

**MEDYA**  
**KÜLTÜR**

# MEDYA ve KÜLTÜR

Kültürel Çalışmalar ve Medya Dergisi

The Journal of Cultural Studies and Media

Cilt/ Volume:4 Sayı/Issue:1 Yıl/Year: 2024

CİLT/VOLUME: 4 SAYI/ISSUE: 1  
E-ISSN 2791-6979

HAZİRAN/JUNE 2024  
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/medkul>

# MEDYA VE KÜLTÜR

## MEDIA AND CULTURE



**SAKARYA**  
ÜNİVERSİTESİ

---

---

**The Owner on Behalf of Sakarya University**  
**Sakarya Üniversitesi Adına İmtiyaz Sahibi**

---

---

Prof. Dr. Hamza Al  
Sakarya University, Sakarya-Türkiye

---

---

**Editor in Chief / Baş Editör**

---

---

Işıl Şimşek  
Journalism  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
isilsimsek@sakarya.edu.tr

---

---

**Assistant Editors/ Editör Yardımcıları**

---

---

Mikail Uğuş  
Journalism  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
mikailugus@sakarya.edu.tr

---

---

**Field Editors / Alan Editörleri**

---

---

---

---

**Sociology / Sosyoloji**

---

---

Ahmet Gökçen  
Sociology  
Samsun University  
Samsun -Türkiye  
ahmet.gokcen@samsun.edu.tr

---

---

## Literature / Edebiyat

---

---

Muhammed Hüküm  
Turkish Literature  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
muhammedhukum@sakarya.edu.tr

---

---

## Journalism / Gazetecilik

---

---

Mustafa Bostancı  
Journalism  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
mbostanci@sakarya.edu.tr

---

---

## Public Relations and Publicity Halkla İlişkiler ve Tanıtım

---

---

Hediyeullah Aydeniz  
Public Relations and Publicity  
Marmara University  
İstanbul-Türkiye  
haydeniz@marmara.edu.tr

---

---

## Radio Television Cinema Radyo Televizyon ve Sinema

---

---

Yusuf Ziya Gökçek  
Radio Television Cinema  
Marmara University  
İstanbul-Türkiye  
yusufziyagokcek@gmail.com

---

---

## Editorial Board / Editör Kurulu

---

---

Ali Murat Yel  
Social and Cultural Anthropology  
Marmara University  
İstanbul-Türkiye  
alimuratyel@yandex.com.tr

Ahmet Koyuncu  
Sociology  
Necmettin Erbakan University  
Konya-Türkiye  
koyuncuahmet42@gmail.com

Matthew Worley  
Modern History  
University Of Reading  
United Kingdom  
m.worley@reading.ac.uk

Mustafa Kemal Şan  
Sociology Of Culture  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
mksan@sakarya.edu.tr

Murat Şentürk  
Urban Sociology  
İstanbul University  
İstanbul-Türkiye  
murat.senturk@istanbul.edu.tr

Mutlu Binark  
Communication Sociology  
Hacettepe University  
Ankara-Türkiye  
binark@hacettepe.edu.tr

Peyami Çelikcan  
Cinema  
İstinye University  
İstanbul-Türkiye  
peyami.celikcan@istinye.edu.tr

Adem Başpınar  
Sociology  
Kırkklareli University  
Kırkklareli -Türkiye  
adembaspınar@gmail.com

Paula Guerra  
Sociology  
University Of Porto  
Portugal  
pguerra@letras.up.pt

Tom Parkinson  
Music  
University Of Kent  
United Kingdom  
t.parkinson@kent.ac.uk

---

---

## Ethics Editor/ Etik Editörü

---

---

Ahmet Eskicumalı  
Educational Sciences  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
ecumali@sakarya.edu.tr

---

---

## Book Review Editor / Kitap İnceleme Editörü

---

---

Mikail Uğuş  
Journalism  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
mikailugus@sakarya.edu.tr

---

---

## Statistics Editor/ İstatistik Editörü

---

---

Önder Gökmen Yıldız  
Mathematics  
Bilecik Şeyh Edebali University  
Bilecik -Türkiye  
ogokmen.yildiz@bilecik.edu.tr

---

---

## English Language Editor/ İngilizce Dil Editörü

---

---

M. Fatih Adıgüzel  
English  
Mersin University  
Mersin -Türkiye  
mfatihad@gmail.com

---

---

# Turkish Language Editor/ Türkçe Dil Editörü

---

---

Muhammet Oğuz Han Şimşek  
Communication and Design  
Sakarya University  
Sakarya -Türkiye  
oguzhansimsek@sakarya.edu.tr

---

---

## Layout / Mizanpaj

---

---

Mehmet Emin Çolak  
Scientific Journals Coordinatorship  
Sakarya University  
Sakarya-Türkiye  
mehmetcolak@sakarya.edu.tr

Yakup Beriş  
Scientific Journals Coordinatorship  
Sakarya University  
Sakarya-Türkiye  
yakupberis@sakarya.edu.tr

---

# Indexing

---

*SocINDEX*  
*with Full Text*

Sociology Source  
Ultimate

EBSCO

Central & Eastern  
European Academic  
Source

**ERIH PLUS**  
EUROPEAN REFERENCE INDEX FOR THE  
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



# Contents

## Research Article

- 1 Peyami Safa Romanları Örneğinde Türk Modernleşmesi Bağlamında Oryantalist Zihniyetin Eleştirisi  
*Criticism of Orientalist Mentality in the Context of Turkish Modernization in the Example of Peyami Safa Novels*  
**Hanife Ayaz** . . . . . 1-22
- 2 Levels of Digital Inequality and the Process of Adaptation to Digital Culture  
**Furkan Sürün, Ali Şimşek** . . . . . 23-42
- 3 Cinematic Orientalism: East-West Perception in Netflix's 'Swimmers'  
**Kemal Çelik** . . . . . 43-63
- 4 Üniversite Öğrencileri Üzerinde Sosyal Medya Influencerlarının Etkisi  
*The Effect of Social Media Influencers on University Students*  
**Müzeyyen Çatkafa, Özlem Altunsu Sönmez** . . . . . 64-83

## Review Article

- 5 Sağlıkın Medyadaki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme  
*A Sociological Evaluation on the Views of Health in the Media*  
**İslam Can** . . . . . 84-102

## Book Review

- 6 Dijital Cehennem- Bir Like'in Ucuna Yolculuk  
*Digital Hell - Journey to the End of a Like*  
**Muhammet Oğuz Han Şimşek** . . . . . 103-108





## Peyami Safa Romanları Örneğinde Türk Modernleşmesi Bağlamında Oryantalist Zihniyetin Eleştirisi

### *Criticism of Orientalist Mentality in the Context of Turkish Modernization in the Example of Peyami Safa Novels*

Hanife Ayaz 

MEB/Öğretmen,  
Bağımsız Araştırmacı, Türkiye  
hanifeayaz89@gmail.com



**Öz:** Osmanlı İmparatorluğu'nun sonu ile başlayıp erken Cumhuriyet'le devam eden Türk modernleşmesine özellikle Cumhuriyet'le birlikte rengini veren temel unsur Batı'yı Doğu'dan üstün gören oryantalist bakış açısıdır. Erken Cumhuriyet'le modernleşme ülküsünün halka yayılması için devlet tüm kurum ve kuruluşlarıyla çalışmıştır. Devletin modernleşmesi ülküsü öncülüğünde yeni bir toplum inşası için kullandığı araçlardan biri de edebiyattır. Edebiyat sadece modernleşmenin önemli bir aracı olma misyonu ile değil yanlış Batılılaşma, toplumu Batı'nın, oryantalist bakış açısının üzerinden değerlendirmenin eleştirisi açısından da kullanılan bir araç olmuştur. Bu çalışma, Peyami Safa'nın romanlarının yakın okuması neticesinde Türkiye'nin inşasında başat etkiye sahip olan oryantalist zihniyet eleştirisinin izini sürmeyi amaçlamaktadır. Türk edebiyatında yer alan roman örnekleri içerisinde Safa'nın *Sözde Kızlar*, *Şimşek*, *Mahşer*, *Bir Akşamdı*, *Cânân*, *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu*, *Fatih Harbiye*, *Bir Tereddüdün Romanı*, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*, *Yalnızız* ve *Biz İnsanlar* adlı romanları örneklem olarak seçilmiş ve bu romanlar üzerinde eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılarak edebiyat incelemesi yapılmıştır. Araştırma sonucunda ise yazarın romanlarının yakın okuması neticesinde belirlenen kadın ve erkek karakter tahlilleri üzerinden Batı hayranlığı, mekân, müzik, dil, din ve milliyetçilik, Avrupalılık, aile ve evlilik temaları çerçevesinde Safa'nın Türk modernleşmesinde öncü bir etkiye sahip olan, Batı'yı Doğu'dan üstün gören oryantalist zihniyete, yanlış Batılılaşma anlayışına dair ürettiği eleştirel söylem açığa çıkarılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Oryantalizm, Zihniyet, Modernleşme, Roman, Peyami Safa

**Abstract:** Beginning with the end of the Ottoman Empire and continuing with the early Republic, the main element that gave color to Turkish modernization, especially with the Republic, was the orientalist perspective that saw the West as superior to the East. With the Early Republic, the state worked with all its institutions and organizations to spread the ideal of modernization to the people. One of the tools used by the state to build a new society under the leadership of the ideal of modernization is literature. Literature has been used not only as an important tool of modernization, but also to criticize the wrong Westernization and the evaluation of society from the Western, orientalist point of view. This study aims to trace the criticism of the orientalist mentality that had a major influence on the construction of the Turkey through a close reading of Peyami Safa's novels. Safa's novels *Sözde Kızlar*, *Şimşek*, *Mahşer*, *Bir Akşamdı*, *Cânân*, *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu*, *Fatih Harbiye*, *Bir Tereddüdün Romanı*, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*, *Yalnızız* and *Biz İnsanlar* were selected as a sample of novels in Turkish literature and literary analysis was conducted on these novels using the critical discourse analysis method. As a result of the research, through the analysis of male and female characters determined as a result of close reading of the author's novels, within the framework of the themes of Western admiration, space, music, language, religion and nationalism, Europeanism, family and marriage, Safa's critical discourse on the orientalist mentality, which has a pioneering effect on Turkish modernization, which sees the West as superior to the East, and on the wrong understanding of Westernization has been revealed.

**Keywords:** Orientalism, Mentality, Modernization, Novel, Peyami Safa

Geliş Tarihi/Received: 14. 11. 2023  
Kabul Tarihi/Accepted: 28.03.2024  
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:  
27.06.2024

## Extended Abstract

The 19th century and the ensuing modern period brought with it research and studies that led to the West's understanding, interpretation, definition and domination over the East, and the scientific activities that emerged as a result of these studies were called orientalism. As a result of these researches, the West defined not only the East, which it placed in the position of the other, but also itself in the opposite sense. The West, with its imaginary perception of the East, has acted with a mentality that places the East as an object and in a position where it can be interfered with, while evaluating itself as a subject. The economic, political and cultural domination of the West over the world in the 19th century and beyond as a result of modernity caused other Eastern societies to accept the subject position of the West and to experience a modernization process under the guidance of Western and orientalist mentality.

Turkish society has entered into a process of Westernization as a solution to its backwardness, especially under the influence of the political, economic and cultural power it lost at the end of the Ottoman Empire and the political, economic and cultural power of the West after the Renaissance and Reform movements. At first, the idea of acquiring only the techniques of the West was at the forefront, but after a certain period of time, cultural Westernization, which could not go beyond a superficial imitation of the West in a visual sense due to the lack of physical and material power to ensure technical progress, came to the fore. While in the Ottoman Empire, Turkish modernization was mostly confined to the state and the elite stratum of the society, the new Turkey, with the Early Republic, has adopted the ideal of Westernization, not only technically but also culturally, with the aim of spreading this ideal to the whole society, and has acted with the idea of building a new mentality with the aim of the people to adopt this ideal. The most important factor shaping the targeted new mentality is the Western perspective fed by the orientalist mentality. Turkish modernization represents a renewal of its own society and culture from the perspective of the West, and rather than a process of renewal, it represents a way of creating a new form by completely getting rid of the old, the tradition. This way of thinking, which aims to renounce and ignore its own culture and traditional accumulation, has resulted in an understanding of modernization that tries to be an exact imitation of the West and is far from being original. While the new Turkey aimed to spread its modernization approach to society with all its institutions and organizations, it could not find a full response in society because it acted with a mentality far from its own cultural and traditional background. While the state aimed to educate society under the leadership of the elite political elite and intellectuals, it failed to find a response from a large part of the society as a result of the supremacist view.

Oral and written cultures have always been the most important sources reflecting the society into which they were born. Especially in the modern period and beyond, art in general and literature in particular, novels stand out as one of the tools used by the government to educate society. Intellectuals have chosen to present the elements they criticize in society to the public through fictions. However, literary texts, which draw strength from their fictional characteristic, are often the tools used by the intellectual segment of society to criticize the powers, individuals and societies into which they are born, and the mentalities that are formed as a result of these factors and mutually influence each other. While intellectuals are more hesitant to criticize the powers they are in in their intellectual works, they can adopt a more relaxed attitude in expressing these criticisms through the fictional texts they produce. For this reason, Turkish intellectuals, within the modernization movements, have sometimes used fiction texts to educate the society and sometimes to criticize the society or the government. In the process that we can call Turkish modernization, Westernization or modernization, there are intellectual figures who support the attitude fed by the orientalist mentality, as well as many intellectuals who have an attitude against the approach that accepts the West and its experience of modernity as the sole subject. Peyami Safa, who can be defined within this group, criticized this mentality both in his intellectual writings in periodicals and in his novels.

Within the framework of this study, it is aimed to reveal both the acts of the intellectuals of the society to reveal their criticisms of the individual, society and the state through fiction and as a result, the power

of art in a broad sense and literature in this study in particular to reflect the mentality of societies, and to criticize the orientalist mentality that emerged in the society of the period in Turkish literature in the example of Peyami Safa and his novels, and the phenomenon of evaluating itself from a Western perspective. As a method, it was preferred to analyze Safa's critical discourse through the themes determined by analyzing literature through 11 novels. In the findings obtained within the framework of the themes of Western admiration, space, music, language, religion and nationalism, Europeanism, family and marriage through the analysis of male and female characters determined within the framework of this study, Safa's criticism against the orientalist, Western mentality that shaped Turkish modernization / Westernization in his novels was clearly observed.

## 1. Giriş

19. yüzyıl itibarıyla Batı'nın Doğu'ya karşı geliştirdiği bakış açısı, Doğu'yu anlama, anlamlandırma ve tanımlama için kullanmak üzere oluşturduğu bilgi birikimi olarak ifade edilebilecek olan oryantalizm, sadece Batı'nın bir öteki olarak konumlandığı Doğu'yu değil tersi manada aslında kendini inşa etme sürecini de ifade etmektedir. Batı özne konumunda tanımladığı kendi varlığı ile nesne ve müdahale edebilmeye açık bir şekilde konumlandığı Doğu algısıyla modern dönemi inşa etmeye girişmiştir. Diğer birçok Doğu toplumu gibi Türk toplumu da büyük oranda Batı'nın sahip olduğu özne konumunu ve hegemonik tavrını benimsemek suretiyle modernleşme hareketleri çerçevesinde kendini oryantalist bakış açısı, oryantalist zihniyet süzgeci ile değerlendirme ve yeni bir toplum inşa etme süreci geçirmiştir.

Türk toplumu özellikle Osmanlı İmparatorluğu'nun sonu itibarıyla kaybettiği siyasi gücün ve Batı'nın Rönesans ve Reform hareketleri ve sonrasında sahip olduğu siyasi ve kültürel iktidarının da etkisiyle geri kalmışlığına çözüm olarak Batılılaşma süreci içerisine girmiştir. Öncelikle Batı'nın sadece tekniğini alma fikri ön plandayken belli bir zaman sonra teknik ilerlemeyi sağlayabilecek fiziksel ve maddi güçten yoksun olmanın da etkisiyle daha çok görsel manada bir taklidin ötesine geçemeyen kültürel Batılılaşma ön plana çıkmıştır. Türk modernleşmesi, Osmanlı'da daha çok devlet ve toplumun elit tabakası içerisinde kalan bir yapıdayken yeni Türkiye, Erken Cumhuriyet'le birlikte toplumun tümüne yayılması hedeflenen sadece teknik değil, kültürel açıdan da Batılılaşma ülküsünü benimseyen ve halkın da bu ülküyü benimsemesi hedefi üzerinden yeni bir zihniyet inşası fikri ile hareket etmiştir (Türkkahraman, 2010). Hedeflenen yeni zihniyet inşasına yön veren en önemli etki ise oryantalist zihniyetten beslenen Batılı bakış açısıdır. Türk modernleşmesi, Batı'nın baktığı zaviyeden kendi toplum ve kültürünü yenilemeyi, hatta bir yenilenme sürecinden ziyade eskiye, geleneğe dair olandan tümenden kurtularak bir yeni oluşturma biçimini temsil etmektedir. Kendi kültüründen, geleneksel birikiminden vazgeçmeyi, onu yok saymayı hedefleyen bu düşünce biçimi Batı'nın birebir taklidi olmaya çalışan, özgün olmaktan çok uzak bir modernleşme anlayışıyla sonuçlanmıştır. Yeni Türkiye tüm kurum ve kuruluşları ile modernleşme anlayışını topluma yaymayı hedeflerken kendi kültürel ve geleneksel birikiminden uzak bir zihniyet ile hareket etmesi sebebiyle toplumda tam manasıyla karşılık bulamamıştır.

Sözlü ve yazılı kültür, içine doğduğu toplumu yansıtan en önemli kaynaklar arasındadır. Özellikle modern dönem ve sonrasında genel anlamda sanat, daha özel anlamda ise edebiyat, romanlar iktidarın toplumu eğitmek için kullandığı araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Aydınlar da topluma dair olan eleştirilerini kurgular vasıtasıyla halka sunma yolunu seçmişlerdir. Bununla birlikte, kurgu olma özelliğinden güç alan edebî metinler çoğu zaman içine doğdukları iktidarları, birey ve toplumları ve bu etmenler neticesinde oluşan ve karşılıklı olarak da birbirini etkileyen zihniyetleri eleştirmek için toplumun aydın kesiminin kullandığı araçlar konumundadır. Aydınlar fikrî eserlerinde içlerinde buldukları yönetimleri eleştirmek konusunda daha çekimser davranırken ortaya koydukları kurgusal metinlerle bu eleştirilerini dile getirmek konusunda daha rahat bir tavır benimseyebilmektedirler. Bu sebeptendir ki Türk aydını da modernleşme hareketleri içerisinde kurgu metinlerini toplumu eğitmek, zaman zaman da toplumu veya iktidarı eleştirmek adına kullanmışlardır. Türk modernleşmesi, Batılılaşması veya çağdaşlaşması olarak adlandırabileceğimiz süreç içerisinde de oryantalist zihniyetten beslenen tavır destekleyen aydın figürü olduğu gibi pratikte yaşanan, Batı ve onun modernlik tecrübesini özne olarak kabul eden yaklaşıma karşı tavır sergileyen birçok aydın da bulunmaktadır. Bu

grubun içinde tanımlayabileceğimiz Peyami Safa, içinde bulunduğu dönemdeki süreli yayınlarda kaleme aldığı fikrî yazıları ve romanları ile Batı'yı Doğu'dan üstün gören oryantalist zihniyeti eleştirmiştir.

Bu çalışmada aydın kesimin bireye, topluma ve devlete dair eleştirilerini geniş manada sanatın ve bu çalışma özelinde edebiyatın, toplumların zihniyetlerini yansıtmadaki gücünü Peyami Safa ve romanları örneğinde ortaya çıkan oryantalist zihniyet bakış açısı üzerinden ortaya konması amaçlanmıştır. Yöntem olarak ise Safa'nın 11 romanı üzerinden edebiyat incelemesi yapılarak belirlenen temalar aracılığıyla ortaya koyduğu eleştirel söylemin analiz edilmesi tercih edilmiştir.

Çalışma içerisinde öncelikle Türk modernleşmesi, zihniyet ve oryantalizm kavramları özelinde tartışılmaya açılmış ve aynı şekilde gelenek ve modern kavramları ve Türk modernleşmesine yön veren aydın figürü incelenmiştir. Devamında ise sanatın, edebiyatın içine doğduğu kültür ve zihniyeti temsil etme olgusu mercek altına alınmıştır. Son olarak da örneklem olarak seçilen Peyami Safa ve eserlerinin Türk düşün dünyası ve edebiyattaki yerine odaklanılmış ve Safa'nın romanlarının yakın okuması sonucunda Türk modernleşmesi bağlamında oryantalist zihniyet eleştirisi söylemini görünür kılan yedi tema çerçevesinde elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

Bu çalışma çerçevesinde belirlenen kadın ve erkek karakter tahlilleri üzerinden Batı hayranlığı, mekân, müzik, dil, din ve milliyetçilik, Avrupalılık, aile ve evlilik temaları çerçevesinde elde edilen bulgularda Safa'nın romanlarında Türk modernleşmesi/Batılılaşmasına yön veren oryantalist, Batılı zihniyete karşı olan eleştirisi açık bir şekilde gözlemlenmiştir. Safa'nın Türk modernleşmesi serüveninin temelde yanlış bir Batılılaşma pratiği ile sonuçlanması ve oryantalist zihniyet tarafından belirlenen tüm kötü vasıfların Doğu'ya; iyiye, güzele dair olan tüm vasıfların Batı'ya ait oluşuna dair eleştirel söylemini sadece fikrî yazılarıyla değil, kurgu olan edebî metinleri ile de ortaya koymaya çalıştığı sonucuna varılmıştır. Peyami Safa'nın eserleri, düşünceleri üzerine çok sayıda tez ve kitap çalışması yapılmış olmakla birlikte, bu çalışmayı diğerlerinden ayıran ve özgün kılan yönü Türk modernleşme hareketlerine yön veren oryantalist zihniyete dikkat çekmekle birlikte Safa'nın romanlarını oryantalist zihniyete karşı olan eleştirel söylemi açısından incelemesidir.

