireçtaşı bloklardan oyulmuş T biçimli dikilitaşlar bulunmaktadır. T biçimli dikilitaşlardan bazılarının hayvan figürleri ve geometrik şekillerden oluşan rölyeflerle süslendiği görülmektedir. El ve kol gibi insan uzuvları barındırması sebebiyle bazı dikilitaşlar ise oldukça stilize edilmiş insan tasvirleri olarak nitelendirilmektedir (Clare, 2019: 23). Kabartmalarda; aslan, boğa, tilki, ceylan, yaban domuzu, kuş, yılan ve eklembacaklılar gibi hayvan figürleri bulunmaktadır (Magli, 2019: 72). T biçimli dikilitaşlardaki kabartmalarda yer alan bu hayvan motiflerinin ve soyut sembollerin sadece süsleme unsuru olmadığı bir tür haberleşme sistemini temsil ettiği, o dönemin sembolik dünyasını, hafızasını ve mesajlarını günümüze ulaştıran bulgular olduğu ifade edilmektedir (Karacadağ Kalkınma Ajansı ve DAI, 2017: 34).

Göbeklitepe'nin yorumlanmasında arkeoastronomi disiplininin faydalanan Magli (2019: 73-76), M.Ö. 10. Binyılın gökyüzü haritasına bakıldığında dördüncü en parlak gökcismi olarak bilinen "Sirius" isimli yıldızın doğuşunun gerçekleştiğini belirtmektedir. Magli yapıların Sirius'a göre konumlandırılmış olup olmadığını anlayabilmek için Göbeklitepe'deki D, C ve B yapılarını dikkate almıştır. Bu bağlamda Sirius'un "doğum" anı görüntüsü ve Güneş arasındaki bağlantıyı D yapısında 43 numaralı dikilitaşın yorumlanmasına destek olarak kullanmaktadır. Bu dikilitaşın orta bölümünde ufak kareler ve V şeklinde motiflerden oluşan doğrusal bir şerit ve bu şeridin karşısında yuvarlak bir cisim kaldıran bir akbaba ile altta muhtemelen yeni doğmuş iki dalıcı kuş görülmektedir.

Collins (2018: 128), Göbeklitepe'nin ana yapılarındaki merkezi dikili taşların Deneb'e ve Samanyolu'nun Büyük Yarık'ına yönelik olması ile dünyanın farklı noktalarındaki kadim kültürler ve toplumların gökyüzündeki bu bölgeyi gökyüzü dünyasının girişi olarak görmeleri arasında paralellik kurmaktadır.

Lobell (2018) en erken evriminden günümüze kadar tüm insan uygarlığını kapsayan 7 arketip-Hassas Kaos, Büyük Yuvarlak, Dört Çeyrek, Piramit, İşildayan Eksenler, Izgara, Çözülme-sıralamaktadır. Büyük Yuvarlak arketipi, Neolitik ve Erken Tunç Çağı çiftçilerin yaşadığı dönemle ilişkilendirirken bu arketipin dünya görüşünün Büyük Tanrıça'ya odaklandığını belirtmektedir. Mimari formun yuvarlaklığının arketipin tanımlayıcı özelliği olduğunu vurgulamaktadır. Büyük Tanrıça tarafından temsil edilen "dişil" ilkeyi doğurganlık, hamilelik, yetiştirme veya boyun eğme değil, dualitesizlik temel özellikleri ile ifade etmektedir.

Anne arketipinin sayısız tezahürü olduğunu (büyükanne, kayınvalide, sütanne, dadı, tanrıça, Meryem, Demeter, vb.) belirten Jung (2021: 22-23) Kybele-Attis tiplemesinin geniş anlamda; kilise, kent, ülke, gök, toprak, orman, akarsu, deniz, madde, yer altı dünyası ve ay, dar anlamda doğum ve dölleme yeri olarak vurguladığı tarla, bahçe, kaya, mağara, ağaç, kaynak, derin kuyu, kap biçiminde çiçek, büyüdü daire ve daha dar anlamda rahim ve her tür oyuk biçim şeklinde farklı temsillerini dile getirmektedir. Luckert (2016: 73) çakmaktaşı yumrularının Dağın ve Toprak Ananın embriyoları olarak algılandığının kavranmasının Göbeklitepe kefareti kültürünün deşifre edilmesine katkı sağlayabilecek önemli bir hipotezin temelini oluşturduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda Temenos Tapınakları'nın avcılar için ayrıcalıklı localar olarak görülebileceğini ve bu yapıların Büyük Ananın rahmine giriş tapınakları olabileceğini, T şeklindeki dikilitaşların, kireçtaşından oluşan fallusları temsil edebileceğini ve bu dikilitaşların Toprak Anayı dölleme töreni nedeniyle bu şekilde konumlandırılmış olabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla, giderek genişleyen, büyüyen Göbeklitepe'nin Toprak Ananın hamileliğinin temsili olabileceğini vurgulamaktadır.

Erim ve Onan (2021: 966) Göbeklitepe'deki dairesel düzenin Jung'un arketipolojisi bağlamında değerlendirildiğinde tapınma, yaşamı sürdürme ya da sığınma gibi farklı amaçlarla buluşan insanların daire olmaktan aldıkları güçle arınma yaşadıklarının ve içsel ya da tanrısal amaçlarla merkeze yaklaştıklarının düşünülebileceğini belirtmektedir.

Göbeklitepe'nin 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne alınması ören yerinin yurtdışındaki bilinirliğini artırırken, ardından ülkemizde 2019'un "Göbeklitepe Yılı" olarak ilan edilmesi sonucunda yerli ve yabancı turistlerin cazibe merkezi haline gelmiştir (Ayaydın, 2019).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan açıklamada Göbeklitepe'deki D yapısında bulunan 'P18' numaralı dikilitaşın sert kireç taşından yapılacak kopyasının Birleşmiş Milletler'e resmi sanat hediyesi olarak sunulacağı ve bu dikilitaşın kalıcı eser olarak New York'ta Birleşmiş Milletler Genel Merkezi'nde sergileneceği belirtilmiştir (<https://www.cnnturk.com/turkiye/gobeklitepedeki-dikilitasin-kopyasi-bmde-sergilenecek>). Dünya Mirası öğelerine sahiplik sayısının bir ülke açısından yumuşak gücün ifadesi olduğunu belirten Yağmurlu (2020), 2018 yılında UNESCO Dünya Mirası listesine giren Göbeklitepe Ören yerini Türkiye açısından bir yumuşak güç öğesi olarak ele almaktadır.

Doğuş Grubu, Göbeklitepe'yi küresel bir simgeye dönüştürme vizyonlarını vurgulayarak Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı ile 20 yıl süren bir iş birliği yaptıklarını belirtmektedir. 2016 yılında Dünya Ekonomi Forumu'nda küresel çapta başlatılan proje kapsamında marka Göbeklitepe'nin ulusal-küresel iletişim, kazı ve koruma çalışmalarına destek vermektedir (<https://www.dogusgrubu.com.tr/en/gobekli-tepe-zero-point-in-time>). Ayrıca Doğuş Grubu tarafından hazırlanan web sayfasında Göbeklitepe'ye ilişkin bilgilere ve görsellere yer verildiği görülmektedir (<http://www.zeropointintime.com>).

## Araştırmanın Amacı ve Önemi

UNESCO Dünya Mirası listesine 2018 yılında eklenen, Türkiye açısından bir yumuşak güç öğesi olarak görülen (Yağmurlu, 2020) ve dünya tarihine ilişkin bilinen mevcut bilgilerin ötesine geçerek yeni bir sayfa açması itibarıyla Türkiye'nin tanıtımında ön plana çıkan destinasyonlardan biri haline gelen Göbeklitepe'ye yönelik destinasyon markalama için yapılan faaliyetler son yıllarda ülkemiz açısından özellikle kültürel ve ekonomik çerçevede önem kazanmıştır. Yapılan literatür taramasında Göbeklitepe'ye ilişkin destinasyon markalama bağlamında dijital hikâye anlatımının kullanımını inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda Göbeklitepe'ye dair literatüre katkı sağlamak için, bu çalışmada "Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası)" filmi üzerinden göstergebilimsel çözümleme yöntemi aracılığıyla destinasyon markalama bağlamında ön plana çıkan uygulamalardan biri olan dijital hikâye anlatımının ve bileşenlerinin (dijital hikâye anlatımının 7 Bileşeni) kullanımının incelenmesi amaçlanmaktadır.

## Araştırma Soruları

- Destinasyon markalama bağlamında Göbeklitepe: Tarihin Sıfır Noktası tanıtım filminde dijital hikâye anlatımında hangi öğeler ön plana çıkmaktadır?
- Göbeklitepe: Tarihin Sıfır Noktası tanıtım filmi, dijital hikâye anlatımının 7 Bileşeni açısından nasıl değerlendirilebilir?

## Araştırma Yöntemi

Çalışmada Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası) tanıtım filminin incelenmesinde göstergebilimsel çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Çözümleme, Seiler'in (2005) göstergebilimsel analiz rehberinde aşağıda sıralanan adımlar dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir:

Okuyucuya mesajın kısa bir özetinin sunulması (Okuyucunun görselleştirebilmesi için kısa açıklama).

Ana gösterge ve gösterilenleri belirlemek (Önemli göstergeler nelerdir ve ne anlama gelirler? Metine anlam kazandıran işaretler sistemi nedir? Hangi ideolojik ve sosyolojik konular yer alıyor?).

Paradigmatik ilişkilerin tanımlanması (Metindeki merkezi karşıtlıklar, bu karşıtlıkların girdiği kategoriler, bu karşıtlıkların psikolojik ve sosyolojik değerlerinin olup olmadığı).

Dizimsel ilişkilerin tanımlanması; dilsel mesaj, kodlanmamış ikonografik mesaj, kodlanmış ikonografik mesaj.

Son aşamada, metindeki/mesajdaki temel ilkelerin tanımlanması. Analiz sonucunda tüm unsurları bütünleştiren retoriğin ve gramerin belirlenmesi.

## Araştırma Bulguları

### Tanıtım filminin genel olarak betimlenip mesajın özetlenmesi:

Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası) tanıtım filminin<sup>3</sup> süresi 4 dakika 7 saniyedir. Tanıtım filminde Göbeklitepe'deki sütunların yakın plan çekimleri ile yapılan başlangıcın ardından kararan ekranda dünyanın uzaydan görünümü belirmektedir. Dünyanın dışından gittikçe yeryüzüne yaklaşan bir çekim planı ile önce Türkiye, Şanlıurfa, Bereketli Hilal Bölgesi ve Akdeniz yazılı olarak gösterilmekte ve kamera Göbeklitepe Bölgesi'ne doğru yaklaşarak alanın tepeden görünümünü sunmaktadır. Sonrasında kararan ekranın ardından Göbeklitepe'deki yapıların (taş, sütun, hayvan figürleri, megalit) yakın plan çekimlerine ve akabinde kazı alanının genel görünümüne yer verilmektedir. Tarımdan bahsedilirken buğday tarlası ve yakın plan buğday başağı gösterilmektedir. Ardından Göbeklitepe'nin genişliği, planı ve katmanlı yapısı grafikler aracılığıyla ekrana getirilmektedir. Modellenen Göbeklitepe'de taş yapıların, hayvan figürlerinin ve megalitler gösterimini Göbeklitepe'yi inşa eden insanların temsil edildiği hareketlendirilmiş

illüstrasyon izlemektedir. Totem benzeri yapıların, megalitlerin, hayvan kabartmalarının yakın plan çekimlerine arkeolojik alanın gece saatlerindeki genel görünümüne yer verilmektedir. Hayvan kabartmalarının karanlıkta yapılan yakın plan çekiminde kabartmaların üzerine, yanan ateşin kızıl gölgesi yansımaktadır. Filmin finalinde Göbeklitepe'nin üzerinde yükselen kamera uzaklaşarak yeniden dünyanın dışına uzanmaktadır. Dünyanın uzaydan görünümünü takiben son planda ekrana gelen Göbeklitepe logosu, National Geographic, Doğuş Grup ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı logolarıyla film sonlanmaktadır. Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası) tanıtım filmine ilişkin verilen bu özet niteliğindeki bilgilerin daha detaylandırılması açısından aşağıda Tablo 1'de görüntü, ses/alt yazı başlıkları altında filmin ayrıntılarına yer verilmektedir.

3 <https://www.youtube.com/watch?v=xgHaKxkqhZE&t=52s>

**Tablo 1** Göbeklitepe: Zero Point in Time (Tarihin Sıfır Noktası) Filmi Genel Çerçeve

Görüntü	Ses/Altyazı
<b>Göbeklitepe'deki sütunların yakın plan çekimleri</b>	Piramitlerden önce Stonehenge'den önce Göbeklitepe'yi inşa ettik Bu kadim ve tarihi açıdan muazzam yapılar tarihe bakış açımızı değiştiriyor
<b>Dünyanın uzaydan genel görünümünden Türkiye ve Bereketli Hilal'in olduğu bölgeye doğru yakınlaşan çekim</b>	Bereketli Hilal'in kenarında, medeniyetin beşiği... Türkiye'nin güneydoğusunda...
<b>Türkiye haritası üzerinden yakınlaşarak Göbeklitepe bölgesine tepeden bakış Ardından yakın plan olarak sütunlardaki hayvan figürlerinin gösterilmesi</b>	Kireç taşından oyulmuş sütunlar gökyüzüne yükseliyor
<b>Kazı alanından genel görünüm</b>	Bir zamanlar, bu tonlarca ağırlıktaki bloklar devasa açikhava yapıları oluşturuyordu. Yaklaşık 12.000 yıl önce inşa edilmişlerdi. Yeni Taş Çağı'nda... İnsanlar hala avcı/toplayıcılık ile yaşarken
<b>Buğday tarlasından görünüm ve yakın plan çekimde bir buğday başağı</b>	Göbeklitepe'den önce Tarımın keşfinin, medeniyet ve dinin doğuşuna öncülük ettiği düşünülüyordu.
<b>Göbeklitepe'den genel görünüm</b>	Ama Göbeklitepe, tarımın keşfinden önceye dayanıyor ve teoriyi tamamen değiştiriyor.
<b>Göbeklitepe tepeden genel görünümünden yakın plana geçiş, Göbeklitepe'nin yerleşim planının çizim olarak katmanlar halinde gösterilmesi</b>	Göbeklitepe 12 futbol sahası genişliğinde bir alan kaplıyor. Arkeologlar, bu alanın kazılmış olan küçük bir kısmında, bin yıldan daha eskiye dayanan tabakalar halinde (kat kat) yapılar keşfettiler.
<b>Modellenmiş Göbeklitepe'de taş yapıların ve üzerlerindeki hayvan figürlerinin yakın plan görünümü</b>	Bu yapılardan en muazzamları, en eski olanlarıydı. Üstlerinde gizemli semboller ve vahşi hayvan figürleri bulunuyordu.
<b>Megalitlerin yakın plan görünümü</b>	Bu yapıların herbirinin en ortasında, 6 metre uzunluğu bulabilen, insana benzer özellikler taşıyan iki büyük megalit bulunuyordu.
<b>Göbeklitepe'nin inşası için ip ve tahtalar aracılığıyla büyük taşları taşıyan insan grubunun çalışma anının animasyon olarak gösterilmesi Göbeklitepe'nin inşasında çalışanlar genel görünüm</b>	Uzaklardan gelen yüzlerce işçinin bir araya gelerek ağır bir işgücü sarfetmeleri gerekmiş olmalıydı. Fakat bu gizemli yapıları ne için kullanıyorlardı?
<b>Hayvan sembollerinden birinin yakın plan görünümü</b>	Çıkarılan eserler incelendikçe yeni teoriler gün yüzüne çıkmaya başladı insanlığın eski inanış biçimlerine açılan eşsiz bir pencere...
<b>Megalitlerin yakın plan görünümü</b>	Bu insana benzer yapılar tanrıları temsil ediyor olabilirler
<b>Hayvan figürlerinden birinin yakın plan görünümü</b>	Ve hayvanlar ise totem ya da tanrıların koruyucuları...
<b>Taşın üzerindeki akbaba benzeri kuş figürlerinin yakın plan görünümü</b>	Ve akbabaya benzer bir kuşun vücuttan ayrılmış bir baş figürünü havaya kaldırması ise gökyüzüne gömme ritüeline işaret ediyor olabilirler.
<b>Göbeklitepe yakın plan görünüm</b>	Kanıtlar Göbeklitepe'nin dünyanın bilinen ilk tapınağı olduğuna işaret ediyor. Bin senelik bir süreçte inşa edilen onlarca tapınak, eski zamana ait (kadim) bir kült merkezi meydana getirdi. Bölgenin farklı yerlerinden gelen insanları ibadet amacıyla bir araya getiriyordu.
<b>Göbeklitepe ışıklandırılan kazı alanının gece görünümü</b>	Eğer öyle ise, burayı inşa eden ve burada tapınan insanların sabit bir besin kaynağına ihtiyacı vardı ve belki de bu ihtiyacın sonucunda tarım doğdu.
<b>Yakın plan çekimde ateş ışığının taş üzerindeki hareketli kırmızı tonlardaki yansımaları</b>	İnanılanın tam aksine, ibadet, tarımın doğuşuna öncülük etmiş olabilir.
<b>Göbeklitepe ışıklandırılmış gece görünümü</b>	Çığır açan bir fikir Ve Göbeklitepe'yi ve inancı medeniyete giden yolun en başına koyuyor.
<b>Göbeklitepe'nin yakın plan tepeden görünümünden gittikçe uzaklaşarak dünyanın uzaydan görünümüne geçiş</b>	Göbeklitepe: Tarihin Sıfır Noktası

Araştırmada, Seiler'in (2005) göstergebilimsel analiz rehberi bağlamında yapılan çözümde ana

gösterge ve gösterenlerin belirtilmesi için Tablo-2'de göstergelerin analizine yer verilmektedir.

**Tablo 2** Göstergelerin Analizi

Gösterge	Gösteren	Gösterilen
Doğa	Buğday tarlası	Tarım
Mekân	Bereketli Hilal	Ortadoğu'da hilal şeklindeki bölgede yer alan verimli topraklar
Hayvan	Akbaba, yaban domuzu, tilki	Yırtıcı Hayvanlar
Nesne	Megalit	Anıtsal yapı
Nesne	Megalitlere asılı duran hayvan postları	Avcılık Anıta sunulan hayvan
İnsan	Göbeklitepe'yi inşa eden erkekler	Eril güç
Ses	Erkek Sesi	Dış ses olarak eril otorite

Aristoteles, retorik sahibinin ses tonu ve sözcükleri etkili kullanımının yanı sıra çizdiği resim ve betimlemeler aracılığıyla dinleyicilerin dikkatini konuya yoğunlaştırdığını ve ikna gücünü yükselttiğini belirtmektedir. Bu noktada retorikçinin imgelemine hitap ederken kendilerini içine yerleştirebilecekleri ve özdeşlik kurabilecekleri resimler tercih etmenin önemini vurgulamaktadır (Taburoğlu, 2016: 127). Göbeklitepe tanıtım filminde de retorik sahibi erkeğin ses tonunu etkili kullanımına eşlik eden ve hedef kitlenin odaklanmasını sağlayacak imgelemine hitap eden görsel bir video akışı olduğu dikkati çekmektedir.

Avcı-toplayıcı insanların oluşturduğu bir kültür merkezi olan Göbeklitepe, üretime geçiş aşamasına yaklaşan son avcı grupların anıtsal mimarilerini ve gelişmiş düzeydeki sembolik dünyalarını göstermektedir (Karacadağ Kalkınma Ajansı ve DAI, 2017: 28). Göbeklitepe'ye ilişkin dijital hikâye anlatımında göstergelerin analizi bağlamında insanlar incelendiğinde Göbeklitepe'yi inşa edenlerin erkekler olarak gösterildiği dikkati çekmektedir. Luckert (2016: 51) Göbeklitepe'nin avcı dünyasının yuvarlak tören platformlarının erkekler tarafından ve erkekler için inşa edildiğini, kadınların ve çocukların bu alanlara gelmek için nedenleri olmadığını ve bazı istisnalar dışında dinlerin avcılık, evcilleştirme hiper-evcilleştirme neticesinde oluşan sorunlara yanıt olarak kurulduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda bu dijital hikâyedeki insan tasvirlerinin eril gücü temsil etmesinin dönemin yaşam koşullarıyla paralellik gösterdiği dikkati çekmektedir.

Araştırmada, Seiler'in (2005) göstergebilimsel analiz rehberi bağlamında yapılan çözümlerde

paradigmatik ilişkilerin tanımlanması, merkezi karşıtlıkların açıklanması için aşağıda Tablo-3'te merkezi karşıtlıklar sıralanmaktadır.

**Tablo 3** Merkezi Karşıtlıklar

Eski	Yeni
Önce	Sonra
Tez	Antitez
İlk	Son
Medeni	Yabani
Yeryüzü	Gökyüzü
Uzak	Yakın
Vahşi	Uysal
Benzer	Farklı
Doğu	Batı

Merkezi karşıtlıklar açısından dijital hikâye anlatımını incelediğimizde Göbeklitepe'nin hem inşa dönemi açısından hem de Göbeklitepe'de gerçekleştirilen ibadet ritüelleri açısından tarımın doğuşuna kaynaklık eden tarihin sıfır noktası olarak betimlendiği görülmektedir. Bu betimleme sürecinde Göbeklitepe, Piramitler ve Stonehenge örnekleri ile zaman çizgisinde önce ve sonra karşıtlığı üzerinden konumlandırılmaktadır. Kanıtların Göbeklitepe'nin dünyanın bilinen ilk tapınağı olduğuna işaret ettiğinin belirtilmesi vurguyu güçlendirmektedir. Bölgenin farklı yerlerinden insanların ibadet amacıyla Göbeklitepe'de bir araya gelmesi farklı kişilerin ortak amaç için bulunduğu bir kültür merkezi olarak Göbeklitepe'yi konumlandırmaktadır.

Dizimsel ilişkiler açısından metafor kullanımı dikkati çekmektedir. Filmde Göbeklitepe için "tarihin sıfır noktası" metaforu, Anadolu için ise "medeniyetin beşiği" metaforu kullanılmıştır. "Göbekli Tepe'de kazı çalışmaları sonucu ortaya çıkarılan bazı eserlerde, hem iki boyutluluk hem üç

boyutluluk kısacası farklı algılama ve betimleme teknikleri bir arada görülebilir (Karacadağ Kalkınma Ajansı ve DAI, 2017: 42). Filmde dijital hikâye anlatımında da hem iki boyutlu illüstrasyonlardan hem de 3 boyutlu modellemelerden faydalandığı görülmektedir. Dijital hikâye anlatımında grafik, video, hareketlendirilmiş illüstrasyon ve 3 boyutlu modelleme bir arada kullanılmıştır. Böylece filmin 3 boyut derinlik algısı arttırılmıştır. Dijital hikâyeyi ikonografik açıdan incelediğimizde filmde megalitlere, totem benzeri yapılara yer verildiği görülmektedir. Ayrıca filmde bu taş yapıların üzerlerindeki sembol ve hayvan figürlerinin yakın plan çekimleri yer almaktadır. Gösterilen hayvanlar arasında akbaba, yaban domuzu, tilki, eklembacaklılar gibi hayvanlar bulunmaktadır. Dönmez (2019), dikilitaşların ve ikonografik anlamlarının ve yüzeylerine işlenen etobur, otobur, kuş, sürüngen ve böceklerin nasıl bir sembolizmi ifade ettikleri konusunun açık olmadığını ancak son verilere göre bu hayvanların koruyuculuk anlamı taşıdıklarının ileri sürüldüğünü belirtmektedir. Bu durum, Göbeklitepe: Zero Point in Time filminde dijital hikâye anlatımında: “Bu insana benzer yapılar tanrıları temsil ediyor olabilirler ve hayvanlar ise totem ya da tanrıların koruyucuları...” ifadesini kullanan eril dış sesin anlatımındaki vurgu ile desteklenmektedir. Dijital hikâyede bu yapılardan hareketle Göbeklitepe dünyanın bilinen ilk tapınağı olarak nitelendirilmektedir. Collins (2018) yüzlerce hatta binlerce insanın avcı ve toplayıcı olarak faaliyetlerini sonlandırıp büyük ölçekli anıtsal mimari eserler yapmak için toplanmalarının ardında eski hayat tarzlarını bırakarak yeni bir hayat tarzı benimsemelerine neden olan bir şeyler olabileceğini ve bu durumun arkasında T biçimli dikilitaşların temsil ettiği birileri ya da bir şeylerin buna neden oluşturmuş olması gerektiğini vurgulamaktadır.

Göbeklitepe:ZeroPointinTime(TarihinSıfırNoktası) filmindeki dijital hikâye anlatımı göstergebilimsel analiz bağlamında incelendiğinde Göbeklitepe'nin bir kült merkezi olduğu ve bu bağlamda gerçekleştirilen ritüellerin, hem sözel olarak anlatıcı erkek dış ses tarafından dile getirildiği hem de bu ritüellerin gerçekleştirildiği mekân olarak Göbeklitepe'de yer alan sütun, totem, sembol ve

kabartmaların görüntülerine yer verilerek görsel açıdan temsil edildiği görülmektedir. Hayvanların bu ritüellerle olan ilişkisi kazı alanından elde edilen kabartma, totem ve heykellerdeki betimlemeleriyle görsel olarak ifade edilirken, hikâye anlatımının bir parçası olarak bu ritüellere ilişkin olasılıklar sözle de dile getirilmektedir. Dönemin erkek avcı topluluğunun bu kült merkezi ve inşasıyla olan bağı inşa sırasında gösterilen erkek işgücüsüyle görsel olarak aktarılmaktadır. Hikâye anlatımında eril dış sesin kullanımı bu betimlemeyi destekleyici işitsel bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır.

### **Dijital Hikâye anlatımının 7 Bileşeni Bağlamında Tanıtım Filminin Değerlendirilmesi**

**Bakış açısı:** Göbeklitepe'nin hikâyesi gözlemci bakış açısıyla erkek dış ses tarafından aktarılmaktadır. Başlangıçta farklı tarihsel yapılarla dönem açısından karşılaştırılan Göbeklitepe zaman çizgisinde en öne konumlandırılmakta ve devamında buna dair kanıtlar sunulmaktadır. Hikâyede vurgulanmak istenen Göbeklitepe'nin dünya için önemi ve mevcut bilgileri tersine çeviren yeni bir tarih akışı sunduğunu göstermektedir.

**Çarpıcı bir soru:** Dijital hikâyede sorulan: “Fakat bu gizemli yapıları ne için kullanıyorlardı?” sorusu ile Göbeklitepe'deki yapılar ve işlevleri sorgulanmaktadır. Bu soru; yapılan incelemelerle ortaya koyulan kanıtlara dayandırılarak Göbeklitepe'nin dünyanın bilinen ilk tapınağı olması şeklinde yanıt bulmaktadır.

**Duygusal İçerik:** İnsanlık için Göbeklitepe'nin önemini anlatan dijital hikâyeye güçlü bir duygusal içeriğe sahiptir.

**Seslendirme Yeteneği:** Dijital hikâyede kullanılan erkek sesi görsel akışa koşut bir biçimde Göbeklitepe'nin hikâyesini güçlü ve etkili bir üslupla aktarmaktadır.

**Müziğin Gücü:** Dijital hikâyede görsel akışa ve seslendirmeye eşlik eden müziğin anlatımı destekleyen ve güçlendiren bir yapı üstlendiği dikkati çekmektedir.

**Yalın İçerik:** Dijital hikâyede gerek sözel anlatım gerekse görsel hikâyeye akışı bağlamında farklı bağlamlara girilmeden ana odaktan ayrılmadan öz bir anlatım sergilendiği görülmektedir.

**İlerleme Hızı:** Dijital hikâyeye izleyicinin rahatlıkla takip edebileceği bir ilerleme hızına sahiptir ve belli bir ritim içinde hikâyeye ilerlemektedir.

## Sonuç

Destinasyon markalama bağlamında Göbeklitepe: Zero Point in Time tanıtım filminde dijital hikâyeye anlatımında, Göbeklitepe'yi öne çıkaran (tarihin sıfır noktası olması) ve farklı kılan özelliklerin, öğelerin sıralandığı görülmektedir. Bu bağlamda retorik kullanımı önem taşımaktadır. Dijital hikâyeye anlatımında retorik, dijital hikâyeye anlatımının olanaklarını kullanarak yer verilen müzik aracılığıyla hem işitsel açıdan, hikâyede kullanılan materyaller (grafik, illüstrasyon, animasyon, 3 boyutlu modelleme vb.) aracılığıyla hem de görsel açıdan desteklenerek güçlendirildiği görülmektedir.

İnanç turizminin bir destinasyon içinde son derece önemli olduğunu belirten Çakmak (2014) Göbeklitepe'nin dinlerin birbirini etkilemesi açısından büyük önem arzedtiğini Göbeklitepe'deki oldukça zengin ve henüz çok azı anlaşılabilmiş bir semboller zinciri sunan ören yerinin T şekilli dikilitaşlarının kabartmaların, günümüze kadar ulaşan pek çok mitoloji ile birbirine bağlı benzerlikler barındırdığını vurgulamaktadır. Göbeklitepe: Zero Point in Time filminde T şekilli dikilitaşlarının kabartmalarına sıkça yer verildiği görülmektedir. Filmdeki dijital hikâyeye anlatımını arketip bağlamında değerlendirdiğimizde destinasyon markalama açısından kullanılan "tarihin sıfır noktası" nitelemesi Göbeklitepe'yi bilinen ilk tapınak olarak ifade ederek inancın tarımın doğuşuna kaynaklık ettiği vurgusunu da beraberinde taşımakta ve zaman çizelgesinde bu bağlamda Göbeklitepe'yi ilk sıraya konumlandırmaktadır. Dijital hikâyeye anlatımında yakın çekimlerle sıkça vurgulanan hayvan kabartmaları/figürleri hayvanlara ilişkin kültleşme sürecine ve Göbeklitepe'de gerçekleşen ritüel kökenli toplantılar bağlamında bu hayvanların

önemine gönderme yapmaktadır. Dijital hikâyeye anlatımında Göbeklitepe'yi ve inancı medeniyete giden yolun başına, tarihin sıfır noktasına konumlandıran saptamalar, Göbeklitepe'nin farklı boyutlarıyla (inşa süreci, yapıdaki hayvan kabartmaları/figürleri, totem benzeri yapılar ve megalitler) ele alınması ile hem sözel hem de görsel olarak gerekçelendirilerek izleyicilere aktarılmaktadır.

"Rafadan Tayfa 2: Göbeklitepe" animasyon filmini inceleyen Baş ve Halaç (2021), filmdeki sözel ve görsel sunumları, yapılar/alanlara/elemanlara ilişkin mevcut görseller ve gerçek bilgiler bağlamında kıyaslayarak kültür öğelerinin hem görsel hem sözel olarak genel anlamda gerçeğe yakın olarak sunulduğu sonucuna varmıştır. Kültürel öğelerin çocuklarında düzeyine indirgenmeye çalışılarak, anlaşılır ve ilgi çekici şekilde sunulmaya çalışıldığını, filmin kültür aktarımı ve kültürel miras farkındalığı konusunda katkı sağlayıcı olduğu vurgulanmaktadır. Göbeklitepe: Zero Point in Time filminde dijital hikâyeye anlatımında yapılar gerçeğe uygun olarak aktarılmaktadır. Dijital hikâyeye anlatımının ise grafik, video, hareketlendirilmiş illüstrasyon ve 3 boyutlu modelleme kullanımı aracılığıyla zenginleştirildiği görülmektedir.

Yavuz (2018: 96), kentte yapılacak tanıtım faaliyetlerinde yabancı turistlerin de gözetilmesi gerektiğini ve butanıtım faaliyetlerinin diğer yabancı dillerde de yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Araştırma bulgularından hareketle yabancı dillerde broşür basımı yapılmakla yetinilmemesini aynı zamanda farklı dillerde reklamlar ve belgeseller, internet kaynakları (facebook, youtube, twitter, instagram vb.), yurt dışı fuarlara katılım, yurt dışı temsilciliklerinde Göbeklitepe'ye ilişkin kokteyl düzenlenmesi, yabancı seyahat acenteleri ile tanıtım faaliyetleri yürütülmesi gibi birçok tanıtım faaliyetinin yapılması gerekliliğini ifade etmektedir. Göbeklitepe: Zero Point in Time filminde dijital hikâyeye anlatımında İngilizce seslendirme ile birlikte Türkçe alt yazıya yer verildiği görülmektedir.

Göbeklitepe'yi marka imajı açısından Stonehenge ve Göbeklitepe'yi karşılaştırmalı olarak inceleyen



Yerden (2020: 307) Stonehenge'nin erken keşfinin Göbeklitepe'nin imajına göre çok daha güçlü bir imaja sahip olmasını ve ikon marka olarak algılanmasını beraberinde getirdiğini vurgulamaktadır. Fakat bilinen gerçekleri değiştirmiş olmasının Göbeklitepe'nin mevcut potansiyelini arttırdığını dile getirmektedir. Bu bağlamda Göbeklitepe'de yürütülecek profesyonel ve doğru stratejilerin önemini belirtmektedir. Göbeklitepe: Zero Point in Time tanıtım filmi incelediğimizde de Göbeklitepe zaman çizgisinde önce ve sonra karşılığı üzerinden Piramitler ve Stonehenge örnekleri ile karşılaştırılarak konumlandırılmaktadır.

Destinasyon markalamanın öne çıkan özelliklerden olan güçlü konumlandırma bağlamında dijital hikâye anlatımının yapısı önem taşımaktadır. Göbeklitepe: Zero Point in Time filminde dijital hikâye anlatımının bileşenlerinin (bakış açısı, çarpıcı bir soru, duygusal içerik, seslendirme yeteneği, müziğin gücü, yalın içerik ve ilerleme hızı) etkin kullanımı Göbeklitepe'ye ilişkin destinasyon markalamada aktarılan hikâyenin gücünü artırıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

### Kaynaklar

Akbiyık, M. Göbeklitepe'nin (Şanlıurfa) Unesco dünya kültürel ve doğal mirası listesine eklenmesinin ziyaretçi sayılarına etkileri, Nazli Tyfekçi, Ph.D., Kosovo, Hasan Karacan, Ph. D.Turkey, Ali Korkut, Turkey, Ylka IMERI, Ph. D, Kosovo, 366

Alexander, B. (2017). *The new digital storytelling: Creating narratives with new media*. ABC-CLIO.

Anholt, S. (2011). *Yerlerin markalaşması kimlik, imaj ve itibar* (G. M. Uçar, Çev.). İTO. BRANDage Yayınları.

Ankara Üniversitesi (2022), Açık ders, [https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/6905/mod\\_resource/content/1/Konu%205.pdf](https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/6905/mod_resource/content/1/Konu%205.pdf)

Ayaydın, E. (2019). "Göbeklitepe dünyaya UNESCO

ile açıldı", *AA Kültür Sanat*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/gobeklitepe-dunyaya-unesco-ile-acildi/1523868>

Aydın, Ü. (2020). Turistlerin destinasyon seçimlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Göbeklitepe örneği. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6 (2), 130-139. <https://doi.org/10.24288/jttr.686617>

Aydın, Ü. & Bayar, S. B. (2020). Turistlerin destinasyon alışveriş olanaklarından memnuniyetlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Göbeklitepe örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 157-172. <https://doi.org/10.32572/guntad.682309>

Barnes, S.J., Mattsson, J. & Sørensen, F. (2014). Destination brand experience and visitor behavior: Testing a scale in the tourism context. *Annals of Tourism Research*, 48, 121-139. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.06.002>

Baş, S.Y. & Halaç, H.H. (2021). Rafadan Tayfa 2: Göbeklitepe animasyon filminin yerel kültürel öğeler ve Göbeklitepe arkeolojik alanına ilişkin unsurlar bağlamında değerlendirilmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11 (2), 911-927. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.884871>

Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. B. (2005). Destination branding: Insights and practices from destination management organizations. *Journal of travel research*, 43(4), 328-338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>

Bull, G. & Kajder, S. (2005). Digital storytelling in the language arts classroom. *Learning & Leading with Technology*, 32(4), 46-49. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ697294.pdf>

Clare, L. (2019). "Göbekli Tepe'de 25 yıllık araştırma: Geçmiş ve son sonuçların özeti", *Göbeklitepe: insanlık tarihi yeniden yazılıyor*, Z.Karahan Uslu (Ed.), Yıldız Sarayı Vakfı.

- CNNTürk (2021). Göbeklitepe'deki dikilitaşın kopyası BM'de sergilenecek. <https://www.cnnturk.com/turkiye/gobeklitepedeki-dikilitasin-kopyasi-bmde-sergilenecek>
- Collins, A. (2018). *Göbeklitepe ve tanrıların doğuşu* (L. Tonguç Basmacı, Çev.). Alfa Yayınları.
- Çakmak, T.F. (2014). İnanç turiziminin turistik destinasyon pazarlamasındaki yeri ve önemi: Göbekli Tepe örneği, [Unpublished MA Thesis]. Istanbul University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management. <http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/TEZ/51904.pdf>
- Dilek, İ. (2020). Kült kavramı ve söz kültürü. *Bilig*, (95), 47-77
- Doğuş Grubu (2019a). Göbeklitepe: Tarihin sıfır noktası. <https://www.youtube.com/watch?v=xgHaKxkqhZE&t=52s>
- Doğuş Grubu (2019b). Göbeklitepe: Zero point in time. <https://www.youtube.com/watch?v=yi2Fp7cd0ho>
- Doğuş Grubu (2022). <https://www.dogusgrubu.com.tr/en/gobekli-tepe-zero-point-in-time>
- Dönmez, Ş. (2019). Tarihten önce tarihi biçimleyenler. *Tarih Dergisi*. <https://tarihdergi.com/gobeklitepe/>
- Dulgaroğlu, O. (2022). Bir kültürel miras değeri olan Göbeklitepe ören yeri'nin marka kişiliği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 381-391. <https://doi.org/10.18506/anemon.1054952>
- Erim, G. & Onan, B. C. (2021). Sanat tarihinde bir arketip: daire formu ve göz. *Turkish Studies*, 16 (3), .961-977. [10.7827/TurkishStudies.50992](https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.50992)
- Fisanick, C., Stakeley, R. O. (2021). *Digital storytelling as public history: A guidebook for educators*. Routledge Taylor & Francis.
- Friedlander, L. (2008). Narrative strategies in a digital age: Authorship and authority, digital storytelling, *mediatized stories: self-representations in new media*, Knut Lundby (Ed.). (ss.177-194). Peter Lang.
- Hansen, R. H. (2010). The narrative nature of place branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(4), 268-279. <https://doi.org/10.1057/pb.2010.27>
- Harrison, K. (2015). A good presentation is about data and story, <https://www.forbes.com/sites/kateharrison/2015/01/20/a-good-presentation-is-about-data-and-story/#735ebcef450f>
- Jamal, T.B, Getz D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning, *Annals of Tourism Research*, Vol. 22, No.1, 186-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jung, C. G. (2021). *Dört arketip*. (Z. Aksu Yılmaz, Çev.). Metis Yayınları.
- Karacadağ Kalkınma Ajansı ve DAI (2017). *Göbeklitepe*, A. Özbek, M.C. Ateş ve E. Okutan Akalın (Ed.), Kurtuluş Matbaası.
- Lobell, M. (1977). Spatial archetypes. *Quadrant*, Cilt 10, Sayı 2, 5-44
- Lobell, M. (2018). *Spatial archetypes: the hidden patterns of psyche and civilization*. JXJ Publications, USA.
- Luckert, K. W. (2016). *Avcılıktan evcilleştirme, savaş ve uygarlığa dek taşocağında kültür ve din üzerine gözlemler: Göbekli Tepe*. Alfa.
- Magli, G. (2019). "Göbeklitepe'deki olası astronomik referanslar", *Göbeklitepe: insanlık tarihi yeniden yazılıyor*, Z.Karahan Uslu (Ed.), Yıldız Sarayı Vakfı.
- Mancı, A.R., Tengilimoğlu, E. (2021). Trip Advisor ziyaretçi yorumlarının içerik analizi: Göbeklitepe örneği. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 1525-1545. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.779>

- Mancı, A.R. (2022). Yer bağlılığı ve topluluk katılımının, yerel halkın kültürel miras alanlarına yönelik algısı ve turizm gelişimine desteği üzerindeki etkisi: Göbeklitepe. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3, 806-824. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1090>
- Ohler, J. (2008). *Digital storytelling in the classroom: new media pathways to literacy, learning, and creativity*, Corwin Press.
- Önal, İ. (2019). Destinasyon (yer) markalamasının basit prensipleri. <https://www.turizmgunlugu.com/2019/10/17/destinasyon-yer-markalama-irfan-onal/>
- Özalp, H. (2016). İnsanlığın en eski tapınağı Göbeklitepe teolojik olarak bize ne söyler?, *Bilimname*, 2016 (1), 59-74, <https://dergipark.org.tr/en/pub/bilimname/issue/14233/402668>
- Öztan, A. (2009). Arkeoloji ve sanat tarihi eski Anadolu uygarlıkları neolitik çağ (yeni taş/cilalı taş çağı), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Portalı Projesi. (e-kitap).
- Pereira, R. L., Correia, A. L., & Schutz, R. L. (2012). Destination branding: A critical overview. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 13(2), 81-102. [10.1080/1528008X.2012.645198](https://doi.org/10.1080/1528008X.2012.645198)
- Robin, B. R. (2008). Digital storytelling: a powerful technology tool for the 21st century classroom. *Theory into practice*, 47(3), 220-228. <https://doi.org/10.1080/00405840802153916>
- Serikov, A.V. Ovechko, E. A. (2013). The brand of territory: Theoretical approaches to creation and promotion, *World Applied Sciences Journal*, 26 (4): 529-532. [10.5829/idosi.wasj.2013.26.04.13494](https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.26.04.13494)
- Taburoğlu, Ö. (2016). *Resim, söz, yazı*. Doğu Batı Yayınları.
- TheBrandAge (2012), Wally Olins "tüm dünyanın gözü Türkiye'nin üzerinde", <https://www.thebrandage.com/wally-olins-tum-dunyanin-goezu-turkiyenin-uzerinde-123#>
- Özcan, E. S. (2014), Göbeklitepe 12.000 yaşındaki en eski ve en büyük tapınak yerleşkesi. *TÜBİTAK Bilim ve Teknik*, Temmuz, 560.Sayı Eki.
- Öztan, A. (2009), Arkeoloji ve sanat tarihi eski Anadolu uygarlıkları neolitik çağ (yeni taş/cilalı taş çağı), <https://www.kulturportali.gov.tr/mrepo/eKitap/eb-NeolitikCag/>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Destination branding: opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- Schmidt, K. (2000) Göbekli Tepe, southeastern Turkey a preliminary report on the 1995-1999 excavations. *Paléorient*. Vol. 26 N°1. (pp. 45-54)
- Schmidt, K. (2007), *Taş çağı avcılarının gizemli kutsal alanı, Göbekli Tepe: En eski tapınağı yapanlar* (R. Aslan, Çev.). Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Seiler, R.M. (2005). Semiology/semiotics, <http://people.ucalgary.ca/~rseiler/semiolog.htm>
- Soydanbay, G. (2019). How to use storytelling for place branding: five ways to spread place stories, <https://placebrandobserver.com/how-to-use-storytelling-for-place-branding/>.
- Taburoğlu, Ö. (2016), *Resim, söz ve yazı, imge yaratmanın ve bozmanın yolları*. Doğu Batı Yayınları.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019). Göbeklitepe arkeolojik alanı (Şanlıurfa). <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44420/gobeklitepe-arkeolojik-alani-sanliurfa.html>

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). Kültür ve bilim hayatımızda iz bırakan Prof. Dr. Klaus Schmidt'in ani ve beklenmedik vefatı, Bakanlığımızda da büyük bir üzüntü yarattı. <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-103732/kultur-ve-bilim-hayatimizda-iz-birakan-prof-dr-klaus-sc-.html>

Ünal, A. (2020). Destinasyonda yaşayan yerel halkın turistler hakkındaki algılarının belirlenmesine yönelik bir araştırma: Göbeklitepe örneği. *Journal of Yaşar University*, 15/59, 560-569. <https://doi.org/10.19168/jyasar.685152>

Wilson, L., Moore, J. (2002). *Digital storytellers: The art of communicating the gospel in worship*. Abingdon Press

Yağmurlu, A. (2020). Dünya mirası ve kamu diplomasisi: Göbekli Tepe örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 46-64.

Yavuz, M. (2018). Arkeolojik sit alanlarının destinasyon pazarlamasındaki önemi: Şanlıurfa Göbekli Tepe, [Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi]

Yavuz, M. & Bayuk, M. N. (2020). Turizm destinasyonlarının arkeolojik sit alanı pazarlaması: 2019 Göbeklitepe yılının ardından bir araştırma. *Journal of Applied Tourism Research*, 1(2), 65-82.

Yerden, N.K. (2020). Marka imajı: Göbeklitepe ile Stonehenge arkeoloji alanlarının marka imajı açısından betimsel analizi. *Uluslararası Ekonomi, Siyaset, İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3 (4), 291-310.

Zero point in time (2020), <http://www.zeropointintime.com>

### Extended Abstract

Destination branding is gaining increasing importance on the global scale. Today, digital storytelling is used for informing, education, promotion, marketing, etc. It is an effective method

used for different purposes. Destination branding is also among the areas where digital storytelling is used. Gobeklitepe, which was included in the UNESCO World Heritage List in 2018, has become one of the important destinations that contribute to Turkey's sustainable tourism.

In this study, it is aimed to examine the promotional film "Gobeklitepe: Zero Point in Time", which shows the cooperation of Doğu Group and Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism, in terms of the use of digital storytelling in destination branding and through the semiotics method in the context of Seiler's (2005) semiotic analysis guide. In addition, the film was evaluated in the context of the Center for Digital Storytelling's 7 components related to digital storytelling (point of view, a dramatic question, emotional content, the gift of your voice, the power of the soundtrack, economy and pacing). The research questions of the study are as follows:

RQ1: In the context of destination branding, which elements stand out in digital storytelling in the promotional film called "Gobeklitepe: Zero Point in Time"?

RQ2: How can the promotional film called "Gobeklitepe: Zero Point in Time" be evaluated in terms of the 7 components of digital storytelling?

The duration of the "Gobeklitepe: Zero Point in Time" film is 4 minutes and 7 seconds. In the film, Türkiye, Şanlıurfa, Fertile Crescent and the Mediterranean are shown first with a shooting plan approaching the world from space, and the camera approaches Gobeklitepe Region and presents the view of the area from above. Close-up shots of the structures (stones, columns, animal figures, megaliths) in Gobeklitepe and then the general view of the excavation area are included. In the film, the emphasis on agriculture is visually reinforced with the appearance of a wheat field and a wheat ear. In Gobeklitepe, there are animated illustrations of stone structures, animal figures and megaliths, and the people who built Gobeklitepe. Close-up shots of totem-like structures, megaliths

and animal reliefs are frequently shown in the film. At the end of the digital storytelling, the logos of Gobeklitepe, National Geographic, Doğu Group and Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism are displayed. In the Gobeklitepe promotional film, the effective use of the rhetorical man's tone draws attention. When people are examined in the context of the analysis of the signs in the digital storytelling of Gobeklitepe, it draws attention that the builders of Gobeklitepe are shown as men. The bond of the male hunter community of the period with this cult center and its construction is visually conveyed by the male workforce shown during the construction. It is seen that Gobeklitepe is depicted as the zero point of history, which was the source of the birth of agriculture, both in terms of the construction period and the worship rituals performed in Gobeklitepe. When we evaluate digital storytelling in terms of central oppositions, Gobeklitepe is positioned in comparison with the Pyramids and Stonehenge examples on the timeline through before and after oppositions.

It is emphasized that the evidence points to Gobeklitepe as the world's first known temple. In the movie, the metaphor of "zero point in time" was used for Gobeklitepe, and the metaphor of "cradle of civilization" for Anatolia. There are close-up shots of symbols and animal figures. Among the animals shown are animals such as vultures, wild boars, foxes, arthropods. In digital storytelling, rhetoric has been strengthened by using the possibilities of digital storytelling, both auditory (music, male voice) and visually (graphics, illustration, animation, 3D modeling, etc.).

The animal reliefs/figures, which are frequently emphasized with close-ups in digital storytelling, refer to the cultivation process of animals and the importance of these animals in the context of ritual-based meetings in Gobeklitepe.

When we evaluate the digital storytelling in the film in the context of archetypes, the term "zero point in time" used in terms of destination

branding refers to Gobeklitepe as the first known temple. Gobeklitepe is positioned in the first place in the timeline with the emphasis that faith is the source of the birth of agriculture.

Gobeklitepe's story is narrated by a male voice-over from an observer point of view. It is emphasized that Gobeklitepe is the first known temple in the world. The digital story about the importance of Gobeklitepe for humanity has a strong emotional content. Music that accompanies the visual flow and vocalization in the digital story strengthens the narration. The digital story has a simple content in terms of both verbal narration and visual story flow. It progresses in a certain rhythm in the digital story. The effective use of the components of digital storytelling in Gobeklitepe: Zero Point in Time is an element that increases the power of the story conveyed in the destination branding of Gobeklitepe.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\*(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Doç. Dr., TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, zincikarabacak@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4931-556X

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Karabacak Z. İ. (2023). Destinasyon markalamada dijital hikâye anlatımı: Göbeklitepe örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 13-29. <https://doi.org/10.47998/ikad.1211240>

# The Problem of Digital Disability in E-Municipality: A Study on Metropolitan Municipalities

## E-Belediyecilikte Dijital Engellilik Sorunu: Türkiye Büyükşehir Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme

Hasan TUTAR\* Fatma AKAR\*\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received 09.12.2022 ■ Kabul Accepted 24.04.2023

### ABSTRACT

The distinctive feature of the digital society is that it can practically use information and communication technologies in many areas of life, and the digital literacy rate is relatively high. The fact that most of the bureaucratic processes in e-government and e-municipality are transferred to virtual environments increases the importance of such topics as digital literacy and digital disability. One of the basic skills of the digital society is the relatively high rate of digital literacy and the increased ability of the members to use information and communication technologies. For this reason, the absence of digital disabilities and the design of web tools for individuals with disabilities are significant in digital accessibility. Suppose web tools are not designed for people with disabilities. In that case, it is inevitable that a new form of disability, which is unique to the digital society and called "digital disability," will emerge. The primary purpose of this research is to examine the web pages of Metropolitan Municipalities in Turkey according to digital disability criteria. For this purpose, the web pages of 30 Metropolitan Municipalities were analyzed in terms of digital accessibility, digital disability, and access performance. Within the framework of the research problem, sampling was determined according to the sampling method. Descriptive statistics and content analysis methods were used to analyze the data collected from the sample. The research findings show that the web pages of Metropolitan Municipalities have some inadequacies in digital accessibility and performance indicators.

**Keywords:** E-Government, E-Municipality, Digital Accessibility, Digital Barrier, Digital Literacy.

### ÖZ

Dijital toplumun ayırıcı yanı, bilgi ve iletişim teknolojilerini yaşamın birçok alanında fonksiyonel şekilde kullanabilmesi ve dijital okuryazarlık oranının görece yüksek olmasıdır. E-devlet ve e-belediyecilik alanlarında bürokratik işlemlerin çoğunun sanal ortamlara taşınması, dijital okuryazarlık ve dijital engellilik gibi konuların önemini artırmaktadır. Dijital toplumun temel becerilerinden biri dijital okuryazarlık oranının görece yüksek olması ve toplum bireylerinin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma becerilerinin yüksek olmasıdır. Bu nedenle dijital engellilik durumunun olmaması, web araçlarının dijital engelli bireylere göre tasarlanması, dijital erişilebilirlik bakımından büyük önem taşımaktadır. Web araçlarının engelli bireylere göre tasarlanmaması durumunda, dijital topluma has ve adına "dijital engellilik" denilen yeni bir engellilik biçiminin ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı Türkiye'de Büyük Şehir Belediyelerinin web sayfalarının dijital engellilik ölçütlerine göre incelenmesidir. Bu amaçla 30 Büyükşehir Belediyelerinin web sayfaları dijital erişilebilirlik, dijital engellilik ve erişim performansları açısından analiz edilmiştir. Araştırmanın problemi çerçevesinde örneklem amaçlı örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Örneklemeden toplanan verilerin analizinde betimse istatistik ve içerik analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırmada bulguları Büyükşehir Belediyeleri web sayfalarının hem dijital erişilebilirlik hem de performans göstergeleri itibariye bazı yetersizliklere sahip olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** E- Devlet, E- Belediyecilik, Dijital Erişilebilirlik, Dijital Engel, Dijital Okuryazarlık.



## Introduction

Developments in information and communication technologies are changing the understanding and practices of public administration, as in every field. Especially after the 1990s, information and communication technologies (ICT) and internet technology have significantly changed the understanding of public and private institutions' organization and service production. Today, institutions with the infrastructure suitable for the requirements of the digital society perform essential functions such as reducing production costs and increasing the quality of service by carrying their services to the virtual environment to meet the citizens' expectations and demands. E-government and e-municipal services provided by Internet technology are practical tools for reaching the target audience. The speed, accessibility, and interactive nature of internet technology make the communication of institutions with their target groups more efficient. Thanks to e-government and e-municipality applications, citizens can participate in the administration and deliver the necessary services. In this process, e-municipality can be used functionally to provide services to local government citizens and facilitate the citizens' works related to the municipality (Ünlü, 2016; Atmaca & Yılmaz, 2019). Citizens can pay all bills and taxes with e-municipal applications and give feedback on municipal activities. At the same time, e-municipality increases the quality of service in local governments and can reduce service costs.

What needs to be emphasized here, which is the subject of this study, is whether people with disabilities can benefit from digital services, that is, the phenomenon of "digital disability." According to official sources, there are 2,511,950 disabled individuals in Turkey as of 2022 (<https://www.engelli.com>, 2022). Various studies have been carried out to make the physical conditions suitable for disabled individuals in our country as well as all over the world for disabled individuals to participate in business and social life (Genç & Çat, 2013; Çaha, 2016; Çağlar, 2012; Arslan & Atıntaş, 2014; Arslan et al., 2014). In a process where everything is

transferred to the digital environment besides the physical conditions, not taking measures for the digital accessibility of disabled individuals causes the problem of digital disability. To eliminate the problem mentioned above, web tools must be designed according to disabled individuals so that disabled individuals can access these services in e-government and e-municipal services.

The way to adapt to the digital society is to have the skills required by this society. According to the Partnership for 21st Century Skills (2009), one of the basic skills of the digital community is to be digitally literate and, at the same time, be able to use information and communication technologies. In the absence of this, "digital disability" becomes inevitable. Digital literacy is understanding and using the information in multiple digital formats. The indicator of an individual's digital literacy indicator is the ability to adapt to digital technologies (Mohammadyari & Singh, 2015). Digital literacy is a versatile and multi-dimensional literacy rate that includes all the digital environment's technological, social, and cognitive skills. In addition to the practical use of information and communication technologies, it is also the ability to produce digital content. The inability to create digital content in digital societies is another digital disability. Some factors prevent people from being digitally literate. These factors are the digital literacy barriers of the individual, briefly "digital disability" (Eshet, Alkali, & Amichai, Hamburger, 2004; Hew & Brush, 2007). Digital disability results from a lack of knowledge and ability to use information technology. Regulation of the physical environment eliminates physical disability. Web accessibility can allow access for people with digital disabilities. Web accessibility can offer people with disabilities unprecedented opportunities to lead a more active and social life.

## Conceptual Framework

### Digital Transformation and E-Municipality

Due to recent developments in information and communication technologies, the opportunity for information sharing and communication

between people and institutions is increasing unprecedentedly. While the Internet provides rapid circulation of information, it also enables people from different geographies and cultures to communicate with each other. The Internet, which has penetrated all areas of social life, has become an essential tool for public institutions and the private sector to communicate with citizens and customers. Since the Internet is a technology that allows interaction in local governments, it also provides an opportunity to see the satisfaction with the quality of the services offered. The said opportunity is also essential in enabling citizens to participate in the administration and strengthening local democracy (Yeşil, 2010). With the development of communication technologies and the spread of democratic culture in societies, the classical state understanding has left its place to two-way communication, transparency, effective political participation, the rule of law, and the knowledge of account management. This change, which occurred in the understanding of central government, naturally started to be implemented by local governments.

Municipalities are the first to come to mind regarding local government. They are public legal entities responsible for responding to the needs of the people at the local level and have administrative and financial freedom. Municipalities are the closest public institutions to the public. The increase in the population living within the municipality's boundaries causes some difficulties in communication with the public (Tejedo-Romero et al., 2022; Pektaş, 2011). The possibility of the Internet providing services independent of time and place causes a tendency towards e-municipality in local governments. E-municipality offers the opportunity to deliver municipal services in an electronic environment and to interact with local people, public institutions, and stakeholders in the private sector through information and communication technologies.

Municipalities use communication technologies to provide quality service to their citizens and to see whether the public approves of their services.

For this purpose, municipalities' most crucial communication tool is the Internet. With the e-municipality application created by internet technology, local governments have gained the opportunity to implement a more effective, transparent, accountable, and participatory management approach (Kaypak et al., 2017; Gürler Hazman, 2005). While e-municipality application allows municipalities to reach many citizens, it also provides speed and convenience in municipal services and allows individuals to easily access information about municipal services.

E-municipality is the local form of e-Government and e-government, e-municipality is not only a cost-reducing service for public institutions but also a necessity for a professional, transparent, auditable, participatory, and effective public administration. In addition, the e-municipality application ensures that the service costs in the municipalities decrease, the services are accelerated, and the citizens' access to the services is high quality and effective. Again, thanks to information and communication technologies and the Internet, many transactions can be performed quickly and easily at low cost (Mecek, 2018; Karakaya & Gaytancıoğlu, 2017). For this reason, municipalities need to expand digital applications in the face of a rapidly increasing population.

The Internet's widespread use in service delivery has created a unique and new organizational model and way of doing business. In this virtual or digital bureaucracy application, services can be provided effectively at any time, wherever desired. This situation can provide employers and employees time, energy, and savings (Karabulut, 2015; Henden & Henden, 2005). In the traditional bureaucratic practice before the Internet, the management is hierarchical from top to bottom. Thanks to e-government and e-municipality practices, hierarchical structure and rigid organizational forms are eliminated, expanding the possibility of citizen participation in government and digital democracy. E-government and e-municipality practices are essential for citizens' access to public institutions, involvement in the country and local



government, and transparency and accountability in state affairs (Henden & Henden, 2005; Ho, 2002; Gürler Hzman, 2005). When e-government and e-municipality applications that provide digital accessibility are considered in terms of disabled individuals, the importance of the subject increases even more.

Accessibility is essential to people's education, health, social life, Internet, etc., especially for disadvantaged individuals. The level of access to the services it needs, such as disabled individuals, constitutes a disadvantaged group compared to healthy individuals in accessing the physical and digital services offered by public institutions (Moon, 2002). The fact that the applications for the disabled are not included in the corporate websites or are insufficient, especially in accessing the services over the Internet, causes digital disability. It is a constitutional obligation for public institutions to treat their citizens equally and provide equal services without discrimination. It is a constitutional requirement that public institutions' websites be accessible and usable for all citizens. However, websites must comply with accessibility standards. Accessibility of websites will contribute to making the lives of disabled users easier by using the services provided by the public. In general, when the e-municipality practices of municipalities are viewed from their corporate websites, corporate promotion, obtaining documents for official applications, parliamentary decisions, publication of strategic plans and reports, an announcement of tenders, white desk, e-documentation, e-request, and e-complaint form, message to the president, invoice and tax payment, and online license and license services such as delivery. It should be known that there is a long work to be done in increasing these services and the functionality of web tools.

### **Digital Disability and e-Municipality**

The World Health Organization defines disability as a complex phenomenon that reflects the interaction between the characteristics of a person's body and the society in which he lives

(Tsatsou, 2021). A disability is a physical or mental condition that limits a person's movements, senses, or activities. Disability has three primary dimensions; (1) deterioration in the person's body structure or mental function (limb loss, vision loss, or memory loss), (2) activity restrictions such as difficulty in seeing, hearing, walking, or problem-solving, and (3) lack of work, participation in social activities, health and protective services restrictions on participation in normal daily activities, such as When all these dimensions are evaluated, more than one billion people globally, about 15 percent of the world's population, are disabled, and 80 percent of them live in developing countries (Houtenville et al., 2021). Individuals in this ratio may experience different disabilities, including vision, hearing, speech, mobility, cognitive, and psychosocial. In all these forms of disability, a new disability group called digital disability has been included in digital societies, and the disability problem has become multi-dimensional.

Digital disability as a new form of disability is a multi-dimensional, complex inequality unique to this age. It has introduced a new form of disability called "digital disability," which conceptualizes inequalities in accessing information technology as a manifestation of disability and is derived from the digital divide. Research on digital disability makes people with and without digital technology the subject of research (Hawkins et al., 2005; Kaye, 2000; Dobransky & Hargittai, 2006). With the increasing prevalence of internet access, concerns about inequality in access are about disparities in internet access by different social groups. Digital disability deals with differences in economic and social status nationally. Digital disability exists between people with disabilities and non-disabled people who do not show homogeneous characteristics as well as demographic, cultural, and geographical characteristics (Dobransky & Hargittai, 2006; Glumbić et al., 2022). Other digital disability has multiple dimensions, such as accessibility and uses in both national and international contexts bring with it.

Digital disability can be in the form of first or second-degree disability. First-degree disability is the disability that arises from the adaptation problem of digital technology in the institutional structure. Second-degree disability is a personal disability that results from wrong and inadequate beliefs and attitudes about digital technology. The person's digital disability can cause second-degree disability, attitude, educational, cognitive, technical, and physical barriers (Eshet-Alkali & Amichai-Hamburger, 2004; Hargittai, 2005; Rodríguez-de-Dios, Igartua, et al., 2016). In addition, not adopting digital technologies and applications, not being aware of events, prejudice, inability to follow technology developments, lack of vision, the problem of adaptation to digital technology, fear of innovation, and lack of curiosity are among the other causes of digital disability. While technology for communication has become a core function of most people's lives, it is increasingly difficult to distinguish between the digital world and the natural world (Helsper, 2008; Ritchie & Blanck, 2003). Therefore, the digital divide is becoming an increasingly important social issue, reflecting the imperatives and opportunities associated with human rights, equality, identity, language, social participation, civic participation, and the digital world. Digital disability, which arises due to some disadvantages in learning and communicating in the digital world, leads to the emergence of a new disadvantaged group.

Overcoming the obstacles faced by people with disabilities depends on their efficient use of the online world. Someone with significant physical disabilities can study online without leaving home. The visually impaired person can gain access by downloading documents and converting text to speech. Someone with a physical disability can make friends from home. However, some digitally disabled people do not have the opportunity to be online due to poverty, lack of social support, or other reasons (Chadwick et al., 2013; Hoppestad, 2013; Chadwick & Wesson, 2016). The exclusion of people with disabilities from the online world is a significant cause of digital disability. Disabled people are classified as socially isolated in digital

terms. The deep social exclusion experienced by many disabled people emerges from limited educational opportunities, such as active use of information and communication technologies, low income, unemployment, and health problems (Dobransky & Hargittai, 2006; Helsper, 2008). In the U.K., for example, 31% of adults with digital disabilities represent more than half of all people who have never used the Internet (Palmer et al., 2012).

It is estimated that 20-30% of people with mental disabilities will also be physically disabled, and 10-33% will be sensory disabled. Clinical definitions of disability remain deficit focused. However, this point of view is that disability is a term used to label a particular group of people in society in recent years (Goggin & Newell, 2003). Since the 1980s, there has been a movement towards acceptance, tolerance, and inclusion, with significant efforts occurring mainly globally to remove the social barriers experienced by people with disabilities. Newer thinking about disability suggests that identifying deficiencies should be integral to the support people need to overcome these challenges (Hatton & Emerson, 1995; Schalock et al., 2010). This view of support is based on a more interactive model perspective of disability.

The social model of disability argues that environmental barriers, not individual disabilities, cause disability. This approach is the limitations that a disability faces due to a person's impairments. Technological developments and the continued growth potential of the digital world help people with disabilities to better integrate into society and experience the many benefits of full citizenship (Pacheco et al., 2021; Foley & Ferri, 2012). Internet use can provide opportunities to access information and participate in social interactions that can be difficult offline by reducing or removing barriers for people with disabilities to participate in such activities (Hoppestad, 2013; Vanden Abeele et al. (2012) suggest that the dependence on some people with disabilities on others (mobilization, information, social interaction) could potentially be transferred to the Internet. Internet access

has broad instruments for learning and educational opportunities, access to employment, entertainment, self-expression, social, political, economic, and cultural networking, engagement, and inclusion. In the process of interacting with the online world, disabled individuals have the freedom to disclose or not disclose their disabled identities whenever they want (Thoreau, 2006;

heterogeneous characteristics of the disabled.

Online technologies can offer people with disabilities different ways to overcome the boundaries of the offline world. A large amount of online information allows people with disabilities to educate themselves. For those with walking and mobility impairments, the ability to bank

**Table 1** Barriers to Participation by Disability and Related ICT Solutions

<b>Disability Category.</b>	<b>Barriers to social, economic, and community participation.</b>	<b>Examples of accessible technology solutions.</b>
Visual disability (complete blindness or low vision)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Reading (textbooks, guidelines) and writing printed materials (legal documents)</li> <li>· Access to visual information in written or audio-visual media (text scrolling warnings and information on television).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Text-to-speech interpretation and speech/audio output</li> <li>· Braille displays</li> <li>· Screen and text magnification</li> <li>· Voice recognition</li> <li>· Electronic voice signage</li> <li>· GPS-supported navigation</li> <li>· Optical character or image recognition</li> <li>· Change screen brightness, color contrast</li> </ul>
Hearing impairment (complete or partial hearing loss)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Hearing lessons, warnings, and other auditory information in person or through audio media such as radio or television.</li> <li>· Communicate with educators, colleagues, peers, clients, responders, caregivers, government personnel, and others.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Indoor and outdoor subtitles, subtitles for videos, T.V. programming</li> <li>· SMS, text messaging</li> <li>· Text Phone or Telecommunication Device for the Deaf that allows text messaging over the telephone line</li> <li>· Use of vibration/written warnings instead of audible warnings</li> </ul>
Speech disorders	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Communicate with educators, colleagues, peers, clients, response teams, caregivers, government personnel, and others.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Text messaging via text message</li> <li>· Synthesized audio output, a text-to-speech conversion function</li> <li>· Use of virtual picture board and communication solutions</li> </ul>
Physical Disability (loss of control over mobility, dexterity, and certain bodily functions).	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Entering, navigating, and using buildings, classrooms, and other physical spaces</li> <li>· Using writing tools such as pen, keyboard, and mouse.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Voice recognition systems</li> <li>· Adapted virtual keyboard and mouse</li> <li>· Game bars</li> <li>· Use of gaze and gestures to control devices</li> <li>· Remote and online access to work, education, and other services</li> </ul>
Cognitive disability (memory, thinking, problem-solving, visual and math, reading, understanding language, and the ability to pay attention or follow instructions).	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Difficulty understanding, remembering, or following instructions</li> <li>· Difficulty in understanding textual information</li> <li>· Speech disorders or limitations in hand grip and movements · Difficulty communicating or expressing thoughts and ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Text-to-speech conversion</li> <li>· Touch screen devices</li> <li>· Mobile apps and online resources that mimic Augmentative and Alternative Communication devices</li> <li>· Tools that help with organization and memory, such as online calendars, notes</li> <li>· Navigation made easy with GPS</li> <li>· Use of multimedia such as video and graphics to help understand</li> </ul>
Psychosocial Disability	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Difficulty understanding, remembering, or following instructions</li> <li>· React following information or instructions and not be able to make appropriate decisions</li> <li>· Difficulty communicating or expressing thoughts and ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Use of online communication, documentation, and study tools to help with flexible scheduling</li> <li>· Tools to help with organization and memory, such as online calendars, note-taking, alerts</li> </ul>

**Resource:** Raja, 2016

Dobransky & Hargittai, 2016). While people with different disabilities may participate in a particular online activity for other purposes and ways, new connections can also be made online. Table 1 points out possible solutions to the problems of ICT use and negative experiences according to disability types, with a holistic perspective, considering the

or shop online can help them overcome some of the limitations of their disability. On-demand video streaming offers people with disabilities the ability to watch content in different, more accessible ways (for example, with subtitles, audio descriptions, in short segments, at modified speeds), giving people with disabilities flexibility

not found in traditional broadcast media. Social isolation, which can accompany many disabilities, can be improved through disability-focused chat rooms, list servers, discussion groups, blogs, or online communities in the virtual world (Dobrinsky & Hargittai, 2016).

Integrating disabled people into social life was limited only by spatial accessibility before internet technology. Digitalization, which emerged because of technological developments, has changed the scope of accessibility and has revealed the concept of digital accessibility. In a study conducted to demonstrate the difficulties experienced by disabled individuals in using smartphones and the Internet, 91.8% of disabled individuals stated that they could not use the Internet due to technical inadequacies and 30.6% due to individual health problems. Again, 76.3% of the participants said they could not participate in social life because they could not use the Internet, 46.4% said that there should be an audio-visual guide to facilitate Internet use, 46% said that there should be visual and auditory warnings, and 45.1% said that stated that there should be more accessible web pages (Kınalı et al., 2017). According to official sources, there are 2,511,950 disabled individuals in Turkey as of 2022. However, according to unofficial sources, this rate is 9 million (<https://www.engelli.com>, 2022). In a country where the number of disabled citizens is so high, both e-government and e-municipal services must be accessible to these disadvantaged individuals.

## Material and Method

### Research Design

The research problem is tried to be solved by analyzing the content collected with attitude scales and not based on a database with “descriptive analysis” and “content analysis” (Miles & Huberman, 1994; Malhotra, 2004; Silverman, 2001). This non-recognition research examines the web pages of Metropolitan Municipalities regarding accessibility. The municipalities’ websites were analyzed using “descriptive

statistics” and “content analysis” in the research. Descriptive research expresses the current state of the object or phenomenon in the research focus. A descriptive study aims to portray an organization, individual, group, situation, or sensation (Tutar & Erdem, 2022; Gay & Diehl, 1992; Adams et al., 2007; Hartley, 2008). It is called descriptive statistics when it presents summary values and graphs for a dataset by describing the statistics history and current state. Since it is based on quantitative data analysis in the descriptive statistical method, Tables such as frequency distribution table and classification table were used to support formal analysis. This method is aimed to increase the explanatory power of use by reducing the volume of the data (Özsoy, 2010; Gürsakal et al., 2019; Spiegel & Stephens, 2013).

The descriptive statistical technique helps the researcher to organize and interpret the numbers that appear in the measurement of the variables in the data collected by the data collection techniques. Its analysis includes the analysis of written, oral, and all kinds of visual materials that give information about the investigated phenomenon or events. Content analysis, on the other hand, is the quantitative and qualitative analysis of all kinds of data, which is the visibility of a document, picture, photograph, logo, banner, emblem, or web page, which is the second source. In cases where direct observation and interview are not possible, the research question is answered by analyzing the written and visual materials and materials related to the research problem in terms of their content (Creswell, 2003; Forster, 1994; Burkett, 1990; Corbetta, 2003). In the analysis process, all kinds of verifiable, transferable, and credible data related to the research problem are included, and the research question is answered. The important thing here is that the second data is produced independently of the researcher, is “non-reactive,” and has the quality of documents (Geray, 2006; Hodder, 2002; Bengtsson, 2016).

### Sampling and Sampling

This study has examined whether the websites of 30 Metropolitan Municipalities in Turkey have

features that will facilitate the access of the disabled to municipal services and their potential to create digital disabilities. The reason for choosing metropolitan municipalities in the research is to ensure that the sample is homogeneous or similar in terms of being a metropolitan city. A homogeneous sample was preferred because it is suitable for conducting in-depth studies with a homogeneous sample (Tutar & Erdem, 2022). For this purpose, the websites of 30 metropolitan municipalities were examined regarding performance levels that may cause digital disability and whether they take physical disability into account.

### Data Collection and Analysis

The research data were collected from the web pages of 30 metropolitan municipalities between 30 October and 15 November 2022. In the data collection, the mentioned municipalities' web pages were examined in terms of both digital disability and physical-cognitive disability. The web pages of the mentioned municipalities were used to collect the data. The contents were presented manually in tables and graphs in the data analysis. In addition, software that can make active visual analyzes was used to analyze the data.

### Results

It has been understood that eight of the 30 municipalities (İzmir, Eskisehir, Diyarbakir Trabzon, Tekirdağ, Mardin, Kocaeli, and Bursa) examined within the scope of this research allow disabled access on their web pages and have tools to assist the physically disabled in their web applications. It has been determined that six of these eight metropolitan municipalities (Trabzon, Tekirdağ, Mardin, Kocaeli, Bursa, Eskisehir) provide e-municipality through the e-government application, and İzmir and Diyarbakir Metropolitan Municipalities allow disabled access with special applications on their websites. It has been determined that İzmir and Diyarbakir Metropolitan Municipalities have practices for individuals with visual and hearing disabilities. It has been observed

that Diyarbakir Metropolitan Municipality has a specially prepared website for the visually impaired. As in the İzmir Metropolitan Municipality, it has been concluded that it is only for visually impaired individuals and should be developed. They use the municipalities' websites to reach their citizens, learn their requests and complaints, introduce the cat, and provide services. However, it is essential that municipalities' websites are handled within the framework of digital disability and that disabled citizens do not encounter a new form of disability. The table shows the disabled accessibility of 30 Metropolitan Municipality websites in Turkey.

**Table 2** Disabled Accessibility Practices of Metropolitan Municipalities

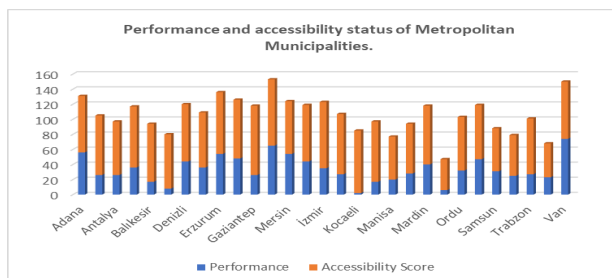
Metropolitan Municipalities	Disabled access	Metropolitan Municipalities	Disabled access
Adana	Absent	Kayseri	Absent
Ankara	Absent	Kocaeli	There is
Antalya	Absent	Konya	Absent
Aydın	Absent	Malatya	Absent
Balıkesir	Absent	Manisa	Absent
Bursa	There is	K. Maraş	Absent
Denizli	Absent	Mardin	There is
Diyarbakır	Absent	Muğla	Absent
Erzurum	Absent	Ordu	Absent
Eskişehir	There is	Sakarya	Absent
Gaziantep	Absent	Samsun	Absent
Hatay	Absent	Tekirdağ	There is
Mersin	Absent	Trabzon	There is
İstanbul	Absent	Şanlıurfa	Absent
İzmir	There is	Van	Absent

It is seen that only eight of the municipalities (İzmir, Eskisehir, Diyarbakir Trabzon, Tekirdağ, Mardin, Kocaeli, and Bursa) have an application for disabled accessibility. However, Bursa, Eskisehir, Kocaeli, Mardin, Trabzon, and Tekirdağ Metropolitan Municipalities, which are among these municipalities, provide this service via e-government, not their website. Only İzmir and Diyarbakir Metropolitan Municipalities allow disabled access through the applications they have created on their websites.

**Table 3** General Performance Status of The Websites of Metropolitan Municipalities

Municipalities	Performance	Accessibility	Best Practices	SEO
Adana	56	75	75	69
Ankara	26	79	83	89
Antalya	26	71	67	72
Aydın	36	81	50	92
Balıkesir	17	77	58	81
Bursa	8	72	58	74
Denizli	44	76	83	73
Diyarbakır	36	73	58	83
Erzurum	54	82	67	69
Eskişehir	48	78	50	72
Gaziantep	26	92	83	91
Hatay	65	88	83	83
Mersin	54	70	75	81
İstanbul	44	75	100	85
İzmir	35	88	50	85
Kayseri	27	80	67	80
Kocaeli	2	83	75	91
Konya	-	-	-	-
Malatya	17	80	67	92
Manisa	20	57	75	73
K. Maraş	28	66	83	73
Mardin	40	78	67	79
Muğla	6	41	58	75
Ordu	32	71	50	77
Sakarya	47	72	92	85
Samsun	31	57	83	81
Tekirdağ	25	54	83	80
Trabzon	27	74	75	81
Şanlıurfa	23	45	83	83
Van	74	76	75	77

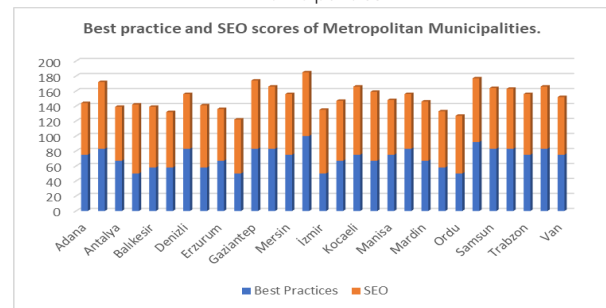
**Figure 1** Performance and Accessibility Status of Metropolitan Municipalities



The General Performance Status of Metropolitan Municipality Websites refers to evaluating how well a municipality's website works and meets the needs of its users. The rating includes factors such as the speed and reliability of the website, the quality of the content and information provided, the ease of navigation and use, and the level of engagement and engagement with the community. A high overall performance

status indicates that the website is effectively and efficiently meeting the needs of its users, while a low-performance status indicates that improvements are required to improve the functionality and usability of the website. A well-designed and functional website makes accessing information about local government services, programs, and initiatives easy for citizens. Accordingly, the general performance status of the sample is Hatay (65) in terms of Performance, Gaziantep (91) in terms of Accessibility, İstanbul (100) in terms of Best Practices, and Malatya and Aydın (92) in terms of SEO.

**Figure 2** Best Practice and SEO Scores of Metropolitan Municipalities



When the table is examined, it is seen that the lowest (2) is the Kocaeli Metropolitan Municipality web page, and the highest (74) is Van Metropolitan Municipality in terms of performance criteria. Regarding accessibility criteria, it was determined that Gaziantep Metropolitan Municipality had the highest (92) and Muğla Metropolitan Municipality had the lowest (41). Regarding best practices criteria, the highest (100) in İstanbul Metropolitan Municipality and the lowest (50) in Ordu and Eskişehir Metropolitan Municipality. Regarding SEO criteria, Aydın and Malatya Metropolitan Municipalities have the highest (92) and the lowest (69) Abana Metropolitan Municipality. Here are the metric scores; 0 to 49, Bad; 50 – 89, Needs improvement. 90 – 100 is considered Good. Sites are expected to be in the (90-100) range to ensure a good user experience. Any value below this means digital disability originating from institutions. Here, the general performance status of the websites of the Metropolitan Municipalities means the following:

**Performance score:** It is the weighted average of the metric scores. Higher weighted metrics have a more significant impact on the overall performance score. Weights are chosen to provide a balanced representation of the user's perception of performance. Performance metrics (reported in milliseconds) turn each raw metric value into a metric score between 0 and 100 by looking at where the value falls in the Lighthouse scoring distribution. The score distribution is a log-normal distribution derived from performance measures of actual website performance data in the HTTP archive (Heriäko et al., 2021).

**Accessibility score:** Generally, a site's accessibility indicates that the site's content and functionality are available to everyone. Accessibility means the absence of a disability caused by the site. Accessibility means a design where the "typical" user can easily access and interact with web content. Although accessibility is evaluated for users with physical disabilities, it refers to an interface that cannot be accessed for any reason. This content is not available in your region" message is a type of accessibility, i.e., digital barrier. Can users perceive content according to best practice Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0.? This criterion is expressed as the perceptibility criterion. The operability criterion is the user-friendly and navigable quality of the web pages: The comprehensible bar is the design of the contents according to the understanding level of the users. The sufficiency criterion is the level of content consumed by various user agents (Caldwell et al., 2008).

**Best practices:** Optimizing the quality of the user experience is critical to the long-term success of any site on the web. Web Vitals is about a website's suitability for improvement. It evaluates the website in terms of three aspects of user experience (loading, interaction, and visual stability). It measures web pages in terms of these metrics (Soong et al., 2018):

**First Login Delay (FID):** Measures engagement and is measured by pages having an FID of

100 milliseconds or less to ensure a good user experience.

**Cumulative Layout Shift (CLS):** Measures visual stability, and pages must have a CLS of 0.1 to ensure a good user experience.

**SEO:** (Search Engine Optimization) means improving or optimizing search engines. These techniques, also known as Google ranking criteria, determine the ranking of websites on Google. An important criterion enables a website to rise from search engines. The Google search engine SEO criteria ensure that the relevant website rank at the top of the searches made in its field. Thanks to SEO criteria, it is aimed to rank higher in major search engines such as Google. SEO criteria are the criteria that are determined through the algorithms of search engines and that take the websites to the next level. Another important point regarding SEO criteria is the criteria that should be applied based on hosting. Accordingly, the hosting must be in Turkey. On-site SEO criteria should also be used, considering specific rules (Berman & Katona, 2013, 647). The keyword should be in the title of each page and should also be in the meta description. Pages should be created for each keyword to rank higher in search engines. The ratio of the keywords used in the text is essential for SEO criteria. Accordingly, keywords should be at least 3% of the text. In addition, a keyword must be included in the first sentence of the text. Another criterion for taking place in search engines is to give names compatible with SEO standards to each image to be added to the site.

### **1. Metropolitan Municipalities Providing Disabled Access Services via E-Government**

It has been determined that the websites of Bursa, Eskisehir, Kocaeli, Mardin, Trabzon, and Tekirdağ Metropolitan Municipalities do not have an application for disabled individuals and that these municipalities use the e-government application so that the disabled can use the website. When the e-municipality button is clicked on the websites of these municipalities, a new page opens, and there is an e-government button on this page. When

the e-government button is clicked, it has been determined that there are separate applications for visual and hard-of-hearing individuals. When the sub-headings of “text-only view,” “more specific focus,” and “keyboard shortcuts” are clicked under the “Accessibility” heading for the visually impaired, it has been seen that there is a unique software for the visually impaired to read and use the page comfortably. When the “disabled call center” application for the deaf and hard of hearing is clicked, it can connect live to experts who know sign language.

## **2. Metropolitan Municipalities Providing Disabled Access Service on Their Website**

It has been determined that Izmir and Diyarbakir Municipalities, out of the 30 Metropolitan Municipalities examined, provide disabled access services through the applications they have prepared on their websites. There is a human-themed and hand-themed icon on the Izmir Metropolitan Municipality website. When the human-themed icon is clicked, a menu with “text size,” “text spacing,” “line height,” “font,” “cursor,” “contrast,” “screen reading,” and “animation” applications opens at the top of the page. When these applications are clicked on, it is understood that those other than “screen reading” are prepared for individuals with low vision to use the web page. These applications are arranged according to the people’s visual impairment level. With these applications, disabled people can increase the line spacing to read the texts on the web page, and the space between the texts can be increased by increasing the text size. Easier reading can be achieved by adjusting the font, and the place to be read becomes more evident with the cursor application. Thanks to the text’s contrast application, the text’s color, brightness level, and images on the web page can be adjusted. People with low or moderate visual impairment can use the applications in this menu to read the texts on the web page and have the chance to benefit from the services offered by the municipality. When the screen reading application is clicked, it is understood that it serves individuals with no sense of sight. Izmir Metropolitan Municipality provides

services for individuals with hearing impairment with barrier-free access. When the icon with the hand contact in the upper left corner of the municipality’s web page is clicked, a person who translates in sign language appears under barrier-free access. The disabled person reads the text or word the cursor indicates in sign language.

When Diyarbakir Metropolitan Municipality’s website is examined within the scope of disabled accessibility, it serves disabled individuals with an application prepared by the municipality on its website. When the icon representing the visually impaired individuals, located in front of the social media account icons in the upper right corner of the municipality’s website, is clicked, the visually impaired website opens. This web page has a dark black background and white text. There is no visual element on the page. At the top of the page, there is “Home,” “Corporate,” “News,” “Get Information,” “Contact,” and “Announcements” buttons. It has been determined that no information exists when “Corporate” is clicked from these buttons. However, when other controls are connected, it is seen that information about the municipality is included. This information does not contain any visual elements and consists of text only. In addition, it is seen that the background of the text is black. As a result of the examinations, it is understood that the disabled web page, which is thought to be prepared in good faith by the Diyarbakir Metropolitan Municipality, mostly appeals to individuals with color blindness and low vision and individuals with 100 percent visual impairment, cannot benefit from this page. As a result, the visually impaired web page prepared by Diyarbakir Metropolitan Municipality needs to be developed.

## **Discussion and Conclusion**

Digital literacy is understanding and using the information in multiple digital formats. Digital literacy is a versatile and multi-dimensional literacy rate that includes the digital environment’s technological, social, and cognitive skills. The way to adapt to the digital society is to have the skills required by this society. Digital disability is due to



a lack of knowledge and ability to use information technology. Web accessibility can provide people with disabilities unprecedented opportunities to lead more active and social lives. In addition, not adopting digital technologies and applications, not being aware of events, prejudice, inability to follow technology developments, lack of vision, the problem of adaptation to digital technology, fear of innovation, and lack of curiosity are among the other causes of digital disability. Digital skills are partly related to managing technology and different skills related to content and activities. Informationally disadvantaged individuals are victims of the digital divide and must be content with relatively low-quality information (Helsper, 2008; Fountain, 2001; Landsbergen & Wolken, 2001). The division in different areas of life, such as social and economic opportunities, income, and quality of life, causes a new disadvantaged group to emerge in the digital age. The deep social exclusion experienced by many people with disabilities appears as a combination of limited educational opportunities such as active use of ICT, low income, unemployment, health problems, and low income.

“Access to the physical, social, economic, and cultural environment, health and education services, information and communication; The article “will accept the importance of people with disabilities in ensuring full enjoyment of all human rights and fundamental freedoms” is aimed at ensuring that people with disabilities have access to the opportunities and services that all other healthy people have (<https://inhak.adalet.gov.tr>). In today’s information age, where all kinds of information and services are transferred to the internet environment, accessibility has changed its meaning and left its place in digital accessibility. Digital accessibility means a lot more for people with disabilities than it does for healthy individuals. When digital accessibility is evaluated conceptually, it is concluded that it is possible to produce solutions for individuals with different characteristics and abilities who can use technological tools. While the contents on

the Internet are sometimes accessible through the web page, they are occasionally accessible with hardware or special software (Altınay, 2021). For example, accessibility services such as screen readers are essential for visually impaired individuals in terms of digital accessibility, and magnifying glasses and contrast are necessary for individuals with low vision.

The findings obtained in this study, which examines the accessibility of the websites of metropolitan municipalities for disabled individuals, show that the websites of most of the cities are not designed for disabled individuals. Of the 30 urban municipalities that constitute the research sample, only İzmir and Diyarbakır Metropolitan Municipalities include special applications for the disabled on their web pages. It is understood that there is a lack of awareness and sensitivity in this regard. The efforts of the metropolitan municipalities of Trabzon, Tekirdağ, Mardin, Kocaeli, Bursa, and Eskişehir to serve the disabled with the e-government service, not the applications they create on their websites, can be considered as an essential step in this regard. However, these services offered by the e-government are only for individuals with low vision and hearing impairment.

This study is designed to examine the rhetoric and reality of e-government at the municipal level. This study will also contribute to adopting e-government among municipalities. In this study, e-government has been adopted by many municipal administrations. Still, it is at an early stage, and necessary studies should be done on the expected results (cost savings, downsizing, etc.) from e-government. To adopt more e-Municipalism applications, the problem of lack of financial, technical, and personnel capacities, which is among the causes of digital disability, should be overcome. The study made suggestions regarding the obstacles in front of the e-municipality and their solutions. The accessibility performance analysis in the research shows that the municipalities’ websites are relatively low

and that significant improvements should be made in terms of accessibility and elimination of digital disability. To increase digital accessibility in e-government applications, metropolitan municipalities should design their websites for disabled access or increase accessibility by connecting via e-government applications. In this case, e-government applications must be cleared the access barrier for everyone. For this, the benefactors should have more technical personnel and financial resources.

## References

- Abeele, M. V., De Cock, R., & Roe, K. (2012). Blind faith in the web? Internet use and empowerment among visually and hearing impaired adults: A qualitative study of benefits and barriers. *Communications-The European Journal of Communication Research*, 37(2), 129-151. <https://doi.org/10.1515/commun-2012-0007>
- Adams, J., Khan, H. T., Raeside, R., & White, D (2007). *Research methods for graduate business and social science students*. India: Sage. <https://doi.org/10.4135/97888132108498>
- Arslan, H., & Altıntaş, G. (2014). Engellilerin çalışma yaşamına katılımını arttırarak toplumla kaynaşmalarını sağlamayı hedefleyen bir model önerisi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 165-186.
- Arslan, Y., Şahin, H. M., Gülnar, U., & Şahbudak, M. (2014). Görme engellilerin toplumsal hayatta yaşadıkları zorluklar: Batman merkez örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 4(2), 1-14.
- Atmaca, Y and Yılmaz, V (2019). Digitalized Local Management and Participatory Municipalism: Çankırı Municipality Case, Viliyan Krystev, Recep Efe, Emin Atasoy (Eds.), *Theory and Practice in Social Sciences* (pp. 403-417). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14; <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Berman, R., & Katona, Z. (2013). The role of search engine optimization in search marketing. *Marketing Science*, 32(4), 644-651. <https://doi.org/10.1287/mksc.2013.0783>
- Burkett, G.L (1990). Classifying basic research designs. *Family Medicine*, 22(2), 145 <https://doi.org/10.3109/07853899009147259>
- Caldwell, B., Cooper, M., Reid, L. G., Vanderheiden, G., Chisholm, W., Slatin, J., & White, J. (2008). *Web content accessibility guidelines* (WCAG) 2.0. WWW Consortium (W3C), 290, 1-34.
- Chadwick, D., & Wesson, C. (2016). Digital inclusion and disability. In *applied cyberpsychology* (pp. 1-23). Palgrave Macmillan, London. [https://doi.org/10.1057/9781137517036\\_1](https://doi.org/10.1057/9781137517036_1)
- Chadwick, D., Wesson, C. J., & Fullwood, C. (2013). Internet access by people with intellectual disabilities: Inequalities and opportunities. *Future Internet*, 5, 376-397. <https://doi.org/10.3390/fi5030376>
- Corbetta, P. (2003). *Social research; theory, methods, and techniques*. London: Sage Publications. P.285 <https://doi.org/10.4135/9781849209922>
- Creswell, J. W. (2003). *Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (2. bs.). Lincoln: Sage Publications.
- Çağlar, S. (2012). Engellilerin erişebilirlik hakkı ve Türkiye'de erişebilirlikleri. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 61(2), 541-598. [https://doi.org/10.1501/Hukfak\\_0000001666](https://doi.org/10.1501/Hukfak_0000001666)
- Çaha, Havva (2016). Engellilerin toplumsal hayata katılmasına yönelik politikalar: Türkiye, ABD ve Japonya örnekleri. *İnsan ve Toplum*, 5(10), 123-150. <https://doi.org/10.12658/human.society.5.10.M0122>

- Dobransky, K., & Hargittai, E. (2006). The disability divides in internet access and use. *Information, Communication and Society*, 9(3), 313-334 <https://doi.org/10.1080/13691180600751298>
- Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, <https://www.engelli.com>. (2022). Retrieved on 10 20, 2022 from <https://www.engelli.com/engelli-kisi-sayisi/>.
- Eshet-Alkali, Y. & Amichai-Hamburger, Y (2004). Experiments in Digital Literacy. *CyberPsychology & Behavior*, 7(4), 421-429 <https://doi.org/10.1089/cpb.2004.7.421>
- Foley, A., & Ferri. B. A. (2012). Technology for people, not disabilities: Ensuring access and inclusion. *Journal of Research in Special Educational Needs*, 12(4), 192-200. <https://doi.org/10.1111/j.1471-3802.2011.01230.x>
- Forster, N. (1994). The Analysis of Company Documentation. C. Cassell and G. Symon (Eds.) *Qualitative Methods in Organizational Research: A Practical Guide*. London: Sage Publications.
- Fountain, J (2001). *Building the virtual state: information technology and institutional change*. Washington DC: Brookings Institution
- Gay, L. R., & Diehl, P. L (1992). *Research Methods for Business and Management*. Singapore: Maxwell Macmillan International.
- Genç, Y, & Çat, G (2013). Engellilerin istihdamı ve sosyal içerme ilişkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(1), 363-394.
- Geray, H. (2006). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Glumbić, N., Đorđević, M., & Brojčin, B. (2022). Digital Participation and Disability Digital Divide. In *Digital Inclusion of Individuals with Autism Spectrum Disorder*. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-12037-4>
- Goggin, G., & Newell, C. (2003). Digital disability: The social construction of disability in new media. *Lanham*: Rowman & Littlefield
- Gürsakal, N., Oğuzlar, A., & Gürsakal, S (2019). *Betimsel İstatistik*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Hartley, J. (2008). *Academic writing and publishing: A practical handbook*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203927984>
- Hatton, C., & Emerson, E. (1995). Staff in services for people with learning disabilities: An overview of current issues. *Mental Handicap Research*, 8(4), 215-219 <https://doi.org/10.1111/j.1468-3148.1995.tb00158.x>
- Hawkins, S., Allen, D., & Jenkins, R. (2005). The use of physical interventions with people with intellectual disabilities and challenging behavior-the experiences of service users and staff members. *Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities*, 18(1), 19-34. <https://doi.org/10.1111/j.1468-3148.2004.00207.x>
- Hazman, G. G (2005). Afyonkarahisar Belediyesinde e-Belediye Uygulamaları ve Yerel Farkındalık. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 8(2), 65-84.
- Helsper, E (2008). *Digital inclusion: An analysis of social disadvantage and the information society*. Department for communities and local government, London: Communities and Local Government Publications
- Henden, B., & Henden, R (2005). Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(14), 48-66.

- Heriäko, T., Čučko, Š., Šumak, B., & Brdnik, S. (2021). Web Performance Tuning of WordPress-Based Websites Through Automatic Image Optimization. *In Central European Conference on Information and Intelligent Systems* (pp. 343-350).
- Hew, K. F., & Brush, T. (2007). Integrating Technology into K-12 Teaching and Learning: Current Knowledge Gaps and Recommendations for Future Research. *Educational Technology Research and Development*, 55(3), 223-252 <https://doi.org/10.1007/s11423-006-9022-5>
- Ho, A.K (2002). Reinventing Local Government and The E-Government Initiative. *Public Administration Review*, 62(4), 434-444. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00197>
- Hodder, I (2002). *The Interpretation of documents and material culture*. In D. Weinberg (Eds.). *Qualitative Research Methods* (pp. 266-279). Oxford: Blackwell Publications.
- Hoppestad, B. S. (2013). Current perspective regarding adults with intellectual and developmental disabilities accessing computer technology. *Disability and Rehabilitation: Assistive Technology*, 8(3), 190-194. <https://doi.org/10.3109/17483107.2012.723239>
- Houtenville, A., Shreya, P., & Rafal, M. (2021). *Annual report on people with disabilities in America, 2021*. Institute on Disability, University of New Hampshire.
- Karabulut, B. (2015). Bilgi toplumu çağında dijital yerliler, göçmenler ve melezler. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (21), 11-23.
- Karakaya, O., & Gaytancıoğlu, K. (2017). 6360 sayılı kanunla kurulan büyükşehirlerde dijitalleşme çabaları: tekirdağ büyükşehir belediyesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(Kayfor 15 Ö.S.), 1491-1504.
- Kaye, H. S. (2000). *Computer and Internet use among people with disabilities* (Vol. 13). U.S. Department of Education, National Institute on Disability and Rehabilitation Research.
- Kaypak, Ş., Yılmaz, V., & Bimay, M. (2017). Dijital Çağda Yerel Yönetimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(KAYFOR 15 Özel Sayısı), 1798-1813.
- Kınalı, G., Bilen, Ö., Dođanay, F., & Abakay, O. (2017). Engelli bireylerde dijital erişebilirlik. *Tıp Teknolojileri Kongresi Trabzon*. 1-3.
- Landsbergen, Jr., David, and George Wolken, Jr (2001). Realizing the promise: Government information systems and the fourth generation of information technology. *Public Administration Review* 61(2), 206-220 <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00023>
- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing research an applied orientation*, 4. Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Mecek, M (2018). *E-Belediyecilik, halkla ilişkiler, bilgi edinme, şeffaflık vb. unsurlar açısından belediye web sayfalarının kullanılması ve etkinlik analizi: Bolvadin belediyesi örneği*. M. Güler, & C. Kayahan (Eds.), Bolvadin Araştırmaları I (pp. 2307-2350). İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Miles, B. M., and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Mohammadyari, S., & Singh, H (2015). Understanding the effect of e-learning on individual performance: The role of digital literacy. *Computers & Education*, 82, 11-25. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.10.025>
- Moon, M. J (2002). The Evolution of e-government among municipalities: Rhetoric or reality? *Public Administration Review*, 62(4), 424-433. <https://doi.org/10.1111/0033-3352.00196>

- Özsoy, O. (2010). *İktisatçılar ve işletmeciler için istatistik: Excel uygulamalı*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Palmer, S. B., Wehmeyer, M. L., Davies, D. K., & Stock, S. E. (2012). Family members report the technology use of family members with intellectual and developmental disabilities. *Journal of Intellectual Disability Research*, 56(4), 402-414. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2788.2011.01489.x>
- Partnership for 21st Century Skills (2009). Framework for 21st-century learning. Retrieved on 11. 12. 2022 from <http://www.p21.org/our-work/p21-framework>,
- Pacheco, E., Yoong, P., & Lips, M. (2021). Transition issues in higher education and digital technologies: the experiences of students with disabilities in New Zealand. *Disability & Society*, 36(2), 179-201. <https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1735305>
- Pektaş, E. (2011). Belediye Hizmetlerinde Bilgi İletişim Teknolojilerinin Kullanımı ve E-Belediye Uygulamalarındaki Son Gelişmeler: Bir Literatür Taraması. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 65-88.
- Raja, D. S (2016). Digital Dividends, bridging the disability divide through digital technologies. World Development Report. Retrieved on 11. 12, 2022 from <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/123481461249337484-0050022016/original>
- Ritchie, H., & Blanck, P. (2003). The promise of the Internet for disability: a study of online services and web site accessibility at Centers for Independent Living. *Behavioral Sciences & The Law*, 21(1), 5-26. <https://doi.org/10.1002/bsl.520>
- Rodríguez-de-Dios, I., Igartua, J. J., & González-Vázquez, A (2016). Development and validation of a digital literacy scale for teenagers. *In Proceedings of the Fourth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality* (pp. 1067-1072). ACM. <https://doi.org/10.1145/3012430.3012648>
- Schallock, R. L., Borthwick-Duffy, S. A., Bradley, M., et al. (2010). *Intellectual disability: definition, classification, and systems of supports* (11th ed). Washington: American Association on Intellectual and Developmental Disabilities
- Silverman, D. (2001). *Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text, and interaction*. London: SAGE Publication.
- Soong, K., Fu, X., & Zhou, Y. (2018, October). Optimizing new user experience in online services. In 2018 IEEE 5th International Conference on Data Science and Advanced Analytics (DSAA) (pp. 442-449). IEEE. <https://doi.org/10.1109/DSAA.2018.00057>
- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2013). *İstatistik* (S. Çelebi, Trans.). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tejedo-Romero, F., Araujo, J., Tejada, A., & Ramirez, Y. (2022). E-government Mechanism to Enhance The Participation of Citizens and Society: Exploratory Analysis Through The Dimension of Municipalities. *Technology in society*, 70, 1-22. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101978>
- Thoreau, E. (2006). Ouch!: An examination of the self-representation of disabled people on the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 328-341. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00021.x>
- Tsatsou, P. (2021). Is digital inclusion fighting disability stigma? Opportunities, barriers, and recommendations. *Disability & Society*, 36(5), 702-729. <https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1749563>
- Tutar, H., & Erdem, A. T. (2022). *Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Ünlü, U (2016). Sosyal Belediyecilik Anlayışının E-Belediyecilik Uygulamalarına Entegre Edilmesi, *Sayıştay Dergisi*, 102, 63-89.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, hasantutar@ibu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-8383-1464

\*\* Dr. Öğr. Gör., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, fatmaakar@ibu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6451-2281

#### Katkı Oranı

##### Author Contribution Percentage:

Birinci yazar % 50 First Author % 50

İkinci yazar % 50 Second Author % 50

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Tutar, H. & Akar, F. (2023). The problem of digital disability in e-municipality: A study on metropolitan municipalities. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 30-46. <https://doi.org/10.47998/ikad.1216718>

# Halkla İlişkileri Demokrasi ve Dijital Demokrasi Bağlamında Ontolojik Olarak Sorgulamak

## A Query on Public Relations Ontology in the Context of Democracy and Digital Democracy

Esra İlkay KELOÇLU İŞLER\* Reyhan YILDIZ KAYADEVİR\*\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 15.01.2023 ■ Kabul Accepted: 07.06.2023

### ÖZ

Halkla ilişkilerin fonksiyonlarından biri de yurttaşları yönetim politikalarına gönüllüce katılmaya ikna etmektir. Bundan dolayı sanki kamuoyunun “evet” oyunu almak üzere tasarlanmış profesyonel bir iletişim yönetimi olarak görülmektedir. Oysa “hayır” diyebilme hakkı ve bu hakkı, baskıya ve ötekileştirmeye maruz kalmadan kullanma iklimi, demokrasi kültüründe çok önemli bir kriterdir. Bu çalışma halihazırda halk ve yönetim ilişkilerinin demokrasiyle unutulmuş kökenlerini hatırlama ve hatırlatmayı amaçlamaktadır. Herkesin, halkla ilişkileri, tüm nüfusun uyumlu olacak şekilde yönetilmesi uğruna yapılacak iyi/kötü her şey olarak algıladığı bir durumda ve hatta demokrasinin herkes için farklı çağrışımlar yaptığı bir dönemde, konunun akademik olarak incelenmesi ve tartışılması çok önemlidir. Çağcıl popüler çalışma alanlarından dijital demokrasi ise halk versus yönetici erkler, kamuoyu versus karşıt kamuoyu ve manipülatörler, pasif yurttaşlık versus aktif yurttaşlık gibi ilişkili tüm aktör ve kavramlar, sorunlar ve çelişkiler içermektedir. Çalışmada çeşitli güncel vakalar üzerinden ontolojik çerçevesi İ. Kuçuradi'nin değer etiği yaklaşımı olmak üzere halkla ilişkiler, demokrasi ve dijital demokrasi kavramları tartışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Demokrasi, Halkla İlişkiler, Değer Etiği, Dijitalleşme, Dijital Demokrasi.

### ABSTRACT

One of the functions of public relations is to persuade citizens to voluntarily participate in governance policies. Therefore, it is seen as a professionally designed communication management aimed at obtaining the public's “yes” vote. However, the right to say “no” and the climate to exercise this right without facing pressure or marginalization are crucial criteria in a democratic culture. This study aims to recall and remind the forgotten origins of public and government relations in a democracy. In a situation where everyone perceives public relations as everything done for the harmonious management of the entire population, even in a period where democracy evokes different connotations for everyone, it is important to academically examine and discuss the subject. As a popular academic field of study, digital democracy has a deep bonds with concepts such as public versus governing powers, public opinion versus counter-public opinion and manipulators, passive citizenship versus active citizenship, involve problems and contradictions. By addressing various current cases within the ontological framework of I. Kuçuradi's value ethics approach, the concepts of public relations, democracy, and digital democracy will be discussed in the study.

**Keywords:** Democracy, Public Relations, Ethics, Digitalization, Digital Democracy.



*“Halkla ilişkilerin üç ana unsuru fiiliyatta, toplum kadar eskidir: insanları bilgilendirmek, insanları ikna etmek ya da insanları insanlarla kaynaştırmak”.*  
Edward Bernays

## Giriş

Dijitalleşmenin hemen her alanı hızla işgal ettiği bir çağda demokrasinin temel unsurlarının dijitalleşmiş görünüşleri sanki yepyeni kavramlarımıza tartışmaya yol açmaktadır. Böylesi bir ortam, acaba hangi yeni sorunlara gebe dir? Aynı zamanda hangi mevcut sorunları derinleştirmeye adaydır? Gelişmiş ülkelerde bile dijital demokrasinin iletişimsel bağları oldukça karmaşıkken, gelişmekte olan ülkelerdeki dolaşık yumak şeklindeki iletişimsel bağları nasıl açıklamak doğru olacaktır? Dijital demokrasi “daha demokratik” midir? Ya da anti-demokratik uygulamalarının keyfiliği ile yurttaş sığınacak alan bırakmamakta mıdır? Bu soruların cevapları dijital demokrasi hakkında bir fikir vermek açısından önemli olsa da kâfi değildir. Ancak ve ancak demokrasi ideasının bağlı olduğu sosyal bilimler kavramları içinde tartışma anlamlı olmaktadır.

Bu bağlamda çalışma, halihazırdaki halk ve yönetim ilişkilerinin, demokrasiyle unutulmuş kökenlerini hatırlamak, hatırlatmak ve konu hakkında kolektif biçimde düşünmeyi sağlamak amacındadır. Halkla ilişkiler, herkesin genel algısıyla; “toplumu uyum içinde yönetmek” olarak görülmektedir. Eğer aynı kavramlar herkes için farklı çağrışımlar yapıyorsa ve bu çağrışımlar yöneten-yönetilenler arasındaki ilişkileri etkiliyorsa, konunun açıklığa kavuşturulması için üzerinde tartışılması gereklidir. Ve eğer ki söz konusu etki, “algı yönetenlerin, profesyonellerin, manipülatörlerin” kâr edeceği yurttaşın görüşünün ise silikleştiği bir alan haline geldiyse, konu akademik olarak incelenmeye değer ve önemlidir.

Öncelikle klasik olarak demokrasi kavramı ile başlayacak olursak: Halk versus yönetici erkler, kamuoyu versus sözde kamuoyu ve manipülatörler, pasif yurttaşlık versus aktif yurttaşlık vb. gibi hem demokrasi hem de halkla ilişkiler alanının kesişiminde yer alan kavramları bir kenara koymak ve gereklikçe onları yine/yeniden ziyaret etmek

şarttır. Zira kavramlar, dijital demokrasi ortaya çıktığından bu yana bariz bir dönüşüme uğramıştır.

Kuşkusuz ki ontolojik ve felsefi sorgulama, halkla ilişkiler ve demokrasi ilişkisinde dijital demokrasinin nerede ve/veya neye göre konumlanacağını daha anlaşılır kılmaktadır. Buradan hareketle makalede, değer etiği alanında çalışmış İ. Kuçuradi'nin eşitlik, özgürlük, bireysel haklar, hakkındaki yaklaşımına paralel olarak analizler yapılmaya çalışılacaktır. Demokrasi kavramının özünde “insan” yer alır. İnsan olmanın en derin, en anlamlı yanı, kuşkusuz özgürlüktür. Belki de demokrasiyi insanlar için cezbedici ve vazgeçilmez kılan şey budur. Peki acaba dijital demokrasi ile insanlar daha fazla mı özgürlük elde eder yoksa şeffaf bir gözetim altında özgürlüğünden ve temel haklarından feragat mı eder?

Denebilir ki ilişki kurulan insanlar karşısında bireylerin tutumu, yaşanan olaylar ve status quo, bireyin aldığı her karar ve ilgili davranışına, tüm bunları değerlendirmesi ile ilişkilidir. Bu tutum, karar ve davranışlarımız yaşamımıza vermeye çalıştığımız yönü göstermektedir. Kişinin yaşamına verdiği yön ise, insanı ve kendi kendini nasıl değerlendirdiğine bağlıdır. Bunlar birbirine bağlı, ancak farklı cinsten değerlendirmelerdir. Kişilerle ve kendi kendisiyle ilişkide, başkalarının ve kendisinin yapıp ettikleri ve ortaya koyduklarıyla ilgi; yakın çevre, içinde yaşanan çağ, geçmiş ve gelecekle bağıyla belli bir bütünlükte bir kişi olarak var olmanın temelinde değer anlayışı –insandan ve kendisinden beklenenler– bulunur (Kuçuradi, 2013a: 5). Dolayısıyla demokrasiyi değerlendirmek için beklentileri ortaya koymak önemlidir. Bu aynı zamanda hem klasik demokraside hem dijital demokraside hem de ilişkili olunan halkla ilişkilerde aksayan yönleri tespit ve kategorize etmeye yardımcı olacaktır. Özellikle de Türkiye gibi nüfusun kalabalık olduğu, kitlelerin seçimlerde yoğun olarak katılım sağladığı, siyasal halkla ilişkilere dair sorgulamaların kamuoyu yapıcılar tarafından ekranlarda saatlerce analiz edildiği durumlarda, bu çalışmanın konusunu oluşturan kusurlu yönlerini kategorize etmek oldukça zorlu bir iştir. Diğer yandan, dijital demokrasi aktif yurttaşın yerine



pasif yurttaşı geçirmeyi el çabukluğu marifetiyle gerçekleştirmektedir. Bu durum eleştirel açıdan değerlendirmeyi hak etmektedir.

Çalışmanın yöntemi durum ve olay analizidir. Bu bağlamda kusurlu bir demokrasi görünümü veren bazı örnek olaylar ele alınacaktır: Dijital medya üzerinden şekillenen ve Türkiye gündemini uzun süre meşgul eden Şarkıcı Gülşen'in tutuklanması, Sedat Peker videoları, Melih Gökçek ve sosyal medyası örnekleri, kısıtlı olduğunun idrakinde olmakla beraber kamuoyunda çok tartışıldıkları ve gerçek kamusal alanda seyretmeleri bakımından önemli bulunduğundan seçilmiştir.

Demokratik işleyişte dijital demokrasinin önündeki engeller genel olarak üç başlık altında toplanmıştır: 1) Serbest piyasa ekonomisi (medya sahipliğinin yoğunlaşması, kültürün aşırı ticarileştirilmesi, halk yerine şirket özel çıkarlarının korunması ve kamu yararını yok sayması bakımından) 2) Enformasyon akışındaki bozukluklar (gazeteciliğin düşüşü, internetin, egemen ticari medya ve iletişim ile bütünleşmesi, bireyin izni dışında veri toplama, veri işleme, doğru bilgiye erişim zorluğu, manipülasyon, dezenformasyon, mezenformasyon) 3) Kamuoyu ve bireylerin algı, tutum, tavırları (aşırı politikleşme versus apolitik kitleler, dijital bölünme, sanal yankı odaları, güvenlik sorunu, botlar, troller) örnek olayların açıklanacağı kategorilerdir.

### Demokrasi ve Dijital Demokrasi Üzerine

Platon, demokrasiyi (sonu tiranlıkla bitmesi nedeniyle) yozlaşmış bir yönetim biçimi olarak nitelendirmiştir. Ancak yine de 21. yüzyılda birçok yönetim tarafından demokrasi, ideal bir yönetim biçimi olarak benimsenmiştir. Hatta ulus devletlerin yükselişe geçmesiyle ulaşılmaya çalışılan evrensel bir değer olmuştur. Ateş Uslu'nun dediği gibi, "demokrasi kavramının sosyal bilimler ve siyaset bilimi açısından tanımının ne olduğu konusunda bir uzlaşma yoktur. Demokrasi kavramı günümüzde son derece farklı siyasi hatların temsilcisi olan siyasi partilerce sahiplenilebilmekte, son derece farklı olguları ya da siyasi perspektifleri adlandırmak için kullanabilmektedir. Bunun nedeni halk yönetimine verilen anlamın çeşitli

tarzda bağlamlarda bir çeşit toplumsal ekonomik formasyonlarda değişik biçimler almasıdır" (2017: 137).

Yine de modern demokrasi kuramları üzerine çalışan araştırmacıların kavramsal çerçevelerine özlüce değinmekte fayda vardır. Örneğin Charles Tilly, demokrasinin dört yaklaşımla tanımlanabileceğini söylemektedir: Anayasal, tözel, prosedürel, süreç yönelimli. Anayasal yaklaşım, bir rejimin siyasi faaliyetle ilgili çıkardığı yasalara yoğunlaşır. Tözel yaklaşım, bir rejimin yaşam koşulları ve politikalarına odaklanırken, prosedürel yaklaşımı benimseyenler, belirli bir aralıkta hükümet pratikleri ile bir rejimin demokratik olup olmadığını belirlerler ve ilgi odağında seçimler yer alır. Süreç yönelimli yaklaşımlar ise diğer üçünden farklıdır. Bir duruma demokratik denebilmesi için sürekli hareket halinde olması gereken bazı asgari süreçleri tanımlarlar (2014: 23-26).

Robert Dahl ise beş süreci öne çıkartarak demokrasi için şu kriterleri şart koşar: Etkin katılım, oy kullanma eşitliği, bilgi edinebilme, gündemin denetimi ve yetişkinlerin dahil olması. Dahl, bu kriterlerin hepsinin üyelerin topluluğun politikasını belirlemede politik açıdan eşit olması için gerekli olduğunu belirtmektedir. Örneğin etkin katılım kriteri, bir topluluğun bazı üyelerine fazla imkân verilmesi sonucu onların politikalarının kabul görmesini önlediği gibi küçük bir azınlığın, önerilerin gündeme alınıp tartışılmasını engelleyerek topluluğun politikasını belirlemesini de önleyebilmektedir (2017: 49).

Demokrasinin de jure ve de facto olarak işlemediği bir ortamda, halkla ilişkiler anlamını kaybetmiş demektir. Bu temel argümandan yola çıkarak "halk" denen atomize kitleler, tarihteki iki önemli kırılma ile demokrasi kavramına bağlanmıştır: 1) Aydınlanma ile bireyin okur yazarlıkla kendine değer katması ve enformasyon arayan ve edindiği enformasyonu kamusal alanda tartışan bir yurttaşa evrilmesi 2) Söz konusu yurttaşın yönetme-yönetilme bağlamında dikkate alınan bir oyunun olması, onayının istenmesi, bu onayın yönetimi meşru kılması.

O halde demokrasi ile halkla ilişkiler ilişkisinde, demokrasinin halkla ilişkilerin olmazsa olmazı olduğunu söylemek mümkündür. Bir toplumu oluşturan her bir bireyin duygu, düşünce ve siyasal tercihleri değerli ise, görüşünü herkesin oyuna sunarak kamusal tartışmaya açabiliyorsa, diğer görüşleri de dinleyerek “ortak iyi” için uzlaşa sağlayabiliyorsa o toplumun demokratik olduğu söylenebilir. Şimdiye kadar olan tarihte halkla ilişkiler, yurttaşları yönetim politikalarına gönlünü kazanarak ikna etmenin pratiği olagelmıştır (her ne kadar idealist bir argüman olarak görülsün de 20. yüzyılın yönetimlerini meşru kılan da budur). Bu ikna etme işinde sorunlar ve çıkmazlar, kamuoyunun “evet” oyunu almak üzere tasarlanan profesyonel iletişim taktik ve stratejileriyle inşa edildiğinde ortaya çıkmaktadır (eleştirel yaklaşımda bilinç yönetimi olarak adlandırılan durum). Oysaki “hayır” diyebilme hakkı ve bu hakkı baskıya, ötekileştirmeye maruz kalmadan kullanma iklimi demokratikleşme bağlamında çok önemlidir. İkna ederken kullanılan yeni iletişim teknolojileri (ki artık eskimiş olduğu için ve yerlerine daha yenileri geldiği için bu isimden vazgeçilmesi gerektiğini hatırlatmakta yarar var) yani dijitalleşme ile demokrasi Antik Yunan’dan bu yana kullanılan unsur ve kavramlarında giderek daha çok çelişki, yön kayması, açmazlar içerdiği için yeni tartışmaları doğurmuştur. Yani, ne zaman ki dijital medya ile reel politika birbirine bağlanmıştır, yöneten-yönetilen ilişkilerinin yeni bir sahası ortaya çıkmıştır; manipülasyona çok açık olan otoriterleşme ile anarşi arasında salınan bir yer... Mosco’ya göre, “teknoloji kaynaklı istikrarsızlık, muhtemelen dünya çapında büyük bozulmalara, gerilimlere ve gerginliklere neden olacaktır. Bunun nedeni, dijital sistemlerin, yalnız çalışan veya hükümetlerle bağlantılı bilgisayar korsanları tarafından gerçekleştirilen saldırılara ve sistem arızaları ve yazılım mühendisliği hatalarından kaynaklanan arızalara son derece savunmasız olmasıdır. Otoriterlik ve anarşi, demokratik toplumsal değişimden daha kolay hayal edilebilir durumdadır” (2017: 177).

### **Halkın Bilgilendirilmesi: Eski Yöntemlerden Dijital Yöntemlere**

Yönetimin halkını bilgilendirme faaliyeti Sümerler’den bugüne özü itibarıyla aynı kalsa bile insanın iletişimini dolaylandırdığı araç değiştikçe, bir de üstüne dijitalleşme ortaya çıktığında giderek karmaşıklaşmıştır. Faaliyet hep aynı olsa da artık araç, taş tablet gibi yeknesak değildir. Dolayısıyla yönetsel mesajın aracısı olan aracın hem özellikleri hem de kullanım tarzı değişmiştir. Aracın analog düzenden çıkıp dijitalleşmesi muhakkak ki kullanım tarzında ve bizatihi aracın kendi ekonomik ve sosyal örgütlenmesinde bazı bilgi düzensizliklerini getirmektedir. Yönetimin yönettiği halkıyla kurduğu ilişkide kullandığı araçların şirketler sahipliğinde örgütleniş, onu kullanan bireylerin kolektif ve bireysel kullanıcı hakları, kullanım tarzındaki ihlaller bu düzensizliklerin temelindeki konulardır ve hem demokrasi hem dijital demokrasiyle doğrudan ilgilidir.

Demokrasinin özündeki katılma-kamuoyu-seçme ve seçilme hakkı gibi temel durumlar evrensel bir insan pratiğini yansıtsa da özü itibarıyla ontolojik değer etiği problemlerini içermektedir. Bu felsefi tartışma başka bir felsefi soruna/sorgulamaya; güncelliğini hiçbir zaman kaybetmeyen doğru bilgiye erişim sorununa da bağlanmaktadır. Zira, demokratik sistemlerde haklar konusu demokrasinin işlevselliğini ortaya koyması bakımından son derece değerlidir. Hakların genişliği kadar bu hakların uygulanabilirliği de aynı önemdedir. Demokratik sistemlerde bireyler, yasalar karşısında eşittir ve bağımsız yargı bu eşitliği güvence altına alır. Kuçuradi’nin de belirttiği gibi, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesindeki insan hakları anlayışındaki temel kabul, tüm insanların özgür; onur ve haklar bakımından eşit doğdukları kabulüdür. Bu hakların korunması demokrasinin varlığında mümkündür. Çünkü demokrasi ile yönetilen ülkelerde halkın hakları yasalar ile korunur ve daha da önemlisi bireylerin de sahip olduğu haklar üzerinde söz hakkı vardır (2003: 8). Oysa dijital demokrasi en temel insan haklarıyla gelişmektedir. Örneğin dijital kamusal alanda,

forum gruplarında, WhatsApp ve Twitter gibi mecralardaki gözetlenme, takip etme, sosyal linç, hakarete uğrama gibi durumlar İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin üçüncü, beşinci, on ikinci, on sekizinci ve yirmiyedinci maddesinin ihlali anlamına gelmektedir. Hak ihlalleri dijital platformlarda bireyin ve mahremiyetinin korunması sorununu kristalize etmektedir.

World Wide Web'in mucidi Tim Berners-Lee'nin tasarımı, dijitalleşme ile her insanın bilgiye özgürce erişmesine dayanmaktadır. İşte tam bu noktada kritik sorular gündeme gelmektedir: İfade özgürlüğü, bilgiye erişim ve basın özgürlüğü gibi hakları korumakta anayasa ve kanunlar ne kadar başarılıdır? Bu haklar bağımsız olmayan bir yargı tarafından korunabilir mi? Özellikle uluslararası insan hakları standartlarında korunan çevrimiçi faaliyetler için yerel cezai yaptırımlar veya hukuki sorumluluk öngören yasalar var mıdır? Bireyler özellikle uluslararası insan hakları standartları kapsamında korunan online faaliyetleri nedeniyle cezalandırılırsa haklarını nasıl arayacaklar? Bireyin mahremiyetini korumak üzere anonim iletişim kanalları ve şifrelemeye yerel mevzuatla hangi kısıtlamalar getirilmektedir? Devlet gözetimi kullanıcıların mahremiyet hakkını ne şekilde ihlal etmektedir? Kullanıcı verilerinin servis sağlayıcılar ve diğer teknoloji şirketleri tarafından izlenmesi ve toplanması kullanıcıların gizlilik hakkını ihlâl ediyor mu? Online faaliyetleri ile ilgili olarak bireyler yönetenler veya baskı grupları tarafından tehdit veya fiziksel şiddete maruz kalıyor mu? Web siteleri, resmi ve özel kuruluşlar, hizmet sağlayıcılar veya bireysel kullanıcılar yaygın bilgisayar korsanlığına ve diğer siber saldırı biçimlerine maruz kalıyor mu? Dijital enformasyon yığnında doğru bilgiye erişmek mümkün mü? Bu soruların cevapları dijitalleşmenin kullanıcı haklarını nasıl ihlal ettiğini göstermesi bakımından önemlidir. Freedom House tarafından hazırlanıp 9 Mart 2023 tarihinde yayınlanan Freedom on the Net 2022 raporundaki ([www.freedomhouse.org](http://www.freedomhouse.org)) internet özgürlüğü durumu sıralamasında, Türkiye yüz üzerinden otuz iki puan ile internet özgürlüğü olmayan ülkeler arasında yer almaktadır. İnternet özgürlüğü yurttaşların en temel hakları

bağlamında dijital demokrasi ile ilişkidir. Böyle bir ortamda dijital çağın sorunları dijital demokrasinin kaderini tayin eder. En büyük sorunlardan biri de bireyin maruz kaldığı enformasyon bombardımanı olarak tanımlanabilir. Enformasyon yığını, hayatın tüm alanlarını kuşattığından doğru bilgiye erişimi neredeyse imkânsız hale getirir. Bu durum hakikat sonrası çağ olarak adlandırılarak doğru bilgiye erişim, demokrasinin yurttaşının var olan durumu sorgulamasını güçleştirdiği ve kontrol mekanizmalarını yurttaşın aleyhine doğrulttuğu için hayati önemdedir. Halkla ilişkiler ise gerçek bilgiye erişim noktasında iki yönlü bir uygulama içerisindedir: Gerçekte kimin yararını gözetecektir? Kamu yararı örtükleşip güçlünün, şirketlerin, egemen olanın politikaları öne geçirilmiştir. J. Stuart Mill'in de belirttiği gibi, tek bir sınıfın siyasal çoğunluğu oluşturduğu bir ulusta, tamamen eşit bir demokrasi bazı kötülüklerden arındırılamaz fakat şu anda var olan demokrasilerin eşit olmadığı, egemen sınıf lehine eşitsiz olduğu gerçeği bu kötülükleri çok daha ağır hale getirebilir (2017: 179). Kuçuradi'nin işaret ettiği gibi "üzerinde durulması gereken asıl mesele, bilgidен ziyade, ortaya konan bilgilerin, doğru olduğu zaman bile, nasıl kullanıldığıdır" (2021: 565).

Hakikat sonrası çağda dijital medyada gerçeğin yerine sahte gerçeklikler yaratılmaktadır. En çok karşılaşılan yedi yanlış bilgi türünden iki tanesi "uydurma" ve "hatalı ilişkilendirme"ye örnek olarak, Ankara Büyükşehir Belediyesi eski Başkanı Melih Gökçek'in, Beşiktaş'ın eski golcüsü Aboubakar'a yapılmış bir fotomontajı şehit hikâyesi olarak paylaşması gösterilebilir. Bu çarpıcı örnekte manipülasyon yalan haberle gelişmektedir ve gerçekliğin önemini yitirmesinin ve yaratılmış gerçekliğin çarpıcı bir görünümüdür. 18.08.2022 tarihinde Sol Portal haber sitesinde yer alan habere göre Gökçek, dijital medyada dolaşıma giren bir futbolcuya ait, üzerinde oynanmış fotoğrafın gerçekliğine inandığı gibi, bu fotoğrafa bir de hikâye ekleyerek dijital medya hesabında paylaşmış ve ardından gelen tepkiler üzerine danışmanının kendisini yanılttığını söyleyerek konuyu kapatmaya çalışmıştır. Başkent Ankara'nın eski Belediye Başkanı olan Gökçek



meslektaşının Gülşen'in serbest bırakılmasını Twitter üzerinden attığı bir tweet ile – direkt Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter hesabını ekleyerek – Cumhurbaşkanı'ndan istemesi bir başka çarpıcı ve düşündürücü örnektir.

**Resim 2** Gülşen'in serbest bırakılması için atılan tweet



**tugbaekinciofficial** 24 saat oldu bu insan bebesinden ayrı hani biraz abartmıyormuyuz . Sayın Cumhurbaşkanım @rterdogan rica etsem işe yararmı : ( bana yapsanız ben tek kadını .Kılım kılmadamaz .Bunun bekleyen bebesi var :(

Düzenlendi · 1g

Johnston tarafından “güdümlü demokrasi” olarak adlandırılan bu yönlendirilmiş demokrasi, karar almanın halkın katılımı veya müzakeresi yerine küçük bir grup veya tek bir lider tarafından yönetildiği bir hükümet biçimidir. Yönlendirilmiş demokrasi, kamuoyunu etkilemek ve muhalefeti sınırlamak için medya ve propagandanın manipülasyonunu içerebilir (2015). Dolayısıyla yurttaşlar dileklerini, şikâyetlerini, tepki ve isteklerini ilgili kuruma ve kişilere değil güçlü olan gruba ya da tek lidere yönlendirir. Aslında yurttaşın kendi cumhurbaşkanına ulaşmak ve ondan bir talepte bulunmak için küresel bir medya pazar yeri olan Twitter'ı aracı etmesi son derece ironik bir durum oluşturmaktadır.

Yurttaşların doğru bilgiye ulaşma yolları kısıtlandığında, alternatif kanallara yönelmektedirler. Alternatif kanallardan günümüzde en çok kullanılanı kara şeffaflığın bir alt türü olarak ele alınabilecek olan whistleblowing'dir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de “whistleblowing” yani “ifşacı, muhbir, ihbarcı” gibi isimlerle anılan kişiler, genellikle herhangi bir siyasi, ekonomik, hukuki suiistimal veya yolsuzlukla ilgili bilgi edinen veya bu durumu ortaya çıkaran bir çalışan, hissedar, gönüllü, yüklenici, alt yüklenici, tedarikçi ya da eski çalışanı işaret etmektedir. Bu durum kamuoyu tarafından ilgi çeken bir kara şeffaflık türüdür. 23 Kasım 2019'da Avrupa Birliği (AB) tarafından ihbarcıları korumaya yönelik bir yönerge kabul edildi. Wikileaks ile başlayan kirli gerçekleri ifşa etme pratiği halkla ilişkilerin Amerikan ilerçilik çağında muckraker gazetecilerin eylemleri sonucunda doğuşuna benzeyen bir süreci göstermektedir.

Türkiye'de ise ifşacıların kamuoyunda en çok konuşulanı hiç kuşkusuz, 2021 yılında mafya lideri Sedat Peker oldu. Dijital medya üzerinden yaptığı paylaşımlarda ve YouTube üzerinden yayınladığı videolarda kullandığı “bir tripoda, bir kameraya yenileceksiniz” sözü hafızalara kazınmıştır. Bu söz iletişimciler tarafından teknolojik determinizmin hayata geçmiş hâli gibidir. Peki dijitalleşme ile ekonomik, politik elitlere, erk sahiplerine kafa tutmak, onların hayatlarını ifşalarla değiştirmek mümkün müdür? Metahaven'a göre (Vinca Kruk ve Daniel van der Velden) “kara şeffaflık, gerçek hayatın büyük oranda dijital bir aleme taşınması halinde, çevrimiçi sistematik gözetimin oluşturduğu arka plana karşı, sırların gönülsüzce ifşasıdır. Kara şeffaflık, uluslararası ilişkilere yeni bir öngörülemezlik hissi getiren, enformasyon demokrasisinin radikal bir biçimidir. Kişisel, siyasi, anlık olarak jeopolitik olan “ihbarcı”nın bilinci hakkında sorular sordurmaktadır. Çağcıl ifşalar, eşi benzeri görülmemiş ölçekte ve gezegen ölçeğinde hesaplamalar yapan ağları yetkilendirir. Kontrol altına almak çok zordur ama önlemek daha da zordur; kara şeffaflık sadece açıklık, düzen, netlik getirmez, aynı zamanda kaosu, hezeyanı getirir ve istikrarsız, karanlık bir dünyanın da tetiğini çeker” (2014). Bilginin kaynağı ve doğrulanabilirliği ne derece mümkün? İşte tam da bu soru dijital demokrasinin geleceği hakkında ipuçları vermektedir. Herhangi bir kişi, dijital medyanın olanaklarından faydalanarak, bir anda milyonlar ile etkileşime geçebilmektedir. Bu durum dijital medyanın olumlu etkisi olarak okunmamalıdır.

**Resim 3** Sedat Peker'in ilgili videosundan bir görüntü



Byung-Chul Han'ın belirttiği gibi “yaşanan iletişimsel eylem krizinin izi, ötekinin meta düzeyde ortadan kaybolduğu kavrayışına dek sürdürülebilir.

Ötekinin ortadan kaybolması, söylemin sonu demektir. Bu, düşüncenin iletişimsel rasyonalitesini yokeder. Ötekinin kovulması, kişinin kendifikirleriyle kendine telkinde bulunduğu öz-propagandacı baskıyı artırır. Kendi kendine telkinde bulunan, iletişimsel eylemi zorlaştıran otistik (öz-referanslı) enformasyon baloncukları üretir. Öz-propaganda ihtiyacının artmasıyla, söylem alanlarının yerini git gide konuştuğunu duyduğu tek sesin kendisinininki olan yankı odaları alır (...) Söylem bir dinleme praxisidir. Demokrasinin krizi her şeyden önce bir dinleme krizidir” (2022: 32).

Dijital kitle, tarafı olduğu siyasi partiyi sanal yankı odalarında her durumda desteklemektedir. Farklı görüşlerin, demokrasinin temellerinden biri olan çeşitliliğin neredeyse tamamen önüne geçen bu sanal yankı odaları, tüm aynı fikirleri bir arada toplarken, kitleyi başka bir fikre veya başka bir siyasi partiye oy vermeye ikna etmek neredeyse imkânsız hale gelmektedir. Söz konusu durum dijitalleşmenin yol açtığı demokrasi kusurlarından birine karşılık gelir. Her enformasyon sonsuz defa, çoğu zamanda birebir aynı şekilde yinelenmektedir. Aynı görüntüleri tekrar tekrar veren haber kanalları bir yana, gazeteler, kopyala-yapıştır hareketliliği gerçek bilgileri toplamaktan daha önemliymiş gibi, kendi internet sitelerinde yeni gönderileri en hızlı şekilde yayınlamak için çaba harcamaktadır (Cage, 2016: 2). Bugün aynı hız ve aynı çarpıklıkla kaynağı belli olmayan enformasyon yığını dijital medyada yayılmaktadır. Bu durumda dijitalleşmenin etkisiyle her söylenene inanma probleminin yerini her yazılanı gerçek sanma probleminin aldığı söylenebilir.

Gerçeğin bozulması durumuna Žižek (2006: 236)'in sunduğu örnek de çarpıcıdır. Bir Hollywood filmini tanıtmak için kullanılan, “çok gerçek, kurgu olmalı!” sloganı gerçeklik ve kurgu arasındaki bu radikal birleşmeyi tam anlamıyla açıklamaktadır. Mosco'nun (2019: 74) da belirttiği gibi, Amazon, Facebook, Google, Microsoft, Apple tarafından yönetilen ticari çıkarlar, donanım, yazılım, ürün ve hizmetlerin yanı sıra, insanlar ve nesnelere hakkında toplanan verilerin satılması için bir araç olarak yeni nesil internet programının tanıtımından

birincil derecede sorumludur. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Çin'deki hükümetler, yurttaşlarını bitmeyen gözetim yoluyla kontrol etme, askeri gücü genişletme fırsatlarından yararlandıkları için bu şirketlerin faaliyetlerini desteklediler. Çünkü bu şirketleri ekonomik büyüme için hayati önemde görüyorlar. Büyük teknoloji ve onun hükümetteki destekçileri, birlikte güçlü bir gözetim kapitalizmi oluşturdular. Oysa Kuçuradi'nin de belirttiği gibi, demokrasi ancak vatandaşlarının toplumsal ilişkilerin kurulmasında – yani pozitif hukukta – adaleti sağlamak için var olduğunun bilincinde olduğu bir devlette işleyebilir. Yurttaşların insan haklarını korumak için (2013: 42). Freedom House'a ait, “The Freedom on the Net” dünya çapında internet ve dijital medya özgürlüğüne dair yıllık araştırma ve analizleri içermektedir. Freedom on the Net'in ülkelerin internet özgürlüğünü değerlendirilirken kullandığı üç ana kategori: kullanıcı hakları ihlali, erişim engeli ve içerik sınırlaması kriterleridir.

Dijital alanlar, dijital demokrasinin uygulama alanlarına denk düştüğünden internetin özgür olma/olmama durumu dijital demokrasi ile doğrudan alakalıdır. Eğer yönetenler ve güç odakları lehine işleyen bir sistem, halkla ilişkiler yerine spin yapılarak manipüle ediliyorsa yurttaşın “hayır” deme olanağı kısıtlanmış ve denetime tabi tutulmuş demektir. Böyle bir ortamda gerçeklere erişmek neredeyse imkânsızdır. Newman'ın da belirttiği gibi politikacılara duyulan güvensizlik yeni olmasa da politikanın artan medyatikleşmesi profesyonel sahtekarlığın yükselişini kolaylaştırmaktadır (1997: 155). Güvenle ilgili kaygı, Jean Baudrillard'ın ifade ettiği şekliyle sanallaştırılmış dünyanın gelişimi kavramında ortaya çıkmaktadır. Baudrillard, medya, teknoloji ve toplumun gelişimine bakarak, dünyanın bir temsilini (örneğin bir görüntü) (yeniden) üretme becerisinin gerçek dünyanın yakalanmasından hiper gerçek temsillere doğru ilerlediği teknolojik bir süreci inceler: geliştirilmiş veya modifiye edilmiş versiyonlardan, gerçeklikte bir temeli olduğunu iddia eden tamamen yapay temsillere kadar. Baudrillard bu tarihsel süreci ekonomik ve sosyal dünyaya ilişkin olarak görse de, gerçeğin

gerçek kılığına giren göstergelerden ayrılması, gerçekliğin tersine çevrilmesine yol açmıştır: hayali temsil, gerçeği önceler ve onu şekillendirir. (Baudrillard, 1988: 169–72). Bu şekilde, her şeyin saf haliyle devam etmesi için tersine dönüştüğünü savunmaktadır (177).

Haluk Geray (2019: 15-16)' a göre; "dijital medyanın önemi halkla ilişkilere getirilen eleştirileri düzeltilecek gizil güce sahip olmasıdır. Dijitalleşme anlık etkileşimle daha demokratik, daha özgürlükçü bir yapı algısı yaratmaktadır. Oysa demokrasinin olmazsa olmazlarından doğru bilgiye erişim, ifade ve basın özgürlüğü gibi kavramlar köksüzleşmekte yani içi boşaltılarak değer kaybına uğramaktadır. Bu durumun en bariz örneği gazeteciliğin şekil değiştirmesidir. Gazeteci, bilgiyi (gerçek bilgi) halka sunan kişidir. Fakat dijitalleşme ile halk, gazeteci ile yer değiştirerek bilgiyi sunan kişi haline gelmektedir. Yurttaş gazeteciliği anlayışı, sorunlara çözüm arayan pratiklerin demokrasi tezleriyle bağlantısının kurulduğu bir deneyim olarak görülebilir. Medyanın okuyucu/izleyici kaybetmesine ilişkin ekonomik sorunlarla başa çıkma çabasında geliştirilen bir pratik olarak yurttaş gazeteciliği, söz konusu sorunların çözümünün demokrasinin geliştirilmesiyle bağlantısını kurmaya çalışmaktadır (Uzun, 2006: 635). Bu bağlamda "yurttaş gazeteciliği" kavramı, gazeteciliğin düşüşü ile ilişkilendirilebilir. Çünkü burada oldukça problemlili bir bilgi akışı söz konusudur. Anında dijital medya platformlarında dolaşıma giren görüntüler gazeteciliğin özgün haber arayışı ve gazetecilik etiğini göz ardı etmektedir. Artık her şey haber olabilir, gündem haline gelebilir. Yurttaşlar gün içerisinde karşılaştıkları hemen her şeyi kayda almakta ve yayınlamaktadır. Kısa sürede dolaşıma giren içerikler, milyonlarca kişi tarafından izlenerek ve paylaşarak, birçok haber kanalının yarattığı etkiden daha fazla etki yaratmaktadır. Çünkü bu çağın dijital yurttaşı, dijital alanda daha da görülür ve duyulur bir konumdur. Örneğin yurttaşlar, ellerindeki akıllı telefonları kamera olarak kullanmakta, her an her şeyi kayıt altına alarak paylaşmaktadır. O halde çalışmanın hareket noktasını klasik demokrasiden farklı olarak dijital

demokraside onay vermeme hakkını kullanan yurttaşın klasik kamusal alana çıkarak protesto etmek yerine dijital kamusal alan üzerinden sesini duyurma çabası oluşturacaktır. İşte tam da bu noktada dijitalleşmenin daha özgürlükçü olduğuna dair yapılan vurgu sorgulanacaktır. Dijital medya ile doğrudan bağlantılı dijital demokrasi kavramı söylendiği gibi daha demokratik, daha özgürlükçü ve daha eşitlikçi bir yapıya mı karşılık gelmektedir yoksa kontrol edilebilirliği yani gözetimi meşrulaştırma aracı mıdır? Bu bağlamda yurttaşın kendi sesini duyurma çabası demokrasi ile ilişkili olumlu bir alana karşılık gelse de-içeriğin kaynağı ve doğrulanabilirliği göz önünde bulundurulduğunda- yurttaşların doğru bilgiye erişimi konusunda sorunlu alanlar vardır.

Türkiye'de 1946'dan itibaren (darbelerle gerçekleşen kopmalar hariç olmak üzere) yönetim, çoğulcu veya çoğunlukçu demokrasi ile idare edilmektedir. Demokrasi, yurttaşa kendi geleceği hakkında söz sahibi olma hakkını vererek temsil iradesini devralması niteliğiyle, tek tek bireylerin görüş, düşünce ve algılarının etkili iletişim ile politikalara ikna edilmesi faaliyetiyle halkla ilişkiler alanını yakından ilgilendirmektedir. İonna Kuçuradi, "Herkes, devletle ilişkisinde yurttaştır, özellikleri ne olursa olsun. Ama ondan öte, insandır. Neden bugün insan haklarının korunması uluslararası bir şekil almıştır ve sadece ulusal bir mesele değildir? İnsan hakları, uluslar üstü bir şeydir, insan olan herkese dair bir şeydir" (2012).

### Halkın Tercihi ve Erişim Engelleri

Dijital çağın uzantısı dijital demokrasi modelinde halkın tercihi aynı önemini korumaktadır. Demokrasinin dijitaldeki yapısı (daha özgürlükçü, daha eşit, daha demokratik ortamlar algısı) uygulama farklılıkları (hesap oluşturma, dijital kimlikler, tıklamalar) ve meşruiyet kazandığı irade (dijital kitle) değişime uğrasa da "halkın seçimi", yine benzer şekilde bu alanda da yönetilmesi gereken bir şeydir. Bu açıdan değerlendirildiğinde sınırlı da olsa, dünyada örnekleri bulunan dijital oy kullanma edimi, bir yandan tüm dünyaya demokrasinin dijital modelinin uygulanabilir olduğunu gösterirken diğer yandan bu modelin tüm dünyada aynı şekilde

uygulanıp uygulanamayacağı sorunu, Halkla ilişkilerin dijitaldeki varlığı ve klasik demokrasi ile birlikteliği üzerinden ele alındığında daha anlamlı bir tartışmaya evrilebilir. Dijitalin doğası gereği gizlilikten son derece uzak yapısı, her an her şeyin paylaşıldığı enformasyon yığını, dezenformasyon ve mezenformasyon, manipülasyon, çerçeveleme ve gündem belirleme gibi uygulamaların yanında botlar ve troller ile birlikte güvenlik sorunu da göz önünde bulundurulduğunda, bu derece kompleks bir yapıda demokratik uygulamaların ne denli demokratik olabileceği ve ne denli kamu yararını gözeteceği ayrı bir soruna işaret etmektedir. Bu sorunun temelinde dijitalin doğası gereği göbekten bağlı olduğu internet sağlayıcıların herkes için erişilir olmadığı sorunu yer almaktadır.

Demokratik rejimlerde çok yönlü etkiler altında oluşan kamuoyunun siyasal iktidarların aldıkları kararları etkilediği ilkesi genel kabul görmektedir. Ancak, demokrasi bakımından en gelişmiş toplumlarda bile kamuoyunun tamamen özgür bir şekilde oluştuğu ileri sürülemez. Çünkü toplum farklı çıkarlara sahip kesimlerden oluşur ve kamuoyunu etkilemeye çalışan çeşitli çıkar ve baskı gruplarının ellerindeki olanaklar eşit değildir. Ekonomik olarak daha güçlü olan toplumsal kesimler görüşlerini duyurabilmek ve kendi görüşleri doğrultusunda kamuoyu oluşturabilmek bakımından daha şanslıdır. Bu nedenle, kamuoyunun oluşmasına uygun ortam sağlama bakımından demokratik rejimler ideal değildir ama totaliter ve gelişmekte olan ülke rejimlerine göre daha elverişli olduğu söylenebilir (Atabek, 2002: 233). Bütün ahlak ve hukuk normları bir toplulukta bir düzen yaratmayı amaçlamaktadır. Ancak şu soruyu da sormak gerekmektedir: bir düzenin varlığı insan haklarının korunması için yeterli midir? (Kuçuradi 2006: 106). Hiçbir düzen tek başına hakların korunması için yeterli değildir. Burada birçok parametre devreye girer. İnsanların dijitalde taşınması ile söz konusu hakların dijitalde korunması daha da zorlaşır. İnsan haklarını “sınırlayan” birçok engelden biri olan “erişim engeli”, dijital alanlarda haklar bakımından daha sınırlayıcı olabilir. Bu sınırlamalar mevcut altyapı kaynakları ile ilişkili olduğu gibi, yönetenlerin ve

güç odaklarının istekleri doğrultusunda yapılan kısıtlamaları da kapsamaktadır. Altyapısı sınırlamaları internete erişimi veya internet bağlantılarının hızını ve kalitesini kısıtlıyor mu? İnternete erişim maliyeti erişimi sınırlıyor mu? Belirli kesimler ekonomik, coğrafi veya diğer nedenlerle internete erişim sağlayabiliyor mu? Yönetenlerin bağlantıyı kısıtlamak amacıyla internet altyapısı üzerinde yasal veya teknik kontrolü var mı? Hizmet sağlayıcıların çeşitliliğini kısıtlayan düzenleyici, ekonomik veya yasal engeller var mı? Hizmet sağlayıcıları ve dijital teknolojiyi denetleyen, düzenleyici kurumlar özgür, adil ve bağımsız bir şekilde faaliyet gösteriyor mu? Bu soruların cevapları herhangi bir ülkede erişim engellerinin derinliğini göstermesi bakımından önemlidir. Bu soruların cevapları aynı zamanda düzenin tek başına hakların korunması konusunda yetersiz kaldığı görüşünü de destekler.

Henüz demokrasi yolculuğunu tamamlayamayan ülkelerin dijital ile deneyiminin birçok yönden eksik kalması olağandır. Örneğin bugünün demokrasi anlayışına bakıldığında, seçimlerin hala çoğunluk ve azınlık ile ilişkili olduğu görülmektedir. Öncelikle, demokrasinin çoğunluk meselesi olmadığı vurgulanmalıdır. Çoğunluk, kendi başına bir demokratik kararı açıklamakta yeterli değildir. Baskıcı rejimlerin ve diktatörlüklerin büyük bir kısmı gerçekten de büyük bir halk onayına sahiptir. Ama bu onları demokratik yapmaz. Demokrasi, propaganda ve oy kullanma özgürlüğü koşullarına ve çoğunluğun arzusundan bağımsız, azınlıkların haklarının korunmasına işaret etmektedir. Bu durumda yeni dijital demokrasi, azınlıkların eziyet ve zulmünü inkâr edilemez bir şekilde sınırlandırılması, fikir ve hareketlerin daha görünür hale gelmesi durumuna, hem insanları gerçek demokrasinin temel ilkeleri hakkında bilgilendirerek hem de eğiterek yardımcı olabilir (Castelfranchi ve Falcone, 2019: 71). Kuçuradi de benzer bir ifade ile demokratikleşmenin, çok partili seçimler ile eşleştirildiği bir demokrasinin insan haklarını güvence altına alamayacağını söyler ve bu durumun özellikle gelişmekte olan ülkelerde insan haklarının yolunu kapatabileceğini gözden kaçırmaya neden olabileceğini vurgular (2004: 21).



Bugün insan hakları ve demokrasi birbirinin yerine geçen terimler olarak ezbere kullanılmaktadır yani her iki kavram da yaygın olumlu değer yargılarından dolayı birbirinin yerine kullanılmaktadır (Kuçuradi, 2011: 25). Oysa çoğu uygulama demokrasi adı altında insan haklarını budamaktadır. Örneğin dijital demokrasinin temel gerekliliklerinden biri eşitlikse eğer, herkesin internet erişimine sahip olup olmadığı meselesi demokrasinin eşitlik vurgusunu derinden sarsar. Söz konusu mesele dijital demokrasinin olmazsa olmazlarından birine karşılık gelmektedir nitekim. Çünkü internet erişimi bulunmayan bir birey, pratik olarak, demokrasinin temel hakkı olan siyasi katılım haklarından oy kullanma edimini gerçekleştiremeyecektir. Dijitalde gerçekleşen bir referandumda, evet veya hayır diyebilmesi için, öncelikle dijital mecraada varlık gösterebilmesi gerektiğinden, en basit hali ile bir dijital cihaz ve bir internet bağlantısına ihtiyaç duymaktadır. Böyle bir cihaza ve internet bağlantısına doğrudan erişimi yoksa, en iyi ihtimalle çeşitli engelleri aşarak ve gecikmeli olarak, örneğin referandumda oy kullanabilecektir; ancak bu durumda dahi en başından kendini gösteren erişim engeli varlığını sürdürecektir. Söz konusu erişim engeli örneklenecek olursa, çok yakın zamanda, Kovid-19 pandemisiyle, Türkiye’de büyük bir çoğunluğun internet erişimi veya internete bağlanacak dijital bir cihazı dahi bulunmadığı gerçeği ortaya çıkmıştır. Türkiye’nin birçok yerinde internet erişiminin bulunmaması ve bu sebeple öğrencilerin ders takibini online platformlarda yapmasının imkânsız olması insanların anayasa ile güvence altına alınmış olan eğitim hakkını engellemiştir. Oysa Kuçuradi’nin de belirttiği gibi, yaygın olan devlet anlayışında devlet, kimi zaman olumlu anlamda (devlet baba) çoğu zaman yurttaşları ezen bir varlık olarak yani kendi başına bir varlık olarak görülmektedir. Oysa devlet dediğimiz şey hukuksal bir insan kurumudur. Bu kurumun ana varlık nedeni yurttaşların insan haklarını korumaktır (2004a: 39).

Dijital demokrasi kavramı farklı yollarla tarif edilebilir. Tarafsız bir şekilde tüm kullanıcıları kapsayan bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) – demokrasinin işleyişini ve daha özel olarak, fikir

açıklama, tartışma, oylama, karar alma gibi temel işlemleri etkileyebilecek ve değiştirebilecek olan – olarak tarif edilebilir. Normatif bir bakış açısıyla, dijital demokrasi, BİT kullanımının demokratik değerleri sağladığı siyasi sistem olarak tanımlanabilir (Catinat ve Vedel, 2001: 185). Aslında dijital demokrasi sorununu kamusal tartışmalara taşıyan platform, küçük aktivist ve geliştirici çevrelerinin ötesinde, kuşkusuz Berlin merkezli İnteraktif Demokrasi Derneği’ne bağlı programcılar tarafından üretilen bir yazılım olan LiquidFeedback’tir. 2009-2011 yılları arasında, Almanya korsan partisi tarafından kullanılmasıyla ünlendi ve sonrasında kooperatifler, sivil toplum kuruluşları ve şirketler tarafından fikir toplamak ve tabanın duygularını kaydetmek için kullanıldı (Gerbaudo, 2019: 112). Google’a “LiquidFeedback” yazıldığında, arama sonuçlarını “demokrasi yazılımı” olarak vermektedir. Demokrasinin dijital yolculuğunun bu tür yazılımlar ile başladığı söylenebilir. Demokrasinin gerekliliklerinden biri olan oy kullanma ediminin gerçekleşmesi için geleneksel yöntemde oy sandıkları, oy pusulaları ve mühürlere ihtiyaç varken, dijitalde dijital bir cihaz, internet erişimi, demokrasi yazılımı ve bir tıklama ile oy kullanılabilir.

Öte yandan Mosco (2019: 76), Avrupa’da, Çin ve ABD’ye alternatif, bir büyük teknoloji modeli geliştirilmesine yönelik, eğitim ve araştırmada önemli bir genişleme ile başlayan alternatif bir modelin, Barselona’da uygulandığı gibi, planlama ve politika oluşturmada tam yurttaş katılımını taahhüt etmesi gerektiğini belirtmektedir. Herhangi bir yeni sistem evrensel olarak erişilebilir olmalı, mahremiyeti korumaya kararlı olmalı ve gözetim kapitalizmini engellemek için tasarlanmalıdır. Açık kaynaklı yazılım kullanmak, yurttaşlara kendi verilerini kontrol etme ve kendi seçtikleri ağlara taşıma hakkı vermelidir. Buradan hareketle, dijital demokrasi için her platform bir demokratik ortam mı, her paylaşım demokratik bir paylaşım mı ve bu platformlarda demokrasi nasıl uygulama alanı bulacak? soruları önem kazanmaktadır. Bu bağlamda Pianini ve Omicini (2019: 85), dijital demokrasi için, her platformda ortak, dört temel ayrıcalık belirtmektedir. Bunlar;

teklifin hazırlanması, görüşün ifadesi, görüşlerin bir kararda özetlenmesi ve kararın yürürlüğe girmesidir. Dijital demokrasi için belirlenen bu dört temel ayrıcalığı, İtalya'da, Movimento 5 Stelle' nin (Beş Yıldız Hareketi) dijital oylama uygulaması tam anlamıyla örneklemektedir. Beş Yıldız Hareketi, kayıtlı üyelerini önemli bir çevrimiçi istişareye katılmak üzere, 18 Mayıs 2018'de, e-posta aracılığıyla çağırıştır. Rousseau katılımcı portalının ana panosunda, Matteo Salvini' nin sağcı popülist partisi Lega ile, uzun süredir müzakere edilen, "hükümet sözleşmesine" oy vermek için bir pencere oluşturulmuştur. 44.796 kişinin katıldığı online oylamada, 42.274 evet oyu, 2.522 hayır oyu ile, çoğunluğun (%94) anlaşmayı desteklediği sonucuna varılmıştır. Birkaç hafta sonra, Beş Yıldız Hareketi ve Lega, iki partinin renklerinden dolayı, basın tarafından sarı-yeşil veya carioca olarak adlandırılan bir koalisyon hükümeti kurmuştur (Gerbaudo, 2019: 1). Dijitalleşmenin hemen her alanda ön planda olduğu bu çağda, siyasi partilerin dijitalleşme sürecine adaptasyonu kaçınılmaz. Bu örnekte de görüldüğü gibi, dijital platformlar, demokrasinin gerekliliklerinden biri olan müzakere ve oylama gibi durumlarda, kısa sürede milyonlarca insana ulaşım imkânı tanımaktadır. Ancak burada yine aynı sorun karşımıza çıkmaktadır: Erişilebilirlik. Örneğin Türkiye'de e- posta ile ulaşılacak kişilerin sayısı (e-posta hesabı olanlar) sınırlıyken, internet erişimi, cihaz sahipliği gibi diğer eksiklikler biliniyorken, herhangi bir demokratik oylamanın eşitsiz bir ortamda, yani hiç de demokratik olmayan bir ortamda başlayacağı ortadadır. Fakat buna rağmen Türkiye'de de referandumlar düzeyinde herkesi kapsayan şekli ile olmasa da, Boğaziçi Üniversitesi'nde uygulanan "güven oylaması" dijital demokrasiye örnek gösterilebilir. Boğaziçili Akademisyenler bu yolla dijital bir sistem üzerinden adaylığını destekledikleri ve desteklemedikleri Rektör adaylarına oy kullanmıştır.

İnsanların interneti özgürce kullanma hakkını savunmak, hem dünya çapında sivil toplumu güçlendirme stratejik hedefi ile uyumlu olduğu

hem de ifade özgürlüğü konusunda Amerikan inançlarına sahip olduğu için, ABD Dışişleri Bakanlığı, belirli bir politika hedefi olarak "İnternet özgürlüğüne" kendini adanmıştır (Shirky, 2017: 30). Bu değişimin gerçekleşmesi, üçüncü dünya ülkeleri için, dijital cihazlar ve internet kullanımının herkes için erişilebilir olması ile mümkün olsa da merkez ülkeler -sayılı da olsa- dijital demokrasiyi deneyimlemeye başlamıştır. Bu durumda tekrar üzerinde durulması gereken dijitalde demokrasinin nasıl işlediğidir. Dijital demokrasinin konsepti, metodolojisi, kullandığı araçlar, uygulamaları, ayrı bir sorgulama gerektirir. Fakat, özellikle üçüncü dünya ülkeleri arasında, insanların interneti özgürce kullanma hakkını savunmak için, öncelikle erişim hakkına sahip olmaları gerekmektedir. İnternet erişiminde de önce, internete erişim sağlayabileceği bir dijital cihazının dahi bulunmadığı ülkelerin varlığını göz önünde bulundurursak (görmezden gelmezsek) Türkiye'de bu durumun kısa sürede gerçekleşmesi olanaklı değildir. Öncelikle bu durum beraberinde dijital aristokratların oluşmasını sağlayacaktır. Yani yazılımdan daha fazla anlayanın manipülasyon, değişiklik yapma ve hatta ortaya çıkan verileri spin ile değiştirme gibi elinde daha fazla hak sağlanmış olacaktır. Ayrıca dijital göçebeler ve kendini teknoloji ile ifade etmek istemeyenleri de düşünmek zorundadır demokrasi. Dijital demokrasi sadece oy kullanmak değildir, propaganda yapabilmek, kendini doğru ifade edebilmek için (sosyal medya uygulamalarında farklı şekilde gerçekleşmektedir- yazı, fotoğraf ya da video gibi) gerekli donanıma sahip olmak da gerekmektedir.

### **Özgür Bireylerin Oluşturduğu İçerikler versus İçeriklerin Sınırlanması**

Dijital çağda özgürlük, dijital medya platformlarında içerik paylaşmak ile ölçülür hale geldiğinden, dijitalin daha özgür olduğu varsayımı çoğunluk tarafından kabul görmektedir. Demokrasi, yurttaşının temel hak ve özgürlüklerini yasalar ile güvence altına alırken, dijital demokrasi özgürlükleri ücretsiz katılım ve herkese açık erişim

1 Beş Yıldızlı aktivistlerin gurur duyduğu bir yenilik, hareketin "dijital kalbini" oluşturan çevrimiçi bir platformdur. Kayıtlı üyeler, kuruluşun iç ve dış faaliyetleriyle ilgili çeşitli siyasi konular hakkında tartışabilir ve oy kullanabilir.

vaadi ile güvence altına almaktadır. Ancak dijitalde içerik üretiminin serbestliği oldukça tartışmalı bir konudur. Yönetenler, hizmet sağlayıcıları internet içeriğini özellikle de uluslararası insan hakları standartları tarafından korunan materyalleri engelliyor veya filtreliyor mu ya da engellemeye ve filtrelemeye zorluyor mu? Devlet veya devlet dışı aktörler yayıncıları, içerik barındırıcıları veya dijital platformları içeriği özellikle de uluslararası insan hakları standartları tarafından korunan materyalleri silmeye zorlamak için yasal idari veya başka yöntemler kullanıyor mu? İnternet ve dijital içerik üzerindeki kısıtlamalar şeffaflıktan belirtilen amaçlarla ne kadar uygun, bağımsız bir itiraz sürecinden yoksun mu? Yönetenler veya güç odakları içerik üretimini engelliyor mu? İçerik kısıtlamalarına dair bağımsız bir itiraz süreci var mı? Kullanıcılar içerik üretirken ve paylaşırken oto sansür uyguluyor mu? Online kaynaklar hükümet veya güç odakları tarafından kontrol ediliyor veya manipüle ediliyor mu? İçerik üretimini olumsuz yönde etkileyen ekonomik veya diğer düzenleyici kısıtlamalar var mı? Online bilgi ortamı çeşitlilik ve güvenilirlikten yoksun mu? Koşullar, kullanıcıların özellikle siyasi ve sosyal konularda topluluklar oluşturma, harekete geçme ve kampanya yapma becerilerini etkiliyor mu? Bu soruların cevapları Türkiye’de içerik sınırlamalarının boyutlarını göstermesi bakımından önemlidir.

Batılı demokrasilerde, son birkaç on yıl boyunca internet, yurttaşların çoğunluğu için günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Cep telefonu ve “Nesnelere İnterneti” (internet özellikli cihazlar) yükselişi ile internet; yurttaşlar, aileler, topluluklar, toplumlar olarak yirmi birinci yüzyılda yaşam biçimlerimize daha fazla dahil olacaktır. Bugün internet (özellikle dijital medyanın yükselişi ile), alışveriş yapmak, haberleri okumak, günlük yaşayış şekli; işletmelerin, parlamentoların ve hükümetlerin çalışma biçimlerine kadar her şeyi etkilemektedir. Böylelikle sosyal doku, politik ve ekonomik kurumlar değişmektedir. Diğer yandan bu dijital dönüşüm, siyasi kurumlar, gazeteciler, medya (geleneksel) ve politikacılar için yurttaşlar ve kullanıcılar ile yeniden bağlantı kurmaya ve etkileşim kurmaya kadar yeni zorluklar ve fırsatlar

yaratmaktadır (Schwanholz ve Graham, 2018: 1). Bu durum bugünün değişen dijital dünyasına uygun şekilde, bireylerin dijitalleştiği oranda, hedef kitlesi dijitalde olan siyasilerin ve buna bağlı olarak siyasetin de-zorunu da olsa-dijitalleşmesine karşılık gelmektedir. Fakat bu durumun gerçekleşmesi o kadar kolay değildir. Mevcut demokratik düzende oy kullanma ve özgürlük demokrasi için gerekli olsa da yeterli değildir. Oy kullanma edimi, yalnızca bilinçli ve özgür bir yargının oluşması için koşullar sağlanıyorsa anlamlıdır. Bu nedenle dijitalde yalnızca fotoğraf ve mesaj ile skandal göndermek veya fikir, eğilim toplamaya odaklanmak doğru değildir. Gerçek bir tartışma için zaman, dikkat ve karşıtlıklar gereklidir. İnsanların sesini duyurmak önemli bir gelişme olsa da bu yalnızca hashtagler, tepkiler, rıza-muhalefet istemek ve almaktan ibaret değildir. Tabanın bir bölümünün ruh halini test etmek, sadece bir gösterim ve son derece manipülatif bir şeydir. Ancak geçerli argümanlar oluşturmak, öğrenmek, bilgilendirmek gibi toplu bir organize akıl yürütmeden meydana geldiğinde anlamlı olur (Castelfranchi ve Falcone, 2019: 79). Ne var ki dijital mecraların çok fazla enformasyon barındırması ve dezenformasyon ve mezenformasyona özellikle başvurulması, çerçeveleme, gündem belirleme gibi iletişim uygulamalarının bir kişinin veya kurumun çıkarını sağlamak amacıyla kullanılması, botlar, troller ve güvenlik problemleri gibi bir dizi sorun dijital mecraların demokratik alanlar olduğu varsayımını gölgelemektedir. Politika ve yönetimde bilgi ve iletişimin dijital platformlar aracılığı ile sağlanması gizlilik konusunda da sorun oluşturmaktadır. Bir yöneten olarak, ABD Başkanı Donald Trump’ın dijital medya kullanımı bu konuya örnek gösterilebilir. Dijital medya platformlarını oldukça kişisel ve aktif kullanan Trump, dijital medya gönderileri ile dünyanın birçok yerinden tepkiler alırken, ABD’nin en son seçim sürecinde, yaptığı paylaşımlar ile kendi kitlesini sokaklara dökmüştür. Kısa sürede yaşanan dijital etkileşim ile dijital kitlenin hareketi sokağa taşmıştır. Olaylar sonrası hesapları kısa süreliğine de olsa yasaklanmış ve paylaştığı bazı içerikler kaldırılmıştır. ABD gibi, merkez bir ülkenin Başkanlığını yapmış bir kişinin hesaplarına müdahale edilmesi, “internet

özgürlüğü” konusunda, demokrasi konusunda olduğu gibi öncü! bir ülkenin dijital demokrasi sınavında sınıfta kalması olarak yorumlanabilir. Diğer yandan Trump’ın dijital medya hesaplarında son derece manipülatif ve kutuplaştırıcı bir dil kullanması, dijital medyanın siyasilerin elinde nasıl etkili bir propaganda silahına dönüştüğünü göstermektedir. Byung-Chul Han’a göre “Trump ilk Twitter başkanı olarak siyasetini tweetlere bölmüştür. Siyasetini belirleyen vizyonlar değil, viral enformasyonlardır. Enfokrasi, başarı odaklı, araçsal davranışı teşvik eder. Fırsatçılık yayılır (...) Zamansal istikrara (zeitstabile) sahip kanaatler ya da ilkeler, kısa vadede güç kazanmak için feda edilir” (2022: 23).

Demokrasi kavramı oldukça tartışmalı bir kavram, dijital demokrasi de aynı belirsizlikler ve çelişkiler üzerine kuruludur. Bu nedenle uzun vadede sorunları görmezden gelmek yerine, içeriğine odaklanmak gerekir. Demokrasi, idealize edildiği anlamı ile, yani en demokratik hali ile dijitalde nasıl uygulanabilir? Dijital demokrasinin dijital yurttaşları oy kullanma edimini dijitalle taşıırken dijitalin doğası gereği manipülatif yapısı karşısında aktif bir yurttaşlık deneyimi yaşayabilir mi? Bu ne kadar mümkün? Bu sorular bağlamında dijital kitlenin bilinçlenmesi sağlanabilir. Ama yine de anlamı, içeriği ve sınırlılıkları üzerine henüz tam bir fikir birliği sağlanamasa da sadece dijital kitlenin sayıca çokluğu göz önünde bulundurulduğunda bile, siyasetin dijitalleşme sürecinin dışında kalamayacağı çok açıktır. Dijitalin doğası gereği hem demokrasi ile uzlaşan hem de demokrasiden uzaklaşan yönleri bulunduğu söylenebilir. Yönetim biçimi olarak demokrasinin dijitalleşmesi aslında yönetenlerin ve yönetilenlerin dijital birlikteliğine işaret etmektedir. Bu da tam olarak dijital siyasiler ve dijital kitlenin birlikteliğine karşılık gelir. Söz konusu durum siyasetin dijitalle taşınması olarak da okunabilir. Dijital zeminde karşılığını bulan bu dijital birliktelik, dijital demokrasinin bizzat kendisidir.

Aslında dijital demokrasinin temel uygulama alanı, demokrasinin uygulama alanı ile aynı zeminde fakat farklı uygulama araçları ile ilerlemektedir.

Oylama, bu temel uygulama alanına karşılık gelir. Dijital demokraside seçmen ekranda bir dizi seçim yapar, seçimleri onaylar ve elektronik oy pusulasını elektronik oy sandığına “attırır.” Ama gerçekten seçmenin yapabileceği tek şey bilgisayarın ekranında ne yazdığını görmektir. Bu durumda seçmenin, bilgisayarın kendisine gösterdiğinin, bilgisayarın dijital belleğine yani elektronik oy sandığına kaydettiği oy seçimleri olduğuna güvenmekten başka şansı yoktur. Bu sistem, bazıları tarafından “perdenin arkasındaki adam” olarak tanımlanan sorunu yaratır, oyunuzu bir yazılım sistemine veriyorsunuz ve seçimleri değiştirmeden oyu sandığa atmasını umuyorsunuz (Alvarez ve Hall, 2008: 37). Oysa geleneksel sandık yeri, oyların sosyal toplulukla ilişkisinin sembolüdür. Oy verme merkezinin, kamu tarafından kontrol edilen yerlerden insanların oturma odalarına taşınması, bir bütün olarak insanların sosyal uyum ve dayanışma inancına zarar verebilir (Veit ve Huntgeburth, 2014: 123).

## Sonuç

Çalışmada, hemen her şeyin dijitalleştiği bu çağda Halkla İlişkilerin dijital alanlarda uygulamaları dijitalin sorunlu yanları ile birlikte değerlendirilirken, klasik demokrasinin Halkla İlişkiler ile ilişkisinden yola çıkarak, dijital demokraside Halkla İlişkilerin üstleneceği rol tartışılmıştır. Dijitalleşme, yöneten-yönetilen ilişkilerini dolaylandıran yeni bir alan yaratmıştır. Ancak bu yeni alan iddia edildiği gibi son derece “özgürlükçü” değildir aksine kontrol mekanizmalarının denetimine açık, bireyin mahremiyetini ihlal eden son derece “baskıcı” bir alandır. Bireyin gönüllülük esasıyla tüm bilgilerini paylaştığı bu ortamda bu bilgilerin başkalarının kullanımına açılması veya başka amaçlarla kullanılması tam anlamıyla güvenlik sorunudur. Bunun yanında doğru bilgiye erişim sorunu, dijital alanların manipülasyona, dezenformasyon ve mezenformasyona elverişli yapısı ile gerçeklerin gizlenmesine daha fazla olanak sağlamıştır.

Dijitalleşme ile birlikte bireyler, kendi tercihleri olduğuna ikna edildiği aynı şeylere sürekli maruz kalırken, başka bireyler -fakat yine görüş ve yaşayış olarak aynı bireyler- ile etkileşiminde,

yine aynı algıyla sürekli maruz kaldığı “şeyler” üzerinden bu “aynılık” üzerine kurulu yeni ilişki biçimi yaratmıştır. Literatürde sanal yankı odaları olarak tanımlanan kullanıcıların yalnızca kendi görüşlerine uygun kişileri/ fikirleri takip etmesi durumu farklılığı tamamen reddettiğinden dijitalin özgürlükçü ortamlar iddiasını yerle bir etmiştir. Böyle bir ortamda X partiyi, X kişiyi ve/veya X fikri desteklemek, bu X'ler dışında herhangi bir şeyden haberdar olmadan, X'ler dünyasında kaybolup gitmeyi temsil ederken bu durum yönetenler lehine işleyişin dışına çıkmayı neredeyse imkânsız kılmıştır. Byung Chul Han'ın söylediği gibi dijitalleşme, geleceğin demokrasisi olacağı hayal edilen gerçek zamanlı demokrasinin tam bir yanılısına olduğu ortaya çıkmıştır (2022: 29). Bu yanılısına dikkat edilirse sadece ekonomik para ilişkilerini, zenginliğin adaletsiz bölüşümünü, sınıf çıkar ve ilişkilerini gizlemektedir. Hatta zenginliği ve gösterişi methetmekte yoksulluk ve yoksunluğu görünmez kılmaktadır.

Böyle bir ortamda Halkla İlişkilerin konumu, klasik demokrasi ile ilişkisiyle bağlantılı, dijital demokrasinin geleceğini öngörmek açısından değerlendirilmiştir. Halkla İlişkiler ve demokrasi ilişkisinde halkla ilişkiler, yöneten lehine yönlendiren rolü üstlenirken, dijital demokrasi de benzer şekilde yönetenlerin yönlendirmek/ yönetmek istediği dijital alana karşılık gelmektedir. Bilgilendirerek yurttaşı birbiriyle kaynaştırması gereken halkla ilişkiler dijitalleştikçe insanları izole, kendi sesi ve görüşüne hapsolmuş, ötekini dinlemeyen ve ötekiliği iyice belirginleştiren bir duruma girmiştir. Bu durum oldukça sorunlu ve çokça da tartışmalıdır. Dijital demokrasinin uygulanabilirliği ve karşı karşıya olduğu sorunlar temelde internet özgürlüğü sorunu ve dijitalde yaşanan iletişim bozukluklar tanımlanmalıdır. Demokratik süreç “hayır” diyen veya deme ihtimali olan yurttaşı dışlamamayı, onu da dinlemeyi içermektedir.

Freedom House tarafından her yıl yayınlanan “Freedom on the Net” 2022 raporuna göre Türkiye, yüz üzerinden otuz iki puan ile internet özgürlüğü olmayan ülkeler arasındadır. Çalışmada,

bu raporun sonucunu etkileyen kriterler Türkiye’de yaşanan sorunlar ile ilişkili değerlendirilmiştir. Kullanıcı hakları ihlali, erişim engelleri ve içerik sınırlamaları şeklinde üç ana sorun üzerinden değerlendirilen internet özgürlüğü raporu üzerinden, dijital demokrasinin gelecekteki yönü tayin edilmeye çalışılmıştır. İnternet özgürlüğü olmayan ülkelerin özgürlük vaatleri ancak Halkla İlişkilerin klasik demokrasilerde üstlendiği rol ile inandırıcılık kazanabilir. Zira Halkla İlişkilerin ABD’de ortaya çıkışı tesadüf değildir. Halkın tercihlerinin değer kazanması ile birlikte halkın tercihlerinin yönetimine ihtiyaç duyulmuştur. Bugün halk, dijitalleşme ile dijital alanlara hapsolsa da demokrasinin temellerinden biri olan oy kullanma edimi, dijital demokrasinin de temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle kitlelerin yönlendirilmesi ve/veya yönetilmesi aynı önemdedir.

Halkla İlişkiler, demokrasi ve dijital demokrasi kavramlarının hem kendilerine hem de ontolojik olarak düşünce dünyasında durdukları pozisyona göre durumlarının sorgulandığı bu çalışmada, demokrasilerde halkın tercihine değer verildiği sürece Halkla İlişkilerin dijital demokrasi ile olan yeni ilişkisinde de yerini ve önemini koruyacağı görülmektedir. Fakat göz ardı etmemek gerekir ki, dijitalleşme, klasik demokrasinin karşı karşıya olduğu birçok soruna ya yenilerini eklemiş ya da mevcut sorunları derinleştirmiştir. Tüm bu tartışmalar sonucunda dijital demokrasinin, yakın gelecekte klasik demokrasinin yerini alsa dahi, dijitalin sorunları ile doğrudan bağlantılı, çok sağlıklı işlemeceği/işleyemeyeceği söylenebilir.

### Kaynaklar

- Alvarez, R. Michael ve Hall, Thad E. (2008). *Electronic elections: the perils and promises of digital democracy*. New Jersey: Princeton University Press. <https://0-ebookcentral-proquest-com.divit.library.itu.edu.tr/lib/itup-reader.action?docID=485763&ppg=45>
- Atabek, N. (2002). Kamuoyu, medya ve demokrasi. *Kurgu Dergisi*. 19, 223-238.

- Baudrillard, J. (1998). *The ecstasy of communication*. (B. ve C. Schutze, Trans.). Semiotext (e) Foreign Agent Series.
- Cage, J. (2016). *Medyayı kurtarmak: kapitalizm, katılımcı finans ve demokrasi*. (M. Erşen, Çev.). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Castelfranchi, C. & Falcone, R. (2019). The problematic relationship between trust and democracy: its crisis and web danger and promises. In P. Contucci, A. Omicini, D. Pianini & A. Sirbu (Eds.), *The future of digital democracy: an interdisciplinary approach*. (pp. 62-82). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-05333-8>
- Catinat, M. & Vedel, T. (2001). Public policies for digital democracy. In Van Dijk J.A.G.M. & Hacker K.L. (Eds.), *Digital democracy: Issues and theory and practice*. (pp.184-208). Sage Publications. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/itup/reader.action?docID=1204087&ppg=195>
- Dahl, R. (2017). *Demokrasi üzerine*. (B. Kadioğlu, Çev.). Phoenix Yayınevi.
- De Vries, (2018). *Black transparency in the era of post-truth*. <https://archive.krisis.eu/nl/black-transparency-in-the-era-of-post-truth/>
- Frantz, E., ve Kendall-Taylor, A. (2014). A dictator's toolkit: understanding how cooptation affects repression in autocracies. *Journal of Peace Research*, 51(3), 332-346.
- Geray, H. (2019). *Medyanın yeni ekonomisinde kurumsal iletişim: gazeteler, televizyonlar, reklamcılık ve halkla ilişkilerde dijital dönüşüm*. Ütopya Yayınevi.
- Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: political organisation and online democracy*. Pluto Press.
- Han, B.C. (2022). *Enfokrası: dijitalleşmenin ve demokrasinin krizi*. Ketebe Yayınları.
- <https://freedomhouse.org/sites/default/files/2022-10/FOTN2022Digital.pdf>
- <https://haber.sol.org.tr/haber/melih-gokcekten-aboubakar-paylasimi-pkk-baskininda-sehit-oldu-345588>
- <https://teyit.org/teyitpedia/teyit-sozluk-bilgi-duzensizligi-nedir>
- <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/galeri-gulsen-tutuklandi-sosyal-medya-ayaga-kalkti-1973739>
- <https://www.internethaber.com/tugba-ekinci-kus-oldugu-meslektasi-gulsen-icin-cumhurbaskani-erdogana-ricada-bulundu-2267992h.htm>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32019L1937>
- <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-55601333>
- Johnston, M. (2015). Directed democracy: a new approach to democratic governance in the twenty-first century. *Global Policy*, 6(1), 21-28.
- Kuçuradi, İ. (2021). Dijitalleşme, insan haysiyeti, bilgi ve etik. *TRT Akademi*, 6 (12), 564-569.
- Kuçuradi, İ. (2013a). *İnsan ve değerleri*. Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kuçuradi, İ. (2013). *Human rights: concepts and problems*. Lit Verlag.
- “Kadın hakları ve felsefe” konuklarımız: Türkiye Felsefe Kurumu eski başkanı Prof. Dr. İoanna Kuçuradi (2012, 24 Aralık). <https://zeynepdirek.wordpress.com/2012/12/12/kadin-haklari-ve-felsefe-konuklarimizturkiye-felsefe-kurumu-eski-baskani-prof-dr-ioanna-kucuradi-ve/>

- Kuçuradi, İ. (2011). Maltepe Üniversitesi İnsan Hakları Araştırma ve Uygulama Merkezi müdürü Prof. Dr. İoanna Kuçuradi'nin konuşması. İçinde İ. Kuçuradi (Editör), *Yirmibirinci yüzyılın başında insan haklarını korumada karşılaşılan sorunlar*. Maltepe Üniversitesi İnsan Hakları Araştırma ve Uygulama Merkezi, UNESCO Felsefe ve İnsan Hakları Kürsüsü Yayınları.
- Kuçuradi, İ. (2006). Etik ilkeler ve hukukun temel ilkeleri olarak insan hakları. İçinde B. Çotuksöken (Editör), *Felsefe Söyleşileri III-IV* (ss. 99-106). Maltepe Üniversitesi.
- Kuçuradi, İ. (2004a). *Felsefe ve insan hakları*. Türkiye Bilimler Akademisi.
- Kuçuradi, İ. (2004). Evrensel bildirgenin ellinci yılında: giriş. İçinde İ. Kuçuradi ve B. Peker (Yay. Haz.), *Elli yıllık deneyimlerin ışığında Türkiye'de ve Dünya'da insan hakları*. Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Kuçuradi, İ. (2003). İnsan hakları düşüncesinin ışığında insan hakları belgeleri. *Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 2, 6-11.
- Metahaven, (2015). *Black transparency: the right to know in the age of mass surveillance*. Sternberg Press.
- Mill, J. S. (2017). *Demokratik yönetim üzerine düşünceler*. (Ö. Orhan, Çev.). Pinhan Yayıncılık.
- Mosco, V. (2017). *Becoming digital: Toward a post-internet society*. Bingley: Emerald Publishing. <https://0-doiorg.divit.library.itu.edu.tr/10.1108/978-1-78743-295-620181006>
- Mosco, V. (2019). Citizens need to organise themselves against the current social media regime. Interview by J. Nogarede. *The Progressive Post*, 11, 74-78.
- Pianini, D. & Omicini, A. (2019). Democratic process and social platforms: an engineering perspective. In P. Contucci, A. Omicini, D. Pianni & A. Sirbu (Eds.), *The future of digital democracy: an interdisciplinary approach*. (pp.83-96). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-05333-8>
- Przeworski, A., Alvarez, M. E., Cheibub, J. A., & Limongi, F. (2000). *Democracy and development: political institutions and wellbeing in the world, 1950-1990*. Cambridge University Press.
- Schwanholz, J. & Graham, T. (2018). Digital transformation: new opportunities and challenges for democracy. In J. Schwanholz, T. Graham ve Stoll P.T. (Eds.), *Managing democracy in the digital age*. (pp.1-7). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-61708-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-61708-4_1)
- Shirky, C. (2011). The political power is social media: technology, the public sphere and political change. *Foreign Affairs*. 90 (1), 28-4. <http://www.jstor.org/stable/25800379>
- Tilly, C. (2014). *Demokrasi*. (E. Arıcan, Çev.). Phoenix Yayınevi.
- Uslu, A. (2017). Demokrasi. İçinde G. Atılğan & A. Aytekin (Yay. Haz.), *Siyaset bilimi: Kavramlar, ideolojiler, disiplinler arası ilişkiler*. Yordam Kitap.
- Uzun, R. (2006). Gazetecilikte yeni bir yönelim: yurttaş gazeteciliği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 633-656. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed/issue/61792/924149>
- Veit, D. & Huntgeburth J. (2014). *Foundations of digital government: leading and managing in the digital era*. Springer. <https://0-doiorg.divit.library.itu.edu.tr/10.1007/978-3-642-38511-7>
- Žižek, S. (2006). A plea for a return to différance (with a Minor Pro Domo Sua). *Critical Inquiry*. 32 (2), 226-249. <https://www.jstor.org/stable/10.1086/500702>

### Extended Abstract

In an era where digitalization rapidly pervades almost every domain, the digitalized manifestations of the fundamental elements of democracy seem to spark discussions as if they were entirely new concepts. In such an environment, what new problems might it give birth to? Additionally, which existing issues are prone to deepening? While even in advanced countries the communicative networks of digital democracy are highly complex, how can we accurately describe the convoluted networks of communication in developing nations? Is digital democracy inherently “more democratic”? Or does it leave no room for citizens to seek refuge from the arbitrariness of anti-democratic practices? While the answers to these questions are crucial for gaining an understanding of digital democracy, they alone are insufficient. Meaningful discussions can only take place within the framework of social science concepts that are connected to the idea of democracy.

In this context, this study aims to remember, remind, and facilitate collective thinking about the forgotten origins of existing public and governance relations in a democracy. Public relations, according to the general perception, is seen as “managing society in harmony.” If the same concepts evoke different connotations for everyone and if these connotations affect the relationships between the governing and the governed, it is necessary to discuss the subject in order to clarify it. Moreover, if this effect has turned into a domain where “perception managers, professionals, and manipulators” benefit, while the voice of the citizen becomes diluted, then the subject becomes worthy and significant to be academically examined.

First of all, when the concept of democracy is classically in question, it is necessary to set aside the concepts that are at the intersection of both democracy and public relations, such as people versus ruling powers, public versus pseudo-public opinion and manipulators, passive citizenship versus active citizenship, and revisit them when necessary.

Undoubtedly, ontological and philosophical questioning makes it more understandable on what basis digital democracy will be positioned in the relationship between public relations and democracy. From this point of view, analyzes will be made in parallel with the approach of Michael, who worked in the field of value ethics, on equality, freedom and individual rights. At the core of the concept of democracy is “human”. The deepest, most meaningful aspect of being human is undoubtedly freedom. Perhaps this is what makes democracy attractive and indispensable for people. So, with digital democracy, will people gain more freedom or will they renounce their freedom and fundamental rights under transparent surveillance?

For this reason, in order to evaluate democracy in a holistic way, it is necessary to understand the role of “created public relations” in the functioning of democracy, taking into account the conditions of that period. This holistic perspective also requires understanding the position of public relations in both governance and public perception. integrated into public relations practice; Concepts such as public opinion, public interest, information, virtual echo chambers and perception management contribute to the legitimacy of democracy. The basis of all these practices is convincing people in democratic countries when democratic principles are deviated or democracy is lacking.

The method employed in this study is case and event analysis. In this context, certain incidents that present a flawed image of democracy will be examined. Examples such as the arrest of singer Gülşen, the Sedat Peker videos, and instances involving Melih Gökçek and social media have been selected due to their significant public discourse and their relevance to the actual public sphere. These events are considered important for analysis because of their contentious nature and their impact on the public domain.

The obstacles to digital democracy in democratic functioning are generally grouped under three headings: 1) Free market economy (intensification



of media ownership, excessive commercialization of culture, protection of private interests of companies instead of people, and ignorance of public interest) 2) Disruptions in the flow of information (the decline of journalism, the integration of the internet with the dominant commercial media and communication, data collection without the consent of the individual, data processing, difficulty in accessing correct information, manipulation, disinformation, misinformation) 3) The perceptions and attitudes of the public and individuals (over-politicization versus apolitical masses, digital division, virtual echo chambers, security problem, bots, trolls) are the categories in which case studies will be explained.

These issues are discussed in particular in Freedom House's annual report, "The Freedom on the Net." This report evaluates internet freedom in different countries. According to the report; three main categories such as violations of user rights, access restrictions and content restrictions were identified as problems affecting internet freedom. In this study, the applicability of digital democracy in countries without internet freedom and the problems that may arise in practice will be examined.

In this study, which questions the status of Public Relations, democracy, and digital democracy based on their own positions and ontologically in the realm of thought, it can be observed that as long as the preferences of the people are valued in democracies, Public Relations will maintain its place and importance in its new relationship with digital democracy. However, it should not be overlooked that digitalization has either added new problems to the ones classical democracy already faces or deepened existing issues.

As a result of all these discussions, it can be said that even if digital democracy were to replace classical democracy in the near future, it may not function effectively due to its direct connection with the problems inherent in the digital realm.

## Yazar Bilgileri

### Author details

\*Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, esrakeloglu@gmail.com, Orcid: 0000-0002-1494-1712

\*\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Öğr. Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, yildizkayadevir@gmail.com, Orcid: 0000-0003-2332-8706

## Katkı Oranı

### Author Contribution Percentage:

Birinci yazar % 50 First Author % 50

İkinci yazar % 50 Second Author % 50

## Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

## Çıkar Çatışması

### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

## Kaynak Göstermek İçin

### To Cite This Article

Keloğlu İşler, E. İ. & Yıldız Kayadevir, R. (2023). Halkla ilişkileri demokrasi ve dijital demokrasi bağlamında ontolojik olarak sorgulamak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 47-65. <https://doi.org/10.47998/ikad.1235480>

# Dijitalleşme ve Medya Okuryazarlığı Üzerine İncelemeler: Türkiye'deki Akademik Çalışmalar

Analyses on Digitalization and Media Literacy: Academic Studies in Turkey

Mehtap UYAR\* Tuğba ASRAK HASDEMİR\*\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 22.01.2023 ■ Kabul Accepted: 28.03.2023

## ÖZ

Bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler hem iletişim uygulamalarını hem de medya okuryazarlığı dahil iletişim çalışmalarının kuramsal temellerini etkilemektedir. "Medya okuryazarlığı" terimiyle ilgili çeşitli tartışmalar ve araştırmalar bulunmaktadır. Dijitalleşmenin hızla yaygınlaştığı günümüzde, medya okuryazarlığının içeriği de konvansiyonel medya yanında dijital medyayı da kapsayacak biçimde genişlemiş durumdadır. Bu bağlamda, İnternet okuryazarlığının yanı sıra bilgisayar, siber, ağ, dijital ve bilgi okuryazarlığı gibi okuryazarlıklardan da söz edilmektedir. Makale; dijital medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, veri ve bilgi okuryazarlığı başta olmak üzere Türkiye'de medya okuryazarlığı kapsamında yapılan çalışmaları incelemeyi amaçlamaktadır. Söz konusu amaç doğrultusunda, çalışmanın odağını, 2015-2020 yılları arasında Türkiye'de sosyal bilimler, bilim ve teknoloji ile iletişim bilimleri alanlarında hazırlanmış doktora tezleri oluşturmaktadır. T.C. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi veri tabanından ulaşılan tezler; kapsamı, metodolojisi ve medya okuryazarlığı konusunu ele alış biçimi ve çıkarımları çerçevesinde incelenmiştir. Medya okuryazarlığı konusunda hazırlanan tezlerde kullanılan nitel, nicel ve karma metodolojiye veya ikincil veri kaynaklarına dayanan araştırma yöntem ve tekniklerinden yararlanma biçimleri incelenmiştir. Yapılan incelemelerden hareketle, uluslararası alanda medya okuryazarlığı uygulamaları ve araştırmaları çerçevesinde öne çıkan sonuçlar ve alanyazın da göz önüne alınarak, gelecekteki iletişim araştırmaları, medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamaları için önerilerde bulunulmuştur. Bu çerçevede, veri odaklı bir toplumda, dijital medya ortamlarının fırsatlarını kullanabilen ve olası risklerden kaçınabilen bireylerin var olabilmesi için, dijital medya okuryazarlığı bilgi ve becerilerinin önemi bir kez daha vurgulanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Medya, Medya Okuryazarlığı, Doktora Tezleri, Dijital Medya Ortamı, Olanaklar ve Riskler.