## 2. Oryantalist Zihniyet Mihmandarlığında Türk Modernleşmesi

Batı'nın dönemsel olarak elde ettiği siyasi ve kültürel hegemonya ile bağlantılı olarak Osmanlı İmparatorluğunun son dönemleri ile başlayan modernleşme/Batılılaşma/çağdaşlaşma eğilimi erken Cumhuriyet ile hızını ve yayılma alanını arttırarak devam eder. Öncelikle teknik açıdan bir gelişmeyi hedefleyen modernleşme fikri "Batı'nın medeniyetini alalım, kendi kültürümüze sahip çıkalım" mottosunu benimseyen bir hüviyete sahipken yeni Türkiye ile hayatın tümünü kapsayan bir modernleşme/Batılılaşma algısı ön plana çıkar. Erken Cumhuriyet modernleşmesi teknik ve kültürel anlamda değişimi hedeflerken, modernleşme zihniyetinin toplum içinde de yayılması ülküsünü benimser ve bu hedef doğrultusunda tüm kurumlarıyla çalışır. Cumhuriyet modernleşmesi kökten bir zihniyet değişikliği ideali doğrultusunda ilerlerken geleneğe dair olanı yıkarak kendi kültürüne, toplumuna tamamen Batılı ve hatta oryantalist bakış açısı ile yaklaşan bir zihniyeti benimsemiştir. Genel manada Türk modernleşmesi gelişebilmek, ilerleyebilmek adına Batı'nın örnek rol model alınması suretiyle yapılan siyasî, askerî, kurumsal, sosyal ve kültürel hareketleri kapsayan faaliyetlerin bütününe içine almaktadır (Hanioğlu, 1992, s. 148). Türk modernleşmesi, Batılılaşması gibi yenileşme hareketlerini tanımlayabilmek adına kullanılan isimlendirmeler ise 18. yüzyılın başı itibarıyla teceddüt, ıslahat ve Tanzimat iken Osmanlı'nın sonu ve erken Cumhuriyet'le birlikte muasır medeniyetlerin seviyesine yükselmek anlamında muasırlaşma ve son olarak Cumhuriyet'le birlikte dildeki sadeleştirme çalışmalarıyla çağdaşlaşma, modernleşme veya Batılılaşma kavramları kullanılır olmuştur (Hanioğlu, 1992, s. 148).<sup>1</sup> Modernleşme, çağdaşlaşma veya Batılılaşma terimlerinden hangisini kullanırsak kullanalım Türk toplumundaki modernleşme hareketlerinin kendisini oryantalist zihniyet üzerinden konumlandıran bir yerde olduğunu ifade etmek mümkündür. Oryantalist zihniyetten beslenerek

<sup>1</sup> Türk modernleşme serüveni dönemsel olarak Batı'nın ekonomik, siyasi, kültürel açılardan sahip olduğu hegemonik üstünlüğe de paralel olarak Batılılaşma şeklinde tezahür etmiştir. Biz de bu çalışma çerçevesinde Türk toplumunun geçirdiği yenilenme süreçlerini ifade ederken çoğunlukla modernleşme ve modernleşme hareketleri sonucunda Batı'yı örnek almakla sonuçlanan Batılılaşma kavramlarını eş zamanlı olarak kullanmayı tercih ettik.

kendisini tanımlayan Türk modernleşmesi geleneğe ve kendi kültürel birikimine dair olan öğeleri yıkarak Batı'nın kötü bir taklidi olmanın ötesine geçemeyecek bir modernleşme tecrübesinin yaşanmasına vesile olmuştur. Batı'nın modernlik serüveninin aksine Doğu modernleşme hareketlerinde gelenek terk edilmesi, yıkılması gereken bir unsur olarak addedilmiştir. Bernard Lewis, Türkiye Cumhuriyeti'ndeki Batılılaşma, Batılılaştırma hareketlerini yeni bir yapı inşa etmekten ziyade eskiye, geleneğe dair olan her türlü öğeyi yıkmak misyonu üzerinden tanımlamaktadır. Ona göre devletin Batılılaştırma hareketleri çerçevesinde Batı'dan mülhem aldığı yenilikler yüzeysel manada kalırken eskiye, geleneğe dair olan toplumsal, kültürel bağlar, değerler ve sorumluluk sistemleri ise onarılmaz bir biçimde yıkılmıştır (Lewis, 2014, s. 654). Türk modernleşme pratiği iki farklı yönetim biçimi arasında olmakla birlikte geleneksel/modern, din/bilim ve imparatorluk/cumhuriyet dikotomileri arasında kalmış ve modernleşme, bilim ve cumhuriyet kavramları, gelenek, din ve imparatorluk kavramlarına tercih edilir olmuştur (Uzun & Atasever, 2010, s. 175). Modernleşme olgusu, Batı dışı özellikle Doğu toplumlarında oryantizmin temel kavramlarından biri olan ötekiliğin oluşmasında başat bir rol üstlenmiştir. Modernleşmeyi hedefleyen Doğu toplumlarındaki ötekilik söylemi siyasi elit ve aydın kesim ile halk arasında oluşmuştur (Uzun & Atasever, 2010, s. 177).

Türk modernleşmesi veya diğer Doğu toplumlarının modernleşme pratikleri ile örnek almayı hedefledikleri Batı modernleşmesi arasındaki en temel fark, Batı'nın kendi geleneksel ve kültürel dinamikleri çerçevesinde modernini oluşturmasıdır. Türk modernleşmesi ise Tanzimat ile Batı'yı taklit eden, Meşrutiyet ile daha içeriksel bir ilişki ve son olarak Cumhuriyet ile de normatif, hukuksal reformlar şeklini almıştır (Dellaloğlu, 2021, s. 137). Türk modernleşmesinin temel belirleyicisi özellikle erken Cumhuriyet'le birlikte kökten bir zihniyet değişikliğinin hedeflenmiş olmasıdır.

Zihniyeti temel manada herhangi bir konu veya durum karşısında sergilenen tutum, davranış biçimi, bakış açısı olarak anlamlandırmak mümkündür. Her birey yaşadığı toplumun dinamikleri doğrultusunda belli bir zihniyetin içine doğar ve bu zihniyet üzerine yaşamını, davranış biçimlerini oluşturur. Toplumsal ve bireysel zihniyetler karşılıklı olarak birbirini besleyen, etkileyen bir yapıdadır. Zihin kelimesinden üretilen zihniyet kavramı birey ve toplulukların birey, toplum ve doğayı algılama şekli, herhangi bir durum üzerine ortaya koydukları düşünme tarzı ve davranış biçimidir. Bu bağlamda zihniyet bir bilgi türünden ziyade bilme tarzı, üslubu olarak değerlendirilebilir (Türkkahraman, 2010, s. 39). Toplumsal zihniyet tabiat ve iklim şartları, kültür ve din üzerinde şekillenmektedir (Açıkgöz, 2005, ss. 93-94). Bu bağlamda modernleşme tecrübesi yaşayan toplumlarda temelde yaşanan değişim olgusunun altında zihniyet değişimi vardır ve bu değişim Batı kaynaklı, Batı'nın Doğu hakkındaki tanımlama, değerlendirmeleri üzerinden oluşturduğu oryantist zihniyet öncülüğünde gerçekleşmiştir.

Oryantalizm/şarkiyatçılık özellikle 19. yüzyıl, modern dönemle birlikte dünyada belli bir iktidar alanına sahip olan Batı'nın daha da özelde Kıta Avrupa'nın dünyanın geri kalan kısmı ve özellikle Doğu üzerinde yaptığı araştırmalar, tasvirler, tanımlamalar üzerinden oluşturduğu külliyatı adlandırmak için kullanılan bir kavramsallaştırmadır. Her ne kadar Doğu ve Batı var olduğu günden beri karşılıklı olarak birbirini anlama ve anlamlandırma, zaman zaman bir ötekileştirme ve bir diğerini tanımlarken tersi manada kendini tarif etme eğilimi mevcut olsa da Batı'nın iktidar alanının genişlemesi ve dünyanın geri kalanı üzerinde kendini söz söyleme ve yaptırım gücüne sahip bir konumda görmesi neticesinde oryantist düşüncenin etki alanı da ciddi bir biçimde artmıştır. Öyle ki Doğu toplumlarının kendileri dahi Batı'nın hegemonik söyleminden etkilenecek şekilde sahip oldukları geleneksel ve kültürel birikimleri oryantist söylemler ışığında değerlendirmiştir. Doğu hakkında oryantist literatürün dünyaya sunduğu bilgi birikimi, bizlere Batı'nın perspektifinden, bakış açısından, değer yargılarından ve ön yargılarından yansıyan "Doğu" bilgisidir (Arlı, 2014, s. 15). Oryantalizm ile ilgili çalışmaları ve kavramı yeniden yorumlayarak çalışma sahasının genişlemesine vesile olan Edward Said'in oryantizm tanımlaması kavramın değerlendirilmesine katkı sağlamak açısından genel bir fikir vermektedir:

"...Şarkiyatçılık, Şark'la -Şark hakkında saptamalar yaparak, ona ilişkin görüşleri meşrulaştırarak, onu betimleyerek, öğreterek, oraya yerleşerek, onu yöneterek- uğraşan ortak kurum olarak, kısacası Şark'a egemen olmakta, Şark'ı yeniden yapılandırmakta, Şark üzerinde yetke kurmakta kullanılan bir Batı biçimi olarak incelenebilir, çözümlenebilir." (Said, 2016, s. 13).

Said Batı'nın kendisi hakkında değerlendirme ve hükümlerde bulunduğu, tanımlamalar yaptığı Doğu imgesine ve Batı'nın Doğu'yu yeniden yapılandığına dikkat çeker. Her ne kadar Batı ve Doğu var olduğu ilk andan itibaren birbirleri hakkında belli tanımlar ve anlamlandırmalar yapmış olsa da Hasan Hanefi oryantalizmin Rönesans'tan sonra modern Batı'da ortaya çıktığına ve 19. yüzyıla birlikte çalışma alanını genişlettiğini ifade etmektedir (Hanefi, 2007, s. 79). Oryantalizmin geniş açıdan bir tanımlamasına ise Yücel Bulut *Diyamet İşleri İslam Ansiklopedisi'*ndeki ilgili maddede yer vermektedir: "Oryantalizm, bir düşünce biçimi ve uzmanlık alanı olması itibarıyla ilk olarak Avrupa ve Asya arasında değişken tarihsel ve kültürel ilişkiyi, ikinci olarak, 19. yüzyılın ilk yarısından itibaren çeşitli Doğu kültürlerinin ve geleneklerinin incelenmesinde uzmanlaşmayı ifade eden Batı'daki bilimsel disiplini, üçüncü olarak da dünyanın Doğu olarak isimlendirilen bölgesi hakkındaki ideolojik varsayımları, imgeleri ve hayalî resimleri içerir." (Bulut, 2007, s. 428). Bulut'un ilgili tanımlamasında da gördüğümüz üzere oryantalist çalışmalar bir açıdan akademik merak sebebiyle bilimsel bir disiplin içerisinde gerçekleştirilen Doğu araştırmalarıdır ki, bu araştırmalar dünyanın geri kalan bilim çevreleri tarafından da olumlu karşılanmaktadır. Oryantalizm konusundaki ikinci tür tanımlamalar ise sömürgeci Batılı devletlere, Batı'nın Doğu üzerinde kurmak istediği hegemonyaya hizmet eden yönüne dikkat çeken olumsuz tanımlamalardır (Bulut, 2000, ss. 2-3).

Ahmet Parlakışık da oryantalizmin sonuçları açısından üç yönüne dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi oryantalist çalışmaların sömürgecilikle olan ilişkisidir. İkincisi bu bahsedilen ilişkisi neticesinde sömürgeci siyasetleri destekleme ve haklı çıkarma endişesi taşımasıyla birlikte Batı toplumlarında oluşturduğu ahlaki değer tahribatıdır. Son olarak oryantalist bilgi, bakış açısı ve üslubu daha geniş anlamda değerlendirirsek zihniyetin, oryantalizmin nesnesi olan Doğu toplumlar tarafından da benimsenmesi, bu toplumlarının bilgi merkezleri, kültürleri ve zihniyetlerinin de oryantalist bakış açısından etkilenmesidir (Parlakışık, 1995, s. 14). Batılı oryantalist çalışmalar, Parlakışık'ın dikkat çektiği üçüncü yönün etkisiyle kendini özne konumuna yerleştirirken, Doğu'yu da nesne konumuna yerleştirmiş ve dönemselsel olarak sahip olduğu siyasi gücün de etkisiyle kendisini taklit etmek suretiyle modernleşmeye, çağdaşlaşmaya daha doğrusu Batılılaşmaya yani "Batı gibi olmaya çalışan" Doğu toplumlarına da bu kategorileştirmeyi benimsetmiştir. Batı, yaptığı Doğu tanımlamaları ile aslında tersi manada kendi kimliğinin inşasına yoğunlaşmıştır. Doğu, Batılı öznenin kendisini tanımlamak adına aracı kıldığı bir konumdadır. Özne konumundaki Batı, akli ve gerçekliği, nesne konumundaki Doğu ise tam tersi manada duygu ve gerçek dışılığı temsil etmektedir (Süphandağı, 2018, s. 22). Batı oryantalist bilgi ve değerlendirmelerle sözde öteki olarak belirlediği Doğu ile aslında kendi modern benliğinin inşasını gerçekleştirmeyi hedeflemiştir (Hallaq, 2020, s. 7). Oryantalist bilginin mihmandarlığında Batı, bilen ve yönlendiren, hâkimiyet kuran pozisyonuna yerleşirken, Doğu'yu da bilebilme yeteneğinden yoksun, yönlendirilmesi ve üzerinde hâkimiyet kurulması gereken bir nesne konumuna indirgemıştır (Çaycı, 2018, s. 17). Bu bakış açısı ile oryantalist çalışmalara göre Doğu, her açıdan Batı'nın reddettiği bütün kötü özellikleri bünyesinde taşırken Batı ise, bu özelliklerin tersine sahiptir. Oryantalist çalışmalara göre, Doğu sadece siyasi ve ekonomik açıdan güçsüz konumda yer almakla kalmamakta, aynı zamanda Batı'nın kendisi için reddettiği her türlü sapkınlık, cinselliğe düşkünlük, çok eşlilik, esaret, despotluk, düşünme yeteneğinden yoksunluk, gerilik, düzensizlik, tembellik, ilkelik, hurafecilik, kadercilik vb. birçok olumsuz vasfı da bünyesinde barındırmaktadır (Çoruk, 2007, s. 81).

Batı'nın Doğu için yaptığı tüm bu tanımlamalar ve yargıların modernleşmeyi hedefleyen Doğu toplumlarında siyasi elit ve aydın kesimin öncülüğünde kabul görerek toplumun geneline benimsetilmeye çalışıldığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Konu Türk modernleşmesi özelinde değerlendirildiğinde Osmanlı'nın sonu ile başlayan ve erken Cumhuriyet'le hem ivme kazanıp hem de alanını genişleten modernleşme/modernleştirme eğilimi kendi toplumsal değerlerine ve geleneksel birikimine oryantalist zihniyetin penceresinden yaklaşmış ve modernleşmeye çalışırken eskiye, geleneğe dair olan tüm öğelerden kurtulma yolunu seçmiştir. Türk aydını, entelektüel çevresinin ise bu konudaki tutumu başlarda Batı'nın tekniğini alalım, kültürümüzü muhafaza edelim çerçevesinde iken, Osmanlı'nın son dönemleri ve özellikle yeni bir devlet ile şekillenen erken Cumhuriyet ile hem tekniği alma hem de kültürel olarak tümünden bir değişim hedefini beraberinde getirmiştir. Türk aydını içinde bulunduğu toplumun mekânsal ve kültürel tarihiyle de bağlantılı olarak oryantalizm meselesine,



Batı'nın Doğu'ya karşı geliştirdiği tanımlama ve yorumlama çabalarına karşı eleştirel bir tavra sahip olmuştur.<sup>2</sup> Bununla birlikte modernleşme ülküsüyle toplumu eğitmek hedefi çerçevesinde devlete destek olan en önemli figürlerin başında aydınlar gelmektedir. Üstenci bir bakış açısıyla toplumun sahip olduğu geleneksel birikim ve kültürü göz ardı eden modernleşme tavrı, toplumun genelinde karşılık bulamamıştır. Diğer birçok Doğu toplumu örneğinde olduğu gibi salt bir şekilde Batı'yı taklide dayanan modernleşme serüveni kendi geleneksel birikimi üzerinden modernini inşa etmek bir tarafa birçok problemi içinde barındıran bir Batılılaşma pratiği ile sonuçlanmıştır.

### 3. Modernleşme Zihniyetinin Edebî Metinler Aracılığında Topluma Yansımaları

Bir toplumun sahip olduğu geleneksel ve kültürel birikimi, herhangi bir duruma dair bakış açısını, zihniyetini yansıtan unsurların başında toplum içerisinde üretilen sanat eserleri gelmektedir. Genel anlamda sanat eserleri, özelinde edebî metinler toplumu doğru ve sansüresüz bir şekilde okuyabilmek açısından temel araçlar arasında yer almaktadır. Sözlü ve yazılı kültür bu açıdan önemli veriler sunar. Edebî metinler masalsi bir hikâye sunmaktan öte gerçek üzerinden kurgulanan metinler olma özellikleriyle ön plana çıkmaktadır. Özellikle modern dönem ve sonrası itibarıyla öne çıkan roman türüyle yazar, kurguladığı hikâye çerçevesinde yaşadığı topluma dair betimlemelere, eleştirilere yer vermek konusunda çekimser davranmak bir yana, toplumu eğitmek gibi bir misyonu da yüklenir. Yazarlar kurguladıkları metinleri ya iktidarın toplumu eğitimi için ya da iktidarı, toplumu veya bireyleri eleştirmek adına bir araç olarak kullanmaktadır. Toplumun aydın kesimi içerisinde değerlendirilebilecek olan yazarlar özellikle içinde buldukları iktidarlara dair olan eleştirilerini fikrî yazılarından ziyade kurgu metinleri ile daha açık ve sansüresüz bir şekilde sunabilmektedir. Edebî metinler hem metnin kurucu ögesi olan yazar hem de okuyucu açısından kendini ve içinde bulunduğu toplumu, ötekiyi anlama ve anlamlandırma fırsatı sunmakta ve mesaj verme özelliğini taşımaktadır. Zygmunt Bauman ve Ricardo Mazzeo, *Edebiyata Övgü* (2019) adlı çalışmalarında iki kız kardeş olarak nitelendirdikleri edebiyat ve sosyoloji arasındaki bağlantıya, toplumu anlayabilmek adına sosyolojinin edebiyata olan ihtiyacına dikkat çekmekte ve edebiyatın bireyi ve toplumu yansıtmaya işlevine vurgu yapmaktadırlar.

Yaratıcı yazar ile anı, otobiyografi, günlük ve mektup gibi kişisel belge yazarlarını karşılaştıran ve sanatçıyı gerçekliğin olduğundan daha gerçek bir portresini çizen kişi olarak tanımlayan Leo Löwenthal kurgu olan edebiyat metinlerinin zamana dair gayet gerçekçi tespitler sunduğuna dikkat çekmektedir. Ona göre edebiyat toplumsal ve bireysel tarihi sunabilme açısından önemli bir kaynak olma özelliğine sahiptir. Edebiyat gerçekliği sansüresüz bir biçimde yansıtabilme özelliğini belli bir oranda kurgu olması ve düşünsel, akademik bir çalışmaya göre hesap verme sorumluluğunu daha az oranda içerisinde barındırmasına borçludur (Löwenthal, 2017, ss. 8-10). Nasıl ki söylenilen her söz zihniyetin, kültürel öğelerin bir yansımasıysa yazılan her kitap da içinde bulunduğu toplumun ve dönemin izlerini büyük oranda taşımaktadır (Mahçupyan, 1998, s. 9). Toplumların sahip olduğu zihniyet tarihleri, kültürel ve geleneksel öğeleri o toplumlara rengini veren, onları diğer başka toplumlardan ayıran temel unsurlardır. Zihniyet araştırmaları için de en önemli kaynaklardan biri genel olarak sanat tarihi ve daha özel anlamda ise edebiyattır. Edebiyat, bireyin ve toplumun sosyo-kültürel açıdan söz veya yazı olarak dışa vurumudur (Ülgener, 2006, s. 11). Sabri Ülgener'e göre, edebiyat tarihinin zihniyet araştırmalarında önemli bir yeri vardır. Herhangi bir zaman ve mekânda üretilmiş olan edebî metinler, dikkatli kullanılması şartına bağlı olarak okuyucuyu bazen doğrudan bazen de kıyaslama yoluyla yazıldığı dönemin gerçeğine götürebilmektedir (Ülgener, 2006, s. 51).

Raymond Williams edebiyatı tanımlarken, sanatsal, estetik, yaratıcı ve düşsel sözcüklerinin oluşturduğu modern bileşimin temsil ettiği önemli değişimi ifade etmesinin yanında, toplumsal ve kültürel tarihle de

<sup>2</sup> Bu konu ile ilgili Zeynep Çelik'in 1872-1932 yılları arasına odaklanan *Avrupa Şark'ı Bilmez Eleştirel Bir Söylem (1872-1932)* adlı kitabı dikkat çekici ve anılmaya değer bir çalışmadır. Çelik bu derleme çalışmayla birlikte Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemi ve Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yılları üzerinden, belli başlıklar çerçevesinde bu topraklarda konu ile ilgili oluşturulan, Doğu toplumlarına dair geliştirilen oryantalist yorumlamaların eleştirilerini bir araya toplamıştır. Bahsi geçen dönem için genel bir giriş ve eleştiri niteliğinde bir değerlendirmeye başlayan kitap, *Büyük Kavgalar, Medeniyetin Ölçüsü Sanat, "Şarklı" Kadın ve Ev Hayatı, Pierre Loti Vakası ve Mizahın İntikamı* adlı başlıklar altında bu konular minvalinde dönem içerisinde yazılan eserlerden örnekler sunarak devam eden derleme nitelikli bir eserdir (Çelik, 2020).

açıkça ilgili olduğunun altını çizmektedir (Williams, 2012, s. 255). Aynı şekilde Besim Dellaloğlu da sanat ve edebiyatın Batı'da toplumun, ulus devletinin inşasında önemli roller oynadığını ve bu metinlerin sadece bir edebiyat metni olmadığını vurgulamaktadır (Dellaloğlu, 2020, s. 373). Edebiyat genel manada sahip olduğu iktidar alanını sosyal işlevinden dolayı kazanmıştır. Bu yaklaşım sonucunda edebiyatı da sosyal açıdan sağladığı fayda ve gerçeği yansıtmaya değeri olduğu için okumamız gerekmektedir (Miller, 2021, ss. 102-103). Bu anlamda edebî metin, özellikle modern dönem ve sonrasında her ne kadar kurgu içerisinde olsa da gerçek değerlere ulaşmayı hedefleyen bir uğraş olmasının yanında hem bir biyografi hem de bireylerin ve toplumun tümünün yaşadığı olayların dönemsel olarak kaydedildiği bir günlük olma özelliği ile öne çıkmaktadır (Goldmann, 2005, s. 22).