## ABSTRACT

The advances in information and communication technology affect both communication practices and theoretical foundations of communication studies, including media literacy. There are various discussions and research on the term "media literacy". In today's world where digitalization is rapidly spreading, the content of media literacy has expanded to include digital media as well as conventional media. Besides internet literacy, some other literacies such as computer, cyber, network, digital, and information literacies are also mentioned. This article aims to examine the studies carried out within the scope of media literacy in Turkey, especially digital media literacy, digital literacy, data and information literacy, and so on and so forth. In line with the aforementioned purpose, the focus of the study is the doctoral dissertations prepared in the fields of social sciences, science and technology and communication sciences in Turkey between the years 2015-2020. The dissertations accessed from the database of the National Thesis Center of the Council of Higher Education in Turkey were examined in terms of their scope, methodology, the way they address the issue of media literacy, and their implications. The ways of conducting research methods and techniques based on qualitative, quantitative and mixed methodology or secondary data sources in the theses prepared on media literacy were examined. This study aims to examine the qualitative, quantitative, and mixed methodology used in the studies or research based on secondary data sources. Based on these examinations, suggestions have been made for future communication research, media literacy education and practices, taking into account the prominent results and literature within the framework of media literacy practices and research in the international arena, including Europe. In this context, the importance of digital media literacy knowledge and skills should be emphasized once again in order for individuals who can use the opportunities of digital media environments and avoid possible risks in a datafied society.

**Keywords:** Digital Media, Media Literacy, Doctoral Dissertations, Digital Media Environment, Possibilities and Risks.



## Giriş

Medya okuryazarlığı konusu, bir yandan medya araştırmacıları tarafından ele alınırken, diğer taraftan çocuklarının medya ile ilişki kurması konusunda endişelenen ebeveynler, eğitimciler ve vatandaşların da ilgisini çekmektedir. Seksenli yıllardan itibaren, dünyanın hemen hemen her yerinden hem akademisyenler hem de ilgili bireyler medya okuryazarlığı konusuyla ilgili çok sayıda makale üretmektedir (Potter, 2010: 675). Bununla birlikte elli yıldan fazla süredir gündemde kalan medya okuryazarlığı kavramının, pek çok araştırmacı tarafından tartışılrsa da kapsayıcı ve tüm araştırmacılar tarafından kabul edilen, tek bir tanımının bulunmadığı görülmektedir. Medya üretimi ve kullanımının şematik bir temsilini kullanarak çok sayıda tanım yapılandırılmaya çalışıldığında, medya okuryazarlığının çeşitli tanımlarına tematik bir genel bakış sağlanabilir. Bu nedenle, medyanın temel yönlerini ve medya okuryazarlığı açısından kullanımlarını ve buna karşılık gelen medya okuryazarlığı literatüründeki vurgu belirtilmelidir (Rosenbaum, Beentjes ve König, 2008). Livingstone'un bilgisayar veya İnternet okuryazarlığı olarak belirttiği yeni bir okuryazarlık biçimi de bugün, bilgi ve iletişim teknolojilerinde büyük bir değişim ile öne çıkmaktadır. Ayrıca Livingstone (2004), bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygın olarak tanıtılmasıyla okuryazarlığın değiştiğini, özellikle İnternet'le ilişkili okuryazarlığın yazılı ve görsel-işitsel medyadan önemli ölçüde farklı olduğunu belirtmektedir.

Bu makalenin amacı, medya okuryazarlığını konu edinen akademik çalışmaları ve bu çalışmalardaki "medya okuryazarlığı" kavrayışını incelemektir. Lisansüstü çalışmaların üst düzeyinde yer alan doktora tezlerinin, taşıması gereken diğer özelliklerinin yanı sıra, alana katkı sağlama ve özgün olma koşullarının aranması bakımından akademik değeri yüksek çalışmalar olduğu varsayımıyla hareket edildiğinden çalışma, medya okuryazarlığı ile ilgili yapılmış akademik tezler içerisinden ulusal düzeyde yapılmış doktora tezleriyle sınırlı tutulmuştur. Bu amaçtan yola çıkılarak şu sorular cevaplanmaya çalışılmıştır:

1. Türkiye'de 2015 yılından 2020 yılına kadar medya okuryazarlığı konusunu ele alan kaç tez bulunmaktadır? Bu çalışmaların kaç iletişim Bilimleri alanına doğrudan dahil olmaktadır?
2. Çalışma kapsamına dahil edilen tezler hangi yıllarda ve hangi üniversitelerde yapılmıştır?
3. Çalışma kapsamına dahil edilen tezlerin amaçları nelerdir?
4. Çalışma kapsamına dahil edilen tezlerin araştırma yöntem ve teknikleri nelerdir?
5. Çalışma kapsamına dahil edilen tezlerin genel bulguları nelerdir?
6. Çalışma kapsamına dahil edilen tezlerin "okuryazarlık" terimlerini nasıl tanımladıkları kapsamında vardıkları sonuçlar ve tavsiyeler nelerdir?

Türkiye'de medya okuryazarlığı üzerine yapılan doktora tezlerini inceleme amacı taşıyan bu çalışma, tarama modelinden yapılmış betimsel bir çalışmadır.

## Medya Okuryazarlığı Kavramının Tarihsel Açından Önemi

Medya konusunun gerekliliğinden ilk olarak bahseden Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'dür (UNESCO). UNESCO altmışlı yıllarda, medya okuryazarlığı eğitiminin önemli ve toplumsal bir ihtiyaç olduğunu gündeme getirmiştir. UNESCO konunun önemini gündeme getirdiği dönemlerde, medyanın toplumsal ilerleme üzerindeki hayati rolünü tanımladıktan sonra, iletişim alanları üretme ve bu alanları sürdürme düşüncesi ile konuya olan duyarlılığını göstermiştir. UNESCO, bilgiye evrensel olarak erişimin sağlanabilmesi ve bireylere ifade özgürlüğünün sunulabilmesine katkıda bulunarak, medya okuryazarlığı eğitiminin genç bireyler üzerindeki kritik rolünü de vurgulamıştır. Bilgi toplumunda, özellikle gençler olmak üzere, bireyleri güçlendirmek ve onların her alanda katılımlarını sağlayabilmek adına, onlara bilgiye ücretsiz ve eşit bir şekilde erişilebilmeleri için olanak sunulmalıdır. Bilgiye ücretsiz ve eşit bir şekilde erişebilmek için en önemli çözüm yollarından biri ise, medya okuryazarlığı eğitiminin okul müfredatında yerini almasıdır (Khana, 2006: 5). Bilgilendirilmiş

bir medya okuryazarlığı müfredatı, medyanın etkisine ilişkin ciddi sorumluluğu bireysel medya kullanıcılarına, ebeveynlere ve genç izleyicilerin öğretmenlerine yükler (Brown, 1998).

UNESCO, medya okuryazarlığı eğitiminin temel bir ihtiyaç olduğuna vurgu yaptıktan sonra, 1982 yılında Grunwald Medya Eğitimi Bildirgesi'ni yayınlamıştır. İletişim araçlarının ve ürünlerinin bilinçli kullanımının ve medya eğitiminin insan yaşamının her evresinde önemli olduğunu vurgulayan Bildirge, yetkililere şu çağrıyla yapmaktadır (UNESCO, 1982):

1. Okul öncesinden üniversite düzeyine ve yetişkin eğitime kadar kapsamlı medya eğitim programları başlatın ve destekleyin. Bu programların amacı, eleştirel farkındalığın gelişmesini teşvik edecek bilgi, beceri ve tutumu geliştirerek, elektronik ve basılı medya kullanıcılarının yeterlilik düzeylerinin ilerlemesine katkı sağlamaktır. Bu tür programlar tercihen, medya ürünlerinin analizini, yaratıcı ifade aracı olarak medyanın kullanımını ve mevcut medya kanallarının etkili kullanımını ve bunlara katılımı içermelidir;
2. Öğretmenler ve araçların hem medya hakkındaki bilgi ve anlayışlarını artırmak hem de uygun öğretim yöntemleri konusunda onları eğitmek için eğitim kursları geliştirmek;
3. Psikoloji, sosyoloji ve iletişim bilimi gibi alanlardan medya eğitiminin yararına olan araştırma ve geliştirme faaliyetlerini teşvik etmek;
4. UNESCO tarafından medya eğitiminde uluslararası işbirliğini teşvik etmeyi amaçlayan eylemleri desteklemek ve güçlendirmek.

Bu bildirge, medyanın çağdaş toplumlarda gittikçe önemli ve etkili bir güç olduğunu ve kitle iletişim araçlarıyla tutarlı ve sistematik bir eğitiminin modern vatandaşlığın vazgeçilmez bir parçası olarak görülmesi gerektiğini savunur. Buckingham'a göre, bildirmede, medya eğitiminin tanımı verilirken günümüzde de paylaşılmaya devam eden belirli önemli noktalara değinilmiştir (Buckingham, 2001: 2):

- Medya eğitimi, hareketli görüntü medyası (film, televizyon, video), radyo ve kayıtlı müzik, yazılı medya (özellikle gazeteler ve dergiler) ve yeni dijital iletişim teknolojileri dahil olmak üzere tüm medya yelpazesi ile ilgilidir. Yalnızca baskı ile ilgili olarak değil, aynı zamanda sembolik görüntü ve ses sistemlerinde de geniş tabanlı bir 'okuryazarlık' geliştirmeyi amaçlamaktadır.
- Medya eğitimi, medyayı öğretmek ve öğrenmekle ilgilidir. Medya eğitimi, medyanın 'öğretim yardımcıları' olarak araçsal kullanımıyla ilgili değildir: eğitim teknolojisi veya eğitim medyası ile karıştırılmamalıdır.
- Medya eğitimi hem eleştirel anlayışı hem de aktif katılımı geliştirmeyi amaçlar. Gençlerin medya tüketicileri olarak yorumlamalarına ve bilgiye dayalı yargılarda bulunmalarına olanak sağlar; ama aynı zamanda kendi başlarına medya üreticileri olmalarını ve böylece toplumda daha güçlü katılımcılar olmalarını sağlar. Medya eğitimi, gençlerin eleştirel ve yaratıcı yeteneklerini geliştirmekle ilgilidir.

On dokuz ülkenin temsilcilerinin toplanarak sonuçlandırıldığı bu bildirmede, medyanın gücünü devamlı olarak eleştirmek ya da olumsuzlamak yerine, dünyanın tümündeki önemli bulunan etkilerini ve/veya oldukça yaygın bir kullanıma sahip olduğunu kabullenmek gerektiğine değinilmektedir. Bu bağlamda, genç bireylerin bu medya ile birlikte yaşamayı öğrenebilmeleri için onların hayatlarında olantümbireylerinyardımınahtiyaçduyulmaktadır. Gençlerin aileleri, okulları ve ilgili kurumlar üzerine düşen sorumlulukları yerine getirilebilmesi için medya okuryazarlığı eğitimine olan ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi, anne-babalar, eğitimciler, öğretmenler, medya çalışanları ve ilgili karar vericilerin tamamının eleştirel yaklaşım sergilemesiyle daha etkili olabilecektir (Buckingham, 2001: 18). Yetişkinler kendi kendine eğitime, yerel uzmanlara ve iş yeri deneyimine güvenme eğiliminde olsalar da çocuklar ve gençler için öğrenmenin birincil desteği öğretmenler ve ebeveynlerdir. Çocuklar ve ebeveynler arasındaki beceri farkı göz önüne alındığında, okullar potansiyel olarak bu tür okuryazarlık eğitimi için

en adil ve en uygun yeri temsil eder (Livingstone ve Bober, 2005).

Grunwald Bildirgesi'nde medya okuryazarlığının dijital medyayı da kapsayacak şekilde genişletilmesi gerektiğini belirten UNESCO, dijital medya okuryazarlığı konusuna odaklanan rehber ilkeleri hazırlamıştır. "Media and Information Literacy: Policy & Strategy Guidelines" başlıklı, 2013 yılında yayımlanan kaynak, İnternet dahil olmak üzere, yeni iletişim araçlarının kullanılması ve içeriklerin üretilmesinde toplumların ihtiyaç duyduğu bilgi ve beceri ile ilgili bilgi verir. Yetmişten fazla ülke, medya ve bilgi okuryazarlığı ile ilgili değişik faaliyetler yürürlüğe sokarak, bu konunun ciddiyetine değinmektedir. UNESCO'nun gerçekleştirmiş olduğu bu çalışma, yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla, bilgiye ve enformasyona erişebilme ve ifade özgürlüğünü de kullanabilme hakkını dikkate alarak, bilgi okuryazarlığı ile medya okuryazarlığı kavramlarını birleştiren, ilk çalışma olması sebebiyle önemlidir (UNESCO, 2013). UNESCO'nun yine 2013 yılında medya ve bilgi okuryazarlığı üzerine yayımlamış olduğu diğer kaynak ise, Carlsson ve Hope Culver editörlüğünde yayımlanan "Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue" isimli çalışmadır. Medya ve bilgi okuryazarlığı ile ilgili kültürlerarası iletişimi teşvik etmeyi hedefleyen bu çalışma, ulusal olmanın yanı sıra uluslararası boyutta da yeni bilgiler, gündeme taşımaktadır. Kitapta yazarlar genel olarak, yalnızca geleneksel ya da dijital medyayı kapsayan bir medya okuryazarlığını savunmamakta, her ikisini de birleştiren çoklu-okuryazarlık dünyasının olması gerektiğini vurgulamaktadır. Çoklu-okuryazarlık, okullarda kültürel, dilsel, iletişimsel ve teknolojik çeşitliliğin daha kapsamlı bir hale gelmesini amaçlayan, 1994 yılında New London Group tarafından geliştirilen pedagojik bir yaklaşımdır. The New London Group (2000: 24) çoklu-okuryazarlığın desteklenmesi için şunların gerekli olduğu vurgulamaktadır (akt. Unsworth, 2001: 18): Eğitimsel olarak erişilebilir işlevsel bir dilbilgisi; yani, çeşitli alanlardaki anlamı

tanımlayan bir üst dile ihtiyaç bulunmaktadır. Bunlar metinsel ve görselin yanı sıra artık medya metinlerinde ve elektronik multimedya metinlerinde çok kritik olan farklı anlam oluşturma süreçleri arasındaki çok modlu ilişkileri içermelidir.

Medya okuryazarlığı eğitiminin önemine değinen organizasyonlardan başka, medya okuryazarlığını organizasyonun adına taşıyan kurumlar da vardır. Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ulusal Birliği (NAMLE) 2008 yılında kurulmuş olup, belirtilen organizasyonlardan biridir. Medya Eğitimi Ortaklığı<sup>2</sup> (PME) ile 1997 yılında medya okuryazarlığı eğitimine yönelik ulusal bir kurum yaratma düşüncesi başlamıştır. PME ise, o tarihlerde gelişmekte olan medya okuryazarlığı eğitiminde mesleki ilerlemeyi teşvik etmek adına, aralarında Hobbs'un da bulunduğu, ABD medya okuryazarlığı eğitimi hareketindeki dört büyük lider tarafından kurulmuştur. NAMLE, medya okuryazarlığı konusunda medyayı bütün biçimleriyle kullanarak, medyaya nasıl erişilebileceği, medyanın nasıl analiz edilebileceği, değerlendirilebileceği, oluşturulabileceği ve medyayla nasıl iletişim kurulabileceğine yönelik bütün sürecin desteklenmesi gerektiğini iddia etmektedir (NAMLE, 2016). Medya okuryazarlığı konusu ile ilgili konferanslar ve seminerler düzenleyen NAMLE, "Core Principles of Media Literacy Education in the United States" adlı belgeyi eğitimciler ve ilgilenen bireyler için hazırlamıştır (NAMLE, 2007).

Türkiye'de medya okuryazarlığı dersinin okutulmasına yönelik öneriler ilk olarak 2004 yılında Şiddeti Önleme Platformunda gündeme getirilmiştir. 2005 yılında ise, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından Türkiye'de ilk kez düzenlenen Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı'nda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), medya okuryazarlığının önemine ve gerekli olma sebebine ilişkin resmi bir bildiri sunmuştur. Bu gelişmeler sonucunda, 2006 yılında RTÜK ve T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye

1 National Association for Media Literacy Education

2 Partnership for Media Education

Kurulu arasında “Orta Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü” imzalanmıştır. Bu bağlamda, 2006-2007 öğretim yılında T.C. Milli Eğitim Bakanlığı tarafından belirlenen beş pilot ilde medya okuryazarlığı dersi okutulmaya başlanmıştır.

Medya okuryazarlığı dersi için hazırlanan Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu'nda çoğunlukla çocukların korunmasına yönelik vurgular bulunmaktadır. Ancak “çocuk, ‘kötü’ olanın, şiddet ve tüketim içeriğinin hangi çıkarlar ve amaçlar doğrultusunda oluşturulduğunu, kendi yaşının öğrenme ve sorgulama kapasitesine uygun olarak öğrenmediği sürece, ezbercilikten uzaklaşamayacaktır. Böyle bir tablo içinde, eleştirel bir medya okuryazarı olma kavramının içselleştirilmesi zordur” (Asrak Hasdemir ve Demirel, 2012: 184).

Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimine yönelik yapılan yayınları inceleyen Altun (2014), konuya olan ilginin giderek arttığına değinmektedir. Günümüzde yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, toplumların da dijitalleşmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu nedenle, insanların dijital bir topluma tam olarak katılmalarını sağlamak istiyorsak, geniş tabanlı bir medya okuryazarlığı eğitimi çok önemlidir (Knaus, 2020: 13). Medya eğitiminin geniş tabanlı yürütülebilmesi ise, ancak geleneksel iletişim araçları ile yeni iletişim teknolojileri ürünlerinin tamamını kapsayan bir eğitim ile mümkündür (Uyar ve Asrak Hasdemir, 2020: 86).

### **Türkiye’de 2015-2020 Yılları Arasında Medya Okuryazarlığı Konusunda Yapılmış Doktora Tezleri**

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye’de 2015-2020 yılları arasında medya okuryazarlığı konusunda yapılmış doktora tezleri için kullanılan yöntem ve bulgulara yer verilmiştir.

### **Yöntem**

Türkiye’de 2008-2014 yılları arasında medya okuryazarlığı kavramını ele almış doktora tezlerinin sayısı 11 iken, 2014 yılından sonra bu konuyu

ele alan tez çalışmalarının sayısında bir artış görülmektedir. “Tamamlanmış olan tez sayılarının 2014 yılından sonra daha da artmasının, ‘Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’nın 2014 yılında güncellenmesi ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılabilir” (Omur ve Uyar, 2020: 289). Ek 1’deki tablo, ülkemizde 2015 ile 2020 yılları arasında medya okuryazarlığı, dijital medya okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, veri ve bilgi okuryazarlığı gibi konuları ele alan doktora tezlerinin yer aldığı bilgileri içermektedir. Bu bilgiler, Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi’nden edinilmiştir. Bu çalışmada, tüm araştırmacılara açık, ulusal veri tabanında yer alan veriler kullanıldığından, etik kurul kararı gerekmemektedir.

Ek 1’de yer alan tabloda görüleceği üzere, 2015 ile 2020 yılları arasında Türkiye’de medya okuryazarlığını konusunu ele alan toplam 19 çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların içerikleri incelenerek, İletişim Bilimleri alanına doğrudan dahil olan tezlere ulaşılmaya çalışılmıştır. İnceleme sonrasında, alanımızla ilgili yalnızca 7 tez olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu tezler sırasıyla; Adalet Görgülü Aydoğdu’nun 2015 yılında tamamladığı “Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme” başlıklı tezi, Seda Gökçe Turan’ın 2016 yılında bitirmiş olduğu “Bilişim okuryazarlığı bağlamında siber şiddetin meşrulaştırılması” başlıklı tezi, Eda Turancı’nın 2017 yılında tamamladığı “Risk iletişimi stratejileri açısından bilgi ve bilgi okuryazarlığı: Sağlık haberlerine ve sağlık çalışanlarına yönelik bir araştırma” başlığını taşıyan tezi, Ali Ulusoy’un 2018 yılında bitirdiği “Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme” başlıklı tezi, Mehtap Uyar’ın 2020 yılında tamamladığı “Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların İnternet kullanımları: Ankara örneği” başlıklı tezi, Hacer Filiz’in 2020 yılında tamamladığı “Medya okuryazarlığı ve aile değerleri bağlamında televizyonun Türk aile yapısına etkisi” başlıklı tezi, Serkan Bayrakçı’nın 2020 yılında bitirmiş olduğu “Dijital yetkinlikler bütünü olarak dijital okuryazarlık: Ölçek geliştirme çalışması” başlıklı tezidir.

Bu çalışmanın odak noktası, 2015-2020 yılları arasında Türkiye'de sosyal bilimlerde bilgi ve iletişim bilimleri alanına özel olarak yazılmış doktora tezleridir. Söz konusu tezler, okuryazarlık üzerine yapılan çalışmaların içeriği, kapsamı ve metodolojisi açısından incelenmiştir. Bu çalışmanın amacı, tezlerde kullanılan nitel, nicel ve karma metodolojiye veya ikincil veri kaynaklarına dayanan tez çalışmalarını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada tarama modelinden yararlanılmıştır.

### **Bulgular**

Araştırmancının bu bölümünde Türkiye'de iletişim bilimleri alanında medya okuryazarlığı konusunu ele alan doktora tez çalışmalarının amaçları, yöntem ve teknikleri, genel bulguları ve tezlerde "okuryazarlık" terimleri kapsamında varılan sonuçlara ve tavsiyelere değinilmiştir.

### **Türkiye'de İletişim Bilimleri Alanında Medya Okuryazarlığı Konusunu Ele Alan Doktora Tez Çalışmalarının İncelenmesi**

Çalışmanın bu bölümünde, incelenen doktora tezlerinin amaçları, yöntemleri ve ulaştığı sonuçlara yer verilmiştir. Adalet Görgülü Aydoğdu'nun "Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme" başlıklı çalışması, Eda Turancı'nın "Risk iletişimi stratejileri açısından bilgi ve bilgi okuryazarlığı: Sağlık haberlerine ve sağlık çalışanlarına yönelik bir araştırma" başlığını taşıyan çalışması ve Mehtap Uyar'ın "Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların İnternet kullanımları: Ankara örneği" başlıklı tezi Gazi Üniversitesi'nde; Seda Gökçe Turan'ın "Bilişim okuryazarlığı bağlamında siber şiddetin meşrulaştırılması" başlıklı çalışması, Hacer Filiz'in "Medya okuryazarlığı ve aile değerleri bağlamında televizyonun Türk aile yapısına etkisi" başlıklı tezi ve Serkan Bayrakçı'nın "Dijital yetkinlikler bütünü olarak dijital okuryazarlık: Ölçek geliştirme çalışması" başlıklı tezi Marmara Üniversitesi'nde; Ali Ulusoy tarafından hazırlanan "Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme" adlı çalışma ise Erciyes Üniversitesi'nde yapılmıştır.

### **Çalışma Kapsamında İncelenen Tezlerin Amaçları**

Bu çalışma kapsamında incelenen doktora tezlerinin çeşitli amaçları bulunmaktadır. Örneğin, Adalet Görgülü Aydoğdu'nun (2015: 2) yazarı olduğu tezin amacı, "özellikle yeni medyanın bireysel ve toplumsal açıdan doğru bir şekilde kavranabilmesi noktasında medya okuryazarlığı dersinin önemini ortaya koymak, yeni medyanın bilinçli ve daha etkili bir şekilde kullanılabilmesi açısından da dersin içeriğini değerlendirmek"tir. Tezde ayrıca, bu değerlendirme sonucunda medya okuryazarlığı dersinden edinilen verimin artırılabilmesine dair önerilerde bulunmaktadır. Seda Gökçe Turan'ın yaptığı tez çalışmasının amacı, "bireylerin bilişim okuryazarlığı becerileri ile şiddeti meşru bir hak olarak algılamaları arasındaki ilişkiyi araştırmaktır" (2016: 71).

Eda Turancı'nın yapmış olduğu tez çalışmasında, risk kavramının medya yoluyla kamuoyuna sunulma şeklinin ve "risk iletişimi çerçevesinde risklere ilişkin bilginin ve enformasyonun, edinilmesi, aktarılması ve yayılması sürecinde medyanın, stratejik bir paydaş olduğu ve iletişimde kritik bir rol oynadığı düşüncesinden hareketle, medyanın riskleri nasıl ele aldığı incelenmesi" amaçlanmaktadır (2017: 154). Ali Ulusoy'un yazdığı tezin amacı, "medya okuryazarlığı alanında çeşitli ülkelerde gerçekleştirilmiş başarılı proje ve uygulamaları inceleyip envanterini çıkararak ülkemizde medya okuryazarlığı eğitimindeki müfredat sorununun çözümüne katkıda" bulunmaktadır (2018: 88).

Mehtap Uyar'ın yazarı olduğu tezin amacı, "Türkiye'de eşit koşullarda yetişmeyen ve eşit olanaklara sahip olmayan çocukların İnternet'e erişim olanakları ve biçimleri ile İnternet'i kullanım becerileri konusunda ne gibi benzerlikler ve farklılıklar oluştuğunun incelenmesidir" (2020: 168). Bu çalışma, çocukların İnternet'in sunduğu olanaklardan ne ölçüde yararlanabildikleri ve İnternet'te karşılaşabilecekleri risklere nasıl tepki verdiklerini araştırmayı hedeflemektedir. Hacer Filiz'in yazdığı tezin amacı, "ülkemizde Televizyonun Türk aile yapısı üzerinde etkisi olup

olmadığını ortaya koymak ve bu alanda ileride yapılacak çalışmalara yol göstermektir” (2020: 99). Çalışmada ayrıca “toplumsal değerlerden uzaklaşma eğiliminde olduğu gözlenen günümüz gençlerinin davranışlarında televizyonun etkisinin olup olmadığı ve eğer varsa bunun etkisinin ne düzeyde olduğunun tespit edilerek toplumsal yapının zarar görmemesi amacıyla alınan/alınmaya çalışılan önlemlere katkıda bulunmak” amaçlanmaktadır (2020: 99-100). Serkan Bayrakçı'nın yapmış olduğu tezin amacı, “üniversite öğrencilerinin ve mezunlarının dijital okuryazarlık düzeylerini ortaya çıkartacak bir ölçek geliştirmektir. Ardından geliştirilen ölçekle söz konusu örneklemin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır” (2020: 44).

### **Tezlerde Kullanılan Araştırma Yöntem ve Teknikleri**

Çalışma kapsamında ele alınan doktora tezleri araştırmalarında çeşitli nicel ve nitel yöntemlerden faydalanmışlardır. Buna göre, incelenen tezlerden Adalet Görgülü Aydoğdu'nun yazdığı tezde öncelikle bir anket çalışması uygulanmıştır. “İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde kişisel ve ailesel bilgilerin yanı sıra medya okuryazarlığı, dijital medya/sosyal medya ile ilgili sorular yer almaktadır. Anketin ikinci kısmı ise 68 sorudan oluşan 5'li Likert tipi bir ölçüm aracıdır” (Görgülü Aydoğdu, 2015: 213). Bu tez çalışmasının örneklemini “2013-2014 öğretim yılında MEB'e bağlı okullarda seçmeli medya okuryazarlığı dersi verilen söz konusu 7 ilçede okuyan toplam 702 öğrenci oluşturmaktadır... Verilerin yorumlanabilmesi için ise SPSS 15.0 programı kullanılmıştır” (Görgülü Aydoğdu, 2015: 213). Görgülü Aydoğdu yaptığı çalışmada, medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerle yaptığı anket çalışmasının yanı sıra, konu ile ilgili bilgisi olan yetişkinler ve medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerle derinlemesine mülakat yöntemini gerçekleştirmiştir. Bu görüşmeler nitel yöntemlerle değerlendirilmiştir. Araştırmada gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde, görüşme yapılan kişilerden izin istenerek ses kaydı yapılmış ve notlar alınmıştır. Öğretmenler ve yetişkinler

için hazırlanan açık uçlu soruların kolay anlaşılır olmasına özen gösterilmiştir.

Seda Gökçe Turan'ın yaptığı tez çalışmasında, 2016 yılında Haziran- Eylül ayları arasında İstanbul'da 1., 2., 3. ve 4. sınıfta okuyan 400 üniversite öğrencisine yüz yüze anket yöntemi ile uygulanmıştır. “Araştırmaya gönüllük esasına bağlı olarak katılan öğrencilere bilişim okuryazarlığı, aleksitimi ve şiddet algısını ölçmek üzere; Dijital Okuryazarlık Değerlendirme Ölçeği, Toronto Aleksitimi Ölçeği, Yenilenmiş Siber Zorbalık Envanteri ve araştırmacı tarafından hazırlanmış olan siber şiddeti meşrulaştırmaya yönelik sorular uygulanmıştır” (Turan, 2016: 73).

Eda Turancı'ya ait olan tez çalışmasında, “gazetelerde sağlık riskinin nasıl sunulduğuna, sağlık haberlerinin unsurlarına, riski ele alış ve aktarış biçimlerine, haberlerde kullanılan kavramlara, haberlerin kaynağına ve risk iletişimi kapsamında haberlerin analizine yönelik verilerin elde edilmesinde içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır” (2017: 157). Turancı, sağlık haberlerinin daha çok yazılı basında sunumunu incelemeyi amaçladığı çalışmasında, Hürriyet ve Posta gazetelerinin bir yıllık süre içerisinde analiz edilmesi sonucu elde edilen haberleri inceleyerek, bulguları frekans ve yüzde ifadeleri ile oluşturmuştur.

Ali Ulusoy'un araştırması, veri toplama ve kullanımı bakımından niceliksel (anket) ve niteliksel (doküman inceleyici) bir inceleme olarak faydalanılabilecek bir çalışmadır. Anket uygulamasının evrenini, 2014-2015 yılları arasında Kayseri ilinin bir ilçesinde bulunan 6, 7 ve 8. sınıf öğrencileri ile öğretmenleri oluşturmaktadır. Anket uygulanan 3 okulun 8. sınıf öğrencilerinin liseye geçiş sınavındaki başarı düzeyleri esas alınarak, TEOG sınavında başarı seviyesi yüksek, orta ve düşük olan üç farklı okul seçilmiştir. Ulusoy, öğrencilerin medyaya erişimini ve medyayı kullanım alışkanlıkları ile medyaya karşı eleştirel bakışları ve medyayı etkin kullanım durumlarını belirlemeye çalışmıştır. Yazar, anketi yüz yüze görüşme yolu ile gerçekleştirecek, ulaştığı



verileri SPSS 16.0 İstatistik Programı kullanarak yorumlamıştır.

Mehtap Uyar çalışmasında öncelikle, sosyoekonomik bakımdan birbirinden farklı durumda olan çocukların İnternet'e erişim durumları ile İnternet'e erişebilen çocukların İnternet'i ne ölçüde kullandıklarını karşılaştırabilmek amacıyla 1453 çocuğa anket uygulamıştır. "Araştırmanın evrenini, Ankara'nın merkez ilçelerinde 7. sınıfta medya okuryazarlığı dersini almış olan, ortaokul 8. sınıfa devam eden çocuklar oluşturmaktadır" (Uyar, 2020: 168). Araştırmacı, anket yöntemini çocuklara kendi, yüz-yüze uygulayarak gerçekleştirmiş ve anket sonucunda ulaştığı verileri SPSS 22 programı kullanarak analiz etmiştir. Uyar araştırmasında, anket uygulamasının yanı sıra, çocuklar ve onların aldığı medya okuryazarlığı dersi hakkında daha kapsamlı bilgi edinmek için medya okuryazarlığı dersini veren on öğretmen ile görüşme yaparak, nicel yöntemle birlikte nitel araştırma uygulamasından da faydalanmıştır. "Öğretmenlere görüşme türlerinden biri olan, görüşme formu yaklaşımı uygulanmıştır" (Uyar, 2020: 170).

Hacer Filiz'in yazdığı tez kapsamında, basit tesadüfi örneklem yöntemi ile 503 kişiden veri toplanmıştır. Toplanan veriler sonucunda, medya okuryazarlığı ile aile değerleri kapsamında televizyonun Türkiye'deki aile yapısına etkisi araştırılmıştır. "Araştırma verileri; Denizli ilinde yaşayan bireylerin görüşlerinden meydana gelmektedir" (Filiz, 2020: 101). Katılımcılara belirli ölçeklerin yanı sıra, araştırma dahilinde oluşturulan anket soruları yöneltilmiştir. Araştırmada ulaşılan 503 adet veri, SPSS 20 paket programında analiz edilmiştir.

Serkan Bayrakçı araştırmasında, "evrenin dijital okuryazarlık düzeyleri hakkında genel bir yargıya ulaşmak için nicel araştırma yaklaşımlarından kesitsel tarama yönteminden ve ilişkisel araştırma yönteminden" faydalanmıştır (2020: 45). 1287 kişi ile gerçekleştirilen uygulamada, çevrimiçi anket yolu ile veri toplanmıştır. "Pilot çalışma için Google Form, ana uygulama içinse SurveyMonkey

platformu tercih edilmiştir" (Bayrakçı, 2020: 45). Araştırma kapsamı, "cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık toplam gelir, coğrafi bölge ve meslek" gibi çalışmada ölçülmesi planlanan belirli değişkenlere göre sınırlandırılmıştır (Bayrakçı, 2020: 47).

### **Çalışma Kapsamında İncelenen Tezlerin Genel Bulguları**

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında incelenen tezlerin ulaşılmış olduğu genel sonuçlardan bazılarına yer verilmiştir. Bu doğrultuda, Adalet Görgülü Aydoğdu'nun (2015) yaptığı araştırma kapsamında:

2013-2014 öğretim yılının sonunda medya okuryazarlığı dersine giren ve esas branşları sosyal bilgiler, tarih ya da Türkçe olan 12 öğretmenle yapılan görüşmede öğretmenlerin hiçbirinin iletişim fakültesi mezunu olmadığı ve bu öğretmenlerin sadece 3'ünün medya okuryazarlığı ile ilgili bir seminere ya da eğitim programına katıldığı görülmüştür. Dolayısıyla 2014-2015 öğretim yılı öncesinde medya okuryazarlığı dersini verecek olan öğretmenlerin eğitime tabi tutulması dersin verimi açısından önemli bir gelişme olmuştur. Ayrıca öğretmenlerin dersin not olarak değerlendirilmemesinden de yakındıkları saptanmıştır (330).

Araştırmaya dahil olan öğrenciler, medya okuryazarlığı eğitimini alanlar ve dersi veren öğretmenlerin çoğunluğu medya okuryazarlığı dersinin zorunlu ders kapsamında olması ve eğitimin başka kademelerinde de bulunması gerektiğini düşünmektedir. Bununla birlikte, Aydoğdu (2015) yaptığı araştırmada şu bulgulara ulaşmıştır:

Öğrenciler, yetişkinler ve dersi veren öğretmenler medya okuryazarlığı dersini faydalı ve gerekli bir ders olarak görmektedir. Öğrenciler anne ve babalarının, yetişkinlerse muhakkak yetişkinlerin medya okuryazarlığı konusunda bilgilendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Dersi alan yetişkinler, bu derste medya ile ilgili bilmedikleri birçok noktada bilgilenme olanağı yakaladıklarını belirtirken, yetişkinlerle birlikte öğrenciler de bu ders sayesinde medya içeriklerine karşı eleştirel bir bakış açısı kazandıklarını düşünmektedir (330).

Aydoğdu (2015), medyanın aktardığı dünyanın bir kurgudan ibaret olması durumunun, öğrenciler tarafından da fark edildiğini tespit etmiştir. Bununla birlikte çalışmada, medya kuruluşlarının kar ve güce ulaşma amacı olduğunu da göz önünde bulunduran öğrenciler, medyada yer alan yayınların olumlu ve olumsuz yönlerini

ayırt edebildiklerini ifade etmişlerdir. Aydoğdu (2015), medya eğitiminde eleştirel bakış açısının önemine vurgu yapmıştır: “[M]edya ürünlerinin üretimini (haber yazma, web sitesi hazırlama, gazete tasarlama, kamera kullanma) de içeren pratiğe dönük çalışmalara da yer verilmelidir. Medya konusunda herhangi bir eğitim almamış bir öğretmenin verdiği medya okuryazarlığı dersinden azami verim beklemek gerçekçi bir yaklaşım değildir” (333).

Seda Gökçe Turan'ın yaptığı tez çalışmasında, bilinçli bir dijital medya kullanıcısının medya okuryazarı ve bilişim okuryazarı olabilmekten geçtiği sonucuna ulaşılmıştır. “Yapılan ilişki analizlerinde bilişim okuryazarlığı ile siber zorbalığa maruz kalma arasında bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Aynı şekilde siber zorbalık davranımını sergileme ile bilişim okuryazarlığı arasında da anlamlı bir ilişki bulunmamıştır” (Turan, 2016: 94). Araştırmada bulgular incelenirken, Türkiye’de bilişim okuryazarlığına ne düzeyde önem verildiği de irdelenmiştir. Yazar, sosyal medyayı farklı bir kültür olarak yorumlamakta ve bilişim okuryazarlığının sosyal medya üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığını belirtmektedir. Bununla birlikte, bilişim okuryazarlığı ile aleksitimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. “Araştırmanın sonucuna göre bireylerin bilişim okuryazarlığı seviyeleri, aleksitimi seviyeleri ve siber zorbalığa maruz kalmaları, onların siber şiddeti meşru görmeleri üzerinde etkilidir” (Turan, 2016: 98). Turan (2016) çalışmasında, ayrıca şu bulgulara ulaşılmıştır:

Bilişim okuryazarlığı değerlendirilirken bilişim teknolojisi araçlarının kullanımı önemlidir fakat sosyal anlamda siber şiddet yaşanmasına sebep olan olaylar bilgisayarın teknik kullanımı değil sosyal kullanımı ile alakalı kısımlardır. Bu yüzden bilgisayar ve internetin teknik özellikleri kadar kişi hak ve hürriyetleri, zarar verici davranışlar, nefret söylemi gibi konularda daha fazla bilinçlendirme ve farkındalık eğitimlerinin verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca yapılacak olan bu çalışmaların sadece çocuk ve gençler ile sınırlı kalmaması, yetişkin ve yaşlı bireylerin de mutlaka bu farkındalık ve bilinçlendirme çalışmalarından faydalanması gerektiği de düşünülmektedir. Tüm bu çalışmalar yapılırken konunun sadece tek boyutlu olarak ele alınmaması; iletişim, pedagoji, sosyoloji, nöroloji ve psikiyatri bilimlerinin ortak çalışmalara imza atmasının siber şiddetin meşrulaştırılması hususunda önemli bir adım olacağı düşünülmektedir (100).

Eda Turancı yapmış olduğu tez çalışmasında, uzmanların neredeyse tamamının “kamuoyunun bilgi okuryazarlığı düzeyinin genel olarak düşük olduğunu” belirttikleri sonucuna ulaşmıştır (2017: 249). “Mesajın sunuluş biçimi, bilgi arama sırasında başvuru bilgi ya da başvuru kaynağının seçimi ile okuryazarlık düzeyi arasında ilişki kurulmuştur. Özellikle, uzmanların kamuoyunda birincil başvuru ve bilgi kaynağının medya olduğu söylemi, çalışmanın önemli sonuçlarından biri olarak görülmektedir” (Turancı, 2017: 249). Bununla birlikte yazar çalışmasının, literatürde sınırlı sayıda yer alan risk iletişimi çalışmalarına katkı sunduğunu belirterek, çalışmasında genel olarak şu sonuçlara ulaşmıştır:

Risk iletişimi ile ilişkili olan sağlık iletişimi alanı açısından da, önemli sonuçlar sunduğunu söylemek mümkündür. Buna göre çalışmada, disiplinlerarası bir bakış açısıyla pek çok alan için önemli olabilecek sonuçlara varılmıştır. Ancak, çalışmanın sınırlılıkları dikkate alındığında, ileride yapılacak olan çalışmalarda farklı risk kategorilerine odaklanılabileceği, daha farklı medya araçlarının analizine yönelik araştırmaların gerçekleştirilebileceği, daha büyük örneklemeler üzerinden çalışmaların yürütülebileceği ve kamuoyunu odak noktası olarak hedef kitlenin risk algılarına ya da risk mesajlarını değerlendirmelerine yönelik çalışmaların tasarlanabileceği düşünülmektedir. Özellikle, uzman görüşlerinde de vurgulandığı gibi yeni medya araçlarının ve internetin, giderek önemli hale gelmesi sonucunda kamuoyundaki etkilerinin artması, gelecek çalışmaların yeni medya araçlarına ve internete odaklanabileceğine işaret etmektedir. Bu öneriler ve sınırlılıklar dikkate alınarak, konuyla ilgili çalışmalar artırılabilir ve çok daha kapsamlı çalışmalar ortaya konulabilir (Turancı, 2017: 250).

Ali Ulusoy’un çalışması kapsamında yapmış olduğu anket çalışmasının bulgularına göre, öğretmenlerin genelde korumacı yaklaşımlar sergiledikleri, büyük ölçüde eleştirel bakış açısına sahip oldukları, medya erişimi ile teknik yeterlilikler hakkında eksiklikleri olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışma sonucunda, “öğrencilerin medyaya ve ilgili hizmetlere erişim ve kullanım yeterlilikleri konusunda oldukça yüksek seviyede olmalarına karşın eleştirel bakış açısı ve medya içeriklerinin gerçekliğini sorgulama konularında eksiklikleri olduğu” dikkat çekmektedir (Ulusoy, 2018: 174). Çalışmada ayrıca, öğretmenler ile öğrenciler arasındaki dijital bölünme ile öğrencilerin dijital medya okuryazarlığı gereksinimleri bulgularına ulaşılmıştır. Bununla birlikte, Ulusoy (2018)

araştırmasında genel olarak şu sonuçlara ulaşmıştır:

Çalışma çerçevesinde gerçekleştirilen anket incelemesi sonucunda elde edilen dijital bölünmeyi destekler nitelikte verilere öğrenciler ile öğretmenler arasında yeni medya türlerine yönelik beceriler ve bunların nasıl edinildiklerini işaretleyen bulgular da eklenebilir. Öğrencilere bilgisayar, internet ve sosyal medya kullanım becerilerini nasıl edindikleri sorulduğunda 8. Sınıf öğrencilerinin % 60'ı, 7. Sınıfların % 78,9'u ve 6. Sınıfların % 34,5'i kendi çabalarıyla ve arkadaşlarından öğrendiklerini belirtmişlerdir. İlköğretim 6, 7 ve 8. Sınıf derslerine giren öğretmenlerin yeni medya türlerini kullanmaya yönelik meraklı ve ilgili olup olmadıkları yönündeki soruyu % 50 oranında ilgili olmadıkları yönünde cevapladıkları görülmüştür (94).

Mehtap Uyar yazdığı tez kapsamında, anket uyguladığı çocukların yaşadıkları bölgenin sosyoekonomik düzeyleri ve hane gelir düzeyleri ile İnternet kullanım oranları arasında aynı doğrultuda değişim olduğu sonucuna ulaşmıştır. Uyar'ın çalışmasında "anne ve baba eğitim düzeyi en gelişmiş ile en gelişmemiş çocuk arasında İnternet kullanım sıklığı bakımından bir fark bulunmadığı" sonucu dikkat çekmektedir (2020: 265). Yazar, okulların bulunduğu bölgelerin sosyoekonomik düzeyleri yükseldikçe, çocukların evden İnternet'e erişimlerinin de arttığını, ayrıca hane gelir düzeyleri arttıkça İnternet bağlantısı sorunlarının da azaldığını gözlemlemiştir. Bununla birlikte, "öğrencilerle yapılan anket sonuçlarının aksine; öğretmenlerle yapılan görüşme sonrasında öğretmenlerin bulunduğu okulların sosyoekonomik düzeylerinin, verdikleri cevaplar üzerinde çok büyük etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Üç farklı sosyoekonomik düzeyde bulunan okullarda görev alan öğretmenlerin verdikleri cevaplar birbirine yakındır" (Uyar, 2020: 267). Uyar'ın (2020) ulaştığı sonuçlardan biri de medya okuryazarlığı dersinin seçmeli kapsamından zorunlu ders kapsamına getirilmesi ve basılı bir öğretim materyalinin bulundurulmasıdır. Uyar (2020) ayrıca şunları ifade etmektedir:

Ebeveyn arabuluculuğu geleneksel medya ortamına göre dijital ortamda daha zor olsa da, özellikle yetkili arabuluculuk tarzını benimseyebilen ailelerin çocuklarının eleştirel bakış açıları daha çok gelişebilecektir. Ayrıca bu aileler, çocuklarına karşı daha anlayışlı ve saygılı bir tutum sergileyen ve onları daha eğitici programlar izleme yönünde teşvik eden bir yapıda olduklarından, İnternet'i daha faydalı kullanabilme konusunda çocuklarına rehberlik edebilirler.

Ebeveyn arabuluculuğu artırıldığında, çocuklar arasında bulunan kullanım becerileri konusundaki eşitsizlik azalacak ve sayısal uçurumun kapanması yönünde ilerlemeler kaydedilebilecektir (271).

Hacer Filiz'in araştırmasında, erkek ve kadın katılımcıların sayıları birbirine yakın olmakla birlikte katılımcıların çoğunluğunu genç katılımcılar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcıların, televizyonu çoğunlukla dizi ve haber programı seyretme amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Filiz (2020), "televizyonun hem aile yapısına hem de ailenin sahip olduğu kültürel değerlere herhangi bir katkısının olmadığı ve aile yapısını olumsuz etkilediği" (274) değerlendirmesinde bulunmuştur. Filiz (2020) araştırmasında ayrıca şu sonuçlara ulaşmıştır:

Çalışan kişilerin yani evde çok fazla vakit geçirmeyen kişilerin televizyon izleme eylemleri de daha az olabilmektedir. Ayrıca günün büyük çoğunluğunu eğer çalışmıyorsa evde geçiren kadınlar daha fazla televizyonla muhattap olmaktadır. Bu nedenle özellikle televizyon bağımlılığı ile mücadele etmekte kullanılan medya okuryazarlığı eğitimi kadınlar üzerinde daha faydalı olabilir. Meslek ile televizyon süresi arasında negatif yönlü bir ilişki vardır. Evde fazla vakit geçirilen mesleklerin yani ev hanımı olanların ya da emekli olanların daha fazla televizyon 275 karşısında vakit geçireceği düşünülmektedir (274-275).

Dijital okuryazarlığa yönelik literatürde bulunan modelleri ve ölçekleri inceleyen Serkan Bayrakçı (2020) çalışmasında, "Türkçe 'de genellikle literatürde eğitim bilimleri alanındaki akademik çalışmalarda kullanılan dijital okuryazarlığa dair mevcut ölçeklerin gelişen dijital teknolojiler karşısında güncelliğini yitirmiş olması" (154) durumuna dikkat çekmektedir. Kendi geliştirdiği ölçek doğrultusunda, Bayrakçı (2020) şu sonuçlara ulaşmıştır:

Kadın ve erkekler arasında dijital teknolojilerin takibinde erkeklerin daha önde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Takip etme biçimlerinde ise sadece sosyal medyada kurumsal hesaplar üzerinden dijital gelişmeleri takip etme durumunda kadın ve erkekler benzerken, dijital gelişmeleri teknoloji dergilerinden, web sitelerinden, e-posta bültenlerinden ve ünlü isimlerden takip etme durumunda erkekler öndedir (156).

Bayrakçı (2020), araştırmaya katılan doktora mezunu katılımcılarının dijital okuryazarlık düzeylerinin diğer eğitim seviyelerine göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca Eğitim Fakültesi'nin dijital yetkinlikler konusunda

ortalamanın altında kaldığı, yazarın ulaştığı dikkat çeken, diğer bir sonuçtur.

### **Tezlerde “Okuryazarlık” Terimleri Kapsamında Varılan Sonuçlar ve Tavsiyeler**

Çalışma kapsamında incelenen tezlerden, Adalet Görgülü Aydoğdu'nun (2015) yazdığı tezde okuryazarlık kapsamında genel olarak, “Türkiye’de eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığının gerekliliğine dair bir çerçeve ortaya konulmuş ve bu yöndeki stratejilerin neler olması gerektiğine ilişkin önerilerde” (3) bulunularak, dijital medya okuryazarlığının İnternet’te erişilebilen içeriğin niteliğini ve kalitesini ayırt edebilmeyi gerektirdiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca çalışmada, “yeni medya okuryazarlığı ile yeni medya ortamlarının olanaklarını kullanabilen ve risklerden sakınabilen bireyler” yetiştirmenin olanaklı olduğu gözlemlenmiştir (Aydoğdu, 2015: 4). Aydoğdu (2015), öğrencilerin kitle iletişim araçlarını yoğun bir şekilde kullandıklarına, bundan dolayı da bütün çocukların medya okuryazarlığı dersini almaları gerektiğine vurgu yapmaktadır. Yetişkinlerin de medya okuryazarlığı kapsamında bilgilendirilmesi gerektiğini düşünen Aydoğdu (2015), buna yönelik şu öneride bulunmaktadır: “belediyeler ve üniversitelerin işbirliği ile yetişkinlere yönelik bilgilendirme konferansları organize edilebilir ve hatta anne üniversitesine benzeyen toplumun her kesimini kapsayan eğitim programları düzenlenebilir” (332). Araştırma kapsamında, görüşülen öğretmenlerin verdikleri bilgiler doğrultusunda, dersi verebilecek yeterlikte olmadıkları sonucuna ulaşan Aydoğdu (2015), formasyon alan ve medyayı özümseyen İletişim Fakültesi mezunlarının medya okuryazarlığı dersini vermeleri gerektiğini tavsiye etmektedir.

Seda Gökçe Turan yaptığı tez çalışmasında, medya okuryazarlığı ve bilişim okuryazarlığının yalnızca çocuk ve gençlere değil, toplumun tümündeki medya tüketicilerine kazandırılması gereken becerilerden biri olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazar, medya ve şiddet ilişkisini irdelerken, medyada yer alan karakterlerin çocuklar ve gençler tarafından örnek alındığını, “özellikle

çocukluk çağında gelişimsel olarak zaten gerçek ve hayali ayırt edemeyen çocuklar sadece çizgi filmler ya da filmlerdeki karakterlerden değil aynı zamanda reklamlardaki ürünlerin sunumlarından da olumsuz yönde etkilenmekte, sunulan ürünlerin ‘doğaüstü’ güçlerini gerçekmiş gibi” algılandığını ifade etmektedir (Turan, 2016: 99). Medyada yer alan şiddet görüntülerinin olağanlaştırılmasının üzerinde duran Turan (2016), “medyadaki şiddetin azaltılması ya da denetlenmesi değil bilinçli kullanıcıların yetiştirilmesi, bireylerin şiddete yönelik farkındalıklarının artırılması, medya ürünlerinin özellikle dizilerdeki karakterlerin kurgusal olduğunun bilişim ve medya okuryazarlığı eğitimlerinde vurgulanması” gerektiğini düşünmektedir (99-100). Konunun disiplinler arası ele alınmasının önemini belirten Turan (2016), “özellikle yeni nesiller için bilişim ve medya okuryazarlığının siber şiddetin meşruiyeti çerçevesinde değerlendirilip sunulmasının hem toplum hem de bireysel bazda faydalı olacağı” nı düşünmektedir (101).

Eda Turancı'nın yazmış olduğu tez çalışmasında, kamuoyunda bilimsel bilginin anlaşılmasına yönelik tartışmaların, bilgi okuryazarlığı kavramını gündeme getirdiği vurgulanmıştır. Dolayısıyla, Turancı, bilgi okuryazarlığı kavramını, risklerin anlaşılması açısından temel bir beceri olarak görmektedir. Turancı, risklere ilişkin çeşitli bilgiler karşısında, medyadan erişilen bilgiler de dahil olmak üzere, kamuoyunun bilgi okuryazarlığı seviyesine önem verilmesi gerektiğini belirtmektedir. “Bilgi okuryazarlığı becerisi, bilimsel bilgi temeline dayanan risk haberlerinin ya da riske ilişkin enformasyonların doğru anlaşılması açısından önemlidir” (Turancı, 2017: 5). Yazar, tıbbi terimlerin açıklanmasının bilgi okuryazarlık düzeyinin gelişmesi açısından önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte Turancı, uzmanların “okuryazarlık düzeyi düşük olanlarda medyanın birincil bilgi kaynağı olarak görüldüğünü, yüksek okuryazarlık düzeyine sahip olanların ise zaten konunun uzmanına danıştıklarını” söylediklerini ifade etmektedir (2017: 249).

Ali Ulusoy, ülkemizde dijital medya okuryazarlığı üzerine yapılan çalışmaların oldukça az olduğuna değinmektedir. Ayrıca dijital medya okuryazarlığının dijital medyayı kullanarak içeriklere erişme, anlama ve üretme yeteneği olarak tanımlanabildiğine vurgu yapmaktadır. Yazar çalışmasında ayrıca, özellikle ilköğretim seviyesindeki öğrencilerin dijital medya okuryazarlığı gereksinimlerine de değinmiştir: “anket sonuçlarına göre çocukların sosyal medyada bilgi kaynaklarını doğrulama ve eleştirel bakış becerileri konularında diğer alanlara nazaran daha az eğitim ve desteğe ihtiyaçları olduğu göze çarpmaktadır” (Ulusoy, 2018: 98). Araştırmada, çocukların yaşları ilerledikçe dijital medyayı iletişim amaçlı kullanma sıklıklarının da arttığı gözlemlenmiştir. Ulusoy, öğrenciler ile öğretmenler arasında bir sayısal uçurum olduğuna ve bu uçurumun yok edilmesinin öncelikli hedefler arasında yer alması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte, “öncü ülkelerde uygulanan örnek ve başarılı projelerin yenilikçi yönlerinin ülkemizdeki medya okuryazarlığı eğitiminin dinamizmini artırmak amacıyla literatüre aktarılmasına devam edilmesi olumlu sonuçlar doğuracaktır” (Ulusoy, 2018: 179).

Mehtap Uyar araştırmasında, çocukların eğitim gördükleri okulların yer aldığı bölgelerin sosyoekonomik düzeyleri ile İnternet kullanım beceri düzeyleri arasında paralel bir değişim olduğunu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, “İnternet kullanım beceri düzeylerinin bir kısmı sosyoekonomik düzey ve hane gelir düzeyi ile ilişkili iken; diğerlerinin herhangi bir ilişkisi bulunmamaktadır” (Uyar, 2020: 266). Çalışma sonucunda, çocukların ilginç buldukları kişilerle tanıştıkları ve kişisel ilgilerini paylaştıkları ortamların buldukları bölgenin sosyoekonomik düzeyleri ile bağlantısı var iken; hane gelir düzeyleri ile hiçbir bağlantısının olmadığı görülmüştür. Uyar, medya okuryazarlığı dersinin başarıya ulaşabilmesi için, çocukların aileleri, arkadaşları ve okullarının birlikte hareket etmeleri gerektiğini savunmaktadır. Bununla birlikte, okulda dersi veren öğretmenlerin mutlaka konu ile ilgili eğitim almış, uzman kişiler tarafından verilmesi

gerektiğini düşünen Uyar, İletişim Fakültelerinden mezun olanların medya okuryazarlığı dersini vermelerinin sağlanması yönünde adımlar atılmasına dair fikirler sunmaktadır. Çalışmada daha çok sayısal uçurum konusuna dikkat çeken Uyar (2020), “bir çocuğun erişimi sağlanıp, bu çocuğa İnternet kullanma yetkinlik ve becerileri edindirildiğinde, çocuğun sorgulayıcı ve eleştirel farkındalığı artırılmış olacak ve böylece çocuğun kendisini ifade edip, savunması”nın da mümkün olabileceğini belirtmektedir (270).

Hacer Filiz çalışmasında, eğitim seviyesi ile televizyon izleme süresi arasında ters yönde bir ilişki olduğunu gözlemlenmiştir. Filiz (2020), katılımcılardan eğitim seviyesi lise olanların daha çok televizyon izlediğini ortaya çıkarmıştır: “[E]ğitim seviyesi düşük olan bireylerde televizyon bağımlılığını önlemek amacıyla medya okuryazarlığı eğitimi çeşitli sosyal ve toplumsal kanallarla bireylere verilmelidir” (275). Eğitim seviyesi arttıkça televizyon bağımlılığının azaldığını belirten Filiz (2020), “bireylerde televizyon bağımlılığının ortadan kaldırılması ve medya okuryazarlığı konusunda bilinçlendirilme çalışmalarının arttırılması için T.C. Milli Eğitim Bakanlığı gibi çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarından destek” alınabileceğini ifade etmektedir (275). Ayrıca Filiz, bireylerin televizyonu bilgi edinme amacıyla kullandıklarında, hem onlar için daha faydalı olacağını hem de onların birer televizyon bağımlısı olmayacaklarını savunmaktadır: “[T]elevizyonun bireyler tarafından eğlence amacıyla (dizi izlemek vs.) yani boş vaktini değerlendirme amacıyla kullanılması daha fazla televizyon başında vakit geçirme anlamına gelmektedir” (2020:278).

Serkan Bayrakçı, lisans eğitimini tamamlayan katılımcıların iş hayatına atılmaları neticesinde mesleki deneyimlerinde diğer seviyede yer alan mezunlardan daha aktif bir şekilde dijital teknolojileri kullandıklarından, diğerlerine oranla genel bilgi ve işlevsel beceriler kapsamında daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmektedir. Fakülte türlerine göre inceleme yapan yazar, mühendislik, mimarlık ve güzel sanatlar fakültelerinin

diğer fakültelere göre daha yüksek dijital okuryazarlık seviyelerine sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, “ilahiyat fakültesi ve tıp/dış hekimliği/eczacılık fakültesinin dijital okuryazarlıkları zayıftır. İletişim, fen edebiyat, hukuk ve iktisadi idari bilimler dijital okuryazarlık düzeyleri birbirine yakındır” (Bayrakçı, 2020: 158). Katılımcıların gelir durumlarına göre dijital okuryazarlık düzeylerini karşılaştıran Bayrakçı, asgari düzeyde geliri olan kişilerin diğer kişilerden daha düşük düzeyde dijital okuryazarlıkları olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, “araştırmada akıllı cihaz kullanmaya erken dönemde başlayanların daha yüksek dijital okuryazarlık düzeyine sahip olduğu sonucuna varılmıştır” (Bayrakçı, 2020: 163).

### **Tartışma, Sonuç ve Öneriler**

Uluslararası düzeyde yapılan çalışmalarda medya okuryazarlığı / dijital medya okuryazarlığı / bilişim okuryazarlığı / bilgi okuryazarlığı / dijital medya okuryazarlığı kavramları ilgi görmektedir. Genel olarak medya okuryazarlığı eğitiminin temel bir gereksinim olduğuna değinen önemli isimler arasında Hobbs, Brown, Livingstone, Bober ve Buckingham yer almaktadır. Alanında etkili çalışmalara imza atan bu isimler medya okuryazarlığının, üretebilen bireylerin, eleştirel düşünebilen öğrencilerin, dijital medyanın olanaklarından daha fazla yararlanabilen çocukların yetiştirilebilmesi ve sayısal uçurumun giderilebilmesi açısından, önemli olduğunu savunmaktadır.

Türkiye’de de bu alanla ilgili çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu çalışma kapsamında, Türkiye’de 2015-2020 yılları arasında, konu ile ilgili, İletişim Bilimleri alanında yazılmış olan doktora tez çalışmaları taranmıştır. Bu tarama neticesinde, yedi tez çalışması araştırmamız kapsamında incelenmiştir. Tezlerin amaçları genel olarak, medya okuryazarlığı dersinin içeriğini değerlendirerek, dersten alınan verimin artırılabilmesine dair önerilerde bulunmak; bilişim okuryazarlığı yetenekleri ile bireylerin şiddeti meşru bir hak olarak algılama durumları arasındaki ilişkiyi araştırmak; medyanın riskleri ele alma biçimlerini incelemek; diğer ülkelerde

uygulanan başarılı medya okuryazarlığı projelerini inceleyerek, ülkemizdeki eğitime katkı sunmak; ülkemizde eşit şartlarda yetişmeyen çocukların İnternet kullanım durumları arasındaki benzerlik ve farklılıkları incelemek; Türkiye’de televizyonun aile yapısı üzerinde ne ölçüde etkili olduğunu ortaya koymak; üniversite öğrencileri ve mezunlarının dijital okuryazarlık seviyelerini belirlemektir.

Tezlerde kullanılan araştırma yöntem ve teknikleri incelendiğinde yazarların, anket, derinlemesine mülakat, içerik analizi, doküman inceleme, kesitsel tarama yöntemi ve ilişkisel araştırma yöntemlerinden yararlandıkları görülmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında incelenen doktora tezlerinde çeşitli nicel ve nitel yöntemlerden faydalanılmıştır. Yazarların bir kısmı tek yöntem kullanmayı tercih ederken; bazıları ise araştırmalarını hem nicel hem de nitel yöntemle desteklemeyi tercih ederek, verilerin anlamlılığını ve güvenilirliğini ölçmek için testler yapmışlardır.

Çalışmamızda incelenen doktora tezlerinin “okuryazarlık” ile ilgili vardığı sonuçlara bakıldığında ise genel olarak, dijital medya okuryazarlığının İnternet’te erişilen içeriğin niteliği ve kalitesini ayırt edebilmeyi gerektirdiği sonucuna varılmıştır. Dijital medya okuryazarlığı ile dijital medya ortamlarının olanaklarını kullanabilen ve risklerden sakınabilen bireyler yetiştirmenin olanaklı olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, medya okuryazarlığı ve bilişim okuryazarlığının sadece çocuk ve gençlere değil tüm toplumdaki medya tüketicilerine kazandırılması gereken beceriler olduğu vurgulanmıştır. Bilgi okuryazarlığı ile ilgili ise, medyadan aktarılan bilgiler de dahil olmak üzere, risklere ilişkin çok çeşitli bilgiler karşısında kamuoyunun bilgi okuryazarlığı seviyesinin önemli olduğuna dikkat çekilmiştir. Bilgi okuryazarlığı becerisi, bilimsel bilgi temeline dayanan risk haberlerinin ya da riske ilişkin enformasyonların doğru anlaşılması açısından önemlidir. Bununla birlikte çalışma kapsamında incelenen tezler, ülkemizde dijital medya okuryazarlığı üzerine çalışmaların yok denecek kadar az olduğuna ve öğrencilerin dijital medya okuryazarlığı gereksinimlerine değinmektedir. Dijital medya

okuryazarlığının yeni bir boyut olarak mesaj üretme ve iletme becerilerini de devreye soktuğuna ve medya tüketimine ve üretimine ilişkin kişilerin sonradan edinebilecekleri bir dizi beceriyeye gönderme yaptığına vurgu yapılmaktadır.

Yaptıkları araştırmalar neticesinde, medya okuryazarlığı dersini veren öğretmenlerin dersi verebilecek yeterlikte olmadıklarına değinen yazarlar, bu dersi medya eğitimi almış kişilerin ve İletişim Fakültesi mezunlarının vermesi gerektiğine ve medya okuryazarlığının herkese yönelik bir eğitim olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Eğitimin tüm topluma yönelik olabilmesi ancak bireyler arasında fırsat eşitliğinin sağlanabilmesi ile mümkündür. Herkesin, özellikle de çocukların erişimlerinin sağlanabilmesi ve İnternet kullanım becerileri edinebilmesi gerekmektedir.

Konuyu inceleyen araştırmacıların da değindiği gibi, okuryazarlık eğitimi yalnızca tek bir bireye ya da kuruma indirgenebilecek bir süreç değildir. T. C. Milli Eğitim Bakanlığı, belediyeler, üniversiteler, aileler, okulların işbirliği ile çözüme kavuşturulabilecek bir konudur. Ancak bu konunun çözüme kavuşturulabilmesi kısa sürede mümkün değildir. Ülkemizde, belirtilen noktalara dikkat edildiğinde ve okuryazarlık eğitimi konusunda başarılı olan ülkelerin uygulamaları ve politikaları takip edilip, hayata geçirildiğinde, bu sorun da aşama aşama çözülebilecektir.

### Kaynaklar

- Altun, A. (2014). Medya okur yazarlığı eğitimine yönelik Türkçe yayınlar: Bir bibliyografya denemesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(9), 5-15.
- Asrak Hasdemir, T. ve Demirel, G. (2012). İletişim eğitimi ve medya okuryazarlığı: Türkiye'de uygulamadan bir kesit. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 17, 176-191.
- Bayrakçı, S. (2020). Dijital yetkinlikler bütünü olarak dijital okuryazarlık: Ölçek geliştirme çalışması [Yayınlanmamış doktora tezi]. Marmara

Üniversitesi.

- Brown, J. A. (1998). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*, 48(1), 44-57.
- Buckingham, D. (2001). *Media education, a global strategy for development: A policy paper prepared for Unesco*, Sector of Communication and Information, UNESCO.
- Carlsson, U. ve Culver, S. H. (2013). *Media and information literacy and intercultural dialogue*, UNESCO. [http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2013/04/Media\\_and\\_Information\\_Literacy\\_and\\_Intercultural\\_Dialogue.pdf](http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2013/04/Media_and_Information_Literacy_and_Intercultural_Dialogue.pdf).
- Filiz, H. (2020). Medya okuryazarlığı ve aile değerleri bağlamında televizyonun Türk aile yapısına etkisi [Yayınlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Görgülü Aydoğdu, A. (2015). Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme [Yayınlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Khan, A. W. (2006). Preface. İçinde Divina Frau-Meigs (Editör) *Media education: A kit for teachers, students, parents and professionals*, UNESCO, 5.
- Knaus, T. (2020). Technology criticism and data literacy: The case for an augmented understanding of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 12(3), 6-16.
- Livingstone, S. (2004), *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies*, LSE Research Online, <http://eprints.lse.ac.uk/1017>.
- Livingstone, S., Couvring Van, E. ve Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. <http://dera.ioe.ac.uk/5283/1/aml.pdf>.

- Livingstone, S. ve Bober, M. (2005). *UK children go online: Final report of key project findings*. 6. London School of Economics and Political Science, London, UK.
- NAMLE (2007). *Core principles of media literacy education in the United States*. [https://cmes.uchicago.edu/sites/cmes.uchicago.edu/files/uploads/MediaLiteracy/NAMLE\\_Core%20Principles%20\(Teachers\).pdf](https://cmes.uchicago.edu/sites/cmes.uchicago.edu/files/uploads/MediaLiteracy/NAMLE_Core%20Principles%20(Teachers).pdf).
- NAMLE (2016). <https://namle.net/publications/mle-common-core-standards/>.
- Omur, S. ve Uyar, M. (2020). "Disiplinlerarası yaklaşım olarak medya okuryazarlığı: Türkiye'de üretilen tezler üzerine bir inceleme". *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 277-290.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 54(4), 675-696.
- Rosenbaum, J. E., Beentjes, J. W. J. ve Konig, R. P. (2008). Mapping media literacy key concepts and future directions. *Annals of the International Communication Association*, 32(1), 313-353.
- Turan, S. G. (2016). Bilişim okuryazarlığı bağlamında siber şiddetin meşrulaştırılması [Yayınlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Turancı, E. (2017), Risk iletişimi stratejileri açısından bilgi ve bilgi okuryazarlığı: Sağlık haberlerine ve sağlık çalışanlarına yönelik bir araştırma [Yayınlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Ulusoy, A. (2018), Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme [Yayınlanmamış doktora tezi]. Erciyes Üniversitesi.
- UNESCO (1982), *Grunwald Declaration on media education*. [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_E.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_E.PDF).
- UNESCO (2007). *Paris Agenda or 12 recommendations for media education*. [http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Parisagendafin\\_en.pdf](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf).
- UNESCO (2013). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines* [Özet]. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications-full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>.
- Unsworth, L. (2001). *Teaching multiliteracies across the curriculum: Changing contexts of text and image in classroom practice*. Open University Press.
- Uyar, M. (2020). Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların İnternet kullanımları: Ankara örneği [Yayınlanmamış doktora tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Uyar, M. ve Asrak Hasdemir, T. (2020). Medya okuryazarlığının değerlendirilmesi: Konular, sorunlar ve olasılıklar. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 76-89.

### Extended Abstract

Tremendous developments in information and communication technology affect both communication practices and theoretical foundations of communication studies, including media literacy. One of the most accepted definitions is "the ability to access, analyze, evaluate and create messages across a variety of forms," and "media literate" is someone "who can decode, analyze, and produce both printed and electronic media" (cited in Chris and Potter, 1998: 5). Today, "a new form of literacy" noted by Livingstone as computer or internet literacy came to the fore with "a major shift in information and communication technology". The concepts of media literacy / new media literacy / information literacy / information literacy / digital media literacy are of interest in international studies. Hobbs, Brown, Livingstone, Bober, and Buckingham are among the influential



names who generally argue that media literacy is important for raising individuals who can produce, students who can think critically, children who can benefit more from the possibilities of new media, and bridging the digital divide.

Considering the importance of the subject all over the world, it is important how much doctoral dissertations, which are among the most real-life studies of the academy, focus on media literacy. Thus, the research problem of this study is whether doctoral dissertations completed in the field of information and communication sciences in social sciences in Turkey contribute to other studies on education and social sciences. Therefore, the following questions were tried to be answered:

1. How many studies on media literacy have been conducted in Turkey since 2015? How many of these studies are directly related to the field of communication sciences?
2. In which years and in which universities were the dissertations included in the study conducted?
3. What are the purposes of the dissertations?
4. What are the research methods and techniques of the dissertations?
5. What are the general findings of the dissertations?
6. What are the conclusions and recommendations within the scope of "literacy" terms?

The data collection phase showed that there were 19 studies on media literacies between 2015 and 2020. Dissertations in Communication Sciences were selected as the focus of this study. Then, it was concluded that there were only 7 dissertations related to our field. These dissertations are, respectively, "A study on new media literacy and new media consciousness for creating critical awareness" by Adalet Görgülü Aydoğdu in 2015, "Justification of cyber-harassment in terms of digital media literacy" by Seda Gökçe Turan in 2016, "Risk communication strategies and information, information literacy: A study of health news and healthcare personnel" by Eda Turancı in 2017, "Digital media literacy and requirements, a study

on innovative practices" by Ali Ulusoy in 2018, "Children's internet use in the context of digital divide and media literacy: The case of Ankara" by Mehtap Uyar in 2020, "The effect of television on Turkish family structure in the context of media literacy and family values" by Hacer Filiz in 2020, and "Digital literacy as a whole of digital competences: Scale development study" by Serkan Bayrakçı in 2020.

The doctoral dissertations examined have various purposes. The purpose of the dissertation by Görgülü Aydoğdu (2015) is to introduce the importance of the media literacy course to correctly understand the practices of new media individually and socially, to evaluate the content of the course to use the new media more effectively. The purpose of Turan's (2016) study is to investigate the relationship between individuals' information literacy skills and their perception of violence as a legitimate right. The study by Turancı (2017) aims to examine how risk is presented to the public through the media and how media is a strategic partner in the process of acquiring, transmitting, and disseminating information and information about risks within the framework of risk communication. The dissertation by Ulusoy (2018) aims to contribute to the solution of the curriculum problem in media literacy education in Turkey by examining the successful projects and practices in the world. The purpose of Uyar's (2020) dissertation is to examine what kind of similarities and differences there are in raising children without internet access in Turkey under equal conditions and opportunities and how their internet usage skills are formed. Filiz's (2020) dissertation aims to reveal whether television has an impact on the Turkish family structure and to guide future studies. Finally, Bayrakçı's (2020) dissertation aims to develop a scale to reveal the digital literacy levels of university students and graduates and to determine their digital literacy levels.

In this study, doctoral dissertations written in the field of Communication Sciences in Turkey between 2015-2020 were scanned and seven dissertations

were analyzed. The aims of the dissertations are generally to evaluate the content of the media literacy course and make suggestions to increase the efficiency of the course; to investigate the relationship between information literacy skills and individuals' perception of violence as a legitimate right; to examine how the media handles risks; to contribute to the education system by examining successful media literacy projects implemented in other countries; to examine the similarities and differences between the internet usage of children under unequal conditions; to reveal the effect of television on family structure in Turkey; to determine the digital literacy levels of university students and graduates.

The research methods are surveys, in-depth interviews, content analysis, document review analysis, cross-sectional survey methods, and relational research methods. In other words, the authors evaluated both quantitative and qualitative methods and conducted tests to measure the significance and reliability of the data.

The results related to "literacy" generally point out that new media literacy requires discerning the nature of the content accessed on the internet. It is also emphasized that media literacy and digital literacy are skills that need to be acquired not only for children and young people but for all media consumers in society.

Knowledge literacy skills are important in understanding accurate risk information or risk-related information based on scientific knowledge. The dissertations point out that there are very few studies on digital media literacy in Turkey and address the digital media literacy needs of students. It is also emphasized that digital media literacy introduces the ability to produce and transmit messages as a new dimension and refers to a set of skills that people related to media consumption and production can acquire later.

## Yazar Bilgileri

### Author details

\*Arş. Gör. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İletişim Fakültesi, mehtapgunes@mail.com, Orcid: 0000-0001-7613-883X

\*\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, tubahasdemir@gmail.com, Orcid: 0000-0002-4595-8496

## Katkı Oranı

### Author Contribution Percentage:

Birinci yazar % 50 First Author % 50

İkinci yazar % 50 Second Author % 50

## Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

## Çıkar Çatışması

### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

## Kaynak Göstermek İçin

### To Cite This Article

Uyar M. & Asrak Hasdemir T. (2023). Dijitalleşme ve medya okuryazarlığı üzerine incelemeler: Türkiye'deki akademik çalışmalar. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (61), 66-83. <https://doi.org/10.47998/ikad.1240616>

**Ek 1** Türkiye'de Medya Okuryazarlığı Konusu ile İlgili Yayınlanmış Doktora Tezleri (2015-2020 Yılları Arası)

SAYI	YAZAR	YIL	TEZ ADI	TEZ TÜRÜ	KONU
1	ADALET GÖRGÜLÜ AYDOĞDU	2015	Eleştirel farkındalık yaratmada yeni medya okuryazarlığı ve yeni medya bilinci üzerine bir inceleme	Doktora	Gazetecilik; İletişim Bilimleri
2	OYA TAN	2015	Medya Okuryazarlığı eğitimi: Öğrenci, öğretmen, aile bağlamında örnek bir araştırma	Doktora	Eğitim ve Öğretim; İletişim Bilimleri
3	SEDA GÖKÇE TURAN	2016	Bilişim okuryazarlığı bağlamında siber şiddetin mesrulaştırılması	Doktora	İletişim Bilimleri
4	MEHMET SELAHATTİN OKUROĞLU	2016	Eleştirel medya okuryazarlığı kuramı: Eskişehir okulları ölçeğinde bir alan araştırması	Doktora	Eğitim ve Öğretim; Gazetecilik; İletişim Bilimleri
5	ERDEM KOÇ	2016	Türkiye'deki medya okuryazarlığı eğitimi için bir uygulama önerisi	Doktora	Eğitim ve Öğretim; İletişim Bilimleri
6	KADİR KAPLAN	2017	Medya okuryazarlığı dersinin Türkçe öğretimiyle birleştirilmesi sürecinde medya okuryazarlığı dersi öğretmenlerinde bulunması gereken yeterlikler	Doktora	Eğitim ve Öğretim
7	ADEM KARATAŞ	2017	Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ve eğitim fakültelerine yönelik bir 'medya okuryazarlığı' eğitim programı tasarısı	Doktora	Eğitim ve Öğretim; İletişim Bilimleri
8	EDA TURANCI	2017	Risk iletişim stratejileri açısından bilgi ve bilgi okuryazarlığı: Sağlık haberlerine ve sağlık çalışanlarına yönelik bir araştırma	Doktora	Halkla İlişkiler; Sağlık Kurumları Yönetimi; İletişim Bilimleri
9	ALİ ULUSOY	2018	Dijital medya okuryazarlığı, gereksinimler ve yenilikçi uygulamalar üzerine bir inceleme	Doktora	İletişim Bilimleri
10	JAHANGİR GHOLİPOUR	2018	Üniversite öğrencilerinin bilgi okuryazarlığı becerilerinin değerlendirilmesi: İran örneği	Doktora	Bilgi ve Belge Yönetimi
11	ÖZLEM ŞENYURT	2018	Türk milli eğitim sisteminde bilgi okuryazarlığı gereksinimlerinin karşılanması	Doktora	Bilgi ve Belge Yönetimi
12	CAHİT ERDEM	2018	Öğretmen adayları için medya okuryazarlığı dersi öğretim programı tasarısı	Doktora	Eğitim ve Öğretim
13	ŞULE ALICI	2018	Mesleki gelişim programının eleştirel medya okuryazarlığı aracılığıyla Türk okul öncesi öğretmenlerinin sürdürülebilir kalkınma için eğitim ile ilgili mesleki gelişimlerine etkisinin araştırılması	Doktora	Eğitim ve Öğretim
14	HACER DOLANBAY	2018	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarına yönelik medya okuryazarlığı eğitimi modeli	Doktora	Eğitim ve Öğretim
15	AYKUT ÖZEL	2018	Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının medya okuryazarlığı algılarının incelenmesi	Doktora	Eğitim ve Öğretim
16	SEVİLAY AYDEMİR	2019	Toplumsal cinsiyet eşitliğine duyarlı medya okuryazarlığı eğitiminin öğretmen adaylarının toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin tutumlarına etkisi	Doktora	Eğitim ve Öğretim
17	MEHTAP UYAR	2020	Sayısal uçurum ve medya okuryazarlığı bağlamında çocukların internet kullanımları: Ankara örneği	Doktora	Halkla İlişkiler; İletişim Bilimleri
18	HACER FİLİZ	2020	Medya okuryazarlığı ve aile değerleri bağlamında televizyonun Türk aile yapısına etkisi	Doktora	Halkla İlişkiler
19	SERKAN BAYRAKCI	2020	Dijital yetkinlikler bütünü olarak dijital okuryazarlık: Ölçek geliştirme çalışması	Doktora	Bilim ve Teknoloji; Eğitim ve Öğretim; İletişim Bilimleri

**Kaynak:** Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>

# Küreselleşme Sürecinde Yeni Medya ve Sosyal Medya: Güvenilir Bilgiye Ulaşmak

## New Media and Social Media in the Process of Globalization: Reaching Reliable Information

Ekber KANDEMİR\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 26.01.2023 ■ Kabul Accepted: 25.05.2023

### ÖZ

Medya veriye ulaşmak ve bilgi edinme açısından önemli bir araçtır. Bu işlevini yerine getirirken özellikle güvenilir ve kabul edilebilir olması ise elzemdir. Gelişen teknoloji ve artan küreselleşmenin etkisi ile yeni medya türlerinin ortaya çıktığı günümüzde güvenilirlik kavramı açısından özellikle sosyal medya olgusunun ayrıca ele alınması ve incelenmesi bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya sahip olduğu kullanıcı sayısı ve erişim kolaylığından dolayı bilgi kirliliği anlamında büyük bir alanı kapsamaktadır. Bilginin hızlı bir şekilde yayılması ve herhangi bir süzgeçten geçmeden nihai kullanıcılara ulaşması, sosyal medyadan elde edilen bilginin ve verinin güvenilirliğini sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu çerçevede özellikle yeni medya kavramı bağlamında sosyal medya olgusunu ele almak ve bilginin doğruluğunu ölçmek, yanlış ve yalan bilginin hangi statüde değerlendirileceğine karar vermek ve tanımlamak çalışmamızın amacı olacaktır. Bununla birlikte nihai olarak dezenformasyon ve yalan bilgi çerçevesinde bir değerlendirme yapılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Küreselleşme, Güvenlik, Yeni Medya, Bilginin Güvenilirliği.

### ABSTRACT

Media is an important tool in terms of accessing data and obtaining information. While fulfilling this function, its reliability and acceptability is essential. With the effect of developing technology and increasing globalization, new media types have emerged, and it is a necessity to deal with and examine the social media phenomenon in terms of the concept of reliability. Social media covers a large area regarding information pollution due to the number of users and easy accessibility. The rapid spread of information and the fact that it does not pass any filter while reaching end users causes the reliability of information and data obtained from social media to be questioned. In this context, our study aims to deal with the phenomenon of social media, especially in the context of new media, to measure the accuracy of information and to decide and define the status of false and misleading information. Finally, an evaluation will be made within the framework of disinformation and false information.

**Keywords:** Social Media, Globalization, Security, New Media, Reliability of Information.



## Giriş

Küreselleşmenin hızlı bir şekilde artması ve Marshall McLuhan'ın deyişyle dünyanın bir köy haline dönüşmesi iletişim ve medya alanındaki hızı ve dönüşümü de artırmış, bunula paralel olarak veri birikiminde önemli bir sıçrama olmuştur. Bu çerçevede gelişen yeni medya olgusu içerisinde sosyal medya gerçeği ortaya çıkmış ve bu medya türü geleneksel medyanın rolünden önemli bir pay çalmıştır. Sosyal medya etkilediği kesimler ve kullanımının kolaylığından dolayı, hızlı bir bilgi kirliliği ve dezenformasyona yol açabilecek özelliğe sahiptir. Bundan dolayı sosyal medya üzerinden gelen bir haberin doğrulanması ya da güvenilir haber olarak değerlendirilmesi her daim hızlı bir şekilde gerçekleşmeyebilir. Geleneksel medyanın aksine internet ve sosyal medyada kontrol mekanizmalarının esnek ve bağımsız olması bu mecradaki bilgi kirliliğini artırmakta ve kullanıcılarını bu bilgi kirliliğine maruz bırakabilmektedir. Bu açıdan özellikle bir medya türü olarak değerlendirebileceğimiz sosyal medyanın filtrelenerek kabul görmesi ve veri olarak değerlendirilmesi elzemdir. Çalışmamızda öncelikle medya kavramının yeni medya ve sosyal medya çerçevesinde bir kavramsal tanımlaması yapılacak olup, daha sonra güvenli bilgi ve sosyal medyada yer alan bilginin güvenilirliği ele alınacaktır. Son olarak ise bilgi ve sosyal medyada alanında önemli kavramlar olan dezenformasyon, mazenformasyon, manipülasyon ve malenformasyon kavramları ele alınacaktır. Sonuç kısmında ise yanlış ve yanıltıcı bilginin sosyal medya üzerinden oluşturacağı etki üzerinde durularak kısa bir analiz yapılacaktır.

## Kavramsal Çerçeveden Yeni Medya ve Sosyal Medya

### Yeni Medya

Yeni medya kavramı, iki biçimde tanımlanabilir. Birincisi, yeni kavramını ayırıp yalnızca medya tanımlanabilir. İkincisi, sadece yeni kavramının medyaya kattığı özellikler vurgulanarak tanımlama yapılabilir. Her iki durumda medyanın hem eskisi hem de yenisi konusunda bir kafa karışıklığı oluşmaktadır. Medyanın ne zaman yeni olarak

tanımlanmaya başladığı belirlenebilirse, hangi araçların ve ortamların yeni olup olmadığı daha net bir şekilde anlaşılabilir.

Yeni medyadaki “yeni”nin, “yeni eşittir daha iyi” ideolojik gücünü taşıdığına dair güçlü bir his vardır. Aynı zamanda onunla birlikte daha farklı anlamda tanımlar da mevcuttur. Yeninin olması gereken son teknoloji olduğu algısı da modernist bir bakışın sonucudur. Lister ve arkadaşları, yeni medyanın tanımlanmasında özellikle yeni metinsel deneyimler, evreni ve dünyayı temsil etmenin yeni yolları, nihai kullanıcılar ve tüketiciler ile medya teknolojileri arasındaki yeni ilişkiler başlıklar üzerinden tasnif etmektedir (Lister vd., 2008: 11). Bu anlamlar aslında tüketici bireyin medya alanında aynı zamanda üretici haline geldiğine işaret etmektedir.

Yeni medya sesin, görüntünün, metnin sınırlarının bulanıklaştığı değişken bir ortama işaret etmektedir. McLuhan'ın belirttiği üzere medya bir araç olarak varlığını sürdürürken, medya kanallarından yayılan mesajların da bir araç gibi değişmeye başladığını söylemektedir. McLuhan'ın ünlü “araç mesajdır” söylemi, medya araçlarının dönüştüğünü ve artık mesajla birlikte medyanın kendisinin de sosyal yaşama etki etmeye başladığını belirtmektedir.

Yeni medyanın güncel tanımı, onu üretimden çok dağıtım ve sergileme için bir bilgisayarın kullanılmasıyla özdeşleştirir. Bu nedenle, bir bilgisayarda dağıtılan metinler (Web siteleri ve elektronik kitaplar) yeni medya olarak kabul edilir. Buna benzer şekilde, CD-ROM'a yerleştirilen ve bunları görüntülemek için bir bilgisayar gerektiren fotoğraflar ve diğer veriler yeni medya olarak kabul edilir; kitap olarak basılan aynı fotoğraflar değildir (Manovich, 2002: 43).

“Yeni medya, zamanın ortamını veya sürecini sosyal karşılıklı bağımlılık kalıplarını ve kişisel yaşamın her yönünü yeniden şekillendirmekte ve yeniden yapılandırmaktadır. Kişiyi, her düşüncüyü, her eylemi ve daha önce verili kabul edilen her kurumu pratik olarak yeniden düşünmeye ve

yeniden değerlendirmeye zorlamaktadır. Aile, yaşam alanları, eğitim pratikleri, iş, kamu yönetimi ve diğer tüm alanlardaki köklü değişimler, bireyin ve toplumun sürekli bağlantılı olma zarurietini geliştirmektedir.” (Mcluhan & Fiore, 1967: 9). “Yeni medya”, kapsayıcılığı nedeniyle bir terim olarak geçerlilik kazanmıştır. “Dijital” veya elektronik “medyada olduğu gibi, tamamen teknik ve biçimsel tanıma vurgu yapmaktan kaçınır; ‘etkileşimli medyada’ olduğu gibi tek, kötü tanımlanmış ve tartışmalı bir kaliteye vurgu veya ‘bilgisayar aracılı iletişim’de (CMC) olduğu gibi bir makine ve uygulama kümesiyle sınırlandırılmamaktadır.

Dolayısıyla, “yeni medya” terimini kullanan bir kişinin aklında bir şey varken (İnternet), diğerleri başka bir anlama gelebilir (dijital TV, vücudu görüntülemenin yeni yolları, sanal bir ortam, bilgisayar oyunu veya blog ). Hepsi bir dizi fenomeni ifade etmek için aynı terimi kullanmaktadır. Bunu yaparken her biri, akıllarındaki şeyin ‘orta’ statüsüne sahip olduğunu iddia etmekte ve hepsi ‘yeniliğin’ büyüleyici çağrışımlarını ödünç almaktadır. Yeni medya, dar bir teknisyen veya uzmanlık uygulamasından ziyade geniş kültürel rezonansa sahip bir terimdir. Yeni medyanın özelliklerini sırasıyla hipermetinselliği, sayısallığı, kitlesizleştirilmesi ve etkileşimliliği şeklinde sıralayabiliriz.

### Sosyal Medya

İnternet teknolojisi, 1969 yılında askeri gelişmelerinde etkisi ile ve bu teknolojiyle bağlantılı olarak Amerika’da ortaya çıkmış, 1991 yılında “www” (world wide web) ile dünyanın erişimine açık internet siteleri kurulmaya başlanmıştır. İnternetin ilk dönemlerinde web 1.0 teknolojisini kullanıcıları yalnızca bilgi edinebildikleri tek yönlü bir kullanım biçimine sahiplerdir. Diğer kullanıcılarla etkileşime geçmeleri ve bilgi üretmeleri mümkün değildi (Yağmurlu, 2011: 6). İnsanların web kullanımına bağlı bilgi ihtiyaçları arttıkça internet teknolojilerinde de gelişmeler yaşanmıştır. Web 2.0 teknolojisi ile birlikte kullanıcılar; internette içerik üretebilen, bu içerikleri paylaşabilen ve diğer kullanıcılarla etkileşime geçebilen aktif bir konuma gelmişlerdir. Bloglar, forumlar ve sosyal medya

mecraları (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube vb.) web 2.0 teknolojisinin en somut örnekleri olarak öne çıkmaktadır (Pekşen, 2021: 626-627). Özellikle blog sayfaları başta olmak üzere sosyal medya mecralarının insanların diğer kullanıcılar ve topluluklar ile bilgi alışverişi yapabilme imkânı sağlaması (Cirit, 2021: 539) interneti yeni bir kamusal alan haline dönüştürmüştür. İnternet, henüz yeni bir teknoloji olmasına rağmen toplumda oldukça yaygın kullanılan bir teknoloji haline gelmiştir. Dünyada milyonlarca insanı birbirine bağlayan internet hızlı, ekonomik ve kolay ulaşılabilir olmasıyla giderek gelişerek önemini arttırmaktadır. İnternet giderek ucuzlayan bir teknoloji olması ve kolay kolay sansür edilememesi nedeniyle de kullanımı giderek artmaktadır. İnternetin en önemli kullanım alanlarından biri de sosyal medyadır. Sosyal medya içeriklerini tamamen kullanıcılar oluşturmakta ve oldukça hızlı bir etkileşim sunmaktadır.

Sosyal medya, bildiğimiz ve kullandığımız klasik medyaya göre birçok farklı özelliğe sahiptir. Literatürde bu özellikleri farklı şekillerde kategorilendiren akademik eser ve çalışmalar bulunmaktadır. Scott Sosyal medyanın en ayırt edici özelliğinin kullanıcının herhangi bir içerik üretebilmesi, yorum yapabilmesi ve katkı sağlayabilmesi olduğunu ifade etmektedir (Scott, 2010: 38).

Mayfield ise sosyal medyanın özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır (Mayfield, 2010: 6): Sosyal medya insanlara bilgilerini, deneyimlerini, üzüntü ve sevinçlerini paylaşma, önemli gördüğü konularda bir farkındalık yaratma, insanlardan yeni şeyler öğrenme ve bakış açılarını genişletme fırsatı sunmaktadır. Ayrıca geleneksel medyanın içerikleri ile işgale uğrattığı “kamusal alan” sosyal medyada yeniden oluşmaya başlamıştır. İnsanlar demokratik katılımlarını gerçekleştirmek ve düşüncelerini diğer insanlara duyurmak için sosyal medyayı sıklıkla kullanmaktadırlar (Uluç & Yarcı, 2017: 91).

Sosyal medya tüm bu özellikleri ile her geçen gün kullanıcı kitlesini artırmaktadır. Dünyada

internet ve sosyal medya kullanıcıları için önemli bilgi kaynaklarından biri olan WeAreSocial 2021 raporuna göre, 4.66 milyar internet ve 4.2 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları geçen yılın Ocak ayına göre %13,2 artmış durumdadır. İnternet kullanıcıları ise %1,8 oranında artmıştır. Sosyal medya platformlarından en sık kullanılanları ise Facebook, Youtube ve Instagram olarak sıralanmaktadır. Türkiye ile ilgili verilere bakıldığında 60 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. 16-64 yaş arası insanların günün 8 saatini internette geçirmekte ve yaklaşık 3 saatini sosyal medyada harcamaktadır (WeAreSocial, 2021).

## Sosyal Medya Bağımlılığı ve Güven İlişkisi

### Sosyal Medya Bağımlılığı ve Çeşitleri

Bilginin oldukça önemli bir güç haline gelmesiyle birlikte doğru ve objektif haberlere daha fazla ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Yoğun bir bilgi akışına maruz kalan bireyler bilgiye bağımlı hale gelmişlerdir (Yoloğlu, 2017: 9). Sosyal medya bilgi alma seçeneklerini genişleterek ve insanlara bilgi verme özgürlüğü tanıyarak bilgi konusunda önemli bir platform haline gelmiştir (Becan, 2018: 241). Bilgi almanın yanı sıra İnsanlar sosyal medya araçlarını eğlence, sosyalleşme, boş zaman değerlendirme ve insanlarla iletişim kurmak için kullanmaktadırlar (Baz, 2018: 278). Kullanım alanlarının bu denli geniş olması insanları giderek sosyal medyaya bağımlı hale getirmektedir. Hazar, sosyal medya bağımlılığını bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak üç kategoride incelemektedir (2011: 162-163):

**Bilişsel bağımlılık:** İnsanlar yaşamları ve çevreleri ile ilgili bilgi edinmek konusunda sosyal medyaya bağımlıdır. İnsanlar hayatını devam ettirebilmek için gerekli bilgileri, medyaya başvuru süresi, tekrarı, medyaya güveni ve bilişsel bilgileri elde etmeden kendilerini rahat hissetmezler.

**Duygusal bağımlılık:** Bireylerin sosyalleşmek veya sosyalleşmekten kaçmak için sosyal medyaya bağımlı olduğunu ifade etmektedir.

**Davranışsal bağımlılık:** Araçsal ve eylemsel olarak iki şekilde ifade edilebilir. Kişilerin sosyal herhangi bir doyum (eğlenmek, bilgi edinmek, sosyalleşmek vb.) elde etme beklentileri olmasa dahi sürekli sosyal medyayı kullanmaları araçsal bağımlılık olarak açıklanmaktadır. Eylemsel bağımlılık ise kişilerin eyleme geçmek için sosyal medyaya bağımlı olmalarıdır. Toplumsal eylemlerde organize olmak veya bilgisayar başında herhangi bir eyleme geçmek gibi durumlar örnek olarak verilebilir.

- ▶ Baz eserinde, sosyal medya bağımlılığının belirtilerini 7 madde ile sıralamaktadır (2018: 278):
- ▶ Sosyal medya kullanımının insanların günlük işlerini veya eylemlerini engellemesi
- ▶ İnsanlarla ikili ilişkiler kurmakta başarısızlığa neden olması
- ▶ Sosyal medya hesaplarını kontrol etmediğinde huzursuz olması
- ▶ Akademik başarıyı olumsuz yönde etkilemesi
- ▶ Sanal durumları gerçek olarak algılaması
- ▶ Algı eksikliği veya dikkat dağınıklığı yaratması
- ▶ Panik atak, öfke ve stres gibi vücut fonksiyonlarında meydana gelen bozukluklar

### Sosyal Medyada Güven Kavramı

Güven kelimesi Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre "Korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat" olarak tanımlanmaktadır. Güvenle ilgili tanımlamalar ekonomi, psikoloji ve sosyoloji gibi alanlarda farklılıklar göstermektedir. Sosyal bilimlerde güven genel olarak bir toplumda yaşayan insanların birbirlerine, yaşadıkları sistemin kurallarına ve kurumlarına yönelik, tüm bu bireylerin, kurum veya kuralların işlevlerini beklenen şekilde yerine getireceklerine dair inanç olarak tanımlanmaktadır (Demir & Acar, 2005: 177). Bir başka tanıma göre ise güven, bireyin karşındaki

bireyin davranışlarını olumlu bir beklentiyle açık ve dürüst olarak kabul etmesidir (Roesseau vd., 1998: 395). Butler ise güven kavramını karşındaki kişinin geçmişteki davranışlarından hareketle gelecekteki davranışlarına karşı savunma gereksinimi duymama ve belirsizliklere karşı risk alma durumu olarak açıklamaktadır (Butler, 1991: 648). Fukuyama ise güveni “ortak normlara dayanan ve düzenli olarak, dürüst ve iş birliği içeren davranışların sergilendiği bir toplulukta, diğer üyelere yönelik olarak ortaya çıkan bir beklenti” olarak tanımlamaktadır (Fukuyama, 2000: 24).

Güven topluma dair siyasi, ekonomik veya kültürel ilişkilerin tamamı için oldukça önemli bir unsurdur. İnsanlar güvenle birlikte iyi ilişkiler kurabilir ve bu ilişkileri sürdürebilirler. Örneğin, güven insanların yalnızca seçim dönemlerinde siyasi partilere oy verme davranışlarını etkilemez. Hükümete yönelik olan güven, hükümetin politikalarının desteklenmesinde, kanunlara uyulmasında ve kamu kurum ve kuruluşlarına yönelik tutum ve düşüncelerde de etkili olmaktadır (Gershtenson vd. 2006: 882-883). Devletlere ya da kamu kurumlarına güven, bireylerarası güvenden daha farklıdır. Ancak yine de devletleri veya kamu kurumlarını oluşturanların insanlar olduğu düşünüldüğünde, kamu kurumlarında çalışan bireylere olan güven, devlete olan güveni tesis edebilmektedir (Solomon & Flores, 2001: 73). Bireylerin toplumsal sistemi oluşturan önemli unsurlardan olan kamu kurumlarına inanması ve güvenmesi, toplumsal düzenin korunabilmesi ve bireylerin birlikte yaşayabilmeleri için oldukça önemlidir (Boztepe, 2013: 55). Kamu kurumlarının vatandaşla arasındaki güveni tesis etmesi, toplumun huzuru, refahı ve güvenliği için oldukça önemlidir. Bu anlamda kamu kurumları topluma şeffaf bir şekilde bilgi vererek insanların yanlış bilgiye yönelmelerini engellemelidir.

Güveni sağlayan birçok faktör bulunmakla birlikte bunların en önemlilerinden biri de kaynağın güvenilirliğidir. İnsanlar güvenilir kaynaklardan elde ettiği bilgileri genellikle destekleyici kanıtlara

ya da teyide gerek duymadan doğru kabul etme eğilimindedirler. Özellikle mesajı teyit edecek, bilginin güvenilirliğini test edecek kanıtlar olmadığında kaynağın güvenilirliği hedef kitlenin mesajı kabul etmesi için en önemli unsurlardan biridir (İnceoğlu, 2004: 180-181). Hedef kitlenin kaynağa inanması (kaynağın inanılabilirliği) mesajın kabul edilmesini sağlayan güvenin bir alt fenomenidir. İnanılabilirlik kişi, kurum veya kuruluşlar ile bu kişilerin mesaj içerikleri (yazılı-sözlü, görsel-işitsel materyallerden) olarak ifade edilmektedir (Bentele & Seidenglanz, 2008: 3).

Kaynağın güvenilirliği mesajın kabul edilmesiyle birlikte bazı riskleri de içerisinde barındırmaktadır. İnsanlar benzer düşüncede olduğu ve kendisine yakın hissettiği insanlardan gelen bilgilerin doğru olduğuna inanırlar. Bu durum da insanların güvendiği kaynaklardan gelen bilgileri herhangi bir teyide ihtiyaç duymadan paylaşımlarına neden olmaktadır. Böylece sahte haberler kendilerine bir dolaşım ortamı bulabilmektedir. Benzer şekilde sosyal medyada bir bilginin aldığı etkileşim sayısı da insanlar tarafından bilginin doğru kabul edilmesi ve paylaşılması için bir referans olarak kabul edilir. Sahte veya bot hesaplar da yanlış bilginin yayılmasına hizmet ederler. Bu hesaplar aracılığıyla içerisinde iftira, taciz ve nefret söylemi gibi içerikler barındıran mesajlar insanlara iletilerek bir kitle oluşturulmaya çalışılır. Bu yöntemle bot hesaplarla insanlara bazı düşünceleri empoze etmek veya insanları istenilen yönde harekete geçirmek gibi amaçlar yerine getirilmeye çalışılır (Ceyhan, 2019: 14).

Sahte/yalan haberlerin oldukça fazla olduğu düşünüldüğünde insanlar için habere duyulan güven oldukça önemlidir. Haberin güvenilir olmasını sağlayan birçok unsur bulunmaktadır. Karlsen ve Aalberg (2021: 5) haberin güvenilirliğine etki eden faktörleri: kaynağın güvenilirliği, haber medyası güvenilirliği, aracı platform güvenilirliği ve aracı gönderen güvenilirliği olarak sıralamaktadır.



**Şekil 1** Çok Katmanlı Haber Güvenilirliği (Karlsen ve Aalberg, 2021: 5)



Bir mesajın güvenilir olmasında etkili olan faktörlerden ilki kaynağın güvenilir olmasıdır. Kaynaktan bilgiyi alarak haber haline getiren haber medyasına duyulan güven haberin güvenilirliğini etkileyen ikinci unsurdur. Haberin yayınlandığı mecrası olan aracı platform (Televizyon, Radyo, İnternet Sitesi, Sosyal Medya) ve bu aracı platformda haberi sunan kişinin güvenilirliği ise haberin güvenilirliğine etki eden diğer faktörlerdir.

### Sosyal Medyadaki Haberlerin Güvenilirliği

Yeni iletişim teknolojileri insanların haber ve bilgi alma pratiklerinde önemli değişikliklere neden olmuştur. Sosyal medya günümüzde haber ve bilgi kaynağı olarak öne çıkan ortamlardan biri haline gelmiştir. Bloglar, forumlar, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya uygulamaları insanları pasif tüketiciler olmaktan çıkararak haberin ve bilginin üreticisi haline getirmiştir. Dolayısıyla insanlar artık yalnızca profesyonel gazetecilerden değil, çok daha çeşitli bilgi kaynaklarından haber alma imkânına sahiptir. Geleneksel medyanın gündemi belirleme ve haberin sunumunu tasarlama gücü zayıflamış ve medya mensubu olmayan yurttaşlar da geniş kitlelere ulaşma fırsatı yakalamıştır (Newman, 2009). İnsanlar sosyal medyayı kullanarak eriştikleri haberlere yorum yapabilmekte, bu haberleri paylaşarak daha geniş kitlelere ulaştırabilmektedir. Ayrıca kendileri için haber niteliği taşıyan herhangi bir olayı kendi ürettiği görsel materyaller (fotoğraf,

video vb.) ile destekleyerek söz konusu olayla ilgili görüşlerini ifade edebilmektedir (Becan, 2018: 241). Sosyal medya yalnızca sıradan bireyler için değil profesyonel gazeteciler için de önemli bir haber alma ve üretim mecrası haline gelmiştir. Gazeteciler kendileri tanıklık etmedikleri birçok olaya sosyal medya üzerinden ulaşarak haber üretebilmektedirler (Sine ve Sarı, 2018). Sosyal medyanın bilgiye ve habere ulaşmayı kolaylaştırdığı gerçeğiyle birlikte bazı sorunlara da yol açtığı bilinmektedir. Bu sorunlardan biri de sosyal medyada yanlış veya sahte haberlerin oldukça fazla olmasıdır.

Haber söz konusu olduğunda sahte/yalan haberler de gündeme gelmektedir. Sahte/yalan haberler kaynak tarafından eksik, yanıltıcı veya yanlış bilginin aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Tudjman ve Mikelic, 2003, 1514). Dijitalleşme; haberin yayılması, formatı, sunumu, dağıtılması ve tüketilmesi üzerinde önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Ancak aynı zamanda sahte haberlerin üretilmesi ve yayılması konusunda da yeni seçenekleri ortaya çıkarmıştır. Haber metinleri, videolar ve fotoğraflar üzerinden haberin tamamı veya bir kısmı manipüle edilerek sahte haberler inşa edilip geniş kitlelere ulaştırılabilmektedir (Edson vd. , 2018: 138). Sahte/yalan haberler üretilerek insanların manipüle edilmesi günümüz dijital toplumunun karşı karşıya olduğu önemli bir problemdir (Howard, 2018: 23). Sosyal medyayı bir haber kaynağı olarak veya habere eriştikleri bir mecrası olarak kullanılması haberlere yönelik genel güvensizliğin artmasına neden olmaktadır (Park, vd., 2020: 9). Sosyal medyanın aracısız bir doğası olması siyasi kurumlara ve geleneksel medyaya güveni olumsuz etkileyen alternatif bilgilerin dolaşımını artırmaktadır (Coren, 2015: 487).

İnsanların politik dünya görüşleri hakkında bilgi edinmeleri, diğer bireylerle veya gruplarla fikir alışverişinde bulunmaları, kamu politika ve uygulamaları hakkında düşünce üretmeleri ve bu düşünceleri siyasi bir hareket olarak eyleme geçirmeleri demokrasinin sağlıklı işlemlerini temin etmektedir (Chadwick & Vaccari, 2019: 7). İnsanların tüm bu konular hakkında bilgi edinmeleri ve

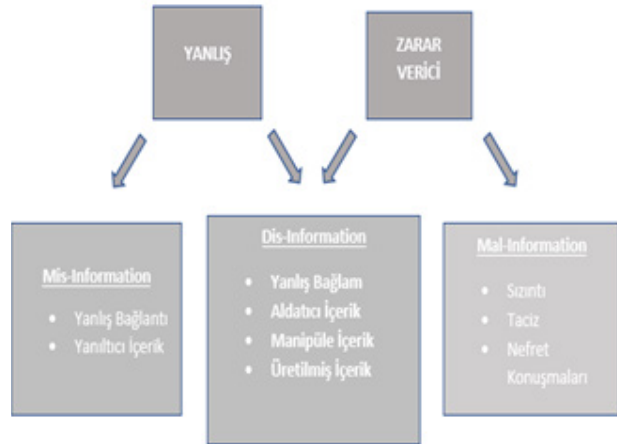
görüşlerini paylaşabilmeleri için sosyal medya oldukça elverişli bir alan oluşturmaktadır. Ancak sosyal medyada yanlış bilginin en yaygın olduğu konular arasında politik konular gelmektedir. Sosyal medyada politik konularda üretilen sahte/yanlış bilgiler insanları bu konuda paylaşım yapma veya bilgi alma pratiklerine etki etmektedir.

Sosyal medyanın siyasi katılımı artırmada etkili olduğu bilinmektedir. Ancak günümüzde özellikle politik konularda aşırı partizanlığın olması ve sosyal medyadaki olumsuz deneyimlerin insanları siyasetten uzaklaştırabileceği düşünülmektedir. Dezenformasyonla üretilen bilgiler kitleleri harekete geçirmek için bir taktik olarak kullanılabilir. Kitleler propaganda içeren sahte/yanlış haberler destekli bir politikaya dair olduğunda istenilen yönde harekete geçebilirler. Dolayısıyla partizanlık (kutuplaşma), dezenformasyon ve sosyal medya kullanımı demokrasinin işleyişi konusunda etki gücüne sahiptir (Tucker vd., 2018: 4). Sosyal medyada politik olarak homojen bir şekilde varlığını sürdüren topluluklar tarafından üretilen bilgiler kutuplaşmaya yol açabilir. Bu kutuplaşma insanları siyasetten uzaklaştırarak demokrasinin işlemesine engel olabilir. Ayrıca hemen her gazetecinin sosyal medyayı takip ettiği düşünüldüğünde onların geleneksel medyada sosyal medya etkisiyle verdiği bilgiler dolaylı yoldan sosyal medyayı kullanmayan insanları da etkileyebilir (Tucker vd., 2018: 16-17). Kitleleri harekete geçirici bir gücü olan sosyal medyadaki bilgiler eğer “nesnel, tarafsız, doğru veya önyargısız” olarak algılanırsa kullanıcılar tarafından gerçek olarak kabul edilip harekete geçilebilir.

### Sosyal Medyada Bilgi Kirliliği

İnternet geleneksel medyadaki kontrol mekanizmalarından bağımsız olması sebebiyle buradaki bilgiye erişen insanları bilgi kirliliğine maruz bırakabilmektedir. İnternet ortamında her konuda kaynağı belirsiz ve doğruluğu teyit edilmemiş birçok bilgi bulunmaktadır. Bu bilgiler toplumda güvensizliği de artırmaktadır.

Şekil 2 Mezenformasyon, Dezenformasyon ve Malenformasyon



Wardle ve Derakhshan bilgi kirliliğini *mezenformasyon*, *dezenformasyon* ve *malenformasyon* olarak üç kategoride ifade etmektedir. Bunlar;

- **Mezenformasyon:** Yanlış bilginin kasıtsız bir şekilde paylaşılması.
- **Dezenformasyon:** Yanlış bilgilerin zarar vermek maksatlı ve kasıtlı bir şekilde paylaşılması.
- **Malenformasyon:** Bir kişiye, kuruma/ organizasyona veya ülkeye/devlete zarar vermek için kullanılan gerçeklik temeli olan bilgilerin paylaşılması (Wardle & Derakhshan, 2017:5).

### Sosyal Medyada Mezenformasyon

Mezenformasyon kavramı, bilgilerin gerçek sanılarak paylaşılmasıdır. “Mezenformasyon kapsamındaki iletiler, kullanıcılar tarafından gerçek kabul edilerek, kaynağı önemsenmeden yayılmaktadır. Dezenformasyon paylaşımları ise; tahrif edilmiş veya gerçek dışı bilgi, eksik ya da taraflı paylaşımlardan oluşmaktadır. Bu içerikler, manüplatif özellikleriyle kullanıcılarda istenilen ve beklenen algılarını oluşmasını hedeflemektedir” (Bahar, 2020: 2762). Oxford Üniversitesinde bulunan Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsünden Dr. J. Scott Brennen, Felix Simon, Dr Philip N. Howard, ve Profesör Rasmus Kleis Nielsen tarafından hazırlanan ve Covid-19’a dair

yanlış bilgi (mezenformasyon) türleri, kaynakları ve iddialarını araştıran makalede, 2020 Ocak ayından yine aynı yılın Mart ayının sonuna kadar İngilizce dilinde yayınlanmış ve kendisine hak verilenler tarafından yanlış ya da yanıltıcı olarak işaretlenmiş 225 mezenformasyon örneklemini analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, haberlerin kaynağını yüzde 20 oranında ünlüler, politikacılar ve kanaat önderleri oluşturmaktadır. Analiz edilen haberlerin yüzde 69'u toplam sosyal medya etkileşimleri oluşturmaktadır. Etkileşim oranı çok yüksek olan ve toplumda önde gelenler tarafından paylaşılan yüzde 20 mezenformasyon içeriği, aslında büyük bir oranı oluşturmaktadır. Araştırmada analiz edilen içeriklerin yüzde 38'i tamamen yanlış bilgilerden oluşurken, yüzde 59'u yeniden yapılandırılmıştır. Araştırmada örnekleme seçilen mezenformasyon içeriklerinin halen yüzde 59'u Twitter'da mevcut dururken, YouTube içeriklerinin yüzde 27'si, Facebook gönderilerinin ise yüzde 24'ü halen uyarısız olarak sitede ulaşılabilir biçimde durmaktadır (Teyit.org, 2021). Bu aslında sosyal medya ağlarının yanlış veya hatalı içerikler konusunda halen yapay zekayı geliştiremediğinin göstergesidir. Türkiye'de ve dünyada faaliyet gösteren onlarca "teyit" sitesi, sosyal ağlarla entegre bir biçimde faaliyet gösterebilir ve içeriklerin doğruluğu bu siteler aracılığıyla kanıtlanabilir. Küresel sağlık krizinin yaşandığı ve Pandemi ilan edilen Koronavirüs günlerinde, kullanıcıların yanlış bilgilere maruz kalma riski artarken, kurumların da yanlış bilgileri çürütmek için fazladan çaba göstermesi sorunu ortaya çıkmıştır. Yalan haber ve yanlış bilgilerin yayılmasının hem pandemi ile mücadelede hem de kriz yönetiminde bir yük olarak durması, kurumları yeni bir bilgi yönetimi anlayışına yöneltmektedir.

Yalan haber ve bilgiler, Dünya Ekonomik Forumu tarafından güvenliği ve toplumu etkileyen en önemli tehdit olarak listelenmiştir. Bu tehditlere karşı koymak için sosyal ağlar bir dizi önlemler almaktadır. Örneğin Google, sorgu sonuçlarını sıralamak için bir güvenilirlik puanı geliştirmektedir. Benzer şekilde Facebook, kullanıcıların haber besleme algoritmasını

düzeltilmek için yanlış içeriği işaretleyebilecekleri topluluk odaklı bir yaklaşım önermiştir (Del Vicario vd., 2016: 554).

Sosyal medya yanlış bilgileri yayarken, yanlış bilgilerin düzeltildiği bir yer olarak da hizmet edebilir. Sosyal medyadaki bilgiler, "bilimsel literatür, tıp uzmanları ve hükümet temsilcilerinin yanı sıra sözde bilimsel araştırmaların" çeşitli bir karışımıdır (Gesser Edelsburg vd., 2017: 169).

### Sosyal Medyada Dezenformasyon

Dezenformasyon, manipülasyon ve yalan haberler sosyal medyanın gelişmesiyle popüler olan ve güvenliği tehdit eden bir konu değildir. Geçmiş yüzyıllar öncesine de dayanan bir yönü vardır; ancak dijital iletişim teknolojileriyle birlikte günümüzde daha büyük bir zorluk teşkil etmektedir. Bilginin hızı, artık çevrimiçi olarak saniyeler içinde uluslararası olarak yayılan mesajlarla büyük ölçüde artmıştır. Bu gelişmeler, bir devletin istikrarını bozmak isteyen gruplara ya da kendi bakış açılarını ön plana çıkarmak isteyen marjinal baskı çevrelerine çeşitli avantajlar sağlamıştır.

Macron'un seçim kampanyası sırasında, Belçikalı Le Soir gazetesinin, cumhurbaşkanı adayı Emmanuel Macron'un Suudi Arabistan tarafından finanse edildiğini iddia eden sahte bir makaleyle yayınlamasıydı. Başka bir örnekte de, Bahamalar'da bir offshore banka hesabı açtığına dair yanlış bir şekilde iddia edilen belgelerin çevrimiçi dolaşımıydı (Wardle & Derakhshan, 2018: 45).

Dezenformasyon kavramını Amerikalı uzmanlar, ilk olarak Birinci Dünya Savaşı sırasında istihbarat servislerinin kullandığını belirtmektedir. Alman askeri personeli, bu terimi düşmanı yanıltmayı amaçlayan bazı sahte radyo iletişimlerini belirtmek için kullanmıştır. Ekim Devrimi'nden sonra Sovyetler, Dezinformatsia adı altında çok daha iddialı bir plan tasarlayarak: Bu tekniği çeşitli şekillerde uygulamak, kitleleri, aydınları ve önde gelen seçkinleri farklı mesajlarla hedef almak için kullanmıştır. "Dezenformasyon" 1970'lerde

kamu alanına girmiştir. Kavramın geçmişine baktığımızda, Konfüçyüs'ün çağdaşı, Savaş Sanatı'nın Çinli kodlayıcısı Sun-Tzu, karşı tarafın siyasi ve askeri liderlerini yanıltmak için zekice tasarlanmış tuzakların incelikli varyasyonları olan "36 hileyi" tamamen dezenformasyon temelli oluşturmuştur. Sun-Tzu şöyle demektedir: "Savaş sanatı tamamen aldatmaya dayalıdır. Bu nedenle, gücün yettiğinde, aciz numarası yapmalısın; aktif olduğunuzda, pasifmiş gibi davranın. Yakındayken uzakta olduğuna, uzaktayken yakın olduğuna inandır. Düşmanı tuzağa düşürün, onu bir tuzağa çekin: düzensizliği simüle edin ve ona vurun" (Kauffer, 2001: 4).

Nanyang Teknoloji Üniversitesinin Ocak 2018'de paylaştığı "Post-Truth Çağda Sahte Haberler ve Ulusal Güvenlik" isimli rapora göre, dezenformasyonla mücadele için ilk olarak, teknolojinin sahte haberlerin yayılmasını nasıl sağladığı ve insanların buna nasıl inanmaya yatkın olduğu konusu analiz edilmelidir (Aras, 2017: 24). İkinci olarak, sosyal medya kullanılarak yayılan farklı yalan kategorileri arasında bir ayırım yapmak faydalı olacaktır. Üçüncüsü, sosyal dayanıklılığı ve ulusal uzlaşmayı desteklemeye yönelik çalışmalar ön plana çıkarılmalıdır. Dördüncüsü, kibar ifadeler yerine agresif tutum benimsenmelidir. Beşincisi, sahte haberlere meydan okuyan karşı anlatılar süratle devreye alınmalıdır. Özetle, yalan haberleri ortaya çıkarmak ve buna karşı koyma çabalarının daha iyi sinerjisini sağlamak için iyi kamu-özel ortaklığı da dahil olmak üzere toplumun tamamında işbirliği gereklidir.

### Sosyal Medyada Malenformasyon

Malenformasyon, kamu yararı yerine kişisel veya kurumsal özel bilgilerin kasıtlı olarak yayınlanması anlamına gelmektedir. Orijinal içeriğin bağlamının, tarihinin veya saatinin kasıtlı olarak değiştirilmesi yoluyla yapılan bu enformasyon yayma biçimi, tamamen kişi veya kuruma kamu önünde zarar verme amacı taşımaktadır. Elinor ve arkadaşları ise malenformasyonu gerçeğe dayanan bilgilerin kötü amaçlı bir kişiye, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek amacıyla kullanılması olarak tanımlamaktadır (Elinor vd., 2020: 3). Malenformasyona en iyi örnek

ise Fransız siyasetçi Macron'un ikinci tur seçimleri öncesinde e-postalarının sızdırılması yoluyla verilen zarardır. Seçim yasağının başlamasıyla eş zamanlı sızdırılan e-postalar, en yüksek düzeyde planlanmış bir malenformasyon girişimidir (Wardle & Derakhshan, 2018: 45).

### Sosyal Medyada Manipülasyon

Manipülasyon kavramı; bir bilginin, nesnenin veya görselin zihinde perdelenmesini sağlayan bir teknik olarak tanımlanabilir. Van Dijk, 'Söylem ve Manipülasyon' adlı makalesinin özetinde şöyle tanımlamaktadır: sosyal olarak manipülasyon, sosyal eşitsizliği onaylayan gayri meşru tahakküm olarak tanımlanmaktadır. Bilişsel zihin kontrolü olarak manipülasyon, anlama süreçlerine müdahaleyi, önyargılı zihinsel modellerin oluşumunu ve bilgi ve ideolojiler gibi sosyal temsilleri içermektedir. Söylemsel olarak manipülasyon genellikle, bizim iyi şeylerimizi vurgulamak ve karşı tarafın kötü şeylerini vurgulamak gibi olağan ideolojik söylem biçimlerini, ifadelerini ve formatlarını kapsamaktadır (Dijk, 2006: 359). Amerika'nın Irak'a müdahalesi sırasında oldukça fazla manipülasyon örnekleri dünya medyasında yaşanmıştır. Irak'a müdahale sürerken bir yandan da kimyasal silahlara vurgu yapılarak algının savaştan başka bir yöne çevrilmesi sağlanmıştır.

Sahte haberler ya da yanlış bilgi, hangi amaçla üretilirse üretilsin sosyal medyada büyük kitlelere ulaşmaktadır. Yeni medya düzeninde ana akım medyanın doğru, tarafsız ve gerçeği yansıtan bilgi elde etme ihtiyacını karşılama misyonu neredeyse tamamen arka plana itilmiştir. (Ulaş & Yeşil, 2020: 945).

### Sonuç

Yeni iletişim teknolojileri bilginin hızlı bir şekilde geniş kitlelere yayılması imkanını doğurmuştur. Özellikle sosyal medyanın kullanımı ile birlikte insanlar istediği bilgiye zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde ulaşabilmekte ve kendileri de aktif birer üretici olarak bilgi üretebilmektedir. Günümüzde neredeyse herkesin bir ya da birkaç sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Bu

hesaplar ile insanlar ilgili platformlarda paylaşım yapabilmekte ve diğer insanların paylaşımlarına etkileşim ya da tepki verebilmektedir. Ayrıca bahse konu platformlarda paylaşılanlara göre genel bir fikir ya da düşünce de oluşturabilmektedir. Böylece her bir birey sosyal medyadaki iletişimin katılımcı bir unsuru haline gelmiş ve kamuyu ilgilendiren her türlü konuda fikir beyan etme şansına sahip olmuştur. Sosyal medya bu sağladığı bu faydalar ile demokrasinin gelişmesi açısından önemli bir kamusal alan haline gelmiştir. Ancak bilgi üretiminde geleneksel olarak var olan kontrol mekanizmalarının bu platformlarda devre dışı kalması sebebiyle kasıtlı veya kasıtsız olarak birçok yanıltıcı/ yanlış bilgi üretilmektedir. Sosyal medyadaki yanlış/ yanıltıcı bilgiler farklı şekillerde veya farklı amaçlarla üretilmektedir. Kimi zaman yanlış bilgi kasıtsız olarak üretilip, paylaşılırken, çoğunlukla ise bir kişi, siyasi parti, kuruluş veya devletin çıkarı doğrultusunda kamuoyunda istenilen algının yaratılması veya gerçek ya da tüzel kişiliklerin itibarlarına zarar vermek amacıyla ilgili mecralarda dolaşıma sokulmaktadır. Özellikle kamu görevinde bulunan kişiler veya kamu kuruluşları doğrudan halka hizmet verdikleri ve hedef kitleleri halkın geniş bir kesimi olduğu için sıklıkla manipülasyon veya dezenformasyon yoluyla üretilmiş sosyal medya içeriklerinin hedefi olabilmektedir. Böylece kamu kuruluşlarının görevini yerine getiremediği, halkın istek veya beklentilerine cevap veremediği ya da kamu zararına faaliyetler gerçekleştirdiği algısı yaratılarak sosyal medya üzerinden bir güvensizlik ortamı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Bireylerin ve kurumların sosyal medya hesaplarının yanı sıra aynı mecralarda terör örgütlerinin de hesapları mevcuttur. Bu ağlarda terör örgütleri kasıtlı olarak yanlış bilgi yayabilmekte ve bu bilgiler ile toplum üzerinde bir baskı ve korku oluşturmaktadır. Bu çerçevede iletişim alanında faaliyet gösteren kurumların denetimi ve bu kurumların yanlış/yanıltıcı bilgiye ulaşımın engellenmesi için çeşitli tedbirler geliştirmesi elzemdir. Özellikle bahse konu tedbirlerin öncelikle yasal altyapısının oluşturulması daha sonra da yürütmesinin sağlanması bize güvenli sosyal ağ kullanımını verecektir.

## Kaynaklar

- Allcott, H., Gentzkow, M., ve Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2), 12-60.
- Aras, F. Ç., (2017). Process of "Make in India" Initiative Program. *IOSR-Journal Of Humanities And Social Science*, 12(11), 22-26.
- Aydın, A. F. (2020). Post-truth dönemde sosyal medyada dezenformasyon: Covid-19 (yeni koronavirüs) pandemi süreci. *Asya Studies*, 4(12), 76-90.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.
- Becan, C. (2018). Sosyal medya bağımlılığının haber takibi motivasyonları üzerine etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 238-256.
- Bentele, G., ve Seidenglanz, R. (2008). Trust and credibility-Prerequisites for communication management. *Public Relations Research*, 15, 49-62.
- Boztepe, H. (2014). Halkla ilişkiler perspektifinden güven kavramı: Katılımcılık, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin kamu kurumlarına yönelik güvenin oluşmasındaki rolü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 45, 53-74.
- Butler Jr, J. K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643-663.
- Ceyhan, A. İ. (2019). Dijital iletişim çağında siyasetin dijitalleşmesi üzerine bir inceleme: post-truth ve dijital siyasetin sahte haber ekseninde analizi. *Kurgu*, 27(4), 1-17.
- Chadwick, A., ve Vaccari, C. (2019). *News sharing on UK social media: Misinformation, disinformation, and correction*. Loughborough University.

- Coren, S., Ward, L.M. ve Enns, J.T. (1993). *Sensation and perception*. Harcourt Brace College Publishers.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, E. H. ve Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Demir, Ö. ve Acar, M. (2005). *Sosyal bilimler sözlüğü*. Adres Yayınları.
- Edson C.T. Jr., Zheng, W.L. ve Richard, L. (2018). Defining 'fake news'. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
- Elinor, C., Simeon Y., Eleanor, L. ve Alicja P. (2020). Data citizenship: Rethinking data literacy in the age of disinformation, misinformation, and malinformation. *Internet Policy Review*, 9(2).
- Fukuyama, F. (2000). *Büyük çözümler*. (Çev. Z. Avcı ve A. T. Aydemir). Sabah Kitapları.
- Gershtenson, J., Ladewig, J. ve Plane, L. D. (2006). Parties, institutional control, and trust in government. *Social Science Quarterly*, 87(4):882-902.
- İnceoğlu, M. (2004). *Tutum algı iletişim*. Elips Yayınları.
- Karlsen, R. ve Aalberg, T. (2021). Social media and trust in news: an experimental study of the effect of facebook on news story credibility. *Digital Journalism*, (2), 1-17.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New media: A critical introduction*. Routledge.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT press.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The medium is the message*. Bantam.
- Özerkan, Ş. (2006). The relationship between the design of newspaper and human beings perception (Bildiri). 7. *Uluslararası İnteraktif Yeni Medya Sempozyumu*, İstanbul.
- Park, S., Fisher, C., Flew, T., & Dulleck, U. (2020). Global mistrust in news: The impact of social media on trust. *International Journal on Media Management*, 22(2), 83-96.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S. ve Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23(3), 393-404.
- Scott, D. M. (2010) *The new rules of marketing and PR*. John Wiley and Sons.
- Sine, R. & Sarı, G. (2018). Profesyonel gazetecilerin gözünden sosyal medya ve habercilik ilişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 364-384.
- Solomon, R. C., & Flores, F. (2001). *Building trust in business, politics, relationships, and life*. Oxford University Press.
- Teyit, (4 Nisan 2020). Covid-19: Yanlış bilgi türleri, kaynakları ve iddiaları, <https://teyit.org/covid-19-yanlis-bilgi-turleri-kaynaklari-ve-iddialari>.
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D. ve Nyhan, B. (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Found Menlo Park.
- Tudjman, M. ve Mikelic, N. (2003). Information science: science about information, misinformation and disinformation. *Informing Science InSITE - "Where Parallels Intersect"*, 3, 1513-1527.
- Ulaş, M. ve Yeşil A. (2020). Batı dijital medyasının Türkiye'ye yönelik algı manipülasyonu: koronavirüs haberleri üzerine ampirik bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 939-963.

Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.

Van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359-383.

Wardle, C. ve Derakhshan H. (2017). *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Ireton, Cherilyn; Posetti, Julie Journalism, 'fake news' & disinformation. Unesco, 43-54.

Yağmurlu, Aslı (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 5-15.

Yoloğlu, N. (2017). Küresel medya ve iletişim anlayışında aktüel enformasyondan dezenformasyona yöneliş. *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 2(1), 8-15.

### Extended Abstract

The rapid increase in globalization and the transformation of the world into a village, in Marshall McLuhan's words, has also increased the speed and transformation in the field of communication and media, so there has been a significant leap in data accumulation. In this context, the reality of social media has emerged within the new media phenomenon that has developed and this type of media has taken an important share from the role of traditional media. Considering the segments it affects and the ease of use, social media has the feature that can lead to rapid information pollution and disinformation. Therefore, the verification or reliable evaluation of information received through social media may not always occur quickly. Contrary to traditional media, the flexible and independent control mechanisms in the internet and social media

increase the information pollution in this media and expose its users to it. In this respect, it is essential for social media, which we can consider as a media type, to be accepted through filtering and evaluated as data. In our study, first of all, the conceptual definition of the media will be made within the framework of the new media and social media, and then the reliability of the information in the social media will be discussed. Finally, the concepts of disinformation, mazinformation, manipulation and malinformation, which are important concepts in the field of information and social media, will be discussed. In the conclusion part, a short analysis will be made by emphasizing the effect of false and misleading information on social media.

Media is an important tool in terms of accessing data and obtaining information. While fulfilling this function, its reliability and acceptability is essential. With the effect of developing technology and increasing globalization, new media types have emerged, and it is a necessity to deal with and examine the social media phenomenon in terms of the concept of reliability. Social media covers a large area regarding information pollution due to the number of users and easy accessibility. The rapid spread of information and the fact that it does not pass any filter while reaching end users causes the reliability of information and data obtained from social media to be questioned. In this context, our study aims to deal with the phenomenon of social media, especially in the context of new media, to measure the accuracy of information, and to decide and define the status of false and misleading information. Finally, an evaluation will be made within the framework of disinformation and false information.

Disinformation, manipulation and false news is not a popular and threatening issue with the development of social media. There is an aspect of the past that dates back centuries; However, with digital communication technologies, it is a greater difficulty today. The speed of information has now increased to a great extent with the internationally spread messages in seconds. These developments

have provided various advantages to groups who want to disrupt the stability of a state, or marginal printing circles that want to bring their own perspectives to the fore.

In addition to the social media accounts of individuals and institutions, terrorist organizations also have accounts in the same channels. In these networks, terrorist organizations can deliberately spread false information and create pressure and fear in society with this information. In this framework, it is essential that institutions operating in the field of communication develop various measures to prevent access to false/misleading information. In particular, the establishment of the legal infrastructure of the aforementioned measures and the operability of this infrastructure will enable the use of secure social networks.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr., ekberkandmyr@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6211-2276

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Kandemir, E. (2023). Küreselleşme sürecinde yeni medya ve sosyal medya: Güvenilir bilgiye ulaşmak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 84-96. <https://doi.org/10.47998/ikad.1242863>



# Dijital Çağa Retrospektif Bir Bakış: Dune Evreni ve Fütürizm Tasavvurları

A Retrospective Look into the Digital Age: Imagines of the Dune Universe and Futurism

Dilge KODAK\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 24.02.2023 ■ Kabul Accepted: 04.06.2023

## ÖZ

Bir fenomenle ilgili doygunluk durumu, sürecin bir tür kolektif yorgunluğa evrilebileceğinin işareti olarak varsayılabilir. Kimi zaman bu süreç tersine de işleyebilir. Yapay zekâ, metaverse, siber alan gibi oluşumlar, çok kısa bir süre öncesine kadar kavramsal olarak ele alınırken, günümüzde uygulama alanları bulmuşlardır. Öte yandan etik, suç, tüketim gibi temel kavramlarla da döl bir perspektifte değerlendirilmektedirler. Bir yandan üretim, tüketim, haberleşme vb. çok sayıda alan tamamen dijitalleşirken, diğer taraftan minimalist tutumlar da toplumsal hayatta öne çıkmaya başlamıştır. Geç modern dijital çağ, analog pratiklerin monolitikliğine bir direniş mecazı taşır. Konkre bir dönemin kapanışını simgeler. Ancak dijital çağ bir taraftan da kaygan bir olumlama zemininde yer alır. Tıpkı modernitede olduğu gibi, büyük anlatıların dekadansına yapılan tarihi şahitlik, teknolojik determinizmi temeline alarak genişleyen dijital çağın getirileri için de rasyonel bir ihtimaldir. Bu çalışmanın amacı, 1965 yılında Frank Herbert tarafından tasarlanan Dune evreni ekseninde dijitalleşmeyi merkeze alan fütürizm ve trans-hümanizm unsurlarını tartışmak ve muhtemel gelecek tasavvurlarına ilişkin perspektif olanakları aramaktır. Çalışma niteliksel olarak dizayn edilmiş, doküman tarama ve betimsel analiz metodları kullanılmıştır. Analiz bulguları, her ne kadar dijitalleşme ve teknolojiye yönelik bir gelecek tasavvurunun güzellemesi yapılırsa da, ekolojik, kültürel, politik ve toplumsal trendlerin gittikçe sadeleştiğini ve muhtemel gelecek tasavvurlarının Dune evrenine benzer bir antikiteye evrilebileceğini ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Teknolojik determinizm, Fütürizm, Trans-hümanizm, Dune.

## ABSTRACT

A state of saturation related to a phenomenon can be assumed as a sign that the process may evolve into a type of collective exhaustion. At times, this process can also work in reverse. Formations such as artificial intelligence, metaverse, and cyberspace, which were recently conceptualized, have now found practical applications. On the other hand, they are also evaluated from a dual perspective with fundamental concepts such as ethics, crime, and consumption. While production, consumption, communication, and many other areas are becoming completely digital, minimalist attitudes are also starting to emerge in social life. The post-modern digital age carries a metaphorical resistance to the monolithic nature of analog practices, symbolizing the end of a concrete period. However, the digital age also lies on a slippery ground of affirmations. Just like in modernity, witnessing the decadence of grand narratives is a rational possibility for the benefits of the expanding digital age, based on technological determinism. The aim of this study is to discuss the elements of futurism and trans-humanism centered on digitalization in the Dune universe designed by Frank Herbert in 1965 and to search for perspective opportunities regarding possible future visions. The study is qualitatively designed, and document scanning and descriptive analysis methods are used. Although the analysis findings glorify a future vision related to digitalization and technology, they also reveal that ecological, cultural, political, and social trends are becoming increasingly simplified and that possible future visions may evolve into an antiquity similar to the Dune universe.

**Keywords:** Digitalization, Technological determinism, Futurism, Trans-humanism, Dune.



*"Korku aklın katilidir"*  
F. Herbert

## Giriş

Teknolojik determinizm gelişme ve ilerlemenin sürekliliği ilkesine dayanır ve bu ilke her daim insanlığa ithaf edilir. Teknolojinin insanlığı bulunduğu noktadan mutlak surette ileriye ve daha iyiye taşıyacağı aksiyonel bir arzu olsa da, günümüzde bir erken modernite nosyonu olarak hareketsiz kalma ihtimali vardır. Bu da dijital çağın aktüel durumu ile açıklanabilir. "Dijital Çağ" terimi genellikle, teknolojinin hızla gelişmesi ve dijitalleşme sürecinin hemen hemen yaşamın her alanına nüfuz etmesi anlamında kullanılmaktadır. Bu durumun olumlu ve olumsuz tezahürleri bulunmaktadır. Teknolojinin sunmuş olduğu kolektif kolaylıklar, hızlı ve etkili iletişim imkanları, enformasyona erişimdeki kolaylık ve eğitim olanaklarının genişlemesi pozitif sahalarda sayılabilir. Öyle ki, dijital bir küresel kültürün oluştuğu gerçeği de göz ardı edilmemelidir (Tomlinson, 2013). Öte yandan, dijital teknolojiler sayesinde tıp, endüstri, ulaşım ve benzeri birçok sektörde de hatırı sayılır ilerlemeler kaydedilmiştir. Ancak dijital bütünüyle avantajlarla dolu değildir. Özellikle sosyal medya ve dijital cihazların aşırı kullanımı, ilgili literatürlere yeni hastalık ve bağımlılık türleri sokmuştur ve bunlarla ilgili tedavi protokolleri geliştirilmeye devam etmektedir (Darı, 2017: 732-733). Bir diğer olumsuz durum, dijital çağda kişisel verilerin korunması ile ilgilidir. Siber güvenlik tehditleri, dijital dolandırıcılık ve sanal suçlar gibi yeni sorunlar ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, teknolojinin hızlı gelişimi ve işsizlik oranındaki artış da bir başka problem olarak öne çıkmaktadır. Genel olarak bakıldığında, her teknolojik ilerleme safhasında görüldüğü gibi, dijital çağın da etkileri çoklu olarak değerlendirilmektedir. Buradaki temel nokta, dijital teknolojilerin avantajlarından yararlanılırken, aynı zamanda bu teknolojilerin olumsuz etkilerine karşı geliştirilmesi veya yerleştirilmesi gereken bilinçlilik halidir. Dijital çağ sona ermiş bir periyot değildir. Her ne kadar analog ve mekanik sistemlerin dijitalleşmesi olarak anlaşılıyorsa da, sahasını gittikçe genişletmektedir. Buesnemenin sürekliliğinde, toplumsal bilinç önem

arz etmektedir. Kendinden önceki her teknolojik gelişme gibi dijitalleşme dönemi de teknolojik determinizm ile ilişkilendirilir. Bu ilişkilendirme dijital çağın olumlu taraflarına odaklanılmasından ileri gelir. Teknolojik determinizm, teknolojinin toplumun tüm alanlarını etkilediği ve insan davranışlarını belirleyebileceği fikrine dayanır. Bu görüş, teknolojinin toplum üzerindeki etkisine odaklanarak, toplumsal değişimlerin teknolojik gelişmelerin sonucu olduğunu iddia eder. Teknolojik determinizmin etkileri, toplumun farklı alanlarında kendini göstermektedir. Örneğin, bu görüşe göre, teknolojinin hızlı gelişimi, toplumda aynı oranda hızlı değişimlere yol açabilir. Bu değişimler, insanların hayatlarında birçok yenilik ve kolaylık sağlayabilirken, aynı zamanda bazı toplumsal sorunlara da neden olabilir. Teknolojik determinizm, insanların teknolojiye bağımlı hale gelmesine, kişisel ilişkilerin azalmasına, toplumsal etkileşimlerin azalmasına ve tek başına yaşama neden olabilir. Teknolojinin toplum üzerindeki etkilerini ele alan bir görüş olmasından ötürü, olumlu bir tarafı da vardır. Teknolojinin hızlı gelişimi, tıp, ulaşım, iletişim, bilgi teknolojileri gibi birçok sektördeki hizmetlerin gelişmesine ve insanların hayat kalitesinin artmasına da katkı sağlamıştır. Nihai olarak teknolojik gelişmeler toplumsal değişimleri tetikleyebilir ve toplumsal sorunlara neden olabilir. Teknolojinin hızlı gelişimi aynı zamanda birçok alanda faydalar da sağlayabilir. Fakat bu konuda da ideal bir denge söz konusu olamamıştır. Öyle ki, teknolojik gelişmelerin belirleyiciliğine duyulan kolektif güven, teknolojinin insan hayatını kolaylaştırıcı işlevini arttırarak insanın bizi kendisini "iyileştirme" hatta "mükemmelleştirme" yönünde eğilim göstermiş ve bu eğilimin bir çıktısı olarak da trans-hümanizm görüşü inşa edilmiştir. Trans-hümanizm, insanların fiziksel ve zihinsel kapasitelerini arttırmayı ve sınırlarını aşmayı amaçlayan bir felsefi harekettir. Bu amaç doğrultusunda, teknolojik gelişmelerin insan vücudu üzerinde kullanımı, insanın doğal evrim sürecini kontrol altına almayı ve onu geliştirmeyi hedefler. Trans-hümanizm hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı taraflar trans-hümanizmi, insanın doğal sınırlarını aşmasını ve kendisini geliştirmesini sağlayacak bir felsefe olarak

görmektedirler. Bu yaklaşıma göre, insanların teknolojinin sunduğu imkanlardan yararlanarak yaşam sürelerini uzatması, daha akıllı ve yaratıcı olması mümkündür. Ancak, bazı taraflar trans-hümanizmi, insanın doğal sınırlarını aşmaya yönelik riskli bir pozisyon olarak değerlendirirler. Bu yaklaşıma göre ise, insanların doğal sınırlarını aşması, insan doğasının anlaşılması ve insanın sosyal etkileşimleri gibi organik süreçlere zarar verebilir. Ayrıca kimi taraflar da, trans-hümanizmin, insanlar arasında yeni bir ayırım yaratması ve toplumsal eşitsizliği artırması endişesini taşımaktadırlar. Trans-hümanizmin diğer bir eleştirisi de, teknolojinin sınırlarının nereye kadar uzandığı konusunda belirsizliğin olmasıdır. Bazı görüşlere göre trans-hümanizmin, biyolojik zarara evrilebileceği veya toplumun diğer kesimlerinin olumsuz yönde etkilenebileceği yönünde endişeler söz konusudur. Ayrıca, teknolojinin insanın doğal evrim sürecini kontrol altına alması, insanlık tarihindeki diğer dönemlerde olduğu gibi, teknolojik ve toplumsal olarak geriye düşme riski taşır. Trans-hümanizm insan evriminin potansiyelini arttıracak bir yaklaşım olarak görülebilir ancak insanın doğal sınırlarını aşmanın tehlikeleri göz ardı edilemez. Dolayısıyla trans-hümanizm değerlendirilirken sosyal ve toplumsal etkilerin yanı sıra, etik sorunlar ayrıca öncelik taşımaktadır.

Dijital çağ teknolojik periyot olarak, trans-hümanizm de fikri bir pozisyon olarak fütürizm ekseninde son derece elverişli bir şekilde tartışılabilir. Ki çalışma kapsamında Dune evreni incelemesinde de kavramsal üçgen fütürizm ile tamamlanmıştır. Fütürizm her ne kadar 20. yüzyılın başlarında İtalya'da ortaya çıkan sanatsal bir akım olsa da, sanatı gelecekteki teknolojik gelişmelerin bir yansıması olarak kullanmıştır. Fütürizm hız, dinamizm ve modernite gibi kavramlar üzerine odaklanmaktadır. Aktüel olarak dijital çağda fütürizm tasavvurlarının teknolojik bağlamda geliştiği söylenebilir. Örnek vermek gerekirse akıllı cihazlar, yapay zeka uygulamaları, otonom sistemler ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler dijital çağda fütürizm tasavvurlarını besleyen unsurlardır. Dijital çağ, teknolojik determinizm ve fütürizm uzun erimli gelecek tasavvurları için

toplumsal hayat özelinde belirleyicilik taşırlar. Ancak bu belirleyiciliğin her koşulda olumlu sonuçlar doğuramayacağı varsayımının kurgusal ispatı Dune evreninde görülebilmektedir. "Dune", Frank Herbert tarafından yazılmış bir bilimkurgu romanıdır ve ilk kez 1965 yılında yayımlanmıştır. Şimdiye kadar iki kez David Lynch ve Denis Villeneuve tarafından sinemaya uyarlanmıştır. Dune, gezegen Arrakis'in etrafında şekillenen bir hikayeyi anlatır. Bu gezegen, "melanj" adlı maddenin ana kaynağıdır ve uzay yolculuğunda kullanılan uzay gemilerinin hareketlerini kontrol etmek için gereklidir. Bu maddenin aynı zamanda, insan zihni üzerinde psikedelik bir etkisi vardır ve psişik güçlerin gelişmesine yardımcı olur. Ancak bu mikro hikayeden çok daha fazlasıdır. Tıpkı günümüzde olduğu gibi Dune evreninde de teknoloji odaklı bir fütürizm anlayışı hakim olmuş, ancak teknolojik belirlenimci kolektif tavrın bedeli bir kurtuluş öyküsüne dönüşmüştür. Öyle ki, dijital ve yapay zeka teknolojilerinden tamamen soyutlanmış, feodal bir yaşam biçimine entegre olmuş toplumsal sistemler inşa edilmiştir. Dune evreni, teknoloji ve dijitalleşmenin insan hayatı üzerindeki etkisi ve sonuçlarının bir özeti niteliğindedir ve günümüz teknoloji odaklı fütürizm tahayyülleri için gerçekçi bir alternatif sunar. Bu çalışmanın temel problemini dijitalleşme ve teknolojik determinizm odaklı gelecek hayallerinin niteliği oluşturmaktadır. Fütürizm ve trans-hümanizm gibi kavramlar, söz konusu gelecek hayallerini olumlamaktadırlar. Bu olumlama da çalışmanın merkezi sorunsalı konumundadır ve tartışılmaya değerdir. Bu çalışmada Dune evreni dijital çağ, teknolojik determinizm ve fütürizm kavramları ekseninde incelenmiştir. Bu üç kavramsal çerçeveye ilişkili olarak Dune evrenini tanımlayan unsurlar olan dijitalleşme, teknolojik kurtuluş, toplumsal yapı, ekolojik tehditler ve inanç & gelenek tasavvurları ekseninde betimsel analiz yöntemi uygulanmıştır. Çalışma sonucunda iki varsayım da doğrulanmış, teknoloji odaklı fütürizm yaklaşımlarının nihai olarak olumlu olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerin gündelik yaşamdaki yeri ve karşılığı, meydana getirdiği sorunlar, avantaj ve dezavantajları iletişim bilimlerinin merkezi çalışma

alanlarından biridir. Bu açıdan bakıldığında, uzun erimli gelecek öngörülerinde Dune evreni açıklayıcı ve örnek teşkil eden bir referanstır. Bu kapsamda yeni araştırma sorularına da zengin bir zemin sağlayacağından, bu çalışma iletişim bilimlerinin çalışma alanları açısından önem arz etmektedir.

### **Teknoloji Sempatizanlığı: Tarihi Tekrar Ettirmek**

Teknoloji tarih boyunca, toplumsal iyilik nosyonları ile ilişkilendirilmiştir. Her bir teknolojik icat veya ilerlemeye; insan yaşamına refah ve iyilik getirecek nihai buluş sorumluluğu yüklenmiştir. Bu kolektif tavır, aydınlanma geleneğinden gelir ve endüstri devriminde somutlaşır. Makineleşme çağı ile birlikte artık teknoloji odaklı bir kurtuluş destanı hayal edilmeye başlanmıştır. Teknoloji tarihine bakıldığında da, her bir yenilik ya da icat, kendinden öncekini yok edecek ölçüde devrimcidir. Ve her teknolojik yeniliğe destansı anlamlar yüklenmiştir. Tarihteki birçok teknolojik buluşa, günümüzde nostaljik tarih anlayışı ile bakılır. Bu yaklaşım, modernitenin büyük anlatılarıyla benzeşim göstermektedir. Bilindiği üzere büyük anlatı, üst-anlatı ya da ana anlatı, Jean-Francois Lyotard tarafından eleştiri niteliğiyle geliştirilmiştir. Şemsiye formu bir teoridir. Lyotard'ın büyük anlatı teorisine göre, evrensel gerçeğe başvurmaya dayalı olarak çeşitli tarihsel olaylara, deneyimlere, sosyal ve kültürel olgulara bütüncü, kapsamlı bir açıklama vermeye çalışır (Lyotard, 1997:12-13). Bu yalın bağlamda büyük anlatı gücü, otoriteyi ve toplumsal gelenekleri meşrulaştırma işlevi gören bir öyküdür. Buna göre tarihteki olaylar, bir tür evrensel bilgi ya da şablona başvurarak dağınık olay ve olguları birbirlerine bağlayarak anlamlandırır. Modernitenin devrimci arka planını oluşturan bu büyük anlatılar, Lyotard tarafından *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge* adlı çalışmasında eleştirilmiştir.

Modernite çok sayıda teorisyen tarafından, farklı tarihsel dönemlerle adlandırılmıştır. Genellikle üç farklı periyotta değerlendirilir. Sırasıyla erken modernite, orta ve geç modernlik olarak dönemleştirilir İtalyan Rönesans'ından Endüstri

devrimine kadar olan süreç genellikle, Orta Çağ'ın Skolastik Düşünce'sinden sıyrılışın, sanatsal ve bilimsel çıktılarının incelendiği bir dönemdir. Orta periyot ise Endüstri Devrimi'nden 1970'li yıllara, tam olarak hippie hareketinin yaygın olduğu döneme kadarki zaman dilimini kapsar. Son olarak geç modernite dönemi ise 1970'li yıllardan günümüze kadar olan dilimi refere eder. Son dönem için ikinci modernite, geç kapitalizm gibi kavram başlıkları da kullanılmaktadır. Bu üç periyot, üç farklı tarihsel dönüşümü kavramaktadır. İlk periyot endüstrileşme idealine erişmek için üretim prensiplerinin gözden geçirilmesi ve emek kavramının öne çıkmasını kapsar. İkinci periyotta Orta Çağ'ın dogmatizminden tam kopuşu, sekülerleşme süreçlerini çerçeveleyer. Üçüncü ve son evre ise modernitenin kendi çelişkileri ve düşünömsel bireyin kamusal alandaki rolü üzerine inşa edilir. Modernitenin temel değerleri genellikle sanayileşme, kentleşme, rasyonalizasyon, bürokratikleşme, sekülerizm, ulus devlet, demokrasi ve laiklik (Yaşar, 2011: 12) olarak kabul edilmektedir. Her bir değer kendi ekseninde belirleyici ve önemlidir, ancak rasyonalizasyon bir kavram olarak modern toplumların benzersizliğini açıklamak için kavrayıcı niteliktedir. Öyle ki rasyonelleşme, teknik rasyonitenin kültürel bir biçim olarak genelleştirilmesine dayanır. Özellikle verimlilikteki artış, sosyal süreçlerdeki hesaplama ve kontrolün dahil edilmesine atıfta bulunur. Ancak rasyonalizasyon aynı zamanda geleneksel dünyanın sosyal normatif ve niteliksel zenginliğini de azaltır ve sosyal gerçekliği teknik manipölasyona maruz bırakır. Moderniteye dair neredeyse tüm teoriler de genellikle bu indirgemenin, bireyin dünya ile olan ilişkisini zayıflattıklarını iddia ederler. Albert Borgmann'ın "cihaz paradigması" bu yaklaşımın iyi bilinen bir örneğidir (Feenberg, 2003: 1). Albert Borgmann, *Technology and the Character of Contemporary Life* adlı kitabında bu paradigmayı tartışmaktadır. Ona göre teknoloji hayatın çok önemli bir bölümünü insanların elinden almaktadır. Yeni buluşlara ve cihazlara geliştirilen bağımlılıkla, sosyal bağlam kaybedilmekte, eski gelenek ve göreneklerden soyutlanma durumu meydana gelmektedir. Bu durumun ayrıntılı bir değerlendirmesini yapabilmek için, öncelikle

“meta” ile “şey” arasındaki farkların belirlenmesi gerekir. Borgmann’ın (2009) tanımıyla metalar, teknolojinin genel çerçevesi içinde yerel ve tarihsel bağlardan bağımsız olmaları anlamında oldukça indirgenmiş ve soyut varlıklardır. Öte yandan metalar, kendilerine atfedilenden başka bir anlamı olmayan nesnelere. Şeyler ise, sadece nesnelere kendileri değildir, aynı zamanda nesneyle bağlantılı olabilecek duyguları ve anlamları da içerir (Borgmann, 2009).

Değerlendirmenin bu aşamasında teknolojik belirlenimcilik veya diğer adıyla teknolojik determinizm önem taşır. Teknolojik determinizm, teknolojinin gündelik yaşamdaki yeri, akademi, politika, popüler kültürü ilgilendiren, teknoloji ve sosyal değişim arasındaki ilişki hakkında düşünmenin bir yoludur (Marx ve Smith, 1994; Wyatt, 2008, Akt, Mauthner ve Kazimierczak, 2018: 22). Temelleri genellikle Karl Marx’ın çalışmasına ve onun emek süreçlerinde teknolojinin rolüne ilişkin tarihsel materyalist analizine kadar uzanır. Teknolojik determinizm birleşik bir yaklaşım değildir. Bununla birlikte, bazı ortak ilkeleri ayırt etmek mümkündür (Mauthner ve Kazimierczak, 2018: 22) Teknolojik determinizmle ilgili sorunlardan biri, insan seçimine veya müdahalesine yer bırakmaması ve dahası insanların yarattıkları ve kullandıkları teknolojilerin sorumluluğundan kurtarılmasıdır. Teknolojiler toplumsal çıkarların dışında geliştirilirse, o zaman toplumu meydana getiren bireylerin bu teknolojilerin kullanımı ve etkileri konusunda çok az seçeneği olur. Bu, ister tüketici ürünleri ister elektrik santralleri olsun, yeni teknolojiler geliştirmekten sorumlu olanların çıkarlarına hizmet eder (Wyatt, 2008: 169).

Teknolojik determinizm kabaca kültür ve sosyal organizasyon biçimlerinin üretim, mübadele, iletişim ve tüketim teknolojileri tarafından şekillendirildiği görüşü olarak tanımlanabilir. Bilindiği gibi teknolojik determinizm, Amerika Birleşik Devletleri’nde 1900’lü yılların ilk çeyreğinde bilim ve teknolojinin gelişmesindeki hızlı ilerleme, üretimde toplu uygulamalarının artan etkinliği ile bağlantılı olarak ortaya çıktı. Teknolojik determinizm, teknolojinin belirleyici

rolü ve teknolojinin sosyal gelişimi fikriyle birleşen bir dizi fikri ifade eden farklı kavramların birliğidir. Teknolojik determinizm bazı temel varsayımları içerir. Bunlardan ilki teknolojinin gelişme özerkliğidir. Bu özerklik hem içkin bir evrimsel potansiyele ve kendi gelişme mantığına sahip olması anlamında, hem de sosyo-kültürel kontrolden bağımsızlık ve kendi kendine yeterlilik anlamındadır. İkincisi ise teknolojinin mutlak ilerleme olarak ele alınmasıdır. Buna göre, istisnasız tüm teknik yenilikler bir tür gelişme olarak kabul edilir ve sosyal ilerleme, teknik ilerlemenin bir türevi olarak görülür. Son olarak ise teknolojinin zaruri olmasıdır. Yani teknoloji, tüm sosyal dönüşümlerin ve kültürel değişikliklerin belirleyicisidir (Mezentsev, 2020). Teknolojik determinizmin kurucuları insan aklı ve eliyle yaratılan bu teknogenetik uygarlığın, insandan ve toplumdaki bağımsız olduğunu savunmuşlardır. Öte yandan teknolojinin yapay olarak sosyal ilişkilerden ayrıldığını, doğa fenomeni ile çevrelendiğini ve süper sosyal ve insanüstü bir gerçeklik olarak kendisine yer bulduğunu kabul etmişlerdir (Mezentsev, 2020). Ayrıca teknolojik determinizmin savunucuları, toplumun teknolojik gelişmeden etkilendiğini ve şekillendiğini savunurlar. Yeni teknolojilere ve yeniliklere uyum sağlanmak zorunludur. Onlara göre, teknolojik gelişmenin olumsuz sonuçları, teknolojinin doğası gereği değil, insanlar tarafından yetersiz kullanımının sonucudur. Örneğin Toffler, teknolojiyi, insan yaşamının tüm alanlarında ölümcül bir etkiye sahip olan tüm değişikliklerin belirleyicisi olarak anlamıştır. Bilgisayar, mekanik çağın neredeyse tümünü kontrol etme yeteneğine sahiptir. Bu nedenle günümüzdeki durum “üçüncü dalga” olarak adlandırılıyor, teknolojinin sürekli gelişmesi nedeniyle daha hızlı olan, önemli değişimlerin ve yaşam hızının pik yaptığı bir dönem (Hauer, 2017).

Teknolojik determinizm sınırsız bir iyileşme ve gelişme olanağı düşüncesine dayanır. Buna göre teknolojik determinizmin tarihsel grafiği sürekli yukarı çıkan ve ilerleme gösteren bir doğru üzerinden anlaşılabilir. Öyle ki, bu “sürekli ilerleme” unsurunun sağlanmasını da geçmiş koşullarla yapmaktadır. Bu yaklaşıma göre de, teknolojinin geleceğini, günümüzdeki aktüel

durumu belirleyecektir. Ancak bu yaklaşım son yıllarda, eskisinden daha çok eleştiri almaktadır. Tıpkı modernitenin büyük anlatılarında olduğu gibi, teknoloji de kendi tarihsel dekadansına eşlik etmektedir. Bu deterministik bakış açısı her ne kadar ekonomik, sosyal ve teknik sahaları kendi sürekli gelişimine tabi kılsa da, fiziksel çöküşün çıktıkları somuttur. Her şeyden önce teknolojik determinizmin temel eleştiri noktası, doğal kaynakların kontrolsüz kullanımını teşvik edici yönüdür. Geç modernitenin başa çıkmakla yükümlü olduğu çok sayıda ekolojik, ekonomik ve sosyal sorundan, teknolojik belirlenimciliği sorumlu tutan bir paradigma inşası söz konusudur.

Benzer şekilde gündelik yaşam pratikleri ve medya kullanım alışkanlıklarında da minimalist bir dönüşüm meydana gelmiştir. 2010'lu yılların en gözde sosyal paylaşım platformları, 2020'li yıllarda dramatik ölçüde kullanıcı kaybetmekte, ekran bağımlılığından mustarip toplumsal grupların sesleri yükselmekte, küresel olarak infodemi ile mücadele edilmekte, sosyal bağların ekran temelli zayıflamasından şikayet edilmekte ve bu gibi sorunlara küresel ölçekte çözümler aranmaktadır. Bir diğer deyişle, teknolojik gelişme ve ilerleme sempatanlığı, tıpkı modernitenin sonuçlarında olduğu gibi, toplumsal yaşamın belirli fazlarında iyileşme göstermiş fakat çok daha büyük bir zeminde yeni sorunlar meydana getirmiştir. Bunlarla birlikte teknolojinin yalnızca toplumsal bağlamda sorunlar meydana getirmediği, beraberinde ekolojik ve sosyal alanda çok sayıda kaosa neden olduğu da aktüel tartışma konuları arasındadır.

### **Fütürizm Obsesyonu ve Trans-hümanizm: Muhtemel Gelecekler**

Fütürizm 20. Yüzyıl coşkusudur. 20. Yüzyılın başlarında kendilerine tarihte ne denli yer edineceklerini bilmeksizin İtalya'da bir grup sanatçının girişimiyle ortaya çıkmış bir akımdır fütürizm. Başlangıçta ressam, heykeltıraş, müzisyen, mimar, grafik ve endüstriyel tasarımcılara ait olan bu akım, 21. yüzyılda çok daha elastik bir sahada değerlendirilmektedir. Bu devrimci ruh elbette avangart sanat akımlarından büyük ölçüde

ilham almıştır. Temel itici gücü kendilerinden önceki gelenekselliğin ve klasik sanat normlarının eleştirisinde bulan avangart akımlar ve avangart sanatçılar için "gelecek obsesyonu" belirleyici bir unsurdur. Fütüristler sıklıkla iyi düzenlenmiş manifestolar aracılığı ile fikirlerini geniş bir alana yaymışlardır. Özellikle Dünya Savaşlarının ilkinden önce büyük başarı elde etmişler ve kararlıkla geleceğe bakmışlardır. Dolayısıyla geçmiş onlar için küçümsenecek bir "şey" halini almıştır. Özlem duydukları hız ve dünyayı görme ve deneyimleme arzusu fütüristlerin temel dinamizmi olmuştur (Stewart, 2022).

İskenderiye doğumlu İtalyan şair Filippo Tomasso Marinetti tarafından kurulan fütürizm, ünlü manifestosunu (Fütürizm Manifestosu) 1909'da önce La gazetta dell'Emilia'da daha sonra da Fransa'nın günlük gazetesi Le Figaro'da yayımlandı. Bu ilk manifesto fütüristlerin geçmişe olan küçümsemelerini ortaya koymuştur. Marinetti bu manifestoda, hem kütüphaneler hem de müzeler dahil olmak üzere eskiyi hatırlatan her şeyin yok edilmesi gerektiğini savunmuştur. Manifesto enerji alışkanlığı, tehlike sevgisi ve yoğunluk/acelecilik söylemiyle başlamaktadır. Fütüristlerin manifestodaki ilk beyanatları "Dünyanın ihtişamının yeni bir güzellikle zenginleştiği" yönündedir ve şu şekilde devam eder;

Şair, ilksel unsurların coşkun şevkini artırmak için kendini sıcaklık, ihtişam ve savurganlıkla harcamalıdır. Güzellik sadece mücadelede varolur. Saldırgan bir karaktere sahip olmayan hiçbir şaheser yoktur. Şiir bilinmeyenin güçlerine onları insanın önünde eğilmeye zorlamak için şiddetli bir saldırı olmalıdır. Yüzyılların en uç noktasındayız! İmkansızın gizemli kepenklerini açmamız gereken anda geriye bakmanın ne yararı var. Zaman ve uzay dün öldü. Zaten sonsuz, her yerde varolan hızımızı yarattığımız için zaten mutlak yaşıyoruz. Dünyanın tek çaresi olan savaşı, militarizmi, vatanseverliği anarşistlerin yıkıcı jestlerini, kadınlar için aşağılayan ve öldüren güzel fikirleri yüceltmek istiyoruz. Müzeleri ve kütüphaneleri yıkmak, ahlakla, feminizmle ve tüm oportünist ve faydacı korkaklıklarla mücadele etmek istiyoruz. Çalışma, zevk ve isyanla çalkalanan büyük kalabalıklar hakkında şarkılar söyleyeceğiz (...) Bugün fütürizmi kurduğumuz bu yıkıcı ve kıskırtıcı şiddet manifestosunu İtalya'da yayınıyoruz, çünkü İtalya'yı profesörler, arkeologlar, turist rehberleri ve antikacılar kangreninden kurtarmak istiyoruz. (Marinetti, 1909).

Söz konusu dönemde fütüristlerin İtalya'yı yeni

bir kültür merkezi olarak kurmak istedikleri aşıkardır. Her ne kadar o dönemde İtalya eski Roma İmparatorluğundan kalanların ve İtalyan Rönesansı'nın tadını çıkarıyorsa da, fütüristler için bu tatmin edici olmamıştır. Bu nedenle Marinetti manifestoda, "İtalya'yı mezarlık gibi kaplayan sayısız müzeden kurtaracağız" minvalinde yazmıştır. Marinetti başta olmak üzere fütüristler 20. Yüzyılın büyük endüstriyel keşiflerinde resim ve heykelden çok daha fazlasını görmüşlerdir (Stewart, 2022). Tam da bu nedenle avangart sanatçılardan ayrılırlar. Avangart sanatçıların klasisizme olan başkaldırı ve direnişleri resim, müzik, heykel ve benzeri ana sanat dalları ile sınırlı kalmıştır. Klasik ana sanat dallarından bir sonraki evreleri de yedinci sanat olan sinema olmuştur. Fütüristler ise manifestolarında modern endüstriyel icatların çok daha çekici olduğunu açıkça belirtmişlerdir: "Biz... yeni bir güzelliği, hızın güzelliğini ilan ediyoruz. Bir yarış otomobili... Semadirek Kanatlı Zaferi'nden daha güzeldir" (Stewart, 2022). Geleceğe yönelik öngörülerde bulunan bu hareketin ortaya çıkışında, geleceğin sadece bir zaman alanı değil, bir ideoloji olduğu görülmektedir (Güzel, 2021: 591).

2020'li yılların geç modernite evresinde fütürizm tekrar düşünüldüğünde, daha kompleks bir sosyal tavır söz konusudur. Her ne kadar klasik moderniteye ait olan temel kavram, metot ve perspektifleri sorunsallaştırıp, tüm bunları yadsıyarak kendisine "postmodern" diyen bir evreyle karşı karşıya kalınsa da, sürecin naturası bizatihi modernitenin kendisidir. Geçtir, sonrakidir, refleksiftir, çelişkileriyle büyüyendir, ama modernitedir. Bu çerçevede gelecekçi bir bağlam ihtiyacı, meşhur "büyük anlatılara" duyulan ihtiyaçla aynıdır. Şöyle ki; 20. Yüzyılın başlarındaki endüstriyel gelişmelere atfedilen "kurtarıcı rolü" ile, 21. Yüzyılın dijital ve nano-teknolojilerine atfedilen "kurtarıcı rolü" arasında prensipsel bir fark yoktur. Giyilebilir teknolojiler, biyohacking, uzaklar için geliştirilen teknolojilerinin sivilleşmesi, yapay zeka ve daha çok sayıda ar-ge çıktıklarına kolektif bir güzelleme söz konusudur ve hemen hemen bilimsel araştırmalarda öncelikli konumda kabul edilmektedir. Örneğin yapay zekanın etkisi ve kullanımı artıkça dönüştürücü potansiyeli daha

belirgin hale geldikçe (Horvitz ve Selman, 2012, Stone vd, 2016, Akt., Kelly vd., 2021:627) kullanımının ekonomik, politik, sosyal ve etik sonuçlarıyla ilgili birçok sayı gündeme gelmiştir (Hawking vd. 2014, Akt, Kelly vd., 2021: 627).

2022 yılının Aralık ayında dünyanın en çok dikkate alınan teknoloji platformlarından biri olan BBC Science Focus "Gelecek Teknolojisi: Dünyayı Değiştirecek 22 fikir" başlıklı bir makale yayınlamıştır. Bu makalenin iddiasına göre gelecek düşünüldüğünden daha erken gelmektedir ve gelişmekte olan teknolojiler yaşam biçimlerini, bedene nasıl bakılacağını ve iklim felaketini önlemeye yardımcı olacaktır. Makalede heyecan verici olarak nitelendirilen bu teknolojilerden ilki Necrobotics'tir. İsminden de anlaşılacağı üzere necrobotics ölü "şeyleri" robotlara dönüştürmeyi içeren fikri tanımlamaktadır ve Teksas'ta bulunan Rica Üniversitesinde geliştirilmiştir. 2022 yılının son ayında BBC'nin deklare ettiği dünyayı değiştirecek 22 teknolojinin (BBC, 2022) devamı aşağıda kısaca açıklanmıştır:

Enerjinin uzun süre depolanmasını sağlayan bölge ve binalara ısı sağlamayı hedefleyen kum pilleri, henüz ticari olarak mevcut olmasa da pediatrik alt vücut dış iskeleti sunmayı hedefleyen akıllı dış iskelet (popüler bilimkurguda uzun yıllardır yer almakla birlikte, gerçek hayatta primitif versiyonları uzun süredir kullanılmaktadır), SpinLucnh şirketi tarafından uydu ve diğer yükleri uzaya göndermek için geliştirilen uydu fırlatma mancınığı (bu sistem yakıt kullanımını %70 azaltmaktadır. Şirket NASA ile bir anlaşma imzalamıştır ve prototip sistem şu an test aşamasındadır), bir hayvan kaynağından alınan hücre, doku veya organı insana nakletme, uygulama veya aşılama prosedürleri olarak bilinen ksenotransplantasyon (şimdiye kadar yalnızca iki insana domuz kalbi yerleştirilmiş ve başarılı olunmuştur, ifadeli bilgi sistemlerinden görüntüler oluşturan Dall-E (bu teknoloji OpenAI şirketi tarafından geliştirilmektedir, yazılı ifadelerle uyan görüntü yaratma sistemidir, hala geliştirilme aşamasındadır, makine öğrenim algoritması, robot kol ve beyin-bilgisayar arayüzü sayesinde vücudun üst veya alt kısmını hareket ettiremeyen hastalar

için geliştirilen beyin okuyan robotlar, trikalsiyum fosfattan oluşturulan 3D baskı kemikler, doğal bir dil modellemesi olan ChatGpt AI, laboratuvarda üretilen süt ürünleri, ticari uçuşlarda karbon emisyonunu azaltmak için hidrojen uçaklar, kişisel sağlığını takip eden avatar formunda üç boyutlu dijital ikizler, sentetik yakıtlar üretmek için hidrojenle birlikte kullanılacak olan doğrudan hava yakalama sistemleri, ölümün ekolojik ayak izinin son aşaması olmasından ötürü bedenlerin atmosfere 400 kg karbondioksit salmasına neden olan yakma işlemi yerine, toprağa gömülmesini hedefleyen yeşil cenaze sistemleri, yeniden şarj edilebilen ve enerji depolayan tuğlalar, terle çalışan akıllı saatler, bir yapı malzemesi olarak kendi kendini iyileştiren canlı, çevre dostu betonlar, kurbağa embriyolarından elde edilen kök hücreler kullanılarak yapılan ve insan vücuduna yerleştirilen küçük hibrit robotlar, helyum balonları ve drone yardımı ile genişletilen herkes için internet sistemleri, orman yangınlarını kontrol altına almak için geliştirilen ses sistemleri, on dakikada şarj olan araba aküleri ve sinir sistemindeki nöronları taklit eden ve elektriksel özelliklerini kopyalayan silikon çiplerdeki yapay nöronlar.

Gelecek tahayyülleri genellikle “hayalperest” olmakla eleştirilmektedir. Ancak BBC örneğinde olduğu gibi fütüristik bir bakış açısıyla, hayal edilen bir fikrin gerçekleştirilmesi tam da hayalin fikre evrilip, formüleştirmeye başladığı noktada inşa edilir. BBC Science Focus kolektif faydayı amaçlayan bir teknolojik gelecekçiliğe örnektir. Diğer bir örnek ise NEOM veya THE LINE PROJECT olarak bilinen, 24 Ekim 2017 tarihinde Suudi Prens Muhammed bin Selman tarafından açıklanan, Suudi Arabistan’ın Tebuk Bölgesi’nde yapımı devam eden bir şehir projesidir. Suudi Arabistan “SAUDI VISION 2030” adlı kamu yatırım fonu projeler dizisini başlatmıştır. The Line Project, aralarında medyanın en çok ilgisini çeken proje olmuştur. Resmi web sitesinde The Line Project; “çevredeki doğayı korurken benzeri görülmemiş bir kentsel yaşam deneyimi sunan, insanı ön plana çıkaran bir medeniyet devrimidir. Kentsel gelişim kavramını ve geleceğin şehirlerinin nasıl olması gerektiğini yeniden tanımlıyor” şeklinde

ifade edilmektedir. Deniz seviyesinden 500 metre yükseklikte, yalnızca 200 metre genişliğinde ve 170 km uzunluğunda tasarlanan bu yeni çizgi kent, içinde bulunduğu arazinin %95’ini doğa için korumayı hedefliyor. Öte yandan horizontal bir yayılım gösterdiği için, bu çizgi kentin içinde yol, araba ve emisyonun olmadığı ve kentin %100 yenilenebilir enerji ile çalışacağı deklare edilmiştir. The Line kenti 34 kilometrekarelik bir alana inşa ediliyor. 9 milyon insanın yaşayabileceği kapasitede olan kentte, tüm yıl boyunca ideal iklim koşulları sağlanacak, kent sakinleri yüksek hızlı trenle kentin bir ucundan diğerine 20 dakikada geçiş yapabilecek ve kentte yer alan tüm tesislere 5 dakikalık bir yürüme mesafesi ile ulaşabilecektir. Kentsel yayılmayı önlemek, otomatik hizmetlerin yapay zeka tarafından desteklenmesi, güneş ışığı, gölge ve doğal havalandırma için mikroklimatik alanların oluşturulması The Line projesinin önemli vaatleri arasındadır. Temel olarak The Line’nin kendini konumlandığı nokta, günümüz kentsel yaşamında insanlığın karşı karşıya olduğu zorlukların üstesinden gelmek ve alternatif yaşam biçimlerine öncülük etmektir.

BBC’nin yayınladığı gelecek teknolojileri ve The Line Project gibi girişimler, 20. Yüzyıl fütüristik söylemlerinin bir nevi devamıdır. Öyle ki Bertrand Russel’in 1902’de kaleme aldığı “A Free Man’s Worship” adlı makalede transhümanizm, teknolojik yakınsama cyborg, insan geliştirme teknolojileri, insan ömrünü uzatma, zihin yükleme, Moore yasası ve benzeri fütüristik fikirler ekseninde 20. Yüzyılın başlarındaki bilimin yalnızca insanlığın değil, evrenin kendisinin kökeni ve nihai kaderi ile ilgili yargısını güzel ve kesin bir şekilde ifade etmiştir (Doede, 2009:39). Sanat, yaşam stilleri ve dünya görüşlerinde genişlemeye başlayan fütürizmin, teknolojik gelecekçilik ile birleştiği bir çağ şu an söz konusu olan. Trans-hümanizm ise her ne kadar başlangıçta yalnızca kavramsal olarak fütüristik bir fikir olarak kabul edilmişse de, günümüzde pratikte de aktüel bir tartışma konusu haline gelmiştir. Trans-hümanizm temel olarak, insanların fiziksel ve bilişsel yeteneklerini geliştirmek, yaşlanma ve hastalıklar gibi istenmeyen olumsuz yaşam olaylarını ortadan kaldırmak için teknolojiye ve



bilimden yararlanılması gerektiğini öne süren uluslararası, entelektüel ve kültürel bir hareket olarak tanımlanabilir (Pilsch, 2017, Akt. Güzel, 2021: 592). Bir başka ifade ile transhümanizm;

"(...) insanlığın fiziksel, zihinsel, sosyal ve psikolojik yönlerden daha yüksek bir düzeye ulaşılabilmesine inanan felsefi bir hareket olarak tanımlanabilir. "H+" ve "H plus" transhümanizm hareketinin sembolleri olarak kullanılır. Bu insana dair her şeyin veriye, sayıya ya da sembole dönüştüğü postmodern toplumda geleceğin insanının isim kodu olarak da değerlendirilebilir (Güzel, 2021: 592)".

Teknoloji odaklı fütüristik yaklaşımın bir kolu olarak düşünüldüğünde, transhümanizm yalnızca insanın entelektüel, fiziksel ve psikolojik kapasitesini arttırmak için yaygın olarak kullanılacak teknolojiler geliştirmekle ilgili değildir. Dolayısıyla transhümanizme insanlık durumunu temelden iyileştirebilecek bir misyon yüklemek son derece cılız bir girişim olarak kalacaktır. Bu gibi iyimser pozisyonların yanı sıra transhümanizm, temel insan sınırlamalarının üstesinden gelinmesini sağlayacak teknolojilerin sonuçları, vaatleri ve potansiyel tehlikelerinin incelenmesi, bu tür teknolojilerin geliştirilmesi ve kullanılmasıyla ilgili etik konularla ilgili çalışmaları da kapsamaktadır. Trans-hümanizm, kısmen türetildiği hümanizmin bir uzantısı olarak görülebilir (Bostrom, 2013: 4). Hümanistler insanın önemine inanmışlardır. Dolayısıyla birey merkezli bir bakış açıları vardır. Aydınlanma düşüncesi de bu bakış açısıyla ritmiktir. Hümanizmanın temelinde insanın mükemmel olmadığını kabul ettiği ancak rasyonel düşünceyi, özgürlüğü, hoşgörüyü ve demokrasiyi ve diğer her şeyi daha iyi hale getirme arzusu vardır. Transhümanizm de hümanizmin bu temel arzusunu yerine getirirken eğitim ve kültürel gelişim gibi geleneksel hümanist yöntemlerle sınırlı kalınması gerektiğini, nihai olarak "insan"ın ötesine geçebilecek teknolojik gelişmelerin de kullanılabilmesinin altını çizer (Bostrom, 2013).

## Yöntem

Çalışma niteliksel olarak desenlenmiştir. Dune-Çöl Gezegeni adlı evrende teknolojik determinizm, fütürizm ve trans-hümanizm anlayışlarının niteliğini tartışmayı amaçlayan bu çalışmada, veri

toplama aracı olarak doküman tarama metodu kullanılmıştır. Nitel araştırmada veriler gözlem, görüşme ve dokümanlar yoluyla toplanır (Berg & Lune, 2015; Merriam, 2009; Akt. Kırıl, 2020: 172). Bunu veri analizi takip eder. Miles ve Huberman'a (1994) göre nitel veri analizi; verilerin toplanması, verilerin azaltılması, verilerin gösterilmesi, sonuç çıkarma ve doğrulama olarak üç aşamalıdır. Toplanan verileri analiz ederken betimsel ve içerik analizi dışında söylem analizi, doküman analizi gibi teknikler de kullanılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2016; Akt. Kırıl, 2020: 172).

## Araştırma Soruları

- ▶ Fütürizm Dune evreninde nasıl inşa edilmiştir
- ▶ Günümüz fütürizm yaklaşımlarıyla Dune evreni arasında nasıl bir benzeşim veya farklar vardır

## Araştırmanın Varsayımları

- ▶ Dune evrenindeki fütürizm teknolojik determinizm ve dijitalleşmenin tam tersi olarak antikiteye doğru evrilmiştir
- ▶ Günümüz fütürizm yaklaşımları teknolojik determinizm ve dijitalleşme temellidir, Dune'da ise antik ve primitif bir gelecek konsepti vardır

## Verilerin Analizi

Bu çalışma kapsamında veri analiz yöntemi olarak betimsel analiz metodu kullanılmıştır. *"Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. (...) Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır (...) Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebilir (...). Ortaya çıkan temaların ilişkilendirilmesi, anlamlandırılması ve ileriye yönelik tahminlerde bulunulması da, araştırmacının yapacağı yorumların boyutları arasında yer alabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:256)".*

## Analiz Temaları

Hem araştırma soruları hem de Dune evreninin genel unsurları ile paralel olacak şekilde betimsel

analiz için kullanılacak analiz temaları aşağıdaki gibidir:

- ▶ Dijitalleşme
- ▶ Teknolojik kurtuluş
- ▶ Toplumsal yapı
- ▶ Ekolojik tehditler
- ▶ İnanç ve gelenek tasavvurları

### Bulgular

Dune - Çöl Gezegeni 1965 yılında Frank Herbert tarafından yaratılmış edebi bir evrendir. Başlangıçta Analog dergisinde iki bölüm olarak, 1965 yılında ise roman olarak yayınlanmıştır. Dünya bilimkurgu topluluğu (World Science Fiction Society) tarafından verilen ve bilimkurgunun en prestijli ödülleri olarak kabul edilen, Hugo ve Nebula ödüllerini “en iyi roman” kategorilerinde kazanmıştır. 2003 yılında dünyanın en çok satan bilimkurgu romanı olarak gösterilmiştir. Dune - Çöl Gezegeni, altı kitaptan oluşan aynı evrende geçen ardışık hikayelerin bütünüdür. Dune’u gerek bilimkurgu gerekse kurmaca evreninde bu denli özgün kılan temel unsur ise, kendisinden sonra kurgulanan çok sayıda edebi ve sinema yapıtını etkilemiş olmasıdır. Dune, çok uzak bir gelecekte (10100’lü yıllarda) geçen, çeşitli soylu hanedanların gezegen tımarlarını kontrol ettiği feodal bir yıldızlararası toplum düzenini din, kültür, felsefe, ekoloji, iktidar ve politika zeminlerinde, genç bir adamın kişisel yolculuğu özelinde anlatmaktadır. Frank Herbert Dune evrenini oluştururken Orta Doğu kültüründen ilham almıştır. Öte yandan Kur’an-ı Kerim, İncil, Tevrat gibi kutsal metinlerden doğrudan alıntılar yapmış ve Zen Budizmi ve Kabala gibi doktrinlerden faydalanmıştır. Serinin ilk kitabının sonunda yer alan sözlükte geçen bazı kelimeler, Herbert’in ilham aldığı kültür ve geleneklerin orijini ile ilgili ipucu verir niteliktedir: “Ab-ı hayat, dar-ül hikman, hançer-i figan, kul vahad, lisan al-ghayb, baklava vb.” (Özcan, 2021).

Dune öncül ve ardıl hikayeleri ile bir bütün

oluşturur. Dune’daki şimdiki zaman olayları yıldızlararası feodal bir düzende geçtiğinden ötürü, bu feodal düzen ve unsurlarının nasıl ve neden mevcudiyet gösterdiklerini anlamak için, öncül hikayenin ana hatlarını kavramak gerekir. Çünkü Dune’da yer alan tüm grup ve bu grupların fonksiyonlarını belirleyen öncül olaylardır. Dune evreninde Butleryan Cihadı olarak bilinen ve tüm insanlığı etkileyen bir savaş yaşanmıştır (Herbert, 2021). Butleryan Cihadı Dune evreninde bir milat noktası olarak kabul edilir. Bu konseptte makinalar ve yapay zekalar acımasız, insanlar ise mağdur olarak karakterize edilmiştir. Zamanın belirli bir kısmından itibaren insanlar artık gündelik işlerini dahi yapamayacak kadar isteksiz hale gelmişlerdir. Ayrıca uzun vadede tüm yaşam koordinasyonunu yapay zeka ve makinalara teslim etmişlerdir. Ancak yapay zekaların irade göstermesiyle birlikte, insanlık büyük bir yaşam ve kölelik tehdidiyle karşı karşıya kalmış, özellikle yapay zekaya karşı bir soykırım girişiminde bulunmuştur. Bu büyük savaş Dune tarihine Butleryan Cihadı olarak geçmiştir. Butleryan Cihadı insanlığın yapay zekaya karşı galibiyetiyle sonuçlanmış ve sonrası için yapay zeka ve makine kullanımı ile ilgili çok kanunlar konulmuş ve uygulanmadığı takdirde ölümle sonuçlanabilen cezai yaptırımlar getirilmiştir (Herbert, 1998). Bu kanunların birincil ve en önemlisi Cihat’tan sonra hiçbir koşul ve şekilde yapay zeka kullanılmayacağıdır. Bu nokta çok önemlidir. Çünkü teknolojik ilerlemenin doruklarında olan bir evren düzeninin nasıl primitif ve antik koşullar bütününe gönüllü olarak evrildiğini açıklar. Galaksiler arası seyahatlerin mümkün olduğu bir çağda, yapay zeka ve dijitalleşme uygulamalarını tamamen reddederek, antkiteye dönüşü tercih eden bir evren düzeni söz konusudur.

Dune evrenindeki dönüşümün temel konseptleri ekolojik değişim, kader ve özgür irade anlayışları, inanç ve gelenek tasavvurları ve iktidari yozlaşma eksenindedir. Bu dönüşümde belirli gruplar önemli aktörlerdir. Dune evreninde dört farklı grup görülmektedir. Bunlar sırasıyla:

#### 1. Mentatlar

2. Askerler
3. Bene Gesserit
4. Fremenler

Artık yapay zeka ve dijital teknolojilerin kullanılmadığı Dune'da bilgisayarların fonksiyonlarını gerçekleştirebilen, mentat olarak adlandırılan insan-bilgisayarlar kullanılır. Mentatlar akli, mantığı, matematiği ve aksiyomları temsil ederler. Askerler fiziksel gücü ve enerjiyi temsil ederler. Yalnızca kadınlardan oluşan ve ruhban sınıfı olan Bene Gesserit'ler ise duyguları, sözleri, duaları ve mantraları kullanırlar (Özcan, 2021). Bene Gesserit'ler genetik ve politik manipülasyonlarla, insanlık ırkını kendilerince yüceltmeyi görev edinmişlerdir. Bedevileri hatırlatan Fremenler ise çok önemli olan melanj baharatının çıkarıldığı Arrakisgezegeninin çöl halkıdır. Fremenler mekanik teknoloji olarak son derece gelişmiş cihaz ve aletler kullanırlar. Dune'daki ekolojik tehdit dolayısıyla su en önemli elementtir. Keza günümüzde de suyun yakın gelecekte küresel bir sorun haline geleceğinin altı çizilmektedir. Fremenler tek bir yüksük oranında su kaybı olmaması için, insan vücudundan çıkan sıvıları da geri dönüştürebilen "stillsuit" icat etmişlerdir. Stillsuitler ter ve gözyaşı gibi tüm biyolojik sıvıları geri dönüştürebilen giysilerdir ve çölde onlar olmadan yol alınamaz.

Dijital temelli teknolojik araçlar Dune evreninde yok denecek kadar azdır, genellikle mekanik altyapılı bir teknolojik ekosistem görülmektedir. Her ne kadar çok uzak bir gelecekte geçen bir bilimkurgu evreni olsa da, daha çok analog çözümler evrene hakimdir. Dijital temelli teknolojilerin ilgili yasalar uyarınca kullanılmaması da, daha önce bahsedildiği üzere Butleryan Cihadı'nın neden ve sonuçları ile ilişkilidir. Dolayısıyla "teknolojik gelişmelerin" insanlığı kurtaracağı inancından çoktan vazgeçmiş, doğaya karşı değil aksine doğa ile ritmik ilişkiler kurmayı hedefleyen bir evren inşası söz konusudur. Dune evreninde günümüzün aksine insanlığın geleceği, refah ve barış öngörülerini teknoloji temelli değildir. Toplumsal yapıyı karakterize eden bazı ölçüler söz konusudur. Toplumsal yapı teması günümüz koşullarına en yakın tema olarak dikkat çekmektedir. İktidari

yozlaşma ve politik gerilim Dune evreninde işlenen öncelikli konsept konumundadır. Hanedanlıklar arası güç ve iktidar savaşları, gezegenler arası politik iklim belirleyici ölçüde serttir. Dolayısıyla toplumun genelinde muhalif seslerin çoğalması sıklıkla görünen bir durumdur. Dune'da iktidari yozlaşmanın sebepleri de sonuçları da iktisadidir. Bu iktisadi sorun ve sonuçların yansımaları da nihai noktada ekolojik tehditlerde yansıma bulmaktadır. Ekolojik tehditlerin merkezi çıkış notası doğal kaynakların ölçsüz kullanımı olmuştur. Günümüz aktüel ekolojik tehditleri ve çıkış noktası ile birebir benzerlikler gösterir. Bu tehditlerin kaynağını anlamak için Aydınlanma Düşüncesiyle birlikte, endüstrileşme sürecinde modernitenin büyük anlatılarının vaatlerini ve etkilerini tekrar hatırlamak gerekir, ki Dune evreninde de benzer bir model kullanılmıştır. Aydınlanma Düşüncesi humaniteryan bir rasyonaliteyi benimseyerek, insan ve doğa arasındaki ideal ilişki biçimini, taraflardan birinin diğerine üstünlüğü olarak belirlemiştir. Bu perspektifi memnuniyetle benimseyen yığınlar da, skolastik düşünceden ayrılırken doğanın ancak ve ancak insan için bir araç olabileceği sanısıyla hareket etmişlerdir. Dolayısıyla endüstri devrimi, kentleşme, kitle üretim ve tüketimi, teknolojik determinizm unsurları ekseninde insanın doğaya olan üstünlüğü sanrısı kemikleşmiş ve kısa olarak nitelenebilecek bir zaman dilimi içerisinde küresel olarak etkileri hissedilen bir dizi kriz meydana gelmiştir. Bu krizler iklim krizi, küresel ısınma, hava kirliliği, türlerin nesillerinin tükenmesi, gıdaya erişim zorluğu, biyoçeşitliliğe yönelik tehditler, toprak degradasyonu, ozon tabakasının delinmesi, kontrolsüz kentleşme ve kontrolsüz nüfus artışı, su kıtlığı, atık dönüşümü ve ormansızlaşma olarak sayılabilir. Günümüzde çok sayıda aktivist grup tarafından farkındalık çalışmaları yapılan bu tehditlerin sonuçları Dune evreninde görülebilir. Dune; su kıtlığı, iklim krizi, türlerin yok oluşu, ormansızlaşma başta olmak üzere, bu krizlere çözüm bulunamadığı taktirde, başa çıkmak zorunda kalacağımız bir evren tasavvurunun nihai örneğini göstermektedir. Ve elbette bu evrende söz konusu krizlerin önüne geçebilme umudu, inanç ve gelenek sistemlerinden beslenmektedir.

Dune'da inanç ve gelenekler son derece kalıplaşmış ve ritüelleşmiştir. Bu sistemlerin en dikkat çekici özelliği ise oryantalist eğilimde olmasıdır. Bir diğer deyişle doğu mistisizminin kadim doktrinlerinden devşirilmiş inanç ve gelenek sistemleri söz konusudur. Dune'daki toplumsal yapının büyük bir kısmına yön veren ve çöl Bedevilerini hatırlatan Fremenler kendilerini içinde buldukları küresel krizlerden kurtaracak bir mesih veya mehdi figürünün bekleyişi içindedirler. Elbette Fremenler yalnızca küresel krizlerle değil, doğal kaynakların sebep olduğu politik krizlerle de karşı karşıyadırlar. Bilinen adıyla Dune diğer adıyla Arrakis, tüm evrende en değerli doğal kaynak olarak kabul edilen baharatın (Melanj) kaynak mekanıdır. Herbert'in evreninde baharat uzay yolculuğu için gerekli olan maddedir. Bu özelliği ile Dune roman olarak basıldığı 1965 yılından bu yana, Arrakis'in 20. Yüzyılın Irak'ını temsil ettiği düşünülmektedir. Birincil doğal kaynağı petrolü nedeniyle Batılı güçler tarafından sömürülen Irak halkı ile, baharatı nedeniyle soylu hanedanlar tarafından sömürülen Arrakis halkı Fremenlerin arasında göz ardı edilemeyecek bir benzerlik söz konusudur. Youtube platformunda içerik üreten Barış Özcan, 2022 yılının sonunda Dune ile ilgili olarak yayınladığı bir video içerikte bu durumu "Dünyada ulaşım için petrol, uzayda ulaşım için baharat" olarak nitelemiştir.