Edebiyat özelinde roman sosyal bilim ve tarih yazımı metodolojisi içerisinde karmaşık ve toplumun geneli için anlaşılması güç olan kültürel unsurların anlaşılabilmesine bir olanak sağlamaktadır (Seyhan, 2014, s. 29). Batı için edebiyat tarihleri romanın ortaya çıktığı burjuva sınıfının yükselişiyle birlikte okunurken, Osmanlı toplumunda Batı tarzı bir burjuva sınıfının yükselişinden söz etmek mümkün gözükmemektedir. 19. yüzyılın sonunda edebî anlatı ve roman Osmanlı aydınlarının toplumu eğitebilmek adına kullandıkları araçların başında gelmektedir. Bu bağlamda modern Türk edebiyatı Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşü ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu sürecinde meydana gelen kültürel ve siyasi değişimlerden, modernleşme/Batılılaşma sürecinden önemli ölçüde etkilenmiştir (Seyhan, 2014, ss. 44-46).

Edebî metinlerin, romanların sahip oldukları bu misyonun Türk münevver çevresi açısından da desteklendiğini ifade etmemiz mümkündür. Cahit Sıtkı Tarancı, 1940'ta kaleme aldığı *Peyami Safa, Hayatı ve Eserleri* adlı çalışmasında romanda aranılan unsurun, bir dönemin, bir memleketin, bir topluluğun, bir insanın veya hepsinin bir arada iç portresinin sunulması şeklinde ifade etmektedir. Romancıdan da bir tarihinin, bilim insanının, siyasetçinin göremediklerini veya ifade edemediklerini ortaya koyması beklenmektedir (Tarancı, 1940, s. 10). Karpat, toplum üzerindeki etkisine, bireyi, toplumu ve onlara dair olan eleştirileri yansıtmaya misyonla edebiyatı Türk sosyal edebiyatı olarak değerlendirir (1971, s. 8). Türk edebiyatı bu yönüyle 19. yüzyılın ikinci yarısı itibarıyla toplumda yaşanan değişimin sancısını yansıtmaktadır. Toplumun bir yansıması olarak bazı yazarlar değişimi, modernleşmeyi, çağdaşlaşmayı savunurken, bazıları da değişimle birlikte gelen geleneksel ve kültürel unsurlar için yıkıcı özellikteki yeni yaşam şekilleri ve kültürel öğeleri eleştirmektedir (Karpat, 2009, s. 12). Bu anlamda çağdaş/modern Türk edebiyatı ile Türkiye Cumhuriyeti'nin tarihi birbiriyle yakın bir ilişki ve etkileşim içerisinde. Cumhuriyet toplumun sahip olduğu zihniyeti, kültürü, bireyi ve toplumu yeniden inşa etme hedefini belli araçlar öncülüğünde gerçekleştirmiştir ki, bu araçlardan biri, dönemsel olarak belki de en önemlisi edebiyattır. 1923-1945 arasında Batı bakış açısında yeni bir zihniyetin temelleri atılmaya çalışılmıştır ve yeni zihniyetin oluşturulmasında oryantalist yaklaşımın önemli bir etkisi vardır (Karpat, 2009, ss. 129-130).

Modernleşme/Batılılaşma süreci ile oryantalist zihniyet birbirini beslerler. Bu sebeple oryantalist zihniyet ile modernleşmeci zihniyetin aynı anlamda değerlendirilmesi mümkündür. Modernleşme projesi ulus devletlerde modernleşme zihniyetini de beraberinde getirmiştir. Bu zihniyetin etkisi ile ideal olanı topluma benimsetme misyonunu yüklenen aydın kesim, zaman zaman iktidarlar tarafından oluşturulan baskı rejimlerini destekler bir tavır da benimser hâle gelmiştir. Osmanlı'nın sonu ile başlayan modernleşmeci zihniyet etkisi erken Cumhuriyet'le birlikte etki alanını artırarak devam etmiştir (Mahçupyan, 1998, s. 58). Modernleşme ve Batılılaşmanın etkisiyle Türk edebiyatı da bir yenilenme sürecine girmiştir. Türk edebiyatı için bu yenilenme süreci içerisinde Tanzimat edebiyatı, Avrupaî Türk edebiyatı, Edebiyat-ı Cedide, Batı tesirinde Türk edebiyatı, yeni Türk edebiyatı gibi adlandırmalar kullanılmıştır (Okay, 1992, s. 168). Bu dönemde Türk edebiyatı için roman, şiir ve tiyatro gibi her alanda bir yenilenme ve Batılılaşma etkisi gözlemlenebilmektedir. Bahse konu olan değişim ve dönüşüm modernleşmemiz için gerekli görülen yeni kavramların, tekniklerin, anlayışların, değerlerin Batı'dan alınarak kendi edebî kültürümüze, toplumumuza mal edilmelerini beraberinde getirmiştir (Moran, 2021, s. 19). Bu yenilikler sadece edebiyata dair teknik manadaki yenilikler olmaktan ziyade toplumu temsil eden ve toplum için de örnek alınabilir konumda olan edebî metinler ile sunulan kültürel yenilikleri de örnekler niteliktedir.

Türk edebiyatındaki oryantalizm etkisi farklı mekân ve zamandaki dönemin edebiyatçı aydın kesiminin eserlerinde Türk toplumuna oryantalist bir bakış açısıyla yaklaşması ile mümkün olmuştur. Yeni devlet için edebiyat, devletin benimsediği yeni zihniyeti topluma aktarabilmenin bir aracı konumundadır. Bunun dışında modernleşmeci zihniyetten etkilenen aydın figürü henüz modernleşmemiş olan topluma veya bireye karşı eleştirilerini bu yolla da sunmuştur. Tanzimat dönemi sonrası Türk edebiyatı modernleşmenin etkisiyle kendisini inşa ederken modernleşmenin belirli bir zihniyetin ürünü olduğu ve beraberinde yeni zihniyetler ürettiği gerçeği de göz ardı edilmemelidir (Dellaloğlu, 2021, s. 165). Sacide Nur Akkaya, 2020 yılında tamamladığı *Türk Romanında Self Oryantalizm (1870-1980)* adlı doktora çalışmasında Tanzimat Dönemi'nden başlayarak Cumhuriyet Dönemi'nde 1980 yılına kadar üretilen romanları incelemiş olup Türk romanında yer alan self oryantalist etkiyi belirli temalar çerçevesinde sunmuştur. Çalışma hem geniş bir zaman dilimini kapsaması hem de Türk edebiyatında Osmanlı Devleti'nin sonu itibarıyla başlayıp devam eden oryantalist etkiyi gözler önüne sermesi açısından önemlidir (Akkaya, 2020). Akkaya belli temalar üzerinden Türk edebiyatındaki self oryantalist etkinin seyrini incelediği çalışmasının son bölümünde Türk edebiyatını "*Tanzimat Dönemi (1870-1896), Servet-i Fünûn Dönemi (1896-1911), Milli Edebiyat Dönemi (1911-1923), Cumhuriyet'in Kuruluş Yılları (1923-1940), Cumhuriyet Dönemi (1940-1960) ve Cumhuriyet Dönemi (1960-1980)* olarak altı döneme ayırarak ele almaktadır. Bu dönemleri incelediğimizde Türk modernleşme serüveninde özellikle dini ve geleneksel değerlerin eleştirisinde aynı paydada buluşan isimler arasında Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Halide Edip Adıvar ve Reşat Nuri Güntekin gelmektedir (Akkaya, 2020). Bu isimler çalışmamızın konusu olan Peyami Safa ile aynı dönemde olmakla birlikte oryantalist zihniyete yaklaşım konusunda Safa'dan farklılaşan yönleri ile dikkat çekmektedir.

Osmanlı İmparatorluğu'nun sonu ile başlayıp Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla devam eden modernleşme hareketi toplumu kökten bir zihniyet değişimine doğru yönlendirir. Osmanlı modernleşmesi her ne kadar devlet kademelerinde kalıp, topluma çok fazla sirayet edemediyse de tümünden bir modernleşme yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin ana ülküsü hâline gelir. Zihniyet değişiminin toplumun paradigmasını oluşturan aydınlar ile toplumu sevk ve idare eden yöneticiler tarafından gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır (Türkkahraman, 2010, s. 46). Hilmi Yavuz, Türk modernleşmesi serüveni içerisinde ortaya çıkan Batılılaşma olgusunu, oryantalistleşme olarak değerlendirmektedir. Yavuz, Türk romanı üzerinden Türk modernleşmesinin Batılılaşma olmaktan ziyade bir oryantalistleşme olduğunu iddia etmektedir (Yavuz, 2004, s. 213). Cumhuriyet'in yaşadığı modernleşme pratiği de yöneticiler ve aydınların kendi toplumunu oryantalist bir zihniyet ile yeniden inşa etme çabasıdır. Toplum her türlü araç kullanılarak eğitime çalışılmış, yeni bir zihniyet oluşturulması hedeflenmiştir. Kullanılan bu araçlardan biri, belki de dönemselsel olarak yazılı kültürün önemine de binaen en önemlisi ise edebiyat olmuştur. Edebiyat Osmanlı'nın sonu ve erken Cumhuriyet olarak adlandırabileceğimiz dönemde aydınının iktidarı, toplumu desteklemesi veya eleştirmesi, ideolojiyi ortaya koyabilme açısından önemli bir araç hâline gelmiştir.<sup>3</sup>

#### 4. Peyami Safa ve Romanları Örneğinde Oryantalist Zihniyet Eleştirisi Söylemi

Peyami Safa 1899-1961 yılları arasında yaşamış yazar, edebiyatçı ve fikir adamıdır. 2 Nisan 1899 yılında İstanbul, Gedikpaşa'da doğan Safa, Trabzonlu bir aileye mensuptur. Şair-i Mâderzâd (anadan doğma şair) lakaplı İsmail Safa ile Server Bedia Hanım'ın oğullarıdır. Safa'nın ailesindeki bireyler edebiyatçı kimlikleri ile öne çıkmaktadır. Babası gibi dedesi Mehmet Behçet Efendi de şair olan Safa'nın amcalarından biri olan Ahmet Vefa da şairdir. Diğer amcası Ali Kâmil Akyüz de tanınmış bir yazardır. Ağabeyi İlhami Safa ise yazar ve gazetecidir. Safa bir buçuk yaşındayken babasını kaybetmiştir. Annesi ve ağabeyi ile zor şartlar altında yaşamını devam ettiren Safa ilköğrenimini sürdürürken sağ kolunda ortaya çıkan kemik veremi sebebiyle erken yaşta hastane ve doktorlarla tanışmak zorunda kalmıştır. 1910 yılında başladığı Vefa İddâisi'ni de bu hastalık ve geçim zorluğu sebebiyle yarıda bırakmıştır. Zorlu

<sup>3</sup> Bu konuda daha detaylı bir çalışma için Selim Somuncu'nun Türk romanını bilgi, iktidar, ideoloji kavramları çerçevesinde inceleyen doktora tezine bakılabilir: Somuncu, S. (2013). *Türk romanına yönelik bir söylem çözümlemesi: Bilgi-iktidar-ideoloji* [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi].

yaşam şartlarının yanında çabuk öğrenen bir çocuk olan Safa, altı yedi yaşlarındayken babasının arkadaşı Abdullah Cevdet tarafından kendisine hediye edilen *Petit Larousse*'u ezberleyerek kendi kendine Fransızca öğrenmeye başlamıştır. Savaş şartlarında geçim sıkıntısı sebebiyle ailesine destek olmak için öncelikle Posta Telgraf Nezâreti'nde işe başlayan Safa sonrasında da Boğaziçi'ndeki Rehber-i İttihad Mektebi'ne muallim olarak girmiş ve bir süre de Düyûn-ı Umûmiyye İdaresi'nde çalışmıştır (Ayvazoğlu, 1998; Ayvazoğlu, 2000; Ayvazoğlu, 2008; Necatigil, 2004).

Özellikle edebiyatçı kimliği ile öne çıkan Safa, edebiyatla olan ilişkisi hakkında “dokuz yaşında başlayan ihtiraslarımdan biridir.” ifadelerini kullanmaktadır (Tekin, 2003, s. 27). Yazın hayatına gazetecilik ile başlayan Safa, mütareke döneminde ağabeyi İlhami Safa'nın önerisiyle öğretmenlikten ayrılıp basın hayatına girmiştir. Öncelikle ağabeyi ile *Yirminci Asır* gazetesini çıkarmıştır. Safa edebî açıdan ilk olarak bu gazetede yayımlanan *Asrın Hikâyeleri* başlığı altındaki küçük hikâyeleri ile dikkat çekmiştir (Köseoğlu, 2011, s. 43). Bu hikâyeler halk tarafından çok beğenilmesinin yanında Safa'nın Yahya Kemal Beyatlı, Ömer Seyfettin ve Faruk Nafiz Çamlıbel gibi dönemin önde gelen edebiyatçıları tarafından da beğenilmesine ve yazmaya devam etmesi için teşvik edilmesine sebep olmuştur (Ağca, 2007, s. 420). Kısa bir süre içerisinde dönemin edebiyatçılarının dikkatini çeken Safa için Yakup Kadri Karaosmanoğlu, “Bize bir üslup getirdin.” ifadelerini serdederken Yahya Kemal Beyatlı da Safa'nın İsmail Safa'nın en güzel eseri olduğunu ifade etmektedir. Peyami Safa başlangıçta eserlerine imza atmazken edebiyat çevrelerinden aldığı bu olumlu eleştiriler neticesinde eserlerini imzalamaya başladığını ifade etmektedir (Göze, 1987, s. 12). Ansiklopedik bir yazar olma özelliği ile dikkat çeken Safa'nın edebiyat, felsefe, tarih, tıp, hukuk, resim, müzik, sosyoloji, psikoloji vb. bireye ve topluma dair her konuda yazdığını ifade etmek mümkündür. Safa sanatsal endişeyle kaleme aldığı metinlerde “Peyami Safa”, geçim kaygısıyla yazdığı metinlerde ise “Server Bedi” ve bununla birlikte birçok başka imzalar kullanmıştır. Safa'nın hayatının son kırk üç yılı sahip olduğu fikirsiz dönüşüm ve buna bağlı olarak siyasi duruşundaki değişimlerin de etkisiyle sürekli farklılıklar da olsa hep gazete ve dergilerde geçmiştir. *Kültür Haftası* ve *Türk Düşüncesi* dergilerini çıkarmıştır (Karaalioğlu, 1983, s. 671).

Safa'nın düşünsel dünyasının serencamı ve fikirsiz manada yaşadığı değişimi iki önemli fikrî eseri üzerinden gözlemlemek mümkündür. Bunlardan birincisi 1938 yılında yayımlanan *Türk İnkılabına Bakışlar* adlı metnidir. Bu eserle Safa, ulusçuluk anlayışı öncülüğünde ulusal kültür ve Batı uygarlığı arasında bir denge kurmayı hedeflemiştir. Bu dönemde Safa'ya göre Cumhuriyet'ten önceki akımlar arasında Türkçülük ve İslamcılık sınıfta kalmıştır, yalnızca Garpcılık ayakta. Safa'nın bu eserindeki yazıları dikkate alındığında erken Cumhuriyet'te gerçekleştirilen inkılapları, Batılılaşma hareketlerini yerinde gördüğü ifade edilebilir. Yazarın ideolojik ve fikirsiz açıdan dönüşümünü görebileceğimiz ikinci eseri ise birçoğu önceden *Türk Düşüncesi* dergisindeki yazılarının onun vefatından sonra derlenerek *Doğu-Batı Sentezi* adıyla yayımlanmış olan kitabıdır. Safa'nın bu kitaptaki yazılarına bakıldığında fikirlerinde belli oranda değişimler olduğu, öncesine göre daha çok dine ve mistisizme yöneldiği ve ilerleme, gelişebilme adına Doğu-Batı sentezini önerdiği görülmektedir. İlk dönem fikirlerinde Cumhuriyet'in inkılapları üzerinde eskinin, geleneğin bir etkisi olmadığını savunan Safa'nın, devam eden süreçte inkılabın bir tekâmül meselesi olduğu ve her şeyin eskiden hazırlanmış olduğu düşüncesini benimsediği gözlenmektedir (TBEA, 2010, s. 880).

Peyami Safa kendi dönemi ve sonrası için birçok yeniliğin öncüsü olan, dili ustalıkla kullanan bir yazar olarak dikkat çekmektedir. Bunda çocukluğundan beri geçinmek için sürekli yazmak zorunda kalmasının da etkisi vardır. Peyami Safa edebî metinlerini üç devre ayırarak tanımlamaktadır. Yirmili yaşlarında kaleme aldığı *Sözde Kızlar*, *Mahşer* ve *Cânân* adlı romanlarını birinci devre metinleri olarak adlandırmakta ve bu eserlerin sanatsal amaçlardan ziyade, geçim kaygısı ile yazılan kusurlu metinler olduğunu belirtmektedir. İkinci devre olarak tanımladığı *Şimşek*, *Bir Akşamı* metinlerinde ise yazar olgunlaşma yolundadır. Üçüncü devre metinleri içinde ise Türk edebiyatında önemli bir yere sahip olan *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu*, *Fatih Harbiye*, *Bir Tereddüdün Romanı*, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*, *Yalnızız* ve *Biz İnsanlar* romanları bulunmaktadır (Ekiz vd., 1984, s. 37).

Safa'nın akıcı bir üslubunun olmasının yanında, ürettiği metinleri fikirlerini sunmak için aracı olarak kullandığını da ifade etmek mümkündür. Bu konu ile ilgili Tarancı, sanatçı ve eseri arasındaki ilişki

açısından sanatçıları ikiye ayırmaktadır. Birincisi fikirlerini, hayatını eserine dâhil etmekten çekinmeyen sanatçıdır. İkincisi ise tam tersi fikirlerini, hayatını eserine dâhil etmekten çekinen ve bundan mesleki açıdan utanç duyan sanatçıdır. Bu durum üzerinden Tarancı, ayakta kalan, yaşamaya devam eden, dönemine damga vuran, hayatla yoğrulmuş eserler olduğuna dikkat çekmektedir. Peyami Safa da bu sınıfa dâhil edilmekte, onun gibi sanatla hayatın içli dışlı halini, alışverişini anlayan ve eserlerine yansıtan başka bir Türk romancısı olmadığı ifade edilmektedir (Tarancı, 1940, ss. 5-7). Tarancı'ya göre, Safa sadece eserine hayatını yansıtmakla kalmayıp kendi meseleleri üzerinden bulunduğu devrin toplumunun endişelerini, sorunlarını, gelgitlerini, arada kalmışlıklarını, sosyal ve kültürel hayatını da eleştirel bir üslupla okuyucuya sunmaktadır (Tarancı, 1940, s. 7). Safa'ya göre roman tekniğinin en önemli meselesi üsluptur. Peyami Safa'nın edebî üslubunun ayırıcı özelliklerinden biri yazarın roman kahramanının adını verip vermemesidir. Bu durum Safa'ya göre yazarın okuyucu ile metin arasına girip girmediğinin bir göstergesidir (Göze, 1987, s. 92).<sup>4</sup>

Doğu ve Batı'nın geçiş noktasında bulunan bir coğrafyanın aydını olan Peyami Safa fikrî yazılarıyla da edebî metinleriyle de Osmanlı'da başlayıp Cumhuriyet'le devam eden modernleşme serüveninde Doğu-Batı çatışması, Batılılaşma, çağdaşlaşma, gelenek-modern tartışmalarının dışında kalamamıştır. Safa'nın bu konudaki eleştirileri daha çok Doğu-Batı çatışması ve modernleşme serüveni içerisinde salt bir şekilde Batı'yı üstün gören ve Batı'nın yüzeysel bir taklidinin ötesine geçemeyen yanlış Batılılaşma anlayışı üzerinedir. Peyami Safa, *Şark-Garp Münakaşasına Bir Bakış* adlı 1936 yılında yayımladığı makalesinde Doğu-Batı meselesini Avrupalı düşünürlere başvurarak sorgulamaktadır. Fakat Batılı düşünürlerin sert hükümleri karşısında Doğu'yu savunmakta ve sonuç olarak iki medeniyetin bir terkibe varması gerektiğini belirtmek suretiyle coğrafya olarak da bunun gerçekleşebileceği en uygun yerin Türkiye olduğunun altını çizmektedir (Köseoğlu, 2011, s. 199). Safa bu makalesinde Avrupalı düşünürlerin Doğu ve Batı tanımlamalarına yer verirken özellikle Doğu'ya hasredilen tembellik, durağanlık sıfatlarının göreceli olduğunu ancak ölü olanlar için durağanlık sıfatının geçerli olabileceğini ifade etmekte (Safa, 1978, ss. 217-234), bu konuya ilişkin eleştirilere romanlarında bilhassa *Fatih Harbiye*'de cevap vermektedir. Aynı şekilde Safa'nın yeni Türkiye'de Batılılaşmanın yanlış anlaşıldığı yönündeki eleştirilerini de hem fikrî hem de edebî metinleri üzerinden okumamız mümkündür. Safa'ya göre öncelikle gelenek ve modern, eski ve yeni kavramları yanlış anlaşılma ile birlikte eskisi, geleneği olmayan bir yeninin, modern üretilebilmesi de mümkün görünmemektedir. Safa *Türk Düşüncesi ve Batı Medeniyeti* adlı makalesinde Batı'nın yaşadığı modernlik pratiğine karşı tamamen kayıtsız kalıp içine çekilmeyi de Batı'nın birebir kötü bir taklidi olarak değerlendirmekte, kendi millî ve dinî değerlerini, geleneğini göz ardı etmeyi de eleştirerek bazı Atatürkçülerin bu ikinci hataya düştüğünü ifade etmektedir. Bu sebeplerdir ki modernleşme eğilimi sadece toplumun küçük bir bölümü olan aydın kesimde kalmakta ve halkın tümüne ulaşmamaktadır (Safa, 1978, ss. 235-245). Safa *Doğulu ve Batılı Olmak* adlı makalesinde de İstanbul aydını olarak isimlendirdiği tiplere için her zaman bir Avrupalı, Batılı bir insan gibi olmak, yaşantısını bu minvalde planlamak arzusunun bulunduğunu, özellikle bazı yazarlar tarafından Batılı adam tipinin maddilik, dinsizlik ve solculukla ilişkilendirilmesini eleştirmektedir (Safa, 1963, ss. 41-42).

Makalede ele alınan Peyami Safa romanları Türk modernleşmesine yön veren, kendi toplumuna Batılı, oryantalist bakış açısı ile yaklaşan oryantalist zihniyetin eleştirisi özelinde incelenmiştir. Yazarın çalışmaya konu olan romanları bütün bir hâlde basım tarihleri dikkate alınmak suretiyle *Sözde Kızlar* (1922), *Şimşek* (1923), *Mahşer* (1924), *Bir Akşamdı* (1924), *Cânân* (1925), *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu* (1930), *Fatih Harbiye* (1931), *Bir Tereddüdün Romanı* (1933), *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu* (1949), *Yalnızız* (1951) ve *Biz İnsanlar* (1959) adlı eserleridir.