Fremenlerin nihai kurtuluş için bir Mesih figürünü bekleyişleri, inanç sistemlerine geliştirdikleri manipülasyon teknikleriyle yön veren Bene Gesserit'lerin müdahaleleriyle ilgilidir. Bene Gesseritlerin inanç menşeli ritüelleri, semavi dinlerin ritüellerinden ve bu ritüellerin ardındaki felsefi doktrinlerden izler taşır. Yalnızca kadınlardan oluşan bir ruhban sınıfı olan Bene Gesseritlerin en köklü geleneklerinden biri "Gom Cabbar" testidir. Eserde "insanlık testi" olarak nitelenen bu testte, genç insana hayvani iç güdülerini ve sabrı test edilerek rüşünü ispat etme fırsatı verilir. Kültürel antropolojide buna "Les rites de passage – Geçiş töreni" adı verilir. Çocukların olgunluğa attığı ilk adımda buna benzer törenler yapılır. Hristiyanlıkta vaftiz olmak, Yahudilikte "bar mitzvah", yine Yahudilikte ve Müslümanlıkta sünnet törenleri

çocukluktan ergenliğe geçişin bir işareti olarak "Kimsin sen?" sorusunun yanıtını vermeye çalışır (Özcan, 2021). Dune evreninde Bene Gesseritler tarafından uygulanan Gom Cabbar testi de bu köklü ritüellerle benzer özellikler gösterir. Söz konusu bu törenlerin 20. Yüzyıl sonlarında ve 21. Yüzyılda belirli ölçüde esnediği kabul edilse de, orijinleri ve ilk örnekleri incelendiğinde oldukça radikal oldukları görülmektedir. Aynı şekilde Benne Gesseritler tarafından genetik manipülasyon yoluyla hedeflenen ve Fremenler tarafından kurtuluş için beklenen Kuisatz Haderah yani Mesih figürü de, Hristiyanlık ve İslam'dan izler taşır. Kelimenin tam anlamıyla "yolu daraltmak" anlamına gelen İbranice "Kefizat Haderech" ifadesinden gelmektedir (literature.stackexchange.com). Kutsal bir kişinin aynı anda iki veya daha fazla yerdeymiş gibi görünerek çok kısa sürede çok uzun mesafeler kat edebileceğini ifade eden bir kavramdır bu. Yani İslam'daki Miraç ya da Hristiyanlıktaki "Ascensio Domini - Göğe Yükseliş" anlatılarından izler taşımaktadır (Özcan, 2021).

Doküman tarama yöntemi ve betimsel analiz metoduyla incelenen çalışmada kurulan iki varsayım da bulgular doğrultusunda doğrulanmıştır. Dune 1965 yılında tasarlanan ve dünya bilimkurgu otoriteleri tarafından en etkili bilimkurgu evreni olarak kabul edilmektedir. Kendisinden sonra yaratılan çok sayıda kurgu evrenine yön vermiştir. 10.000'li yıllarda geçen öncül ve ardıl hikayelerin ve evren unsurlarının tamamı, teknolojik determinizmin güzellemelerinin yapıldığı evrelerden sonra antikiteye dönüşü ortaya koymuştur. Tüm dijital olanaklar ve yapay zeka teknolojilerinden vazgeçerek, teknolojinin nihai kurtuluş olmadığına kanaat getiren toplumların kadim inanç ve gelenek sistemlerine geri dönüşü söz konusudur. Tıpkı aktüel gündemde olduğu gibi ekolojik tehditlerle çevrelenmiş küresel krizlerin, yakın ya da uzak gelecekte neye evrilebileceğinin anlatısıdır Dune. Benzer şekilde 21.yüzyıl teknolojik trenlerinin penceresinden bakıldığında, kurgu da olsa gerçekleşmesi muhtemel yapısallıkların ip ucunu vermektedir.

## Tartışma ve Sonuç

Fütürizmin Dune evreninde nasıl inşa edildiği ve günümüz fütürizm yaklaşımlarıyla Dune evreni arasındaki benzerlik ve farkları tartışmayı amaçlayan bu çalışmada, Dune evrenindeki fütürizm anlayışının teknoloji aracılı olmadığı, aksine oryantal ritüel ve doktrinlerin merkeze alındığı bir evren inşasının söz konusu olduğu sunucuna ulaşılmıştır. Günümüz koşullarıyla farklılık ve benzerlikleri noktasında ise; içinde bulunduğumuz teknoloji aracılı dönemin, Dune evreninin doğaya dönüş öncesi periyoduna denk geldiği dikkat çekmektedir. Dune evreninde teknolojik güzellemelerin pik yaptığı bir dönemde, tüm insani unsurların kaybedilme tehlikesiyle karşı karşıya kalındığında başlatılan Butleryan Cihadına benzer minimalist eğilimlerin sinyalleri günümüzde de söz konusudur. Bu minimalist eğitimlerin örnekleri çoktur. 2000'li yıllardan sonra baş gösteren, teknolojik adaptasyondaki hız gün geçtikçe artmakla birlikte, doğaya bilinçli bir dönüş ve teknolojiden kopuş da söz konusudur. Bu dönüşte maddi olanaklardan soyut pratiklere yönelik bir yayılım görülmektedir. 2020'li yıllar sürerken modern bireyin teknolojiyle olan ilişkisi ve biyolojik evrimin teknolojiyle aracılanması, kolektif açıdan düşünüldüğünde, insani unsurların gittikçe azaldığı bir tasavvurunun arzu edildiği görülmektedir. Bu arzu durumu elbette politik ve iktisadi maksatlar taşıyabilir. Daha önce benzerlerine rastlanan tarihsel bir doygunluk noktasına bu periyotta da denk gelineceği öngörülmektedir.

Tarihselliğe her ne kadar sebep ve sonuç ilişkileri özelinde bir anlam yüklense de, tarihselliğin kendilik tekrarı olan bir dönüşlülüğe meyilli olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Tıpkı Aydınlanma Düşüncesini de kapsayan erken modernitede olduğu gibi. Evrensel olarak insanlık manzaralarının genel bir iyilik ve bütünlük ideali ile homojenize edilebileceği fikri rasyonalite ve modernitenin itici gücü olmuştur. Skolastik dogmatizmden çıkış sürecinde bilim, teknoloji ve sanat üçgeninde inşa edilen rasyonel idealler evrensel olarak yerleşiklik bulamamakla birlikte, tek boyutlu bir anlayışla söz konusu idealler

birer dogmaya dönüştürülmüştür. Teknolojik determinizmin günümüzdeki çehresi de benzer özellikler göstermektedir. "Teknoloji insan içindir" düsturu, insana dair ve insana içkin birçok "şeyi" bertaraf eder pozisyondadır. Trans-hümanizm ve benzeri kavramsal oluşumlar, olgusal dünyada pratik karşılıklarını teknoloji ile bulurken veya geliştirirken, insanlığın özünü meydana getiren soyut değerler çerçevesinin dışında kalmaktadır. Bu da insani olmayan bir teknolojik ve dijitalleşmiş bir evren tasavvurunu akla getirmektedir.

Teknolojik gelişim ve ilerlemenin, fütürizm tahayyüllerinde her zaman merkezi bir pozisyonda olduğu görülür. Dolayısıyla fütürizm bir tür devrimcilik taşır. Kendinden öncekinin evrilmesine olanak sağlamaktansa, kendinden öncekini yok edip yerine yenisini koymaya yönelik tekil bir yapıya sahiptir. Teknolojik devrimin içinden insanı dışlayan da, fütürizmin bu katı ve tekil yapısıdır. Fütürizm anlayışları, tarihselliği yalnızca teknolojik icatçılık doğrusunda taşıdığından, insanlığın kimi zaman durağan kimi zaman ise ağır hareket eden unsurlarını görmezden gelme eğilimi son derece organikdir. Bu bir tür yargı ortaya koyar; teknolojik determinizme duyulan kolektif sempati, fütüristik sağduyudan habersizdir. Tıpkı Dune evreninde olduğu gibi, günümüzde inşa edilen, arzu edilen veya lanse edilen fütürizm anlayışlarında, insani unsurlardan bağımsız, teknolojik ilerleme merkezli bir gelecek tasavvuru, erken modernite modelindeki risklerin tekrarı ihtimalini taşımaktadır.

## Kaynaklar

- BBC, (22 Aralık 2022). Future technology: 22 ideas about to change our World. <https://www.sciencefocus.com/future-technology/future-technology-22-ideas-about-to-change-our-world/>
- Borgmann, A. (2009). *Technology and the character of contemporary life. A philosophical inquiry*. The University of Chicago Press, <https://www.perlego.com/book/1851376/technology-and-the-character-of-contemporary-life-a-philosophical-inquiry-pdf>

- Bostrom, N. (2013). The transhumanist faq, version 2.1. World Transhumanist Association. <https://nickbostrom.com/views/transhumanist.pdf>
- Darı, A. B. (2017). Sosyal medya ve sağlık. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, Cilt 6, Sayı 18, ss.731-758.
- Doede, R. (2009). Transhumanism, technology, and the future: posthumanity emerging or sub-humanity descending?, *The Appraisal Journal* Cilt 7, Sayı 3, Mart, ss 39-54
- Feenberg, A. (2003). Modernity theory and technology studies: Reflections on bridging the gap. <http://www.sfu.ca/~andrewf/techmod.htm>, pp.1-18.
- Güzel, B. (2021). Futurism in social work: transhumanism, gamification of human life, homo roboticus and care. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(2), 591- 606. DOI: 10.33417/tsh.729496
- Hauer, T. (2017). Technological determinism and new media. *International journal of English, literature and social science*, vol-2, ISSN: 2456-7620, ss.1-4.
- Herbert, F. (1998). *Çöl gezegeni Dune*. Çev.: Arzu Taşçıoğlu ve Deniz Vural, Sarmal Yayınları, İstanbul.
- Herbert, F. (2021). *Dune*. Çev.: Dost Körpe, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Kelley, P. G., Moessner, C., Yang, Y., Sedley, A., Heldreth, C., Kramm, A., Newman, D. T., Woodruff, A. (2021). Exciting, useful, worrying, futuristic: Public perception of artificial intelligence in 8 countries. AIES '21: Proceedings of the 2021 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society, Temmuz 2021 ss. 627–637
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analiz yöntemi olarak döküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 15, ss 170-189.
- Lyotard, J. F. (1997). *Postmodern durum, bilgi üzerine bir rapor*. Çev. Ahmet Çiğdem, 2. Basım, Vadi Yayınları, Ankara
- Marinetti, F. T. (1909). The futurist manifesto. [https://www.societyforasianart.org/sites/default/files/manifesto\\_futurista.pdf](https://www.societyforasianart.org/sites/default/files/manifesto_futurista.pdf)
- Mauthner, N. S., & Kazimierczak, K. A. (2018). "Two: Theoretical perspectives on technology and society: implications for understanding the relationship between ICTs and family life". In *Connecting Families?*. Bristol, UK: Policy Press. Retrieved 17 Ocak 2023, from <https://bristoluniversitypressdigital.com/view/book/9781447339953>
- Mezentsev, S. (2020). Technological determinism: breakthrough into the future, 11th International scientific and theoretical conference "communicative strategies of information society". *European Proceedings of Social behavioral sciences*, e-ISSN: 2357-1330, ss.240-248.
- Özcan, B. (2021). 2021'in en iyisi Dune. <https://barisozcan.com/dune/>
- Stewart, J. (2022). *Futurism: the avant-garde art movement obsessed with speed and technology*. <https://mymodernmet.com/what-is-futurism/>
- Tomlinson, J. (2013). *Küreselleşme ve kültür*. Çev: Arzu Eken, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Yaşar, G. A. (2011). Ortaçağdan günümüze "modernite": doğuşu ve doğası. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ISSN: 1308-9196, Yıl:4, Sayı:7, ss.10-26
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, 9. Baskı, Seçkin yayıncılık, Ankara.

Wyatt, S. (2008). *Technological determinism is dead; long live technological determinism, The Handbook of Science and technology studies* (Ed: Hackett, E. J., Amsterdamska, O., Lynch, M., Wajcman, J.), Third Edition, Massachusetts Institute of Technology

### Extended Abstract

The digital age refers to a period in which digital technologies are used in all aspects of life, accompanied by the development of technology. Key elements of this age include the Internet, smart devices, social media, artificial intelligence, and cloud computing. The digital age began with the rapid development of information and communication technologies. With the use of the internet, it became possible to connect globally, access information instantly, and communicate rapidly. The digital age has numerous positive aspects, such as rapid access to information, educational opportunities, creative activities in art and other fields. However, it also brings negative consequences, such as addiction to devices, privacy debates, health issues, loneliness caused by virtual reality, and unequal access to digital technologies. As with any technology-oriented process, the positive aspects of the digital age, which make human life easier, are emphasized. This is closely related to the approaches of technological determinism and futurism. Technological determinism is the theory that technology is the most important factor in determining or influencing social change. This theory asserts that technology can directly affect human behavior, social structure, and culture. According to technological determinism, technological development can trigger or accelerate social, economic, and cultural changes. Technological determinism focuses on the internal characteristics and workings of technology, rather than the social, cultural, and political contexts of society. Therefore, technological determinism claims that technology has an absolute impact on society and is the most important factor in shaping society. However, this theory has been subject to criticism. It has been argued that technology is only a tool, and its use is influenced

by social, cultural, and political contexts. It has been suggested that technological development itself may be a result of social and cultural dynamics and that technology may influence society, but these effects are shaped by social dynamics. Futurism, on the other hand, is an artistic and philosophical movement focused on the future. This movement focuses on how technological developments will affect human life and future social, cultural, and economic changes. Futurism often explores the artistic reflections of the different experiences that technological innovations create in our lives. Technology is a great source of inspiration for futurism. Futurists use their imagination to envision how technology will create changes in human life in the future and express these ideas in art, literature, and other cultural activities. The opportunities presented by technology provide a creative space for futurists, and this space leads to the emergence of new ideas and designs. Futurism believes that technology is not just a tool, but an important factor shaping human society. Futurists make predictions about how technology will affect human life and these predictions provide an insight into future social, economic, and cultural changes. "Dune" is a science fiction series written by Frank Herbert. The series tells a story that takes place on different extraterrestrial planets, each with a vast universe. At the center of the series is the political struggle between families and kingdoms fighting for control of the planet Arrakis. The Dune universe consists of various planets with unique ecological systems. Arrakis is one of the most important planets in the Dune universe and is the source of the spice found on Earth. The spice is essential for space travel and is produced on Arrakis. Therefore, control of Arrakis is crucial from both political and economic perspectives. There are also groups with special abilities in the Dune universe, such as "mentats" who can alter human behavior and the female order called "bene gesserit". Political struggles, intrigues, and wars between different families and kingdoms also play an important role in the universe. The Dune universe is not limited to the novel series. After being first published in 1965, it has been adapted to the cinema twice by David Lynch and Denis Villeneuve. What makes the Dune

universe so unique is that, despite being created in the 1960s and depicting the 10,000s, it is entirely devoid of digitalization and artificial intelligence technologies, based on a feudal societal system. This feature of the Dune universe has been analyzed and questioned within the scope of this study in the context of technology-focused futurism approaches. This study aims to analyze the elements of the Dune universe in the context of digitization, technological determinism, and futurism frameworks and to show that possible future visions may not be entirely technology-focused. Document scanning and descriptive analysis methods have been used in this study. The findings of the study reveal that technology-focused future approaches may not be entirely positive in terms of technological salvation, digitalization, belief systems and ecological threats.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi, dilgekodak@gmail.com, Orcid: 0000-0001-5587-3886

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Kodak, D. (2023). Dijital çağa retrospektif bir bakış: Dune evreni ve fütürizm tasavvurları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 97-112. <https://doi.org/10.47998/ikad.1256150>



# Türkiye’de İklim Haberciliği: Kuraklık Haberleri Üzerine Bir İçerik Analizi

## Climate Journalism in Turkey: A Content Analysis on Drought News

Özge CENGİZ\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 17.02.2023 ■ Kabul Accepted: 08.04.2023

### ÖZ

Bu çalışma, kuraklık haberleri üzerinden Türkiye’de iklim haberciliğinin uygulanma biçimine odaklanmaktadır. Çalışmayla, ana akım medyada yer alanlarla çevre gazeteciliği yapan gazeteleri karşılaştırarak Türkiye’de iklim haberciliğinin özelliklerinin ne kadar uygulandığı, kuraklıkla ilgili haberlerde iklim krizinin ve insan faaliyetlerinin etkisinin varlığına ne kadar atıfta bulunulduğunu tespit etmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda 1 Haziran - 31 Ağustos 2022 tarihleri arasında Türkiye’nin en çok okunan Hürriyet, Sabah, Sözcü gazetelerinin dijital platformlarında ve çevre haberciliği yapan Yeşil Gazete’de kuraklık ile ilgili yayınlanan 299 haber üzerinden içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi kapsamında yazar, kaynak, fotoğraf, grafik, video, iklim krizine atıf, insan etkisine atıf, risk dili kullanımı, hiperlink kullanımı, bağlam ve kapsam kategorileri oluşturulmuştur. Analizin sonucuna göre Yeşil Gazete’nin iklim haberciliğinin özelliklerine göre kuraklıkla ilgili haberlerini kurguladığı görülmüştür. Hürriyet Gazetesi’nin yeterli olmasa da ana akım gazeteler içerisinde doğru bir iklim haberciliği uygulamasına yaklaşan bir yapı sergilediği anlaşılmaktadır. Sabah Gazetesi’nin her ne kadar kuraklık alanına geniş bir ilgi gösterse de içeriklerini kurgularken iklim krizine ve insan faaliyetlerinin etkisine yeterli atıfta bulunmadığı ve risk dilini çoğunlukla kullanmadığı tespit edilmiştir. Sözcü Gazetesi’nin ise kuraklıkla ilgili çok az habere yer verdiği ve bu haberlerde iklim haberciliğinin kriterlerine uymadığı, daha çok kısa, enformasyon niteliği taşıyan içeriklerle haberlerini düzenlediği görülmüştür. Bu kapsamda ana akım medyada iklim içeriklerine yönelik bir ilgiden bahsedilebileceği, bununla birlikte iklim haberciliğinden söz edebilmek için gidermeleri gereken eksikler olduğu söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** İklim Haberciliği, İklim Krizi, Kuraklık, Medya, İçerik Analizi.

### ABSTRACT

This study focuses on the implementation of climate journalism in Turkey via drought news. This study aims to how much the features of climate journalism are applied in Turkey, by comparing the drought news in the mainstream media and environmental media, and how much reference is made to the existence of the impact of climate crisis and human activities. In this context, content analysis was carried out on 299 news about drought published in the digital platforms of Turkey’s most widely read newspapers *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* and in *Yeşil Newspaper*, which is an environmental newspaper, between 1 June and 31 August 2022. According to the results of the analysis, it was seen that *Yeşil Newspaper* fictionalized its news about drought according to the characteristics of climate journalism. It is understood that *Hürriyet Newspaper* exhibits a structure that approaches a correct climate journalism practice among mainstream newspapers, although it is not sufficient. Although *Sabah Newspaper* shows a wide interest in the field of drought, it has been found that it does not make enough reference to the climate crisis and the impact of human activities and does not use risk language mostly when constructing its contents. It has been understood that *Sözcü Newspaper*, on the other hand, covers very little news about drought and does not comply with the criteria of climate journalism in these news, but organizes its news with short, informational content. Within this scope, it can be said that there is an interest in climate content in the mainstream media, however, there is a lot that needs to be addressed in order to be able to talk about climate journalism.

**Keywords:** Climate Journalism, Climate Crisis, Drought, Media, Content Analysis.



## Giriş

Sanayi Devriminden bu yana insanların dünya üzerinde meydana getirdiği tahribat; dünyanın doğal dengesinin bozulması, biyolojik çeşitlilikte meydana gelen dengesizlik, doğal kaynakların keskin bir şekilde azalışı, kuraklık, gıda krizi gibi çeşitli olumsuz durumları meydana getirmiştir. Sanayileşme sonrasında dünya genelinde artan nüfus yoğunluğu ve hem buna bağlı olarak karbondioksit miktarında hem de diğer sera gazı salınımlarında yaşanan artış neticesinde küresel sıcaklık değerlerinin yükselmesi, dünya genelinde iklim krizini bir an önce önlem alınması gereken bir tehdit olarak öne çıkarmaktadır. İnsan faaliyetlerinden kaynaklanan sera gazlarının neden olduğu iklim krizi; aşırı sıcaklıkları, şiddetli yağmurları, orman yangınlarını ve kuraklığı yoğunlaştırmakta ve sıkılaştırmaktadır (İklim Değişikliği Paneli [IPCC], 2022: 489; Anderegg vd., 2020: 1091).

1988 senesinde Birleşmiş Milletler'e bağlı olarak Dünya Meteoroloji Örgütü (WMO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından kurulan Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) raporları, küresel anlamda iklim krizinin etkilerine ve geleceğine yönelik önemli bilgiler sağlamaktadır. IPCC 1.5 Derece Küresel Isınma Raporuna göre (2018: 4-7) endüstrileşme sonrası insan faaliyetleri neticesinde dünya genelinde 0,8°C ila 1,2°C aralığında bir ısınma meydana gelmiştir. Bu hızda artmaya devam ederse 2030 ile 2052 aralığında küresel ısınmanın 1,5°C'ye ulaşacağı öngörülmektedir. Küresel ısınmanın etkileri şimdiden gerek doğal yaşamda gerekse beşerî yaşamda görülmeye başlamıştır ve önlem alınmadığı takdirde ekosistemde yaşanacak bazı kayıpların uzun süreli veya geri döndürülemez olacağı tahmin edilmektedir. Bu tahminler arasında birçok kara ve okyanus bölgesindeki sıcaklıkların yükselişine bağlı olarak yerleşim alanlarının çoğunda yüksek sıcaklıkların görülmesi, bazı bölgelerde yüksek yağışların, bazı bölgelerdeyse yağış eksikliğine bağlı olarak kuraklığın meydana gelmesi öne çıkmaktadır.

Tüm bu süreç insanın anlık olarak takip edemeyeceği bir dilime yayıldığı için iklim krizine yönelik bilgi çoğunlukla medya üzerinden sağlanmaktadır (Zhao, 2009). Medyanın iklim krizi ile ilgili kamuoyunun daha fazla dikkatini çekme potansiyeli bulunduğunu söylemek mümkündür. İklim krizi ile ilgili özellikle 1970'li yıllardan itibaren çeşitli raporlarla krizin boyutları ortaya konulsa da gerek iklim değişikliğini konu edinen film ve belgesellerin gösterime girmesiyle gerekse de medyada iklim değişikliğine yönelik haberlerin daha fazla yer kaplamasıyla 2000'li yıllardan itibaren konuya olan ilgi artmıştır (Arlt vd., 2011). 40 ülkeyi kapsayan çevrimiçi anket verilerine göre iklim değişikliği konusundaki bilgiler önemli ölçüde haber medyasından temin edilmektedir. İklim değişikliği hakkında bilgi edinmek için katılımcıların %35'i televizyonu, %15'i haber kuruluşlarının çevrimiçi sitelerini, %13'ü özel iklim haberlerini, %9'u ise sosyal medya ve bloglar gibi alternatif kaynakları kullanmaktadır (Newman vd., 2019: 68). 2020 senesinde ise haber medyası iklim değişikliği konusunda en yaygın kullanılan bilgi kaynağı olmuştur (Newman, 2020: 51).

Bununla birlikte dünya genelinde iklim krizine yönelik kamuoyunda büyük bir farkındalık olduğunu söylemek mümkün değildir. Örneğin ABD'de yetişkinlerin üçte ikisi iklim krizinin varlığına inansa da bu krizin insan kaynaklı olduğuna inanmamaktadır (Leiserowitz vd., 2014: 7). Ayrıca dört Amerikalıdan üçü, küresel ısınmanın diğer kamu politikası meselelerine nazaran daha az önemli olduğunu düşünmektedir (Leiserowitz vd., 2013: 4). Bu nedenle iklim krizine karşı alınacak önlemler arasında, bilginin paylaşıldığı alanı düzenlemek ve iklim haberciliği için uygun koşulları sağlamak oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Bu kapsamda yurtdışında yapılan çalışmalara bakıldığında, iklim habercilerinin çalışma koşullarını ve haber üretme pratiklerini (Fahy & Nisbet, 2011; Brüggemann, 2017b; Brüggemann & Engesser, 2017, Schafer & Painter, 2020), iklim haberlerinin okur tarafından alınılmasını

(Boykoff & Boykoff, 2004; McCright & Dunlap, 2011; Happer & Philo, 2016) inceleyen araştırmaların öne çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede özellikle iklim haberciliğinin sınırlarını çizen çalışmalar (Gess, 2012; Painter, 2013; Gibson vd., 2015; Happer & Philo, 2016; Brüggemann, 2017a; Schäfer & Painter, 2020) alan için oldukça önemlidir. Türkiye'de iklim haberlerine yönelik yapılan çalışmalarda; iklim krizine yönelik haberlerin çerçeve analizi (Aykaç, 2018; Özay & Mustafa, 2022; de Faveri, 2022), içerik analizi (Demircan vd., 2016; Şahin, 2020; Uzunoğlu & Karaca, 2021) ve gazetecilerle mülakat (Şahin & Üzelgün, 2016, Uzunoğlu & Karaca, 2021) yapılarak literatüre katkılar sağlandığı görülmektedir. Bununla birlikte iklim haberciliğinin temel özelliklerinin gazetelerde ne kadar uygulandığına yönelik yapılan çalışmaların genişletilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Türkiye Akdeniz Havzasında yer aldığı için iklim krizinden daha fazla etkilenecek ülkeler arasında yer almaktadır (IPCC, 2014; IPCC, 2022), dolayısıyla Türkiye'de iklim krizinin haberlerde nasıl yer aldığına incelenmesi elzemdir. 500 milyonluk bir nüfusa sahip olan Akdeniz Havzası, kentleşme, aşırı avlanma, kirlilik, biyolojik çeşitlilik kaybı, kara ve deniz ekosistemlerinin bozulması gibi çeşitli çevresel sorunlarla karşı karşıyadır ve tüm bu havza iklim değişikliğine karşı savunmasız bir durumda olduğu için riskli durumdadır. Akdeniz havzasındaki yüzey sıcaklığının sanayi öncesi döneme göre 1.5 derecenin üzerinde artış göstermesi, yağışlarda değişkenliğe neden olmuştur. Bu çerçevede bölge için ana risk faktörü olarak ise kuraklık öne çıkmaktadır, bu kuraklığa bağlı olarak ise kara ve deniz ekosisteminin olumsuz etkilenmesi, orman yangınlarının artması, sulak alanların azalması, toprak erozyonunun artması beklenmektedir. Yine kuraklığa bağlı olarak tarımın, turizmin, insan sağlığının olumsuz etkilenmesi söz konusudur (IPCC, 2022: 2235, 2236). Dolayısıyla Türkiye'nin de içerisinde yer aldığı Akdeniz Havzası'nda iklim krizine bağlı olarak beliren en büyük risk olan kuraklık, öncelikli olarak üzerinde durulması gereken problemdir, bu nedenle gerek akademik yazının gerekse de insanların tüm bu süreci takip etmesinde etkili araçlardan birisi olan medyanın

kuraklık konusuna ayırdığı alanın çalışılması önemlidir.

Bu çalışmanın konusu iklim krizine bağlı olarak ortaya çıkan kuraklığa yönelik yapılan haberlerde iklim haberciliğinin özelliklerinin ne kadar uygulandığının incelenmesidir. Araştırmanın ana problemi kuraklık ile ilgili haberlerde Türkiye'de iklim haberciliğinin özelliklerinin ne kadar uygulandığı ve ana akım medyada yer alan gazeteler ile çevre haberlerine yönelik içerik sunan gazeteler arasında uygulamada bir fark olup olmadığıdır. Bu kapsamda *Hürriyet*, *Sözcü*, *Sabah* ve *Yeşil Gazete*'de yer alan kuraklık haberleri üzerinden bir içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmayla incelenen gazetelerde iklim haberciliğinin ne kadar uygulandığının tespit edilmesi ve eksik kalan yönlerin ne olduğunun açıklanması amaçlanmaktadır. Ana akım medyada iklim haberciliğinin ne kadar uygulandığını çevre gazetesi ile karşılaştırmalı olarak ele alması ve iklim haberciliğinin temel özelliklerini içerik analizi ile incelemesi nedeniyle çalışmanın karşılaştırma noktasında bir eksikliği gidereceği düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle iklim haberciliğine yönelik literatürde yer alan araştırmalarda oluşturulan temel özellikler incelenecektir. Ardından çalışmanın amacı ve yöntemi açıklanacak ve bulgular kısmında çalışma kapsamında yürütülen içerik analizi neticesinde elde edilen veriler açıklanacaktır.

### İklim Haberciliği

Bilim gazeteciliği içerisinde ayrı bir uzmanlık alanını oluşturan iklim haberciliği; iklim değişikliğinin ne olduğuyula, özellikleriyle, etkileriyle ve iklim değişikliğini hafifletme yolları ile ilgilenen, bu konular çerçevesindeki bilgiyi toplayan, seçen, değerlendiren ve sunan bir alandır. İklim değişikliği konusunda kitleler ile uzmanlar arasında bir köprü görevi görmesi ve halkın öncelikli bilgi kaynağı olması dolayısıyla gün geçtikçe önemini artıran iklim haberciliği (Schäfer & Painter, 2020), geleneksel yollarla yapılabileceği gibi (basılı gazeteler, televizyon, radyo) gazetecilik

uygulamalarının son dönemde kendisine yeni alanlar yarattığı çevrimiçi ve mobil ortamda da yapılabilir (internet sitesi, blog, podcast vs.).

İklim haberciliği; kitle iletişim araçları aracılığıyla çevresel iletişim sağlaması, iklim krizi ile ilgili bilgi aktarması, konu ile ilgili çerçeveyi uzman görüşleriyle ve bilimsel raporlarla sağlamaştırması, iklim krizi ile ilgili mücadele odaklarını göstermesi açısından oldukça önemlidir. Nitekim iklim haberciliğinin kişilerin davranışlarında ve gündelik rutinlerinde değişiklik ve farkındalık yaratması istenen bir durumdur. Her ne kadar medyanın etki potansiyeli yetersiz olsa da iklim haberlerinin dolaylı olarak yaşam tarzlarında yarattığı değişiklik önemlidir (Arlt vd., 2011). Kısa vadede olası tüm sorunlara yönelik farkındalık oluşmasa da iklim krizi aciliyetle çözüm üretilmesi ve halkın bir an önce bu çözüm sürecine dâhil edilmesi gereken bir süreçtir. Bu süreç içerisinde medya gerek bilimsel bulguları paylaşarak farkındalık yaratmak gerekse de toplumda davranış değişikliğini teşvik etmek gibi önemli bir rol üstlenmektedir (Happer & Philo, 2016).

Medyanın iklim değişikliğine yönelik ilgisi 1980'li yıllardan itibaren artış göstermiştir. Bu kapsamda özellikle Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nin (IPCC) kurulması, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin ve uluslararası politikada iklim değişikliğinin getirdiği risklerin kabul edilmesi belirleyici olmuştur. Bu doğrultuda gerek konferanslar ve IPCC raporları, gerekse de bilimsel yayınların artışı ve tüm bu yayınların takip edilme ve haberleştirilme süreci, uluslararası düzeyde iklim haberciliği alanının gelişmesinin önünü açmıştır (Brüggemann, 2017b).

İklim haberciliğinin ön plana çıkan kimi özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerin ilki, iklim haberciliğinin zamana yayılan olayları takip etmesinden dolayı anlık bilgi akışından ziyade uzun takip gerektiren bir süreç haberciliği olmasıdır. Çevre sorunları, genellikle insan duyuları tarafından doğrudan algılanamamaktadır, çünkü bu sorunların nedenleri ve uzun vadeli etkileri,

insan deneyiminin ötesine geçmektedir. Bu durum ise medyaya özel bir alan açmaktadır. Özellikle tek tek çevresel olayları bütünsel bir perspektifte ele alabilme kapasitesi, medyaya iklim krizi gibi uzun vadeli çevre sorunlarının görünür hale gelmesinde büyük rol atfetmektedir (Arlt vd., 2011). Gazetecilik yapısı itibarıyla çeşitli sorunlarla ilgili nesnel gerçekleri en kısa zamanda raporlamayı ve kamuoyuna ulaştırmayı hedefler. Bununla birlikte iklim krizi sürecinin hâlihazırda devam ediyor olması ve bu krizi aşmak için oluşturulan iklim modellerinin tehditlere ve alınan önlemlere göre sürekli olarak güncellenmesi, gazeteciliğin yapısıyla örtüşmeyen bir durum sergilemektedir (Brüggemann, 2017b). Dolayısıyla iklim habercilerinin uzun bir süreç içerisinde meydana gelen olayları, bu sürecin güncel ve gelecekteki etkilerini takip etmesi gerekmektedir.

İklim haberciliğinin bir diğer önemli özelliği iklim krizinin coğrafi özellikleri ve gazeteciliğin coğrafi alışkanlıkları ile ilgilidir. Gazetecilikte ele alınan haberler coğrafi bazı kategorilere ayrılırken (uluslararası, ulusal, yerel), iklim değişikliği aynı anda hem yerel hem de küreseldir, bu değişikliğin nedenleri ve sonuçları aynı anda birçok sınırı etkilemektedir. Ayrıca iklim değişikliği gazeteciliğin kategorik yapısının da dışına taşmakta, içerdiği boyutlar çevre, bilim, politika, siyaset, kültür, ekonomi gibi çeşitli alanları da etkilemektedir (Hulme, 2009: 246-247). İklim değişikliği belirli bir sınır içerisinde düşünölemeyecek, tüm dünyayı yerel ve uluslararası bağlamda etkileyen, çok boyutlu bir doğaya sahiptir. Dolayısıyla iklim değişikliğinin bu özelliği, medya sınırları içerisinde gazeteciliğin farklı uzmanlık alanlarından birçok kişinin iklim değişikliğine yönelik içerik hazırlamasının, haber yapmasının, köşe yazısı yazmasının önünü açmaktadır. İklim değişikliğine yönelik içerikler çevre ve bilim gazetecilerine ayrılan satır ve sütunlarda görölebileceği gibi yerel muhabirler, köşe yazarları, ekonomi muhabirleri, kültür sanat muhabirleri de oluşturdukları içeriklerde iklim krizine yer verebilmektedir (Brüggemann & Engesser, 2014: 402). Dolayısıyla medyanın iklim krizini birçok boyutuyla uluslararası, ulusal ve

yerel düzlemde tartıştığı ve konu ile ilgili kamuyu bilgilendirme görevini üstlendiği söylenebilir. Bununla birlikte özellikle çevre konusunda uzman olmayan gazetecilerin de bu çok boyutlu konuyu ele almaları, kimi zaman iklim krizinin çevresel boyutundan ziyade ekonomik, siyasi çerçevelerin daha sık kullanılması olasılığını doğurmaktadır.

İklim haberciliğinde haber oluşturulurken kullanılan bazı yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemlerden birisi “risk dili” kullanarak haberi çerçevelemektir. Risk dili kullanılırken, okuyuculara/izleyicilere/dinleyicilere doğrudan maruz kalabilecekleri riskler bilimsel araştırmalarla temellendirilerek anlatılır (Painter, 2013: 41-42). Happer ve Philo (2016) yaptıkları araştırmada risk dilinin halkla kişisel düzeyde bağlantı kurmada daha etkili olduğunu belirtmektedir. Bu noktada risk dilinin topluma aktarımında dilsel pratiklerin nasıl kurulduğu da önem kazanmaktadır. İklim krizi konusunda genellikle negatif iletişim stratejisi tercih edilmekte ve iklim krizinin dünyayı felakete sürükleyen boyutu öncelenmektedir; bununla birlikte bu durum iklim krizine yönelik çözüm üretme çabalarını gölgeleyebileceği ve iklim krizinin kaçınılmaz bir süreç olarak kabul edilebileceği için eleştirilmektedir. Dolayısıyla risk dilinin oluşturulmasında çözüm üretmeye yönelik bir dilin oluşturulması önem kazanmaktadır (Çetin, 2022: 151).

Bu kapsamda bahsedilmesi gereken bir diğer önemli özellik, haberin çatısını kurarken iklim krizinin insan faaliyetlerine bağlı olarak ortaya çıkan bir süreç olduğuna atıfta bulunmadır. İklim haberlerinin çerçevesi antropojenik etkiye göre yani insan etkisiyle değişen ve kriz boyutuna ulaşan iklim olaylarına odaklanır (Brüggemann & Engesser, 2014). Bu nedenle yapılan haberlerde olayın ne olduğunu aktarmak kadar, olayın ard alanını incelemek ve özellikle bu süreçteki insan faaliyetleriyle bağlantı kurmak oldukça önemlidir.

İklim haberciliğiyle ilgili bahsedilmesi gereken en önemli özelliklerden bir diğeri de bilimsel kaynak kullanımıdır. İklim haberciliğinin temel kaynakları arasında Birleşmiş Milletler İklim

Değişikliği Çevre Sözleşmesi (UNFCCC), yıllık BM iklim zirveleri, IPCC raporları, çevreyle ilgili sivil toplum kuruluşları ve derneklerin raporları yer almaktadır (Schmidt vd., 2013; Schafer, 2015). Bu kaynakların yanı sıra yurttaşlardan, sivil toplum kuruluşlarından, siyasi aktörlerden ve benzeri figürlerden de haberin çerçevesine bağlı olarak yararlanılmaktadır. Böylelikle kamuoyu güvenilir kaynaklardan elde edilen bilgiler ile çoklu bakış açılarından yararlanabilmektedir.

Kaynak konusunda iklim habercilerini en çok zorlayacak sorun denge unsurudur. Geçmiş dönemdeki kamusal tartışmalarda iklim değişikliğini kabul eden ve reddedenler olmak üzere kabaca iki grup yer almaktadır. Boykoff ve Boykoff’un (2004) “inkârcılar”, Brüggemann ve Engesser’in ise (2017) “karşıtlar” olarak adlandırdığı iklim krizini reddeden grup içerisinde çok az iklim bilimci bulunmakta ve bu grupta yer alanların siyasi faaliyetleri (lobicilik gibi) dikkat çekmektedir (McCright & Dunlap, 2011). Bu kapsamda iklim değişikliği tartışmalarında üç ana ayrım olduğu söylenebilir. Bu ayrımların ilkinin iklim değişikliğinin insan etkisiyle oluşmadığını söyleyenler, ikincisini iklim değişikliğinde insan etkisi olsa da etkisinin abartıldığını savunanlar, üçüncüsünü ise iklim değişikliğinin etkilerinin gelecek dönemde kabul edilenden daha büyük tehditler yaratacağını düşünenler oluşturmaktadır (Giddens, 2009: 6). Boykoff ve Boykoff (2004) yaptıkları çalışmada, gazetecilerin iklim değişikliği ile ilgili haber oluştururken gazeteciliğin profesyonel kodları arasında yer alan denge ve nesnellik normlarını kullandıklarını ancak bu durumun bilim insanlarına yönelik olumsuz bir tavır yarattığını belirtmişlerdir. İklim değişikliği karşıtlarına bilim insanları ile eşit zaman ayırmak iklim değişikliğinin gerekli etkiyi yaratamamasına yol açmaktadır. Bu kapsamda bahsedilmesi gereken bir diğer önemli nokta, iklim haberciliği yapılırken uzman görüşlerinden faydalanmaktır. Haber içeriği hazırlanırken gazeteciler uzmanların konu ile ilgili araştırma sonuçlarını, görüşlerini belirtmeli, dengeyi sağlama adına uzmanların karşıt görüşünde yer alan ve konu ile ilgili herhangi bir bilimsel çalışması bulunmayan kişilerin ya da siyasi figürlerin

görüşlerini ön plana çıkarmamalıdır (Nispet, 2019).

Daha yeni çalışmalarda, gazetecilerin bu denge/nesnellik sarkacından sıyrılarak iklim şüphecilerine daha az yer verdikleri, bilim insanlarının açıklamalarının gazetelerde kendisine daha fazla yer bulduğu bulgulanmıştır (Gibson vd., 2015). Hiles ve Hinnant (2014: 19) ise iklim haberciliği içerisinde nesnellik anlayışının yeniden düzenlendiğini, gazetecilerin artık kanıt ağırlıklı raporlama yoluna gittiğini belirtmektedir, böylelikle yazılan haberler ile bilimsel buluşlar arasında bir köprü kurulmaktadır. Geçmiş dönemlerde iklim değişikliği ve iklim değişikliği inkârcılarının denge kurmak amacıyla bir araya getirilmeleri söz konusuysen, zamanla iklim değişikliğinin ciddiyetini farklı farklı sesler üzerinden bağlamsallaştıran içerikler ön plana çıkmış, özellikle dijital mecraların yaygınlaşmasıyla bu tür haberlerin yaygınlaşmasının önü açılmıştır (Brüggemann, 2017b).

İklim haberciliğinde önemli olan noktalardan bir diğeri, iklim değişikliğinin etkilerinin haber içerisinde ayrıntılandırılmasıdır. Her ne kadar geleneksel habercilik anlayışı bu olanağı çok fazla tanımasa da günümüzde iklim haberciliğinin sürdürülebildiği dijital mecralarda haberin politik, ekonomik, toplumsal ve çevresel nedenleri ve etkilerinin, toplumsal olaylarla olan bağının derinlemesine analiz edilmesi gerekmektedir. Bu ayrıntılı analiz, gelecekte meydana gelebilecek iklim risklerini öngörebilme adına büyük önem taşımaktadır (Gess, 2012). Bu kapsamda geleneksel gazetecilik türlerinde kaynak göstererek haber içerisinde geçen konu derinlemesine incelenebilir, veriler ve görüşlerle haber ayrıntılandırılabilir. Dijital medyada ise hiperlinkler aracılığıyla, haberin içerisinde geçen raporlara, makalelere link verilebilir; bunun yanı sıra yine kaynak göstererek okuyucu konu ile ilgili içeriklere yönlendirilebilir.

Tüm bu süreçte üstlendiği önemli rolden dolayı medyanın iklim değişikliğine yönelik içerik/haber hazırlarken çok dikkatli olması gerekmektedir. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken unsurlar mevcut bilgilerin kaynağının kim olduğu, kalitesi

ve teyit edilmesidir. Çevrimiçi platformlar ve sosyal medya, iklim krizi hakkında bilgilendirme işlevinin sağlanması için giderek önemi artan mecralar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle sosyal medyanın daha fazla insanın katılımını içermesi, bu katılımcıların içerik üretmesine ve dağıtmasına izin vermesi, etkileşimli yapısı iklim krizi hakkında kaynak çeşitlenmesini de yaratmış, gazetecilerin iklim aktivistlerine, kamu aydınlarına ulaşım görüş almaları kolaylaştırmıştır (Fahy & Nisbet, 2011, Schäfer & Painter, 2020). Bununla birlikte bu durum bir teyit problemini de ortaya çıkarmaktadır. Medya, yapısı gereği hızla haberi kamuya ulaştırma anlayışına sahiptir. Ancak iklim haberciliğinde hızlı hareket etme adına bilgiyi en az iki kaynaktan teyit etme aşamasının atlanması daha büyük problemlere yol açabilmektedir.

İklim haberciliği ile ilgili yapılan çalışmalarda dikkat çeken önemli bir olgu dijital mecraların geleneksel mecralara göre daha fazla bilinir, takip edilir hale gelmesidir. Bu mecralar daha çok çevresel sorunlara odaklanmakta ve konuyla ilgili ayrıntılı içeriklere, bölümlere, dizinlere yer vermektedir. Daha önce geleneksel medyada çalışan çevre ve bilim habercilerinin de dijital kökenli uzmanlaşmış sitelere kayması, iklim haberciliği konusunda bu dijital ortamın etkisini artırmasını sağlamıştır (Schäfer & Painter, 2020). Brüggemann (2017b) iklim değişikliğine yönelik haberlerin yeterince ön plana çıkmamasının sadece geleneksel medyada değil dijital medyada da rastlanan bir durum olduğuna dikkat çekmektedir. Bununla birlikte dijital medyanın iklim haberciliğini çeşitlendirdiği söylenebilir. Türkiye'de de *Yeşil Gazete*, *İklim Haber*, *İklim Gazetesi* bu çerçevede öne çıkan örneklerdir. Bu kapsamda gerek geleneksel basının dijital uzantılarında gerekse çevre üzerine uzmanlaşmış platformlarda iklim haberciliğinin izlerini sürmek, sürdürülebilir bir iklim haberciliği anlayışının yerleşmesinde büyük önem taşımaktadır.

## Yöntem

Bu çalışmada geleneksel medyada ve iklim haberciliği yapan bir dijital gazetede yer alan kuraklık ile ilgili haberlerin iklim haberciliği kistaslarına ne kadar bağlı kaldığı betimsel

yöntemle incelenmiştir. Bu kapsamda 01 Haziran 2022 - 31 Ağustos 2022 tarih aralığında *Hürriyet*, *Sözcü*, *Sabah*, *Yeşil Gazete*'de kuraklık ile ilgili yer alan 299 haberle sınırlandırılan çalışma için, içeriklerini birbiriyle karşılaştırabilmek, iklim haberciliğinin özelliklerinin ne kadarının kullanıldığını tespit edebilmek amacıyla en uygun yöntem olan içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, incelenen konuyla ilgili toplanan verilerin önce kavramsallaştırılmasını, sonrasında ise düzenlenmesini ve temaların saptanmasını gerektirmektedir. Bu kapsamda verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi ile bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamalarını içermektedir (Yıldırım & Şimşek, 2013: 259-260).

Bu kapsamda öncelikle 01 Haziran 2022 - 31 Ağustos 2022 tarih aralığında gazetelerde yer alan kuraklık haberleri üzerinden veriler toplanmıştır. *Hürriyet*, *Sabah*, *Yeşil Gazete*'de yer alan haberler, internet siteleri arşivinden temin edilmiştir. *Sözcü Gazetesi*'nde yer alan haberler için ise gazetenin arşivinde kelime araması yapılamamasından dolayı Google detaylı arama kullanılmıştır. Bu tarih aralığının seçilme sebebi, kuraklık ile ilgili haberlerin sayısal olarak yaz aylarında artış göstermesidir<sup>1</sup>. Gazetelerden *Hürriyet*, *Sözcü* ve *Sabah* ana akım medyada en çok okunan gazeteler<sup>2</sup> olmaları nedeniyle, *Yeşil Gazete* ise iklim haberciliği anlayışını ön plana çıkaran<sup>3</sup> bir gazete olması nedeniyle seçilmiştir. Çalışmanın araştırma soruları şu şekildedir:

- ▶ Türkiye'de iklim haberciliğinin özellikleri uygulanıyor mu?
- ▶ Geleneksel medya ile çevre gazeteciliği yapan kurumlar arasında iklim haberciliğinin uygulandığı açısından fark var mı?

- ▶ Haberlerde kuraklık ve iklim değişikliği arasında bir bağ kuruluyor ve bu bağ temellendiriliyor mu?

Araştırma soruları çerçevesinde öncelikle gazetelerde yer alan haberler incelenmiş ve iklim haberciliğinin temel özelliklerine göre (kaynak, iklim krizine atıf, kuraklığın oluşmasında insan etkisine atıf, risk dili kullanımı) genel tarama yapılmıştır. Yapılan genel taramanın ardından araştırma için kategoriler ve alt kategoriler belirlenmiş ve araştırmacı tarafından kodlama cetveli oluşturulmuştur. Biçimsel ve içeriksel değişkenlerden oluşan kodlama cetveli aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

1 Google Trends (2022) kuraklık aramalarında haberler türüne bakıldığında en çok haberin 12-18 Haziran 2022 (100 haber) ve 7-13 Ağustos 2022 (98 haber) tarih aralığında yapıldığı görülmektedir.

2 Gazeteler.TV Son Tiraj Raporu (2022).

3 Gazetenin vizyonunda "Ulusal ve uluslararası ölçekte yazılı, görsel ve bunların kesişimi olan dijital alanlarda ekoloji, yeşil politika, doğal yaşam, iklim değişikliği gibi küremizin acil sorunları olan konular başta olmak üzere; her türlü hak alanında adil, demokratik, katılımcı, ekolojik ve ayrımcılık karşıtı iletişim dili, yöntemi ve kanallarının oluşturulması, desteklenmesi ve yaşatılmasını amaçlar." açıklaması yer almaktadır. (Yeşil Gazete Hakkımızda, 2023).

Tablo 1 Kodlama Cetveli

Biçimsel Değişkenler	İçeriksel Değişkenler
<i>Gazetenin Adı</i> Hürriyet (1), Sözcü (2), Sabah (3), Yeşil Gazete (4)	Haberin Kaynağı Hükümet, siyasi, kamu kurumu (1), STK (2), Bilim (3), Yurttaş (4), Ticari Kişi, Kurum, Kuruluş (5), Çoklu Bilim Dahil (6), Çoklu Bilim Dahil Değil (7), Diğer (8), Belirtilmemiş (9)
<i>Haberin Yazarı</i> Kişi (1), Ajans (2), Haber Merkezi (3), Belirtilmemiş (4), Yabancı Basın (5)	Haberde İklim Krizine Atıf Var (1), Yok (2)
<i>Haberin Tarihi</i> Haziran (1), Temmuz (2), Ağustos (3)	Haberde İnsan Etkisine Atıf Var (1), Yok (2)
<i>Fotoğraf Kullanımı</i> Var (1), Yok (2)	Haberde Risk Dili Kullanımı Var (1), Yok (2)
<i>Fotoğraf Sayısı</i> 0 (1), 1-3 (2), 4-6 (3), 7-9 (4), 10 ve üzeri (5)	Haberin Kapsamı Uluslararası (1), Ulusal (2), Yerel (3)
<i>Hiperlink Türü</i> Yok (1), Başlık (2), Başlık-Makale (3), Başlık-Haber (4), Başlık-Adres (5), Başlık-Rapor (6), Başlık-Haber-Rapor-Makale (7), Başlık-Makale-Haber-Adres (8), Başlık-Makale-Haber (9)	Haberin Bağlamı Çevre (1), Ekonomi (2), Gıda-Tarım (3), Eğitim (4), Siyaset (5), Kültür-Sanat (6), Magazin (7), Bilim-Teknoloji (8), Spor (9), Sağlık (10)
<i>Hiperlink Kullanımı</i> Var (1), Yok (2)	
<i>Grafik Kullanımı</i> Var (1), Yok (2)	
<i>Grafik Sayısı</i> 0 (1), 1-3 (2), 4-6 (3), 7-9 (4), 10 ve üzeri (5)	
<i>Video Kullanımı</i> Var (1), Yok (2)	
<i>Video Sayısı</i> 0 (1), 1-3 (2), 4-6 (3), 7-9 (4), 10 ve üzeri (5)	

Araştırmacı tarafından tüm haberler kodlama cetveline göre IBM SPSS Statistics 22 Programında kodlanmış, sonrasında bu haberlerin içerisinden rastlantısal olarak seçilen 50 haber, araştırmacı

arasındaki uyum oranlarına bakıldığında, tüm kategorilerde mükemmele yakın uyum tespit edilmiştir. Gazete, tarih, yazar, fotoğraf, fotoğraf sayısı, grafik, grafik sayısı, video, video

Tablo 2 Fleiss Kappa Test Sonucu

Kategori	Kaynak	İklim Krizi	İnsan Etkisi	Risk Dili	Hiperlink	Hiperlink Tür	Bağlam	Kapsam
Fleiss Kappa	,930	,918	,915	,879	,945	,931	,889	,945

dışında iki uzman tarafından kodlanmıştır. Araştırmacı haricinde birden fazla uzman tarafından kodlama işlemi yapıldığı için, Fleiss Kappa testi yapılarak kodlayıcılar arasındaki uyum ölçülmüştür. Kodlayıcılar arasında güvenilirlik belirlemek için kullanılan Fleiss Kappa testi, +1 ile -1 arasında değer almaktadır. Landis ve Koch (1977: 165), 0'dan küçük değerleri zayıf, 0,00-0,20 arasını yetersiz, 0,21-0,40 arasını vasat, 0,41-0,60 arasını orta, 0,61-0,80 arasını güçlü, 0,81-1,00 arasını ise mükemmele yakın uyum olarak değerlendirmektedir. Çalışmada kodlayıcılar

sayısı kategorilerinde (1,00) olan oran, diğer kategorilerde aşağıdaki tablodaki gibidir:

Araştırmanın bulgular kısmında toplanan veriler üzerinden IBM SPSS Statistics 22 vasıtasıyla gerçekleştirilen frekans analizi ve çapraz tablo analizlerinin sonuçlarına yer verilecektir.

## Bulgular

01 Haziran - 31 Ağustos 2022 tarihleri arasında *Hürriyet*, *Sözcü*, *Sabah* ve *Yeşil Gazete*'de kuraklıkla ilgili toplam 299 haber yapılmıştır.



**Tablo 3** Toplam/Aylara Göre Haber Sayısı

Haber Sayısı	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Toplam	96	32	11	3,7	113	37,7	79	26,3
Haziran	22	22,9	2	18,2	23	20,4	21	26,6
Temmuz	27	28,1	1	9,1	27	23,9	18	22,8
Ağustos	47	49	8	72,7	63	55,8	40	50,6

Kuraklıkla ilgili en fazla habere *Sabah Gazetesi* (%37,7), en az habere ise *Sözcü Gazetesi* (%3,7) yer vermiştir. *Sözcü Gazetesi*'nde kuraklıkla ilgili bu kadar az haberin yer almasının; alanında uzman gazeteci sayısının azlığı, öncelik sırasında çevre konusunu geri plana atma, basılı gazetede yer alan tüm haberlerin dijital platforma yüklenmemesi gibi çeşitli sebepleri olabilir. Aylara göre dağılıma bakıldığında kuraklıkla ilgili en fazla haber

ise gıda ve tarımın yer aldığı görülmektedir. *Sözcü Gazetesi* (%9,1) ise çevre haberlerinin dışında sadece bir haberde gıda-tarım kategorisinde içerik üretmiştir. Diğer gazetelerde ise eğitim, siyaset, kültür-sanat, magazin, bilim-teknoloji, spor ve sağlık kategorilerinde de içerik oluşturulduğu görülmektedir. Bu kapsamda *Sözcü Gazetesi* hariç olmak üzere *Yeşil*, *Sabah* ve *Hürriyet* gazetelerinde kuraklık konusunun çevreden

**Tablo 4** Haberlerin Bağlamı

	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Çevre	52	54,2	10	90,9	41	36,3	42	53,2
Ekonomi	11	11,5	0	0	30	26,5	12	15,2
Gıda-Tarım	12	12,5	1	9,1	21	18,6	6	7,6
Eğitim	2	2,1	0	0	0	0	0	0
Siyaset	6	6,3	0	0	9	8	5	6,3
Kültür/Sanat	4	4,2	0	0	1	0,9	3	3,5
Magazin	5	5,2	0	0	4	3,5	1	1,3
Bilim/Teknoloji	1	1	0	0	2	1,8	3	3,8
Spor	0	0	0	0	3	2,7	5	6,3
Sağlık	3	3,1	0	0	3	2,7	5	6,3

Ağustos (%52,7), en az haber ise Haziran (22,7) ayında girilmiştir. Bu dağılım, küresel sıcaklık artışına bağlı olarak meydana gelen kuraklığın etkilerinin en çok Ağustos ayında görülmesi (dere yataklarının kuruması, suların çekilmesi, baraj doluluğunun düşmesi vs.) ile açıklanabilir. Gazetelerde kuraklıkla ilgili haberlerin hangi bağlamda haberleştirildiğine bakıldığında, en çok çevre kategorisinde haberlerin yapıldığı (*Hürriyet* %54,2; *Sözcü* %90,9; *Sabah* %36,3; *Yeşil* %53,2), *Sabah* (%26,5) ve *Yeşil Gazete*'de (%15,2) ikinci sırada ekonominin, *Hürriyet Gazetesi*'nde (%12,5)

sağlığa, ekonomiden kültür sanata kadar geniş bir yelpazede, bütüncül bir perspektifte ele alındığı söylenebilir. Nitekim sadece bir çevre olayı olarak değerlendirilemeyecek olan kuraklık, doğal yaşamı olduğu kadar beşerî yaşamı da etkilemektedir.

**Tablo 5** Haberlerde İklim Krizine Atıf

	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
İklim Krizine Atıf	53	55,2	1	9,1	34	30,1	64	81

İklim krizinin meydana getirdiği en önemli değişikliklerden birisi de kuraklıktır. İklim krizi nedeniyle etkisi ve şiddeti artan kuraklık son yirmi yılda %29 artış göstermiştir. Bu durum ise genel olarak canlıların hayatına mal olmakta, tarımsal üretimi zedelemekte ve su sıkıntısını meydana getirmektedir (TEMA, 2023). Türkiye’nin de içerisinde yer aldığı Akdeniz Havzası’nda bölgesel olarak iklim krizine bağlı ortaya çıkan en önemli risk kuraklık olduğundan dolayı, haberlerde kuraklık konusunun iklim krizi ile bağlantılı olarak ele alınıp alınmadığı önem taşımaktadır. İçerik analizi neticesinde haberler incelendiğinde, *Yeşil Gazete*’nin (%81) haberlerin çoğunluğunda kuraklığın iklim krizi neticesinde ortaya çıkan bir durum olduğunu ön plana çıkardığı görülmektedir. Yine *Hürriyet Gazetesi*’nde (%55,2) yer alan haberlerde de ana akım medyada yer alan diğer gazetelere göre daha fazla iklim krizine atıf yapıldığı anlaşılmaktadır. tespit edilmiştir. Bununla birlikte *Sözcü Gazetesi* (%9,1) sadece bir haberde iklim krizine atıfta bulunurken, *Sabah Gazetesi* (%30,1) de çoğunlukla iklim krizine atıfta bulunmamıştır. Dolayısıyla kuraklık konusu iklim kriziyle bağlantılı olarak ele alınmadığı için *Sabah* ve *Sözcü* gazetelerinde konunun yeteri kadar temellendirilmediği, sadece kuraklıkla ilgili genel sonuçların ön plana çıkartıldığı söylenebilir. *Hürriyet Gazetesi*’nin ve özellikle *Yeşil Gazete*’nin ise kuraklığın ana nedeni olarak iklim krizine atıfta bulunması, iklim haberciliğinin uygulanabilirliği noktasında olumlu bir durum olarak ele alınabilir.

**Tablo 6** Haberlerde İnsan Etkisine Atıf

	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
İnsan Etkisine Atıf	27	28,1	2	18,2	24	21,2	46	58,2

İklim krizinin ortaya çıkmasındaki en önemli etmen, insan etkisidir. Antropojenik etkiye yapılan vurgu, iklim haberciliğinin en önemli vurgularından birisidir. İklim Haber ve KONDA Araştırma’nın “Türkiye’de İklim Değişikliği ve Çevre Sorunları Algısı 2021” çalışmasına göre

araştırmaya katılanların %75’i iklim krizinin insan faaliyetlerinin sonucu olduğunu (Doğru vd., 2021: 10), %83’ü iklim değişikliğinin çözümünde bireysel olarak sorumluluk alınması gerektiğini düşünmekte, iklim değişikliğinin meydana gelmesinde ise %56’sı büyük şirketleri, %49’u özel sektörü/sanayiye sorumlu tutmaktadır (KONDA, 2021: 70). Gazetelerdeki haberler incelendiğinde *Yeşil Gazete*’nin (%58,2) haberlerde kuraklığın önemli nedenlerinden birisi olarak insan faktörünü sıklıkla ele aldığı görülmektedir. Örneğin *Yeşil Gazete*’nin bir haberinde<sup>1</sup> Türkiye’de kuraklık krizinin büyümesinde ağır sanayi faaliyetlerinin yoğunluğuna ve aşırı su tüketimine, nüfus artışına, tarımda kullanılan salma sulama yöntemine, madencilik ve mega projelerin baskısına değinilerek kuraklığın meydana gelmesinde insan etkisine atıfta bulunulmuştur. Ana akım medyaya bakıldığında ise *Hürriyet* (%28,1), *Sözcü* (%18,2) ve *Sabah* gazetelerinde (%21,2) çoğunlukla insan faktörünün göz ardı edildiği anlaşılmaktadır. Kuraklıkla ilgili haberler neden ve sonuç bağlamında temellendirilmemekte, haberler sadece olay odaklı bilgilerden oluşmaktadır. Örneğin *Sabah Gazetesi*’nde yer alan bir haberde<sup>2</sup>, Avrupa’da aşırı sıcaklar nedeniyle orman yangınlarının artışı ele alınmıştır, ancak sıcaklık artışında insan etkisine atıfta bulunulmamış, haber oldukça kısa tutularak sadece Avrupa’da aşırı sıcaklar nedeniyle orman yangınlarının arttığı bilgisi verilmiştir.

İklim haberciliğindeki en önemli unsurlardan birisi de haber içerisinde çoklu kaynak kullanımına verilen önemdir. Örneğin haberin içerisinde bilim insanlarının, yurttaşların, sivil toplum kuruluşlarının ve benzeri aktörlerin görüşlerinden faydalanmak haberin çok boyutlu bir şekilde ele alınmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda gazetelere bakıldığında ana akım medyada yer alan *Sabah* (%33,6) ve *Hürriyet* (%30,2) gazetelerinin en çok hükümet ve siyasi aktörleri haberde kaynak olarak kullandığı görülmüştür.

1 “Türkiye’de kuraklık krizi büyüyecek: Bu yıl tarımsal verim azalacak, 2040’a kadar su stresi artacak”, 3 Haziran 2022, *Yeşil Gazete*.

2 “Erken gelen sıcaklar Avrupa’yı yaktı”, 23 Haziran 2022, *Sabah*.

**Tablo 7** Haberlerin Kaynak Bilgisi

Kaynak	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hükümet	29	30,2	3	27,3	38	33,6	16	20,3
STK	4	4,2	0	0	3	2,7	2	2,5
Bilim İnsanı	20	20,8	2	18,2	22	19,5	13	16,5
Yurttaş	3	3,1	0	0	2	1,8	1	1,3
Ticari	0	0	0	0	4	3,5	0	0
Çoklu (bilim insanı dâhil)	27	28,1	3	27,3	18	15,9	34	43
Çoklu	9	9,4	0	0	12	10,6	11	13,9
Belirtilmemiş	2	2,1	3	27,3	13	11,5	1	1,3
Diğer	2	2,1	0	0	1	0,9	1	1,3

Bu kapsamda daha çok hükümet ve siyasi aktörlerin basın açıklamaları, toplantı konuşmaları merkezli bir habercilik yapılmıştır ve yapılan haberler genellikle kuraklık sorununu temel almamakta, kuraklık genellikle haber içerisinde detay bilgi olarak kalmaktadır. Örneğin *Hürriyet*'te yer alan bir haberde<sup>3</sup> ana konu göç olgusudur ve kuraklık haberde TBMM Başkanı Şentop'un bir cümlesi içerisinde geçmektedir. Yine *Sabah*'ta yer alan bir haber<sup>4</sup>, Adana İş Dünyası Buluşması'na katılan Hazine ve Maliye Bakanı Nureddin Nebati'nin ihracat hakkındaki demecinden oluşmaktadır ve kuraklık Nebati'nin bir cümlesi içerisinde detay olarak yer almaktadır. *Yeşil Gazete*'nin (%43) ise bilim insanlarının dâhil olduğu çoklu bir kaynak havuzundan yararlandığı görülmektedir. *Sözcü Gazetesi*'nde ise hükümet ve siyasi aktörlerin (%27,3), bilim insanlarının dâhil olduğu çoklu kaynakların (%27,3) ve kaynaksız haberlerin (%27,3) eşit oranda dağıldığı söylenebilir. Bu kapsamda *Yeşil Gazete*'nin iklim haberciliğinin gereklerine uygun olarak bilimsel kaynaklar (IPCC raporları; Nature Climate Change, Nature Geoscience bilimsel dergilerinde yer alan makaleler, bilim insanlarının görüşleri vb.) ile yurt dışındaki çevre gazeteleri, çevre kuruluşlarının portalları, aktivistlerin portalları gibi diğer kaynakları bir potada buluşturabildiği söylenebilir. *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerinde en sık hükümet ve siyasi aktörlerin kaynak olarak kullanılması ise iklim haberciliği kapsamında geliştirilmesi gereken bir durum olarak öne çıkmaktadır.

**Tablo 8** Haberlerde Risk Dilinin Kullanımı

Risk Dili	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Risk Dili	25	26	4	36,4	15	13,3	41	51,9

3 "TBMM Başkanı Şentop: "Göç olgusu tüm dünyanın sorunu haline gelmiştir", 20 Haziran 2022, *Hürriyet*.

4 Bakan Nebati'den ihracat açıklaması! Hedef 300 milyar dolar, 17 Haziran 2022, *Sabah*.

5 "Türkiye'de kuraklık krizi büyüyecek: Bu yıl tarımsal verim azalacak, 2040'a kadar su stresi artacak", 3 Haziran 2022, *Yeşil Gazete*.

6 "Prof. Dr. Yaşar: Kuraklık, İzmir'de kötü koku sorununu artırdı", 17 Ağustos 2022, *Hürriyet*.

Okuyucuların iklim haberlerine yönelik dikkatinin çekilmesindeki en önemli faktörlerden birisi de risk dilinin kullanımınıdır. Risk dilinin kullanımında konuyla ilgili bilimsel kanıtlardan yararlanma, bilim insanlarının görüşüne yer verme ve gelecekteki olası risklere değinme oldukça önemlidir. Bu çerçevede haberlere bakıldığında, *Yeşil Gazete*'nin (%51,9) çoğunlukla risk dilini kullandığı, *Sözcü* (%36,4) ve *Hürriyet* (%26) gazetelerinde biraz daha fazla özen gösterilen kullanımın *Sabah Gazetesi*'nde (%13,3) oldukça düşük olduğu belirtilmelidir. Bu kapsamda bahsedilmesi gereken bir diğer husus *Yeşil Gazete*'nin risk dilini kullanırken haberi daha fazla ayrıntılandırma yoluna gitmesi ve özellikle hiperlinkler vasıtasıyla okuyucu yönlendirdiği bilimsel makaleler, raporlar ile bu risk dilini direkt olarak bilimsel kanıtlar üzerinden sağlamlaştırmasıdır. Örneğin kuraklık konulu bir haberinde<sup>5</sup> Türkiye'yi bekleyen en önemli iklim tehditlerinden birisi olarak kuraklık konusu çerçevelenmiş, bu kapsamda IPCC raporu, S&P Global raporu ile haber desteklenmiş, daha önce hazırlanan içeriklere hiperlink verilmiş ve konuyla ilgili Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi'nden Prof. Dr. Halim Orta'nın görüşlerine yer verilmiştir. 2040 yılında Türkiye'yi çok şiddetli bir kuraklığın beklediği gerek bilimsel raporlarla gerekse de bilim insanının görüşüyle desteklenmiştir. Ana akım medyadaki gazetelerde ise her ne kadar bilim insanlarının görüşlerinden veya bilimsel raporlardan faydalanılsa da ayrıntılı bir içerik hazırlama yerine riski ön plana çıkaran cümlelerin kullanıldığı, daha kısa metinlere yer verildiği söylenebilir. Örneğin *Hürriyet*'te yer alan bir haberde<sup>6</sup>, İzmir'de kuraklığa bağlı olarak kötü

kokuların artmasıyla ilgili Dokuz Eylül Üniversitesi (DEÜ) Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Enstitüsü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Doğan Yaşar'ın görüşleri alınmış ve son 60-70 yılın en kurak döneminin geçirildiğine, derelerin altının betonlanmasının ve fabrikalardaki atık suların arıtılmadan denize karışmasının daha büyük sorunlara neden olacağına dikkat çekilmiştir. Bununla birlikte haber herhangi bir bilimsel rapor, makale ile desteklenmemiş, sadece bilim insanının görüşleri ile çerçevelenmiştir.

**Tablo 9** Haberlerde Fotoğraf/Grafik/Video Kullanımı

Görsel	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Fotoğraf	93	96,9	11	100	111	98,2	78	98,7
Grafik	9	9,4	1	9,1	4	3,5	18	22,8
Video	13	13,5	1	9,1	5	4,4	4	5,1

İncelenen tüm gazetelerin haberlerde fotoğraf kullanımına önem verdiği söylenebilir. Neredeyse tüm haberlerde fotoğraf kullanılmıştır, *Hürriyet Gazetesi*'nde 3 haberde (%3,1), *Sabah Gazetesi*'nde 2 haberde (%1,8), *Yeşil Gazete*'de ise 1 haberde (%1,3) fotoğrafa yer verilmemiş, *Sözcü Gazetesi* ise tüm haberlerde fotoğraf kullanmıştır. Bununla birlikte, fotoğrafın içeriği bu çalışma kapsamında ele alınmadığı için haberin içeriğine uygunluk kapsamında başka bir çalışmada kullanılan fotoğrafların gösterebilimsel analizinin yapılması alana katkı sağlayacaktır. Kullanılan fotoğraf sayısına bakıldığında, *Hürriyet* (%80,2), *Sözcü* (%90,9), *Sabah* (%69) ve *Yeşil Gazete*'nin (%49,4) en sık 1-3 arasında fotoğraf kullandığı görülmektedir. *Sabah Gazetesi* (%8) ve *Yeşil Gazete* (%5,1) bazı haberlerde 10 ve üzeri fotoğraf kullanımı yoluna da gitmiştir. Bu kapsamda incelenen tüm gazetelerin kuraklık ile ilgili haberlerde görselliğe önem verdikleri, içeriklerini kullandıkları görseller ile güçlendirdikleri söylenebilir.

görselleştirebilmek adına grafik kullanımı oldukça önemlidir. Bununla birlikte yapılan incelemede *Hürriyet* (%9,4), *Sabah* (%3,5) ve *Sözcü* (%9,1) gazetelerinin grafik kullanımına ağırlık vermediği, *Yeşil Gazete*'nin (%22,8) ise diğerlerine oranla daha fazla grafiğe yer verdiği anlaşılmaktadır. Kullanılan grafiklerin sayısı incelendiğinde *Hürriyet* (%9,4) ve *Sözcü* (%9,1) gazetelerinin 1-3 aralığında grafik kullandığı; *Sabah Gazetesi*'nin 3 haberde 1-3 aralığında grafiğe (%2,7), 1 haberde ise 4-6 aralığında grafiğe (%0,9) yer verdiği; *Yeşil Gazete*'nin 15 haberde 1-3 aralığında grafiğe (%19), 2 haberde 4-6 aralığında grafiğe (%2,5) ve 1 haberde 7-9 aralığında grafiğe (%1,3) yer verdiği belirtilmelidir. Bu kapsamda özellikle *Yeşil Gazete*'nin fotoğrafların yanı sıra grafik kullanımı ile kuraklıkla ilgili okuyucularına daha bütüncül bir anlatım sunduğu söylenebilir.

İklim değişikliği uzun vadede meydana gelen bir değişim olduğu için iklim haberciliği anlık gözlenebilen olayları haberleştirmemekte, genellikle uzun vadeli olayların etkilerini konu edinmektedir. Bu nedenle iklim krizine yönelik sel, kasırga, fırtına vb. olaylar haricinde okuyucuyu habere çekebilecek görsel unsurlar azdır. Ancak video kullanımı, gerek kaynağın konu ile ilgili görüşleri olsun gerekse haberleştirilen olaya yönelik olsun görsellik çağında okuyucunun dikkatini çekme adına oldukça önemlidir. Gazetelerin kuraklık haberlerinde video kullanım oranlarına bakıldığında en çok *Hürriyet Gazetesi*'nin (%13,5), en az ise *Sabah Gazetesi*'nin (%4,4) video kullanımına yer verdiği görülmektedir. Nicel olarak video sayısının ise 1-3 aralığında (%7,7) olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla gazetelerin kuraklığa yönelik yaptıkları haberlerde video

**Tablo 10** Haberlerde Hiperlink Kullanımı

Hiperlink Tür	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Başlık	37	38,5	0	0	5	4,4	76	96,2
Başlık/Makale	36	37,5	0	0	4	3,5	23	29,1
Başlık/Haber	0	0	0	0	0	0	34	43
Başlık/Adres	0	0	0	0	0	0	3	3,8
Başlık/Rapor	0	0	0	0	0	0	2	2,5
Başlık/Haber/Rapor/Makale	0	0	0	0	0	0	1	1,3
Başlık/Haber/Makale/Adres	0	0	0	0	0	0	1	1,3
Başlık/Haber/Makale	0	0	0	0	0	0	3	3,8

İklim haberciliğinde konuyu daha iyi anlatabilmek ve haberde yer alan bilimsel verileri

kullanımına yeterli önem vermedikleri, konuyu videolarla desteklemedikleri söylenebilir.

Dijitalleşmeyle birlikte okurların ilgisini çekebilecek, konuyla ilgili daha fazla araştırma yapmasını sağlayacak hiperlink kullanımı önem kazanmıştır. İklim haberciliğinde hiperlink kullanımının önemi, gerek bilimsel kanıta dayalı içerik oluşturulduğu zaman bu kanıtlara yönlendirecek linklerin kullanımıyla, gerekse de iklim krizine yönelik diğer haberlere yönlendirmeye okurların konuyla alakalı ilgilerini canlı tutmayı sağlamasıdır. Kuraklıkla ilgili haberlerde gazetelerin iklim krizi ve kuraklık ile alakalı hiperlink kullanımına bakıldığında, *Yeşil Gazete*’nin (%96,2) neredeyse tüm haberlerinde hiperlink kullandığı, *Hürriyet Gazetesi*’nin (%38,5) haberlerinin neredeyse yarısında hiperlink kullandığı, *Sabah Gazetesi*’nde (%4,4) ise hiperlinklere oldukça düşük oranda yer verildiği görülmektedir. Bununla birlikte *Sözcü Gazetesi*’nin konu ile alakalı hiç hiperlink kullanmadığı anlaşılmıştır. Bu kapsamda *Yeşil Gazete*’nin hiperlink kullanımında örnek bir habercilik anlayışı sergilediği söylenebilir. *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerinde oldukça düşük oranda, *Sözcü Gazetesi*’nde ise hiç hiperlink kullanılmaması ise bu gazetelerin çevre haricinde gündemdeki bütün konuları ele alması, kısa sürede birçok içeriği internet ortamına yüklemek zorunda kalmaları, çevre konusunda uzmanlaşmış bir kadroya yeterince sahip olamamaları ile açıklanabilir.

Hiperlinklerin türüne bakıldığında *Sabah* (%3,5) ve *Hürriyet* gazetelerinde (%37,5) yer alan hiperlinklerin okuyucuyu başlıkla ilgili kendi haberlerine yönlendirdiği görülmektedir. *Yeşil Gazete* ise bu çerçevede çok daha kapsamlı bir kullanıma gitmiştir, okuyucularını hem konuyla ilgili kendi sitelerinde yer alan diğer haberlere (%29,1) yönlendirmekte hem de haberin içerisinde yer alan makalelere, haberlere, sitelere ve raporlara link vermektedir. Bazı haberlerinde yer alan hiperlinkler vasıtasıyla okuyucular aynı anda konuyla ilgili başlığa, habere ve makaleye (%11,4); kimi zaman ise başlık, haber, makale ve rapora (%1,3) erişim sağlayabilmektedir. Böylelikle *Yeşil Gazete*’nin aktif ve etkili bir şekilde hiperlink kullanarak okuyucuların ilgi duyduğu konuda daha

fazla araştırma yapabilmesini mümkün kıldığı söylenebilir. *Hürriyet* ve *Sabah* gazetelerinde yer alan hiperlinklerin okuyucuyu sadece konuyla ilgili gazetede başlığa yönlendirmesi ise yine

**Tablo 11** Haberlerde Hiperlink Kullanımı

Yazar	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Kişi	25	26	0	0	31	27,4	5	6,3
Ajans	30	31,3	4	36,4	49	43,4	0	0
Haber Merkezi	10	10,4	0	0	6	5,3	29	36,7
Yabancı Basın	6	6,3	0	0	0	0	6	7,6
Belirtilmemiş	25	26	7	63,6	27	23,9	39	49,4

okuyucunun bilgisini artıracak bir durumdur ancak hiperlink kullanımının çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

Haberin yazar bilgisine bakıldığında *Hürriyet* (%31,3) ve *Sabah*’ın (%43,4) daha çok ajans haberlerine yer verdiği, *Yeşil Gazete* (%49,4) ile *Sözcü*’de (%63,6) ise yazarı belirtilmeyen haberlerin daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Yabancı basından haberler *Hürriyet* (%6,3) ve *Yeşil Gazete*’de (%7,6) kendisine yer bulurken, *Sözcü* ve *Sabah* gazetelerinde yabancı basından gelen haberlere yer verilmemiştir. Gazetelerin kendi muhabirlerinin hazırladığı içeriklerin sayıca az olması çevre haberciliğinin gazete yönetimlerince yeteri kadar önemsenmeyen bir alan olduğu ve alanda yeterli uzman kadronun istihdam edilmediği çıkarımına yol açmaktadır. Nitekim Şahin ve Üzelgün’ün (2006: 1) çalışmalarında görüştüğü gazeteciler, gazete yönetimlerinin çevre konusunda uzmanlaşmış bir kadroya bütçe ayırmak yerine bu tür içerikleri yerli ve yabancı ajanslardan temin etme yoluna gittiklerini, tiraj getirmeyeceğini düşündükleri çevre haberlerine önem verilmediğini belirtmişlerdir. Dağlı (2012: 159) da, Türkiye’de çevre haberciliği konusunda bir uzmanlaşmanın yerleşmediğini, çevre gazetecilerinin çevre haberleri haricinde başka alanlarda da içerik üretmek zorunda olduklarını belirtmektedir. Yabancı basından alınan içeriklere *Sözcü* ve *Sabah* gazetelerinde hiç yer verilmemesi, *Hürriyet* (%6,3) ve *Yeşil Gazete*’de (%7,6) ise bu oranların oldukça düşük seyretmesi ise, iklim krizine yönelik içerik hazırlarken küresel içeriklerin

**Tablo 12** Haberlerin Kapsamı

	Hürriyet		Sözcü		Sabah		Yeşil Gazete	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Uluslararası	52	54,2	10	90,9	58	51,3	56	70,9
Ulusal	24	25	1	9,1	29	25,7	11	13,9
Yerel	20	20,8	0	0	26	23	12	15,2

geri planda kaldığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte *Yeşil Gazete* her ne kadar doğrudan yabancı basından çok fazla içerik temin etmese de haber içerisine yerleştirdiği hiperlinklerle gerek yabancı basında yer alan haberlere gerekse de bilimsel literatüre erişimi mümkün kılmaktadır.

*Hürriyet* (%54,2), *Sözcü* (%90,9), *Sabah* (%51,3) ve *Yeşil* (%70,9) gazetelerinde kuraklıkla ilgili yer alan haberlerin kapsamına bakıldığında en çok uluslararası içeriğe yer verildiği görülmektedir. *Sabah* (%25,7), *Sözcü* (%9,1) ve *Hürriyet* Gazetesi'nde (%25) ikinci sırada ulusal içerikler yer alırken, *Yeşil Gazete*'de (%15,2) ise yerel içeriklerin öne çıktığı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda yine Türkiye'de çevre gazeteciliği üzerine uzmanlaşmış kadroların darlığına atıfta bulunmakta fayda vardır. Bu nedenle gazeteler genellikle yurtdışında üretilmiş haberlerden derleme veya çeviri yapma yoluna gitmekte, bu durum ise kuraklıkla ilgili haberlerin kapsamını daha çok uluslararası boyuta taşımaktadır.

## Sonuç ve Tartışma

Sanayileşme süreciyle birlikte insan faaliyetlerine bağlı olarak etkisini artıran iklim krizi; bilim insanlarının, sivil toplum kuruluşlarının, siyasi aktörlerin, uluslararası ve ulusal ticari kuruluşların, yurttaşların ve medyanın bir araya gelerek çözüm üretmesi gereken bir tehdit olarak tüm yaşamımızı etkilemektedir. Bu kapsamda iklim krizinin nedenlerini, etkilerini ve gelecek dönemler için barındırdığı riskleri yurttaşlara ileten, yurttaşların habere konu olan olayla ilgili bilimsel raporlar ve araştırmalar ile ilgili bilgi sahibi olmasını sağlayan, iklim krizine dolaylı veya dolaysız olarak neden olan tüm aktörlere almaları gereken sorumlulukları hatırlatma görevi bulunan iklim haberciliği, yeni ancak hızla gelişen bir alan olarak öne çıkmaktadır.

İklim haberciliği, insanlar tarafından etkileri duyumsanamayacak uzun süreli olayları konu

edinir, bu nedenle yerele ve küresele hitap eden konuları bilimsel raporlarla ve kanıtlarla destekler. Bu alana yönelik yapılan çalışmalarda bilim insanlarının görüşlerine ve bilimsel raporlarla kanıtlara dayalı bir risk dilinin kullanımı, ele alınan olayın (sel, kuraklık, şiddetli yağış vb.) iklim krizi ve insan faaliyetleri ile olan bağına değinme, fotoğraf, grafik, video gibi görseller ile haberin dilini güçlendirme, sürece dâhil olan ve süreçten etkilenen tüm aktörlere haber metninde yer ayırma gibi çeşitli özellikler ön plana çıkarılmıştır.

Türkiye'de iklim haberciliği yeni gelişen bir alandır. Her ne kadar iklim haberlerine yönelik çeşitli uzmanlaşmış platformlar meydana gelse de (örneğin *Yeşil Gazete*, *iklim haber* gibi) özellikle ana akım medya iklim haberciliğinden ziyade, kısa enformasyona dayalı bilgi üretimi, medya kanallarının sahiplik yapısı nedeniyle sansür/otosansür, okuyucuyu haberden uzaklaştıran karmaşık dil kullanımı gibi özellikler ön plana çıkmaktadır (Uzunoğlu ve Karaca, 2021). Bu kapsamda, iklim haberciliğinin özelliklerinin ne kadar uygulanabildiğini karşılaştırma ve kuraklıkla ilgili haberlerde iklim krizinin ne kadar yer aldığını tespit edebilme amacıyla, bu çalışmada ana akım medyadan *Hürriyet*, *Sözcü* ve *Sabah* gazetelerinin dijital platformları ile çevre konusunda uzmanlaşmış *Yeşil Gazete*'de kuraklıkla ilgili 1 Haziran - 31 Ağustos 2022 tarihleri arasındaki 299 haber incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen verilere göre *Sözcü Gazetesi*, incelenen gazeteler arasında kuraklıkla ilgili en az habere yer veren gazetedir. Bu durumun sebebi ise gazetenin çevre konusunda uzmanlaşmış kadrosunun bulunmaması ve gazetenin özelde kuraklık konusuna yeteri kadar ilgi göstermemesi ile açıklanabilir. *Sözcü Gazetesi*, kuraklık ile ilgili ele aldığı haberlerde daha çok yazarı belli olmayan, kısa, enformasyona dayalı içeriklere yer vermiştir. Bu içerikleri her ne kadar fotoğraflarla destekleme yoluna gitse de ele aldığı olayları iklim krizinin ve insan faaliyetlerinin neticesi olarak değerlendirmemiş, kuraklık olaylarını daha çok olağan doğa olayları olarak haberleştirme yoluna gitmiştir. Bilimsel kaynaklara çok fazla

olmasa da yer veren gazete, risk dilini kurma ve doğru bir şekilde kullanma noktasında zayıf kalmakta; okurlara sunduğu kısa bilgilerle kuraklık hakkında ayrıntılı, bütünlüklü ve geniş perspektifli bir haber anlayışı ortaya koyamamaktadır.

Konuyla ilgili en fazla habere yer veren *Sabah Gazetesi* kuraklıkla ilgili olayların iklim krizinden kaynaklandığına, tüm bu süreçte insan faaliyetlerinin etkisine çok düşük oranda değinmiştir. Bütün haberlerde konuyla ilgili fotoğraf kullanımına özen gösteren gazete, grafik ve video konusunda aynı desteği sunmamış, ele aldığı konularda daha çok hükümet ve siyasi aktörleri ön plana çıkararak kuraklık konusunda okurlarına geniş kapsamlı, ayrıntılı ve bilimsel kanıtlara dayalı içerik sağlayamamıştır. Yine buna bağlı olarak risk dilinin kullanımı da *Yeşil Gazete* ve *Hürriyet Gazetesi*'ne oranla oldukça düşüktür. Bununla birlikte yer verdiği haberlerin çevreden ekonomiye, gıda-tarımdan sağlığa geniş bir yelpazeyi kapsadığı söylenebilir.

*Hürriyet Gazetesi*'nin incelenen ana akım gazeteler arasında doğru bir iklim haberciliği anlayışı ortaya koymaya en yakın gazete olarak öne çıktığı, çeşitli kaynak kullanımı ile anlatımını güçlendirdiği, kuraklıkla ilgili haberlerinde risk dili kullanmaya, iklim krizine ve insan faaliyetlerinin etkisine atıf vermeye *Sabah* ve *Sözcü* gazetelerine göre daha fazla dikkat ettiği söylenebilir. Bununla birlikte *Hürriyet Gazetesi*'nin de kuraklıkla ilgili haberlerinde genel olarak iklim haberciliğinin özelliklerini uygulamaya özen gösterdiği düşünülmektedir. Özellikle haberlerde en sık hükümet ve siyasi aktörlere yer vermesi, haberlerin bilimsel bir perspektiften ziyade siyasi gündem politikalarını ön plana çıkarmasına neden olmuştur.

*Yeşil Gazete* gerek dış basından ve bilimsel raporlardan derlediği içeriklerle gerekse de kendi yazarlarının ve haber merkezinin özel haberleriyle iklim haberciliğinin özelliklerini çoğunlukla uygulamıştır. *Hürriyet*, *Sözcü* ve *Sabah* gazetelerine göre daha ayrıntılı bir içerik sağlayan *Yeşil Gazete*, tüm bu içeriklerini özellikle hiperlinkler ile sağlamlaştırmakta ve okurların

ilgi duydukları konuyu daha derinlemesine inceleyebilmesine olanak sağlamaktadır. Ele aldığı haberlerde kuraklığın insan faaliyetleri sonucu oluşan iklim krizine bağlı olarak oluştuğunu vurgulayan *Yeşil Gazete* hem görsel hem de çoklu kaynak kullanımında iklim haberciliği konusunda örnek bir habercilik anlayışı ortaya koymaktadır.

Yapılan analiz neticesinde elde edilen bulgular, ana akım medyada yer alan *Hürriyet*, *Sözcü* ve *Sabah* gazetelerinde iklim haberciliğinin temel özelliklerinin yeterince uygulanmadığını, *Yeşil Gazete*'nin ise büyük oranda bu özellikleri kullandığını göstermektedir. Bu durum, ana akım medyada yeteri kadar çevre konusunda uzman gazetecinin yer almamasıyla, gazete yönetimlerinin çevre haberlerini daha çok ajans haberlerinden temin etmesiyle ve çevre haberlerini okuyucunun ilgisini çekme noktasında daha geri sıralarda tutmasıyla açıklanabilir. Bununla birlikte iklim krizinin aciliyeti, gazetelerin konuyla ilgili daha fazla önlem almasını gerektirmekte ve doğru bir iklim haberciliği anlayışını elzem kılmaktadır.

Kuraklık, iklim kriziyle birlikte insanlığın yüzleşmesi gereken bir durumdur ve iklim krizine yönelik önlem alınmadığı sürece her yaz gazetelerde kuraklık konusuna gösterilen ilginin artacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte kuraklık olayını bağlamından kopararak ele almak ve sadece güncel etkileri üzerinden haber içeriği sağlamak; uzun vadede insanların kuraklığın nedenleri, riskleri ve çözüm olanakları hakkında medya aracılığıyla bilgi sahibi olmasının önüne geçecektir. Her ne kadar bu çalışma kuraklık konusunu incelese de iklim krizine bağlı olarak ortaya çıkan şiddetli yağış, ani sıcaklık değişikliği, sel gibi olaylarda medyanın, tüm bu süreci bilimsel raporlar ve görüşlerle destekleyen ve süreçten etkilenen küresel ve yerel aktörleri de haber içeriğine dâhil eden bir anlayış gütmesi ve konu ile ilgili özellikle uluslararası/ulusal endüstriyel şirketlere, karar alıcılara, yurttaşlara sorumluluklarını hatırlatması bir an önce çözülmesi gereken iklim krizi tehdidine yönelik alınması gereken önlemlerin başında gelmektedir.

Bu çalışma sadece dört gazetede yaz ayları boyunca kuraklık hakkında çıkan haberlerle sınırlıdır. Ancak literatürün genişletilmesi ve daha doğru tespitlerde bulunabilme doğrultusunda daha geniş kapsamlı çalışmalara ihtiyaç duyulduğu aşikârdır. Özellikle gazetelerin içeriklerinin, muhabirlerin ve okurların deneyimleriyle harmanlandığı çalışmalar literatürü genişletme konusunda öne çıkacaktır.

## Kaynaklar

- Anderegg, W. R. L., Trugman, A. T., Badgley, G., Anderson, C. M., Baruska, A., Ciais, P., Cullenward, D., Field, C. B., Freeman, J., Goetz, S. J., Hicke, J. A., Huntzinger, D., Jackson, R. B., Nickerson, J., Pacala S., & Randerson, J. T. (2020). Climate-driven risks to the climate mitigation potential of forests. *Science*, 368 (6497). <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aaz7005>.
- Arlt, D., Hoppe, I., & Wolling, J. (2011). Climate change and media usage: Effects on problem awareness and behavioural intentions. *The International Communication Gazette*, 73 (1-2), 45-63. <https://doi.org/10.1177/1748048510386741>.
- Aykaç, B. (2018). Küresel iklim değişikliğinin internet haberlerinde çerçevesi. *Muhakeme Dergisi*, 1 (2), 73-84. <https://doi.org/10.33817/muhakeme.416926>.
- Bakan Nebati'den ihracat açıklaması! Hedef 300 milyar dolar (2022, 17 Haziran). Sabah. <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/bakan-nebati-adana-is-dunyasi-bulusmasinda-konusuyor-6039471>.
- Boykoff, M. T. & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14, 125-136. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001>.
- Brüggemann, M. (2017a). Post-normal journalism: Climate journalism and its changing contribution to an unsustainable debate. İçinde P. Berglez, U. Olausson, M. Ots (Editörler), *What is Sustainable Journalism? Integrating the Environmental, Social, and Economic Challenges of Journalism* (ss. 57-73). Peter Lang.
- Brüggemann, M. (2017b). Traditional and shifting roles of science journalists and environmental reporters covering climate change. İçinde M. C. Nisbet, S. S. Ho, E. Markowitz, S. O'Neill, M. S. Schäfer, J. Thaker (Editörler), *Oxford Encyclopedia of Climate Change Communication*. <https://dx.doi.org/10.1093/acrefore/9780190228620.013.354>.
- Brüggemann, M. & Engesser, S. (2014). Between consensus and denial: Climate journalists as interpretive community. *Science Communication*, 36 (4), 399-427. <https://doi.org/10.1177/1075547014533662>.
- Brüggemann, M. & Engesser, S. (2017). Beyond false balance: How interpretive journalism shapes media coverage of climate change. *Global Environmental Change*, 42, 58-67. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2016.11.004>.
- Çetin, S. (2022). *Yeşil Düşünce, Yeşil Siyaset ve Çevre İletişimi*. Ütopya Yayıncılık.
- Dağlı, N. (2012). Türk basınında uzmanlaşma ve çevre gazeteciliği [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- De Faveri, A. G. (2022). İklim değişikliği haber çerçeveleri: *Hürriyet* gazetesi örneği. *Uluslararası İletişim ve Sanat Dergisi*, 3 (5), 1-31.
- Demircan, M., Turan, N., Arabacı, H., Coşkun, M., Türkoğlu, & N., Çiçek, İ. (2016, 13-14 Ekim). Gündem belirleme modeline göre yazılı basındaki iklim değişikliği haber ve köşe yazılarının analizi. TÜCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu, Ankara, Türkiye.
- Doğru, B., Bagatır, B., & Karakaş, A. (2022, 19 Aralık). Türkiye'de iklim değişikliği ve çevre sorunları algısı 2021. <https://www.iklimhaber.org/wp-content/uploads/2022/02/konda-arastirma-rapor-2021-y.pdf>.



- Erken gelen sıcaklar Avrupa'yı yaktı (2022, 23 Haziran). Sabah. <https://www.sabah.com.tr/yasam/erken-gelen-sicaklar-avrupayi-yakti-6046678>
- Fahy, D., & Nisbet, M. C. (2011). The science journalist online: Shifting roles and emerging practices. *Journalism*, 12 (7), 778-793. <https://doi.org/10.1177/1464884911412697>.
- Gazeteler.TV. (2023, 1 Ocak). Son tiraj raporu. [https://www.gazeteler.tv/tiraj\\_raporu.php/](https://www.gazeteler.tv/tiraj_raporu.php/).
- Gess, H. (2012). Climate change and the possibility of 'slow journalism'. *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 33 (1), 54-65. <https://doi.org/10.1080/02560054.2011.636828>.
- Gibson, T. A., Craig, R. T., Harper, A. C., & Alpert, J. M. (2015). Covering global warming in dubious times: Environmental reporters in the new media ecosystem. *Journalism*, 1-18. <https://doi.org/10.1177/1464884914564845>
- Giddens, A. (2009). *Politics of Climate Change*. Polity Press.
- Google Trends. (2023, 12 Ocak). Kuraklık. <https://trends.google.com/trends/explore?cat=16&geo=TR&q=kurakl%C4%B1k/>.
- Hakkımızda. (2023, 20 Ocak). Yeşil Gazete. <https://yesilgazete.org/hakkimizda/>.
- Happer, C. & Philo, G. (2016). New approaches to understanding the role of the news media in the formation of public attitudes and behaviours on climate change. *European Journal of Communication*, 31 (2) 136-151. <https://doi.org/10.1177/0267323115612213>.
- Hiles, S. S. & Hinnant, S. (2014). Climate change in the newsroom: Journalists' evolving standards of objectivity when covering global warming. *Science Communication* 36 (4), 428-453. <https://doi.org/10.1177/1075547014534077>.
- Hulme, M. (2009). *Why we disagree about climate change: Understanding controversy, inaction and opportunity*. Cambridge University Press.
- IPCC. (2014). Climate change 2014: Synthesis report core writing team. İçinde R. K. Pachauri, & L. A. Meyer (Editörler). *Contribution of Working Groups I, II and III to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. IPCC, Geneva, Switzerland.
- IPCC. (2018). Summary for policymakers. İçinde Masson-Delmotte, V., P. Zhai, H.-O. Pörtner, D. Roberts, J. Skea, P.R. Shukla, & A. Pirani (Editörler), *Global Warming of 1.5°C* (ss. 3-24). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009157940.001>.
- IPCC. (2022). Climate change 2022: Impacts, adaptation, and vulnerability. İçinde H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, M. Tignor, E.S. Poloczanska, K. Mintenbeck, A. Alegría, M. Craig, S. Langsdorf, S. Löschke, V. Möller, A. Okem, & B. Rama (Editörler), *Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. <https://doi.org/10.1017/9781009325844>.
- KONDA. (2021). İklim Değişikliği Algısı Raporu Aralık 2021. <https://konda.com.tr/uploads/konda-iklimdegisikligialgisiraporu-aralik2021-final-0f4b56136ada676fb5d43b7ce0550c9430762ac3bcbffa11476e469bbda930a8.pdf>.
- Landis, J. R., & Koch, G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. *Biometrics*, 33, 159-174. <https://doi.org/10.2307/2529310>.
- Leiserowitz, A., Maibach, E., Roser-Renouf, C., Feinberg, G., & Rosenthal, S. (2013). *Public support for climate and energy policies in November 2013*. Yale University and George Mason University. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14842.08649>.

- Leiserowitz, A., Maibach, E., Roser-Renouf, C., Feinberg, G., & Rosenthal, S. (2014). *Climate change in the American mind: April, 2014*. Yale University and George Mason University. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15995.52000>.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters institute digital news report 2019*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Newman, N. (2020). *Digital news report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Nisbet, M. C. (2019). The trouble with climate emergency journalism. *Science and Technology*, 35 (4), 23-26. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/26949044>.
- Özay, S. & Mustafa, S. N. (2022). İklim krizine Türk medyası çerçevesinden bakmak. *İnsan ve İnsan*, 9 (33), 97-112. <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.1104362>.
- Painter, J. (2013). *Climate change in the media*. New York: Reuters Institute of Journalism.
- Painter, J. (2019). Climate change journalism: Time to adapt, *Environmental Communication*, 13 (3), 424-429. <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1573561>.
- Prof. Dr. Yaşar: Kuraklık, İzmir'de kötü koku sorununu artırdı (2022, 17 Ağustos). *Hürriyet*. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/prof-dr-yasar-kuraklik-izmirde-kotu-koku-sorununu-artirdi/>.
- Schäfer, M. S. (2015). Climate change and the media. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2 (3). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.91079-1>
- Schäfer, M. S. & Painter, J. (2020). Climate journalism in a changing media ecosystem: Assessing the production of climate change-related news around the world. *Wiley interdisciplinary reviews: Climate Change* 12 (1). <https://doi.org/10.1002/wcc.675>.
- Schmidt, A., Ivanova, A., & Schäfer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change*, 23 (5), 1233-1248. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2013.07.020>
- Şahin, Ü. & Üzelgün, N. A. (2016). *İklim değişikliği ve medya*. İstanbul Politika Merkezi Yayını.
- Şahin, M. (2020). İklim değişikliği ve bilim gazeteciliği: Avustralya yangınları haberlerinde bilim izi. *e-GİFDER*, 8 (2), 1011-1030. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.726578>.
- TBMM Başkanı Şentop: "Göç olgusu tüm dünyanın sorunu haline gelmiştir" (2022, 20 Haziran). *Hürriyet*. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/tbmm-baskani-sentop-goc-olgusu-tum-dunyanin-sorunu-haline-gelmistir-42087430>.
- TEMA. (2023, 18 Ocak). Geleceğin en büyük iki sorunu: İklim krizi ve kuraklık. <https://www.tema.org.tr/basin-odasi/basin-bultenleri/gelecegin-en-buyuk-iki-sorunu-iklim-krizi-ve-kuraklik>.
- Türkiye'de kuraklık krizi büyüyecek: Bu yıl tarımsal verim azalacak, 2040'a kadar su stresi artacak (2022, 3 Haziran). *Yeşil Gazete*. <https://yesilgazete.org/turkiyede-kuraklik-krizi-buyuyecek-bu-yil-tarimsal-verim-azalacak-2040a-kadar-su-stresi-artacak/>.
- Uzunoğlu S. & Karaca H.S. (2021, Aralık). Haber medyasında iklim krizi. <https://www.newslabturkey.org/haber-medyasinda-iklim-krizi/>.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (9. Baskı). Seçkin Yayıncılık.

Zhao, X. (2009). Media use and global warming perceptions: A snapshot of the reinforcing spirals. *Communication Research*, 36 (5): 698–723. <https://doi.org/10.1177/0093650209338911>.

### Extended Abstract

The climate crisis, which emerged due to the concentration of the population in cities and the increase in carbon dioxide and greenhouse gas emissions with the industrialization process, affects natural and human life by causing severe precipitation, floods, temperatures above seasonal normals, and drought. It is very important that people who both cause the climate crisis and are greatly affected by its effects will learn how to learn about this whole process, the risks and solutions. In this context, the media plays a major role, and discussions about how to organize news about climate and how to provide a more accurate transmission constitute an important literature on climate journalism.

When we look at the discussions in the literature, there are some points that are agreed on about climate journalism. Among these, benefiting from scientific resources, dealing with the events that occur due to the climate crisis in a cause-effect relationship and presenting them to the reader with their solutions, and referring to the impact of human activities in all these events come to the fore. The climate crisis indicates a long process, the effects of which cannot be observed by people in the short term, so the speed and up-to-date structure of traditional journalism is undergoing some changes in climate journalism. Within this scope, an understanding of journalism draws attention that captures both the local and the global, addresses the views of non-governmental organizations, citizens, political actors, activists, commercial organizations, as well as scientists, in a wide range of topics including the environment, economy, culture and arts, sports, health and similar topics.

Although the climate crisis is a process that affects the whole world, some regions such as

the Mediterranean Basin are among the places that will be more affected by the changes that occur due to the climate crisis. Therefore, it is very important to raise awareness of how climate journalism is implemented in Turkey, located in the Mediterranean Basin, to learn about risks and to be aware of solutions.

This study focuses on how climate journalism is applied in traditional and environmental media in Turkey. This study aims to determine how much the features of climate journalism are applied in Turkey, by comparing the newspapers in the mainstream media and environmental media, and how much reference is made to the existence of the impact of the climate crisis and human activities in the news about drought. In this context, content analysis of 299 news about drought in the digital platforms of *Hürriyet*, *Sabah*, *Sözcü* and *Yeşil Newspaper* between 1 June and 31 August 2022 was carried out. First, categories were created based on the collected data, including author, source, photograph, graphic, video, reference to the climate crisis, reference to human impact, use of risk language, use of hyperlinks, context, and scope.

As a result of the study, it was found that the *Yeşil Newspaper*, which is included in the environmental media, has an understanding that covers the characteristics of climate journalism. It is understood that newspapers in the mainstream media are open to development on climate journalism. *Hürriyet Newspaper* takes a closer stance to *Yeşil Newspaper* in terms of reference to the climate crisis, emphasis on human activities and use of risk language. On the other hand, it should be noted that even though *Sabah Newspaper* offers a wide spectrum from environment to culture and arts, it is far from a view that explains the urgency and risks of the climate crisis. *Sözcü Newspaper*, on the other side, gave very few news about drought, and the news does not provide detailed content, but contains short information. Except for *Sözcü Newspaper*, all newspapers evaluated the drought news in the context of the environment in general; however,

they also produced content on topics such as economy, food-agriculture, health, science and technology. In addition, all newspapers generally reported on international events. In this context, it is essential to develop an understanding of journalism that highlights national and local as well as international content.

The urgency of the climate crisis requires newspapers to take more measures on the issue and makes a correct understanding of climate journalism essential. Drought is a situation that humanity must face together with the climate crisis, and it is thought that the interest shown in the newspaper will increase every summer unless measures are taken against the climate crisis. In light of all these data, it is understood that the features of climate journalism are not adopted in the mainstream media in Turkey, but the right practices have begun to be tried and the field is open to development.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, ozge.cengiz@beun.edu.tr, Orcid: 0000-0002-3634-0731

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Cengiz, Ö. (2023). Türkiye'de iklim haberciliği: Kuraklık haberleri üzerine bir içerik analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 113-132. <https://doi.org/10.47998/ikad.1252254>

# Mecmua-i Ahbar'da İkinci Meşrutiyet'in İlanı

The Announcement of the Second Constitutional Monarchy in Mecmua-i Ahbar

Hülya ERASLAN\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 20.03.2023 ■ Kabul Accepted: 06.06.2023

## ÖZ

Bu çalışmanın konusu Osmanlı Ermeni Katolik cemaatinin yayın organı olan Mecmua-i Ahbar (1884-1914) gazetesinin II. Meşrutiyet'in ilanını ve sonrasında yaşanan gelişmeleri ilk haftalarda nasıl ele aldığına incelenmesidir. 1876 yılında ilk defa yürürlüğe giren Kanun-ı Esasi, Osmanlı-Rus Savaşı (1877-1878) nedeniyle askıya alınacak 23 Temmuz 1908 tarihine kadar Osmanlı anayasasının varlığı unutulacak ve otuz yılı aşkın bir süre II. Abdülhamit devrinin kuralları geçerli olacaktır. Mecmua-i Ahbar, haber ve köşe yazılarıyla yayın hayatı boyunca matbuat nizamnamesinin kurallarına uyduğu için bir sorun yaşamamıştır. Ermeni Katolik cemaati içerisinde birleştirici bir rol üstlendiğini dile getiren gazete hem İstanbul'daki hem de Anadolu'daki okuyucuları için ulusal ve uluslararası siyasi, ekonomik, dini gelişmeleri yakından takip etmiştir. Osmanlı bürokrasisinde ayrıcalıklı bir yere sahip olan Ermeni Katolik cemaatinin sözcüsü olan Mecmua-i Ahbar, hürriyetin yeniden ilanının Osmanlı toplumu ile Osmanlı Ermeni ve Ermeni Katolik toplumu için ne anlama geldiğini çok yönlü ele almıştır. II. Meşrutiyet'in ilanı, dönemin Türkçe yayın yapan pek çok ulusal gazetesi üzerinden incelenmesine rağmen Osmanlı Ermeni basını ile ilgili araştırmalar eksiktir. Çalışmada gazetenin haber ve köşe yazıları için betimleyici ve niteliksel tasarımdan yararlanılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Osmanlı Ermeni Basını, Ermeni Katolik Cemaati, Mecmua-i Ahbar, İkinci Meşrutiyet, Kanun-ı Esasi.

## ABSTRACT

This study examines how Mecmua-i Ahbar (1884–1914), the publication organ of the Ottoman Armenian Catholic community, handled the proclamation of the Constitutional Monarchy and the developments after it in the first weeks. The Kanun-ı Esasi, which came into force for the first time in 1876, was suspended due to the Ottoman-Russian War (1877–1878) until the 23rd of July 1908; during this time, the existence of the Ottoman constitution was forgotten. During this time, the rules of the reign of Abdulhamid II will apply. Mecmua-i Ahbar, with its news and columns, did not have any vital problems with the government of Abdulhamid, as it complied with the rules of the press regulation throughout its publication life. Stating that it plays a unifying role within the Armenian Catholic community, the newspaper closely followed national and international political, economic, and religious developments for its readers both in Istanbul and Anatolia. Mecmua-i Ahbar, which has a privileged place in the Ottoman bureaucracy, has written in a multidimensional way what the re-declaration of freedom meant for the Ottoman society and specifically for the Ottoman Armenian and Armenian Catholic communities. Although the Second Constitutional Monarchy was examined through many national newspapers published in Turkish, their analysis of the Ottoman Armenian press is lacking. In the study, descriptive and qualitative design was used for the news and columns of the newspaper.

**Keywords:** Ottoman Armenian Community, Armenian Catholic Community, Mecmua-i Ahbar, Kanun-ı Esasi, Second Constitutional Monarchy.



## Giriş

Bu çalışmada Ermeni Katolik cemaatinin yayın organı olan Mecmua-i Ahbar (Haberler Mecmuası, Haberler Dergisi) gazetesinin, 23 Temmuz 1908 tarihinde Osmanlı İmparatorluğu'nda Kanun-ı Esasi'nin yeniden ilan edilmesini ve ardından imparatorlukta yaşanan siyasi, dini, toplumsal gelişmeleri nasıl ele aldığı ortaya konacaktır. Abdülhamit'in 33 yıllık iktidarı boyunca uyguladığı basın politikası İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile son bulmuş, 24 Temmuz ulusal basından sansürün kaldırılışının sembolü olarak tarihe geçmiştir. 25 Temmuz 1908 tarihiyle birlikte gazeteler uzun zamandır ilk defa sansür memurunun denetiminden geçmeden yayımlanmış, 31 Mart Vakası'na kadar geçen dokuz aylık bir süre boyunca da Osmanlı basını, tarihinde görmediği bir renkliliğe kavuşmuştur.<sup>1</sup> Osmanlı tebaasını oluşturan her türlü dinsel ve etnik yapıdan hemen hemen herkes liberal, ulusal, muhafazakâr, sosyalist, anarşist düşüncelerini “hürriyet” “müsavat” (eşitlik), “uhuvvet” (kardeşlik), “adalet” kavramları altında tartışmaya başlamıştır. Ermeni basını Osmanlı basını içerisinde nicelik ve niteliksel olarak çok önemli bir ağırlığa sahiptir. Kanun-ı Esasi'nin yeniden ilanıyla birlikte yaratılan bu özgürlük ortamında, Ermeni basını da gazete ve dergilerinin sayısı ve çeşitliliği açısından kısa süreli de olsa altın çağını yaşamıştır (Koloğlu, 2005:20-21, Topuz, 1996: 59).

*Mecmua-i Ahbar*, 25 Haziran 1884 tarihinde İstanbul'da Ermeni Katolik cemaatine yönelik Ermenice ve Ermeni harfli Türkçe olarak yayın hayatına başlar (Mildanoğlu, 2014: 394; Teotig, 2007: 305; Stepanyan, 2005: 587). Gazete, İkinci Meşrutiyet'in ilanından yaklaşık bir ay önce 25. yılını kutlar: “Gazetamızın son nüshesine dikkat olunduğu

halde, o günki sene numerosunun 24'den 25 olduğu görülmektedir. 1884 Hunis (Haziran) 25inde tab u neşrine (basma ve yayımlama) başlamış olduğumuz “Mecmua-i Ahbar”, işbu 1908 Hunisinin (Haziran) 25ine tesadüf iden çıkan çarşenbih münü 25inci senesine bast-ı kadem itmiş dir (ayak basmıştır)” (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Haziran). Abdülhamit döneminin yakın tanığı olan bu gazete kendi tespitiyle “matbuat nizamnamesinin kurallarına bağlı kaldığı için” Matbuat Dairesi tarafından hiç kapatılmamıştır. Ermeni Katolik cemaati içerisinde birleştirici bir rol üstlendiğini dile getiren gazete hem İstanbul'daki Ermeni Katolik Kilisesi ve cemaati hem de Doğu'daki Ermeni Katoğikosluğu<sup>2</sup> için haber taşıyan, önderlik eden önemli bir yayın organıdır. Osmanlı topraklarındaki Ermeni Katolik cemaatini ilgilendiren haberlerin yanında dış dünyada olan bitenleri de sütunlarına taşıyan gazete, dini tartışmalara ve Anadolu'da yaşayan Ermeni vatandaşların mektuplarına da yer verir (Mildanoğlu, 2014: 394).

*Mecmua-i Ahbar*, İkinci Meşrutiyet'in ilanını ve Kanun-ı Esasi'nin yeniden yürürlüğe girmesini Ermeni cemaati özellikle de Ermeni Katolik toplumu için çok önemli bir değişim olarak görür. Meşrutiyeti öven yazılar kaleme alır. Gazeteye göre, matbuat hürriyeti ve hafiyeliğin resmî olarak ortadan kaldırılışı İkinci Meşrutiyet'in Osmanlı toplumuna sağladığı değerli kazanımlardır. Osmanlı toplumu için yürürlüğe konan yeni hukuksal düzenlemeleri, gazete kendi Katolik cemaati için de isteyecektir. Meşrutiyet sonrası pek çok başyazısında Ermeni Katolik cemaatinin idari işlerini düzenleyen mekanizmanın yeniden gözden geçirilmesi gerektiğini vurgulayacaktır.

1 Bu dönemde yaşanan gelişmeleri ayrıntılı okuyabilmek için bkz: *II. Meşrutiyet'in İlk Yılı 23 Temmuz 1908 – 23 Temmuz 1909*, Yapı Kredi Yayınları, 2018; Erol A. F. Baykal, *The Ottoman Press (1908-1923)*, Brill, 2019; Palmira Brummet, *İkinci Meşrutiyet Basınında İmge ve Emperyalizm 1908-1911*, İletişim Yayınları, 2003.

2 Katoğikos (Batı Ermenice: Gatoğigos), Ermeni Başpatriklerine verilen unvandır ve en yüksek ruhanidir. Ermeni Katoğikosluğu tarih boyunca pek çok farklı yere taşınmıştır. Ermeniler, yaşadıkları bölgelerde çıkan karışıklıklar yüzünden göç etmek zorunda kalmışlardır. Ermeni ruhani liderlerinin de Ermeni halkıyla beraber gitmesi sonucunda katoğikosun gittiği yer katoğikosluk makamı olarak kabul edilmiştir. Ermenilerin ilk katoğikosluk merkezi Eçmiadzin'dir. Ahtamar ve Sis de katoğikosluk merkezleri olmuşlardır (Seyfeli, 2005: 39-41).

## Ermeni Katolik Cemaati ve Ermeni Modernleşmesi

Tarih boyunca dini kimlikleri aracılığıyla milli kimliklerine sahip çıkan Ermeni toplumu Hristiyan kiliseler arasında ulusal bir kilise oluşturmayı başarmıştır. Kutsal Apostolik Ortodoks Kilisesi olarak tanımlanan Ermeni Gregoryen Kilisesi 18. yüzyıl ve sonrasında Katolik ve Protestan olarak bölünmelere uğramıştır (Seyfeli, 2005).

Ermeni toplumu, Bizans İmparatorluğu'ndan gördüğü baskı ve zulümden Selçuklu Türklerinin Anadolu'yu ele geçişiyle az da olsa kurtulmuştu. Özellikle Osmanlı Devleti'nin kuruluşu ve Fatih Sultan Mehmet'in Ermeni cemaati ile iyi ilişkiler kurması onlara bambaşka bir gelecek sunmuştu. İstanbul'un fethinin ardından Fatih Sultan Mehmet'in 1461 yılında Bursa Başpiskoposu Hovakim'i İstanbul'a getirtip kendisine en yüksek Ermeni memurluğu olan Ermeni Patrikliği makamını vermesiyle Osmanlı Ermeni toplumu Rum ve Yahudi cemaati karşısında yeni bir güç unsuru olarak ortaya çıktı. Hovakim aynı zamanda Osmanlı Devleti'ndeki tüm Ermeni cemaatinin ruhani lideri oldu. 17. yüzyılın ilk yarısına bakıldığında İstanbul'a gelen Ermeni sayısı her geçen gün daha da artıyordu. Gürcistan ve İran tarafından gelen Ermeniler toplumda dikkat çekici unsur olmaya başladılar. Şehre ilk gelen Ermeniler İstanbul'un yerlileri olmuşlardı. Yerli Ermeniler, Kilikya'dan Karaman'a, Kütahya'ya oradan Bursa'ya ve en nihayetinde İstanbul'a gelip buraya daimî yerleşmişlerdi. Haçlı Seferleri sırasında Kilikya Baronluğu'nun altında Ermenilerin Avrupa ile kurduğu ilişkiler onların kültürel kimliklerini de etkilemişti. Pek çok yerli Ermeni, Roma'ya olan bağlılıklarını dile getiriyor, onlardan öğrendikleri terbiye ve kültürle hareket ediyordu. İran ve Gürcistan'dan gelen Ermeniler ise kaba ve taşralı olarak değerlendirilmeye başlandı. Bu durum yerli ve taşralı Ermeni ayırımına ve aynı zamanda Gregoryen-Katolik çatışmasının ortaya çıkmasına neden oldu (Kılıç, 2012: 36-37, 40-43).

Anadolu coğrafyasında yürütülen misyonerlik faaliyetleri çok milletli Osmanlı Devleti'nde özellikle Osmanlı Ermeni toplumunun değişimi ve

dönüşümünde ciddi bir rol oynamıştır. Önce Roma Katolik Kilisesi'nin çalışmaları ardından Amerikan ve İngiliz misyonerlerinin çabaları Osmanlı Ermeni toplumunun mezhepsel olarak ayrıştırılmasına neden olmuştur (Sonyel, 2009).

Tarihsel süreç içerisinde Ermeni toplumu Katoliklik inancıyla Haçlı Seferleri sırasında tanışmış ve bu mezhep toplumun üzerinde derin etkiler bırakmıştır. Fransa ve Vatikan'ın yanı sıra Kilikya Ermeni Baronluğu'nun siyasi tercih olarak Katolik mezhebine yakınlık duymasında Venedik yönetimindeki Kıbrıs ve Ceneviz kolonileriyle kurduğu ilişkilerin de etkisi olmuştur. Aynı zamanda Ermeniler Avrupa hanedanlarıyla kız alıp vererek akrabalık bağı kurma yoluna gitmişlerdir. Bu yüzdendir ki Kilikya'da bulunan Ermeniler 12. yüzyıldan itibaren Katolikliği benimseyip, Roma'ya itaat etmeye başlamıştır. Kırım'ın Cenevizliler tarafından işgalinden sonra buraya yerleşen pek çok Gregoryen Ermeni 1318 yılında Katolik inancını kabul etmiştir. 1572 yılından sonra Cizvit Papazları ve Katolik tarikatları da bu inancın yayılmasında etkili olmuştur. Özellikle Fransiscain ve Dominicain tarikatlarında yetişen misyonerler için İstanbul ve Filistin hedef merkezler olmuştur (Kılıç, 2012: 51-72).

Fransız misyonerleri başlangıçta Müslüman ve Yahudileri Hristiyanlaştırmak amacıyla Küçük Asya'ya gönderilmişler; fakat Türkler arasında bunu gerçekleştirmenin güçlüğü anlaşılınca Ermeniler ve Süryaniler üzerine yoğunlaşmışlardır. Önce İstanbul, İzmir ve Halep'e yerleşen misyonerler kısa süre içerisinde Zeytin, Diyarbakır, Bitlis, Trabzon ve Erzurum'da misyonlar kurmuşlardır. Anadolu'da Katolik kilisesinin temel ilkelerini, Latince ve Fransızca'yı öğrettikleri okullarda benimsetmişlerdir. 1622 yılında Papa XV. Gregorius tarafından Katolikliği yaymak amacıyla kurulan Congregatio de Propaganda Fide Tarikat Okulu aracılığıyla sınırlı sayıda da olsa Ermeni çocukları sıkı bir disiplin içinde eğitime başlanmıştır. Böylece 17. yüzyılın sonunda İstanbul'da ilk Katolik cemaati oluşmuş ve Latinofil çevreleri Ermeni Patrikhanesi'ni dönüştürme çabalarına girişmiştir. 1830 yılında Osmanlı Devleti tarafından Katolik mezhebi ayrı bir kurum olarak tanınana kadar

Ermeni Katolik cemaati varlığını uzun süre gizlemek zorunda kalmıştır (Kevorkian & Paboudjian, 2012: 87-88). Ahmet Emin Yalman, 1325 yılından beri Türkiye'de Ermeni Katoliklerin bulunduğunu ve fakat 1830'da Fransa'nın araya girmesiyle ayrı bir cemaat haline geldiklerini ifade eder (1970: 327). 1900'lerin başında imparatorlukta 100 bine yakın Ermeni Katolik bulunmaktaydı ve bu cemaatin 67 kilisesi vardı (Kevorkian & Paboudjian, 2012: 87-88).

Vartan Artinian; Düzyan, Kılıcıyan, Tıngıryan gibi Amira<sup>3</sup> ailelerinin Katolikliği benimsemelerini misyoner faaliyetlerinin Osmanlı Ermeni Aristokrasisi içinde başarılı olduğunun göstergesi olarak kabul etmektedir (2004: 46). Bununla birlikte Osmanlı Ermeni cemaati için Katoliklik mezhebini devletin kabul edişi kolay olmamıştır. II. Mahmut, Roma'nın siyasi etkisini imparatorluktan olabildiğince uzak tutabilmek için Ermeni Katolik cemaatini ve papazlarını sürgüne dahi göndermiştir. Gregoryen Ermeniler de Katolik inancını benimseyen Ermenileri toplumdan dışlayarak onların zor bir yaşam geçirmelerine neden olmuşlardır (Dadyan, 2011).

Ermeni Protestan cemaati ise 19. yüzyılın başında Amerika'daki Hristiyan hayır kurumlarının gönderdiği din adamlarının etkisiyle oluşmuştur. Protestan rahipler için başlangıçtaki hedef Katolik din adamları gibi Müslüman ve Yahudilerdi; ama işlerin bekledikleri doğrultuda gitmemesi ve Ermeni cemaatinin bir kısmının bu işe gönüllü olması hedef kitlelerinin değişmesine neden oldu. 1847 yılında Abdülmecid döneminde ayrı bir mezhep olarak kabul edildiler. Anadolu'da çok sayıda okul açarak eğitim yoluyla dinsel dönüşümü sağladılar (Kevorkian & Paboudjian, 2012: 87-88, Kiskira, 1999: 70).

Osmanlı Ermeni toplumunun 19. yüzyıldaki mezhepsel değişimi onun basın yayın

dünyasındaki gelişimini de hızlandırmıştır. Katolik ve Protestan misyonerlerinin açtıkları okullar Ermeni modernleşmesi için de azımsanamayacak bir rol oynamıştır. Osmanlı Ermeni toplumu modernleşme döneminde eski dünyaya ait olan Klasik Ermeniceyi "Grabar"ı bırakıp, dünya dili olarak tanımladıkları "Aşharabar" dilini kullanmaya başlamışlardır. "Kültürel Aydınlanma" dönemi olarak tanımladıkları bu yüzyılda Osmanlı Ermeni toplumu Ermenice ve Ermeni harfli Türkçeyi kullanmışlardır. Türkofon kimliği ile bilinen Osmanlı Ermeni toplumundan Jön Ermenilerin Fransız İhtilali'nden etkilenerek ülkeye dönmeleriyle birlikte milliyetçilik bilincinin gelişmesi için Ermeniceye sahip çıkılması vurgusu, cemaat içinde milli dile -Ermeniceye- ağırlık verilmesine yol açmıştır. Özellikle misyoner okullarında verilen dil eğitimi, Ermenicenin daha iyi öğrenilmesi için çıkarılan dergi ve gazeteler bu politikaların birer ürünüdür. Susie Hoogasian Villa, Anadolu Ermenileri arasında, 19. yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde Adana, Kayseri, Antep ve Tokat'ta artık Türkçe'nin konuşulduğunu belirtir. Ancak, Hristiyan misyonerler tarafından çok sayıda Ermeni okulunun kurulmasıyla Ermeni toplumu atalarının dilini yeniden öğrenmiştir (2012: 19).

Ermeni harfli Türkçe kullanımı ise Osmanlı Ermeni toplumunun yüzyılın başındaki en önemli özelliklerinden biri olarak karşımıza çıkar. Osmanlı Ermeni toplumu 19. yüzyıl boyunca ve 20. yüzyılın başında Ermenice ve Ermeni harfli Türkçeden yararlanarak gazetecilik ve yayın faaliyetlerini devam ettirmiştir. Ermeni harfli Türkçe basın, önemli bir bölümünün anadili Türkçe olan ya da gündelik yaşamında Türkçeyi konuşan Osmanlı Ermenilerinin haber ihtiyaçlarını karşılamak için kutsal metinlerinin yazılı olduğu Ermeni alfabesini kullanarak yayımladıkları gazete ve dergiler topluluğu olarak tanımlanmaktadır (Eraslan & Eryılmaz, 2022: 933).

3 Amira sınıfı, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Ermeni aristokrasisine verilen addır. 16. ve 17. yüzyılda varlıklı Ermenilere hoca ya da çelebi denirken 18. yüzyıldan itibaren büyük tüccarlar amira olarak isimlendirilmiştir. Her varlıklı Ermeni amira olarak adlandırılmazken amira olabilmenin yolu devletle kurulan ayrıcalıklı mali ilişkiye dayandırılmıştır (Dadyan, 2011: 87; Artinian, 2004: 37).



Osmanlı topraklarında basım kültürünün gelişimine katkıda bulunan Ermeniler okul sayılarının giderek artmasıyla ihtiyaç duydukları ders kitaplarını, romanları, hikâyeleri, tiyatro oyunlarını Ermeni alfabesine bağlı kalarak Türkçe yayımlamışlardır ve bu konuda zengin bir literatürleri de bulunmaktadır. Devletin ilk resmî gazetesi olan *Takvim-i Vekayi*'nin Ermenice ile birlikte daha sonra Ermeni harfli Türkçe çıkması, 1840 yılında *Ceride-i Havadis*'in sadece Ermeni harfli Türkçe olarak yayımlanması önemli gelişmelerdir. Yine Osmanlı Ermenilerinin ilk romanı olarak değerlendirilebileceğimiz Hovsep Vartanyan'ın *Akabi Hikayesi* (1851) adlı eserin de Ermeni harfli Türkçe olarak kaleme alınmış olması bu durumun anlaşılabilirliği için gereklidir (Eraslan, 2016).

19. yüzyılda Ermeni milli bilincinin gelişmesine katkı sağlayan pek çok yeni unsur ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki ve en önemlilerinden birisi Mhitarist öğretiydi. 1676 yılında Sivas'ta doğan Mhitar ve onun tarikatına mensup Mhitarist rahipler tarafından önce Venedik'te St. Lazar Adası'nda sonra Viyana'da kurulan Ermeni akademilerinde öğretilen Ermeni tarihi, dili, kültürü aracılığıyla Ermeni kimliğine sahip çıkmanın önemi anlaşıldı. Eğitim ve yayın faaliyetleri sayesinde bu öğretinin Osmanlı topraklarında da yaygınlaştırılması sağlandı (Şahin, 2008). Amerikan ve İngiliz misyonerlik faaliyetlerinin de Ermenilik bilincinin ortaya çıkıp gelişmesinde katkısı büyüktür. Protestan misyonerlerin yardımları sayesinde okullaşma oranı gözle görülür bir seviyede artış gösterdi.<sup>4</sup> Jön Türkler gibi Avrupa'ya giderek Batı eğitimi alan Jön Ermeniler de Ermenilik bilincinin ön plana çıkması için çaba harcamışlardır (Eldem, 2007: 113-146).

## **Mecmua-i Ahbar ve II. Meşrutiyet'in İlanı**

Mecmua-i Ahbar gazetesi Osmanlı Ermeni Basını içerisinde İstanbul'da 1884-1914 yılları arasında imparatorlukta Ermeni Katolik cemaatine Ermenice ve Ermeni harfli Türkçe olarak uzun yıllar haber yapan bir yayın organı olmuştur. 19. yüzyılın başında Ermeni Katolik cemaatinin İmparatorluk'taki nüfusunun dağılımına bakıldığında toplumun, İstanbul (10 bin), Bursa (3000), Ankara (7000), Sivas (5000), Erzurum (8000), Muş (3000), Maraş (4000) bölgelerinde yoğunlukta olduğu ortaya çıkar (Kevorkian & Paboudjian, 2012: 87-88). Bu bölgeler Mecmua-i Ahbar'ın haberlerinin ve düşüncelerinin imparatorluğun hangi coğrafyasında etkili olabileceği hakkında ip uçları da vermektedir. İstanbul'daki Ermeni Katolik cemaatinin içinde hatırı sayılır amira ailesinin bulunması nedeniyle cemaatin kısa sürede okullaşma oranı artmış, bu cemaate yönelik basın yayın faaliyetleri de hızla gelişme göstermiştir.

Hovhannes Tolayan<sup>5</sup> gazetesinin imtiyaz sahibidir (Mildanoğlu, 2014: 394). Tolayan, gazeteci ve tercüman olarak da bu yayın organına önemli hizmetler vermiştir. 10 yıla yakın günlük yayımlanan gazete daha sonraları haftada iki kez çarşamba ve cumartesi günleri çıkmaya başlamıştır. Gazetenin matbaası İstanbul'da Ermeni Katolik nüfusun yoğun olduğu Pera'dadır. İkinci Meşrutiyet'in ilan edildiği 25. yılında gazetenin ücret politikası şöyledir: Gazete 30 paraya satılırken, İstanbul için altı aylığı 35 kuruş, seneliği 60 kuruş; taşra için altı aylığı 45 kuruş, seneliği 85 kuruş; memalik-i ecnebiye için yani dış memleketler için altı aylığı 20 frank, altı aylığı da 10 franktır. Bu veriler gazetenin ülke içi ve dışı dağıtımını hakkında da önemli bilgiler vermektedir.

4 Bu konu hakkında ayrıntılı bilgi için bkz: Uygur Kocabaşoğlu, *Anadolu'daki Amerika*, İmge Yayınları, 2000.

5 Hovhannes Tolayan (1856-1936) Ermeni Katolik cemaatinin üyesi olan bir gazetecidir. İlk eğitimini İstanbul'da tamamladıktan sonra dönemin pek çok aydın genci gibi Venedik'te Mhitaristlerin manastırında eğitimine devam etmiştir. İstanbul'a dönünce Mekteb-i Tibbiye'de de eğitim almıştır. 1877-78 yıllarında Bedros Mağakyan'ın tiyatro kumpanyasında kısa bir süre aktörlük yapmış, *Manzume-i Efkar*'ın yazı işleri müdürü olmuştur. Aynı yıllarda Ermeni Katolik Patriği ve Kardinal Andon Hasunyan'a karşı cephe alan Ermeni Katoliklerin partisine katılmıştır. Patrik Boğos Terziyan'ın döneminde Ermeni Katolik Patrikhanesi'nin müdürlüğüne atanmıştır. Hasunist ve Antihastunist Ermeni Katoliklerin mücadeleleri esnasında bir müddet hapsedilmişse de avukat olan Enfiyeciyen'in etkin müdafaası sayesinde beraat etmiştir (Pamukciyan, 169-170).

Gazetenin biçimsel özelliklerine bakıldığında, yayın dört sayfa ve 43x28 cm boyutlarında yayımlanmıştır. *Mecmua-i Ahbar*'ın hedef kitlesi İstanbul'daki ve Anadolu'daki Ermeni Katolik cemaati ile doğudaki Ermeni Katoğikosluğu olmuştur. Osmanlı topraklarındaki Ermeni Katolik cemaatini ilgilendiren siyasi, ekonomik, kültürel, toplumsal her türlü gelişmeyi okuyucularına ileten gazete uluslararası alandaki gelişmeleri de yakından takip eder. Tolayan'ın entelektüel kişiliği bu gazetenin yayın politikasına da yansımıştır. Gazete, dini tartışmalara ve Anadolu'da yaşayan Ermeni vatandaşların mektuplarına da sütunlarına yer verir. Gazete, İkinci Meşrutiyet'in ilanından bir ay önce 25. yılını kutlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nda 30 yılı aşkın bir süre boyunca devam eden Abdülhamit döneminin tanığı olan bu yayın organı kendi ifadesiyle "matbuat nizamnamesinin" kurallarına bağlı kaldığı için hiç kapatılmamış ve yürüttüğü yayın politikası ile de cemaat içerisinde kendisine birleştirici bir rol yüklemiştir (Eraslan, 2016: 188-190).

*Mecmua-i Ahbar* 3 Temmuz 1884 (21 Haziran 1300) tarihinde Matbuat Nizamnamesi'nin kurallarına uygun bir gazete basmak ve yaymak için gerekli olan izin ve ruhsatı almıştır. 24 yıllık basın hayatı boyunca gazete yine kendi ifadesine göre basın yasasına aykırı yayın yapmadığı için kapatılmamış ve ömrünü millete hizmet etmekle geçirmiş, mensubu olduğu Katolik kilisesi, Ermeni Katolik G-Patrikliği ve cemaatinin yararına çalışmış, imkânları dâhilinde hizmet edip, sabır göstermiş, okuyucusunu memnun etmek için çabalamıştır.

(...) Gazetamızın tabı (basımı) için istihsal olunan (elde edilen) ruhsat ve müsaade-i Seniye dahi, mahza Zat-ı mârifperveri hazret-i Şehriyarinin matbuat hakkında perverde iyledikleri hissiyat ve teveccühatın (sevgisinin) bir nümunesi olub, 1300 senesi haziranı 21 tarihiyle nezaret-i aliyeyi ayidesinden öhde-i aciziye (?) tevdi buyrulan ruhsatnamede, "Hidemat-ı sabıkamıza mükâfat olmak üzere, "Mecmua-i Ahbar" namıyla ve "Matbuat Nizamname-i Hümayun-ı ahkâmına" tevfi-k-i hareket (uygun bir biçimde) itmek üzere" bir gazetenin tab u neşrine (basılıp ve yayımlanmasına) müsaade ve ruhsat ita buyrulduğu işar (haber verme) kılınmış dir. İşte o tarihten bu güne kadar geçen 24 uzun seneler zarfında, hamd olsun, matbuat idare-i aliyesinden asla tatile dūçar olmayacak suretde mezkūr Nizamname-i Hümayun ahkâm-ı celiline tevfi-k-i hareketle (uygun), ancak bir taraftan hidmet-i müftehîre-i (övünülecek hizmet) mülk u millet yolunda,

ve diğere taraftan mensubı olduğumuz Katolik Kilisesinin ve Ermeni-katolik G-Patrikliğinin ve cemaatinin hukuk u menafiine (menfaatine) hadim (hizmet eden) suretde, ve kendi iktidarımızın ve gazetamız vüsatının müsaid oldukları (gücünün yettiği) mertebede intişar-ı mârif ve havadis dairesinde ifa-i hidmet idilmiş, sebat olunmuş ve kariin-i kiramin (cömert okuyucuların) memnuniyetine çalışılmış dır (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Haziran).

II. Abdülhamit'in koyduğu kurullarla iyi geçinen bu gazete 25 Temmuz günü "Meclis-i Mebusanın İctiması" başlığıyla hükümetten gelen resmi bildiriye yayımlar. Resmi bildiriye Kanun-ı Esasi'ye göre Mebusan Meclisi'nin yeniden toplanacağı ve seçimin yapılabilmesi için valilik ve mutasarrıflara gerekli emirlerin verildiği bilgisi vardır. Sol iki sütuna yerleştirilen tebliği, II. Abdülhamit'in tuğrası ile süslenmiştir. Resmi tebliğin altında "Padişahım Çok Yaşa" sloganı yer alır. Server İskit'e göre, Abdülhamit devrinde siyasi ve içtimai her bilgidenden sistematik bir şekilde kasten mahrum edilen halk, bu tebliğden bir şey anlamamıştır. "Kanun-ı Esasi, hürriyet, müsavat, uhuvvet" gibi kelimelerin delalet ettiği manayı öğrendiği ilk günlerde ise bu tebliğin ne zaruret karşısında yapıldığını bilmediği için "Padişahın bir lütfu" şeklinde telakki etmiş ve uygun görülen her fırsatta da "Padişahım çok yaşa" sloganı dile getirilmiştir (1939: 75).

*Mecmua-i Ahbar* "Kanun-ı Esasi ve Yevm-ı Mahsus-ı Osmanyân" günümüz Türkçesiyle "Kanun-ı Esasi ve Osmanlıların Özel günü" başlığıyla yaşananları değerlendiren bir başyazı kaleme almıştır. Abdülhamit'e büyük övgülerin yer aldığı yazıda Kanun-ı Esasi'nin yeniden tesisinin her millet ve mezhepten milyonlarca tebaayı çok mutlu ettiği dile getirilir. Mübarek cuma gününde açıklanan bu güzel haber gazeteler aracılığıyla memleketin her yerine yayılmış, İslam, Hristiyan, Musevi her sınıftan halk bu güzel haber karşısında çok bahtiyar olmuş, "şükürler olsun ki evlat ve ahalimizle ömrümüzü mesut geçirip saadet, hürriyet, adalet ve kardeşçe yaşayacağız" demişlerdir.

Bin! ve binler yaşa! ve! büyük Sultan, SULTAN ABD ÜL HAMİD HAN-I SANİ GAZİ, sevgili Padişahımız ki, şerefmüteallik buyrulan irade-i seniye ile KANUN-I ESASININ teessisini emr u ferman buyurmağle, her millet ve mezhebe mensub milyonlarca tebaayı sadıkanızı fevkelade ihya ve mesrur (sevinçli) kıldınız.

Ne mübarek ve mesud gün idi, dünki cumaa günü ki, bu haberi saadetbahş sūrat-ı fevkelade ile memleketimizin her

tarafına yayılmış, gazetalar elden ele kapılmakta bulunmuş, İslam, Histiyan, Musevi her sınıf halk, aynı karındaş, aynı vatandaş oldukları halde, cümlesinin yüzlerini bir sürür (sevinç, şenlik) ve meserret-i harikülade istila işlemiş, kalbler hissiyat-ı şükrangüzari ile dolmuş, büyük, küçük, erkek, kadın, çocuk, çocuk her kes bu meserret ve şadümaniye hissedar olarak, ve "hamd olsun, ömrümüzü bahtiyarane geçireceyiz, evlad u ayalimizle, saadet, hürriyet, adalet ve müsavatla yaşayacağız" diyerek sevinmekte bulunmuş dır (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Temmuz).

Gazeteye göre, Rusya ve İran'da cemaatler kendileri için gerekli olan hukuksal düzeni elde etmek için çok kan dökmüşlerken, Osmanlı halkı Abdülhamit'in kıvrak zekâsı sayesinde saadet, hürriyet, kardeşlik kelimeleri altında huzur içinde yaşamaya başlamışlardır. Kanun-ı Esasi'nin getirdiği yeniliklerin sıralandığı yazıda matbuatın kanun dairesinde serbest olduğunun da altı çizilir.

Bu gün, Rusiada ve İranda, cematlar kendi tabi-i hukuklarını elde etmek için, neler çektikleri, ne kadar kanlar aktığı halde, sevgili Padişahımız SULTAN ABD ÜL HAMİD HAN-I SANİ efendimiz hazretlerinin derkâr olan fetanet (çabuk kavrayış) ve zekâvet-i aliyelleriyle, memleketimizin o hallerden hiç birine düşer olmayarak (maruz kalmayarak), nayil-i saadet, müsavat, hürriyet olması, hakiketen Şevketmâb efendimiz hazretleri için bahsi şeref u iftihar ve tarihte altın harfler ile kaydedilmeye seza dır.

Mezkur iradeyi seniye sayesinde, bu gün, bütün Osmanlılar, Kanun-ı Esasiye ve bir Meclis-i Mebusana nayil oluyorlar. O Kanun-ı Esasi ile, Osmanlıların kâffesi (tümü) hürriyet-i şahsiyelerine malik, diğerinin hukuk-ı hürriyetine tecavüz itmemekle mükellef, ve hürriyet-i şahsiyelerince her dürlü târruzdan masun bulunuyorlar, bundan böyle hiçbir kimse kanunun tayin itdiği sebep e suretten maada bir behane ile mücazat olunmayacak, matbuat` kanun dairesinde serbest bulunacak...

Yine bu Kanun sayesinde, herkes, usulen mütesarrif olduğu hal ve mülkinden emindir. Memalik-i Osmaniden her kesin hanesi, dükkânı her göna târruzatdan masun dır. Kanunun tayin itdiği ahvalden maada hiçbir sebeble hükümet tarafından cebren hiçbir kimsenin hane ve dükkânına girilemez, bir kanuna müstened olmadıkca, vergi ve rusumat namıyla ve sair nam ile hiç kimseden bir akçe bile alınamaz. İşkence vesair her nev ezizet katiyen ve külliye memnu dur (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Temmuz).

*Mecmua-i Ahbar* İstanbul'da yayınlanan farklı dillerdeki tüm gazetelerin yaşanan gelişmeleri olumlu karşıladıklarını söyleyerek "refik-i

muhteremi" olarak gördüğü İkdam gazetesinin başyazısını birinci sayfasına taşır. "Unutulmaz Bir Hatire, Memleketimizin Dünkü Hali"<sup>6</sup> başlıklı yazıda 24 Temmuz günü halkın yaşadığı sevinç tasvir edilmiştir. Gazeteler bu yaşananların en önemli tanığıdır:

Gazetalar satılıyor, satılıyor satılıyor, müvezziler (gazete dağıtıcısı) haykırıyordu. Her kes, hatta okumak bilmeyenler de alıyor, bir kere okumuş olanlar tekrar tekrar okuyor, yine okuyor, bu gazetalar seve seve, hakiki, riyasız, en samimi bir hiss-i minnetle okunuyor ve sonra tarihi, hayatta en unutulmaz, en sevinçli bir günün kıymetli hatiresi olmak için saklanıyordu. Evvet, saklanacak yalnız kütüphanelerde, yazıhanelerde deyil, bütün milletin hafıza-ı şükranında ilelebet saklanacak..."<sup>7</sup> (İkdamdan aktaran Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Temmuz).

*Mecmua-i Ahbar*'ın ikinci sayfası kutlamalarla doludur. Osmanlı matbuatının Padişaha sunduğu teşekkür telgrafına yer verilir. Avrupa devletlerinin Osmanlı topraklarında yaşanan gelişmelerden duydukları sevinci dile getiren telgraflarına dair haber de gazetede yayımlanmıştır. "Bu gün Parizden ve Romadan alınan telegrafnamelerde, Kanun-ı Esasinin ilanı` Evropada fevkelade hüsn-i teessir hasıl itdiği ve müstakbelen Türkianın baisi saadet ve refahı olacağından, ilan-ı mezkurun` umumen mazhar-ı tahsin olduğu işar kılınmış dır" (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Temmuz). Aynı zamanda sansür uygulamalarının kalkmasıyla birlikte Padişahın politika mahkûmlarına da af ihsan buyurduğu haberi gazetenin okuyucularına duyurulur: "Taraf-ı Hazret-ı Padişahiden bilcümle politika mahkûmlerine afv-ı Şahane ihsan buyurulmuş dır" (Mecmua-i Ahbar, 1908, 25 Temmuz).

Gazete affa uğrayan özellikle düşünce suçlusu olan ve yurt dışına gitmek zorunda kalan pek çok yazar ve çizere sütunlarından ülkenize dönün çağrısı yapar. Ülkeye dönecekler arasında pek çok Ermeni düşünce suçlusu da vardır. İleride Ermeni Sorunu konusunda dikkat çekecek bu kişilerin isimleri *Mecmua-i Ahbar* tarafından tek tek

6 Alpay Kabacalı bu yazı için "Hüseyin Cahit Yalçın'ın yazısı ile Abdullah Zühtü'nün Oh başlıklı makalesinin birleşmesinden oluşmaktadır" der.

7 İkdam matbaası sabahtan akşama kadar çalışmış, gazeteler 60 bin nüsha basılmış ancak yine de okuyucu taleplerini karşılayamamıştır. Ahmet Emin Yalman 25 Temmuz günü öğleden sonra *İkdam*'ın 10 para değerindeki nüshasının 40 misli fiyata satılmasına rağmen bulunamadığını anlatır (2018: 88).

yazılıp okuyuculara duyurulmuştur. Günümüzden geçmişe bakıldığında gazetede bu haber meşrutiyet öncesi dönemde kimlerin yurtdışında olduğu bilgisini toplu sunması açısından değerlidir.

İmdi senelerden beru taşralarda, öte beride sefil u perişan halde yaşayan bir çok mağduriyn ve biçaregân, bu gün, işbu lutf-ı celili hazret-i padişahi sayesinde kemal-ı serbesti ile vatanlarına avdet idebilecekler dir. -Senelerden beri Kuds-ı şerif Manastırına çekilmiş olan Derisaadet Ermeni patrigisabık İzmirliyan Madteos Srbazan ile bir müddetden beru Parizde ikamet iden dava vekili Krikor Ef. Zohrab ve Ermeni üdeba ve muharririyini meşhuresinden Minas Çeras, Hovhannes Şahnazar, Arşak Çobanyan, Levon Paşalyan, Yervand Odyan, Ruben Zardaryan, Melkon Gürcyan, Levon Seğbosyan (Şant), Davit Haçgonts, Kevork Simkeçyan ve daha sairlerin sevgili vatanlarına yakında avdetlerine bekleniyor.

Dün sabah Hapishane-i umumiden 50 nefer Türk, Ermeni, Rum, Bulgar ve Musevi salı verilmiş, ve bunlar` şiddet-i messerretlerinden naşi gözlerinden yaşlar akarak, duayı hazret-i Padişahiye iyfa iderek, matbaaları ziyaret ve hissiyat-ı şükrangüzariyelerinin ilanını reca itmişler dir. İşbu politika mahkûmlerinin isimlerini ziyerde beyan ideriz:

Yervand Çavunçyan, Garabet Vardanyan, Hovhannes Afaryan, Sdepan Srapyan, Ardaçes Arabyan, Mihran İdarecyan, Garabet Mağakyan, Armenak Garinyan, Hagop Haçikyan, Krikor Yaldızçıyan, Yerevum Yazmacıyan, Ardaçes Antikaçyan, Aliksan Avedis, Hayg, Ruben, Takvor Sarafyan, Nazaret Heğinyan, Arakel Nahabedian, Fro Bağdoyan, Manuk Keçeyan, Boğos Keçeyan, Manuk Umedyan, Varderes Fermanyan, Stepan Dayı, Toros Kadıköyü, Mehemed Bey, Ahmed Reşad ef., Muhsin ef., Yahya ef., Rifki ef., Mıdhat ef., Osman Nuri efendi, Mehemed Nuri ef., Mahmut bey, Mustafa bey, Bulgar Stefan, Aleko, Kaptan Marko, Anesti, Yorgi, Andon ve bir Musevi (Mecmua-i Ahbar, 1908, 29 Temmuz).

*Mecmua-i Ahbar*, 29 Temmuz 1908 Çarşamba günkü nüshasına daha da iyi hazırlanmıştır. “Yeğbayr Menk Enk” (Kardeşiz Biz) başlıklı Ermenice başyazısında meşrutiyetin ilanı ile birlikte artık mutlu olduklarını özgürlük, eşitlik arzusuyla yıllardan beri eziyet çektiklerini, Ermeni toplumu olarak eşitlik ve kardeşliğin peşinden koştuklarına vurgu yapılır. Yıllardır Ermeni toplumunun güvenilmez bir ortam içinde bulunduğu dikkat çekilerek Kanun-ı Esasi'nin ilanı ile birlikte artık herkesin rahat bir nefes alacağı inancı dile getirilir (Mecmua-i Ahbar, 1908, 29 Temmuz 1908).

Gazete, “Şehr-i Ayin-i Milli” (Milli Şenlik) başlığıyla İstanbul halkının meşrutiyetin ilanını nasıl mutlu ve mesut bir şekilde karşıladığını üç günlük gelişmeleri ayrıntılarıyla okuyucularına tasvir eden bir yazı kaleme alır. Anayasanın yeniden

ilanının ardından İstanbul halkı şehrin dört bir yanına dağılıp –İstanbul, Galata, Beyoğlu, Üsküdar, köyler- nümayişler yapıp, vatanperver nutuklar okumuşlardır. İstanbul'un her tarafının bayraklarla donatılmış, asker, memur, ulema, talebe, zengin, esnaf, ihtiyar, orta yaşlı, genç, kadın, erkek tüm vatan evladı sabahlardan gecelere kadar ellerinde sancaklarla “Padişahımız çok yaşa”, “Yaşasın Hürriyet, Müsavat, Adalet, Uhuvvet” şeklinde bağırarak kutlamalar yapmışlardır. Ermeni, Rum ve Musevilerden oluşan bir heyet de Ermeni Patrikhanesini ziyaret edip, patrik efendiyi görmek istemişler, fakat kendisi patrikhanede olmadığından toplanan heyet oracıkta hemen bir nutuk okumuştur. Gazete Osmanlılık ideolojisinin ne kadar önemli olduğunu her fırsatta okuyucularına vurgular. Tüm milleti bir arada tutan bağ Osmanlılıktır. Kanun-ı Esasi tüm millete eşitlik ve hürriyet vermiştir ve bundan sonra herkes Osmanlı için çalışacak, memleketin toprağını, milletin bayrağını hürmet ve takdis ile öpecektir.

... Bütün Osmanlılar üç günden beru yüreklerinin en derin noktasından kopan bir heyecan-ı ateşin ile meserretini (sevincini), yüreklerine, bütün vicudlerine, bütün cihana sığmayan sevinçlerini` bağırarak, öpüşerek, koşuşarak ilan ediyorlar. Müsliman, Hristiyan, Musevi, her evlad-ı vatan` tatlı bir saadet içinde birbirini tebrik idiyorlar. Osmanlıları birbirinden ayıran her şey yalan dır, sahte dir. Millet birdir, yekvicud dir. Din, mezheb her kesin şahsına ayid bir şey dir. Asıl bizi bir noktada birleşdiren büyük bir rabita-i mukaddes bir bağ var ki, o da Osmanlılık dir. Osmanlı milletinin yeni nayil olduğumuz (elde ettiğimiz) Kanun-ı muhterem sayesinde teemin itdiği müsavat ve hürriyet dir. Şimdiden sonra her Osmanlı canla, başla, milletine hıdmet itmege çalışacak, her Osmanlı` milletinin ufak bir menfaatını ihlal idecek her şeyi, her vakiayı kendi yüregine saplanmış bir hançer darbesi add idecek, her Osmanlı` memleketinin toprağını, milletin bayrağını aynı hürmet ve takdis ile öpecek, birinin mukaddes göksüne kapanarak, digerinin mühterem eteklerini öperek, izhar-ı sadakat ıleyecek dir. Zaten iki gün dür bunun ne! ulvi nûmunelerini gördük. Patrik ef. hazretleri, siz bir kısm vatandaşlarımızın reis-i ruhanisi ve aynı zamanda bu vatanın muhterem bir evladısınız. Bu sıfatla küçük büyük bütün vatandaşlarımız memlekete, sadakat ve istikamet içinde şimdiki gibi ebediyen bağlı olmağa, herkesin canı, ciyeri, beşigi, evi olan bu vatana bütün yürekleriyle ölünceye kadar davet etmek en mukaddes dua vazifeniz dir. İşte bu vazifeyi safiyeti vicdan ve hulus-ı fikr ile hüsnü iyfaye her zaman çalışacağınıza yemin etmege sizi Osmanlı namına davet ederiz.

“Yaşasın Rumlar, Ermeniler, Museviler” Yaşasın Osmanlılık, Yaşasın Padişah-ı muazzam” (Mecmua-i Ahbar, 1908, 29 Temmuz 1908).

Meşrutiyetin ilanıyla birlikte köşe başlarında, çeşitli kurumların önünde okunan nutuklar popüler hale gelmiştir. Çok sayıda nutuk haberine yer veren *Mecmua-i Ahbar* Ermeni milleti ile ilgili olan nutukları da sütunlarından okurlarına duyurur. Bir Türk'ün ağızından yeni anayasayla birlikte her milletten Osmanlı vatandaşının eşit olduğu dile getirilirken, her millet gibi Ermeni milletinin de sıkıntılar çektiği ama geçmişe takılmaktansa geleceğe odaklanarak çalışıp üretmenin gerekli olduğu vurgulanmıştır:

Pazar günü Zabtiye nezareti dairesi önünde toplanmış olan Ermenilerin ve sairelerin başında bulunan Hariciye nezareti memurlarından Kadri Bey, bir nutk irad ile, şayan-ı teessüf geçmiş unutmalarını Ermenilere tavsiye etmiş, ve demiştir ki, "Kimin kalbinde elem yok dır? Fakat şimdi geçmişin acılarını düşüncek vakit deyil, iş görmek vakti dır. Türk, Ermeni, Rum, Yehudi, arasında fark kalmamış dır. Artık Hasan, Hampar, Nikolı, Avram, kardaş dırlar. Yekdigerimizle öpüşelim, Kanun-u Esasiyi evladlarımıza izzah idelim. Hürriyetimizi teemin eden bu kanun` onların elifbası olmalı dır. Ermeniler çok eziyet çekdiler. Bu günün husuline manen ve bedenen çalışdılar. Fakat senelerle ne! eziyetler çektiler." Kadri Beyin bu nutk-ı fevkelade alkışlanmış dır (Mecmua-i Ahbar, 1908, 29 Temmuz).

Pazartesi ve salı günü de gösterilere devam edilmiştir. Yoğun geçen beş günün ardından herkesin işi ve gücüyle meşgul olması gerektiği uyarısı yapıldığını yazan gazete bu ihtar kendilerinin de artık katıldığını dile getirir.

Meşrutiyetin yeniden ilanı *Mecmua-i Ahbar* için de yeni umutların kaynağı olmuştur. Gazeteye göre, Osmanlı Devleti 11 Temmuz'da (23 Temmuz) meşrutiyetin ilanıyla Avrupa devletleri arasında yer almaya başlayacak, Osmanlı vatandaşları arasında yaşanan ayırım ilk defa son bulacak İslam, Hristiyan, Ermeni, Rum, Musevi, dinsel ve etnik fark gözetilmeden herkes aynı sancağın altında varlığını koruyacak, sorunlarını çözecektir.

Vatanımız üç haftadan beri dir ki büsbütün yeni bir şekle girdi. Devlet-i Aliye-i Osmaniye, Evropa düel-i muazzaması miyanında, ancak Hulıs 11den beru bir mevki-i layike nayil oldu, ve ancak o mubarek ve mukaddes gün` bu vatan evladını asla mezheb ve millet farkı itmeksizin, ayni sancak altına topladı. Türk, Ermeni, Rum, Musevi hep bir vatan kardaşı olduğunu aleme ilan iyledi (Mecmua-i Ahbar, 1908, 12 Ağustos).

"Hamd Olsun Biz de İstifade Ediyoruz" başlıklı yazısında *Mecmua-i Ahbar*, Kanun-ı Esasi'nin

yaratmış olduğu özgürlük ortamının tüm Osmanlı tebaasını rahatlattığını, hürriyet, adalet ve eşitlik kavramlarının somut örneklerinin hayata geçirilecek olmasının tüm cemaatleri, cemaatler içindeki küçük büyük herkesi memnun ettiğini ifade eder. Gazete, Kanun-ı Esasi'nin sunmuş olduğu nimetten faydalanmak için Ermeni Katolik cemaatinin kendi iç işlerini düzenleyerek, zamanın gerektirdiği gelişmeleri yakalayabilmek için her türlü araç ve tedbiri almaları gerektiği vurgusunu yapar. Yaşanan gelişmelerden küçük ama önemli bir cemaat olan Ermeni Katolik cemaatinin de çok memnun olduğu dile getirilir. Gazetelerini günlük ve düzenli bir şekilde çıkarmak istediklerinin duyurusunu da ilk sayfadan yaparlar.

Şimdiye degin istibdad idaresi altında çıkan gazetelerin ehemmiyeti olmazsa ve aranmazsa ayıblanmaz idi. (?) bu gün Kanun-ı Esasi idaresi altında yaşayan cemaatların gazetasız yaşaması` afv olunmaz bir kusur dır. Diger ne kadar gazetalar bulunsa, Osmanlı milletini teşkil iden cemaatların da, kendi ruhani, dahili, ilmi ve sair işleri için bir ve yahod bir kaç gazetaları bulunması zaruri dir (Mecmua-i Ahbar, 1908, 1 Ağustos).

Ermeni Katolik cemaatinin yayın organı *Mecmua-i Ahbar*'ın Meşrutiyetin kendi cemaatleri için de yeni açılımlar sağlayacağına olan inancı büyüktür. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki diğer cemaatlere göre daha küçük bir cemaat olsalar da cemaatin kendi iç işleyişinde kurumsal düzeyde de sorunları vardır. Cemaat nizamnamesinin sorunlu oluşu, idari meclislerindeki işleyişin rayına oturmamış olması yıllardır süren ana sıkıntılardır. Yeni ortamın tüm cemaatlerde yarattığı değişim ve dönüşüm rüzgârından Katolik cemaati de yararlanmalıdır; aksi takdirde gelecekleri için hiç de iyi olmayacak gelişmeler yaşanacaktır. Gazete, 8 Ağustos 1908 tarihli "Ermeni Katolik Cemaati" başlıklı yazısında ve daha sonraki sayılarda benzer sorunları dile getiren makaleler kaleme alacaktır.

Mümkün deyil dir ki, Türkiada ilan olunan Kanun-i Esasi sayesinde, millet-i Osmaniye'yi teşkil iden umum cemaatlar maddi ve manevi terakkılarını düşündükleri, teşkilatlarını` devre-i hazirenin ruhına, fikrine uydurmaya gayret itdikleri bir sırada, Ermeni-katolik cemaati` kendi esgi halinde baki kalabilsin, konşu cemaatların harakât-ı terakkicuyanesinden hüsnü ibret almasın. Mümkün deyil dir ki, muhtaç olduğu islahat-ı icra etmek üzere lazım olan teşebbüsleri, tedbirleri ittihazde ihmal itsin, vazifesiz ve fitursuz bulunsun, zira artık bu ciddi ve hakiki terakkı ve islahat devrinde, Kanun-ı Esasinin

baş işlediği teşkilatdan, açılan çahrah-ı medeniyetten, intikamkârane hareketden, mârif-i umumiyyeden ve ticaret u senayiden istifade itmemek` adeta su-i kasdı irtikıyap itmek demek dir. Bundan böyle cemaatca, Patrikhanece işlerimizin mihver-i matlubuna cereyan itmemesi, umur-ı idarenin naehl kimselerin yedinde kalması, ve icab iden müstayid memuriynin işlerin başına geçirilmemesi ve vakt u zamanıyla meclislerin toplanmaması, ve gayrihüm ve gayrihüm, öyle haller, öyle sebebler dir ki, cemaatımızın her tarafından kritiklere, muahezelere, tevbihlere hedef olmasına, manen ve maddeten tedenni itmesine, diğer cemaatların istihzasını davet iylesine, ve bir gün de büsbütün mahv olub bitmesine en büyük vesileler teşkil iderler (Mecmua-i Ahbar, 1908, 8 Ağustos).

Gazetede Meşrutiyet'in ilanından sonra cemaatin dini liderlerinden Ermeni Patriği Ormanyan Efendi'nin istifa edeceğine yönelik rivayetlerin olduğu haberi yapılır. Ermenice gazeteler, Ormanyan Efendi hakkında olumsuz şeyler yazmaktadır. Habere göre dini bir toplantı için patrikhaneye giden Ormanyan Efendi, kalabalık tarafından aşağılanmıştır. Ayrıca Tepebaşı Bahçesi'nde bir Türk genç, Patrik Ormanyan'a karşı bazı olumsuz açıklamalarda bulunmuş ve ahali tarafından güçlü şekilde alkışlanmıştır. Haberde Ermenice gazetelerde Kapu Kâhyası Aris Efendi ve diğer bazı memurlar aleyhinde ağır ifadeler yer aldığı bilgisi de verilir. Hatta bir rivayete göre, Patrik Ormanyan, Sadrazam Said Paşa'ya Ermenice gazetelerin yayınlarından şikâyet etmiş ve şikâyete karşılık olarak "Matbuat serbesttir. Şikâyetinizi mahkemelere anlatın" şeklinde cevap almıştır.

Gazete Ormanyan ile ilgili gelişmeleri yakından takip etmektedir. Haberde yaşananlarından ardından Ermeni halkının talebi üzerine ertesi gün Patrik Ormanyan'ın görevden alındığını bilgisi okuyucularla paylaşılır.

Ermeni Patriği rütb. Ormanyan Ef. hazretlerinin patriklikden istifa ideceği mervi dir (rivayet edilen). Ermenice gazetalar, müşarileyh hakkında pek çok nahoş şeyler yazıyorlar. Dün müşarileyh, Gronakan Joğavariyaset itmek üzere (dini toplantı yapmak), Patrikhaneye gitmiş olduğu halde, izdiham tarafından tahkir edilmiş dir. Dün akşam tepebaşı bağçesinde bir Türk genç Ef. dahi` Ormanyan Efyeye karşı bazı beyanatta bulunmuş, ve şiddetle alkışlanmış dir. Ermenice gazetelerde, kapu kehyası Aris Ef. ile diğer bazı memurlar aleyhinde dahi gayet ağır şeyler yazılmakta dir. Bir rivayetde Ormanyan patrik` Sadrazam Said Paşa hazretlerine` Ermenice gazetelerin neşriyatından şikayet itmiş, ve sadır müşarileyh de, 'Matbuat serbest dir. Şikayetinizi mahkemelere anlatınız.' Mealinde cevap vermişler dir.

Şimdi haber aldığımız göre, bu sabah akd olunan Harn Joğovda, her sınıftan müretteb olarak (sıralanmış) toplanmış olan birçok Ermeni ehalisinin talep ve iddiası üzerine, Ormanyan patrigin azline karar verilmiş, ve İzmir Araçnordı Ker. Yeğişe Episk. Duryan, Patrik Kaymakamlığına intihab idilmiş dir. (Ormanyan Patrik, Mecmua-i Ahbar, 29 Temmuz 1908).

*Mecmua-i Ahbar*, eski Patrik Ormanyan'ın görevden alınmasından sonra da kendisini takip etmeyi sürdürür. Habere göre, Başta Ermeni cemaatından olmak üzere, Ermeni, Türk, Rum halktan oluşan birkaç bin kişi Ormanyan'ın evinin önünde toplanmış ve onun Kumkapı Patrikhanesi'ne götürülmesini beklemiştir. İddialara göre, Ormanyan Efendi hesabına ciddi miktarda para geçirmekle suçlanmaktadır. Patrikhane makamı, olan biteni kendisine sormak istediğinde ise birkaç kez Ormanyan Efendi'yi Kumkapı'ya davet etmiştir; ama kendisi bu çağrılara olumlu yanıt vermediğinden zorla götürülmek zorunda kalmıştır. Haberde, bu sırada Osmanlı Komitesi'nden birkaç kişinin patrikhaneye gelip olan biteni araştırmaya girişmeleri üzerine bir komisyon kurulduğu ve Ormanyan'ın halka hesap vermesi gerektiği ve Patrikhane kalmamasına gerek olmadığı bilgisi verilir. Komite, gece yarısı Ormanyan Efendi'nin güvenli bir şekilde evine dönmelerini sağlamıştır. Zabitanın koruması sayesinde Ormanyan Efendi halkın öfkesi ve yuhalamaları rağmen evine sağ salim varabilmiştir.

Dün Ermeni Patriği Sabık-ı Ormanyan Ef.nin Beyoğlunda vakı hanesi önünde birkaç bin nüfus Ermeni, Türk ve Rum ehali toplanmış, ve mümaleyhin Kum-kapu patrikhanesine götürülmesine intizar idilmekte (gözetmek) bulunmuş dir. Ormanyan Ef. rivayet olundığı vechle, zimmetine binlerce liralara geçirmiş olub, bunun hesablarını vermek için Patrikhaneden bir kaç kere çağırıldığı halde gitmemiş olduğundan, cebren götürülmesi lazım gelmiş ve filvaki dün akşam üzeri, evinden kapalı bir arabaya oturtulmuş, taht el hifz, evinden Kum-kapuya kadar yuhalar ile mezkur patrikhaneye götürülmüş ve bu ara Osmanlı komitesi azasından bir kaç zat Patrikhaneye gelerek işi tahkik, ve Ormanyan Ef.ye her halde hesaplarını millete vermek lüzumunu beyan itmeleri üzerine mumaleyh, bir komisyon teşkilinde hesaplarını vermeye hazır bulunduğunu bildirmekle, Patrikhaneye kalmamasına lüzum görülmeyib, mezkur komitenin muhafazası tahtında hanesine gitmesine karar verilmiş ve gice, saat üç raddelerinde yine taht el hifz hanesine avdet itmiş dir. Gerek Beyoğunla ve gerek Kum-Kapu'da ehalinin hiçm ve yuhaları arasından salimen kurtulması zabitanın himayesi sayesinde olmuş dir (Mecmua-i Ahbar, 1908, 8 Ağustos).

## **Mecmua-i Ahbar'da İki Önemli Konu: Matbuat Hürriyeti ve Hafiyeliğin Kaldırılışı**

*Mecmua-i Ahbar'a* göre İkinci Meşrutiyet'e kadar kalem hürriyeti, sansür yöntemiyle baskı altındaydı. Padişah sayesinde sansür uygulamaları kaldırılmış ve basın özgürlüğü elde edilmiştir. II. Abdülhamit'e karşı övgülerin de satır aralarında yer aldığı haberde padişah, vatan ve millet hakkında daha önceden yazılmayan faydalı makalelerin artık serbestçe kaleme alınabileceği müjdesi verilir. Gazeteye göre, bütün gerçekler artık gün yüzüne çıkacak, eli kalem tutan herkes özgürce düşüncelerini gazete ve kitaplar aracılığıyla açıklayabilecektir. Diğer devletler gibi artık Osmanlı İmparatorluğu da basını, ülkenin gelişimi ve iyiliği için kullanmalıdır. Ülkede de değerli düşün adamları vardır ve onlardan faydalanmak önemli bir haktır.

Şimdiye kadar hürriyet-i kalemiye sansör usulü üzerinden tazyik (baskı) altında bulunduğu halde, hamd olsun Hami-i matbuat olan Zat-ı hazret-i padişahinin iradeleriyle mezkûr (adı geçen) usul lağv olunup (kaldırılıp), Matbuat hürriyetini kesb etmiş dir (kazanmıştır), bundan evvel yazılması değil, hatıra gitirilmesi bile sansör usulinn keyf-i maeşa muhakemesi sebebiyle kabil olamayan halbuki vatanın islah ve terakkısına (ilerlemesine) cidden hizmet itmege mahsus bulunan padişahımıza, vatanımıza, mülk u millete faydalı mekaleler, mütalaalar bundan böyle serbestçe yazılabilecek dir. Bu husus matbuatın hadim-i sadıkları (sadık hizmetçileri) için pek büyük bir vesile-i mahzuziyet olduğu (hoşa gitme) gibi, vatan için de pek büyük bir iyiliktir. Bundan böyle bir takım su-i istimalat (kötüye kullanma), su-i harekât, perde altında kalamayacak, hakikat vatanın ve saltanat-ı seniyeenin menafiini (yaralı) mucip olmak üzere zahir olacak, her sahib-i kalem, kendi müfit (yararlı) mutealatını, gazeta âleminde ve kitap şeklinde neşr ve beyane serbest bulunacak dir. Zaten bütün mütemeddin (medenî) âlemde dahi matbuatın asıl vazifesini bu değil mi dir? Her mütemeddin devlet ve memleket, kendi matbuatından istifade ittigi halde düvel-i muazzamayı mütemeddinden olan devlet-i aliyeyi Osmaniye ve vatan-ı Osmaniyan niçin kendi matbuatından istifade itmesin. Hamd olsun memleketimizde muktedir ve halis kalemler eksik değildir. Vatan bunları yetiştirdiği halde niçin bunlardan fayda görülmesin, işte bu gün, nail olduğumuz hürriyet bizi de bu hakka mazhar eylemiştir. Buna kalben, cidden müteşekkür olmalıyız (*Mecmua-i Ahbar*, 1908, 25 Temmuz).

*Mecmua-i Ahbar*, 8 Ağustos 1908 tarihli nüshasındaki "Biraz da fiilen iş görelim" yazısında Kanun-ı Esasi'nin herkesin özgürce düşüncelerini ifade edebileceği bir ortam yarattığını dile getirirken maalesef yeni anayasanın ilanının üzerinden 15

gün geçmesine rağmen gazetelerinde henüz istedikleri düzeyde düşünsel anlamda bir katkının sağlanmadığından şikâyetçidir. Gazete, Ermeni milletinin sürekli eleştirmek, kimsenin yazdığını beğenmemek gibi bir alışkanlığa sahip olduğunu ve bu durumu aşmak için düşünce üreten kişilerin bir an önce başkalarını suçlamaktansa kendi eserlerini ortaya çıkarıp, yeteneklerini kanıtlamaları gerektiğine dikkat çeker.

Şimdiye kadar alem-ı matbuatda serbestçe yazılacak maddeler bulmak ve bulunsa da sansür beliyesinden (bela) hali olarak yazmak mümkün deyil idi. Fakat bu gün, en küçük bir natikeperdazın (düzgün ve dokunaklı söz söyleyen) bile dili açıldı, bu gün, ile az çok kalem tutabilenin kaliminden hizmet beklenmekte dir. Her kes, düşündüğünü, iktidarı mertebesinde söylemeye, fikrini beyane hürdür. Elbette hürriyetin haysiyetini, matbuatın ve kalemin namus u itibarını muhafaza itmek şartıyla. Bu gün yazılanları matbuat meydanında serbestçe kritik itmek zamanıdır. Bir mülâhazanın kusuru, ancak bir diğerinin fikr ve mütalâsiyle tashih olunabilir. Ve tenvir-i efkâr da bu suretle kabil dir. Lakin teessüf olunur ki, Kanun-ı Esasi ilan olunalı 15-16 gün olduğu ve bu kadar gazetelerde Türk ve Ermeni vatandaşlarımız tarafından şayan-ı hayret mekaleler görüldüğü halde, biz de henüz ancak bir iki muharririn gazetamızda eseri görülmüşdür. – Bizde, büyük büyük doğramak, şunun bunun yazdığını beyenmemek, öteden beri adet hükmüne girmiş dir. Bu beyenmeyenler, muaheze idenler (eleştirme, hata ortaya koyma) ötede beride laklakiyet itmekten ise kalem meydanlarında kendi eserlerini neşr itmeli iktidarlarını isbat eylemeli dirler ki, millet kendilerinden cidden idebilsin, ve şu ya bu fikr mütalâc çarpık ise, islah olunsun. Milletimizin erbab-ı kalemin yardımına lüzum ve ihtiyacı olduğu gibi her ferdin kendi vazifesini icra itmesine de ihtiyaç pek çok dir (*Mecmua-i Ahbar*, 1908, 8 Ağustos).

Sansürün kalkmasının yanında meşrutiyetin getirdiği bir diğer önemli haber hafiyelik kurumunun sonlandırılmasıdır. Gazeteye göre iftira ve yalanlarla toplum sağlığına zarar veren gizli casuslar birimi ve bütçesi, artık hazineye yük olmaktan çıkacaktır. Hafiyeliğe ayrılan kaynaklar vatanın asıl önemli ihtiyaçlarına ayrılacaktır. Toplumun güvenliğini sağlama ve olan biteni hükümete bildirme görevi artık sadece Zaptiye Nezareti tarafından gerçekleştirilecektir. *Mecmua-i Ahbar*, "Hafiyeliğin İlgası" başlıklı haberinde yukarıdaki bilgileri verdikten sonra konuyla ilgili güncel olayları da habere eklemiştir. Hafiyelik çalışan İsgender Melhamî Efendi Atina'ya kaçmış; Samatya'da bir gösteri sırasında Ermeni casusa aşığılıyıcı davranılmış; İslam ve

Ermenileri, casusluk yaparak haksız yere zulme uğratan Tahkikat Heyeti Başkanı Mehmet Ali Bey, Askeri Mektebi Müfettişi casus İsmail Paşa ve Tıp Okulunda hoca olan Miralay Esat Bey görevden alınmıştır.

Bütün tebaa-i sadıka-i Şahanenin mucib-ı dehşeti (korkutan) olan hafiye belieyi mekruhyesinin (istenmeyen, naahoş görülen felaket) vicudi (varlığı) dahi hamd olsun artık ortadan kalkdı. Namuslu ve müteber (itibarlı) kimseleri muzir-ı (zararlı) yılanlar gibi takip iden, mükâlemelerini (müzakere) kollayan, evlere, familyalara her tarafa bir takrib girişip (yanaşmak), kendi menvi-i (niyet) zamirlerini icra itmek, ve hazine-i devletin bol bol paralar çekmek üzere bir çok biçarelerin canlarını yakan, tezvirat (süslü yalan) ve müfteriyat (iftira) ile hanûmanları (ev, ocak) söndüren o mekruh (iğrenç) mahluklar, nihayet namuslu ve müteber cemiyeti ictimaiyemizden mahv oldular. Bunların heyeti ve tahsisatı ba irade-i seniye lağv idildi. Bunlara verilen cesim tahsisat, vatanın, hükümetin asıl müfid umuruna hasr olunacak dır. Onlara tevdi olunmuş olan vazifeyi, bundan böyle yalnız Zabtiye Nezareti, kanunun tayin itdiği husus dairesinde iyfa idecek, ve şimdîye degin vilayat-ı Şahaneden bir çok haberler ve telegrafnameler şehrimizde sahib-i nufuz kimselere gönderildiği halde, bundan sonra doğrudan doğru Bab-ı Aliye gönderilecek dir.

Hafiyelerden biri olan Selanik Reji müdiri İsgender Melhame Ef. başına geleceğini hiss iderek Atınaya firar itmiş dir.

Samatiada bir nûmaiş-i umumi (genel gösteri) esnasında bulunan bir Ermeni hafiyeye tahkirane muamele idilmiş dir.

Heyet-ı Tahkikiye reisi Mehemed Ali bey taht-ı muhakemeye alınmış, Mekyatib-i askeriye müfettişi ser hafiye İsmail Paşa ve kaynı, Mekteb-ı Tıbbiyede muallim Miralay Esad bey azl edilmişlerdir. Bunların üç dahi nice İslam ve Ermenileri, nahak yere (haksız yere) gönagön suretlerde düçar-ı zulm itmişler dir (Mecmua-i Ahbar, 1908, 29 Temmuz).

## Sonuç ve Tartışma

II. Meşrutiyet'in ilanı ve sonrasında yaşanan gelişmeler Osmanlı toplumu ve basını açısından önemli bir dönüm noktasıdır. Uzun süredir düşüncelerini rahatça ifade etmede zorlanan gazeteciler dokuzaysürecek bir özgürlük ortamında nefes almaya başlamışlardır. Gazetelerin sayısal artışıyla beraber farklı türlerde yayın organlarının ortaya çıkışı, nitelik olarak daha iyiye gitme isteği bu döneme damgasını vurmuştur.

Ermeni Katolik cemaatinin yayın organı *Mecmua-i Ahbar* özgürlük ortamının yaratmış olduğu bu havayı solumaktan çok mutludur. Amira sınıfının ve üst düzey Osmanlı Ermeni bürokrasisinin de devletle olan iyi ilişkileri gazetenin de Abdülhamit'e

olan hayranlığını ve şükranlarını her fırsatta dile getirmesine neden olmuştur. Gazete, uzun yıllar padişahın basın kurallarına uygun hareket ettiği için varlığını sürdürebilmiştir. Meşrutiyetin yeniden ilanının ardından yaşanan tüm gelişmeleri ayrıntılı biçimde okuyucularına aktarır. Haftada iki gün çıkmasına rağmen II. Meşrutiyet'in ilanıyla birlikte toplumda yaşanan değişim ve dönüşüm rüzgârının sıkı takipçisi olur. Kanun-ı Esasi'nin yılmaz savunucusu haline gelen gazete, anayasa sayesinde Osmanlı vatandaşları arasındaki eşitlik vurgusunu her fırsatta öne çıkarır. Ona göre, Osmanlı Devleti'ni bundan sonra yola koyacak ideoloji Osmanlılık fikridir. Türk, Rum, Ermeni ve Yahudi tek bir kimliğin Osmanlılık kimliğinin altında tüm sorunların üstesinden gelebilecektir.

Hafiyeliğin ve sansürün ortadan kaldırılışı gazete için Osmanlı Devleti'nde Kanun-ı Esasi'nin yarattığı dönüşümün ürünleridir. Bu iki sorundan kurtulmak hem halk hem de basın için paha biçilemez.

Ermeni Katolik cemaatinin yaşamsal sorunları olduğunun da farkında olan gazete bu hürriyet ortamı sayesinde kendilerine çeki düzen verebileceklerini dile getirerek, Ermeni Katolik Patrikhanesi'ndeki tüm gelişmeleri yakından takip eder ve onlara yön verebilecek yazılar kaleme alır. *Mecmua-i Ahbar'ı* bir nevi kendi cemaati için toplum mühendisliğine soyunan bir yayın organı olarak da değerlendirilebilir.

## Kaynaklar

Artinian, V. (2004). *Osmanlı Devleti'nde Ermeni Anayasası'nın doğuşu 1839-1863*. (Z. Kılıç, Çev.). Aras Yayıncılık.

Baykal, E. A. F. (2019). *The Ottoman Press (1908-1923)*. Brill.

Brummett, B. (2003). *İkinci meşrutiyet basınında imge ve emperyalizm 1908-1911*. (A. Anadol, Çev.) İletişim Yayınları.

Dadyan, S. (2011). *Osmanlı'da Ermeni aristokrasisi*. Everest.



- Eldem, E. (2007). 26 Ağustos 1896 banka vakası ve 1896 Ermeni olayları. *Tarih ve Toplum Yeni Yaklaşımlar*. 5, 113-146.
- Eraslan, H. (2016). Osmanlı Bankası baskınının (1896) Osmanlı Ermeni basınında ele Alınışı [Yayımlanmamış doktora tezi.] Gazi Üniversitesi.
- Eraslan, H., & Eryılmaz, D. (2022). *Ceride-i Havadis*'in Ermeni harfleriyle Türkçe baskısı. *Erciyes İletişim Dergisi*.9(2), 931-949.
- Ergut, F. (2009). *II. Meşrutiyet'i yeniden düşünmek*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- İkinci meşrutiyetin ilk yılı 23 Temmuz 1908 – 23 Temmuz 1909*.(T. Edoğan, Ed.)
- İskit, S. R. (1939). *Türkiye'de matbuat rejimleri*. Matbuat Umum Müdürlüğü.
- Koloğlu, O. (2005). *1908 Basın patlaması*. Bas-Haş Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Kılıç, D. (2012). *Osmanlı Ermenileri arasında dini ve siyasi mücadeleler*. Atatürk Araştırma Merkezi.
- Kiskira, K. P. (1999). Yüzyılın çokuluslu İstanbul'unda Amerikan misyonerleri. İçinde Stathis, P. (Editör). *19. Yüzyıl İstanbul'unda gayrimüslimler*. (ss. 70-84). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Matossian, M. K. & Villa, S. H. (2006). *Anlatılar ve fotoğraflarla 1914 öncesi Ermeni köy hayatı* (A. Yılmaz, Çev.). Aras Yayıncılık.
- Mildanoğlu, Z. (2014). *Ermenice süreli yayınlar 1794-2000*. Aras Yayıncılık.
- Paboudjian P. B. & Kevorkian, R. H. (2012). *1915 Öncesinde Osmanlı İmparatorluğu'nda Ermeniler*. Aras Yayıncılık.
- Pamukciyan, K. (2002). *Ermeni harfli Türkçe metinler*. Aras Yayıncılık.
- Pamukciyan, K. (2003). *Biyografileriyle Ermeniler*. Aras Yayıncılık.
- Seyfeli, C. (2005). *İstanbul Ermeni Patrikliği*. Aziz Andaç Yayınları.
- Sonyel, S. (2009). *Osmanlı Ermenileri büyük güçler diplomasisinin kurbanları*. Remzi Kitapevi.
- Stepanyan, H. A. (2005). *Ermeni harfi Türkçe kitaplar ve süreli yayınlar bibliyografyası (1727-1968)*. Turkuaz.
- Şahin, G. (2008). *Osmanlı Devleti'nde Katolik Ermeniler Sivaslı Mihitar ve mihitaristler*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Ջեղրիկ (2007). *Անկում և սարկոցի 1910*. Amerikan Library of the Calouste Gulbenkian Foundation.
- Topuz, H. (1996). *100 Soruda başlangıçtan bugüne Türk basın tarihi: davalar, hapisler,saldırılar, faili meçhul cinayetler ve holdingler*. Gerçek Yayınevi.
- Yalman, A. (1970). *Yakın tarihte gördüklerim ve geçirdiklerim cilt:1 (1888-1918)*. Yenilik Basımevi.
- Yalman, A. (2018). *Modern Türkiye'nin gelişim sürecinde basın 1831-1913*. İş Bankası Yayınları.

### Gazeteler

- Gazetamızın 25inci sene-i devriyesi (1908, 25 Haziran). Mecmua-i. Ahbar
- Meclis-i Mebusan'ın içtiması (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.
- Kanun-ı Esasi ve yevm-ı mahsus-ı Osmanyen (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.
- Evropa ve Kanun-ı Esasi-i Osmani (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.
- Afv-ı umumi-i şahane (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

Ormanyan Patrik (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

Matbuat hürriyeti (1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

Yeğbayr menk enk (1908, 29 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

Şehr-i ayin-i milli (1908, 29 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

Hamd olsun biz de istifade ediyoruz (1908, 1 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

Ermeni Katolik cemaati (1908, 8 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

Patrik-i sabık Ormanyan (1908, 8 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

Biraz da fiilen iş görelim (1908, 8 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

Usul-ı meşruta (1908, 12 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

(1908, 25 Haziran). Mecmua-i. Ahbar.

(1908, 25 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

(1908, 29 Temmuz). Mecmua-i Ahbar.

(1908, 1 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

(1908, 8 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

(1908, 12 Ağustos). Mecmua-i Ahbar.

### Extended Abstract

In this study, it will be revealed how the re-declaration of Kanun-ı Esasi (The Constitution of the Ottoman Empire) in the Ottoman Empire on July 23, 1908, and after this event, the political, religious, and social developments in the Ottoman Empire were handled by *Mecmua-i Ahbar*, which the publication organ of the Armenian Catholic Community. The oppressive and prohibitive

attitude of Abdulhamid to the press during his 33-year rule ended with the proclamation of the Second Constitutional Monarchy, and the 24th of July became the symbol of the abolition of censorship from the national press and was accepted as the “journalists and press” day, which is still celebrated today. With the date of 25 July 1908, the newspapers were published for the first time in a long time without the control of the censor, and during the 9-month period until “the 31 March Incident”, it gained a colorfulness that it had not seen in the history of the Ottoman Press. Almost everyone from all kinds of religious and ethnic backgrounds constituting the Ottoman subjects started to discuss their liberal, national, conservative, socialist and anarchist ideas under the concepts of “Freedom”, “Equality”, “Brotherhood”, “Justice”. The Armenian press had a very important position in the Ottoman press, both quantitatively and qualitatively. In this environment of freedom created with the re-declaration of the Kanun-ı Esasi, the Armenian press would begin to experience its golden age in terms of the number and diversity of its newspapers and magazines, albeit for a short time.

*Mecmua-i Ahbar*, which started its publication life in Istanbul in 1884 in Armenian and Turkish with Armenian letters for the Armenian Catholic community, had celebrated its 25th anniversary about a month before the proclamation of the Second Constitutional Monarchy. This newspaper, which was a close witness of the Abdulhamid II period, was never closed by the Press Department, as it said, “because it adhered to the rules of the press regulation”. The newspaper was a significant leading periodical that conveys news for both the Armenian Catholic church and community in Istanbul and the Armenian Katoğikos in the East, asserting that it performs a unifying function among the Armenian Catholic community.

In addition to news regarding the Armenian Catholic community in the Ottoman countries and current events, the publication also features religious debates and letters from Armenian residents of Anatolia. The re-declaration of the

Constitutional Monarchy has also been a source of new hope for *Mecmua-i Ahbar*. According to the newspaper, the discrimination between Ottoman citizens will come to an end for the first time. No matter their differences in religion or ethnicity-whether they were Muslims, Christians, Armenians, Greeks, or Jews-everyone would continue to exist under the same flag and find solutions to their issues.

Missionary activities had a very important effect on the development of the Ottoman Armenian press, which emerged with the help of the state from the first half of the 19th century. The Ottoman Armenian community, which was a predominantly Gregorian society, met with the Catholic faith under the influence of Latin Missionaries from the middle of the 17th century, and from the beginning of the 19th century, the Protestant sect through the clergy from America.

The sectarian change of the Ottoman Armenian community in the 19th century also accelerated its development in the world of media. In this century, which they defined as the period of Cultural Enlightenment, the Armenian community started out with a bilingual structure: Turkish with Armenian letters and Armenian. The use of Turkish with Armenian letters appeared as one of the most important features of the Ottoman Armenian community at the beginning of the century. The national language gains importance with the emphasis on the return of the Young Armenians to the country under the influence of the French Revolution, and the protection of the Armenian language in order to develop the consciousness of nationalism. At the same time, during the modernization period, the Armenian community left the Classical Armenian "Grabar", which belonged to the old world, and switched to the "Asharabar" language, which they defined as the world language.

This newspaper, which got along well with the rules set by Abdulhamid II, published the official statement from the government on 25 July with the title of "Meeting of Chamber of Deputies". The

official announcement stated that the Parliament of Deputies would reconvene in accordance with the legislation and that the governorship and governor received the required instructions for the election to take place. in the left two columns. It is decorated with Abdulhamid's tughra. The slogan "Long Live My Sultan" is placed under the official communique. According to Server İskit, the people, who were systematically deprived of all political and social information during the reign of Abdulhamid, did not understand anything from this communique. In the first days when he learned the meaning of words such as "the law, freedom, equality, brotherhood", he did not know the necessity of this communique, and he considered it as "a blessing of the Sultan" and uttered the slogan "Long live my Sultan" at every appropriate opportunity had been brought good news.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\*(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, heraslan@ankara.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9938-968X

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Eraslan, H. (2023). Mecmua-i Ahbar'da İkinci Meşrutiyet'in İlanı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 133-147. <https://doi.org/10.47998/ikad.1268182>

# Büyükşehirlerde Toplumsal Etkileşimin Vuku Bulduğu Bir Alan Olarak Otobüsler: Ankara Örneği\*

Buses as an Area of Social Interaction in Metropolitans: The Case of Ankara

Ayşe MİRZA GİRGİN\*\*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 31.03.2023 ■ Kabul Accepted: 03.06.2023

## ÖZ

Bu çalışmada kişilerin kent yaşamında birbirleriyle etkileşime girme biçim ve yolları toplu ulaşım mekânı özelinde incelenmektedir. Büyük kentler çok çeşitli coğrafyalardan, kültürlerden, etnik, dini ve mesleki farklar taşıyan kişilerin bir araya geldiği ve birlikte yaşama kültürünü oluşturmaya, yeniden oluşturmaya ve sürdürmeye çalıştıkları yerlerdir. Tüm bu farkları bünyesinde barındıran ve kentsel ayrışma ile birbirinden uzak düşen kent sakinlerinin bir araya gelme mekânı ise kamusal alanlardır. Kahvehane, cami, hastane, park gibi alanlar kamusal alanların ilk akla gelen örnekleri olsa da, buralar genel olarak buldukları bölge ve semtin sosyal, ekonomik ve kültürel özellikleri ile sınırlı bir kamusal alan sergiler. Bu noktada toplu ulaşım araçları, diğer kamusal alanlardan içerdiği insan yelpazesinin çeşitliliği açısından ayrışır. Toplu ulaşım araçları tüm cinsiyetleri içeren, farklı semtler arasında yolculuk eden kişilerin bir araya geldiği ve dolayısıyla sınıfsal/kültürel geçişkenliğe izin veren bir mekân olarak, etkileşime giren yurttaşlar bağlamında daha kapsayıcıdır. Bu durum ise bir iletişim ortamının oluşmasına ve bu iletişimin içeriğinin daha zengin bir yapıda olmasına neden olabilir. Dolayısıyla bu çalışmada kentte önemli bir karşılaşma mekânı olan otobüslerde ortaya çıkan iletişimin mahiyeti, bireylerin gündelik yaşamlarındaki yeri ve etki potansiyelinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, 19-79 yaş aralığında üç farklı yaş grubundan, yarısı kadın yarısı erkek olmak üzere Ankara'nın farklı semtlerinde ikamet eden 30 kişiyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda, toplu ulaşım da bir araya gelen yurttaşların gündelik edimleri, iletişim ve etkileşim biçimleriyle bir yandan yaşadıkları toplumun genel bir yansımalarını sundukları öte yandan o toplumun kültür, siyaset ve gündelik yaşam gibi alanlarını durmaksızın yeniden inşa ettikleri görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Kent, Toplumsal Etkileşim, Toplu Ulaşım, Kamusal Alan, Otobüs.