Bu çalışmanın yöntemi olarak eleştirel söylem analizi seçilmiştir. Eleştirel söylem analizi modern dönem sonrasında edebiyat, sosyoloji, felsefe, psikoloji, tarih, antropoloji, dilbilim, iletişim ve siyaset bilimi gibi sosyal bilimlerin birçok alanında kullanılan bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Söylem analizi yöntemi

<sup>4</sup> Peyami Safa'nın romancılığının teknik bakımdan incelenmesi bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Bu konuda detaylı bilgi için Mehmet Tekin'in Safa'nın 11 romanını teknik açıdan analiz ettiği çalışmasına bakılabilir: Tekin, M. (2014). *Romancı yönüyle Peyami Safa – romanların teorik ve teknik temelleri-*. (2. Baskı). Ötüken Neşriyat.

belirlenen bir kavram çerçevesinde, seçilen bir örneklem üzerinden var olduğu iddia edilen söylemin açığa çıkarılmasıdır. Örneklem olarak seçilen Peyami Safa'nın romanlarında Osmanlı'nın son dönemi ve Cumhuriyet'in kuruluş dönemlerinde artarak devam eden Türk modernleşmesi süreci bağlamında devlet ve aydın kesim öncülüğünde yeniden bir toplum ve kültür inşasına yön vermesi planlanan ve toplumu tamamıyla Batı perspektifinden değerlendirme ve bu bakış açısı üzerinden yeniden inşa etmeyi hedefleyen oryantalist zihniyet eleştirisine dair olan söylem yapıları incelenmiştir. Yapılan analiz çalışmasının bulguları kadın ve erkek karakter tahlilleri üzerinden Batı hayranlığı, mekân kullanımı, dil kullanımı, müzik tercihi, din ve milliyetçilik, Avrupalılık, evlilik ve aile temaları bağlamında ele alınmıştır. Safa'nın romanları incelendiğinde bu yedi tema çerçevesinde Türk modernleşme süreci içerisinde yeniden kurgulanması hedeflenen topluma ve kültüre, Doğu-Batı çatışmasına, bir Doğu toplumunun kendini Batılı, oryantalist zihniyet mihmandarlığında yeniden inşa etme sürecine dair eleştirel bir söylemin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Çalışmanın sınırları ölçeğinde analizden elde edilen bulgular bu başlıklar altında tartışılmıştır.

#### 4.1. Kadın ve erkek karakter tahlilleri üzerinden Batı hayranlığı

Peyami Safa neredeyse romanlarının tümünde kadın ve erkek karakterleri üzerinden Doğu-Batı çatışması, yanlış Batılılaşma, kendi kültürünü oryantalist zihniyet, Batı'nın hegemonik bakış açısı üzerinden değerlendirme olgularına dair eleştirel bir söylemi baskın bir şekilde ortaya koymaktadır. Safa'nın çoğu romanında kadınlar Batı'yı yanlış anlayan, modernleşmeyi, çağdaşlaşmayı sadece görsel açıdan kötü bir Batı taklidinin önüne geçiremeyen karakterlerdir. Batı hayranı erkek ise yazarın kurgularında azınlıkta ve hikâyenin yan karakterleri olarak zayıf kalmaktadır.

Nurdan Gürbilek, Safa'nın metinlerindeki kadın karakterler genellikle Batı'nın tesiri altında kalan, Batı'yı temsil eden züppe, sözde kız, tango, Beyoğlu kadını, dejenere kız olarak tasvir edilir (Gürbilek, 2007, s. 86). Tanzimat romanının başından itibaren varlığını hissettiren, Peyami Safa romanlarının neredeyse tümüne yayılmış olan klişeye göre, erkek ruhu Doğu'yu temsil ederken, kadın aksi manada Batı'nın gözü, bedeni, iştahı ve vitrinini temsil etmektedir. Kadın içinde bulunduğu gerçek hayattan uzaklaşıp roman ve filmlerin de etkisiyle hayal dünyasında yaşamakta, erkekse yine ruhu temsil eden akliselim bir yerde konumlandırılmaktadır. Bu kalıbın dışına çıkan Batı'yı temsil eden züppe erkekler de züppeleşerek aslında kadınsılaşmaktadırlar (Gürbilek, 2007, s. 87).

*Sözde Kızlar*'da yazarın sözcüsü konumunda olan Nadir karakterinin "sözde kızlar" olarak isimlendirdiği kadınlar Batı hayranı, Batılılaşmayı sadece görsel üzerinden ve rahat bir yaşam sürme hevesinden ibaret olarak gören karakterler olarak resmedilmektedir (Safa, 2021d, s. 130). *Şimşek, Bir Akşamdı, Fatih Harbiye, Biz İnsanlar* romanlarında da yer alan yeni, modern dünyada yaşamak, modernleşmek, değişmek isteyen Batı hayranı kadın karakterlere yüklenen vasıflar üzerinden eleştirilen yanlış Batılılaşma, iktidarın benimsediği, yönetici elit ve aydın kesim aracılığıyla toplumda yerleştirmeye çalışılan oryantalist zihniyettir. Safa genellikle bu eleştirisini hayatı sadece gözle anladıkları ve yorumladıklarını düşündüğü kadın karakterler aracılığıyla yapmaktadır.

*Şimşek* romanının baş karakterlerinden biri olan Pervin, Doğu'yu temsil eden Müfid ile Batı'yı temsil eden Sacid karakterleri arasında kalan ve bir türlü karar veremeyen şahsiyetini bulamamış, şahsiyetsiz olarak tasvir edilmektedir (Safa, 2021e, s. 81). *Bir Akşamda*'da yaşamak için değişmek isteyen, taşradaki yaşamı, yaşamak olarak görmeyen Meliha karakteri üzerinden yazar eleştirisini sunmaktadır (Safa, 2020a). Yazarın bu iki romanındaki kadın karakterleri oryantalist, Batılı bakış açısı ile yenilenmeye, değişmeye çalışan ne Doğulu ne Batılı olan Türk toplumunu temsil etmektedir.

Safa'nın Doğu-Batı çatışmasının, Batılılaşma eleştirisi söylemi yoğun olarak verdiği *Fatih Harbiye*'de Doğulu, geleneksel bir aile ve çevrede yetişmiş olan Neriman'ın yaşamak istediği değişim, yenilik, modernleşme isteğiyle Doğu ile Batı arasında kalışı ve gelgitleri konu edinilmektedir. Neriman'ın ağzından yaşamak istediği değişimin salt görsel bir yüzeysellikte kalışını betimleyen yazarın ifadeleri bu konudaki eleştirel tavrını da gözler önüne sermektedir: "...Çünkü, artık ben bir Fatih kızı olmak istemiyorum, anlıyor musun? Böyle yaşamaktan nefret ediyorum, eskilikten nefret ediyorum, yeniyi ve güzeli istiyorum, anlıyor musun? Eski ve yırtık ve pis, iğrenç bir elbiseyi üstümden atar gibi bu hayattan

ayrılmak istiyorum. İhtiyar adam, bozuk sokak, salaşpur ev, gıy gıy, hey hey, ezan, helvacı... Bıktım artık, ben başka şeyler istiyorum, başka bambaşka, anlamıyor musun?" (Safa, 2000b, s. 67).

Yazarın Batı hayranı kadın karakterler üzerinden oluşturduğu eleştirel söyleme bir başka örnek de *Biz İnsanlar* adlı romanındaki Samiye Hanım karakteridir. İşgal altındaki İstanbul'da yaşanan Samiye Hanım için Batı'ya, Avrupa'ya dair olan ne varsa iyiyi, güzeli temsil ederken Doğu'ya, geleneğe dair olanlar tam tersi bir konumdadır. Samiye Hanım Avrupa medeniyetine hayran olan ve kendi toplumundaki tüm kötülüklerin sebebini kadınların tesettürü, haremlik-selamlık vb. dini veya geleneksel örf ve âdetlere bağlayan bir karakterdir. Ona göre bu geleneklerden kurtulunması durumunda Batı'ya, Avrupa'ya esir olursa da önemli değildir (Safa, 2021a, s. 165).

Çoğunlukla yanlış Batılılaşma, Batı'yı yanlış anlamaya dair eleştirel söylemini kadın karakterler üzerinden kurgulayan Safa, daha düşük bir oranda da olsa Batı hayranı erkek figürlere de romanlarında yer vermektedir. Yalnız bu karakterler çoğunlukla romanlarının ana kahramanlarından ziyade yan karakterlerdir. Safa'nın tüm romanlarında Batı'yı temsil eden erkek figürler bulunmakla birlikte, bu erkekler *-Fatih Harbiye'* de Macit, *Sözde Kızlar'*da Behiç vb.- anlatılarda fikirlerinden ziyade görsel özellikleri betimlenerek öne çıkarılan karakterlerdir. Aslında Safa, Gürbilek'in (2007) de dikkat çektiği üzere Batı'yı temsil eden erkek karakterleri de kadınsılaştırmakta ve bu karakterleri anlatının güçlü karakterleri olarak değil tam tersi zayıf, silik karakterler olarak okuyucuya sunmaktadır.

#### 4.2. Mekân kullanımı

Peyami Safa romanlarında Doğu-Batı çatışması, yanlış Batılılaşma, oryantalist zihniyet eleştirisi için kullanılan unsurlardan biri de mekândır. Safa anlatılarında geçen mekânları çoğunlukla belirli zihniyetlerin temsilcileri olarak kullanmaktadır. Ali Şükrü Çoruk, *"Cumhuriyet Devri Türk Romanında Beyoğlu"* adlı çalışmasında Türk romanlarında Beyoğlu'nun bir mekân olmanın ötesinde bir zihniyetin, Batılılaşma anlayışının temsilcisi olarak kendisine yer edindiğine dikkat çeker (Çoruk, 1995, s. 48). Peyami Safa için de İstanbul'un bazı semtleri Doğu zihniyetini temsil ederken diğerleri de Batı zihniyetinin bir göstergesi konumundadır. İstanbul'un belirli semtlerinde geçen kurgularıyla ön plana çıkan Safa romanlarında Fatih, Şehzadebaşı, Cerrahpaşa, Beyazıt Doğu'yu temsil ederken Beyoğlu, Harbiye, Şişli, Kadıköy Batı'yı temsil etmektedir. Yazar her ne kadar anlatılarında taşradaki şehirlerden bahsetse de kurgularının merkezine İstanbul'daki belirli muhitleri yerleştirir. Romanlarında İstanbul Suriçi ve Üsküdar çevresini olumlu, Kadıköy, Şişli ve Beyoğlu çevresini ise olumsuz bir şekilde tasvir eder (Döner, 2019; Kula, 2021). Safa'nın romanları içerisinde mekân unsurunun hikâyenin temelini oluşturduğu metin ise *Fatih Harbiye'*dir. Roman boyunca Fatih ve Harbiye mekânları üzerinden Doğu ve Batı kültürüne dair eleştirilerine yer veren yazar, bahsi geçen mekânlardaki her türlü öğeyi de bu anlamda kullanmaktadır. *Fatih Harbiye* dışındaki romanlarında da bu kadar yoğun olmasa da mekân olgusu üzerinden gerçekleştirilen Batı kültürü eleştirisi öne çıkmaktadır.

*Sözde Kızlar* romanının karakterlerinden Belma'nın abisi olan ve onunla Şişli'deki eve gidip gelen Salih'in kardeşine karşı sarf ettiği sözler, Peyami Safa'nın oryantalist zihniyet ve beraberinde getirdiği yanlış Batılılaşma anlayışına karşı olan eleştirisini mekân üzerinden sunumu konusunda iyi bir örnektir. "...Bundan sonra gözünü aç, Sulukule'de dolaş, Beyoğlu'nda dolaşma. Çirkefe gir, Şişli'deki eve girme. Aklını başına topla." (Safa, 2021d, s. 86). Aynı şekilde Salih'in babası Mustafa Efendi ile olan bir konuşmasında Mustafa Efendi'nin oğluna yaşadıkları evin bir han veya apartman olmadığını, Cerrahpaşa'da oturduklarını hatırlatmasından sonra, bu evde yaşayanların da Mümin, Müslüman insanlar olduğunu, külhanbeyliği, züppelik sevmediğini, şıllıklardan nefret ettiğini belirtmesi de dönemselsel olarak konak kültürünün Doğu'yu, apartman kültürünün ise Batı'yı, modernleşmeyi temsil ettiğine işaret etmektedir (Safa, 2021d, s. 88).

Yazarın bir başka romanı *Mahşer'*de de Beyoğlu ve milli kimlik üzerinden Batı eleştirisini gözlemlemek mümkündür. Romanın kahramanı Nihat karakteri Beyoğlu sokakları ve buradaki modern, yeni yapılar arasında kendini memleketinde değil de yabancı bir yerdeymiş gibi hissetmektedir. Bu durumda etrafındaki Beyoğlu'nun temsilcisi olan apartmanlar, burnuna dolduğunu ifade ettiği yoğun içki kokusu ve dükkanlardan gelen yabancı şarkıların sesleri etkili olmaktadır (Safa, 2020c, s. 126). *Cânân'*da ise

eşinin kendisini aldattığından şüphe eden Bedia ile eşi Lâmi'nin patronu Şakir Bey arasında geçen diyalogda ahlaki kuralların dahi mekânlara göre farklı algılanması, Doğu'yu temsil eden mekânlarda hoş karşılanmayan, ahlaki bulunmayan davranışların Batı'yı temsil eden mekânlar ve Batılı zihniler için önemsiz görülmesi, hatta hoş karşılanmasının eleştirisi açık bir şekilde görülmektedir: "...Eğer siz Kadıköy'ünde otursaydınız, Lâmi'nin hareketlerini daha tabii görürdünüz. Şu bizim modern sayılan muhitlerimizde, böyle şeyler her zaman oluyor." (Safa, 2021b, s. 20).

Yazarın romanları arasında mekân olgusunun başat unsur olarak kurgulandığı *Fatih Harbiye*'de Doğu ile Batı, Fatih ile Harbiye, Şinasi ile Macit arasında gelgitler yaşayan Neriman'ın bu süreç zarfında içinde bulunduğu veya bulunmak istediği mekânlara dair tasvir ve karşılaştırmalarını içeren pasajlarda da yazarın eleştiri konusu ettiği yanlış Batılılaşma fikri ve modernleşme toplumdaki değişmek isteyen bir kadının Batı'ya ve Doğu'ya yüklediği anlamlara dair gözlemleri okuyucuya sunulmaktadır. Neriman karakteri romanın tümünde Batı veya Doğu'ya ait mekânlarda gördüğü her şeyi karşılaştırmaktadır. Neriman metnin sonuna kadar yaptığı bu karşılaştırmalarda hep Batı'yı, Beyoğlu'nu, modern yaşam tarzını övmektedir. Ona göre Batı'ya dair olan ne varsa iyiyi, güzeli, doğru olanı temsil ederken Doğu'yu, geleneği temsil eden öğeler tam tersi bir yerde konumlanmaktadır. Yazar burada da modernleşme sürecini yaşayan Doğulu toplumun bir ferdi olan genç bir kadının bu süreç içerisinde Doğu kültürüne karşı sergilediği oryantalist tavrı, bakış açısını eleştirel bir dille ortaya koymaktadır. Eserin bir bölümünde Neriman, Fatih ve Beyoğlu karşılaştırmasını Beyoğlu'ndaki bir parfümeriye girmesi ve sonrasında Ramazan ayında Beyazıt sergisindeki kokucuyu hatırlamasıyla birlikte bu iki mekânın karşılaştırması üzerinden yapmaktadır. Bu bölümde Neriman'ın bu iki kültüre ait satış yerini, buralarda satılan ürünleri, satıcı ve müşteri portföyünü değerlendirme üslubu ve bakış açısı tamamıyla oryantalist zihniyet söylemini yansıtmaktadır (Safa, 2000b, s. 30). *Fatih Harbiye*'de Doğu ve Batı'yı temsil eden, aynı şehirde yer alan, birbirine çok yakın olan bu semtlerin sanki iki ayrı ülke, iki ayrı kültür, iki ayrı medeniyetmişçesine birbirlerinden uzak algılanmaktadır: "Galatasaray'dan Tünel'e doğru yürüdüler. Neriman Beyoğlu'na çıktığı vakit, halis Türk mahallelerinde oturanların çoğu gibi, kendini büyük bir seyahat yapmış sanırdı. Gene Fatih uzakta, çok uzakta kaldı. Tramvayla bir saat bile sürmeyen bu mesafe, Neriman'a Efgan yolu kadar uzun görünürdü ve Kabil'le New York arasındaki farkların çoğuna İstanbul'un iki semti arasında kolayca tesadüf edilir." (Safa, 2000b, s. 29).

Yazarın *Yalnızız* adlı metninde Meral ve Feriha karakterlerinin arasında geçen diyalogdaki Feriha'nın sözleri mekânlara yüklenen anlamlar ve oryantalist zihniyet etkisi altında kalan birey hakkında fikir verir niteliktedir: "Bu İstanbul böyledir, dedi, insanı miskin yapar. Artık İstanbul böyle olursa, düşün memleketi, hava yok burada, canlı bir hava yok." (Safa, 2021f, s. 211). *Yalnızız*'da Paris'te yaşayan ve İstanbul'u miskin olarak gören Feriha'ya karşılık *Fatih Harbiye*'de Beyoğlu karşısında Fatih'i miskin gören Neriman bulunmaktadır. İki karakter de Doğu'yu değerlendirirken konuya oryantalistlerin bakış açısı çerçevesinde yaklaşmakta ve Doğu'yu "miskin" olarak değerlendirmektedir ki, bu da toplum içerisinde yerleşen oryantalist zihniyetin önemli bir göstergesidir.

### 4.3. Müzik tercihi

Peyami Safa içinde bulunduğu dönem itibarıyla Darülelhanın Türk Musikisi kısmının kaldırıldığı 1926 yılında entelektüel camia ve gazetelerde şiddetlenen Doğu-Batı müziği karşılaştırmaları ve tartışmaları esnasında Türk musikisinin yanında yer alan bir tavrı benimsemiştir (Gökçe, 2015, s. 183). Bu uygulama ile devlet modernleşmeyi hedeflerken, geleneğe, eskiye, Doğu'ya ait hiçbir öğeyi istemeyen bir zihniyetle hareket etmektedir. Safa'nın belki de henüz bu tartışmaların etkisi altındayken kaleme aldığı *Fatih Harbiye*'de bu konudaki eleştirilerini hem Batı hayranı, oryantalist zihniyetin etkisi altına giren Neriman hem de romanda kendi sözcülüğünü yaptırdığı Ferit karakteri vasıtasıyla sunmaktadır. Modernleşme süreci diğer birçok konuda olduğu gibi müzik tercihi de alaturka-alafranga müzik tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Oryantalist bakış açısı ile kendi geleneksel ve kültürel değerlerine yaklaşan zihniyet, bu unsurlardan kurtulup Batı tecrübesini yaşamak istemektedir. Romanda Darülelhanın alaturka müzik bölümünde eğitim alan Neriman ut, Şinasi kemençe alafranga bölümünde eğitim alan Macit ise keman eğitimi almaktadır. Yazar roman boyunca Darülelhanın alaturka kısmının kapatılması tartışmalarına yer vermekte ve bu durumu eleştirmektedir. Neriman'ın alaturka-alafranga müzik konusunda aşağıdaki pasajlarda yer alan eleştirilerinin ise daha çok görsel manadaki eleştiriler olarak yüzeysel kalması yazarın bu konuda ortaya koyduğu eleştirel söylemi destekler niteliktedir:



“Öf... Bu elimdeki ut da sinirime dokunuyor, kıracağımla geliyor... Bunu benim elime nereden musallat ettiler? Evdeki hey hey yetmiyormuş gibi üstelik bir de Darülelhan! Şu alaturka musikiyi kaldıracaklar mı ne yapacaklar? Yapsalar da ben de kurtulsam. Hep ailenin tesiri. Babam Şark terbiyesi almış. Ney çalar, akrabam öyle... Darülelhan’dan da çıkacağımla yahut alafranga kısmına gireceğim. Zaten bizim kısmı lağvedeceklermiş. Allah razı olsun.” (Safa, 2000b, ss. 25-26).

“O Macit’in ellerine baktım, kadın eli gibi, tertemiz, incecik, tırnaklarının üstünde bile çalışmış. Şinasi’nin elleri gözümün önüne geldi. Tırnağının biri kırık, öbürü batık... Ne imiş? Kemeçe çalarmış. Böyle elini parçalayan sazı parçalamalı. Hiç telin kenarına tırnak sürülen saz görülmüş müdür? Her işimiz acayip, nefret ediyorum.” (Safa, 2000b, s. 26).

Romanın sonunda Neriman yaşadığı bu süreç içerisinde yaptıkları ve yapmak istediklerinden dolayı pişman olarak Fatih’e, evine, Şinasi’ye, Doğu’ya, uduna döndüğünde babasının Ferit’lerde olduğunu öğrenir ve oraya gider. Ferit’lerde Darülelhanın kapatılması konusu tartışılırken Ferit’in sarf ettiği ifadeler yazarın fikirlerini yansıtmaya bakımdan önemlidir. Öncelikle Ferit’e göre Batı’da Türk musikisine karşı olan ilgi artarken Türk üniversitelerinden Türk musikisi bölümlerinin kaldırılması doğru değildir ve bununla birlikte bu kararı alanların da samimi olmadıkları, sahip oldukları kültürel birikim sebebiyle evlerinde Türk musikisinden başka bir şey dinlemedikleri bir gerçektir. Bu kararlarının sebebi ise sadece şekilperest bir Batılılaşma, Batı’yı yanlış anlamadan öteye geçememektedir (Safa, 2000b, s. 119).

#### 4.4. Dil meselesi

Peyami Safa’nın eserlerinde oryantalist zihniyet eleştirisinin izinin sürülebileceği bir diğer konu da dil meselesi, dildeki sadeleştirme ve yabancı dil kullanılmasına dair sarf ettiği eleştirel söylemdir. Dönemsel olarak Fransızcanın, Fransızca kelimelerin özellikle Batı hayranı olan çevrelerde çokça kullanımı ve dil devrimi sonrasında sadeleştirme, Arapça ve Farsça kelimeleri kullanmamak adına yeni öz Türkçe kullanımına dair aşırılıklar ve bunların da modernleşme, Batılılaşma adına yapılması eleştirilmektedir.

Yazar, *Dokuzuncu Hariciye Koşusu* adlı romanında Doğu-Batı çatışması, yanlış modernleşme algısı ile oluşan oryantalist zihniyete dair eleştirisini, hasta çocuk, Nüzhet’in babası Paşa ve Nüzhet’in evleneceği adam Doktor Ragıp arasında geçen Türkçe kullanımına dair bir diyalogda sunmaktadır. Romanda yazarın isim vermediği hasta çocuk, Paşa ve Doktor Ragıp arasında geçen Fransızca kelime kullanmak hususundaki sohbete dâhil olarak Türkçe dururken Fransızca kullanımı ve bu durumun toplumda yayılması hususuna taraftar olmadığını dile getirmektedir. Sonrasında ise Paşa, Fransız sevgisini ve Fransa’nın Türk kültürüne etkilerine dair çocuğun deyişiyle “Tanzimat fikirlerini” sıralamaktadır. Doktor ise bu tartışmada reçetelerini bile Fransızca yazdıklarını ifade etmekten ileri gidememektedir. Hasta çocuk, yetersiz ve kısır bir döngü olarak değerlendirdiği bu tartışmanın içerisinde fikrî bakımdan kendini, ondan yaşça ve tecrübe bakımından daha güçlü olan bu iki karaktere göre daha kuvvetli hissederek tartışmaya katılmakta ve fikirlerini savunmaktan geri durmamaktadır. Çocuk bu tartışmanın sonunda her ne kadar kesin ve son hükmü verecek bir üst kurum olmadığını bilse de onun fikirleri karşısında diğerlerinin geliştirdikleri tezle ancak cahil halkı kandırabileceklerinin farkındadır. (Safa, 2000a, s. 70). Tartışmanın devamında ise çocuk, en basit toplumsal konuları anlama ve anlamlandırma süreçlerinde dahi bu denli yabancı zihniyetlerin, Batı’nın etkisi altında kalan bu insanlarla tartışmak zorunda kalmaktan ötürü duyduğu rahatsızlığı ifade etmekle birlikte Türkiye’de yabancı mekteplerin etkisi altında kendi kimliğini tamamen kaybetmiş olan bu kafaların kesilmesinden başka çare görmediğini düşünmektedir (Safa, 2000a, s. 71). Yazar burada Fransızca kullanımı meselesini yabancı/Batı tesiri, modernleşme zihniyeti, oryantalist bakış açısı üzerinden tartışmakta ve bu zihniyetten kurtulmaktan başka çare görmediği söylemini hasta çocuğun ağzından sert bir şekilde ortaya koymaktadır. Dil meselesi konusundaki bir diğer eleştiri de *Biz İnsanlar*’da dönemin Batı hayranı çevresinden olan Samiye Hanım ile Doğu’yu temsil eden bir karakter olan Orhan arasındaki diyalogdur. Samiye Hanım yaşayan diller olarak nitelendirdiği Avrupa dillerinden birini bilmeyenin budala olduğunu ifade ederken Orhan yabancı dil bilmenin önemini kabul etmekle birlikte budala olmanın bu durumdan bağımsız olduğunu altını çizmektedir (Safa, 2021a, s. 189).

Safa’nın dil meselesi üzerinden Batılı, oryantalist zihniyet eleştirisine dair eleştirisinin bir diğer vechesi ise dil devrimi sonucundaki yenilikler neticesinde gerçekleşen yeni ve öz Türkçe kelime kullanımı

hususundadır. Bu konudaki ilk örneği *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*'ndan verebiliriz: "Odabaşı onun adını deftere kaydederken "Ben Ferid'i d ile yazarım", demişti. Ferit'in babası da bu fikirde idi ve Hamid'in "âhir-i ömrümüzde isimimizin sonuna bir it taktılar" sözünü tekrarlarlarken kopardığı kahkahaların peşinden "bugünkü imlâda fonetik yok, fonetik, fonetik!" diye bağırdı." (Safa, 2021c, s. 19). Burada dil devrimi ile kelimelerin asli harflerindeki değişiklik konu edinilmekte ve kelimenin "Ferid" yerine "Ferit" diye yazılması alaycı bir söylem üzerinden eleştirilmektedir. Dilde aşırı özleştirme çalışmalarına dair bir diğer eleştirel söylem ise yeni Türkçe kelimelerin kullanımına dairdir:

"-Önseziye de inanır mısın? Presentiment'a?

Başıyla tasdik eden Samim, bu yeni Türkçe "önsezi"yi Meral'in ağzından ilk defa duyuyordu. Şüphelendi. Yan gözle kızın yüzüne bakarak sordu:

-Nereden öğrendin bu "önsezi"yi?

Meral düşündü. Bulamıyordu. Galiba Cezmi'den." (Safa, 2021f, s. 221).

*Yalnızız* romanından alıntıladığımız yukarıdaki pasajda romanın ana karakterlerinden Samim ile Batı hayranı Meral arasındaki bir diyalogda Meral'in yeni Türkçe bir kelime kullanması Samim'in dikkatinden kaçmamakta ve bu kelimeyi yazara göre ancak çevresindeki Batı hayranı olan kişilerden öğrenmiş olabileceği okuyucuya sunulmaktadır. Burada da yine bu çevrenin yazar tarafından tasvip edilmeyen ve eleştirilen bir çevre olması sebebiyle bu konuda yanlış Batılılaşma, Batı hayranlığı veya oryantalist zihniyet çerçevesinde eleştirel bir söylem ortaya konmaya çalışılmaktadır.

#### 4.5. Din ve milliyetçilik

Peyami Safa'nın oryantalist bakış açısına dair eleştirilerinden biri de din ve milliyetçilik, Türklük temalarıdır. Bu temaların en baskın olduğu romanı ise *Biz İnsanlar*'dır. Romanda bütün olaylar kendisine "eşek Türk" diye hakaret eden Cemil'e Tahsin'in attığı taş ile başlar. Yine aynı şekilde Süleyman'ı Orhan ve Necati'den ayıran nokta onun Marksist, diğerlerinin ise milliyetçi bir bakış açısına sahip olmalarıdır. Başlarda Orhan din karşıtı bir duruş sergilese de anlatının devamında dine doğru bir yöneliş söz konusudur. Necati'nin Süleyman'la yaşadığı fikir ayrılıklarının temelinde din konusundaki bakış açısı farklılıkları yatmaktadır. Din olgusunun yoğun olarak işlendiği bir diğer roman da *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*'dur. Bu romanda da anlatının ana karakteri Ferit'in dine bakış açısındaki değişim ve dönüşüm üzerinden yazar eleştirisini dile getirmektedir.

*Biz İnsanlar*'da olay örgüsü Batı hayranı olan bir ailede büyüyen Cemil'in okuldaki arkadaşı Tahsin'e "eşek Türk" diye hakaret etmesi ve arkadaşının da ona taş atmasıyla başlamaktadır. Yaralı çocuğu evine götüreren öğretmen Orhan, çocuklar arasındaki kavganın ebeveynleri arasındaki bir kavga ile başladığını ve Cemil'in annesi olan Batı hayranı Samiye Hanımın çevresi tarafından da sevilmeyen, sürekli yabancılarla içli dışlı olan Türklüğe, Doğu'ya ve geleneğe dair olan hiçbir şeyden hoşlanmayan biri olduğunu anlamaktadır (Safa, 2021a, s. 42). Burada Samiye Hanımın oğlunun arkadaşına "eşek Türk" diye hakaret etmesini onaylaması üzerinden yazar oryantalist zihniyetin etkisi altına giren bireyin kendi toplumunun değer yargıları konusunda yaşadığı yozlaşmayı özellikle milliyetçilik, Türklük olguları üzerinden gözler önüne sermektedir. Romanın başka bir bölümünde ise "...Cemil'in ve ailesinin milliyetimize küfretmeleri dini hislerin bile mahsulü değil. Sadece garpperestlik." (Safa, 2021a, s. 65) ifadeleri ile bu tip Batı hayranı aileleri tanımlamak için garpperestlik ifadesi kullanılarak sorgusuz sualsiz Batı'yı ve Batı'nın modernleşme serüveninin gerisinde kalan özellikle Doğulu ve Müslüman ülkelere sunduğu her şeyi neredeyse tapınma ve dinî bir vecibe statüsünde kabul etmeleri eleştirilmektedir. Bu bakış açısına sebep olan en önemli etken ise toplumda yerleştirilmesi hedeflenen oryantalist zihniyet, kendi toplumuna, geleneğine, kültürüne Batı gözüyle bakma eğilimi olarak sunulmaktadır.

Yazar, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*'nda Ferit karakterinin ağzından modernleşme tecrübesi yaşayan Müslüman toplumların dinleri ile modern olgular arasında sıkışıp kalmasını dile getirmektedir. Ferit aşağıdaki pasajda geçen düşüncelere sahipken dine karşı bir duruş sergilemektedir. Burada dans ettiği için teyzesiyle tartışan Ferit'in kız kardeşi ve teyzesi üzerinden dinî değerler ile toplumda yerleşmeye

başlayan modernleşme unsurları arasında toplumun sıkışıp kalmış olduğuna dair bir eleştiride bulunduğunu ifade etmemiz mümkündür: “Ferit düşündü. Hastalık teyzenin kendisi değil. Hastalık namazla Swing arasında. Memleketin hastalığı, Birinden biri gitmeli. Şimdilik ayırmak lazım.” (Safa, 2021c, s. 120). Önceki pasajda yeni moda bir dans türü olan Swing ve namaz, Ferit’in kız kardeşi ve teyzesi üzerinden iki karşıt kutba yerleştirilmektedir. Romanın sonlarına doğru ise hayata, dine dair bakış açısı değişen Ferit’in kardeşine karşılıklı ifadeleri dikkat çekicidir. Bir önceki pasajda namaz veya Swing, biri gitmeli diyen Ferit namazı, maddeden ziyade ruhu seçmektedir artık: “Onu artık yalnız baba olduğu için sevebilirim. Demonlu zekâsı için değil. İnsan değil o. Sadece baba. Sevgili babacığım. İşte o kadar. Hayır yahut ... Bugünün prototip insanı o. Ağzını bir karış açma. Sen anlamazsın. Swing bayansın sen. Üç plakta senin dünyanın biter. Hele iyi ol, kalk da senin ruhunla biraz meşgul olayım.” (Safa, 2021c, s. 294). Burada yazar Ferit karakteri aracılığıyla Swing bir bayan olarak niteleyerek Batılı bir karakter olarak resmettiği Ferit’in kız kardeşinin ruhunu ön plana çıkararak olgunlaşması gerektiği vurgusu üzerinden oryantalist zihniyet etkisi altında kalan Batılı karakteri bu manada eleştirmektedir.

Fatih Harbiye’de de Neriman Şark ve Garbı, Hristiyanlık ve Müslümanlığa dair gördüğü bazı vasıflar yükleyerek karşılaştırmaktadır ki, burada da yazar dine bakış açısı üzerinden oryantalist zihniyeti eleştiren söylemini okuyucuya sunmaktan geri durmamaktadır. Neriman akşam belli saatlerden sonra Fatih’in sessizleşmesi, uykuya dalması üzerinden Şarklıların/Müslümanların kedileri, Garplıların/Hristiyanların ise köpekleri sevmesini kendine benzeyen, özelliklerini barındırdığın türe yakın hissetmek şeklinde açıklamaktadır. Neriman’ın burada Doğu’yu betimlerken kullandığı ifadeler Doğu ve Batı’yı betimlediği sıfatlar oryantalist zihniyetin Doğu’yu betimlerken kullandığı vasıflardır:

“... Şüphesiz böyle uyanık birkaç kişi müstesna, bütün sokak, bütün Fatih uyku içinde idi. Neriman düşündü ve bir anda şarklıların kedileri ve garplıların köpekleri niçin bu kadar sevdiğini anladı. Hristiyan evlerinde köpek ve Müslüman evlerinde kedi bolluğu şundandı: Şarklılar kediye, garplılar köpeğe benziyorlar! Kedi yer, içer, yatar, uyur, doğurur; hayatı hep minder üstünde ve rüya içinde geçer; gözleri bazı uyanıkken bile rüya görüyormuş gibidir; lapacı, tembel ve hayalperest mahluk, çalışmayı hiç sevmez. Köpek diri, çevik, atılgandır. İşe yarar; birçok işlere yarar. Uyurken bile uyanıktır. En küçük sesleri bile duyar, sıçrar, bağıırır.” (Safa, 2000b, s. 45).

“...Bütün Şark kedilere benziyor... Garp da köpeklere benziyor... Şark da böyle miskin, uykucu, lapacı... Bakın şimdi her taraf uyuyor. Bir de şimdi Beyoğlu’na çıkın... Ortalık mahşer gibi... Herkes ayakta, uyanık...”

“Faiz Bey: Garplılar niçin köpeğe benziyorlar?”

Neriman: “Çünkü onlar daima uyanık, uyurken bile uyanık, uyurken bile uyanık... Çalışıyorlar, kazanıyorlar, iyi yaşıyorlar.”

Faiz Bey: “... filhakika şarklılar kediler, garplılar da köpekleri bunun için severler; şarklı tembel, garplı da çalışkandır. Fakat gel seninle bu muammayı birlikte halledelim. Acaba her oturan adam tembel, her koşan adam çalışkan mıdır?” (Safa, 2000b, ss. 46-47).

Yukarıdaki pasajlarda Neriman ile babası Faiz Bey arasında geçen konuşmada Neriman oryantalist zihniyetin sözcülüğünü üstlenirken Faiz Bey yazarın düşüncelerini seslendirir konumdadır.

#### 4.6. Avrupalılık

Safa’nın romanlarında oryantalist zihniyet eleştirisine dair yer verdiği temalardan bir diğeri Avrupalılık meselesidir. Safa gerek romanlarında gerekse fikrî yazılarında dönemsel olarak toplum içerisinde yüceltilen ve kendisine doğru yönlendirilen bir öge hâline gelen “Avrupalı gibi olma” konusunu tartışmaya açmaktadır. Batılılaşmanın neticesinde toplum içerisinde görsel taklidin ötesine geçemeyen Batı hayranlığı, Avrupalılık fikri kendisini, kültürünü, geleneksel değerlerini oryantalist Batılı gözle değerlendirme olarak nitelendirilebilir. Peyami Safa, *Mahşer* romanında Ziya Paşa’nın bir beytine dikkat çektiği bölümde hikâyenin kahramanı Nihat karakteri sözcülüğünde kendi değerlerimizi unutarak sürekli Avrupa’nın, Batı’nın değerlerini, düşüncelerini destekleyerek Batı’yı taklit etmeyi eleştirmektedir:

“Milliyeti nisyân ederek her işimizde,

Efkâr-ı Freng'e tabiiyyet yeni çıktı!"<sup>5</sup> (Safa, 2020c, s. 183).

Aynı şekilde yazar *Biz İnsanlar* romanında da Batı hayranı, yozlaşmış bir karakter olarak kurguladığı Samiye Hanım için önemli olan Avrupalılık, Avrupalı olma konularına değinmektedir. Samiye Hanım için herhangi bir şeyin beğenilmesi için başat öge Avrupalı olup olmamasıdır. Yazar Orhan karakterinin düşünceleri üzerinden dönemin toplumunun özellikle aydın, münevver sınıfı içerisinde medeniyetin, mükemmeliyetin ölçüsünün Avrupalı olup olmaması olduğunu dile getirmektedir. Safa, Samiye Hanım'ın Orhan ve Rüştü'yü kıyaslarırken ki yaptığı tasnife göre, "Fakat Samiye Hanımefendi'nin tasnifi hoş: Bir adam var ki Avrupalı gibi düşünüyor, fakat Üsküdarlı gibi giyiniyor, bir adam da var ki, Avrupalı gibi giyiniyor, fakat kim gibi düşündüğü belli değil. Bunlar ben ve Rüştü Bey miyiz, bilmem amma, hakikaten bizde böyle iki türlü adam var." (Safa, 2021a, s. 345) toplum içerisinde modernleşmeyi şeklen algılayan ve yorumlayan bakış açısını eleştirmektedir.

Yazarın dönemseller olarak toplum içerisinde bulunan Avrupalı, Batı hayranı olmak ve bu durumun bir üstünlük gibi algılanması, bireylerin bu konuda teşvik edilmesini *Bir Akşam* adlı romanındaki Avrupalı, Batılı bir kadın olan Fransız Bert üzerinden eleştirmektedir. Hayatının bir kısmında Türkiye'de yaşayan Bert'e Avrupalılar birer kukla gibi gözükmektedir. Bert Avrupalıları ruhsuz olarak nitelendirmektedir (Safa, 2020a, s. 194). Bert'in bu düşüncelerinde yazarın yüzeysel, sadece şekle odaklanan ve Doğu'ya dair olan her şeyi mutlak olarak kötü kabul eden oryantalist zihniyet eleştirisinin ve Doğu'yu ruhun, mananın Batı'yı ise maddenin merkezi olarak görmesinin sebebi olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu durumda da Safa, her ne kadar Doğu-Batı sentezini öne çıkaran bir tavırda olsa, kâmil bir insan veya toplum için ikisine de ihtiyaç olması gerektiğini ifade etse de Doğu'yu ruhun merkezi olarak belirleyerek zaman zaman oksidental bir bakış açısını da sahiplenmektedir.

#### 4.7. Evlilik ve aile

Safa'nın dönemin toplumunda var olan yanlış Batılılaşma anlayışı, oryantalist zihniyet etkisine dair eleştirel söylemini romanlarında okuyucuya sunduğu bir başka konu da evlilik ve aile meselesidir. Yazar evlilik ve aile konusunda da eleştirisinin odak noktasına modernleşme ile toplumda önemli ölçüde değişen kadın rollerini yerleştirmektedir. Yazar bu konudaki eleştirel söylemini özellikle kültürel modernleşmeyle birlikte değişime uğrayan kadın erkek ilişkileri, evlilik ve aile kurumuna bakış açısındaki değişim üzerinden okuyucuya sunmaktadır.

*Bir Tereddüdün Romanı*'nda Safa asri, modern veya çağdaş bir kıble, namaz olamayacağı gibi asri, modern veya çağdaş aile diye bir kavramın da olamayacağını dile getirerek dini değer ve hükümlerde nasıl ki kolay kolay değişimler olamayacaksa, bir toplumu diğer toplumlardan ayıran, ona rengini veren kültürel ve geleneksel yapıların da kolaylıkla değişemeyeceğine vurgu yapmaktadır. Yazar, bu fikirleri dile getirirken romanın isimsiz kahramanı muharrir karakterini kullanmaktadır. Öncelikle modern aile tanımlamasından nefret ettiğini ifade eden muharrir namazın, kıblenin, imamın modern olamayacağı gibi ailenin de modern olamayacağına, belli bir geleneğe sahip olan bu kurumun radyo veya bir dans türü gibi yeni, modern bir buluş olmadığına dikkat çekmektedir. Bunun dışında muharrir nasıl ki modern ailenin istemediği taraflarını ifade ediyorsa geleneksel aile yapısının da harem gibi özelliklerini dışarıda bırakmak suretiyle bir aile kurmak istediğini belirtmektedir (Safa, 2020b, s. 48). Burada da Safa'nın Doğu'yu tamamen saf dışı bırakan oryantalist zihniyet yerine, Doğu-Batı sentezini öne çıkardığını gözlemlemek mümkündür.

*Bir Akşam* romanının Sacid'inin Pervin'e karşı olan ifadeleri de Batılı bir kadının geleneksel bir aile kuramayacağı fikri gibi bir söylemi beraberinde getirmektedir. Sacid yeğeni ile evli olan Pervin'le arasındaki yasak ilişkiyi devam ettirebilmek hususunda tereddüt içerisinde olan, gelgitler yaşayan Pervin'i "Sen aile kadını olamazsın. Böyle bir terbiye almamışsın. Böyle doğmamışsın, gözün açılmış, İstanbul'dasın, yirminci asırdasın. Bir kere iş çığırından çıkmış." (Safa, 2021e, s. 108), ifadeleriyle ikna etmeye çalışmaktadır. Burada da modern bir kadının geleneksel yapıda bir aile kuramayacağı,

<sup>5</sup> Milliyeti unutarak her işimizde Avrupalının fikirlerine bağlanmak yeni çıktı.

modernleşme sonucunda kadının aile ve toplum içerisindeki konumunun değişmesi düşüncesi üzerinden oryantalist zihniyete dair eleştirel bir söylem bulunmaktadır.

## 5. Sonuç

Siyasi gücünü kaybeden Osmanlı İmparatorluğu'nun yüzünü dönemin dünya üzerindeki siyasi ve kültürel iktidara sahip olan aktörü Batı'ya dönmesi ile başlayan Türk modernleşme serüveni öncelikle sadece Batı'nın medeniyetini alalım, kendi geleneksel ve kültürel değerlerimizi muhafaza edelim mottosu ile yola çıksa da bu isteğini sürdürmesi pek mümkün olamamıştır. Teknik açıdan ilerleyebilmek, gelişebilmek için yeterli güce sahip olmayan Türk toplumunun modernleşmesi yüzeysel bir Batı taklidinin ötesine geçememiştir. Osmanlı'da daha çok devlet kademeleri ve elit zümre ile sınırlı kalan modernleşme eğilimi, Yeni Türkiye ile devletin ana hedefi hâline gelmiş, seçkin siyasi elit ve aydın zümre aracılığıyla topluma yayılması hedeflenmiştir. Devlet bu hedefe ulaşabilmek için tüm kurum ve kuruluşlarıyla modernleşme tutumunu benimsemiştir. Devlet ve aydın kesimin tüm bu çabalarına rağmen modernleşme serüveni başarısızlıkla sonuçlanmış, halkın büyük bir bölümünde karşılık bulamamıştır. Bu durumdaki en önemli etkenlerin başında ise devletin modernleşme/modernleştirme tutumu ile kendi toplumunu, kültürünü, sahip olduğu geleneksel birikimi ötekileştiren bir bakış açısını benimsemiş olması gelmektedir. Hasan Bülent Kahraman, *İçselleştirilmiş, Açık ve Gizli Oryantalizm ve Kemalizm* adlı makalesinde Kemalizm'i oryantalist bağlamında okumasının yanı sıra, bu düşünme biçimini bir oryantalist/self-oryantalizm zihniyet inşa etme süreci olarak da ele almıştır. Oryantalist zihniyetin özellikle Kemalizm'in kendisini bir söylem, iktidar pratiği olarak hegemonikleştirme evresinde kullandığı iddiası makalenin öne sürdüğü temel görüşlerden birisidir (Kahraman, 2002, s. 179). Bu görüş öncülüğünde modernleşmenin, Türkiye'de kurumsal bir süreç olmaktan ziyade zihinsellik olarak benimsendiği ve bilhassa oryantalist zihniyetin inşası üzerine kurgulandığını ifade etmek yanlış olmayacaktır (Kahraman, 2001).

Edebiyat, kurgu daha özel manada roman Batı modernliğinin inşasında önemli bir rol oynarken Türk modernleşmesinin topluma yansıtılması noktasındaki araçlardan da biri olmuştur. Aydınlar bireye, topluma, iktidara dair olan eleştirilerini, desteklerini ürettiği kurgu metinler aracılığıyla her zaman daha açık bir şekilde dile getirebilmiştir. Oryantalist, Batılı zihniyet mihmandarlığında yeni bir toplum inşasını hedefleyen Türk modernleşmesi de edebiyatı kullanmıştır. Edebiyat tersi manada geleneksel ve kültürel birikimi yok sayan, ortadan kaldırmayı amaçlayan modernleşme, Batılılaşma serüveninin eleştirisi için de araç olarak kullanılmıştır.