## ABSTRACT

In this study, the ways and ways in which people interact with each other in urban life are examined in terms of public transportation space. Big cities are places where people from various geographies, cultures, ethnic, religious and professional differences come together and try to create, recreate and maintain the culture of living together. The meeting place of urban residents, who embody all these differences and can be separated from each other due to urban segregation, is public spaces. Public transportation vehicles, as a public space, are quite inclusive in the context of interacting citizens, as a place that includes all genders, where people traveling between different neighborhoods come together and thus allow class/cultural transition. This situation may lead to the formation of a communication environment and a richer structure of the content of this communication. Therefore, this study aimed to investigate the nature of communication, the place of individuals in their daily lives and the potential for impact in buses, which are an important meeting place in the city. For this purpose, in-depth interviews were conducted with 30 people residing in different districts of Ankara, half of whom were women and half men, from three different age groups, between the ages of 19-79. As a result of these interviews, the citizens who come together in public transportation, on the one hand, present a general reflection of the society they live in with their daily acts, communication and interaction styles, on the other hand, they reconstruct the areas of that society such as culture, politics and daily life.

**Keywords:** Urban, Social Interaction, Public Transport, Public Space, Bus.

\*Bu çalışma "Gündelik Yaşamda Kamusal Kent Mekânlarındaki Sosyal Karşılaşmalarda Etkileşim Pratikleri: Ankara Şehirliği Otobüslerinde Alan Araştırması" adlı doktora tezinden üretilmiştir.



## Giriş

Son yıllarda kişilerarası iletişim ve etkileşime ilişkin çalışmalar genellikle sosyal medya üzerine yoğunlaşmış olsa da, yüz yüze iletişim incelikli kuralları ve kişilerin yaşamlarındaki etki potansiyeli açısından önemini korumaktadır. Nitekim Sunstein'in (2002) de belirttiği gibi, günümüzde yeni medya kişilerin maruz kalacakları içerikleri kendi istek ve beğenileri ile filtrelemelerine ve dolayısıyla kendinden farklı olana kulaklarını kapamalarına yol açma gibi bir risk taşır. Burada da kentsel kamusal alanların önemi ortaya çıkar. Toplu ulaşım gibi, her cinsiyetten, yaştan, kültürden, siyasi görüşten ve geniş ekonomik yelpazeden kişilerin bir araya geldiği kamusal alanlar istenmeyen, düşünülmemeyen, önemsenmeyen konulara kulak misafiri olmak, toplumun değişik kesimlerinden kişiler hakkında gözlemde bulunmak ve daha önce bir araya gelin(e)meyen kesimlerden bireylerle sohbet etmeye girişmek gibi, kendinden farklı olanla temas etmek adına özgün bir mekânsal alan sunar.

Kamusal alanın taşınması gereken özellikler konusunda kimi ihtilaflar bulunmaktadır. Bu konuyu etraflıca inceleyen ilk kuramcı olan Jürgen Habermas, oldukça idealist, ancak kadınlar ve işçi sınıfı gibi toplumun büyük bir çoğunluğunu oluşturan kesimlerin varlığını yok sayan bir kamusal alan tanımı yapmış ve ardından gelen kuramcılar tarafından çokça eleştirilmiştir. Habermas (2014) kamusal alanı temelde "kamuoyuna benzer bir şeyin oluşturulabileceği bir alan" olarak tanımlamış, bu alana tüm yurttaşların girmesinin garanti altına alınması gerektiğini belirtmiş, burada yapılan tartışmaların bilgiye ve akla dayanması ve halk adına yöneticilere baskı uygulayan bir neticeyle sonuçlanması gerektiğini belirtmiştir. Ancak kendi sunduğu 18. yüzyıl kamusal alanı dahi bu özelliği tam manasıyla taşımamıştır. Habermas'ı eleştiren kuramcıların önde gelenlerinden Nancy Fraser (2014), Habermas'ı kamusal alana katılan yurttaşların toplumsal statülerinin bu alandaki etkisini görmezden geldiği, kadınlar ve işçiler gibi toplumsal kesimlerden kişilerin bu alanda varlık gösterememesini yok saydığı ve çoklu kamulardansa tek ve kapsayıcı bir kamusal alanı

tercih etmesi bağlamında eleştirmiştir. Keza çoklu kamular, madun ve ezilen kesimlerden kişilerin kendi alternatif kamularını oluşturmaları açısından işlevsel ve başarılı sonuçlar doğurabilme potansiyelini barındırır.

Bu bağlamda toplu ulaşım araçlarının kapsayıcı bir kamusal alan örneği söylenebilir. Bu mekânda bir araya gelen farklı kesimlerden kişiler, ortak bir zaman ve mekan paylaşımında bulunmanın yanı sıra birbirleriyle tanışıp, gündelik ya da siyasi konularda tartışmalar yürütebilirler. Her ne kadar burada bulunan kişiler Habermasçı anlamda amaçlı bir tartışma ve münakaşa niyetiyle bir araya gelmemiş, rasyonel bir tartışma yürütme "ehliyetleri" sorgulanabilir, kısa süreli ve geçici bir birliktelikte bulunan kişiler olsa da, bu kişilerin farklı olanla temas etmesi ve bunun bir değişime yol açabilmesi açısından toplu ulaşım önemli bir kamusal alana kapı aralar. Hatta kamusal alan olma bakımından bir eksiklik gibi değerlendirilebilecek bu özellikler, toplumsal etkileşim adına olumlu etkilerde bulunabilmektedir. Keza bu alanda bulunan sürecin geçiciliği, alanda bulunan kişilerin tanınmaması kurulan iletişimin daha özgür ve çekincesiz bir şekilde biçimlenmesine kapı aralayabilirken; kişilerin herhangi bir sınıfsal ve entelektüel kapasite ile sınırlı olmaması da kapsayıcılığın artmasını ve iletişimin zenginliğini sağlar.

Tüm bu zenginliklerin, çeşitliliklerin bir araya gelmesi ve etkileşime girmesi ise hem gündelik hem de toplumsal yaşamı dönüştürür. Giddens (2000) başkalarıyla etkileşim gerektiren gündelik rutinlerin yapılan şeylere bir yapı kazandırdığını ve dolayısıyla ilk bakışta oldukça önemsiz gözükken bu rutinlerin esasında o toplum yaşamı hakkında çok şey söyleyebileceğini belirtir. Bu rutinler ve yapılar toplumsal etkileşimle ve tek tek bireylerce inşa edildiği gibi, onlar tarafından değiştirilip dönüştürülür ve ayrıca daha büyük toplumsal yapılar hakkında da bilgi verir. Nitekim sistemler yaklaşımı gibi yaklaşımlar gündelik yaşamı bireysel tahakküm ve sömürünün gerçekleştiği bir uzam olarak görürler (Bennett, 2013). Bu doğrultuda hangi

kamusal alanlarda hangi fikirlerin daha rahatlıkla dile getirildiği o coğrafya, alan ve bölgede hangi fikirlerin baskın olduğu konusunda da bilgi verir. Ancak sembolik etkileşimcilerin de belirttiği gibi, toplumsal yaşamda hiçbir şey sabit değildir. Yani, bir dönem öznelere tahakküm altına alan fikir ve davranışlar, yine o toplumun bir parçası olan öznelere tarafından alaşağı edilebilir. Cooley (1918) bunun, toplumun bir organizma gibi faaliyet göstermesiyle gerçekleştiğini söyler. Bu organizma içerisinde her parça bir diğeri ile etkileşim haline girerek ona etki eder, dönüştürür, yeniden yapılandırır. Cooley gibi sembolik etkileşimin kurucu isimlerinden olan George Herbert Mead ise bu bütün-parça ilişkisinin kişinin benliğinde dahi bulunduğunu belirterek, “ben” ve “beni/bana” ayrımıyla bunu ortaya koymaya çalışır (Coser, 1997). Mead’e (1972) göre “beni/bana” kişilerin kendi tutumlarında toplumun örgütlenişidir. Yani kişinin toplumsal kimliği doğrultusunda, ondan beklendiği şekilde davranışdır. “Ben” ise tahmin edilemeyen ve kişinin toplumsal kimliğinin yanında kendi özgün kişiliğiyle ortaya koyduğu tavidir. Dolayısıyla her bir kişinin benliğinde hem toplumsal yapının örgütlenişi hem de kendi biricikliği bulunmaktadır. Kişinin toplum içerisindeki varlığını sağlayan “beni/bana” iken, toplumu dönüştüren “ben”lerin varlığıdır. Dolayısıyla hem kişiler hem de toplumlar bir yanıyla yapıların bir yansımaları sunarken; bir yanıyla da o yapıların değişimini sağlarlar.

Herbert Blumer kendinden önceki tüm bu görüşleri sembolik etkileşim adıyla kavramsallaştırır ve üç temel önerme öne sürer. Bu önermelerde anlamın kişilerin davranışlarına şekil veren temel güç olduğunu, anlamın diğer insanlarla etkileşim sürecinde inşa edildiğini ve anlam değişimlerinin de etkileşim sürecindeki yorumlama ile değiştiğini vurgular (Wallace ve Wolf, 2020). Keza yapılar ve sistemler ne eylem kapasitesine sahiptir ne de anlamları yorumlama gibi bir yetiye sahiptir (Layder, 2006). Bunu ancak insanlar yapabilmektedir. Öte yandan aile, din ya da şirket gibi tüm kurumlar da insanların bir araya gelmesiyle oluşur. Geçmişten günümüze tüm yapıların geçirdikleri değişimler,

insan düşüncesinde meydana gelen gelişmelerle mümkün olmuş ve hiçbiri diğerleriyle aynı olmamıştır (Paloma, 2010).

Neticede sembolik etkileşim kuramcılarının da vurguladığı gibi toplumsal anlamların temellerine bakmak, bu anlamların nasıl oluştuğunu, değişim geçirdiğini veya değişime direndiğini gözlemlemek için toplumsal etkileşim süreçlerini incelemek gerekmektedir. Bu noktada sembolik etkileşimci görüşlerin kentleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıktığı unutulmamalıdır. Temelde Chicago Okulu ekolünden gelen sembolik etkileşimciler, kentleşmenin toplumda yarattığı değişimleri anlamak amacıyla çalışmalarına yön vermişlerdir. Dolayısıyla bu çalışmanın ilk bölümünde büyükşehirlerin kişilerarası etkileşimde ne gibi bir rolü olduğu Ankara özelinde incelenecektir. İkinci olarak büyükşehirlerde gündelik yaşamın akışı için temel gerekliliklerden biri olan toplu ulaşım araçları, toplumsal etkileşim bağlamında incelenecektir. Büyükşehirlerde kentsel yayılımın genişliği, nüfus yoğunluğunun fazlalığı ve gündelik yaşamın hızlı akan ritminin bir sonucu olarak toplu ulaşım araçlarına kırsal yerleşimlere nazaran daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla bu araçlarda kentin farklı bölgelerinde yaşayan, kültürel, sınıfsal ve eğitsel çeşitlilikleri bünyesinde barındıran kesimlerden yurttaşlar bir araya gelip toplumsal etkileşime girmekte ve kendileri ile diğerlerinin anlam dünyaları arasındaki farkları keşfetmekte, münazara etmekte ve bazen yeni anlam dünyalarına geçiş yapabilmektedir.

Bu görüşler, çalışma kapsamında 3 yılı aşkın bir zaman diliminde, otobüslerde yürütülen katılımlı gözlem yoluyla keşfedilmiştir. Ancak katılımlı gözlem metodunun, sadece araştırmacının görüşleri ile sınırlı kalma gibi bir çıkmazı olabileceği için, ayrıca 30 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.<sup>1</sup> Bu kişilerin aktif olarak otobüs kullanmaları temel kistas olmuş, bunun yanında 18-30, 30-60 ve 60 yaş üstü olmak üzere 3 ayrı yaş kategorisi oluşturularak, yaşın anlam oluşumu ve münazarasındaki farkları da açığa

1 Görüşülenlerin demografik özellikleri için bkz. (Mirza Girgin, 2022: 117).

çıkarılmak istenmiştir. Bir başka değişken de cinsiyet olmuştur. Nitekim toplumsal cinsiyet gündelik yaşamın her alanında olduğu gibi, toplu ulaşım mekânındaki deneyimin biçimlenmesinde de temel bir belirleyicidir.<sup>2</sup> Bu nedenle eşit sayıda kadın ile erkek görüşülenle mülakat yapılmıştır. Mülakatlar 25.03.2021-15.06.2021 tarihleri arasında Ankara'da yapılmış ve görüşülenlere yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Bu soruların büyük bir bölümü otobüslerde yapılan katılımlı gözlem sürecinde oluşturulmuş olsa da, mülakat sürecinde son haline ulaşmıştır.<sup>3</sup> Tüm görüşülenlere kartopu örneklem yöntemiyle ulaşılmış ve araştırmada kapsamında kod isimleriyle anılmışlardır. Kod isimler görüşülenlerin cinsiyeti, yaş aralığı ve görüşme yapıma sırasına göre oluşturulmuştur. Buna göre örneğin K-(60+)-1 kod ismi görüşülenin kadın, 60 yaş üzerinde ve ilk görüşme yapılan kişi olduğunu belirtirken; E-(18-30)-2 görüşülenin erkek, 18-30 yaş aralığında ve ikinci kişi olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın birtakım sınırlılıkları da bulunmaktadır. Ulaşım aracının yapısı, yolcuların iletişime girme olasılıklarını ve bu iletişimi sürdürme biçimlerini etkilemektedir. Her bir ulaşım aracı özelinde ayrı bir araştırma yürütmek kapsam dâhilinde olanaksız olduğu için, otobüsler toplu ulaşım araçları açısından sınırlılığı oluşturmuştur. Nitekim yolcuların diğer kişilerle en çok iletişime geçtikleri toplu ulaşım aracının otobüsler olduğu görülmüştür. Görüşülenler açısından sınırlılıklar ise 18 yaş altı gençler ve çocuklar ile engelli bireylerin yokluğudur. Çocuklarla yapılacak olası görüşmelerin velileri ile gerçekleştirilmek zorunda olması görüşülenin soruları açıklıkla cevap vermesi önünde bir engel oluşturabilme riski taşımaktadır. Engelli bireylerle mülakat yapılması ise farklı bir etik süreci gerektirmektedir. Bu nedenle bu iki kesim araştırma kapsamı içerisine dahil edilememiştir.

### **Büyükşehir ve Kişilerarası Etkileşim**

Kent ve kır yaşamı yaşam ritmi, insan çeşitliliği,

insanların birbirleriyle yakınlıkları ve dolayısıyla geliştirdikleri ilişkiler ve kültürel yapı gibi unsurlar açısından birbirinden oldukça farklıdır. Kentin insan yaşamı ve iletişimde yarattığı etkiler üzerine en çok kafa yoran kuramcılardan biri Georg Simmel'dir. *Metropol ve Zihinsel Yaşam* kitabında bu konuya eğilen Simmel (2005), kentin kişiler üzerindeki en büyük etkisinin hız olduğunu söyler. Gün içerisinde hızlı akan bir hayat dizgesinin içerisinde yer alan kişiler, çevrelerindeki tüm değişkenlere aynı dikkati veremeyecekleri için, zihni sağlıklarını koruyabilmek adına etraflarındaki uyarılara daha az dikkat etmeye başlar. Taşrada daha sakin bir yaşam temposu ve birbirleri hakkında az çok fikir sahibi olunan kişiler varken; şehirde yaşam oldukça hızlı akar ve bu süreçte tanınmayan çok sayıda kişi ile temas edilir. Taşrada tüm bir yerleşim biriminde olan kişi sayısı, şehirde bir apartman ya da iş merkezinde mevcudiyet gösterebilir. Dolayısıyla kişiler tüm bu diğerlerine aynı dikkat ve özeni gösteremeyecekleri için dış dünyaya karşı bir mesafe alır, kalbinden ziyade aklıyla hareket eder ve kendini korumayı temel hedef edinir.

Kimi kentlilerin, özellikle de daha kırsal bölgelerden şehirlere gelen kişilerin rahatsız oldukları bu durum, çalışma kapsamında görüşülen kişiler tarafından da sıklıkla dile getirildi. Görüşülenler temel olarak büyükşehirlerin kişilerarası iletişimde yabancılaşma, mesafe, iletişimsizlik, umursamazlık, samimiyetsizlik ve güvensizlik gibi etkiler yarattığını vurguladılar. Fakat şehre ilk geldiklerinde şaşırıp, hoşnutsuz oldukları bu duruma zamanla kendilerinin de adapte olduklarını belirttiler. Örneğin daha kırsal bir bölgeden Ankara'ya okumak için gelen K-(30-60)-8, Ankara'ya ilk geldiği zamanlarda alışveriş yaptığı yerlerde "hayırlı işler, günaydın" gibi sözlerine karşılık bulamadığında çok şaşırıldığını, kendi geldiği yerde bunun çok anormal sayılacağını belirtti. Ancak bunun yanında geldiği bölgede sürdürdüğü iletişimi burada devam ettirmesinin de tam olarak mümkün olmadığını, çünkü Ankara'ya geldiği ilk zamanlarda

2 Bu makale kapsamında toplumsal cinsiyetin toplu ulaşımında yarattığı deneyim farkına yer verilememiş olsa da, ayrıntılı bilgi için bkz. (Mirza Girgin, 2022: 254-266).

3 Mülakat soruları için bkz. (Mirza Girgin, 2022: 355).

şehir merkezinde yolda kendisini durdurup bir şey sormak isteyen kişilere durup kulak verdiğini, ancak bu kişilerin genellikle dilenen veya anket yapmak isteyen kişiler olduklarını zamanla anladığını, artık bu kişilere sadece “iyi günler” dileyip geçmeyi “öğrendiğini” söyledi.

Görüşülenin ilk vurguladığı husus olan, nezaket kurallarının hiçe sayılması Simmel’in (2005) “bezgin tavır” kavramı ile açıklanabilir. Yazar, kentli insanın, iletişime girdiği her bir insanla samimi ilişkiler kurmanın yükünü kaldıramayacağı için, ilişkilerini mesafelendirdiğini söyler. Bu mesafelendirme temelde komşular gibi, kırsal bölgelerde önemli bağlar kurulan kişilere karşı uygulanabileceği gibi, nezaketin söz konusu olduğu durumlarda müşterilere de uygulanabilir. Nitekim mesafe burada bir anlamda kayıtsızlık halidir. Bu kişiye yöneltilen “hayırlı işler” gibi iyi bir niyete de, size cevap vermeyen nezaketsiz bir kişiye de bir noktada kayıtsız hale gelmektir. Keza Simmel’in de dediği gibi şehir yaşamında gün içerisinde bu gibi çokça davranışla karşılaşan bireyler, bunların her birine yoğunlaşacak olsa, zihni büyük ihtimalle bu yükü kaldıramayacaktır.

Kırsal kesimden gelen ya da kentleşmeyi geç yaşayan kişiler için gayriinsani ve soğuk gözükene bu iletişim biçiminin oluşmasında güvensizlik de pay sahibidir. E-(60+)-28 ve E-(30-60)-2 adlı görüşülenler büyükşehirlerde şehrin büyümesine koşturucu olarak insanların gitgide birbirlerine güvenlerini kaybettiklerini, bu durumda insanları tanımanın giderek güçleşmesinin de payı olduğunu söylediler. Küçük yerlerde biriyle yeni tanışılrsa dahi ortak tanıdıkların çıkma veya o kişinin izini bulabilme ihtimalinin daha fazla olduğunu söyleyen görüşenler, şehirde böyle bir imkânın olmamasının, yabancılara karşı temkinli yaklaşmayla sonuçlandığını dile getirdiler.

Öte yandan şehirlerdeki bu mesafeli tavır, herkesin gönüllülükle uyduğu ve kabul ettiği bir durum değildir. Orta yaş üstü ve özellikle kadın olan görüşülenler, kamusal alanlarda kendi yaş gruplarından kadınlarla kolaylıkla iletişim kurabilme becerisine sahip gözükmemektedirler.

Örneğin K-(30-60)-21, köyden Ankara’ya taşındığında, tanıdıklarının ona kente geldiklerinde yaşadıkları boşluğu anlattıklarını ve şehirde arkadaş edinmenin güç olduğunu söylediklerini, ancak kendisinin hiç böyle bir sorun yaşamadığını, otobüste bile kolaylıkla arkadaş edinebildiğini söyledi. K-(60+)-17 ise şehirdeki bu mesafeli ilişkilenemeyi kendi gayretleriyle aştığını, semt değiştirirse dahi, girişken tavırlarıyla yeni ortamına adapte olmak için çaba sarf ettiğini belirtti.

Genellikle kente özgü kabul edilen kişilerarası mesafelenme, yabancılaşma ve samimiyet yitiminin mekânsal ya da zamansal bir mefhum olup olmadığı da ayrıca sorgulanabilir. Nitekim E-(30-60)-2 köyündeki eski toplumsal ilişkilene biçimlerinin de artık geçerliliğini yitirdiğine dikkat çekti. Eskiden hangi evde ne pişse komşulara ikram edildiğini, maddi-manevi dayanışma ilişkilerinin oldukça sağlam olduğunu söyleyen görüşülen, bu adetlerin günümüzde uygulanmadığını, eskiden şehirden gelenlere ücretsiz verilen yiyecekleri artık köyünde daha pahalıya satın aldığını, bir anlamda “köylünün de uyandığını” söyledi.

Küçük yerleşim yerlerindeki samimiyetinin bir aldatmaca olduğunu dile getiren K-(30-60)-3 ise, oralardaki ilişkilenemelerin zoraki doğasına dikkat çekti. Kırsalda çevrende kim varsa onlarla arkadaş, eş, dost olunabildiğini belirten görüşülen, kentlerde ise kişilerin çevresindeki insanları bilinçli olarak seçtiğini, rıza ve iradeyle paylaşımlarda bulunduğunu ve bunun ona daha samimi geldiğini ifade etti. Nitekim Durkheim organik ve mekanik dayanışma kavramlarıyla bu durumu açıklar. Kır toplumlarında hâkim olan mekanik dayanışma, cemaat kültürünün bir sonucudur ve ortak inanç, gelenek gibi iradelere dayanır. Kentlerde ise cemaatin yerini cemiyet alır ve buralarda hâkim olan organik dayanışma rasyonalite, bağımsızlık, bireysellik ve yüksek bir iradenin sonucudur. Bu nedenle de Durkheim, zorunlu bir birliktelik olarak gördüğü cemaat toplumlarının dayanışmasını mekanik; daha çok seçime dayalı ve doğal olduğunu düşündüğü cemiyet toplumları dayanışmasını da organik dayanışma olarak adlandırır (Kivisto, 2020).



Kentlerdeki mesafeli toplumsal ilişki biçimleri genellikle olumsuz bir durummuş gibi ele alınsa da, Durkheim'a benzer biçimde, Simmel'in (2005) de dikkat çektiği gibi, bu ilişkilene tarzının insanları özgürleştiren bir yanı vardır. Çünkü kentlerde, kırsaldakinin aksine, ihtiyatlı ve mesafeli tavrın olağanlığı sonucu, komşular gibi fiziksel olarak yakın olunan kişilerle zorunlu olarak yakın bağlar kurulması zorunlu değildir. Keza böylesi yakınlıklar kişilerin diğerlerini gözetleme ve onların yaşamı hakkında görüş bildirme gibi olasılıklara kapı aralar. Yakın bir iletişimin yokluğu ise bu kişisel yaşama müdahil olma ve yargıda bulunma durumunu bertaraf eder. Dolayısıyla şehirlerde bireylerin kimlerle ne oranda samimi ilişkiler kurabileceğini seçebilmesi onları geleneksel bağların kısıtlayıcılığından azade eder. Bauman (2010) bu fiziksel yakınlık ile manevi uzaklığın bir aradalığına sıfırlama der.

Öte yandan kişisel özgürleşme bağlamında Simmel'in (2005) vurguladığı bir diğer husus, şehrin genişliğine koşut bir biçimde ekonominin, entelektüelliğin ve kişiselliğin de artmasıdır. Şehirlerin birer ticari merkez olması, eğitim ve sanat kurumlarının buralarda yoğunlaşmasına ve dolayısıyla eğitilmiş ve entelektüel kesimlerden kişilerin de buralara rağbet etmelerine neden olur. K-(18-30)-6, bu savlarla uyumlu bir biçimde Ankara'ya Muğla'dan geldiğini, Muğla'da şehrin küçüklüğünden dolayı gittiği yer ve görüştüğü kişilerin sınırlı olduğunu, Ankara'da da çok farklı yerlere gitmese de, yüksek lisans yapmasının etkisiyle, etrafındaki insan profilinin oldukça değiştiğini, bunun da onun akademik yetkinliğini geliştiren bir unsur olduğunu söyledi. E-(18-30)-12 ise kent ve kır yaşamının farklarını şu şekilde dile getirdi:

Şehirde olmak bence etkiliyor insanı. Ona göre davranıyoruz. En basitinden vasıta kullanıyoruz ilişkilerimiz ona göre şekilleniyor. İşte barlar var, mekânlar var... Köyde olsaydım bunların hiçbirine maruz kalmayacaktım. Küçük yerlerde yaptığın şey belli, yapman gerekenler belli uyandırdığında. Dışarı çıkınca kimleri göreceğin belli. Şehirde öyle değil. Otobüse binince kaza da yapabilirsin, biriyle kavga da edebilirsin. Biri denk gelir işte onunla takılırsın içmeye gidersen...

Görüşülenin de vurguladığı üzere şehirlerin en önemli özelliklerinden biri tesadüflükleri içinde

barındırmasıdır. Bireylere gelişimleri, hayatlarındaki insan ve aktivite çeşitliliğini seçebilmeleri gibi pek çok olanak sunmasıdır. Ancak kentlerdeki olanakların zenginliği ve yaşamın hızlı akan ritmi gibi unsurlara dair algı, kişilerin entelektüel kapasiteleri ve yaşam deneyimi gibi unsurların etkisiyle biçimlenir. Kendini geliştirmeye, yeniliklere açık ve muhtelif ilgi alanları olan bir kişi için şehir pek çok imkân barındırırken; ilgi alanları sınırlı kişiler için kırsaldan bir farkı olmayabilir.

Kişisel deneyim stoklarının oluşturduğu algı farkları bir kenara bırakıldığında, Ankara'nın Kızılay, Bahçelievler, Tunalı gibi merkezi bölgelerinin genel olarak hızlı akan bir ritminin olduğu çok tartışılır değildir. Bu da kentlilerin, Manning'in (2007) de işaret ettiği gibi, sosyal ilişkilerini kolaylaştırmak adına çoğunlukla "otomatik pilotta" davranmalarına neden olur. Kişiler belirli mekânlarda belirli şekillerde davranır, benzer sorulara ya da tavırlara aynı şekilde yanıt verirler. Elbette bireyler bu ezbere tepkilerini yaşamları boyunca edindikleri deneyim ve bilgiler ışığında inşa ederler. Dolayısıyla büyükşehirlerin kalabalığında atomize olmuş bir biçimde yaşayan kentliler, karşılıklı ilişkilerini genellikle ezbere davranışlarla ve duygusal bir mesafe alarak kurarlar. Bu noktada bir adım öteye giderek, kentlilerin kamusal alanlarda birbirleriyle hangi durumlarda iletişime geçtiklerine bakmak, bu etkileşim ve iletişim biçimlerini ele almaya yardımcı olabilir.

### **Toplu Ulaşımında İletişim ve Etkileşim Pratikleri**

Kent içerisinde birbirlerini tanımayan yurttaşların etkileşime geçtikleri mekânların başında gelenlerinden birisi toplu ulaşım araçlarıdır. Kapalı bir ortamda, değişken sürelerde, zorunlu bir ortak alan kullanımı pek çok soruyu, sorunu ve çözümü beraberinde getirir. Mekânın özellikleri etkileşim biçimlerini şekillendirir, fakat bunun yanında, toplu ulaşım araçlarında farklı yaşlardan, mesleklerden, gelir gruplarından, sınıfsal aidiyetlerden, politik konumlanışlardan ve eğitim düzeylerinden yolcuların var olması da olası bir iletişim ortamının doğmasına yol açar. Çünkü bu çeşitlilikteki bireylerin diğerlerine bakış açısı,

toplulukta uyulması beklenen kurallar ve ortamın gerekliliklerine dair beklentileri birbirinden farklıdır.

İletişim ve etkileşimin ortaya çıkmasında toplu ulaşım aracının türü ve haftanın günleri ve günlerin saatleri de etkili olur. Metro, Ankaray ve tren gibi çok sayıda durağı olan, yani farklı semtlerden yolcuların bulunduğu araçlar kişilerarası ilişkileri bir nebze daha mesafelendirirken; belirli semtlerin otobüs ve dolmuşları o semtlerde oturan kişileri ortaklaştıran –ekonomik, sosyal, kültürel- daha çok nüvenin bulunması nedeniyle iletişim faaliyetlerini daha kolaylaştırıcı bir etkiye neden olabilmektedir. Hafta içi mesai saatlerindeki kalabalık ortam ve günün yorgunluğu toplu ulaşım araçlarında birçok soruna yol açar ve bu durum da zorunlu iletişim ve etkileşim hallerinin artmasına vesile olur. Hafta sonları ise yolcular hafta içine nazaran daha telaşsız olduğu için olası sorunlar azalır veya bu sorunlar daha kolaylıkla çözülebilir.

Yolcuların hangi şartlarda iletişime girdiklerine bakıldığında, yol sorma, yardım isteme, birbirini uyarma, sohbet etme, siyasi ya da işlevsel nedenlerden kaynaklanan tartışmaların ön plana çıktığı görülür. Toplu ulaşımın zorlu koşulları, her ne kadar burada olumsuz bir iletişim ortamının daha çok hâkim olabileceği yanılgısına yol açsa da, bu çalışmada bireylerin daha çok dayanışma ilişkileri nedeniyle iletişime geçtiği görülmüştür. Haberde olumsuz olanın ilgi çekmesi gibi, gündelik yaşamda da seslerin yükselmesi, olası tartışmalar insanların daha çok dikkatini çeker. Buna karşın karşılıklı nezaket, yardımlaşma gibi haller sessizce ve dikkatlerden azade bir şekilde daha yaygın olarak gerçekleşir

Olağan yardımlaşma halleri grubunda ele alınabilecek olan küçük yardımlaşma ilişkilerinin başında kart ve bakiye sormak gelmektedir. Her geçen gün gelişen teknolojiler sayesinde bu sorun büyük oranda çözümlenmiş olsa da, henüz bitmemiştir. Görüşülenlerin büyük çoğunluğu kart sıkıntısı yaşayan kişilere yardımda bulunduğunu belirtti. Ancak bu süreç kendisine kart basılan kişinin, yardımcı olan kişiye para vermek istemesi ve diğerinin almak istememesi gibi karşılıklı

nezaket davranışı nedeniyle sıkıntılı bir süreç haline bürünebilmektedir. Bu nedenle, örneğin E-(30-60)-20 kartını vermeden önce karşısındaki kişiyle para alışverişi yapmayacağı konusunda anlaştığını söyledi. E-(30-60)-22, kart ihtiyacı olan birini gördüğünde, hiç iletişime girmeden doğrudan kartını okutup geçtiğini, onun gözlemlerine göre insanların yüzde sekseninin de bir karşılık beklemeden diğer kişilere kartını verdiğini belirtti. Öte yandan bu durumun bazı kişilerce suiistimal edildiğini söyleyen K-(60+)-24, başkalarından kart istemeyi alışkanlık haline getiren, her sabah otobüse binip başkalarından ricacı olan bir kişiye tanık olduğunu aktardı. Bu örnek bazında, toplumsal etkileşimin öncelikle belirli durumlarda ne gibi farklı davranış şekilleri olduğunu öğrenme açısından kişilere yardımcı olduğu söylenebilir. Öte yandan bu örnek belirli bir toplumdaki dayanışma ilişkileri ve nüfusun ekonomik durumunun davranışlara yansımaları gibi sosyolojik göstergeleri barındırır. Gelir düzeyinin düşük olduğu bir semtte yolcular ücret mukabilinde diğerlerine yardımcı olabilirken; bir diğerinde ücret alınmaz ya da daha bireyselci bir kültürel yapının hâkim olduğu bir yerde ücret alınırken; daha dayanışmacı olunan bir yerde ücret alınmayabilir. Kişiler de toplumsal etkileşim sürecinde gözlemledikleri davranış seçeneklerinden kendilerine uygun buldukları tutumlardan birini seçerek davranışlarını bu şekilde biçimlendirebilirler.

Yukarıdaki dikkat çeken bir diğer durum, özellikle sabah saatlerinde, düzenli olarak aynı saatte otobüse binen kişilerin zamanla birbirlerini tanımaları ve bunun bazen bir arkadaşlığa yol açması, bazen de o kişiler hakkında tahminler yürüterek hayal gücünün işletilmesine vesile olmasıdır. Genel olarak görüşülenler otobüste yeni arkadaşlıklar kurmadıklarını söyleseler de, kimisi otobüste yüz aşinalığı olduğu 10-15 kişinin bulunduğunu (K-(18-30)-4), kimisi 7’de ya da 8’de binmesine göre de farklılık gösteren, farklı semtlerin otobüslerinde dahi yüzü tanıdık gelen kişilerin olduğunu ve bu kişilerle birbirlerine baş selamı verdiklerini (K-(30-60)-5), K-(18-30)-10 böyle kişilerle merhabalaştıklarını, K-(18-30)-13 ve E-(18-30)-29 bu kişiler hakkında tahminlerde

bulunmaya çalışıp yolculuğu kendileri için daha eğlenceli bir hale getirmeye çalıştıklarını, E-(18-30)-23 ve K-(18-30)-6 ise sürekli karşılaştıkları kişilerin inip bindikleri durakları dahi bildiğini söylediler. Goffman (2016) buradakine benzer şekilde gerçekleşen baş selamı ya da merhabalaşmak gibi eylemleri destekleyici değiş tokuş ve ritüel olarak adlandırır. Keza toplumsal temasların çoğunlukla olumlu bir görünüm arz etmediği bu gibi kamusal alanlarda kişilerin birbirlerine nezaket sunmaları önemli bir toplumsal ritüeldir. Bunun nedeni bu tip ritüeller formalite icabı yapılsa da, nihai bir değer nesnesine saygı sunmayı içermesindedir.

Diğer taraftan bu yüz aşinalıkları bazen daha ileri boyutlara taşınıp, arkadaşlık ya da partnerlik ilişkilerinin doğmasına da vesile olabilir. Otobüsü bir "aile ortamına" benzeten K-(60+)-24, sürekli karşılaştığı kişilerle zamanla sohbet etmeye başlayıp ahbab olduklarını, birbirlerine iş dahi bulduklarını anlattı. K-(30-60)-21, kadınlarla kaynaşıp arkadaşlık kurma konusunda rahat olduğunu, toplu ulaşımda tanıştığı arkadaşlarıyla işe giderken otobüste bulduklarını ve sohbet ede ede gidecekleri yere ulaştıklarını dile getirdi. E-(30-60)-25 muhabbet ettiği kişilerle ortak ilgi alanlarının arkadaşlık kurmada bir etken olduğunu ve ortalama her yıl otobüste biriyle tanıştığını, E-(30-60)-25 ise kendisinden yaşça büyük bir "amcayla" otobüs arkadaşlığı kurduğunu ve onun yaşam öyküsünü dinlemekten oldukça keyif aldığını ifade etti. Otobüslerde aşk öykülerinin ortaya çıktığını sıklıkla işittiğini söyleyen veya flört girişiminde bulunan/bulunulan görüşülenler olsa da, böyle bir deneyim yaşayan bir görüşülen bulunmaktadır. K-(18-30)-6 otobüslerde platonik âşıkları olsa da sadece bir kişiyle ilişki kurduğunu, ancak 3 ay süren bu ilişkinin karşısındaki kişi umduğu gibi çıkmadığı için son bulduğunu belirtti.

Bu noktada Goffman'ın izlemin yönetimi kavramı önemlidir. Çünkü diğer insanlarla yakın bağlar kurulmayan hallerde, onlara dair beklentilerimiz ve kavrayışımız genellikle bu kişilerin çizdiği imaj ile bizlerin yaşam deneyimi ve yorumlama kabiliyeti ile sınırlıdır. Otobüs gibi kamusal alanlarda, hakkında herhangi bir şey bilinmeyen kişilere

dair çıkarımlarda bulunurken de dış görünüş ve davranış şekilleri insanların ilk dikkat ettiği unsurlardır. Bu süreçte Goffman (2014b) gündelik yaşamda her bir kişinin bir sahnedeymişçesine performans sergilediğini ve izleyiciler için, bilgi edinme açısından, işleri kolaylaştırabilecekleri gibi, zorlaştırabileceklerini de söyler. İzleyiciler, yani bir insana bakıp onun hakkında fikir yürütmek isteyen kişiler, verilen ve yayılan izlenimlere maruzdurlar. Verilen izlenimde sözler ön plandayken; yayılan izlenimde çok çeşitli eylem ve hareketler söz konusudur. Verilen izlenim daha çok performans sergileyen kişinin denetimindeyken, yayılan izlenim yoluyla karşısındaki kişiyi inceleyen kişi, ideal performanstan sızan çelişkili yönleri yakalayıp, performansın ötesinde, karşısındaki kişi hakkında daha gerçekçi bilgilere ulaşabilir. Örneğin kendisini çok titiz ve özenli göstermek isteyen bir kişinin çantasının pis şeylerle dolu olduğunun görülmesi onun inşa etmeye çalıştığı bütün bir imajı yerle bir edebilir. Nitekim kişiler gün içerisinde girdikleri pek çok ortamda, o ortamın gerekliliklerini sağlayan bir maske ile dolaşmaya gayret ederler. İş yerinde daha resmi, aile yanında daha kontrollü, arkadaşlarının yanında ise umursamaz ve samimi bir benlik izlenimi sunabilirler.

Bu çalışma kapsamında fikirlerine başvuru alan görüşülenler toplum içerisinde izlenim edinme araçları olarak kıyafet, aksesuar, koku, saç, sakal, makyaj gibi fiziki ve maddi öğeler ile bakış, tavır, davranış, mimik ve konuşma şekli gibi manevi ve sosyal yönleri odaklandıklarını belirttiler. Görüşülenlerin çoğunluğu dış görünüşe göre karşısındaki kişilere dair ilk izlenimlerini oluşturduklarını belirttiler de bu yönde edindikleri izlenimlerin onları çoğu zaman yanıltabildiğini de ifade ettiler. Bu durum oldukça olağandır, zira Bauman'ın (2010) belirttiği gibi bireylerin kendilerini dış dünyaya tanıtmak amacıyla kullandıkları kıyafet gibi simgesel ve göstergesel unsurlar, onların ait oldukları değil, ait olmak istedikleri gruplara ilişkin olabileceği gibi, kişilerin kendilerini gizlemeleri için bir araç haline gelebilirler. Nitekim K-(18-30)-13 giyiminden, tavrından yola çıkarak kültürlü ve eğitilmiş biri gibi düşündüğü kişinin, yaşlı bir kadına bağırduğunda

çok şaşırdığını; K-(18-30)-6, durakta ona otobüsün gelmesine ne kadar olduğunu soran, sıradan bir “dede” gibi algıladığı kişinin yazar olduğunu öğrendiğinde kendini mahcup hissettiğini örnek verdi. Bu noktada kişilerin gerçek benliklerinin konuştukları zaman açığa çıktığını söyleyen görüşülenler, Goffman'ın bir kişiyi analiz ederken yayılan izlenimlerin, verilen izlenimlerden daha fazla ipucu verdiği savının tersine işlediği görüldü. Elbette yayılan izlenimler de insanların gerçek benliklerine dair ipuçları yakalamak için oldukça kullanışlıdır, ancak sadece gözlem yoluyla bir kişi hakkında çok az veriye sahip olunabileceğinden, sözel iletişim de bu gibi kamusal alanlarda önemli bir bilgi edinme aracı haline gelebilmektedir. Bu noktada atlanmaması gereken bir husus da bir kişiyi analiz ederken, performans sergileyenler kadar, izleyicinin yorumlama kapasitesinin de önem taşımasıdır. Özellikle yabancı kişilerle olan iletişimi başlatan tetikleyici, çoğu zaman kişilerin karşılarındaki kişiyi kendine yakın ve benzer bulmalarıdır. Ancak sohbet başlanınca böylesi gözlemlerin boşa çıkması, bireylerin kurdukları iletişimi sonlandırmalarına ya da yeniden yapılandırmalarına yol açar.

Otobüste edilen muhabbetlere bakıldığında, en öne çıkan konu siyasi konuşmalardır. Toplu ulaşım kamusal alan niteliği de kazandıran bu sohbetler seçim dönemlerinde ve önemli toplumsal/siyasal olayların meydana geldiği zamanlarda artış göstermekle beraber, görüşülenlerin bazılarında göre her gün (E-(30-60)-18, E-(60+)-9 ), bazısına göre üçte bir oranında (K-(30-60)-5), %70-80 oranında (E-(30-60)-2), ya da nadiren (E-(60+)-28, E-(60+)-19) karşılaşılan konuşmalardır.

Siyasi konuşmaların ortaya çıkma sıklığı konusunda bir uzlaşma olmasa da, görüşülenlerin hemfikir oldukları hususlardan biri, bu konuda genel bir toplumsal kutuplaşmanın olmasıdır. Görüşülenler bu minvaldeki konuşmaların AKP-CHP aksında yürütüldüğünü ve semtlere göre bu partilerden birini tutanın baskın olabildiğini söylediler. K-(18-30)-15, Pursaklar otobüsünde AKP, Çankaya otobüslerinde de CHP yanlısı kişilerin konuştuğunu; E-(30-60)-11 de Karapürçek'te AKP,

Çankaya otobüslerinde de CHP yanlısı konuşmalara tanık olduğunu ve bu semtlerdeki kişilerin politik yönelimlerinin tersine konuşmaların tepki ile karşılanacağını söyledi. Her semt bazında böylesi baskınlıklar söz konusu olmasa da bazı semtlerdeki siyasi konuşmaların tek yönlü fikir sunma şeklinde gerçekleştiği ve çoğunlukla aynı görüşlere sahip kişilerin siyasi eleştirilerini dile getirerek (K-(18-30)-13) bir rahatlama sağladıkları söylenebilir. Örneğin K-(18-30)-6, Tuzluçayır'da oturanların genellikle solculardan oluştuğunu, bu kişilerin genellikle iktidar eleştirisi yaptığını ve bu nedenle otobüste herhangi tartışma çıkmadığını dile getirdi. Diğer taraftan K-(30-60)-3'ün de söylediği gibi bazen hiçbir karşılık alınmasa ya da sadece aynı görüşteki kişiler konuşsa da otobüslerde siyaset konuşmak, kamusal alanda fikir beyan etmek bir deşarj olma yöntemi gibi işleyebilmektedir. Ancak bazı görüşülenlerin (E-(30-60)-22, K-(60+)-17 ve K-(60+)-24) de belirttiği gibi, bazen kişiler görüş beyan etmek isteseler de kimi çekince ve korkularından ötürü siyasi konular hakkında görüş beyan etmekten kaçınabilmekte ve kendi görüşlerinde olan kişileri de başlarına bir iş gelmemesi için susturmaya çalışabilmektedirler (K-(60+)-24). Günümüzde akıllı telefonlarla her şeyin anlık olarak kayıt altına alınabilmesi ve bu kayıtların internet ortamında hızlıca yayılabilmesi insanların kamusal alanlarda kendilerini sansürlemelerine veya daha kontrollü olmalarına neden olabilmektedir.

Otobüslerde siyasi konuşmaları başlatanlara bakıldığında ise genellikle orta yaş ve orta yaş üstü kişilerin öncülüğü konusunda hemfikir olundu. Bu duruma yol açan iki faktörün etkisinden söz edilebilir. Bunlardan ilki, yaş ortalaması yüksek kişilerin geleceğe yönelik kaygılarının daha az olması nedeniyle daha korkusuz ve çekincesiz bir şekilde görüşlerini topluluk içinde beyan edebilmeleridir. İkincisi ise, bu yaş gruplarından kişilerin daha kırsal ilişkilerin, yani samimi bağların olduğu bir kültürel geleneğin/geçmişin taşıyıcısı olmalarıdır. Yukarıdaki sayfalarda da bahsedildiği gibi kentlerdeki insanlar ilişkilerini daha mesafeli ve soğuk bir biçimde kurarken; kırsalda kişiler birbirlerini tanımasalar dahi, samimi ve kolay bir biçimde iletişime geçebilmektedirler. Dolayısıyla

bu geleneğe daha yakın olan orta yaş üstü kişiler toplu ulaşım gibi mekânlarda da, tanımadıkları insanlarla daha kolay bir biçimde iletişime geçebilmekte ve her konu hakkında rahatlıkla konuşabilmektedirler.

Siyasi konuşmalara yön verenlerin orta yaş ve üstü kişiler olması, otobüslerde sürdürülen siyasi tartışmalardaki genel kutuplaşmayı da bir ölçüde açıklar. Haber kaynağı olarak daha çok televizyon gibi geleneksel medya araçlarını kullanan bu yaş grubu (E-(30-60)-25, E-(30-60)-2), siyasi yönelimlerinin medyadaki temsiline göre ATV, FOX ve Halk TV gibi kanalları izlemekte (E-(30-60)-18, E-(30-60)-2, E-(30-60)-11) ve bu durum, görüşülenlerin de aktardıkları gibi, hangi kanal izleniyorsa ertesi gün o kanaldaki mevzu ve yorumların otobüste tekrarlanmalarına yol açabilmektedir. Genç ve orta yaş yolcular yaşlıların bu konuşmalarını bilgidan uzak, klişelerle bezeli (E-(30-60)-11) veya kendilerine enjekte edilen şeylerin tekrarlanması (E-(30-60)-18) olarak nitelendirdiler. Özellikle 18-30 yaş arası gençler, yaygın olarak toplu ulaşımında siyaset konuşulmasını absürt veya anlamsız buldukları açıkça söylediler ya da ima ettiler.

Genç kesimden kişilerin geleneksel medya yerine daha çok yeni medya araçlarını kullanmaları ve medya okuryazarlıklarının daha gelişkin olduğu hesaba katıldığında, geleneksel medya içeriklerini tekrarladıklarını düşündükleri daha yaşlı kesimlerden kişilerin münakaşalarını gereksiz ve anlamsız bulmaları bir ölçüde anlaşılabilir. Ancak kentte politik mevzuların dile getirildiği kamusal alanların oldukça az olduğu dikkate alındığında, toplumun farklı kesimlerinden kişilerin bir araya geldiği toplu ulaşım araçlarında siyaset konuşulması oldukça normal ve değerlidir. Bu tartışmaların içeriğinin zenginliği, niteliği tartışılabilir, toplumsal bir değişime neden olup olmadığının da bir ölçütü bulunmamaktadır. Ancak görüşülenlerin sözlerinde de görüldüğü gibi, toplumsal kutuplaşmanın çoğalması ve insanların genellikle kendi görüşlerine yakın medya içerikleriyle sınırlı kaldıkları düşünüldüğünde, farklı olanı dillendirmek ve dinlemek açısından bu

münakaşaların önemli olduğu söylenebilir. Keza görüşülenlere toplu ulaşım araçları haricinde, kentte daha önce tanışmayan kişilerin hangi mekânlarda siyaset konuştukları sorulduğunda kahvehane, park, cami avluları, okul, durak ve hastaneleri sıraladılar.

Cami avluları, kahvehane ve lokaller temelde erkeklerin buldukları mekânlardır. Bunun yanında camiler belli bir inanç grubuna, lokaller çeşitli amaçlara yönelik homojen bir kitleye ev sahipliği yaptığı gibi, kahvehaneler de semtlerin sosyo-kültürel yapısına uygun karşılaşmaların mekânıdır. Parkları örnek veren kişiler, buralara çocukları ile giden kişilerin birbirleriyle muhabbet ettiklerini belirtti. Okullar ise genç ve belirli bir eğitim düzeyine vakıf insanların yer aldığı yerlerdir. Bu örneklerden toplu taşıma araçlarıyla benzer bir kapsayıcılığa sahip olan tek yerin hastaneler olduğu söylenebilir. Elbette ki bu alanlardan her birinin kendine ait özellik ve önemleri vardır, fakat burada üzerinde durulan mevzu kamusal mekânın insan çeşitliliği açısından kapsayıcılığıdır.

Bunların yanında izlenim yönetimi kısmında da belirtildiği gibi, kişiler biriyle konuşacakları zaman, genellikle kendilerine yakın gördükleri bireylere yönelme eğilimindedirler. Otobüslerde siyasi konuşmalara az denk geldiğini söyleyen E-(60+)-28, böyle muhabbetleri başlatacak kişilerin, karşısındakinin görüşlerini anlayabilmek için önce ufak girişimlerle bir nabız yoklamasında bulduklarını söyledi. E-(30-60)-18 de böylesi nabız yoklamaların latifeli bir dille gerçekleşebildiğini, karşısındakinin vereceği tepkiye göre konuşmanın devam ettirebildiğini ya da sonlandırabildiğini dile getirdi. E-(60+)-1 ise böylesi karşılaşmalarda eğer karşısındaki kişiyle “kafaları uyuşmazsa” muhabbete başka bir konu ile devam edebildiğini veya diğer kişi konuşmaya yanaşmazsa da sohbeti kesebildiğini söyledi. Ayrıyeten günümüzde insanların geçmiş nazaran daha medeni olduğunu dile getiren E-(60+)-1, eskiden siyasi ya da yerel yönetimlerle ilgili olan konularda insanların hadlerini aşır kabalaşabildiğini, fakat artık insanların birbirlerine daha saygılı davrandığını ifade etti. Diğer taraftan

otobüslerde benzer görüşteki kişilerin konuştuğu veya bu konuşmaların çok uzamadığına yönelik şu ana kadar aktarılanlardan farklı düşünen görüşülenler de mevcuttur. K-(18-30)-4, otobüste birbirini tanımayan kişilerin herhangi bir olay sonucu bir anda siyasi konulardan konuşmaya başladıklarını, bunların yüksek sesli tartışmalar dönüştüğünü, onları susturmaya çalışanların da bağırıma başladıklarını ve ona göre saçma bir ortamın oluştuğunu belirtti.

Toplu ulaşımda tartışma konusu olan siyasi konulara bakıldığında ekonomi, işsizlik, ulaşımaya yönelik problemler ve yerel yönetimlere dair yakınmaların başı çektiği görülmektedir. Bu konuşma ve tartışmalar otobüste olan herhangi bir olayın siyasetle ilişkilendirmesiyle çıkabildiği gibi, şehirde gerçekleşen değişimler de bu konuşmalar için itici güç olabilmektedir. Ankara gibi siyaset ve bürokrasinin merkezi olan bir şehirde siyasetin her alana bir biçimde nüfuz ettiği ve her yerde kendini hissettirdiği söylenebilir. Keza İstanbullu bir görüşülen olan E-(18-30)-27, İstanbul'daki toplu ulaşım araçlarında siyasi konuşmaların daha ziyade partiler bazında yürütüldüğünü, yerel yönetimlerle ilgili konuşmalara hiç denk gelmediğini ve Ankara'daki bu durumun ona garip geldiğini ifade etti. Yerel yönetimlerle ilgili mevzulara bakıldığında yol yapım çalışmaları, parklardaki ağaç kesimleri, trafik sıkışıklığı ve alt geçitlere su toplanması gibi konular öne çıkmaktadır. Bu konuların tartışmaya dönüşmesi ise belediye başkanlarının meseleye dâhil edilmesiyle meydana gelmekte ve AKP-CHP ikiliği burada yerini eski ve yeni belediye başkanları Melih Gökçek-Mansur Yavaş ikiliğine bırakmaktadır. Bunun yanında aşağıda sözlerine yer verilen K-(18-30)-10'un da belirttiği gibi, yerel siyaset, genel siyasi konulara giriş için bir girizgâh olabilmektedir.

Genelde belediyeye yönelik bir sohbet oluyor. Otobüslerin az olmasına yönelik bir sohbet oluyor. Neden bir otobüsler az çıkartılıyor diye bir sohbet oluyor ya da geç gelmesine ilişkin, yolların yapılmaması. Mesela yollarda bir sıkıntı var yol yapımı çalışması var ya işte "şu yolu da yapamadılar hala" onlarla ilgili konuşuyoruz genelde. Aslında parti üzerinden muhabbet yürüyor... Hangi otobüse binerek binelim bir parti muhabbeti oluyor... zaten yerele başladığımız anda ülke siyasetine dönüyor direkt.

Genellikle benzer fikirdeki kişilerin yerel mevzularla siyasi konuşmalara başladıklarını söyleyen K-(18-30)-13, o sırada kişilerin birbirlerini desteklemekten ve diğer kişilerin de onların görüşlerini dinlemesinden keyif aldıklarını ve bu nedenle de sohbeti mümkün mertebe uzattıklarını söyledi. Görüşülenin görüşlerinde de olduğu gibi, kamusal alanlarda siyaset konuşan yurttaşları motive eden unsurlar arasında, çoğunlukla, birbirini destekleme, yani dayanışma ve sesini duyurma ön plandadır. Bu etkenler yaş ortalamasının yüksekliği ile bir arada düşünüldüğünde, emeklilikle beraber üretim ilişkilerinden kopan, çevresi daralan ve yalnızlaşan orta yaş üstü kesimin siyasi mevzularda olduğu gibi, insani ilişkilerini kurmaları açısından da toplu ulaşımın önemli bir adres olduğu ortaya çıkmaktadır. Geçmiş yaşamlarında, Türkiye'deki şehirleşmenin geç bir döneme denk gelmelerinin de etkisiyle, cemaat tarzı ilişkilene biçimine aşına olan bu kesim, her ne kadar yıllardır şehirlerde yaşıyor olsalar da, bu kültürü yeni formlarıyla günümüze taşımaya devam etmektedirler.

### **Toplu Ulaşımında Kuşaklararası İletişim, İletişimsizlik ve Dayanışma Halleri**

Geleneğin ve cemaatlara özgü değerlerin günümüze yansıma biçimlerinden biri de yaşlılara saygı söyleminde kendisini göstermektedir. Toplu ulaşım araçlarını kullanan orta yaş üstü kesim, ulaşım araçlarında ayakta kalmaları durumunda gençlerin kendilerine yer vermelerini beklemektedirler. Bu beklentiye, gençlerin yaşlılara saygı göstermesi gerektiği düşüncesi ve saygının toplu ulaşımdaki tezahürünün de yer verme olması yol açmaktadır. George Herbert Mead'ın (1972) "kurum" kavramı bu durumu daha açıklıkla ifade eder. Mead'e göre "kurum" toplum üyelerinin herhangi bir olaya karşı geliştirdikleri ortak yanıt sistemine yönelik algıdır. Örneğin yolda bayılan bir kişiye yardımda bulunmak bu ortak yanıt sistemi ile ilişkilidir. Ancak bu kurum öbekleri farklı tarihsel dönemlerde farklı ortak yanıt sistemlerini gerektirebilir. Bu durum da kuşaklararası çatışmaya zemin oluşturma potansiyeli taşır. Keza sembolik etkileşimcilerin vurguladığı üzere, kendi bağımsız gerçekliğine sahip olan sosyal dünya sabit değildir.

Üyelerinin katkılarıyla sürekli yeniden kurulur ve bu süreçte anlam sürekli olarak yeniden inşa edilir (Slattery, 2017). Dolayısıyla şehir yaşamının içerisinde doğmuş, çocukluğundan itibaren okul ve dersane gibi eğitim kurumları arasında toplu ulaşım araçlarıyla mekik dokuyan ve gün içerisinde oldukça yorulan gençler, herhangi bir tanışıklıkları olmayan kişilere saygı gösterme yolları olarak yer verme davranışını ön sıralara koymayabilmekte veya saygıyı sorgusuz sualsiz yaşa bağlı olarak hak edilen bir değer olarak görmeyebilmektedirler.

K-(30-60)-5, otobüste denk geldiği ve kendisinden yer istenen bir gencin yaşlılara karşı kendi koşullarını anlattığını ve bu kişinin bir yandan çalışıp bir yandan okuduğunu, güçbela kirasını ödediğini ve ekonomik, fizyolojik ve psikolojik olarak oldukça yorgun bir haldeyken ondan yer istemelerini doğru bulmadığını dile getirdiğini aktardı. Benzer koşullara sahip K-(18-30)-6 da her gün on saat mesai yapıp, akşamları da evde yüksek lisans teziyle meşgul olduğunu, kendisi oldukça yorgunken "eltisinden dönen" birine yer vermek istemediğini söyledi. Görüşülen çok yorgun, yaşlı, hasta kişilere genellikle yer verdiğini ama başında dikilip, onu göz takibine alan ve psikolojik baskı yaratarak yer vermesini bekleyen kişilere inatla yer vermediğini vurguladı.

Her iki görüşülenin sözlerinden de anlaşılacağı gibi, şehirlerde gündelik yaşam döngüsünde sürekli bir koşuşturma ve zorlu hayat şartları içerisinde olan gençler, kendileri gayriinsani koşullar içerisinde yaşamlarına devam etmeye çalışırken, başkalarına yönelik özveride bulunmakta zorlanabilmektedirler. Bu durum da oldukça makuldür, çünkü insanların başkalarını düşünebilmeleri için önce kendi ihtiyaçlarını karşılamış olmaları gerekir. Bunun yanında 65+ yaş grubu da dâhil olmak üzere, tüm yaş aralığındaki görüşülenlerin fikirlerinde öne çıkan ortak noktalardan birisi, herhangi bir işleri olmadığı halde yaşlıların toplu ulaşım araçlarını gereksiz yere

işgal ettikleri yönündedir. Bu bakış açısı yaşı büyük kişilere yer verme konusunda bir gönülsüzlüğe ve dolayısıyla bir çatışmaya zemin oluşturduğu gibi, yaşlıların kent haklarına dair genel görüşe dair de çok şey söylemektedir. Nitekim özellikle toplu ulaşımın oldukça kalabalık olduğu saatlerde yaşlıların ulaşım araçlarındaki varlıkları sorgulanmakta, yadırganmakta ve bu kişiler ortak bir hincin nesnesi haline gelebilmektedir. K-(60+)-24'ün aşağıdaki sözleri, yaşlılar ile diğer yaş grupları arasındaki bu çatışmanın genel argümanlarını özetler niteliktedir:

Bazen de biniyordum, yaşlılar! Adam Eryaman'dan taaa Sıhhiye'ye ekmek almaya gitmiş, yumurta almaya gitmiş. Ben de tabii saat 6'da işten dönüyorum. Ayakta kalıyorum. "Amca" dedim, "Niye bu saatte hepimiz uyukluyorsunuz. Bu otobüsün içi otel mi? Niye mesai saatine denk getiriyorsunuz?". Bazen 5'te çıkıyordum, bazen 6'da çıkıyordum. Hep aynı durum. Bütün emekliler otobüste horuldaya horuldaya uyuyorlar. Ben de bütün gün 45 kişinin yemeğini yapacağım, mutfağımın temizliğini yapacağım, ayakta duracak halim kalmamış ama beyefendiler, emekliler "Niye böyle yapıyorsunuz?". "Devlet bize bu hakkı tanımış. Sana ne?" diyorlar.

Kendisi de 60 yaş üstü olan görüşülenin bu fikirleri diğer görüşülenlerce de genel olarak paylaşmaktadır. Dolayısıyla emeklilikle birlikte sosyal yaşamları oldukça kısıtlanan yaşlılar, toplumsal kaynakların kısıtlı olmasının da etkisiyle, toplum tarafından da dışlanmakta ve bir yük olarak görülmektedirler. Bu nedenle onlara yer vermek diğer yolcular için daha fazla zül haline gelebilmektedir. Hâlbuki buradaki esas sorun toplu ulaşımın toplumun ihtiyaçlarını karşılayamaz durumda olmasıdır. Yurttaşların insani koşullarda yolculuk yapabildikleri bir sistemde böylesi bir öfke oluşmayacağı için<sup>4</sup>, bu öfke diğer yolculara da yoğunlaşmayacaktır. Bunun yanında yönetimler ve belediye kaynaklarının kullanımından kaynaklanan bu sorunlara yönelik tepkiler, ilk etapta kolektif bir biçimde muhataplarına iletmeli ve böylelikle sorunlara kalıcı çözüm aranmalıdır. Aksi halde sorunlar kalıcı bir şekilde bertaraf edilmemekte ve yurttaşlar arasında bitimsiz bir münakaşa ortamı oluşmaktadır.

4 Lundberg vd.'nin (akt. Mirza Girgin ve Hülür, 2021) tren yolculukları üzerine yaptıkları araştırmaya göre, yolcularda oluşan stres yol uzunluğu ve süresinden ziyade mekânsal koşullardan kaynaklanmakta ve kalabalık stresi tetiklemektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz: Singer vd. (1978). Stress on the Train: A Study of Urban Commuting.

Diğer taraftan kuşaklararası çatışmaya zemin oluşturan bu sorunda, kişilerarası etkileşim biçimlerinin payı da azımsanamaz. Yaşlıların kendilerine yer verilmediğinde gençleri azarlamaları, kendi kendilerine söylenmeleri, ısrarlı göz takibinde bulunmaları, oturan kişilere ağırlığını verme suretiyle rahatsızlık vermeye çalışmaları gibi çoğu pasif agresif sembolik etkileşim yolları, onlara yönelik olumsuz düşünce, tutum ve davranışların oluşmasında lokomotif işlevi görmektedir. Bu davranışlar gençlerin sürekli olarak yaşlılara yer verme baskısıyla karşı karşıya olmalarına ve dolayısıyla oturuyorlarsa da diken üstünde ve her an bir psikolojik veya sözel tacize maruz kalma riskine hazırlıklı olmalarına, dolayısıyla yaşlılarla aralarında çatışmacı bir ilişkinin varlığına yol açmaktadır. Keza bu oturma sorunsalında yaşlılara benzer şekilde gençler de birtakım stratejiler uygulamakta ve aralarında sessiz bir savaş diyebileceğimiz, bir sembolik etkileşimin süreci işlemektedir. Genç görüşülenlerin çoğunluğu yaşlılara yer vermekten kaçınmak için uyuma numarası yapma, otobüsün arka kısımlarında oturma, telefona, kitaba ya da pencereden dışarıya bakıp göz göze gelmekten kaçınma gibi yollara başvurduklarını söylediler. Buna karşın çok yorgun olmadıkları hallerde mümkün merteye yaşlılara yer verdiklerini dile getirdiler.

Bu konu özelinde olduğu gibi, toplu ulaşım gibi kamusal alanlarda sözlü iletişim kurulmayan durumlarda, sembolik ve sözsüz bir iletişim aralıksız devam eder. Mead'in kurum kavramsallaştırmasına benzer bir şekilde, bu iletişim edimlerindeki ortak tutumlara Goffman (2014b) toplumsallaştırılmış performans der. Çatışma halindeki taraflar ortak bazı strateji ve performanslar da sergilemekte ve bazen buna çatışmanın doğrudan tarafı olmayan kişiler de katılabilmektedir. E-(30-60)-20 ve E-(30-60)-18 yer verme-yer alma mücadelesinde yaşlılarla girdikleri münakaşalardan daha fazla, dışarıdan kişilerin taraf olmalarından rahatsız olduklarını dile getirdiler. K-(30-60)-14 ise bazen otobüsteki yaşlıların yekvücut olup, oturmasını uygun bulmadıkları kişileri sözleriyle linç etme noktasına gelebildiklerini, hâlbuki bu nefretin öznesi haline gelen kişilerin yorgunluğunun her hallerinden

belli olabildiğini dile getirdi. Bu örneklerde olduğu gibi, hâkim kültürel söylemden yana olan kişiler, bu söylemin dışında yer alan kişilere karşı baskıcı bir tavır sergileyebilmektedirler. Bunun bir başka örneği, siyasi konuşmalar bölümünde olduğu gibi, belirli semtlerde belirli siyasi yönelimlere sahip kişilerin daha çok konuşmasıydı. Ancak bu durumun her zaman geçerli olduğu söylenemez. Keza sembolik etkileşimcilerin de söylediği gibi, toplum sürekli bir dönüşüm içerisindedir ve bir zamanlar hâkim olan söylem, zamanla yerini bir başkasına bırakabilmektedir. Bu konu özelinde, yer verme tartışmalarında, yaşlılardan ziyade gençlerin oturmaları gerektiğini söyleyen azımsanmayacak bir oranda orta yaş üstü kesimin varlığı, görüşülenlerin sözlerinden anlaşılmıştır.

E-(60+)-9, Dikmen-Sokullu otobüsünde engellilere ayrılan bir koltukta oturduğunu gördüğü 18-19 yaşlarında bir genci azarladığını, bunun üzerine gencin kendisine yer verdiğini, ancak kendisine tepki gösteren bir kadının "gençlerin yorulduğunu, yaşlıların bir maydanoz almak için otobüse bindiklerini" söylediğini, diğer yaşlı kesimin de %80 oranında gençlerin hakkını savunan kadına destek olduklarını belirtti. E-(60+)-28, otobüste kendi oturmasındansa gençlerin ya da çalışanların oturması gerektiğini düşündüğünü, onların gün içerisinde yorulduğunu, bazen morallerinin bozuk olduğunu, bu nedenle yaşlıların gençlere yer vermeleri için baskı yapmalarını yanlış bulduğunu ve nazı geçtiği kadarıyla akranlarını gençlere kötü davranmamaları gerektiği konusunda uyardığını söyledi. Yaşlıların gençlere yer vermeleri konusunda çok sert davrandıklarını düşünen K-(60+)17 ise, "Onlar da yoruluyor. Çocuklarsabahtan akşama kadar okul-ev arası haşatları çıkıyor ve üstelik de siz tam o sıkı dönemde çıkıyorsunuz sokağa" diyerek kendisinin de yaşlıları ikaz ettiğini dile getirdi. Bu örneklerden anlaşılabilir gibi, kentteki yaşayış biçimi yeni değerlerin oluşmasına neden olabilmekte, toplumsal etkileşim sürecinde eski ve yeni değerler müzakere edilmekte ve bu durum yeni bir takım hâkim değerlerin oluşmasına neden olabildiği gibi, mevcut konuların ihtilafı olarak sürmesine, yani sorgulanmaya devam edilmesine de neden olabilmektedir.



Bu çalışmada görüşülenlere “Sizce kimlere yer verilmeli?” diye sorulduğunda, genel olarak otobüslerdeki uyarılar ile benzerlik taşıyan -engelli, yaşlı, hamile, çocuklu kişiler- yanıtlar verdiler. Ancak bir takım alternatif görüşler de öne sürüldü. Örneğin o anki fiziksel durumu elverişsiz olanlara, yani yorgun veya hasta gözükenele (K-(30-60)-7, E-(18-30)-26); fiziksel bir rahatsızlığı olup yer isteyenlere (K-(30-60)-5, K-(30-60)-30); kadınlara (E-(30-60)-18, E-(30-60)-22, E-(60+)-1, E-(60+)-19) ve çocuklara (E-(30-60)-18, E-(60+)-28) yer verilmesi gerektiği öne çıkan görüşler oldu.

Özetle hem yaşlıların hem de gençlerin yer alıp verme konusunda geleneğe bağlı ya da o gün ve andaki koşullara göre değişebilen çeşitli görüşleri mevcuttur. Fenomenolojik bakış açısında gelenek ve adet gibi geleneksel değer sistemlerinin toplumdaki bireylerin bir arada yaşamalarını kolaylaştırdığı belirtilir. Ancak bu değerler, bireylerin tecrübeleri sonucu daima yeniden değerlendirildiği gibi toplumsal anlamda da yeniden inşa edilir (Slattery, 2017).

Bu perspektifle, bu olay bağlamında tarafların görüşleri değerlendirildiğinde bazı orta yaş üstü kişilerin eski geleneklere bağlılıklarını sürdürürken, kendilerini yeniliklere kapattıkları ve dolayısıyla genç kesimin gündelik yaşam mücadelesi ile ilgili bir anlayış geliştiremedikleri görülmektedir. Gençlerin ise yaşlarından kaynaklı olarak, yaşam deneyimlerinin kısıtlı olması nedeniyle yaşlıların bedensel kapasitelerinin sınırlılığını, sağlıklarının elverişsizliğini ve zihnen yorgunluklarını tam olarak idrak edemedikleri söylenebilir. Toplumsal hayatta özdeşlik ve empati kurma gibi edimler başkasını anlama ve nezaket açısından oldukça önemli olsa da, ulaşım sistemlerinin verimli bir şekilde işlememesi tüm bu sorunların esas kaynağıdır. Yeterince araç ve seferin olduğu bir ulaşım sisteminde böylesi sorunların ortaya çıkma ihtimalinin oldukça düşük olacağı açıktır.

Diğer taraftan bu olumsuz koşulların toplumsal iletişim, münazara ve dolayısıyla değişim ve dönüşüme yol açtığı ve buradaki temel aktörün büyükşehir yaşamı olduğu da gözden

kaçırılmamalıdır. Keza daha küçük şehirlerde, şehrin fiziki yayılımının kısıtlı olmasından ötürü yurttaşlar toplu ulaşım araçlarına daha az ihtiyaç duymakta ve kat edilen mesafeler de daha kısa olmaktadır. Bu durum herhangi birine yer verme konusunda kişilerin isteksizliğini azaltabilecek bir faktördür. Öte yandan yerleşim yerlerinin barındırdığı nüfusun miktarı da o toplumdaki kitlelerin homojenliğine etki eder. Daha yeknesak bir kitlenin olduğu yerlerde farklı fikirlerin mevcudiyet oranı kadar, bu fikirlerin toplum içerisinde dile getirilme serbestisinin olanakları da kısıtlıdır. Suskunluk sarmalı kuramında da olduğu gibi, kişiler kendi fikirlerinin azınlıkta olduğunu ve/ya dışlanma riskiyle karşılaşabileceklerini düşündükleri zaman görüşlerini açıklamaktan çekinirler (Noelle-Neumann, 2002). Büyükşehirlerde kişiler geçici birlikteliklerin olduğu toplu ulaşım gibi mekânlarda dışlanma korkusundan kısmen azade olabilirken; küçük yerleşim yerlerinde bu kişilerle yeniden karşılaşma ihtimali daha yüksektir. Dolayısıyla büyükşehirler farklı fikirlerin mevcudiyet ve dile getirilme olanağı açısından daha elverişlidir.

Büyükşehirlerin yurttaşlara sağladığı bir diğer imkân da, farklı kesimlerden kişilerle iletişim kurabilmektir. Ancak bu çalışma bağlamında, yaş oranı düştükçe kişilerin iletişime daha az açık oldukları ve yine orta yaş üstü kesimin bu konuda daha girişken ve istekli oldukları ortaya çıkmıştır. Bunun nedenleri bu kişilerin geleneksel ilişki biçimlerini sürdürmekte olmaları, benlik sunumu açısından daha çekincesiz olmaları ve sosyal ilişki ağlarının emeklilik ve yakınlarının kaybıyla zayıflamasıdır.

Gençler genel olarak yaşlı kesimden kişilerin herhangi küçük bir soru ya da rica ile kendileriyle iletişime geçtiklerini ve bunun aslında daha uzun bir sohbet için girizgâh olduğunu dile getirdiler. Örneğin K-(30-60)-30 “Camı açar mısın kızım?” gibi bir isteğe güler yüzle karşılık vermesi sonucu, kendisini hastanelerde yaşanan sorunlar ve geçmiş anılar hakkında bir muhabbetin içinde bulabildiğini anlattı. K-(18-30)-13 onunla konuşmaya çalışan teyzelerin “Üstündeki ne güzelmiş, dur modeline bakayım”, “Saçlarını sen mi yapıyorsun? Nasıl

yapıyorsun?”, “Kızım şu telefona baksana, şunu yapamıyorum” gibi soru ve isteklerle kendisiyle iletişime geçtiklerini belirtti. Konuşma konuları hastanelerdeki sorunlar gibi kamusal mevzular hakkında olabildiği gibi, gündelik hayatın içinden deneyim aktarımları da olabilmektedir. Burada bir değer ve önem hiyerarşisi kurmadan, tüm sohbetlerin önemini teslim etmek yerinde görünmektedir. Çünkü kamusal alanlarda yapılan bu sohbetlerde esas değerli olan kişilerin gündelik yaşamları içindeki kısıtlayıcı çevrelerinin dışında kişilerle deneyim ve bilgi aktarımında bulunabilmeleridir. Örneğin E-(18-30)-29 otobüslerde kendi yaşitlarından kişilerdense yaşlılarla sohbet etmeyi daha çok sevdiğini, çünkü onların yaşam tecrübelerinden faydalanabildiğini söyledi. E-(18-30)-27 ise bu muhabbetleri ülke gündemini tutmanın bir yolu olarak gördüğünü, haber bültenlerine yansıyan sorunlarla, kişilerin sorunlarının genel olarak örtüştüğünü gözlediğini belirtti. Bunun yanında her iki görüşülen de kendi yaşitlarından kişilerle sohbet etme isteklerinin – flört isteği gibi- yanlış anlaşılmalara yol açabileceği kaygısından ötürü yaşı büyük kişilerle daha çok konuştuklarını ve onların da bu konuda oldukça istekli ve rahat olduklarını ifade ettiler.

Bu sohbetler ortak bir deneyim paylaşımı için gerçekleşebildiği gibi, bazen kişilerin sadece konuşmak, kafalarındaki sesleri biriyle paylaşmak için başvurduğu bir yalnızlığı aşma çabasından da vuku bulabilmektedir. Nitekim E-(30-60)-20, kendisiyle konuşan kişilerin özel meselelerden konuya giriş yapsalar da bu mevzuların bir yerde kamusala bağlandığını, karşısındaki kişilerin bir diyalog kurmaktansa da kafalarındaki bir sorunu paylaşmak için bu yola başvurduklarını söyledi. Benzer bir şekilde K-(30-60)-14 de 60 yaş üstü kişilerin Kızılay ve Ulus gibi yerlere seyahat etmelerinin alışveriş yapmak için değil, otobüslerde ya da gittikleri yerlerde birileriyle sosyalleşmek ihtiyacından kaynaklandığını düşündüğünü söyledi. Bu durum 60 yaş üstü görüşülenlerin gündelik hayatlarını nasıl idame ettirdikleri sorusuna verdikleri yanıtlarla da uyduğu gibi, yaşlı kesimden kişilerin birbirleriyle çok çekincesiz, teklifsiz ve kolay bir şekilde iletişime

geçmelerinden de gözlemlenebilmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, bu kişiler ortak bir kültürel mirası paylaştıkları gibi, ortak bir yaşam deneyimini de idame ettirmektedirler. Dolayısıyla azalan sosyal çevre, kısıtlı maddi gelir ve gündelik yaşam aktivitelerinin sınırlılığı vakit geçirilecek yer ve kişi sayısında da düşüşe neden olmakta ve bu kişiler ellerinde olan imkanları kullanma yoluna gitmektedirler. E-(30-60)-2, otobüste sohbet ettiği bir 60 yaş üstü kişinin kendisine bu durumu şu şekilde açıkladığını dile getirdi:

...Ben biraz erken saatte döndüğüm için hani üç buçukta üçte falan arabaya biniyorum. O zaman işte farklı insanlar oluyor. O zaman da adam eline bir tane ekme almış sırf Ulus'a ekme almaya gidiyor bedava diye. Her Allah'ın günü aynı adama, aynı otobüste rastlıyorum. Ya bir ekme için adam Ulus'a gidiyor. İş olsa da gitse. Ben adama diyorum, hatta bazısı ile oturduk samimi olduk. “Ya hemşerim” dedim. “Ya buradan ta Ulus'a gidene kadar bir parkta otur.” “Vakit geçmiyor” diyor. “Otobüste 1 saat gidiyorum 1 saat geliyorum” diyor. “İki saat” diyor. “1 saat de burada geziyorum” diyor, “3 saat akşam oluyor bana” diyor. Çünkü burası uzun mesafe ya “vakit geçiyor” diyor. “Evde duramıyorum” diyor. “Evde dursam dışarı çık diyorlar rahat hareket edemiyorum” diyor.

Buraya kadar aktarılanlara zıt bir şekilde ve daha yoğunluklu olarak bir de yaşlılarla konuşmaktan oldukça bunalan gençler bulunmaktadır. K-(30-60)-14 bu sohbetlerden oldukça sıkıldığını, evet/hayır gibi kısa cevaplarla karşısındaki kişiyi kırmadan sohbeti sonlandırmaya çalıştığını, K-(18-30)-4 bu sohbetlerin bir sonu olmadığı için kulaklığını takarak konuşmak istemediğini belirtmek istediğini ancak karşısındaki kişilerin bu mesajları ya anlamazdan geldiğini ya da umursamadığını belirtti. E-(18-30)-23 de yaşitları arasında “dayı sohbeti” olarak adlandırdıkları bu muhabbetlerden kaçınmak için kulaklık takma, telefonla konuşuyor gibi yapma ve otobüsten incekmiş gibi yapıp koltuktan kalkıp, otobüsün arka taraflarına kaçarak kalabalık içinde kaybolma gibi stratejiler uyguladıklarını belirtti. Görüldüğü gibi burada da gençler bir takım sembolik iletişim, etkileşim yollarıyla karşısındaki kişilere mesaj vermekte, ancak bu mesajlar bazen ya anlaşılmamakta ya da umursanmamaktadır.

Bu sohbetlerde gençlere antipatik gelen esas unsur ise genel olarak bu umursamazlık ve nezaketsizlik durumudur. Nitekim orta yaş üstü kesimden bu

kişilerin hem ısrarlı sohbet isteği hem de kendi değer yargılarıyla yüklü bir takım -bazen soru gibi gözükten- yorumlarda bulunmaları en hafif tabiriyle umursamazlık ya da başkalarının psikolojik, özel alanlarının ihlali olarak adlandırılabilir. Bu soru-yorumlar bir saç rengi (K-(18-30)-13), erkekler için saç uzunluğu (E-(18-30)-23) ya da işsizlik ve bekarlık (K-(30-60)-30) gibi kişisel konular hakkında olabilmektedir. Bu tip konulara dair sorular kişilerin “bilgi özel alanı”na girmekte ve fazla meraklı veya nezaketsiz sorularla, kişiler zihinlerinin içindekileri tehdit altında hissedebilmektedirler (Goffman, 2016). Üstelik bu soru-yorumlar genellikle toplumsal normlarla uyum içerisinde olan kişiler tarafından, bu normlarla uyumsuz olduğu düşünülen kişiler yöneltilmekte ve dolayısıyla kültürel bir hegemonya” taşımaktadır. Örneğin pembe saçlı olan K-(18-30)-13’e sorulan “Annen baban bir şey demiyor mu saçına?” sorusu, olağan olanın ebeveynlerin bu saçta bir şey demeleri, karşı çıkmaları gerektiği yargısını içinde barındırırken; 34 yaşında olan K-(30-60)-30’a sorulan “Niye evlenmedin bu yaşa kadar” sorusundaki “bu yaşa kadar” ifadesi de görüşülenin çoktan evlenmiş olması gerektiği ön kabulünü içermektedir. Ayrıca bu örnekler, özel olanın aslında her zaman politik bir yönü olduğunu göstermektedir.

Goffman (2016) öznelerarası ilişkilerin hem kısıtlayıcı hem de fırsat verici özelliklere sahip temel kurallarla düzenlendiğini söyler. Uyum gösterme, gizli sapma, geçiştirme, mazur görülebilir ihlal ve açıkça riayet etme gibi ilkelerden oluşan bu kurallar toplumsal rutinleri de oluşturur. Yukarıdaki örnekler tüm bu kuralların gündelik yaşamda nasıl uygulandığını göstermektedir. Örneğin kişiler sohbet etmek istemeseler de karşılarındaki kişiyi kırmamak için “uyum göstererek” onların sorularına yanıt vermekte; bazen bu soruları “geçtiirmekte”, kişisel sınırlarının çiğnenme oranına ya da tahammül düzeylerine göre kendilerine yönelik ihlalleri “mazur görülebilir ihlal” kategorisinde değerlendirebilmektedirler. Gündelik yaşam içerisinde oldukça sıradan gözükten tüm bu etkileşim biçimleri ise toplumsal rutinleri oluşturmakta, o toplumda hâkim olan değer yargılarını göstermekte, uyum sağlanmayan

durumlarda çatışmalara zemin hazırlamakta ve eğer geçiştirmekten ziyade egemen değer yargılarına karşı duran kişi sayısı artarsa toplumsal değişime giden kapı aralanmaktadır.

## Sonuç

Gündelik yaşam, özellikle büyükşehirlerde, genel olarak bir koşuşturma içinde geçmekte, gün içerisinde pek çok kişiyle sözlü ya da sözsüz iletişim kurulmakta, kişiler tüm bu ileti akışını genellikle otomatik olarak gerçekleştirmektedirler. Ancak gündelik ve sıradan gözükten tüm edimlerin içerisinde o topluma ait gelenekler, bakış açıları, düşünce biçimleri ve politik tutumlar yer almaktadır. Bu da bize özel ve politik olanın iç içe geçmişliğini ve en olağan gözükten eylemlerimizle dahi birtakım ideolojileri yeniden ürettiğimizi gösterir. Ancak bu konumlanışlar her zaman sabit değildir. Farklı olanla kurulan temaslar ve bu temasların miktarı zihnimizde yeni soruların oluşmasına neden olabilir. Değişime ve farklı fikirlere kapı aralamak öncelikle bireylerin kişilikleriyle ilişkili olduğu gibi, bu fikirlere ulaşabilir olmakla da alakalıdır. Bu noktada büyükşehirlerin önemi ortaya çıkar. Metropol özelliği gösteren kentler, içerdiği iş ve eğitim olanakları nedeniyle çok sayıda bölgeden göç alır. Böylece kentte farklı kültürel, eğitsel, sınıfsal kesimlerden kişiler bir araya gelir. Fakat bu noktada önemli olan kentin barındırdığı nüfusun çeşitliliğinin birbiriyle temas edebilmesidir. Nitekim günümüzde artan güvenlik ihtiyacı algısı, tüketim toplumunun kimlik inşasını ayrıntılandırması, yani bireylerin ikamet ettikleri kentin, ilçenin, semtin, bölgenin, sitenin de bir kimlik unsuru haline dönüşmesi ile kentsel ayrışma ivme kazanmıştır. Geçmişte kent merkezinde oturan orta üstü ekonomik gelire sahip kesimlerin uydu kentlere, güvenli sitelere göçleriyle kent merkezleri suçla ilişkilendirilmiş ve itibarsızlaştırılmıştır. Kentsel ayrışmada ayrıca belli semtler belli siyasi görüşten kişilerin yoğunlaştığı yerler haline gelmiştir. Kentteki tüm bu bölünmelere karşın, araç kullanmayan/kullanamayan, öğrenci olan, çalışmak için semtler arasında geçiş yapan ya da çevresel duyarlılıkları nedeniyle araç kullanmayı tercih etmeyen kişiler, ekonomik ayrışma ve kentsel ayrışma sınırlarını

aşarak toplu ulaşım gibi mekânlarda karşılaşmaya devam etmektedirler. Bu çalışma kapsamında üst ekonomik gelir grubu haricinde, orta üst gelir grubu ve bu gelir grubunun altında kalan kesimlerin, öğrencilerin, farklı meslek ve eğitim gruplarından, heryaştan kentlinin otobüslere bindiği anlaşılmıştır. Böylesi farklar taşıyan ve kendi sosyo-ekonomik ve kültürel gruplarının yer almadığı semtlere yolculuk eden görüşülenlerin kendisinden olmayanlarla temasları noktasında toplu ulaşımın oldukça önemli bir yer ettiği görülmüştür. Çünkü bu kişiler kimse ile sözlü iletişim kurmasa dahi, gözlem yetenekleri sayesinde toplumdaki kültürel çeşitliliğin fikir, tutum ve davranışlara etkilerini idrak edebilmektedirler. Öte yandan toplumsal etkileşimlerini bir ileri noktaya taşıyıp, diğer yolcularla sohbet ettiklerinde, gözlemlerini, o güne kadarki genel geçer doğrularını aşan gerçeklerle karşılaşmakta ve bazen bu temaslar onların yaşamlarında değişimlere yol açmaktadır. Kişiler edindikleri gözlemlerle kendi benliklerini inşa etmekte, toplumsallaşmanın, sosyalleşmenin farklı biçimlerini keşfetmekte ve bazen yapılaşmış bulunan toplumsal kabulleri dönüştürmekte ya da değiştirmektedirler. Özetle toplu ulaşım araçları gibi kamusal alanlar hem toplumun bir yansımalarını sunmakta hem de o toplumda yaşanan gelişmelere mekân olmaktadır.

## Kaynaklar

- Bauman, Z. (2010). *Sosyolojik düşünmek*. (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları. (Eserin orijinal basım tarihi 1996).
- Bennett, A. (2013). *Kültür ve gündelik hayat*. (N. Tokdoğan, B. Şenel ve U. Y. Kara Çev.). Phoenix Yayınları. (Eserin orijinal basım tarihi 2005).
- Cooley, C. H. (1918). *Social process*. Charles Scribner's Son.
- Coser, L. A. (1997). Amerikan eğilimleri. İçinde T. Bottomore ve R. Nisbet (Editörler) ve (A. Şener, Çev.). *Sosyolojik çözümlemenin tarihi* (ss. 459-496). Ayraç Yayınevi.
- Fraser, N. (2014). Kamusal alanı yeniden düşünmek: Gerçekte varolan demokrasinin eleştirisine bir katkı. İçinde Editör M.Özbek. (Editör), *Kamusal alan*. (ss. 103-132). Hil Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1991).
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (H. Özel ve C. Güzel, Çev.). Ayraç Yayınevi.
- Goffman, E. (2014a). *Damga: Örselenmiş kimliğin idare edilişi üzerine notlar*. (Ş. Geniş-L. Ünsaldı ve S. N. Ağırnaslı, Çev.). Herektik Yayınları. (Bu kitabın orijinali 1963 yılında yayınlanmıştır).
- Goffman, E. (2014b). *Gündelik yaşamda benliğin sunumu*. (B. Cezar, Çev.). Metis Yayınları. (Bu eserin orijinali 1959 yılında yayınlanmıştır).
- Goffman, E. (2016). *Kamusal alanda ilişkiler: Toplum yaşamının mikro ilişkileri*. (M. F. Karakaya, Çev.). Herektik Basın Yayın. (Eserin orijinali 1971'de yayınlandı).
- Habermas, J. (2004). Kamusal alan. M. Özbek (Editör). İçinde *Kamusal alan* (s. 95-102). Hil Yayınları. (Bu eserin orijinali 1964 yılında yayınlanmıştır).
- Kivisto, P. (2020). *Sosyolojinin temel kavramları*. (İ. Çapcıoğlu ve S. Yavuz, Çev.). Atif Yayınları. (Bu eserin orijinali 2003 yılında yayınlanmıştır).
- Layder, D. (2006). *Sosyal teoriye giriş*. (Ü. Tatlıcan Çev.). Küre Yayınları. (Bu eserin orijinali 2005 yılında yayınlanmıştır).
- Manning, P. (2007). *Erving Goffman and modern sociology*. Polity Press. (Bu eserin orijinali 1992 yılında yayınlanmıştır).
- Mead, G. H. (1972). Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist. In Morris, C. (Ed.), *The University of Chicago Press*. (Bu eserin orijinali 1934 yılında yayınlanmıştır).

- Mirza Girgin, A. (2022). Gündelik yaşamda kamusal kent mekânlarındaki sosyal karşılaşmalarda etkileşimpratikleri:Ankaraşehiriçiotobüslerinde alan araştırması [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Mirza Girgin, A. & Hülür, H. (2021). Toplu ulaşım sosyolojisinin temel boyutları: literatür incelemesi ve alan gözlemleri. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(44), 8391-8419.
- Noelle-Neumann, E. (2002), Suskunluk sarmalı kuramının medyayı anlamaya katkısı. İçinde S. İrvan (Editör), *Medya kültür siyaset* (ss. 379-392). Ark Yayınları.
- Paloma, M. (2010). *Çağdaş sosyoloji kuramları*. (H. Erbaş, Çev.). Gündoğan Yayınlar.
- Simmel, G. (2005). "Metropol ve zihinsel yaşam". İçinde A. Aydoğan (Editör), *Şehir ve cemiyet*. (ss. 167-184). İz Yayıncılık.
- Singer. J.E.. U. Lundberg ve M. Frankenhaeuser. (1978) Stress on the Train: A Study of Urban Commuting. In Baum, A., Singer, J.E., Valins, S. (Editörler), *Advances in Environmental Psychology*. 1, 345-361.
- Slattery, M. (2017). *Sosyolojide temel fikirler*. Sentez Yayıncılık. (Bu eserin orijinali 1991 yılında yayınlanmıştır.)
- Sustain, C. R. (2002). Günlük gazetemiz: İnternet demokrasi için gerçekten bir nimet mi?. *Cogito*, 30, 176-190.
- Wallace R. A. ve Wolf, A. (2020). *Çağdaş sosyoloji kuramları*. (L. Elburuz ve M. R. Ayas, Çev.). Doğu Batı Yayınları. (Bu eserin orijinali 1995 yılında yayınlanmıştır.)
- Görüşmeler**
- E-(65+)-1: Görüşme tarihi: 25.03.2021
- E-(30-64)-2: Görüşme tarihi: 25.03.2021
- K-(30-64)-3: Görüşme tarihi: 26.03.2021
- K-(18-30)-4: Görüşme tarihi: 26.03.2021
- K(30-64)-5: Görüşme tarihi: 27.03.2021
- K-(18-30)-6: Görüşme tarihi: 27.03.2021
- K-(30-64)-7: Görüşme tarihi: 02.04.2021
- K-(30-64)-8: Görüşme tarihi: 03.04.2021
- E-(65+)-9: Görüşme tarihi: 03.04.2021
- K-(18-30)-10: Görüşme tarihi: 04.04.2021
- E-(30-64)-11: Görüşme tarihi: 04.04.2021
- E-(18-30)-12: Görüşme tarihi: 04.01.2021
- K-(18-30)-13: Görüşme tarihi: 05.04.2021
- K-(30-64)-14: Görüşme tarihi: 07.04.2021
- K-(18-30)-15: Görüşme tarihi: 07.04.2021
- K-(60+)-17: Görüşme tarihi: 08.04.2021
- E-(30-60)-18: Görüşme tarihi: 08.04.2021
- E-(60+)-19: Görüşme tarihi: 10.04.2021
- E-(30-60)-20: Görüşme tarihi: 11.04.2021
- K-(30-60)-21: Görüşme tarihi: 14.04.2021
- E-(30-60)-22: Görüşme tarihi: 16.05.2021
- E-(18-30)-23: Görüşme tarihi: 17.05.2021
- K-(60+)-24: Görüşme tarihi: 19.05.2021
- E-(30-60)-25: Görüşme tarihi: 20.05.2021
- E-(18-30)-26: Görüşme tarihi: 22.05.2021
- E-(18-30)-27: Görüşme tarihi: 24.05.2021

E-(60+)-28: Görüşme tarihi: 25.05.2021

E-(18-30)-29: Görüşme tarihi:25.05.2021

E-(30-60)-30: Görüşme tarihi: 26.05.2021

### Extended Abstract

Although studies on interpersonal communication and interaction have generally focused on social media in recent years, face-to-face communication maintains its importance in terms of its nuanced rules and its potential to influence people's lives. As a matter of fact, as Sunstein (2002) stated, today's new media carries the risk of causing people to filter the content they will be exposed to with their own desires and liking, and therefore to close their ears to those who are different from themselves. Here, too, the importance of urban public spaces emerges. Public spaces such as public transportation, where people of all genders, ages, cultures, political views and a wide economic spectrum come together to overhear undesirable, unconsidered and neglected issues, observe people from different segments of society, and get together before(e) It offers a unique spatial space in order to come into contact with those who are different from oneself, such as engaging in conversations with individuals from non-diverse segments.

Thus, symbolic interaction theorists emphasize that it is necessary to examine the processes of social interaction in order to look at the foundations of social meanings and to observe how these meanings are formed, undergo changes or resist change. However, at this point, it should not be forgotten that symbolic interactionist views emerged as a result of urbanization. Symbolic interactionists, mainly from the Chicago School, directed their work in order to understand the changes that urbanization created in society. Therefore, in the first part of this study, the role of metropolitan cities in interpersonal interaction will be examined in Ankara. Secondly, public transportation vehicles, which are one of the basic requirements for the flow of daily life in metropolitan cities, will be examined in the context

of social interaction. As a result of the breadth of urban sprawl, high population density and fast-flowing rhythm of daily life in metropolises, public transportation vehicles are needed more than in rural settlements. Therefore, in these vehicles, citizens living in different parts of the city and embodying cultural, class and educational diversity come together and interact socially and discover the differences between themselves and the meaning worlds of others, debate and sometimes transition to new worlds of meaning.