Peyami Safa da içinde bulunduğu dönem açısından modernleşme/Batılılaşma, Doğu-Batı çatışması gibi tartışmalara kayıtsız kalmamış ve gerek fikrî yazılarında gerekse de romanlarında oluşturduğu kurgular vasıtasıyla bu konulara dair eleştirel bir söylem üretmiştir. Safa'nın 11 romanını inceleyen bu çalışma sonucunda yazarın, özellikle Batı hayranı kadın ve erkek karakterlerin tahlilleri, mekân kullanımı, müzik tercihi, dil meselesi, din ve milliyetçilik, Avrupalılık, evlilik ve aile kurumlarına yaklaşımı gibi temalar üzerinden anlatılarında toplumda yayılmaya başlayan oryantalist zihniyet, Batılılaşmayı yanlış anlama, Doğu-Batı çatışması konularına dair eleştirel bir söylem ürettiğini ifade etmek mümkündür. Safa'nın romanlarında genel olarak bu temalar çerçevesinde oryantalist zihniyet eleştirisine dair ürettiği söylemin göstergesi birçok pasaj bulunmaktadır. Bu makalede ise çalışmanın sınırları da göz önünde bulundurularak Batı hayranı kadın ve erkek karakterlerin tahlilleri konusunda *Sözde Kızlar*, *Şimşek*, *Bir Akşamdı*, *Fatih-Harbiye*, *Biz İnsanlar*, mekân konusunda *Fatih Harbiye*, *Sözde Kızlar*, *Maşer*, *Cânân*, *Yalnızız*, müzik tercihinde örnek olarak *Fatih Harbiye*, dil kullanımı konusunda *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu*, *Biz İnsanlar*, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*, *Yalnızız*, din ve milliyetçilik teması için *Biz İnsanlar*, *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*, *Fatih Harbiye*, Avrupalılık meselesinde *Bir Akşamdı*, *Maşer*, *Biz İnsanlar*, evlilik ve aile konusunda ise *Bir Tereddüdün Romanı* ve *Bir Akşamdı* metinlerinden örnekler sunulmuştur. Peyami Safa'nın Doğu-Batı çatışması, yanlış Batılılaşma anlayışına dair ürettiği eleştirel tavrı konu edinen birçok çalışma olmakla birlikte bu çalışma, Türk modernleşme tecrübesine rengini veren oryantalist zihniyeti ve Safa'nın bu zihniyete dair kurgu metinleri olan romanları aracılığıyla oluşturduğu eleştirel söylemi ortaya koyması açısından önemlidir.

## Kaynakça

- Açıkgöz, Ö. (2005). Toplumsal zihniyet olgusu ve iktisadi gelişme ile ilgisi. *Istanbul Journal of Sociol Studies*, 0(32), 91-123. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9520/118931>.
- Ağca, H. (2007). "Peyami Safa". *Türk Dünyası Edebiyatçıları Ansiklopedisi* (Cilt 7, s. 419-423). Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Arlı, A. (2014). *Oryantalizm, oksidentalizm ve Şerif Mardin*. (3. Basım). Küre Yayınları.
- Akkaya, S. N. (2020). *Türk romanında self-oryantalizm (1870-1980)* [Yayınlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi
- Ayvazoğlu, B. (1998). *Peyami hayatı sanatı felsefesi dramı*. Ötüken Neşriyat.
- Ayvazoğlu, B. (2000). *Doğu-Batı arasında Peyami Safa*. Ufuk Kitapları.
- Ayvazoğlu, B. (2008). "Safa, Peyami." *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt XXXV, s. 436-440). İstanbul:İSAM Yayınları.
- Bauman, Z. & Mazzeo, R. (2019). *Edebiyata övgü*. A. E. Pilgir (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bulut, Y. (2000). *1945 sonrasında oryantalizme yöneltilmiş eleştirilerin değerlendirilmesi*. [Yayınlanmamış Doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Bulut, Y. (2007). "Oryantalizm." *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt XXXIII, s. 428-437). İstanbul: İSAM Yayınları.
- Çaycı, A. (2018). *Oryantalizm, oksidentalizm ve sanat*. (2. Baskı). İnsan Yayınları.
- Çelik, Z. (2020). *Avrupa Şark'ı bilmez eleştirel bir söylem (1872-1932)*. Koç Üniversitesi Yayınları.
- Çoruk, A.Ş. (1995). *Cumhuriyet devri Türk romanında Beyoğlu*. Kitabevi Yayınları.
- Çoruk, A.Ş. (2007). Oryantalizmin sergüzeşti. *İstanbul Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 36 (36), 76-100.
- Dellaloğlu, B.F. (2020). *Poetik ve politik-bir kültürel çalışmalar ansiklopedisi*. Timaş Yayınları.
- Dellaloğlu, B.F. (2021). *Modernleşmenin zihniyet dünyası: Bir Tanpınar fetişizmi*. (7. Basım). Timaş Yayınları.
- Döner, N. (2019). *Peyami Safa'nın romanlarında İstanbul* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Ekiz, O. N., Ergül, M., Kabahasanoğlu, V., Nikbay, Z., Toker, Y. ve Yayım, A. (1984). *Peyami Safa*. Toker Yayınevi.
- Goldmann, L. (2005). *Roman sosyolojisi*. A. Erkay (Çev.). Birleşik Yayınları.
- Göze, E. (1987). *Peyami Safa -hayatı, şahsiyeti, tesiri*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Gürbilek, N. (2007). *Kör ayna, kayıp şark-edebiyat ve endişe*. (2. Basım). Metis Yayınları.
- Hallaq, W. B. (2020). *Şarkiyatçılığı yeniden düşünmek modern bilginin eleştirisi*. A. Demirhan (Çev.). Ketebe Yayınları.
- Hanefi, H. (2007). Oryantalizmden oksidentalizme. L. Sunar (Ed.), *Uluslararası oryantalizm sempozyumu* H. Çapur (Çev.). (içinde ss. 79-90). İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültürel ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı Kültür Müdürlüğü Yayınları.
- Hanioğlu, M.Ş. (1992). "Batılılaşma-giriş." *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt V, s. 148-152). İstanbul: İSAM Yayınları.
- Kahraman, H. B. (2001). Avrupa: Türk modernleşmesinin Xanadu'su: Türk modernleşmesi kurucu iradesinde yeni bir bakış denemesi. *Doğu Batı Düşünce Dergisi-Avrupa*, 4(14), 8-27.
- Kahraman, H. B. (2002). İçselleştirilmiş, açık ve gizli oryantalizm ve Kemalizm. *Doğu Batı Düşünce Dergisi Oryantalizm I*, 5(20), 155-180.

- Karaaliğlı, S. K. (1983). *Ansiklopedik edebiyat sözlüğü*. (3. Basım). İnkılâp ve Aka Kitapevleri.
- Karpat, K.H. (1971). *Çağdaş Türk edebiyatında sosyal konular*. (2. Baskı). Varlık Yayınları.
- Karpat, K.H. (2009). *Osmanlı'dan günümüze edebiyat ve toplum*. O. G. Ayas (Çev.). Timaş Yayınları.
- Köseoğlu, N. (2011). *Peyami Bey*. Ötüken Yayınları.
- Kula, F. (2021). *Türk romanında Üsküdar (1871-1950)*. [Yayınlanmamış doktora tezi]. Marmara Üniversitesi
- Lewis, B. (2014). *Modern Türkiye'nin doğuşu*. (7. Baskı). B. B. Turna (Çev.). Arkadaş Yayınevi.
- Löwenthal, L. (2017). *Edebiyat, popüler kültür ve toplum*. B. Kejanlıoğlu (Çev.). Metis Yayınları.
- Mahçupyan, E. (1998). *Türkiye'de merkezîyetçi zihniyet, devlet ve din*. Yol Yayınları.
- Miller, J. H. (2021). *Edebiyatın otoritesi*. O. Tuncay (Çev.). Ketebe Yayınları.
- Moran, B. (2021). *Türk romanına eleştirel bir bakış – Ahmet Mithat'tan A. H. Tanpınar'a*. (32. Baskı). İletişim Yayınları.
- Necatigil, B. (2004). *Edebiyatımızda isimler sözlüğü*. (22. Basım). Varlık Yayınevi.
- Okay, O. (1992). "Batılılaşma-edebiyat." *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt V, s. 167-171). İstanbul: İSAM Yayınları.
- Parlakışık, A. (1995). *Oryantalizmin soruları*. (2. Baskı). İnsan Yayınları.
- Safa, P. (1963). *Doğu-Batı sentezi*. Yağmur Yayınevi.
- Safa, P. (1978). *20. asır Avrupa ve biz*. (2. Baskı). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2000a). *Dokuzuncu hariciye koğuşu*. (34. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2000b). *Fatih Harbiye*. (20. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2020a). *Bir akşamdı*. (24. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2020b). *Bir tereddüdün romanı*. (33. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2020c). *Mahşer*. (28. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021a). *Biz insanlar*. (31. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021b). *Cânân*. (29. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021c). *Matmazel Noraliya'nın koltuğu*. (38. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021d). *Sözde kızlar*. (49. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021e). *Şimşek*. (22. Basım). Ötüken Yayınları.
- Safa, P. (2021f). *Yalnızız*. (48. Basım). Ötüken Yayınları.
- Said, E. W. (2016). *Şarkiyatçılık, Batı'nın Şark anlayışları*. (9. Basım). B. Yıldırım (Çev.). Metis Yayınları.
- Seyhan, A. (2014). *Dünya edebiyatı bağlamında modern Türk romanı kesişen yazgıların hikâyesi*. E. Irmak (Çev.). İletişim Yayınları.
- Somuncu, S. (2013). *Türk romanına yönelik bir söylem çözümlemesi: Bilgi-iktidar-ideoloji* [Yayınlanmamış Doktora tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Süphandağı, İ. (2018). *Batı ve İslam arasında oryantalizm*. (2. Baskı). Maarif Mektepleri.
- Tarancı, C. S. (1940). *Peyami Safa, hayatı ve eserleri*. Semih Lütfi Kitapevi.
- Tekin, M. (2003). *Peyami Safa ile söyleşiler*. Çizgi Kitabevi.
- Tekin, M. (2014). *Romancı yönüyle Peyami Safa -romanların teorik ve teknik temelleri-*. (2. Baskı). Ötüken Neşriyat.
- TBEA, (2010). "Peyami Safa". *Tanzimat'tan Bugüne Edebiyatçılar Ansiklopedisi* (3. Baskı,). (Cilt 2, s. 879-884). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Tùrkkahraman, M. (2010). Zihniyet ve Tùrk toplumunda zihniyet değişimi problemi. *Tùrk Dũnyası Araştırmaları Dergisi*, 93(184), 37-54.
- Uzun, T. & Atasever, G. (2010). Tùrkiye’de modernleşme sũreci bağlamında oryantalist ve oksidentalit bakışlar. *Dumlupınar Ùniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(26), 175-182.
- Ùlgener, S. F. (2006). *İktisadi cõzũlmenin ahlak ve zihniyet dũnyası*. Derin Yayınları.
- Yavuz, H. (2004). Modernleşme: Parça mı bũtũn mũ? Batılılaşma: Simge mi kavram mı?. U. Kocabařoęlu (Ed.), *Modern Tùrkiye’de siyasi dũřũnce: Modernleşme ve batıcılık*. (3. Baskı) (içinde ss. 212-217). İletifim Yayınları.
- Williams, R. (2012). *Anahtar sõzcũkler*. (5. Baskı). S. Kılıç (Çev.). İletifim Yayınları.

### **Makale Bilgi Formu**

**Yazarın Notları:** Bu makale Sakarya Ùniversitesi, Kùltürel Calışmalar ABD’nda danışmanlığını Doç. Dr. Mikail Uğuş’un üstlendiği “Peyami Safa Romanları Örneğinde Tùrk Edebiyatında Oryantalist Zihniyetin Eleştirisi” başlıklı yũksek lisans tezinden ¼retilmiřtir.

**Yazarın Katkıları:** Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son hâlini okuyup onaylamıştır.

**Çıkar Catişması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel cıkar catişması bildirilmemiştir.

**Telif Beyanı:** Yazarlar dergide yayınlanan calışmalarının telif hakkına sahiptirler ve calışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gũtmeyen sektõrlerden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** Bu calışmanın hazırlanma sũrecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tũm calışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.





## Levels of Digital Inequality and the Process of Adaptation to Digital Culture

Furkan Sürün<sup>1\*</sup>   
Ali Şimşek<sup>2</sup> 

<sup>1</sup> Anadolu University,  
Department of Communication Design  
and Management, Eskişehir, Türkiye  
furkansurun@gmail.com

<sup>2</sup> Bahcesehir University,  
Faculty of Educational Sciences,  
The Department of Computer Education  
and Instructional Technologies,  
Istanbul, Türkiye  
ali.simsek@es.bau.edu.tr

\*Corresponding Author

Received: 15. 03.2024  
Accepted: 11.06.2024  
Available Online: 27.06.2024

**Abstract:** Digital inequality refers to the differences in individuals' access to, use of and benefits from digital technologies. This study aims to explore the effects of demographic differences on digital cultural inclusion and exclusion. The study is designed using a sequential mixed model. The population of the study is consisted of individuals over the age of 18 living in the Sakarya province of Türkiye. The survey form was administered to collect data from 504 participants selected from the population by random sampling. Semi-structured interviews were carried out with 8 participants who are considered capable of providing detailed information on the subject. The survey form contained statements intended to measure the access and benefit levels of the participants. The usage frequency is discussed via questions prepared by the researcher based on the Likert scale, considering the sub-dimensions of digital citizenship introduced by Mike Ribble. According to the results, the participants' access to digital technologies is at high level. Concerning digital technology usage, differences are primarily determined on the basis of the age factor. With regard to the level of benefits, the satisfaction level increased as the education level increased and age decreased. Results obtained through interviews suggested that using digital technologies activated those involved in this digital culture, made their lives easier, and allowed them to engage in popular issues. Finally, the participants thought that the activities in the new media helped them engaging in current events and get important news to cope with recent events and discussions.

**Keywords:** Digital inequality, Digital divide, Digital technologies, Digital culture, Social exclusion

### 1. Introduction

Technological developments that arise in line with human needs affect the culture of society and are also affected by the culture in which they arise. Due to the emergence of the Internet as a form of mass communication and the widespread use of personal computers and other devices such as smartphones, digitalisation has had an impact on culture. Digital technologies have become widespread all over the world. As a result, the study of digital culture potentially covers all aspects of daily life (Gere, 2019, p. 16). Digital culture is the cultural structure that emerged as a result of technology becoming more and more present in our lives and changing our habits to align with the innovations and changes it creates today (Acar, 2018, p. 233). One of the main reasons why this is seen as a culture is that individuals have the chance to access the internet not only in their free time but also in all other periods when they are free and not working. Such intensive use of internet technologies and spending a lot of time on the internet cause changes in the cultural structure, communication style, family and friendship relations of individuals and societies.

Today, as digital technology is creating a new cultural environment and as this culture spreads to the offline environment, it has become increasingly inevitable to feel the transformations in all areas of life. It is believed that the new communication environments created by new media technology will not only foster the development of a distinct culture but will also lead to a new arena of social conflict (Atlı Şengül, 2023, p. 36). Government bodies and other established organizations rely exclusively on digital technology tools to monitor their operations for their specific needs. As a result, all kinds of information is now in digital form. Various operations and tasks, including social services, insurance, billing systems, leisure activities, bank transactions, education, legal transactions, and employment, can be conducted via digital media channels (Gere, 2019, p. 15). Many transactions of institutions and organizations that

need to be carried out electronically or access to services are related to the digital citizenship self-efficacy of individuals. Digital citizenship is defined as the capability to participate in the online society (Ribble, 2015). Nowadays, digital citizens use the internet to fulfil many daily activities. In a sense, digital citizens have incorporated the Internet into their daily life routines (Mossberger, Tolbert & McNeal, 2007, p. 12).

The e-government system, developed to serve electronic government applications, is an internet service where the public conducts transactions related to the public. E-government can be defined as the transfer of many transactions, services and services carried out by the state to the electronic platform using appropriate information technology (Emiroğlu, 2003). The e-government also requires individuals to be digital citizens. The fact that individuals who lack self-efficacy in digital citizenship experience digital inequality is one of the reasons for using Mike Ribble's conceptualization.

Given the rapid technological advancements and increasing demands, the issue of individual inequality becomes prominent. Within this framework, we observe all the situations and phenomena present in people's daily lives that are also manifesting in the digital realm. The state of inequality is also inserted into the new culture created by digitalisation. It can be argued that individuals' participation in digital culture correlates with their degree of digital inequality.

The digital divide refers to the inequality in individuals' access to, use of, and benefit from digital technologies. Digital inequality depends not only on technological factors but also on social and cultural conditions. Digital inequality is a dynamic phenomenon due to the proliferation of technological innovations. Therefore, it needs to be constantly redefined using appropriate indicators. Over time, the digital divide has evolved into a subject that is deliberated upon at various levels, with differing conceptualizations. This study offers a broad examination of discussions on digital inequality, spanning from the past to the present, encompassing theoretical frameworks as well as various analytical approaches. The present study, centred on digital culture, emphasizes the importance of addressing digital inequality.

The primary aim of this study is to investigate digital inequality comprehensively, considering demographic variables, and to delve into the implications of inclusion and exclusion within the new culture fostered by Information and Communication Technologies. (ICT). In this study, employing a sequential mixed model, quantitative methods were utilized to ascertain the levels of digital inequality among individuals aged 18 and above residing in Sakarya province. Additionally, qualitative methods were employed to gather data on digital culture.

## **2. Digital Culture**

The Internet can be defined as a global network system that connects multiple computers, which enables the storage and processing of information and easy access by people. This network consists of interconnected hardware and software systems. The internet, like many inventions, was born out of military and scientific needs. In the 1960s in the USA, studies were initiated to technically transfer the information from the central computer to another computer via a local network connection in order to ensure military communication in case of war. Thanks to the studies carried out in the research department of the US Department of Defense, the intended information transfer was realized. With this development, a military computer network called ARPA-NET (Advanced Research Projects Agency) was established in 1969. Before long, in 1972, this network system became a structure in which 40 computers were connected. By 1975, it had been opened for use for specific purposes. By 1982, the number of computers connected to ARPA-NET had increased considerably. The US government took action and established a new network called MILNET, which was to be used only for military purposes. In 1990, ARPA-NET was shut down after it was renamed the Internet. ARPA-NET is an undeniably important development in the development of the internet (Timisi, 2003, p. 123).

The internet connection to Türkiye was first made on April 12, 1993, at the Middle East Technical University (METU). The Internet provided through METU remained the only line available to the country for a long time. Later, Ege University in 1994, Bilkent and Boğaziçi Universities in 1995, and Istanbul Technical University in 1996 had access to the internet. From 1996 onwards, the Internet became widespread throughout the country and began to be used in public and private institutions as well as universities (Özgit & Çağiltay, 2018, p. 11).

The Web system, which is based on the internet, enables the use of mechanisms. The Web system has become a worldwide network with www (World Wide Web). It is a network that connects the Internet through computers, services and networks. The development process of web technology is divided into periods. These periods are used to illustrate the varying characteristics of the internet itself, the provider and the user. The development of the internet in successive years can be analysed in four eras. These eras are called Web 1.0, 2.0, 3.0 and Web 4.0. When the internet first became widespread in the early 1990s, it had characteristics similar to those of traditional media. Internet users were only readers in the early days. In other words, the Internet offers one-way communication to its users. Users could just benefit from whatever content Web site administrators produced and presented. The few Web sites were only used for reading content and downloading programs. (Van Der Vlist et al., 2007, p. 17). At this early stage, the internet was far from interactivity, and its content could not be interfered with. This stage, called Web 1.0, was developed by Tim Berners Lee, who developed the Hyper Text Markup Language (HTML) software language at the European Center for Nuclear Research (CERN) in 1989 and is considered the founder of the Web. Web 1.0 technology consisted of very simple pages compared to today's internet technology. The content, where two-way communication was not possible, was produced only by servers with technical knowledge. Therefore, Web 1.0 technology was like a television or radio, with a one-sided transmission.

Developed in 2005 by Tim O'Reilly, Web 2.0 has become a technology that enables interaction and offers a wide range of applications. In the Web 2.0 era, the Internet is a social network and a collaborative medium where users can read and write to the extent allowed on Internet platforms. Users are now able to generate content, provide feedback, and become active and interactive. (Anderson, 2007, p. 2). Users who were consumers in the Web 1.0 era started to generate content in the Web 2.0 era. Thus, it may as well be said that blogs, dictionaries and social networks, which have become a part of our lives today, are the result of Web 2.0 technology. As a result, Web 2.0 is literally a social revolution (Erbner et al., 2007, p. 560).

The Web 3.0 era is referred to as the "Semantic Web" by Sheth and Thirunarayan (2012) in their book *Semantics Empowered Web 3.0*. Web 3.0, also known as the semantic Web, allows the process of interpreting and making sense of the data on the internet to be performed by a computer. The text that exists in the Web 3.0 era can be sorted not only quantitatively but also semantically. Web 3.0 technology can make inferences from the Web sites used by individuals in the searches they make through search engines and, therefore can offer specific and effective results.

While Web 3.0 is the process in which data is interpreted and connections between them are established, Web 4.0 refers to the era of the Internet in which connections between minds are established. Web 4.0, also called the symbiotic Web, offers a powerful Web interface that enables mind control. In simpler terms, machines are clever in reading the contents of the Web and deciding what to execute first in order to load Web sites with high speed, high quality and high performance and to provide more interfaces (Aghaei, Nematbakhsh & Farsani, 2012, p. 8).

The technological development that led to the emergence of social media took place in the Web 2.0 era. The Web 1.0 era was characterized by one-sided communication and, therefore, a static environment, which soon led to the Web 2.0 era, in which users could also generate content. In other words, the Web 2.0 era was the most important factor in the formation of social media. Social media is also used as a

"social network" in both daily life and academic literature. There are many definitions of social media. Van Dijk (2018, p. 251) defines social media as internet applications that enable the sharing of things. These applications can be messages, photos, videos, music, information and knowledge networks and even games (online gaming). Social media is expanding its sphere of influence day by day, both with the emergence of new platforms and the increase in users. Considering data, people, organizations and many other things together, social platforms carry out important activities on the internet. These sites are used not only for communication, but also for e-commerce, marketing, education, media, cultural production, entertainment, health applications and political purposes (Castells, 2012, p. 200).

The process that covers the features and applications that emerged as a result of the processes in which computer and internet technologies have developed considerably and differed periodically in terms of their technical features constitutes what is termed as new media. These applications can be listed as social networks, message-based applications, blogs, wikis, video sharing sites, virtual worlds, voice-based media, news and information indexed networks. The transformative impact of new media in daily life is increasing day by day. This situation has led to the emergence of a distinct culture known as digital culture, contrasting with traditional cultural norms. Similar to the phenomenon of digital inequality, researchers also exhibit variations in their conceptualizations of digital culture. Castells (2001) describes this phenomenon as internet culture, Levy (2001) as cyber culture, Jones (1998) as virtual culture and Manovich (2001) as information culture.