These views were discovered through participatory observation carried out on buses over for more than 3 years within the scope of the study. However, since the participatory observation method may have a dead-end such as being limited only to the views of the researcher, in-depth interviews were conducted with 30 people. The main criterion was the active use of buses by these people, besides, it was aimed to reveal the differences in the meaning formation and debate of age and travel experience by creating 3 different age categories as 18-30, 30-60 and over 60 years old. Another criterion was the gender variable and an equal number of female and male interviewees were interviewed. Interviews were held in Ankara between 25.03.2021 and 15.06.2021 and semi-structured questions were asked to the interviewees. All of the interviewees were reached by snowball sampling method and they were mentioned by their code names in the scope of the research. Code names were created according to the gender, age range and order of the interview.

As a result of the research, it was found that people who do not/cannot drive, who are students, who move between districts to work or who do not prefer to drive due to environmental sensitivities, continue to meet in places such as public transportation in today's highly visible and dominant urban segregation. Within the scope of this study, it has been observed that people from middle-upper income group and below, students, many different professions and education groups and people of all ages, except for the upper economic income group, get on the buses. It

has been understood that public transportation has a very important place in the contact of the interviewees who travel to districts with such differences and where their socio-economic and cultural groups do not exist. Because even if these people do not communicate verbally with anyone, they can realize what kind of reflections the cultural diversity in the society has on ideas, attitudes and behaviors thanks to their observation skills. On the other hand, when they take their social interactions to a higher point and chat with other passengers, they encounter facts that go beyond their observations and the common truths up to that point, and sometimes these contacts lead to changes in their lives. People build their selves with the observations they have acquired, discover different forms of socialization and socialization, and sometimes transform or change the social acceptances that have been built. In summary, public spaces such as public transportation vehicles both present a reflection of the society and become a venue for the developments in that society.

#### Yazar Bilgileri

##### Author details

\*\*(Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör. Dr.,  
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi,  
ayse.mirza@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0003-0668-993X

#### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

##### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. *None*

#### Çıkar Çatışması

##### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. *None*

#### Kaynak Göstermek İçin

##### To Cite This Article

Mirza Girgin A. (2023). Büyükşehirlerde toplumsal etkileşimin vuku bulduğu bir alan olarak otobüsler: Ankara örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 148-167. <https://doi.org/10.47998/ikad.1271291>

# Dijital İletişim Çağında Mekânsal Bilginin Üretimi: Dijital Haritalar, Topluluklar ve Katılımcı Kültür\*

Production of Spatial Information in the Age of Digital Communication: Digital Maps,  
Communities and Participatory Culture

Ayşe Gül TOPRAK ÖKMEN\*\*

Derleme Makale Review Article

Başvuru Received: 13.12.2022 ■ Kabul Accepted: 25.05.2023

## ÖZ

Bu çalışmada mekânsal bilginin üretiminde geleneksel haritacılıktan dijital haritacılığa geçişle birlikte bir medya aracı olarak haritaların değişen yapım pratiklerini anlamak ve katılımcı kültür bağlamında içerik üretiminde kullanıcıların katılımını teşvik eden dijital haritalama platformlarının faaliyetlerini incelemek amaçlanmıştır. Kullanıcıların önemli bir bileşenini oluşturduğu dijital haritalama faaliyetlerinin nasıl bir katılımcılık ortaya koyduğu sorunsallaştırılmıştır. Bu eksende ticari Google Haritalar ve kitle kaynaklı OpenStreetMap platformları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Kitle kaynaklı harita ara yüzlerini kullanan, topluluğun katılımını ve kamu yararını gözetten Mapping For Change ile Türkiye'den Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği çalışmanın problemi ekseninde betimsel olarak analiz edilmiştir. Kullanıcılar, ticari ağlarla dolaymlanan Google Haritalar'da ücretsiz emekle çalışan birer içerik üreticisi olmanın yanında dijital gözetim faaliyetleri sürecinde şirketler tarafından hedeflenen kişiler olarak da konumlandırılmaktadır. Kitle kaynaklı platformlarda ise gönüllü kullanıcılar, ücretsiz olarak çalışmakla birlikte daha çok kamu yararına haritalama faaliyeti içinde yer almaktadırlar. Ancak bu katılımcılık faaliyeti henüz belirli bir toplumsal grupta sınırlıdır. Kamusal alana katılımın güçlü potansiyellerini barındıran topluluk haritalarının, toplum genelinde daha kapsamlı erişim ve kullanım yollarının geliştirilmesi gerektiği görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Haritalar, Katılımcı Kültür, Yurttaş Bilimi, Google Haritalar, OpenStreetMap.

## ABSTRACT

This study aims to understand the changing production practices of maps as a media tool with the transition from traditional cartography to digital cartography in the production of spatial information and to examine the activities of digital mapping platforms that encourage the participation of users in content production in the context of participatory culture. It has been problematized how the users participate in digital mapping activities as an important component. In this context, commercial Google Maps and crowdsourced OpenStreetMap platforms are comparatively examined. Mapping For Change and Yer Çizenler: Herkes İçin Haritacılık Derneği (Landmarkers: Cartography Association for All) from Turkey which uses crowdsourced map interfaces, considers the participation of the community and the public interest have been analyzed descriptively in the axis of the study. Users are positioned as people targeted by companies in the process of digital surveillance activities, as well as being content producers working for free on Google Maps, which is mediated by commercial networks. In crowdsourced platforms, on the other hand, it has been observed that volunteer users work for free, but mostly take part in mapping activities for the public benefit. However, this participation activity is still limited to a certain social group. It is seen that community maps, which have a strong potential for participation in the public sphere, need to be developed in a more comprehensive way of access and use throughout society.

**Keywords:** Digital Maps, Participatory Culture, Citizen Science, Google Maps, OpenStreetMap.

\* Bu çalışma, yazarın "Dijital Medya ve Mekanın Dönüşümü" başlıklı doktora tezinin bir bölümünden üretilen ve 17. International Symposium Communication in the Millenium'da (2020) sunulan "Dijital İletişim Çağında Mekansal Bilginin Üretimi: Web 2.0" başlıklı özet bildirinin geliştirilmiş halidir.





## Giriş

Sosyo-politik bir faaliyet alanı olan haritacılık, tarih boyunca bilgiyi elinde tutan iktidarların çıkarlarına göre şekillenmiş ve mekânın kamu tarafından okunabilirliği ve şeffaflığı ise bu hiyerarşik yapıya tabi olmuştur. İktidarın denetiminde olan modern devletin geleneksel haritaları, yetkililer dışında kalan kullanıcıların yorumuna neredeyse tamamen kapalı olmuştur. Günümüzde ise coğrafi bilgi sistemlerinde web tabanlı teknolojilerin kullanımıyla geleneksel haritalama yöntemlerinden dijital haritalama yöntemlerine doğru bir geçiş yaşanmış, haritacılık faaliyeti ve mekânsal bilginin üretimi, belirli uzmanların ve yetkililerin alanıyla sınırlı olmaktan çıkarak sıradan kullanıcının da katılımına olanak sağlamıştır.

Haritacılık faaliyetinin iletişim ve medya açısından önemi ise özellikle 1960'lı ve 1970'li yıllarda haritanın uzamsal bilgileri iletecek bir temsil ve bir iletişim aracı olduğu düşüncesiyle belirginlik kazanmış ve bu düşünce 'iletişim bilimi' aracılığıyla daha yoğun bir biçimde dile getirilmeye başlamıştır. Bu yaklaşıma göre haritalar dünyanın bire bir haberleşmesiyle iletilen ve alınan mesaja dayanan iletişim kurallarını (kaynak-kanal-alıcı) içeren bilgi verici cihazlardır (Robinson & Petchenick, 1976; Muehrcke, 1972 akt. Pickles 2011, 70). Haritanın bir iletişim ve medya aracı olduğu düşüncesi, bugün mobil cihazlardaki coğrafi bilgilerin görüntülenmesine, saklanmasına, güncellenmesine ve analiz edilmesine imkân veren Google Earth ve Google Haritalar gibi dijital haritalarla artık daha güçlü bir şekilde dile getirilebilir. Dahası dijital haritalar günümüzde mekânı temsil eden görsel bir belge olmanın ötesine geçerek, farklı türde birçok medya türünün bir arada olduğu bir multimedya aracına dönüşmüştür. Kullanıcıların üretici (prosumer) olarak yer aldığı dijital haritalar, fiziksel mekânla ilgili çeşitli bilgileri içeren fotoğraf, video, yazı, hiper bağlantılar gibi medya türleriyle zenginleştirilmiştir. Kullanıcılar bu türden bilgilere erişmenin yanı sıra başka kullanıcılar veya topluluklarla iletişim ve etkileşim kurabilmektedir. Bu özelliğiyle dijital haritalar günümüzde toplumsal hayata katılımın yeni yollarını sunmaktadır.

Nitekim web platformları üzerinden coğrafi bilgi sistemleri araçlarına da ürünlerine erişmek ve aktif olarak kullanmak haritalamanın toplumsal açıdan önemini ve faydasını büyük ölçüde değiştirmiştir. Dijital haritalama teknolojileri ve sistemleri fiziksel mekânların bilinmeyen yönlerin ortaya konmasını sağlarken, yorumlama ve etkileşim kurma gibi yeni mekânsal deneyimleri ortaya çıkarmaktadır. İnternet üzerinden kullanıcılar için farklı amaçlara hizmet eden sayısız haritanın üretilmesi ve bunların birbirleriyle karşılaştırılabilmesi 'haritaların demokratikleşmesi' yorumlarını beraberinde getirmektedir (Farman, 2010: 872).

Bunun yanında yeni haritalama pratikleri kamu-özel ya da bağımsız çeşitli platformlarda farklı biçimlerde gelişim göstermektedir. Google Haritalar gibi ticari platformlar ile OpenStreetMap [OSM] gibi kitle kaynaklı haritaların ürettiği mekânsal veriler ve kullanıcıyı konumlandırma biçimleri farklılık göstermektedir. Ayrıca ticari ya da kamu yararına olsun bu faaliyetlerin dijital medya ile gündeme gelen gözetim, denetim, dijital emek gibi kavramlarla ilişkili olarak çeşitli eleştirel yanları da bulunmaktadır. Dolayısıyla bugün yurttaşların kullanıcı olarak önemli bir parçasını oluşturduğu dijital haritalama faaliyetlerinin nasıl bir 'katılımcılık' ortaya koyduğu önemli bir sorunsal olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu sorunsal ekseninde, çalışmada öncelikle iktidar yapılarıyla bağlantılı olarak mekânsal bilginin üretiminde gelenekselden dijital haritalama teknolojilerinin değişen doğası ele alınmıştır. Dijital medya ile gündeme gelen katılımcı kültür, kitle kaynak, yurttaş bilimi gibi kavramlar ekseninde dijital/interaktif haritalama faaliyetlerindeki güncel pratikler incelenmiştir. Ticari Google Haritalar ve kitle kaynaklı OpenStreetMap gibi tüm dünyada yaygın olarak kullanılan dijital haritalama uygulamalarının yanı sıra topluluk haritalarında öne çıkan Mapping For Change ve Türkiye'den Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği platformu örnek olay olarak ele alınmış ve betimsel olarak analiz edilmiştir. Sonuç bölümünde bu platformların sağladığı katılımcılık biçimleri, olanaklar ve sınırlılıklar ekseninde tartışılmıştır.

### Modern Bilimin Rüyası Olarak Mekânın Fethinde Haritaların Rolü ve İşlevi

Uzamların Tarihi adlı kitabında John Pickles, modern bilimin süregelen rüyalarından birinin dünyayı tam olarak haritalandırmak, 'her şeyi' bir bütün olarak haritalamak olduğunu söyler. Pickles'a göre küresel harita çizimleri, 16. ve 17. yüzyıldaki Avrupa keşif ve bilim projelerinin, 19. yüzyıldaki bölgesel ele geçirme ve etnografik sınıflandırma projelerinin ve 20. yüzyıldaki sömürgeci projelerinin birer parçasıdır. Haritalandırma teknolojileriyle çizilen çizgiler, ayrımlar, sınıflandırmalar, hiyerarşiler ve dünya kelimenin tam manasıyla modernleştirilerek belirli bir düzene sokulmuştur: Avrupa ve diğerleri, Batı ve Batı dışında kalanlar ya da tarihi olan ve olmayan toplumlar gibi (2011: 29, 129).

Tarih boyunca mekânı kendi iktidarına tabi kılmak isteyen modern devletler öncelikli olarak mekân kategorileri ve ayrımlarını devlet güçlerinin denetimi dışında kalan insan pratiklerinden koparmak için büyük çaba sarf etmiştir. Modern devletler, toplumsal ilişki kalıpları ve bağlılıklar üzerinde yasal-idari egemenlik sağlamak için bu ilişkilere giren çeşitli aktörlerin içinde hareket ettiği mekânın şeffaflığını kontrol altına almak istemiştir. Bu nedenle, mekânın okunabilirliği ve şeffaflığı modern devletin güçlerine egemenlik sağlama konusunda başlıca çekişme alanlarından biri olmuştur. Devlet izni olmayan haritacılık girişimlerinin ya da kurumlarının etkisiz hâle getirilmesi ve diğer haritaların ve mekân yorumlarının etkisiz kılınmasıysa bu yolda elzem görünmüştür. Bu mekân mücadelesi sonunda ortaya çıkan mekânın yapısı devlet yetkilileri tarafından açık bir biçimde okunabilirken, kullanıcıların yorumlarına tamamen kapalı olmuştur (Bauman, 2012: 35-37).

Modernleşme ve mekân arasındaki ilişkide mekân kavrayışı açısından en önemli dönüm noktasıysa perspektifin keşfi olmuştur. Harvey'e göre, Orta Çağ haritacılık faaliyetlerinde mekân insan duyularıyla algılandığı hâliyle ve duyulara hitap edecek şekilde betimlenmiştir. Perspektife dayalı olan modern haritacılıkta ise mekânın

daha çok nesnel ve rasyonel nitelikleri öne çıkartılmıştır. Perspektifin sağladığı bakış açısı, içinde yaşadığımız dünyayı anlaşılır bir bütünsellik içinde görebilmeyi sağlarken dünyanın düz bir yüzeyde temsili sorununa matematiksel kuralların uygulanabileceğini göstermiştir. Bu yönüyle perspektif, sonsuz da olsa mekânın insanlar tarafından üzerinde yerleşebilmesi ve etki yapabilmesi için ele geçirilebilir olarak görünmesini sağlar (2012: 272-277).

Rönesans Batı dünyasında gerçekleşen coğrafi keşifler dış dünyayla ilgili muazzam ölçüde bilgi edinmeyi sağlamış ve bu bilginin içselleştirilerek temsil edilmesini gerekli kılmıştır. Harvey'e göre bu keşifler, yerkürenin potansiyel olarak bilinebilirliğine işaret ederken coğrafi bilgi, kâr elde etmenin giderek önem kazandığı toplumlarda değer kazanan bir meta hâline dönüşmüştür. Buna bağlı olarak güç ve sermayenin birikimi, mekân üzerindeki bireysel denetlemeye ve kişiselleşmiş bilgiye bağlı olmuştur. Her bir mahal ticaret, askeri hareket, bölgeler arası siyasi ve ekonomik rekabet ile yeni metaların akışı nedeniyle dış dünyanın etkilerine doğrudan açık duruma gelmiştir (2012: 274).

Modern devletler bu süreçte ülke topraklarının eksiksiz olarak kayda alınmasına razı gelmeyip, toprağın üstünü çizim masalarında görülebilecek bir kusursuzlukta kaplamayı hedeflemiştir. Buradaki çarpıcı değişime dikkat çeken Bauman'a göre, toprağı birebir kayıt altına olan ve onun biçimini yansıtan haritayken, artık haritada ulaşılmak istenen düzene geçme ve haritanın bir yansımaya durumuna gelme sırası topraktır. Başka bir deyişle, artık haritacıların isteklerine göre ve haritaya benzer şekilde yeniden şekillenecek olan mekânın kendisidir (2012: 40-41).

Modernleşme sürecinden günümüze mekânın üretiminde çeşitli roller üstelenen haritalar, üzerinde yaşamakta olduğumuz ve birer öznesi olduğumuz dünyamız için olasılık koşullarını ortaya koymaktadır. Bu açıdan haritalar, coğrafi verileri referans alan araştırmalar için bir arşiv olmanın yanı sıra yerkürenin uzamsal düzeninin bir görünümü,

uzamsal bağlantıları araştırmak için bir araç ve hem estetik hem de tarihsel öneme sahip bir nesnedir. Günümüzdeki haritacılık ise ulus-devlet ya da ticari ve bilimsel keşiflerin bölgeselleşme eğilimi gösteren itkileriyle sınırlı değildir. Sermaye, kültür ve bilginin küreselleşmesi ile ekonomik-politik düşüncelerin uluslararasılaşması, coğrafi, jeopolitik ve haritacılıkla ilgili imgelemin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bugün küresel haritalar toplumsal yaşamın tüm alanlarında, özellikle de teknoloji, hız ve gücün hâkim olduğu alanlarda genelleştirilmiş ve evrenselleştirilmiştir (Pickles, 2011: 35-36; 49-50; 130).

Teknik değişimler, haritacının dünyayı bir bütün olarak haritalama rüyasının daha gerçekçi bir hal almasını sağlamıştır: Dünyayı ve toplumu haritalama yöntemlerimizi, dünya ve toplum hakkındaki düşüncelerimizi dönüştürmüştür. Bütün dünya resimleri, yerel, bölgesel ya da ulusal kimlikleri aşan, ancak daha yaygın şebekelerle etkileşim ve anlam ağları içindeki ilişkilerin temsilleri, mekân ya da semt gibi dar görüşlü düşünceleri aşan yeni topluluk kavramları ve bireyle toplum, bireyle doğa hakkındaki yeni düşüncelerin hepsi yeni bilgisayarlaştırılmış haritalandırma ve görselleştirme teknolojileriyle birlikte gerçeklik halini kazanmıştır. Bu gerçekliklerin simgesel konumları öylesine kök salmıştır ki, bütün olarak dünya görüntüsü artık savaşımlara, ticaret ve hizmet alanlarının yerlerinin belirlenmesine, yerel yönetim planlamaları ve bölgesel servis sunumlarına, şirketlerin pazarlama stratejilerine ve -elbette ki- bilime hizmet verebilir hale gelmiştir. Yaşamın bütün alanlarında, bilgisayarlı haritacılık, coğrafi bilgi sistemleri ve her türlü uzaktan algılanan veri (ve çoğunlukla da bunların farklı şekillerdeki birleşimi) dünyanın haritasının çizilmesi ve temsil edilmesinde çok daha önemli roller üstlenmeye başlamıştır (Pickles, 2011: 130-131).

Dijital haritacılığın yeni potansiyellerinin görünür olmasıyla birlikte beşeri ve toplum bilimlerinde öne çıkan uzamsal değişim, haritacılık metaforlarını ve pratiklerini toplumsal alanlara taşımıştır (Pickles, 2011: 62). Buradaki en önemli itici güç, dijital iletişim ve medya teknolojilerinin bilgiyi üretme

ve kullanma konusunda kullanıcının katılımını destekleyen niteliğidir. Kullanıcıyı içerik üretme, düzenleme ve paylaşma konusunda teşvik eden dijital haritalama araçları günümüzde eğitim, sağlık, kültür, eğlence ve daha pek çok temayı kapsayan haritaların kamusal alanda dolaşımını yaygınlaştırmıştır.

### **Dijital Medya ve Katılımcı Kültür**

Dijital medya, her türlü iletişim ve medya teknolojilerinin özelliklerini bir araya getirerek medya üreticileri ve tüketicileriyle sistemi tasarlayanlar ve kullananlar arasındaki ayrımı belirsizleştirmiştir. Öyle ki dijital medyayı ve onun ürünlerini 'yeni' olarak adlandırmadaki temel neden, dijital medyanın klasik/geleneksel medyanın türlerini harmanlaması ve yenilikçi aktivitelerin, hizmetlerin ve kullanımların ürünlerini ortaya koymasındadır. Dijital medyayı diğer iletişim sistemlerinden ayıran en önemli unsurlardan biriye 'etkileşimli/interaktif' olmasıdır. Etkileşimli medya kullanıcılara bilgi ve kültürel kaynakları seçmede, kişisel etkileşim ve ifadelerinde daha önce eşine rastlanmayan ölçüde bir seçicilik ve erişim olanağı sağlar. Dijital medya kullanıcılarının deneyimlediği anında cevap verme yeteneği ile bilginin ve diğer insanların toplumsal varlığı medyayla etkileşimde niteliksel açıdan oldukça farklı bir deneyim yaratır (Lievrouw, 2016: 16-17; 21-22).

Uzunca bir zaman yeni medya ve enformasyon teknolojilerinin ayırıcı özelliği olarak tanımlanan etkileşim, özellikle siyasal ve toplumsal değişim süreci açısından kilit öneme sahiptir. Çünkü dijital ve alternatif medyanın temel özelliğinden bir diğeri olan katılımı destekler veya bu katılımın koşullarını sağlar. Bu yeni medya sistemleri sadece içerik iletmekle sınırlı kalmaz, insanlar bir şey yapabilmek için medya sistemlerini çeşitli nedenlerle (araştırmak, paylaşmak, tavsiye etmek, imlemek, tartışmak ve benzeri gibi) aktif olarak kullanmak durumundadır. Böylece bu medya ve teknoloji sistemleri kullanıcıları çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak daha yakından bir siyasal, toplumsal ve kültürel katılım için teşvik eder (Lievrouw, 2016: 22).

Tıpkı etkileşim gibi 'katılım' kavramı da dijital iletişim ve medya teknolojilerinin en temel özelliklerinden biri olarak öne çıkmıştır. Henry Jenkins'e göre etkileşim "yeni teknolojilerin, tüketicilerin geri bildirimine karşılık vermesi" iken, katılım "kültürel protokoller ve pratiklere" bağlıdır. Katılımcı kültür ise, "hayranların ve diğer tüketicilerin yeni içeriğin üretimine ve dağıtımına aktif olarak katılmaya davet edildikleri kültür"dür (Jenkins, 2016: 427-428). Mark Deuze'e göre (akt. Lievrouw, 2016: 23) katılım "insanları, anlamlandırma sürecinde aktif birer özne haline getirir" ve yeni medya teknolojileri katılımı yapıcı ve etkileşimli anlamda teşvik eder. Böylece katılımcı demokrasi ve benzerleri için gerekli platformları sağlar.

Dijital medyanın katılımı kolaylaştırma rolüyle ilgili olarak Bailey ve arkadaşları ise 'medyaya katılım' ile 'medya aracılığıyla katılım' arasındaki farka dikkat çekmektedir. Onlara göre "medyaya katılım, amatörlerin medya üretimine (içeriğe dair katılım) ve medya karar sürecine (yapısal katılım) katılımıyla ilgilidir. [...] bu medya katılım biçimleri yurttaşların, gündelik hayata dair birçok (mikro-) alanda etkin olmalarını ve iletişim haklarını kullanmalarını sağlar." Bu mikro-katılım biçimleri insanların demokratik ve sivil davranışı öğrenmelerini ve içselleştirmelerini sağlar. Böylece sivil kültürün yanı sıra makro-katılım da güçlenmektedir. Medya aracılığıyla katılım ise "kamuoyu tartışmalarına katılma ve kamusal alanda kendini temsil etme imkânları hakkındadır. Bu da doğrudan doğruya, genel anlamda ritüellere dayalı medya yaklaşımına bağlı makro katılımı etkinleştirme ve kolaylaştırma alanına girdiğimizi imler." Bu katılım biçimi uzlaşılı temelli demokrasi (ve katılım) modelleri, diyalogun ve tartışmanın önemini vurgular ve kamusal alanda kolektif karar üretimine odaklanır. Onlara göre, medyaya katılım ve medya aracılığıyla katılım, "(kitle) iletişim sürecini, medya profesyoneller tarafından kısıtlayıcı şekilde kontrol edilen bir dizi pratik olarak değil, bütün toplumu kapsayan bir insan hakkı olarak görmektedir" (Bailey vd. 2015: 36-37).

Dijital iletişim ve medya, güç dengesizliğini tamamen ortadan kaldırmasa da topluluk üyelerinin hem medya içeriği hem de örgütlenme aşamalarında karar alma sürecine katılmalarını cesaretlendirmektedir (Prenn'den akt. Bailey vd. 2015: 41). Böylece bireyler bu katılımın bir parçası olarak katılım gösterdikleri faaliyetlerdeki bir sürecin sonucunu etkileme ya da belirlemede belirli bir oranda güce sahip olur. Toplulukların erişimi ve katılımı meselesi, dijital yeni medya platformları ile toplumsal hayatta katılımcı kültürü artırmak açısından oldukça önem taşımaktadır. Bu medya araçları ile topluluk üyeleri istediğinde enformasyona, habere, eğitime ya da eğlenceye katılabilmekte ve aynı zamanda kendini ifade edebilmektedir. Dolayısıyla dijital medya, üretilmiş içeriğin yanı sıra içerik üretiminin örgütlenmesi açısından da topluluğun katılımını kolaylaştırmaktadır.

Bireylerin ve toplulukların etkileşimi ve dolayısıyla katılımı destekleyen dijital harita platformlarına baktığımızda ise üretim biçimi olarak iki tür dijital haritalama sistemi dikkat çekmektedir. Bunlardan biri tüm dünyada en yaygın kullanılan ticari Google Haritalar iken bir diğeri ise kitle kaynak sisteminin haritadaki en yaygın örneği olan OpenStreetMap'dir. Bu platformların gelişim serüveni ve geleneksel haritalardan farklılıkları izleyen bölümde ele alınmıştır.

### **Geleneksel Haritalardan Dijital Haritalara Haritacılığın Değişen Doğası**

Evrensel bir perspektif izlenimi oluşturan geleneksel haritalar, binlerce yıldır sıradan kullanıcılar için yer-yön duygusunu geliştirmek, yerkürenin mekânsal dağılımlarını görebilmek ve bir çeşit yol bulma aracı olarak kullanılmaya gelmiştir. Nitekim geleneksel anlamdaki harita "coğrafya, tarih, dil, nüfus vb. konularla ilgili yeryüzünün veya bir parçasının, belli bir orana göre küçültülerek düzlem üzerine çizilen taslağı"nın içeren görsel bir belge olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2022).

Verilerin, sayfa boyutuyla sınırlandırıldığı basılı haritalar, her şeyden önce bir insan tarafından okunmayı ve analiz edilmeyi gerektirmektedir. Haritalara büyük miktarlardaki veriyi depolamak için birçok haritanın üretilmesi gerekmektedir. Mekânsal bilgiyi birden fazla haritadan okumak, ölçmek ve karşılaştırmak ise oldukça karmaşıktır. Fakat günümüz teknolojisi olarak bilgisayar ekranı ve dijital sistemler kullanıcıya sınırsız esneklik sunmakta, veri analizini boylam ve enlem değişkenlerine sabit olarak kodlamaktadır. Bilgisayar sistemleri, haritalanabilen veri gruplarının kapsamını muazzam biçimde genişleten veri analizini otomatikleştirir, çok katmanlı yapısıyla yakınlaştırma, katmanlar arasında geçiş yapma, kaydırma, açma-kapama ve yeni verileri yükleme gibi seçenekleriyle devamlı düzenlenerek güncellenir (Gordon & de Souza e Silva, 2011: 24-25).

Dijital haritaların gelişimindeki en önemli unsur ise, coğrafi bilgi sistemlerindeki (Geographical Information Systems [GIS]) ilerlemelerdir. Mekânsal haritalama ve analiz programlarındaki yazılım, donanım ve diğer uygulamaların kombinasyonu olan GIS, dünyanın coğrafi yüzeyi hakkında bilgileri alma, toplama, analiz etme, yazdırma ve saklama yeteneğine sahip bir dizi yazılım, donanım ve uygulamayı ifade etmektedir. Yeni coğrafi uzamsal verilerin oluşturulmasını sağlayan bu sistemlere standart mekânsal analiz araçları uygulanabilmektedir (Gregory vd. 2009: 279; 307).

Coğrafi bilgi sistemlerinin ileri bir seviyesi olan Web GIS, 1990'lardan günümüze kadar dünya çapında yaygınlaşan web haritalama servislerini ifade etmektedir. GIS yazılımları ve çeşitli medya türlerinin bir arada olduğu yöndeşik mobil cihazlarla ortaya çıkan Mobil GIS ise avuç içi bilgisayarlarda (cep telefonu, tablet gibi) coğrafi bilgilerin görüntülenmesine, saptanmasına, saklanmasına, değiştirilerek güncellenmesine ve analiz edilmesine olanak tanır.

1990'larda, internet üzerinden coğrafi bilginin sunulması ve kullanılması hızla yaygınlık kazanır.

Bu dönemlerde kullanıcılar web üzerinden üç farklı türde haritalama sistemini kullanmışlardır: kamu (ortak) haritalama siteleri, web tabanlı haritalama siteleri ve coğrafi web hizmetleri. Bunlardan kamu haritalama siteleri en yaygın olanıdır. 1995 yılında İngiltere'de cep telefonlarından haritaları kullanabilmek için Multimap.com geliştirilir. ABD'de bir benzeri olan MapQuest aynı yıl ortaya çıkar. Sonrasında Yahoo! Maps, Street Map, Map24 ve Microsoft MapPoint gibi benzeri web sitelerinde bir artış görülür. Bu hizmetlerin en temel özelliği, konum ve talimatlarla ilgili basit sorgulamalara erişim sağlamalarıdır (Haklay vd. 2008: 2014-2015).

Web üzerinden GIS araçlarını ya da ürünlerini kullanmak, haritalamanın toplumsal yaşamdaki önemini ve faydasını çarpıcı bir biçimde değiştirmiştir. Önceleri sayılı devlet ve özel sektör yetkilileri ile akademik paydaşların tekelinde olan mekânsal verilerin üretimi ve incelenmesi, günümüzde ağı dayalı yeni coğrafi teknolojilerin geliştirilmesi sonucunda internet erişimine sahip olan sıradan kullanıcıların da kullanımına, yorumuna ve üretimine açık hale gelmiştir (Kitchin vd. 2017: 1-2). Açık veriden faydalanan ESRI gibi şirketler, internet üzerinden coğrafi bilgi sistemlerinin çoğalmasında ve yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır. Hükümetler ve bazı kamu kurumları çeşitli sorunların çözümünde bu araçları hızla benimseyip çeşitli uygulamalar geliştirmiştir. Sıradan kullanıcılarınsa neyin nerede olduğunu bilme konusundaki artan ilgisiyle birlikte konumsal web hizmetlerine yönelik açık bir pazar oluşmuştur (Haklay vd. 2008: 2018).

Tüm bu gelişmelerin yanında 2005 yılına gelene kadar coğrafi bilgi sistemlerinin web üstünden iletilmesi bazı sınırlılıklar çerçevesinde gerçekleşmiştir. Web tabanlı bir harita uygulaması üretmenin ve geliştirmenin zorlukları harita geliştiricilerin sayısını sınırlandırmış, haritalamanın maliyetini de oldukça yüksek tutmuştur. Teknik açıdan ise bilgisayar ekranının çözünürlüğü ve reklam gibi sayfanın tasarımındaki dışarıdan gelen çeşitli talepler nedeniyle haritaların boyutları sınırlandırılmıştır. Coğrafi bilgilerin grafik olarak sunulması ve ağ bant genişliği gibi sorunlar

kullanıcının deneyimini epey sınırlandırmıştır (Haklay vd. 2008: 2015-2018).

İnternet ağında bir devrim olan Web 2.0'a geçilmesiyle haritalama uzmanlarının ve kullanıcıların bu sorunları aşmasını sağlamıştır. Web 2.0'a dayalı yeni uygulamalar, mekânsal bilgiye ulaşmanın, düzenlemenin ve bu bilgileri sayısız kez yeniden üretmenin yeni yollarını sağlamıştır. 2005'te Google Haritalar'ın Uygulama Programlama Arayüzünü (Application Programming Interface [API]) ücretsiz olarak kamuya açması ise bu dönemin en önemli gelişmelerinden biri olmuştur. Google API'sini kamuya açmasıyla en büyük çevrim içi haritalama şirketi haline gelirken, programcılar ya da kullanıcılar da bu sayede kendi haritalarını bu arayüzü kullanarak yapabilmıştır. API, kullanıcıların kendi verilerine taban oluşturacak basit bir Google haritası için özel bir anahtarla istek göndermelerini sağlamaktadır. Bu sayede, özel yazılımlara gereksinim duyulmadan geniş bir kullanıcı topluluğu tarafından veri kümelerinden sayısız harita mahsupları<sup>1</sup> geliştirilmiştir. API'sinden yararlanan sitelerde reklam verme hakkını koruma stratejisini kullanan Google Haritalar, böylelikle internet ortamında her alanda kullanılır ve görünür olmuştur (Crampton, 2017: 37).

Dijital haritaların ilk örneği olmasa da Google Haritalar, farklı temalarda haritaların kamuya açık biçimde yaygınlaşmasına büyük oranda katkıda bulunmuştur. Haritalama faaliyeti GIS programcılarının uzmanlık alanıyla sınırlı kalmayıp, sıradan kullanıcıların da içerik ürettiği ve tükettiği bir uğraş alanı haline gelmiştir. Kullanıcılar basit bir kodlamayla amaçlarına uygun bir veri kümesini kendi oluşturdukları haritaya yerleştirebilmiştir. Veri kümelerini seçme konusunda sağlanan bu esneklik sayesinde kısa süre içinde web üzerindeki çeşitli amaçlar için üretilen sayısız haritalar ortaya çıkmıştır: sağlıktan eğitime, ulaşımdan haberleşmeye, eğlenceden seyahate pek çok konuda haritalar dolaşıma girmiştir (Gordon & de Souza e Silva, 2011: 28-30).

Günümüzde Google Haritalar gibi pek çok işlevselliğe sahip küresel bir ara yüz haline gelen dijital haritalar günümüzde yer-yol bulma işleviyle sınırlı kalmayıp, yerler hakkında çeşitli bilgiler, haberler, fotoğraf, video ve grafik gibi yazılı, görsel ve işitsel farklı türde verilerin olduğu bir multimedya aracı hâline gelmiştir. Coğrafi bilgi sistemlerinin geldiği bu aşamada haritalar, kullanıcıların ağa bağlı olan verilere ulaşması, bu verileri düzenlemesi ve paylaşması için kullanılan oldukça yararlı ara yüzlerdir. Bu ara yüze toplu olarak yapılan düzenlemeler ve yorumlamalar ile haritalar sosyalleştirilmektedir. Web tabanlı haritalama, haritalama uygulamalarını dönüştürmenin ötesinde iletişimin daha geniş ölçekte dönüştürülmesini sağlamıştır (Gordon & de Souza e Silva 2011: 21-29).

Haritacılıktaki radikal değişim, Jeoweb (GeoWeb) ya da Coğrafi Dünya Çapında Web (The Geographic World Wide Web), Siberkartografi (Cybercartography), Web Haritalama 2.0 (Web Mapping 2.0), Wikimapping, Yurttaş Haritacılığı (Citizen Cartography) ve Kitle Kaynaklı Kartografya (Crowdsourced Cartography) (Kitchin vd. 2017: 4) gibi çeşitli spesifik terimlerle tanımlanmaktadır.

Haklay ve arkadaşları, insanları coğrafi bilgi sistemleri hizmetlerini ve uygulamalarını kullanmaya teşvik eden yeni web haritalama sistemlerini "Web Haritalama 2.0" olarak tanımlar (2008: 2019-2020). İnternetin ilk dönemlerinde, mekânsal bilgi üretimi ve haritalama, teknik bilgi ile desteklenen, büyük ölçekli yatırım ve uzmanlık gerektiren, statik veya etkileşimli içerik sağlayan birkaç köklü siteyle düzenlenmiştir<sup>2</sup>. Kullanıcıların birbirleriyle etkileşimde bulunmalarını sağlayan iki yönlü bir sistem olan Web 2.0 dönemine geçişle birlikte web daha katılımcı hale gelmiştir. İnsanların yazma, çizme, düzenleme, harmanlama, paylaşma ve benzeri işlemler yoluyla iletişim kurmalarını sağlayan Web 2.0, insanların iş birliğine girerek daha etkin bir kullanıcı etkileşimi ve deneyimine olanak yaratır.

1 Birbirinden bağımsız web servisi sağlayıcılarının uygulamalarını bir araya getirerek yeni bir uygulama oluşturmak.

2 ABD ve Kanada Çevrimiçi Ulusal Atlas, NASA World Wind, Mapquest ve Terraserver USA.

Yerleri saptamayı, düzenlemeyi ve yayınlamayı sağlayan ağa bağlı haritalama olarak ifade edilen neocoğrafya, Web Haritalama 2.0'in merkezini oluşturmaktadır. Yeni coğrafya anlamında gelen neocoğrafya, katılımcı coğrafyayı içeren geniş ölçekli hizmet ve uygulamaları ifade eder (Gordon & de Souza e Silva, 2011: 20). Bu uygulamalar, haritaya coğrafi referanslı veriler eklemeyi (geotagging), coğrafi etiketlemeyi, kent hizmetleriyle ilgili sorun bildirmeyi, konum bildirmeyi (check-in) ve benzeri faaliyetleri içerir. Kullanıcılar bu faaliyetler yoluyla, aktif olarak kullandığı bir ürünün ya da hizmetin üretilmesi sürecinde önemli bir katkı sağlar (Ritzer & Jurgenson, 2010; Dodge & Kitchin 2013 akt. Kitchin vd. 2017: 4).

Yeni üretim, tüketim ve ilişkilerini gündeme getiren bu değişimlerle, haritalama faaliyeti sıradan kullanıcıların da yaygın bir şekilde kullandığı bir araca dönüşmüştür. Bu girişimler coğrafi bilginin üretimi ve tüketiminde yeni bir döneme işaret etmektedir. Web haritalama 2.0 çok çeşitli amaçlara hizmet eden, herkes için her zaman ve her yerde kişiselleştirilebilen yeni bir coğrafi bir pratiktir (Kelley, 2011; Thatcher, 2013; Haklay 2013 akt. Kitchin vd. 2017: 4). Haklay ve arkadaşlarına göre, bu pratikler coğrafyacıların ve haritacıların yavaş, katı, sıkıcı ve yüksek maliyetli uygulamalarının karşısında, yurttaşların katılımına açık olan coğrafi bilgilerin kurallara aykırı ve coşkulu kullanımlarıdır (2008: 2021).

Mekânsal bilginin yeni üretim-tüketim biçimlerinde kullanıcının katılımına ve yeni haritaların görece daha özgür üretilmesinde kilit rol oynayan Google Haritalar gibi uygulamalar bu özelliklerinin yanında ticari nitelikleri sebebiyle reklam, denetim ve gözetimi içeren işleyiş süreçleri sebebiyle birtakım sınırlılıklar içermektedir. Bu sebeple kullanıcılar tam anlamıyla katılımcı, kitle kaynaklı ve açık veri niteliğine sahip özgür yazılımlara da ihtiyaç duymaktadır. Ticari haritalardan farklı olarak açık veriye dayanan kitle

kaynaklı OpenStreetMap platformu bunun en bilinen örneğidir. Bu platformların işleyiş sürecini anlayabilmek için 'açık veri', 'kitle-kaynak' ve 'yurttaş bilimi' kavramlarını açıklamak gereklidir.

Açık veri, herkesin erişebildiği, kullanabildiği ve paylaşabildiği verileri tanımlamaktadır. Hükümetler, özel işletmeler ya da şahıslar çevresel, ekonomik ve sosyal çeşitli faydalar elde etme amacıyla açık verilere başvurmaktadır. Açık veriler lisanslanabilmektedir. Lisanslama, insanların verileri başkalarıyla paylaşmak ya da ticari olarak dönüştürmek gibi gerekçelerde istedikleri biçimde kullanmalarına izin vermektedir (data.europa.eu, 2022). Benzer şekilde gündeme gelen ve dilimize kitle-kaynak olarak çevrilen crowdsourcing sistemi de açık çağrı yapılarak dağıtık olan bireylerin ağ üzerinden yaratıcı bir çözüm için birleştiği web tabanlı yeni bir iş modelidir. Bu sistemde çeşitli fikirlerin ya da hizmetlerin geliştirilmesinde uzmanlardan ziyade, genellikle internet üzerinden çeşitli kullanıcıları ya da topluluklar aktif olarak rol oynar. Kullanıcılar daha çok gönüllük esasıyla ya da sembolik bir ücret karşılığında bir araya gelerek içerik üretir. Kitle kaynak, "bir tasarım sürecinden çok, sevdikleri işleri başka insanlarla birlikte yapma niyetinde olan İnternet kullanıcılarının koordineli olmayan eylemleri sonucunda ortaya çıkmıştır" (Ünen vd. 2013: 2).

Çağdaş kitle kaynak kullanımı, "bir bilim alanında gözlemci olarak hareket eden topluluklar veya yurttaş ağları" olan 'yurttaş biliminde (citizen science)<sup>3</sup> daha uzun süredir gözlemlenmektedir. Burada insanlar, 'uygun' bilim için gerekli veri noktaları olarak gerçek değere sahip olan olayların ampirik gözlemlerini ve ayrıntılı ölçümlerini ücretsiz olarak sağlarlar. 'Yurttaş bilim adamları' coğrafi olarak dağıtılabildikleri ve zaman içinde yerlerine yerleştirilebildikleri için gözlemsel süreçlerde özellikle yararlı görülmektedir (bu tür saha ölçümlerini toplamak için profesyonel araştırmacıları kullanmak, koordine etmek zor ve

3 Yurttaş Bilimi (Citizen Science) tamamen ya da kısmen amatörler ya da profesyonel anlamda bilim yapmayan insanlar tarafından yürütülen araştırmalar olarak tanımlanmaktadır. Bilginin kaynağı ya da mali destek de halk tarafından karşılanabilmektedir.

maliyetlidir). Esasında 20. yüzyıl boyunca ana akım bilime bir destek olarak yerleşen yurttaş bilimi, adil bir beceri ve bilgi düzeyine veya özel ekipmana (iyi kaliteli bir teleskop gibi) ve her şeyden önce önemli miktarda motivasyona ve sürekli bağlılığa dayalı bir azınlık faaliyeti olmaya devam etmektedir. Gönüllü coğrafi bilginin olgunlaşması ve daha da genişlemesi için bu sınırlılıkların aşılmasına ihtiyaç vardır (Dodge & Kitchen 2012: 23). Bunun için gün geçtikçe gelişen ve çeşitlenen topluluk katılımını teşvik eden kitle kaynaklı platformlar önem arz etmektedir.

Kitle kaynak sisteminin küresel ve en bilinen örneği Wikipedia iken, neocoğrafya örneği OpenStreetMap'dir [OSM]. Vikipedi'nin elde ettiği başarıdan ilham alan Londra Üniversitesi Akademisi öğrencisi Steve Coast, Britanya'da askeri harita servisinin kontrolündeki topografik haritaların erişim sınırlılığı nedeniyle, 2004 yılında içeriğin kullanıcılar tarafından üretilip kullanılabilmesi için bir harita hizmeti geliştirmek istemiştir (Ünen vd. 2013: 2). Ticari haritalara karşı bir alternatif oluşturan OSM projesi, kısa sürede ilerleme kaydederek günümüzde sekiz milyondan fazla harita kullanıcısına ulaşabilmiştir<sup>4</sup>.

Böylelikle, 2005 yılından beri ticari Google Haritalar'dan, kitle kaynaklı OSM'ye çeşitli web haritalama hizmetleri ve toplulukları ortaya çıkmış, bu zaman zarfında kullanıcı sayısında dikkate değer bir artış yaşanmıştır<sup>5</sup>. Coğrafi bilgi üretimi ve web haritalama sistemlerindeki hızlı ilerlemeler, küresel ölçekte bireylerin ve toplulukların, iş birliğine dayalı hizmetler aracılığıyla mekânsal bilgi üretimi ve paylaşımını kolaylaştırmıştır. İnternet üzerindeki bilgileri dinlemekte bir araç olarak coğrafyanın ve konumsal bilginin önemi ve kullanımı konusunda giderek artan bir ilgi ve farkındalık oluşmuştur. Bu gelişmelerle, yakın

dönemde coğrafi bilgi sistemleri ve uygulamaları ana bilgi ekonomisinde önemli bir konuma yükselmiştir (Haklay vd. 2008: 2012).

Belirli bir amacı güden ve buna yönelik sınırlı bir bakış açısı sağlayan geleneksel haritalardan farklı olarak, web kullanıcıları için çeşitli amaçlara hizmet eden çok sayıda haritanın üretilmesi ve bunların karşılaştırılabilmesi, 'haritaların demokratikleşmesi' konusunu gündeme getirmiştir (Farman, 2010: 871-872). Haritaların birbirleriyle karşılaştırılması yeni bir pratik değildir ancak genel olarak haritaların mekânsal bağlamda ele alınmasına, tartışılmasına, mekânsal etkileşimin yeni biçimlerine, haritalarla kullanıcı birlikteliğine ve sıradan kullanıcıların bu etkinliklere katılmasına imkan sağlayan GIS sistemleri (Örn. Google Haritalar) yeni bir olgu ve yeni bir mekânsal pratiktir (Lemos, 2010). Bu yeni mekânsal pratiğin olanaklarını ve sınırlılıklarını ortaya koymak ise katılımcı kültürü ve kamusal alanın inşasını haritacılık özelinde temellendirmek açısından önem kazanmaktadır.

### Amaç ve Yöntem

Bu çalışmada dijital teknolojilerle gündeme gelen yeni yöntemler sonucunda bir medya aracı olarak haritanın ve haritacılık faaliyetinin değişen yapım pratiklerini anlamak ve kullanıcıların katılımını teşvik eden haritalama platformlarının faaliyetlerini inceleyerek katılımcı kültürün haritacılık özelinde nasıl üretildiğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada nitel araştırma yöntemi ve ilkeleri benimsenmiştir. Nitel araştırma yöntemi ilkelerince öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması yapılırken harita, mekân, iktidar ve toplum/kullanıcı ilişkisini kavramsal ve tarihsel boyutlarıyla anlaşılır kılan öncü çalışmalar temel alınmış ve bu bağlamda dijital haritacılık ve

4 Planet.openstreetmap.org/statistics/data\_stats.html.

5 Dijital harita platformlarına gelen ziyaretçi sayıları bu değişimin somut örneğidir. 2005 yılı ortalarında Birleşik Krallık'ta Multimap pazarın lideri olarak 7,3 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde Mapquest 47 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır. 2007 yılının sonuna gelindiğinde, Google Earth 22,7 milyon, Google Haritalar 71,5 milyon kişi tarafından kullanılmıştır. 2007 yılının ortalarında ise 50.000'in üzerinde Google Haritalar'ı kullanan yeni web sitesi olduğu bilinmektedir (Haklay vd. 2008: 2011-2012).



katılımcı kültür meselesine dair güncel kavram ve tartışmalara yer verilmiştir. Sosyo-politik bir faaliyet alanı olan haritacılığın değişen yönlerini anlamlandırabilmek için kavramsal ve tarihsel çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Haritanın ve haritacılığın iletişim ve medya açısından önemi ve kullanım biçimine yer verilmiştir. Değişen iletişim biçimlerinin etkileşim ve katılıma olanak tanıdığı varsayımından hareketle öncelikle bu kavramlar üzerinde durulmuş ve katılımcı kültürle bağlantılı olarak dijital haritalarla gündeme gelen yeni kavramlar ve pratikler ele alınmıştır. Topluluk katılımını teşvik eden dijital haritaların kullanıcılar açısından nasıl bir katılımcılık biçimi doğurduğu sorunsallaştırılmıştır. Çalışma kapsamında katılım, toplumdaki karar mekânizmaları ile bunların kurumları ve paydaşları arasındaki ortak yarara dayalı ilişkiyi ifade etmek anlamında kullanılmaktadır. Bu eksende kullanıcıların mekânsal bilgiye erişme, düzenleme, yeniden üretme ve paylaşma gibi dijital haritacılık faaliyetleri kamusal alana katılımın farklı bir formu olarak görülmemiştir. Nitel araştırma yöntemi kapsamında araştırmanın deseni durum çalışmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 73-74). Çalışmanın ele aldığı sorunsal betimsel analiz yapılan örnek olay çalışması üzerinden irdelenmiştir. Örnek olay analizi için Google Haritalar ve OpenStreetMap gibi farklı sahiplik yapısındaki dijital harita platformları karşılaştırmalı olarak ele alınmış ve kitle kaynaklı Mapping For Change ve ülkemizden Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği altbirim olarak incelenmiştir. Betimsel olarak analiz edilen bu platformların kullanıcıya ne tür katılım olanakları sağladığı ve birbirinden farklı yönlerinin neler olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

### **Mekânsal Bilginin Üretiminde Kullanıcı Katılımı: Google Haritalar ve OpenStreetMap**

Gündelik hayatta iletişim, haberleşme, alış-veriş, eğlence, sağlık, ekonomi, siyaset ve daha pek çok alanda çeşitli faaliyetlerin ve etkileşimlerin gerçekleşmesinde küresel bir arayüz haline gelen dijital haritalar, dünya çapında profesyonellerin

yanı sıra (haritacılar, programcılar, yazılımcılar, bilgisayar programcılar vb.) sıradan kullanıcılar tarafından da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Dijital haritaların her türlü enformasyon hakkında bilgi vererek bunları mekânsal olarak konumlandırması ve etkileşime olanak vererek kullanıcıların haritaya çeşitli katkılarda bulunması, harita uygulamalarına olan ilgiyi artırmıştır. 2005 yılında küresel ölçekte dolaşıma giren ve en yaygın uygulamalardan olan Google Earth ve Google Haritalar bunun ilk örneklerini vermiştir.

2005 yılında Katrina Kasırgası'nın vurduğu Amerika'nın New Orleans bölgesindeki güncel verilere ulaşmak için insanlar yeni bir çevrim içi haritalama servisi olan Google Earth'e yönelirken, kurtarma ekipleri de programın uydu görüntülerinden yararlanarak yardım bekleyen insanlara ulaşmaya çalışmıştır (Crampton, 2017: 36-37). Fiziki yerler hakkındaki verileri ve uydu görüntüsünü grafik biçiminde gösteren bu sanal küre, gönüllü kullanıcıların da bilgi paylaşımına izin vererek kriz durumlarında kolektif çabayı destekleme yeteneği açısından kullanışlı olduğunu kanıtlamıştır. Günümüze kadar sürekli güncellenen Google Earth oldukça geniş bir kullanıcı sayısına sahiptir.

Google Haritalar da benzer biçimde ilk kez dolaşıma girdiğinde, pek çok kişi çevrim içi olarak merak ettikleri yerleri görmek ya da kendi yaşadıkları bölgeyi, caddelerini, sokaklarını, evlerini görüntülemek istemiştir. İnsanların kendi konumunu küresel bir ağın içinde bulma konusundaki isteği uygulamanın ilk başarısı olarak yorumlanmıştır (Gordon, 2007: 894). Bu programların sürekli güncellenmesi ve büyük oranda doğru sonuçlar vermesi, geniş bir kullanıcı sayısı ve popülerliği beraberinde getirmiştir<sup>6</sup>.

Google Haritalar kullanıcılara oldukça zengin bir içerikle hizmet sunmaktadır. Haritanın içeriği kullanıcıların bulunduğu konuma ve arama geçmişine bağlı olarak değişmektedir. Google Earth'ün de kullandığı sokak görünümü

6 Bugün dijital uygulama mağazası Play Store'da Google Haritalar'ın mobil ortamda yükleme sayısı on milyarı geçmiş durumdadır (play.google.com, Erişim tarihi: 10.11.2022).

(streetview) ve bazı yerlerin geçmiş yıllardaki görünümüne gitmeye olanak tanıyan zaman yolculuğunun (time travel) yanı sıra uygulamanın en öne çıkan özelliklerinden biri de haritaların kullanıcılar tarafından kişiselleştirilebilmesidir. Kullanıcılar kişisel haritalarını oluşturarak bu haritalara, fotoğraf, video, açıklama ya da yorum ekleyip herkese açık olacak şekilde paylaşabilmektedir. Konum bilgilerini aktifleştiren kullanıcılar zaman çizelgesi üstünden geçmiş zaman etkinliklerini izleyebilirler.

Kullanıcıları Yerel Rehberler (local guides) ağına davet eden Google Haritalar, onları daha aktif bir içerik üreticisi yapar ve sürekli olarak içerik üretiminde bulunmalarına teşvik eder. Google hesap bilgileri üzerinden Yerel Rehberler ağına kaydolmuş kullanıcılar, coğrafi içerik üreten bir topluluğun (jeocommunities) parçası hâline gelirler. Yerel rehber olarak adlandırılan kullanıcılar, buldukları yerlerle ilgili fotoğraf, video, açıklama, değerlendirme, yorum ya da puanlama yapabilirler. Kullanıcılar yerel rehberler ağına bir araya gelerek coğrafi yürüyüş, yerlerin keşfi ya da yeni harita oluşturma ve düzenleme (yaşadıkları şehirdeki çeşitli bilgiler hakkında haritaya veri eklemek gibi) gibi faaliyetler düzenleyerek fiziksel mekânda da topluluk olarak buluşabilmektedirler. Örneğin şehirde birlikte gezinen bir grup yerel rehber, tekerlekli sandalye erişilebilirlik konusunda haritaya bilgi eklemiştir<sup>7</sup>. Böylece dijital mekândaki Google Yerel Rehberler, fiziki kent uzamında da topluluk olarak bir araya gelmektedirler.

Ancak her ne kadar Google Haritalar toplulukları mekânı keşfetmek ve onu yeniden üretmek (haritaya bilgi ekleme vb.) için sayısız özellik sunsa da diğer pek çok mobil uygulamada olduğu gibi ticari niteliğinden dolayı katılımcıları hem bir 'içerik üreticisi' olarak ücretsiz çalıştırmakta hem de gözetleme potansiyeliyle şirketler için 'potansiyel bir müşteri' olarak konumlandırmaktadır. Google tüm kullanıcıların deneyimleri üzerinden elde ettikleri verileri ticari bir değer olarak kullanmakta ve özellikle konum hedefli reklamcılık gibi

kullanıcının bulunduğu konumu içerecek biçimde kişiselleştirilmiş reklamlar üzerinden kullanıcıları ticari bir faaliyetin nesnesi haline getirmektedir (Toprak, 2021: 218-220). Dolayısıyla bu katılım biçimine yönelik deneyimler ticari ağlarla dolayımlanmaktadır. Ancak bu yeni kartografik yetenekler, tüketici odaklı uygulamalar tarafından yönlendirilse de kamusal hayata katılım ve karar verme süreçlerini desteklemekte, kullanıcıların haritalama araçlarını kullanmasında bir deneyim, beceri sağlamakta ve topluluk katılımına dayalı haritalama araçları geliştirmek için de bir model ortaya koymaktadır.

Nitekim aktif kullanıcı sayısı ve içerik açısından gün geçtikçe ilerleme kaydeden kitle kaynaklı OpenStreetMap, günümüzde çok sayıda web sitesi ve mobil uygulamaların kullandığı bir diğer önemli ara yüzdür. Haritaların Vikipedi mantığında işleyen bir örneği olarak düşünülebilecek OSM ile çeşitli coğrafi veriler gönüllü kullanıcılar tarafından üretilerek kamuya açık olarak paylaşılmaktadır. Kişisel hesap oluşturan kullanıcılar, temel harita verilerini görüntüleyebilmekte ve arayüz üzerinden bu haritayı çevrim içi olarak düzenleyebilmektedir (Haklay vd. 2008: 2026-2027).

Kitle kaynaklı OSM, 2013'te kullanıcı sayısının bir milyona ulaştığını duyurmuştur. Simon Poole 2018 yılında kaleme aldığı blogunda, geçen süre içinde sadece kullanıcı sayısı ile sınırlı kalınmadığını ve OSM'ye bir milyon gerçek katkının kullanıcılarından sağlandığını duyurmuştur. OSM'in içerik üretiminde gönüllü haritacılar, GIS uzmanları ve mühendislerin yanında dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleşen krizlerden etkilenen yerlerdeki sorunları tespit etmek ve çözüm üretmek için haritalama yapan gönüllüler yer almaktadır (Openstreetmap, 2022).

Kullanıcılar genellikle yerel bir bölgede gerçekleştirdikleri saha çalışmasında topladıkları verileri haritaya eklerler. GPS alıcısıyla kullanıcıların kaydettikleri izler sisteme yüklenir, dijitalleşme işleminden geçer ve daha sonra bu izler harita verisi haline getirilir. Tüm bu süreçlerde kamuya açık uydu görüntüleri kullanılır. OSM gibi kitle

7 Youtube videosu için bkz. (<https://www.youtube.com/watch?v=aU6YoVBBxs>).

kaynaklı haritaların buradaki en önemli farkı, yapılan düzenleme ve güncellemelerin sistem sorumlularının denetiminden geçmeden haritaya işlenebilmesidir. Böylelikle yerel bölgelerdeki değişimleri gerçek zamanlı olarak güncellenebilmektedir (Ünen vd. 2013: 3). Bu özellik sayesinde, dünyanın farklı coğrafyalarında yaşanan felâketlerde ticari haritaların sağlayamadığı düzeyde bir hizmet sağlanabilmektedir.

OSM'nin kriz durumlarında proje kaynaklarının seferber edilmesi ve bunun koordine etme görevini üstlenen İnsani Yardım için OSM Ekibi (Humanitarian OSM Team [HOT]) adında bir çalışma ekibi oluşturulmuştur. Kriz bölgeleri için kamusal, ücretsiz ve kitle kaynaklı haritaları üreten HOT kendini, "açık haritalama yoluyla insani eylem ve toplum gelişimine adanmış uluslararası bir ekip" olarak tanımlamaktadır (Humanitarian OSM, 2022). HOT'un çalışma sistemine göre, ilk olarak afetin yaşandığı bölgedeki eksik harita bilgileri tespit edilir ve başka yardım kuruluşlarıyla bağlantıya geçilir. HOT'un oluşturduğu web siteleri üzerinden gönüllülerden kriz bölgesindeki eksik verilerin elde edilebilmesi için çalışma yapmaları istenir. Toplanan veriler, sahadaki insani yardım çalışanları ile paylaşılır (Güngör, 2013: 2).

HOT ilk olarak 2010 Haiti depremi çalışmalarının ardından, 2010 Şili depremi, 2010 Pakistan sel felâketi, Gazze krizi, Libya krizi, 2011 yılında ülkemizde gerçekleşen Van-Erciş depremi gibi kriz ve afet durumlarında dünyanın dört bir yanından OpenStreetMap kullanıcıları ile bir araya gelerek haritalama çalışmalarına katkı sağlamıştır (Güngör, 2013: 2; Ünen vd. 2013: 4).

OSM'nin başlangıcından günümüze kullanıcı sayısında ve aktif katkıda bulunanların sayısında artış gözlemlenmektedir. Platform, OSMstas adlı internet sitesinde anlık, haftalık, aylık ve yıllara göre olmak üzere kullanıcı istatistiklerini coğrafi bilgileriyle birlikte paylaşmaktadır<sup>8</sup>.

### Resim 1 OpenStreetMap #dünyasının Trend Olan Ülkeleri, Şehirleri ve Konuları

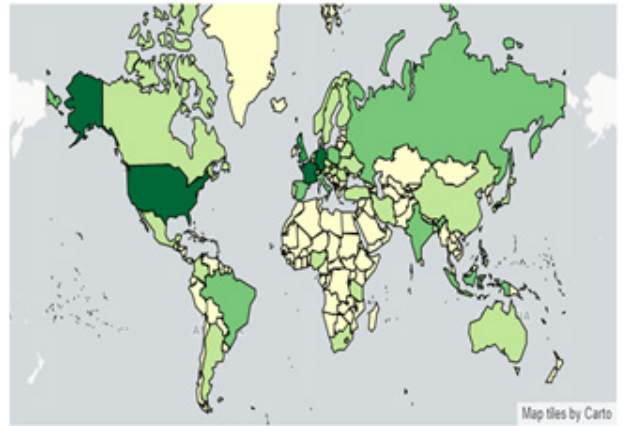
Toplam 693 katılımcı, son 60 dakikada 110 ülkede 155,320 harita düzenlemesi yaptı. (Organize editörlerin yüzdesi: %20).



**Kaynak:** <https://osmstats.neis-one.org/> Erişim Tarihi: 08.12.2022.

OSM dünya çapında son 60 dakika içinde yapılan anlık haritalama etkileşimlerini ülke bazlı olarak paylaşmaktadır.

### Resim 2 Güncel Verilere Göre Katılımcıların Ülkelere Göre Yoğunluk Haritası



**Kaynak:** <https://osmstats.neis-one.org/?item=countries/> Erişim Tarihi: 08.12.2022.

Güncel verilere göre 190 ülkeden katkıda bulunan katılımcı vardır. Toplulukların katkısı günlük olarak istatistik verilere dönüştürülmektedir. Örneğin Türkiye'de 7 Aralık 2022 tarihinde 45'i (4%) bulan aktif katılımcı, haritada 18610 (7%) oranında düzenleme yapmıştır. 2022 Aralık itibarıyla dünya genelinde OSM üye sayısı ise 10 milyona ulaşmış durumdadır (Osmstats, 2022). Gerçek katkı sağlayanların oranı ise gün geçtikçe artmaktadır. Ticari haritalarla kıyaslandığında bu sayılar her ne

8 OpenStreetMap kullanıcı istatistikleri için Bkz. Ek 1.

kadar az olsa da tamamen kitle kaynaklı özgür bir haritanın üretilmesi anlamında dikkate değerdir.

OSM'nin yanı sıra Crowdmap ve Wikimapia gibi kitle kaynaklı haritalar, ticari haritalardan farklı bir işleyiş ve belirli bir ortak amaca yönelik faaliyet yürütmektedir. Bu gibi topluluk haritaları geliştirilmeye devam edilmektedir. Dünyada çeşitli bölgelerden yerel topluluklar, araştırma kurumlarıyla birlikte çalışarak projelerinin sahipliğini üstlenmek için iş birliğine dayalı çevrimiçi kartografik uygulamalar geliştirmektedir. Bu çalışmaların çoğu yerel topluluklara çeşitli konularda kendi yerel bölgelerindeki sorunları dönüştürmeye olanak sağlamak için tasarlanmaktadır. Bu çalışmada ise Mapping For Change ve Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği oluşumlarının faaliyetleri incelenmiştir.

### Mapping For Change

University College London'a ait bir sosyal girişim olan Mapping For Change-MfC, "katılımcı ve topluluk haritalama projelerinde uzmanlaşmış ve kamu, özel ve hükümet dışı 'üçüncü sektör' kuruluşlarıyla çalışan topluma fayda sağlamak için var olan özel bir limited şirket türü" olarak kendini tanımlamaktadır (Mapping for Change, 2022). MfC, Avrupa çapında ve giderek daha da ötesinde, kendileri için önemli olan yerleri anlamak ve geliştirmek isteyen yerel yetkililer, kuruluşlar, araştırmacılar, topluluklar ve işletmelerle çalışır. MfC gönüllü ve topluluk gruplarına, ticari kuruluşlara ve devlet kurumlarına bir dizi katılımcı haritalama hizmeti sunar ve özel gereksinimlere göre uyarlanmış projeler tasarlar. MfC'in çevrimiçi haritalama platformu olan Topluluk Haritaları, bir dizi proje ve sektörde çok paydaşlı danışma için etkili bir araç sağlamaktadır.

MfC sosyal girişimi, "dezavantajlı veya marjinal gruplardan bireylere ve topluluklara, bu toplulukları destekleyen kuruluş ve ağların çevrelerinde olumlu sürdürülebilir dönüşümler yaratmayı hedeflediği durumlarda onlara fayda

sağlamak için çalışır" (Mapping for Change, 2022). MfC, Londra Üniversitesi'nin geliştirmiş olduğu Community Map platformu üzerinden kamu yararını gözeterek çeşitli haritalama projelerini hayata geçirmektedir:

Yerel yerler önemlidir. Topluluk Haritaları ile bölgenizle ilgili ilgi alanlarınızı veya endişelerinizi belirleyebilir, belgeleyebilir ve topluluktaki diğer kişilerle paylaşabilirsiniz. 2014 yılında, son teknoloji web geliştirme teknolojilerine dayanan yeni Topluluk Haritaları platformumuzu oluşturduk. Amaç ne olursa olsun, sizinle ilgili konuları yansıtan ve yerel bilginize öncelik veren çevrimiçi etkileşimli bir Topluluk Haritası geliştirmek için sizinle birlikte çalışabiliriz.

Kâr amacından ziyade sosyal fayda ve çıkarları gözeterek MfC'nin, hava kirliliği (örn. Temiz Hava Köyleri 3, Okullara Sağlıklı Hava Ekilmesi vd.) kentsel/çevresel sorunlar, tarım (örn. eCSAgri – Tarımda Olağanüstü Yurttaş Bilimi), dezavantajlı grupların sivil ve sosyal hayata katılım eksikliği (örn. CIVACT – Bölge geliştirme yoluyla gençler arasında sivil katılımı teşvik etmek, Urbex – Kentsel Keşif Yoluyla Gençleri Etkilemek) kamusal alanlara erişilebilirlik (örn. Eşitliklere Giden Yolu Haritalamak, MyAccessible.EU) ve daha pek çok farklı konuda devam eden ya da tamamlanan projeleri vardır.

MfC, bu projeleri hayata geçirirken Yurttaş Bilimi'nden (Citizen Science) yararlanmaktadır:

"Çevre sorunları hepimizi etkiliyor. Yurttaş Bilimi size bir ses verebilir. Farkındalık yaratmak ve değişim için mücadele etmek için ihtiyacımız olan verileri toplayalım." (Mapping for Change, 2022).

MfC, projelere yönelik çalışmalarda çeşitli kamu, özel, sivil kurum ya da kuruluşlarla iş birliği yapmanın yanında veri toplama ya da çözüme yönelik çeşitli uygulamalarda vatandaşlara da önemli rol vermektedir.

**Resim 3** MfC Topluluk Katılımına Dayalı Etkinlikler

**Kaynak:** <https://mappingforchange.org.uk/projects/planting-healthy-air-in-schools/>

Örneğin AB tarafından finanse edilen D-NOSES9 (kötü kokular) projesi için MfC, topluluklar, endüstriler ve düzenleyicilerle sekiz adımlık bir katılım sürecinin ardından kokuları izlemek için yurttaş bilimini kullanmaktadır. Yurttaş bilimi yaklaşımıyla, projenin ücretsiz veri toplama araçları kullanılarak Avrupa'da ve ötesinde 10 yerde pilot olarak uygulanması hedeflenmektedir. MfC, konut ve sanayinin örtüştüğü ve sakinlerin yıllardır kötü kokulardan şikayet ettiği hızlı bir gelişme alanı olan Londra'nın batısındaki Southall ve Hayes bölgesinde çalışmalar yürütmüştür. Vatandaşların koku gözlemlerini kaydetmelerini sağlamak için proje kapsamında geliştirilen ücretsiz bir uygulama olan OdourCollect'i kullanan MfC, bu uygulama üzerinden 12 aydan fazla bir süre veri toplamıştır. Devam eden katılım sürecinin bir parçası olarak tüm paydaşlara düzenli olarak geri bildirim sağlamak üzere verileri analiz edip ve görselleştirmiştir.

Love Lambeth Air10 adlı bir başka projede ise MfC, Lambeth konseyi ile ortaklaşa olarak Kasım 2016'dan Nisan 2017'ye kadar altı ay boyunca evlerinin veya ofislerinin dışında nitrojen dioksiti ölçmek için sakinlere ve işletmelere difüzyon tüpleri sağlamıştır. Katılımcılar her ay evlerinin veya ofislerinin dışında difüzyon tüpünü değiştirip eski tüpü MfC'ye geri vermişlerdir. MfC, tüpleri analiz için laboratuvara göndermiş, sonuçlar Topluluk Haritaları web sitesinde yayınlanmıştır. Bu proje yerel halka, mahallelerindeki hava kalitesinin nasıl olduğunu bilme olanağı vermiştir. Yerel halk,

yaşadıkları bir problemi tespit etme ve çözmede etkin rol oynamıştır.

Topluluğun katkısı ile toplumun sosyal sorunları için geliştirilen haritalama çalışmalarının dünyadaki örnekleri çoğalırken Türkiye'de de benzer çalışmaların üretildiği görülmektedir. Saha çalışmalarıyla dikkat çeken Yer Çizenler: Herkes için Haritacılık Derneği ülkemizdeki ilk örneklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

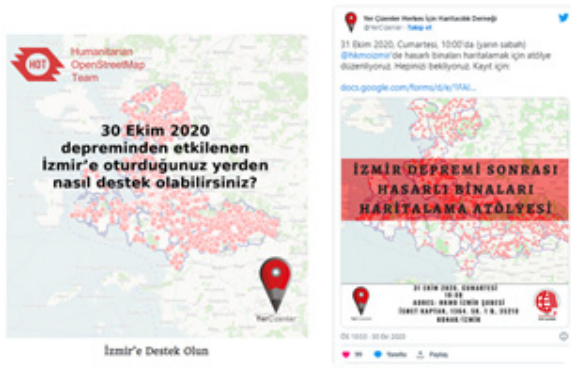
### **Yer Çizenler: Herkes İçin Haritacılık**

Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği, Temmuz 2017'den beri faaliyette olan ve "insani yardım amaçlı çalışmalarda kullanılmak üzere açık ve özgür uzamsal veri kullanımını destekleyen bir sivil toplum kuruluşudur" (Yer Çizenler, 2022). Yer Çizenler, "açık kaynaklı, özgür sistemler üzerinden kitle katılımlı çalışarak, herkesçe erişilebilir coğrafi veri üretim, yönetim ve paylaşımını destekliyoruz" demekte ve kullanıcılara "Aramıza Katılın!" diyerek çağrıda bulunmaktadır. Yer Çizenler, sıradan kullanıcıları düzenledikleri etkinlik ve eğitimlere davet etmekte ve ulusal ve uluslararası insani yardım faaliyetlerine destek olmaya çağırılmaktadır. Derneğin her ay düzenli olarak yürüttükleri Mapathon etkinliği ise birçok insanın gönüllü katılımıyla gerçekleştirilen bir OpenStreetMap veri üretimi buluşmasıdır. Mapathonlar, insani yardım kapsamında kriz ya da afet riski bulunan bölgelerin iyileştirilmesi gibi amaçlarla düzenlenen koordineli dijital haritalama etkinlikleridir.

2017'den beri Yer Çizenler çeşitli Mapathon etkinlikleri düzenlemektedir. Özgür coğrafi veri araçları ve OpenStreetMap'in kullanıcılara tanıtılması ve eğitim sürecinden sonra kullanıcıların desteğiyle çeşitli ihtiyaçlara göre haritalama çalışmaları yapılmaktadır. Ekim 2020'de İzmir'de yaşanan deprem felaketi sonrası Yer Çizenler, insanları haritalama çalışmasına destek olmaya çağırmıştır.

9 <https://mappingforchange.org.uk/projects/d-noses/>

10 <https://mappingforchange.org.uk/projects/love-lambeth-air/>

**Resim 4** Yer Çizenler Derneği Haritalama Çağrısı

**Kaynak:** <https://yercizenler.org/izmire-destek-olun/>

31 Ekim 2020'de planlanan etkinlik saha çalışmalarını ve çevrimiçi sayısallaştırma çalışmalarını içermektedir. Saha çalışmalarında, hasarlı ve yıkılmış binaların konum, hasar durumu, bina fotoğrafı gibi verilerini OpenStreetMap'e yüklenmiştir. iOS ve Android Akıllı Telefonlar üzerinde, Mapillary uygulamasını ile sokak seviyesinden görüntüler toplanarak sahadaki güncel durumu veri üreticileri ile paylaşılmıştır. Çevrimiçi sayısallaştırma çalışmalarında ise güncel hava fotoğrafları, OpenDataKit formları ve Mapillary sokak görüntüleri kullanılarak bölgenin deprem sonrasındaki güncel haritası üretilmiştir. Yer Çizenler, haritadaki verilerin tüm haklarının kamuya ait olacağını bildirmiştir. Böylece, güncel afet verisi üzerinde çalışma yapmak isteyen kurumlar ve bireylerin bu veriyi sınırsızca kullanma, düzenleme, kopyalama ve dağıtma haklarına sahip olabilmesi amaçlanmıştır.

Nisan 2020'de ise Yer Çizenler, COVID-19 salgını sebebiyle ortaya çıkan mekânsal sorunlar için teknik destek vermiştir. TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası'nın desteği ve 8 üniversiteden 9 öğrenci kulübünün açık katılımıyla derneğin ilk çevrimiçi mapathonu yapılmıştır. 100'ün üzerinde katılımcıyla OpenStreetMap'te sağlık verilerinin düzenlenmesi konuşulmuş ve HOT Tasking Manager, Maproulette gibi topluluk odaklı haritalama araçları tanıtılmıştır. Mapathona katılan kişiler Humanitarian Openstreetmap

Team'in görev yöneticisi üzerinden Mali'nin Sikasso bölgesindeki Koutiala kentinin etrafındaki yerleşim alanlarını sayısallaştırarak bölgedeki sağlık çalışmalarına destek vermiştir.

Yer Çizenler, Nisan 2019'da Dubai'de Sınır Tanımayan Doktorlar ekibinin Kanada Üniversitesi öğrencileriyle birlikte düzenlediği Dubai Mapathon etkinliğine, verinin oluşturulması ve doğrulanması konusunda teknik olarak destek vermiştir. Dubai ve Türkiye'deki gönüllüler eş zamanlı biçimde, HOT'ın herkese açık olan Eksik Haritalar: Nijer Eyaleti, Nijerya'daki yerleşim alanlarını ve binaları haritalama projesi üzerinde çalışma gerçekleştirmiştir. Yirmi gönüllünün katılım sağladığı etkinlikte OSM üzerinde 185 yerleşim alanı ve 3984 bina işaretlenmiştir.<sup>11</sup> Böylece, dezavantajlı bölgelerde çalışan Sınır Tanımayan Doktorlar'ın, haritalanan bölgelerdeki coğrafi veri tabanını kullanarak tıbbi ve insani yardımlarını, aşı kampanyalarını ve diğer destek projelerini daha doğru ve verimli bir şekilde yürütmesine yardımcı olunmuştur.

Yer Çizenler, bu gibi tamamlanan projelerin yanında çeşitli üniversite ve kuruluşlarda Mapathon etkinlikleri yapmakta, Türkiye'de ya da dünyanın farklı bölgelerinde mekânsal bilgiye ihtiyaç duyulan alanlarında katılım kaynaklı dijital haritalama faaliyetlerini sürdürmektedir. Yer Çizenler'in Türkiye özelinde özgür yazılım kaynaklı dijital haritaların kullanımına yönelik eğitim ve projeleri hayata geçirmesi, ülkemizde bu alandaki çalışmaları yaygınlaştırma noktasında büyük önem taşımaktadır.

## Sonuç

Mekânsal bilgiye erişme ve yeniden üretme konusunda artan teknolojik yenilikler ve uygulamalar haritaları gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Günümüzde yaygın olarak kullanılan dijital haritalar yer-yön duygusu geliştirme ve yol bulma işlevinin ötesine geçerek ekonominin, siyasetin, kültürün ve diğer pek çok toplumsal faaliyetin kişisel ve kitlesel dolaşımında

<sup>11</sup> <https://yercizenler.org/dubai-mapathon/>

farklı işlevleri olan bir araca dönüşmüştür. Hızla ilerleyen bu gelişmeler insanların ve toplulukların birbiriyle bağlantı kurma biçimlerini farklılaştırmış ve genel anlamda insanların dünyayla uzamsal olarak ilişki kurma biçimi üzerinde büyük bir etkide bulunmuştur.

Ticari ya da kitle kaynaklı haritalar, geçmişte belirli otoriteler tarafından üretilen ve denetlenen sabit haritalardan, kullanıcının mekânsal bilginin üretiminde ve kullanımında daha aktif rol üstlendiği daha esnek ve interaktif haritalara geçişin somut örneklerini sunmaktadır. Mekânsal bilginin üretiminde katılımı teşvik eden bu faaliyetler, 'haritanın demokratikleşmesi' noktasında güçlü potansiyeller taşıırken, bu katılımcılık kendi içinde belirli sınırlılıkları içinde barındırmaktadır. Google Haritalar dijital haritanın geniş kitleler tarafından kullanılmasına, kamusal alanda yaygınlaşmasına, kullanıcıların haritalama araçları hakkında farkındalık ve beceri kazanmasına olanak sağlarken, bir yandan da kullanıcıları ücretsiz içerik üreticisi ve ticari gözetim faaliyetlerinin bir nesnesi haline getirmektedir. Bu gibi ticari platformlardan farklı bir yapı ve özellik sergileyen kitle kaynaklı platformlar bir alternatif sunmakla birlikte bu platformların da kullanıcı katılımı konusunda belli sınırlılıklar içerdiği gözlemlenmektedir.

Nitekim Mapping For Change gibi gönüllü coğrafi bilgi ve topluluk haritalarına yönelik yapılan araştırmalarda, bu girişimlerin yaklaşık üçte ikisinin kâr amacı gütmeyen kurumlar tarafından, yalnızca yüzde yedisininse hükümetler tarafından desteklendiğini ortaya konmuştur. Buna göre devletler bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde artık büyük ölçüde bir düzenleyici kurum olmakla yurttaşlar ile özel sektör arasında bir aracı olmakla sınırlıdır (Elwood ve Leszczynski, 2011 akt. Caquard, 2014: 145). Kimilerine göreyse (ör. Dodge ve Kitchin, 2013) OSM gibi kitle kaynaklı projeler bile devlet tarafından belirlenen ulusal kartografik ve ontolojik standartları yeniden üretmektedir. Ancak Çin gibi bazı ülkelerde, gönüllü coğrafi bilgi uygulamaları devlet söylemlerine itiraz etmenin ince yolları olarak görülmektedir (akt. Caquard, 2014: 145).

Bu girişimler özel ya da bağımsız kurum ve kuruluşların, yurttaşların katılımıyla mekânsal veriyi üretme, işleme ve anlamlı bir sonuca ulaşma noktasında sorumluluk üstlendiğini göstermektedir. Yerel topluluklar kendilerini ya da genel anlamda kamuyu ilgilendiren konularla ilgili yerel mekânsal verileri konum tabanlı cep telefonları ve uygulamalar üzerinden toplamak konusunda yeteneklerini geliştirmektedirler. Ancak gerek ticari gerek kitle kaynaklı olsun ortaya çıkan bu yapıda, kullanıcılar mekânsal ürünlerin hem tüketicisi hem de ücretsiz bir şekilde emeğini koyan veri üreticisi şeklinde konumlanmaktadır. Bununla birlikte önemli eleştirel yaklaşımlardan biri de bu katılım biçiminin herkesi eşit ölçüde kapsamadığı yönündedir. Buna göre mekânların dijital temsili 'zengin, güçlü, eğitilmiş ve çoğunlukla erkek seçkinler'in aşırı temsili olması, haritalama faaliyetinin 'orantısız miktardaki bilginin gerçek olarak kabul edilmesi' gibi bir soruna işaret etmektedir. Bir başka eleştiri noktasıysa, 'yurttaş katılımını teşvik eden bu girişimlerin, devletin vatandaşlarına ilgili coğrafi verileri sağlama gibi bazı görevleri yerine getirmedeki yetersizliği'ne yöneliktir. Bu yetersizlik ise, devletin tüm verilerini kamuya açık hale getirme konusundaki 'tarihsel isteksizliği' ve aynı zamanda hükümet kaynaklarının ve sorumluluklarının azaltılmasına yönelik neoliberal eğilimle açıklanabilmektedir (Caquard, 2014: 145-146).

Tüm bu eleştirileri de göz önünde bulundurarak bu girişimlerin sınırlılıklarının yanında demokratik katılım konusundaki olanaklarının ve potansiyellerinin farkına varmak önemlidir. Bu girişimlerin aktif yurttaş katılımına teşvik etmesi ve birer kamusal alan işlevi görme noktasındaki işlevselliğinin artırılması 'haritaların demokratikleştirilmesi' noktasında gerekli görülmektedir. Kullanıcıların bu platformlarda gerçekleşen katılım biçimi artık yalnızca 'medya aracılığıyla' kamusal alanda kendini temsil etme eyleminin ötesine geçmekte ve dijital araçları kullanma becerisine göre 'medyaya katılım' biçiminde doğrudan içeriklerin oluşturulmasına ve karar alma süreçlerine etki eden bir boyuta doğru evrilmektedir. Neocoğrafi pratiklere ilişkin yükselen

bu ilginin ve kamusal hayata mikro ölçekte ve gerçek anlamda aktif bir katılımın zamanla makro ölçekte kamusal alanda tartışılan sorunlara çözüm getirebilme potansiyeli ise olası görünmektedir. Bununla birlikte, toplumsal alana taşınan haritacılık pratiğinin, günümüzde kullanıcılar ve güç odakları arasındaki mekânsal ilişkide ortaya çıkan yeni etkileşimleri anlamak açısından gittikçe önem kazandığı düşünülmektedir.

### Kaynaklar

Bailey, O. G., Cammaerts, B. & Carpentier, N. (2015). *Alternatif medyayı anlamak* (Ç. Öztürk, Çev.). Epsilon Yayıncılık.

Zygmunt, B. (2012). *Küreselleşme: toplumsal sonuçları* (A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.

Caquard, S. (2014). Cartography II: collective cartographies in the social media. *Progress in Human Geography* 38 (1), 141-150. <https://doi.org/10.1177/030913251351400>.

Crampton, J. (2017). Digital mapping. İçinde R. Kitchin, T. P. Lauriault & M. W. Wilson (Editörler), *Understanding spatial media*. (ss. 35-43). Sage Publications.

Data.europa.eu. (2022, Temmuz 12). *What is open data*. <https://data.europa.eu/en/trening/what-open-data>.

Dodge, M. & Kitchen, R. (2012). Crowdsourced cartography: mapping experience and knowledge. *Environment and Planning*, 45 (1), 19-36. <https://doi.org/10.1068/a44484>.

Farman, J. (2010). Mapping the digital empire: Google Earth and the process of postmodern cartography. *Sage Journals*, 12 (6), 869-88.

Google Haritalar. (2022, Ekim 16). Google Haritalar. <https://www.google.com/maps/>.

Gordon, E. (2007). Mapping digital networks from cyberspace to google. *Information, Communication & Society*, 10 (6), 885-901. <https://doi.org/10.1080/13691180701751080>.

Gordon, E. & de Souza e Silva, A. (2011). *Net locality: why location matters in a networked world*. Blackwell Publishing.

Gregory, D., Johnston, R., Pratt, G., Watts, M. & Whatmore, S. (2009). *The dictionary of human geography*. Blackwell Publishing.

Güngör, O. (2013). "Haritanızı özgür kılın: openstreetmap." 15. Akademik Bilişim Konferansı. Akdeniz Üniversitesi. Antalya, Türkiye. <https://ab.org.tr/ab13/kitap/eski/110.pdf>.

Haklay, M., Singleton, A & Parker, C. (2008). Web mapping 2.0: the neogeography of the geoweb. *Geography Compass*, 2 (6), 2011-2039. <https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2008.00167.x>

Harvey, D. (2012). *Postmodernliğin durumu* (S. Savran, Çev.). Metis Yayıncılık.

Humanitarian OpenStreet Map. (2022, Jun 11). HumanitarianOpenStreetMapTeam. <https://www.hotosm.org/>.

Mapping for Change. (2022, September 7). About us. <https://mappingforchange.org.uk/>.

Jenkins, H. (2016). *Cesur yeni medya teknolojiler ve hayran kültürü* (Ö. N. Yeğengil, Çev.). İletişim Yayınları.

Kitchin, R., Lauriault, T. P. & Wilson, M. W. (2017). *Understanding spatial media*. Sage Publications.

Lemos, A. (2010). Post-mass media functions, locative media, and informational territories: new ways of thinking about territory, place, and mobility in contemporary society. *Space and Culture*, 13 (4), 403-420.

Lievrouw, L. A. (2016). *Alternatif ve aktivist yeni medya* (İ. S. Temizalp, Çev.). Epsilon Yayıncılık.

OpenStreetMap. (2022, Jun 11). OpenStreetMap about. <https://www.openstreetmap.org>.



OpenStreetMapStats. (2022, December 7). Trending countries, cities and topics of the OpenStreetMap #world. <https://osmstats.neis-one.org/?item=countries>.

Pickles, J. (2011). *Uzamların tarihi: haritacılık mantığı, haritalandırma ve coğrafî olarak kodlanmış dünya* (K. Işık, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.

Toprak, A. (2021). *Dijital medya ve mekânın dönüşümü*. Ütopya Yayınevi.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2022, Eylül 10). Harita. <https://sozluk.gov.tr/>.

Ünen, H. C., Yılmaz, O. M. & Güngör, O. (2013). Özgür harita: openstreetmap. TMMOB Coğrafî Bilgi Sistemleri Kongresi. Ankara, Türkiye. [https://obs.hkmo.org.tr/show-media/resimler/ekler/4598b54c43ab1d0\\_ek.pdf](https://obs.hkmo.org.tr/show-media/resimler/ekler/4598b54c43ab1d0_ek.pdf)

Yer Çizenler Herkes İçin Haritacılık Derneği. (2022, Ekim 21). Yer çizenler derneği hakkında. <https://yercizenler.org/>.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Seçkin Yayıncılık.

### Extended Abstract

Cartography, a sociopolitical field of activity, has been shaped according to the interests of the powers that hold the information throughout history, and the readability and transparency of the space by the public have been subject to this hierarchical structure. The traditional maps of the modern state, which is under the control of the power, have been almost completely closed to the interpretation of users other than the authorities. Today, with the use of web-based technologies in geographic information systems, there has been a transition from traditional mapping methods to digital mapping technologies; the cartography activity and the production of spatial information were not limited to the field of certain experts and authorities and allowed the participation of the ordinary user. In addition to easily accessing spatial

information, users have become an important producer/participant by adding information to maps produced in the digital environment or by producing a new map.

Increasing participatory culture in social life with digital new media platforms is becoming increasingly important. With these media tools, community members can participate in information, news, education or entertainment and can express themselves at the same time. Therefore, digital media facilitates the participation of the community in terms of organizing content production as well as produced content. When we look at digital mapping platforms that support the interaction and therefore participation of individuals and communities, two types of digital mapping systems draw attention as a mode of production. One of them is the most widely used commercial Google Maps all over the world, while the other is OpenStreetMap, which is the most common example of the crowdsourcing system on the map.

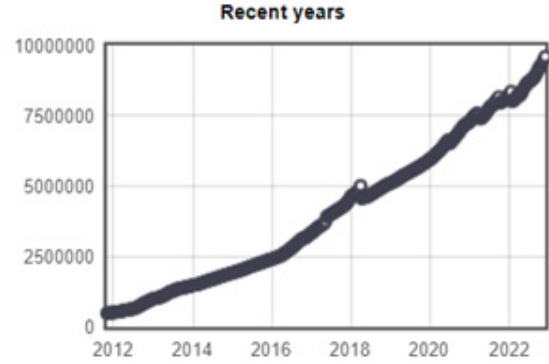
These maps are widely used by both professionals and ordinary users and serve as interfaces for many different interactions in daily life. This significant change in cartography has also brought up a number of emerging concepts such as Web Mapping 2.0, crowdsourced cartography and citizen cartography. These rapid developments in the use of web mapping and geographic information, as a global trend, have facilitated the creation, development, information sharing and use of new technologies, usually through collaborative applications (Haklay, Singleton et al. 2008, p. 2012). Accessing GIS tools or products over the web has changed the societal importance and utility of mapping. While digital mapping technologies make it possible to reveal the unknown aspects of physical spaces, new possibilities have emerged regarding spatial experiences such as interpretation and interaction. The production and comparison of countless maps for various purposes for web users have also been interpreted by some as the democratization of maps (Farman, 2010, p. 871-872).

In this study, in which the qualitative research method was adopted, first of all, a literature review was conducted on the subject. In order to make sense of the changing nature of cartography, which is a socio-political field of activity, a conceptual and historical framework has been tried to be drawn. The importance and usage of maps and cartography in terms of communication and media are given. Based on the assumption that changing forms of communication allow interaction and participation, these concepts were first emphasized, and new concepts and practices that came to the agenda with digital maps in connection with participatory culture were discussed. It has been problematized how digital maps that encourage community participation create a form of participation for users. On this axis, for the case study analysis, digital map platforms with different structures such as Google Maps and OpenStreetMap, Mapping For Change working on such platforms and Yer Çizenler from Turkey were chosen as an example. It has been tried to reveal what kind of participation these platforms, which are analyzed descriptively, provide the user and their different aspects.

It has been seen that users are positioned as content producers working for free on Google Maps, which is mediated by commercial networks, and as 'potential customers' as part of surveillance processes. On the crowdsourced platforms, it has been observed that volunteer users work for free, but mostly take part in mapping activities for the public benefit. However, this participation activity is still limited to a certain social group. It is seen that community maps, which have a strong potential for participation in the public sphere, need to be developed in a more comprehensive way of access and use throughout society. The practice of cartography, which has been moved to the social field, is gaining importance day by day as it provides important data in understanding the new interactions that arise in the spatial relationship between users and power centers.

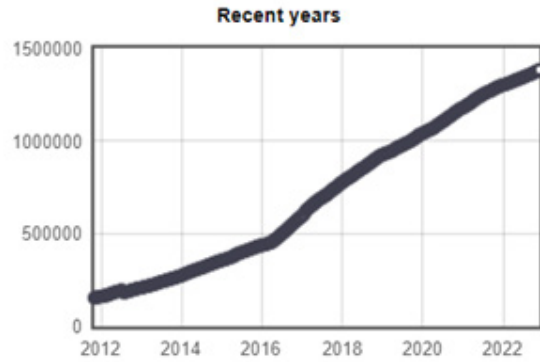
## EK 1 OSM Dünya Haritasının Kullanıcı İstatistikleri

**Grafik 1** Yıllara Göre OSM Üye Sayısı



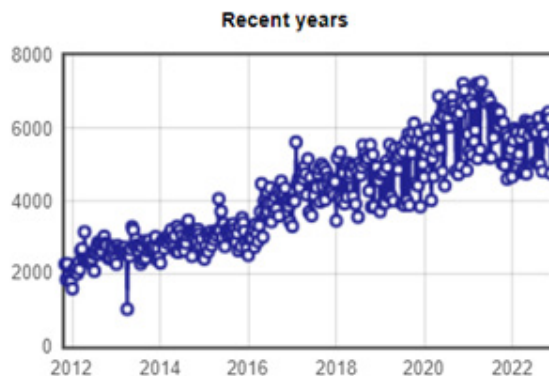
**Kaynak:** OSMstats: <https://osmstats.neis-one.org/?item=members>

**Grafik 2** Yıllara Göre Haritada Son Değişiklikleri Yapan Üyeler



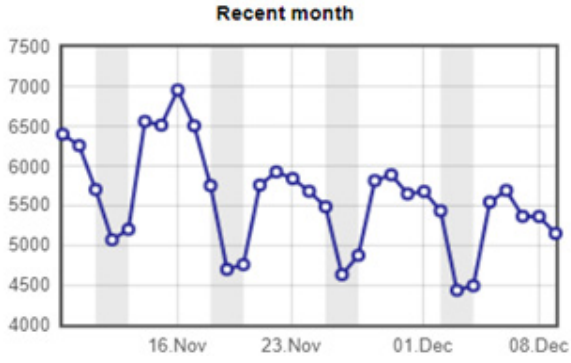
**Kaynak:** OSMstats: <https://osmstats.neis-one.org/?item=members>

**Grafik 3** Yıllara Göre Aktif OSM Üye Sayısı



**Kaynak:** OSMstats: <https://osmstats.neis-one.org/?item=members>

**Grafik 4** 16 Kasım-8 Aralık Aralığında Aktif Üye Sayısı (Gri alanlar haftasonlarını simgelemektedir.)



**Kaynak:** OSMstats: <https://osmstats.neis-one.org/?item=members>

### Yazar Bilgileri

#### Author details

\*\* (Sorumlu Yazar **Corresponding Author**) Arş. Gör. Dr., Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, [atoprak@sakarya.edu.tr](mailto:atoprak@sakarya.edu.tr), Orcid: 0000-0001-8074-0401

### Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

#### Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

### Çıkar Çatışması

#### Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

### Kaynak Göstermek İçin

#### To Cite This Article

Toprak Ökmen A. G., (2023). Dijital iletişim çağında mekânsal bilginin üretimi: Dijital haritalar, topluluklar ve katılımcı kültür. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (62), 168-187. <https://doi.org/10.47998/ikad.1218329>



# İLETİŞİM KURAM VE ARAŞTIRMA DERGİSİ

JOURNAL OF COMMUNICATION THEORY & RESEARCH

Sayı ■ Vol. 62 | Yaz ■ Summer 2023

İLETİŞİM  
KURAM VE  
ARAŞTIRMA  
DERGİSİ