To grasp the meaning of digital culture, it is essential to establish a definition of the broader concept of culture. Culture is considered among the most intricate words in the English language, ranking among the top two or three in complexity (Williams, 1983). In the early 1950s, North American anthropologists Kluchon and A.L. Kroeber identified 161 different definitions in their literature review on the definition of culture (Eriksen, 2019, p. 18). Certainly, addressing such a multitude of definitions here is not feasible. However, it should be mentioned that when the definitions are analysed, most of them basically have the same meaning. Recent definitions tend to distinguish between actual behaviours and the abstract world of values, beliefs and perceptions that underlie those behaviours. Then from a behavioural perspective, culture is "a society's shared and socially transmitted ideas, values, and perceptions, which are used to make sense of experience and which generate behavior and are reflected in that behavior" (Haviland et al., 2008, p. 103). Recently, it has been observed that the lives of individuals and societies in the digital sphere are also included in the discussions in the field of culture.

Digital culture encompasses the ways in which technology and the internet have revolutionized and altered the way humans interact. (Gere, 2019, p. 15). The foundations of digital culture have been laid through both computer technologies, mobile devices and the internet. One of the main reasons why this is seen as a culture is that individuals have the opportunity to access the internet not only in their free time but also throughout all other periods aside from work and leisure. Apart from being a phenomenon present in contemporary society, digital culture is also recognized for its secondary dimension, which involves the act of leaving a trace and storing all data through network engagement. (Özbaş Anbarlı, 2019, p. 78). Such intensive use of internet technologies and spending a lot of time on the internet cause changes in the cultural structure of societies, the communication style of individuals, and the interactions they have in family and friendship relationships.

The concept of digital culture has two different meanings, on the one hand, focusing on its wide-ranging impact on the lives of individuals and affecting the cultural structure, and on the other hand, focusing on all kinds of cultural products, from individual productions to works of art in the virtual environment (Koç, 2022, p. 509). Digital culture is not limited to the Internet or modern communication technologies. Mass media, television, radio, recorded music, and film are now produced digitally and increasingly distributed digitally. The conversion of these diverse media tools into digital formats has initiated the

development of a media ecosystem adaptable to various platforms like the Internet and video games. Similarly, individuals incorporate similar technologies into their daily professional endeavours.

### 3. Digital Inequality

Digital divide is a concept which was first used in an official document in 1999 in the report *Falling Through the Net: Defining the Digital Divide* by the National Telecommunications and Information Administration (NTIA) of the US Department of Commerce (NTIA, 1999). The related report covered discussions on income and education levels, while examining comparisons in computer ownership and internet usage among lower-income groups. In the NTIA report, digital divide was defined as the inequality between those with access to new technologies and those without and was recognized as one of the leading economic and human rights problems of the USA at that time (1999, p. xiii).

Later, the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) defined digital divide as the gap between individuals, households, business sectors and geographical areas which have different socio-economic levels in terms of opportunities to access both information and communication technologies (OECD, 2001, p. 5). Unlike NTIA and OECD definitions, Cullen (2001, p. 311) contends that the digital divide stems from historical, socio-economic, geographical, educational, generational disparities, or individual physical inadequacies. It does not seem possible to think of digital divide independently of social life.

For instance, Norris (2001) uses the concept of digital inequality to describe the gap in internet access among social classes all over the world. Furthermore, researchers studying on the digital divide have also emphasized the beneficial / non-beneficial aspect of inequality, rather than just those with or without access. For example, Rooksby, Weckert and Lucas (2002, p. 197) argue that digital divide occurs when only certain members of society have access to technology and the benefits it generates. Based on this argument, researchers point to the gap between people with high levels of access to ICT and others who have little or no access to it. Franda (2002, p. 11) contends that while the Internet hasn't caused impoverishment in any region, it has fuelled a widening gap between wealthy and impoverished parts of the world. Martinez-Garcia (2013, p.2) further develops this assertion by underscoring the significance of countries embracing new communication technologies. He argues that new communication technologies enhance development and productivity in order to provide wealth and create better living conditions for its citizens.

Wynn (2005) states that there are three reasons why digital divide within a group may persist. Firstly, poor economic conditions, secondly, the further advancement of technology may leave the poor even more disadvantaged. Thirdly, any form of disadvantage obstructs the access of these digitally divided groups to education and opportunities in the digital world. In socioeconomic terms, digital inequality is a way of conceptualising larger societal concerns than is necessary for the government and societal response to close the gap between the haves and have-nots.

Rye (2008) suggests that the digital divide persists as a result of disparities in access and the ongoing changes in access patterns with the advent of new digital technologies. This concept can be represented on a statistical scale, illustrating how individuals and social groups attain differing positions along an infinite continuum. This continuum consists of information transferred at the local and global level. Gibbs, Dosen and Guerro (2009, p. 16) assert that individuals who fail to access and utilise new technologies can become deprived of their social rights and may lack the capacity to contribute positively to their community.

Digital divide not only perpetuates and reinforces existing disparities but also creates new ones. As computer and internet technologies undergo constant change and transformation, the gaps they generate also diversify and grow more complex over time (Özsoy, 2020, p. 11). It is clear that current research on digital inequality tackles digital inequality at three levels. These are access, usage and

tangible outcome (Ragnedda & Ruiu 2017; van Deursen & Helsper, 2015). At the first level of digital divide, an assessment is made in terms of "access" depending on technological developments. As stated earlier, there was inequality between those who have/do not have digital technologies and those who have/do not have access to the internet. This has been called "first-level digital divide" or "access gap", which is considered as the first level of digital inequality (Scheerder, et al., 2017). In other words, the access gap refers to individuals' capacity to access the necessary ICT infrastructure and tools essential for participating in the digital sphere (Deursen & Helpster, 2015; Francis, et al., 2019). Adequate technological infrastructure and equipment are essential, and in addition, this access should be sustainable and of high quality (Tolu, 2019).

With the advent of ICT tools, the disparities individuals encountered in accessing these technologies and the underlying reasons for these gaps were examined within the realm of basic-level inequality, commonly known as first-level digital inequality. Due to the proliferation of technology and increasing access, researchers have realised that focusing only on the problem of access offers a limited perspective. Therefore, digital inequality research has started to focus on digital skills, purpose and autonomy of use as well as discussions of access problems. These studies are characterised as "second level digital inequality" or "use inequality" studies.

As digital inequality research progresses, it becomes evident that equal access does not necessarily guarantee equal utilization of the opportunities provided by ICT. The concept recently called the third-level digital divide pertains to the tangible advantages that result from utilizing ICT. The real and tangible benefits that individuals derive from internet use are externally observable social resources such as a better job, better salary, more information, and a larger and stronger social network. These are based on their previous offline history. Another background is their digital equity and interactions (Ragnedda, 2018).

These three tiers of digital inequality—access, usage, and tangible outcomes—illustrate and validate the intricate and multi-faceted nature of digital inequalities. It is necessary to examine not only the different dimensions but also the results of different types of digital inequality. Digital inequalities are interwoven with existing processes of social inequalities and cannot be clearly determined using a dichotomous approach (included versus excluded, or skilled versus unskilled). In order to tackle digital inequalities, it is imperative to confront social inequalities, as they are deeply intertwined and mutually reinforce each other (Ragnedda, 2020, pp. 49-50). In fact, digital inequalities are influenced by pre-existing disparities within the social sphere, including various socioeconomic backgrounds and forms of social stratification.

Considering these various interpretations, the digital divide emerges as a novel dimension of inequality shaped by demographic factors, influencing and being influenced by daily life. It denotes a failure to engage with the new experiences and cultures fostered by ICT, rooted in real-life contexts and impacting real-life outcomes.

#### **4. Methods**

This study adopts a "sequential mixed" model. In studies using the sequential model; quantitative methods are used at one stage of the study, and qualitative methods are used at another. To apply the sequential model, data collection begins with either a quantitative or qualitative approach, followed by employing the other approach for data collection and as a final step, the data acquired through both methods are merged and interpreted (Barnes, 2019, p. 310). In this research, the quantitative method was used first. Afterwards, semi-structured interviews were carried out with people selected from the participants surveyed via a questionnaire. Before starting to conduct this study, Ethics Committee Approval was obtained regarding the suitability of the scales and forms to be used in the research. The letter dated 10.26.2021, protocol number 175261, together with the Meeting and Decision Minutes of

the Anadolu University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee of the Republic of Türkiye, unanimously decided that all forms to be applied were appropriate in terms of publication ethics and scientific research.

We employed both methods concurrently because of our concern that relying solely on the quantitative approach might yield insufficient data to address the research questions adequately. In other words, the qualitative method was employed to elucidate the participants' engagement in digital culture and its correlation with the digital divide. Within this framework, the research aims to address the following questions:

- 1- What is the situation in digital inequalities (access, usage and benefits) across various segments of the population studied?
- 2- What are the effects or implications of demographic differences on digital divide?
- 3- How does digital inequality affect the dimensions of digital culture attitude?
- 4- What does it mean for people to be included in or excluded from the new culture created by ICTs?
- 5- What differences are observed in the digital culture of those in the top and bottom deciles of inequality?

#### **4.1. Quantitative study**

##### **4.1.1. Sample**

The study population comprises individuals aged 18 and above who reside in the province of Sakarya, Türkiye. The cultural heterogeneity of Sakarya serves as a primary criterion for selecting our population from the residents of this province. Rural and urban comparisons are conducted within the study. There are 16 districts in Sakarya in total. While Adapazarı, Erenler and Serdivan constitute the central districts of Sakarya, Arifiye, Akyazı, Sapanca, Kaynarca, Karasu, Karapürçek, Kocaali, Hendek, Söğütlü, Ferizli, Geyve, Pamukova and Taraklı are the peripheral districts. When selecting our sample, we considered the proportional representation of the population residing in both the urban centre and the rural periphery of the province. Throughout the sample selection process, individuals from both central and peripheral districts were incorporated into the study. The objective is to alleviate concerns about inconsistent findings in the rural-urban comparison, given the presence of rural populations residing both within and outside the urban centre. Random sampling was used to select our sample. It is a technique which ensures that every individual in the population has an equal chance of being selected for the sample. First, a list of all individuals in the universe is created. Once the characteristics of the population are thoroughly examined, the suitable sample size is determined. Then, by using the lottery method or the table of random numbers, random sampling is carried out so that a single individual is taken from the universe each time (Ural, 2011, p. 37).

In this study, the sample size was determined by considering both the overall population of Sakarya province and its district populations. Additionally, the demographic characteristics of the individuals to be sampled were taken into account in proportion to the population of the districts. It was subsequently checked whether the sample was representative of the population. The total population of Sakarya is approximately 1 million and 60 thousand. Since the research targeted individuals aged 18 and above, the sampling was drawn from this specific demographic group, which totalled a population of 755 thousand individuals. Yazıcıoğlu and Erdoğan (2004) state that the figure 384 corresponds to the universe or sample size needed for a population of 100 million with a confidence interval of 0.05. Consequently, it was considered appropriate to analyse the data collected from 504 individuals out of a population of 755 thousand.

#### **4.1.2. Data collection instruments**

The questionnaire conducted in the research has four parts. The first part includes statements concerning personal information about the participants. In the second part are statements to determine the participants' levels of access to digital technologies. In the third part, the statements for identifying the participants' use of digital technologies were formed in a way to cover the eight factors identified by Ribble (2015) for digital citizenship. These factors consist of the elements of digital communication (5), digital access (5), digital health (5), digital literacy (4), digital law (3), digital rights and responsibilities (3), digital etiquette and digital security (13), and digital commerce (2). The 40 statements determined to cover these elements were included in the scale after the approval of experts on the subject. A 5-point Likert scale was used for the participants to respond to the statements in the scale. The final section of the questionnaire contains statements aimed at assessing participants' satisfaction with digital technologies.

Once the scale items were inputted into SPSS, the Cronbach's Alpha test was conducted as the initial step. The test revealed that the Cronbach Alpha coefficient value for the 40 statements in the scale was .901. A Cronbach Alpha value between 0.80-1.00 means that the scale has high reliability, between .60-.80 indicates sufficient reliability, and between .40-.60 indicates low reliability. If the Cronbach Alpha coefficient value is lower than .40, the scale is not reliable (Özdamar, 2004, p. 632). The obtained value indicates that the scale exhibits high reliability. Following the reliability test, the correlation of each statement with the total score was checked. For this, Corrected Item Total Correlation values were examined. Each statement scoring above .30 indicates that the values yielded a consistent measurement of the same thing. In conclusion, removing any statement from the scale does not compromise its internal consistency.

#### **4.1.3. Data analysis**

In the quantitative segment of the study, we conducted the Cronbach Alpha test and factor analysis to assess the validity and reliability of our scales, determine the adequacy of the sample size, and finalize the dimensions within the scale. Then, frequency analyses were performed to obtain the descriptive information of the participants and to determine to what extent the participants agreed with the statements in the scale. Chi-square analysis was employed to identify differences between the variables, and Independent-Sample t-test and One-Way ANOVA Test were carried out to assess whether participants' agreement with the scale's dimensions varied based on their demographic characteristics. The data obtained via semi-structured interviews are analysed using the MAXQDA program.

#### **4.1.4. Procedures**

Once the research questionnaire was finalised, it was distributed to participants residing in 16 districts within Sakarya province. Following the calculation of population density for each district, the questionnaire was administered in each district in accordance with its respective population density. For this purpose, 504 was determined as the sample number of the research. A face-to-face questionnaire was administered to 504 people living in Sakarya province and its districts in approximately three months. Upon verifying the appropriateness of the gathered questionnaires, it was determined that all of them were suitable for analysis, resulting in the inclusion of 504 survey forms in the study. Semi-structured interviews were carried out as the data collection method for the qualitative section of the research. As it is known, in semi-structured interviews, the researcher prepares the research questions in advance. On the other hand, the researcher has the option to interject during the interview process by posing additional secondary or follow-up questions to the participant. This can be done seamlessly without interrupting the natural flow of the interview, encouraging the participant to expand on their responses. If the respondent provided answers to certain questions while addressing other questions during the interview, the researcher may opt not to ask those particular questions again.



## 4.2. Qualitative study

For the qualitative part of the study, semi-structured interviews served as the method of data collection. The interview participants were chosen from among those who had taken part in the quantitative phase of the research.

### 4.2.1. Participants

Eight people were interviewed in total. The interview participants were selected from those who had filled out the questionnaire. The gender distribution of the interview participants is equal. As for the district diversity among the participants, 3 were from Serdivan, 2 from Adapazarı, 1 from Kocaali, 1 from Erenler, and 1 from Hendek. Utmost attention was paid to ensure that the other demographic characteristics of the participants were also different. During the participant selection process for the interview, variations such as their extensive engagement with digital technologies, perceptions of competence/incompetence, and willingness to offer in-depth information on the subject were considered.

### 4.2.2. Interview form

The semi-structured interview questions were crafted by expanding upon the inquiries found in the questionnaire utilized in the quantitative method. The interview form consists of four sections. In the first one, the participants were assessed regarding their concerns and expectations regarding access to and utilization of digital technologies. In the second section, questions were posed to the participants about the strengths and weaknesses they felt in their use of digital technologies compared to the individuals around them. In the third section, questions were asked about the benefits of digital technologies and the Internet. Finally, the aim was to elucidate what digital culture inclusion and exclusion meant to the participants.

## 5. Findings

### 5.1. Quantitative findings

Upon evaluating participants' access to smartphones, personal computers, mobile internet, and WI-FI based on their district of residence, it was discovered that there were no significant discrepancies between the districts. In general, the overall access level among participants in Sakarya was notably high. The results of our findings about the access of the participants in all districts are given in Table 1.

**Table 1**

*General Situation in Sakarya Province in Terms of Access*

City	Smartphone		Personal Computer		Mobile Internet		WI-FI	
	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No
Adapazarı	134	2	86	50	131	5	116	20
Akyazı	45	0	25	20	44	1	41	4
Arifiye	19	1	5	15	20	0	20	0
Erenler	41	4	27	18	41	4	41	4
Ferizli	15	0	3	12	15	0	12	3
Geyve	25	0	14	11	25	0	23	2
Hendek	40	0	27	13	40	0	37	3
Karapürçek	6	0	2	4	0	6	5	1
Karasu	30	0	10	20	28	2	29	1
Kaynarca	12	0	9	3	8	4	11	1
Kocaali	11	1	6	6	12	0	10	2
Pamukova	14	1	6	9	15	0	15	0
Sapanca	20	0	8	12	18	2	18	2

Serdivan	71	0	44	27	70	1	63	8
Söğütlü	6	0	4	2	6	0	6	0
Taraklı	6	0	2	4	6	0	6	0
Total	495	9	272	232	485	19	453	51

Upon analysing the access level in Sakarya province by age, it becomes evident that 100 % of the individuals in between 18-24 age, representing the youngest age group, possess a smartphone, 66% have a personal computer, 95.9% use mobile internet, and 95.9% use WI-FI. 77.3% of individuals aged 61 and over, which is the oldest age group, have a smartphone, 13.6% have a personal computer, 77.3% have mobile internet, and 54.5% have WI-FI. The distribution of access by age is shown in Table 2.

**Table 2**

*Access Distribution by Age*

Age	Smartphone		Personal Computer		Mobile Internet		Wi-Fi	
	Yes	No	Yes	No	Yes	No	Yes	No
18-24	147	0	97	50	141	6	141	6
25-35	139	0	85	54	138	1	119	20
36-45	129	1	67	63	125	5	120	10
46-60	63	3	24	42	64	2	61	5
60+	5	17	3	19	5	17	12	10
Total	483	21	276	228	485	19	453	51

### 5.1.2. Usage

The participants' skills in using digital technologies were formed to cover the eight dimensions of digital citizenship identified by Ribble (2015). These elements are digital communication, digital access, digital health, digital literacy, digital law, digital rights and responsibilities, digital etiquette and digital security, and digital commerce. These dimensions were identified according to the participants' gender, age, occupation, education and income status.

The study revealed significant differences in participant behaviour regarding digital etiquette and security, digital health, and digital law based on gender ( $p < .0001$ ). Specifically, women exhibited greater engagement in these dimensions compared to men. Men outperformed women only in digital commerce. Regarding the usage behaviours regarding digital communication ( $p=.938$ ), digital access ( $p=.826$ ), digital rights and responsibilities ( $p=.081$ ), and finally, digital literacy ( $p=.761$ ), it was determined that there was no significant difference between males and females.

Significant differences were noted when participants' usage across eight sub-dimensions based on age was analysed ( $p < .0001$ ). Overall, it was observed that usage skills declined with increasing age. Specifically, individuals aged 61 and above, representing the oldest age group, exhibited lower usage skills compared to other age brackets.

Evaluating the participants' usage across eight sub-dimensions based on their professions pointed to significant differences ( $p < .0001$ ). Overall, it was evident that teachers and academicians exhibited superior usage skills compared to individuals in other professions.

When the participants' use of digital technology was evaluated based on their income, it was determined that individuals with higher income displayed higher activity levels in the use of digital communication, digital law and digital literacy.

### 5.1.3. Benefits

Independent sample t-test and ANOVA were conducted to determine whether participants' satisfaction levels with digital technology use varied depending on their demographic characteristics. An

Independent sample t-test was used to investigate the differences among factors consisting of two variables, such as gender, and an ANOVA test was carried out so as to determine the differences for factors consisting of more than two variables (Coşkun et al., 2017, p. 200).

**Table 3***Satisfaction Levels of the Participants*

	1	2	3	4	5
	f	f	f	f	f
	%	%	%	%	%
How would you describe the level of satisfaction you get from the use of digital technologies?	36	47	218	146	57
	%7,1	%9,3	%43,3	%29	%11,3
How would you describe the level of satisfaction you get from the use of digital technologies influencing your work/education life?	47	74	117	149	57
	%9,3	%14,7	%35,1	%29,6	%11,3
How would you describe the level of satisfaction you get from using digital technologies that affects your life satisfaction?	52	81	207	129	35
	%10,3	%16,1	%41,1	%25,6	%6,9

\*1=Very low, 2=Low, 3=Medium, 4=High, 5=Very High

As can be seen in Table 3, the participants' positive satisfaction with digital technologies is high. One could argue that the increased accessibility of digital technologies today directly influences the satisfaction levels of the participants. In addition, digital technologies have a very important place in business/educational life. Understandably, the participants' use of digital technologies significantly affects their work/education life. Finally, as for the effect of digital technologies on the participants' life satisfaction, it is observed that the majority of them are undecided on this issue.

**Table 4***Factors Positively Affecting Level of Satisfaction with the Use of Digital Technologies*

What are the most important factors that positively affect or increase the satisfaction you get from the use of digital technologies?	Yes		No	
	N	%	N	%
Have a smartphone	392	77,8	112	22,2
Having sufficient internet skills	213	42,3	291	57,7
The prevalence of mobile applications	228	45,2	276	54,8
Good infrastructure in the city I live in	72	14,3	432	85,7
Internet access speed	160	31,7	344	68,3
Other	25	5	479	95

A notable 77.8% of participants affirm that owning a smartphone positively impacts their attainment of a desirable level of satisfaction with digital technology use ; 42.3% state that this was due to their high internet usage skills; 45.2% state that it is affected by the prevalence of mobile applications; 14.3% state that it was due to the good internet infrastructure in the city where they live; 31.7% explain their desirable level of satisfaction by the fact that the speed of internet access was high; and 5% state that other factors were involved. Considering the findings, it is observed that the most important factor affecting the satisfaction obtained from digital technologies is smartphone ownership. Apart from smartphone ownership, the other factors that positively affect satisfaction are listed as follows: the prevalence of mobile applications, high internet usage skills and internet access speed.

**Table 5***Factors Negatively Affecting Satisfaction with The Use of Digital Technologies*

	Yes		No	
	N	%	N	%
Poor internet infrastructure	221	43,8	283	56,2
Insufficient usage skills	119	23,6	285	76,4
High cost	227	45	227	55
Not enough mobile apps	31	6,2	473	93,8
Fear of being watched/recorded	146	29	358	71
Other	51	10,1	453	89,9

Regarding the factors that unfavourably impact satisfaction with digital technology use at the desired level, 43.8% of the participants attributed it to inadequate infrastructure; 23.6% stated that it was because of their inadequate proficiency in usage; 45% stated that it was high cost; 6.2% stated that it was because of the limited availability of mobile applications; 29% stated that it was the user's concern about being tracked and recorded; and 10.1% stated that other factors were involved. The findings indicate that the most important factor that negatively affected the satisfaction obtained from digital technologies was high cost. Apart from the high cost factor, the participants mentioned the following rank of importance for the other factors: that the infrastructure was not good, that they were worried about being tracked/recorded and that there were not enough mobile applications.

## 5.2. Qualitative findings

The third question posed to the participants required their views on the benefits from digital technology. First of all, concerning the benefits from the use of digital technology, there are explanations that it contributes to their profession and saves time.

In the interview, questions were posed about their views on the concept of digital culture. First, the interviewees were asked what digital culture means. Some answers provided are as follows:

P1: "I guess digital culture is the way people behave and act on Facebook, Instagram, etc."

P2: "What we mean by digital culture, I think, is living in a state of digital dependency. I mean our perception of time and space undergo transformation and change. For instance, there is now something called home office working, which is independent of space, so this home office working style is also independent of time. That is, you can work at flexible hours"

P5: "... I would describe digital technology as its users' states, movements, attitudes and behaviours which they unconsciously create among themselves."

P7: "When I heard this concept, I thought of the traditions we have transferred from the past to the present, so I can say that it is the accumulation of technological innovations that have been passed down from the past to the present and that continues to increase. I can also say that digital culture is adapting to the world transformed by technology."

In the last interview question, the participants were asked to explain what digital culture inclusion and exclusion meant, which was also one of the main research problems. This question was posed with the aim of obtaining anthropological data from the participants. The responses supplied by the participants are given below:

P1: "Well, I don't know if I belong to this culture or not, but I have it all - phone, computer, tablet. My house has Wi-Fi, and my phone has an unlimited internet package. Facebook, Tiktok, Instagram - I am always on these. The town we live in is a small place where everyone knows each

other. I make and share a video on TikTok. Then the next day, when I go out, I get reactions like "your video is very good." I like this, frankly. It seems like it has made me an even more active person. Now I am constantly thinking about what I can share that will get a lot of likes."

P2: "I have to make use of digital technologies in areas I think to be useful. And in areas which I find useless, I try to stay out of the influence of digital culture. This staying out can be a disadvantage, such as being unaware of a new popular music release or a new movie. This can lead me to lose track of daily new developments."

P4: "I never neglect my work and never have. I'm not into these things (i.e. social media). Nor have I felt anything missing from my life without them."

P5: "For example, baby showers, gender reveal parties, baby's first tooth celebrations, events such as henna nights and many other lavish and costly events that are purely for show have entered our lives with digital technology and have almost become traditional practices. Both financially well-off and those who do not feel things like this have to do so. I think that people who try to create the perception that they are happy, wealthy and beautiful by sharing on social media such events, videos or beautiful photos with filters are not actually like that in real life. Therefore, I try to keep myself out of this culture as best I can."

P7: "...When I join this culture, I feel as if I have acquired 21st century skills and adapted to the modern age. If I were not part of the digital culture, I would not know what is going on around me or in the world; then it would be a pity not to find out about the latest diseases, world crises, new technological gadgets, and technological products that make life easier."

## 6. Results

The access level of the majority of the participants living in Sakarya province is quite high (smartphone 98%, mobile internet 96%, Wi-Fi 90%). Likewise, when district, gender, education and income status were taken into account, it was found that the access level of the participants was high for all the variables. Within the scope of the Household Information Technologies Survey conducted regularly every year by TURKSTAT (Turkish Statistical Institute), the Internet usage rate in the Eastern Marmara region, according to the statistical regional classification level 1, which includes Sakarya province, is 93.7% (TURKSTAT, 2021). In a study conducted in Konya, a different city in Türkiye with an urban and rural population, Akğün (2020, p. 95) found that the participants did not have problems accessing ICT tools such as smartphones and the Internet.

The study determined that the participants exhibited a high degree of digital communication behaviours. It is seen that individuals who have access to digital technologies also have high levels of digital communication behaviours. In today's circumstances, access to digital technologies is imperative. Sütüoğlu (2020, p. 298) cites the following words spoken by a 39-year-old father about access to digital technologies in the findings of his research: "They used to tell me: 'One should buy white goods, a sofa set, a car, a house!', but now they say: 'One should have a cell phone, a computer and internet at home!'. These words actually reveal that access to digital technologies is seen as a basic necessity for life.

The participants have high levels of digital health behaviours. The analysis of these behaviours of the participants based on demographic characteristics demonstrated that those in the lower age bracket had higher levels of digital access behaviours than those in the upper age group, and those with a higher education level had higher levels of digital access behaviours compared to those with a lower education level. Akğün (2020, p. 95), in his research on the E-Nabız (E-Pulse) system and digital health, found that the education variable is effective in using the E-pulse system. He also asserts that education plays a significant role in experiencing digital inequality in healthcare services, noting that individuals with higher levels of education have an advantage.

Participants' digital literacy behaviours are at quite a high level. Baran et al., (2017, p. 13) emphasize in their study that one of the biggest factors affecting digital inequality is digital literacy. They found that the lack of digital technology proficiency among older individuals significantly increases the digital divide. Similarly, the digital literacy level of elderly individuals in this study is also low. At this very point, Baran et al., (2017, p. 13) draw attention to the reasons why older individuals have difficulty in using digital technologies. In his research, Milward (2003) states that the unequal digital technology use among older individuals is rooted in the idea that digital technologies are primarily for young people, coupled with their apprehension about their ability to learn such technologies.

The results show that the participants have a high level of digital law behaviour. It is also observed that individuals do not ignore illegal situations that occur, especially in new media spheres. At the same time, the participants' strong adherence to digital laws suggests they avoid illegal websites and abstain from sharing posts lacking copyright protection.

The participants' behaviours concerning digital rights and responsibilities are at high levels. This means that these individuals are aware of their digital rights and responsibilities and do not remain unresponsive, especially in cases of cyberbullying and cyber harassment. The levels of the participants' digital etiquette and security behaviours are also high. It is seen that the participants are careful about ethical violations while using digital technologies. They respect the privacy of private life when making a post, get permission from other people in their sphere of influence when making a post, and cite sources.

The level of the digital commerce behaviour of the respondents is quite high. It is seen that individuals frequently carry out buying and selling transactions using digital technologies. In particular, it is seen that men sell things using cryptocurrencies and women sell using digital platforms.

The level of satisfaction that the participants get from using digital technologies is moderate. The level of satisfaction obtained depends on age groups. The satisfaction level of those in the lower age bracket is higher than that in the upper age group. It is observed that in terms of education, lower levels result in less satisfaction compared to higher education levels.

It is observed that the satisfaction level derived by participants from using digital technologies, which impacts their work/educational life, falls within moderate levels. The impact of participants' satisfaction with digital technology use on their work/educational life is diverse across age groups. The level of this influence for those in the lower age group is higher than that for those in the upper age group. In terms of professional comparison, it was found that the impact of digital technology use on the satisfaction of academicians generally indicates higher levels compared to other professional groups. In particular, individuals who use digital technology for all or part of their profession are more satisfied with digital technologies. The decrease in the satisfaction obtained from digital technologies, especially as the age of individuals increases, results from the fact that they either retire from their education and professional lives or reach a certain level of satisfaction.

In the last question, the participants were asked about the level of impact of the satisfaction that they obtained from the use of digital technology on their life satisfaction. It appears that the effect of participants' satisfaction with digital technologies on their overall life satisfaction is low. The extent to which satisfaction derived from digital technology use influences life satisfaction varies across age groups. The level of this influence for those in the lower age group is higher than that for those in the upper age group. Şahin and Yıldırım (2019, p. 104), in their research on the relationship between internet use and life of elderly individuals, point to a relationship between the number of people regularly contacted via the internet and life satisfaction. In other words, they emphasize that the presence and number of people contacted via the Internet increases life satisfaction and diminishes feelings of hopelessness among individuals.

The primary factor that enhances participants' satisfaction with digital technology use is their possession of a smartphone. As for the other factors that affect satisfaction levels positively, the participants state the prevalence of mobile applications, high internet usage skills, internet access speed and good internet infrastructure in their city, respectively.

Participants stated that the factors that negatively affect their satisfaction with the use of digital technologies at the desired level could be listed in the order of importance as follows: high cost, lack of good internet infrastructure, concern about being tracked/recorded, insufficient usage skills, and lack of mobile applications. It was determined that the major factor that negatively affected the participants' satisfaction was high cost.

Thirdly, the participants were asked about their opinions about the benefits they gained from digital technologies. First of all, regarding the benefits derived from digital technology use, they mentioned that it contributed to their profession and saved them time.

The participants were asked about their views on the use of digital technology. In this way, it was aimed to compare the data collected with the Likert scale with the answers supplied for the open-ended questions. Three open-ended questions were posed to the participants. In the first question, they were asked if they felt inadequate towards the people around them in their use of digital technology. Five of the eight interviewees stated that they felt inadequate towards the people around them. They attributed the reason for this inadequacy to their lack of proper interest.

In the second question of this section, participants were asked about their strengths and weaknesses in using digital technology. Considering the strengths of the participants, there are assertions indicating their proficient use of digital technologies for research purposes, their non-addiction to screens, and their swift adaptation to evolving technology. About their weaknesses, they state that they have difficulty in solving technical problems that arise, that digital technology is distracting and that it causes them to spend too much time.

The interviewees were asked how the use of digital technology affects their daily lives – either positively or negatively. The vast majority consider their ability to provide news as a positive aspect of digital technologies. Another positive aspect is that they eliminate distances. Participants stated that the factors that negatively affect their lives in the use of digital technologies are that there is too much unqualified information in digital technologies and that prolonged exposure to digital technologies makes them feel unhappy and inadequate. Participants see the time factor as both positive and negative.

First, the interviewees were asked what digital culture means. In line with the statements of the participants regarding what digital culture means, opinions range from those about people's behaviour and movements on social media, becoming addicted to digitalization, to adapting to the world changed by technology. The last question of the interview was to determine what digital culture inclusion and exclusion meant for them, which is one of the main problems of the research. During the interview, they emphasized that digital technologies made them more active when they were involved in digital culture, that they kept up with technological developments that made life easier through digital technologies, that they worried about a failure to be included in what was popular when they did not use digital technologies, that they thought of the activities emerging with new media as an action that they also had to do, and finally that they experienced a sense of incompetence in getting news when they did not use digital technologies. It is possible to say that these statements of the participants are an example of Fear of Missing Out (FoMO). FoMO can be defined as the fear of missing out on what is happening in other people's lives or what is going on. (Tanhan et al., 2022, p. 75).

## **7. Recommendations**

One limitation of this study is that it was carried out in a certain region within a certain time period. For this reason, future research could be conducted in a wider region, in a wider time period and in a way

that covers different cultures, and the results could be compared with those of the existing studies. Another suggestion is concerned with the research population. This research was conducted not on a specific sample population but on all segments of the society. According to the findings of the research, cultural differences between generations affect the digital divide. Future research could be conducted on a specific generation or a specific cultural segment, and digital inequality could be explored in depth for such groups.

In the present day, technology undergoes rapid development. Almost daily, the market sees the introduction of new technological gadgets or applications. Future research could examine the differences in digital inequality for these technologies by conducting studies about these new technologies and applications. Through the analysis of disparities, recommendations and critiques could be formulated for technological innovations to mitigate digital inequality.



## References

- Acar, Y. (2018). Dijital kültür ve destinasyon pazarlaması. V. Çakmak & S. Çavuş (Der.), *Dijital kültür ve iletişim* (ss.231-252). Literatürk Academia.
- Aghaei, S., Nematbakhsh, M. A, & Farsani, H. K. (2012). Evolution of the world wide web: From web 1.0 to web 4.0. *International Journal of Web & Semantic Techonology*, 3 (1), 1-10.
- Akgün, E. (2020). *Sağlık hizmetlerinde sayısal uçurumun e-nabız sistemi ve e-sağlık okuryazarlığı ile birlikte incelenmesi* [Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>.
- Anderson, P. (2007). *What is web 2.0: Ideas, technologies and implications for education*. JISC.
- Atlı Şengül, N. (2023). Dijital kültür ve siberfeminizme dijital bölünme üzerinden bir eleştiri. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, (12), 25-42. <https://doi.org/10.56075/egemiadergisi.1162751>
- Baran, A. G., Kurt, Ş. K., & Tekeli, E. S. (2017). Yaşlıların dijital teknolojileri kullanım düzeyleri üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 1(45), 2-24.
- Barnes, B. R. (2019). Transformative mixed methods research in South Africa: Contributions to social justice, S. Laher, A. Fynn & S. Kramer (Ed.), *Transforming research methods in the social sciences: Case studies from South Africa*, (pp. 303-316). Wits University Press, <https://doi.org/10.18772/22019032750>
- Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business and society*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Communication power*, Oxford University Press.
- Coşkun, R., Altunışık, R. & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamaları*. Sakarya Kitabevi.
- Cullen, R. (2001). Addressing the digital divide. *Online Information Review*, (5), 311-320. <https://doi.org/10.1108/14684520110410517>
- Ebner, M., Holzinger, A., & Maurer, H. (2007). Web 2.0 technology: Future interfaces for technology enhanced learning?. *International Conference on Universal Access in Human-Computer Interaction* (pp. 559-568). Springer.
- Emiroğlu, B. G. (2003). E-devlet: Yapıları durumu, sunulan servisler, dünyada gerçekleştirilen uygulamalar, Türkiye'deki çalışmalar ve model önerisi. <http://www.cyberpark.com.tr/tbd/teknoloji%5CT302.doc>
- Eriksen, T. H. (2019). *Sosyal ve kültürel antropoloji*, A.E. Koca (Çev.). Atıf Yayınları
- Francis, J., Ball, C., Kadylak, T., & Cotten, S. R. (2019). Aging in the digital age: Conceptualizing technology adoption and digital inequalities. In *Ageing and digital technology* (pp. 35-49). Springer.
- Franda, M. F. (2002). *Launching into cyberspace: Internet development and politics in five world regions*. Lynne Rienner.
- Gere, C. (2019). *Dijital kültür*, A. Akın (Çev.). Salon Yayınları.
- Gibbs, M.G., Dosen, A.J. & Guerrero, R.B. (2009). Bridging the digital divide: Changing the technological landscape of inner-city catholic schools. *Urban Education*, 44(1), 11-29. <https://doi.org/10.1177/0042085908318528>

- Haviland, W. A., Prins, H. E., Walrahth, D. & McBride, B. (2008). *Kültürel antropoloji*. İ.D. Sarıoğlu (Çev.). Kaknüs Yayınları
- Jones, S. (1998). *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated community and technology*. Sage.
- Koç, R. (2022). Dijitalleşen kültür ya da kültürün dijitalleşmesi: Dijital kültür kavramı. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(38), 500-513. <https://doi.org/10.12981/mahder.1112610>
- Levy, P. (2001). *Cyberculture*. University of Minnesota Press.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Martínez-García, E. (2013). Technological progress is key to improving world living standards. *Economic Letter*, 8(4), 1-4.
- Milward, P. (2003). The 'grey digital divide': Perception, exclusion and barriers of access to the internet for older people. *First Monday*, 8(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v8i7.1066>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., McNeal R.S. (2007). *Digital citizenship: The internet, society, and participation*. MIT Press.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1108/146366903322008287>
- NTIA. (1999). Falling through the Net: Defining the digital divide. *US Department of Commerce: National Telecommunications and Information Administration*. <https://www.ntia.doc.gov/legacy/ntiahome/fttn99/FTTN.pdf>.
- O'reilly, T. (2005, 30 October). *What Is Web 2.0*. O'reilly: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- OECD. (2001, 1 January). *Understanding the digital divide*. OECDilibrary:[https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/understanding-the-digital-divide\\_236405667766](https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/understanding-the-digital-divide_236405667766)
- Özbaş Anbarlı, Z. (2019). Dijital kültür. M. Küçük (Ed.), *Çevrimiçi iletişim ve yansımaları* (s.77-90). Gece Akademi.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi (çok değişkenli analizler)*. Kaan Kitabevi
- Özgit, A. & Çağıltay, K. (2018). Türkiye'de internet: Dünü, bugünü, yarını. OTDÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı
- Özsoy, D. (2020). Dijital bölünme düzeylerine dair literatür analizi. M. Fiğan & Y. Dede Özdemir (Ed). *Dijital kültür, dijital eşitsizlikler ve yaşlanma* içinde (ss. 11- 24). Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. [https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital\\_kultur\\_dijital\\_esitsizlikler\\_ve\\_yaslanma.pdf](https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital_kultur_dijital_esitsizlikler_ve_yaslanma.pdf)
- Ragnedda, M., & Ruiu, M. L. (2017). Social capital and the three levels of digital divide. M. Ragnedda & M. Glenn (Ed.), *Theorizing digital divide* (pp. 21–34). Routledge.
- Ragnedda, M. (2018). Conceptualizing digital capital. *Telematics and Informatics*, 35(8), 2366–2375. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.10.006>
- Ragnedda, M. (2020). *Enhancing digital equity: Connecting the digital underclass*. Palgrave Macmillan Cham.
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know*. International Society for Technology in Education.
- Rooksby, E., Weckert, J., & Lucas, R. (2002). The rural digital divide. *Rural Society*, 12(3), 197-210. <https://doi.org/10.5172/rsj.12.3.197>

- Rye, S. A. (2008). Exploring the gap of the digital divide: Conditions of connectivity and higher education participation. *GeoJournal*, 71, 171-184. DOI 10.1007/s10708-008-9154-8
- Scheerder, A., Van Deursen, A., & Van Dijk, J. (2017). Determinants of Internet skills, uses and outcomes. A systematic review of the second-and third-level digital divide. *Telematics and informatics*, 34(8), 1607-1624.
- Sheth, A., & Thirunarayan, K. (2012). *Semantics empowered web 3.0: Managing enterprise, social, sensor, and cloud-based data and services for advanced applications*. Morgan & Claypool Publishers.
- Sütlüoğlu, T. (2020). Orta yaş ve üzerindeki bireylerde dijital eşitsizliğin görünüşleri: Erişim eşitsizlikleri ve kullanım farklılıkları. M. Fiğan & Y. Dede Özdemir (Ed). *Dijital kültür, dijital eşitsizlikler ve yaşlanma* içinde (ss. 215- 246). Alternatif Bilişim Derneği Yayınları. [https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital\\_kultur\\_dijital\\_esitsizlikler\\_ve\\_yasl\\_anma.pdf](https://ekitap.alternatifbilisim.org/pdf/dijital_kultur_dijital_esitsizlikler_ve_yasl_anma.pdf)
- Şahin, B., & Yıldırım, A. (2019). Yaşlı bireylerde internet kullanımı ile yaşam doyumu, algılanan sosyal destek ve umutsuzluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi (YSAD)*, 12(2), 97-106.
- Tanhan, F., Özok, H. İ., & Tayız, V. (2022). Gelişmeleri kaçırma korkusu (FoMO): Güncel bir derleme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 14(1), 74-85.
- Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Dost Kitabevi.
- Tolu H. (2019). Consideration of digital divide in societies of globalised control: Extension of social contract. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*. (33) 80-95.
- TURKSTAT. (2021, 26 Ağustos). *Hanehalkı bilişim teknolojileri (BT) kullanım araştırması*. TÜİK: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437).
- Ural, A., Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Detay.
- Van Der Vlist, E., Ayers D., Bruchez, E., Fawcett J. & Vernet, A. (2007). *Web 2.0. teknolojileri*. G. Özveri (Çev.). Alfa Yayıncılık.
- Van Deursen, A. J. A. M., & Helsper, E. J. (2015). The third-level digital divide: Who benefits most from being online? L. Robinson, S. R. Cotten, J. Schulz, T. M. Hale, & A. Williams (Eds.), *Communication and information technologies annual* (Studies in media and communications, 10) (pp. 29-52). Emerald Group Publishing Limited.
- Van Dijk, J. (2018). *Ağ Toplumu*, Ö. Sakin (Çev.). Epsilon Yayınevi.
- Williams, R. (1983). *Culture and society, 1780-1950*. Columbia University Press.
- Wynn, A. (2005). *Control, alt, delete: African Americans escaping the digital divide* [Doctoral dissertation, The American University].
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay.

## Article Information Form

**Authors Notes:** This article is based on the first author's master dissertation, which was supervised by the second author.

**Authors Contributions:** All authors contributed equally to the writing of this paper. All authors read and approved the final manuscript.

**Conflict of Interest Disclosure:** No potential conflict of interest was declared by the author.

**Copyright Statement:** Authors own the copyright of their work published in the journal and their work is published under the CC BY-NC 4.0 license.

**Supporting/Supporting Organizations:** No grants were received from any public, private or non-profit organizations for this research.

**Ethical Approval and Participant Consent:** Ethics Committee Approval was obtained regarding the suitability of the scales and forms to be used in the research. The letter dated 10.26.2021, protocol number 175261, together with the Meeting and Decision Minutes of the Anadolu University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Committee of the Republic of Türkiye, unanimously decided that all forms to be applied were appropriate in terms of publication ethics and scientific research. It is declared that during the preparation process of this study, scientific and ethical principles were followed and all the studies benefited from are stated in the bibliography.

**Plagiarism Statement:** This article has been scanned by iThenticate.



## Cinematic Orientalism: East-West Perception in Netflix's 'Swimmers'

Kemal Çelik 

Istanbul Medipol University, Radio  
Television and Cinema Department,  
Istanbul, Türkiye,  
kemal.celik@medipol.edu.tr



**Abstract:** This article analyzes the movie "The Swimmers" using ideological and frame-by-frame film analysis methods. The themes, characters, and locations in the film are evaluated in the context of the critique of orientalism and self-orientalism, analyzing how ideological themes are processed and reinforced. The film associates concepts of faith and hope with Christianity, presenting Christian characters as saviors. While telling the story of Syrian refugees, the film chooses Christian and European-looking heroes, portraying Muslims negatively. Emphasizing the superiority of Western culture, the film depicts the Eastern world as backward and helpless. Countries such as Türkiye are coded as dark and uncanny, while European countries are idealized. The positive portrayal of Greece praises European efforts towards refugees but creates a negative image of the Turkish Coast Guard. The orientalist and self-orientalist elements of the film are attempts to present an attractive narrative for Western audiences. The Muslim screenwriter's distortion of Eastern historical realities under Western producers' influence represents self-orientalism. This approach reflects an endeavor to present Eastern culture in line with Western perspectives to gain Western approval, reinforcing prejudices rather than fostering understanding of cultural and political differences.

**Keywords:** Swimmers, Orientalism, Self orientalism, Syrian refugee, Netflix

Received: 11.05.2024

Accepted: 24.06.2024

Available Online: 27.06.2024

### 1. Introduction

Among other functions, cinema is one of the most effective tools of both ideological and cultural representation. Cape (2003) argues that films have at least two types of influence on film-society interactions: First, film reconstructs ancient social practices by creating new thinking patterns; secondly, it changes and shapes the existing social structure. However, some, like Wedding and Boyd (1999) on the other hand, believe that films are just the reflections of the real norms of the society. In fact, it is possible to assert that both views hold true simultaneously: On the one hand, every movie offers audiences the opportunity to get to know a certain culture, society and experience, while at the same time presenting/imposing a certain ideological discourse, political and social perspective. In this sense, motion pictures are not only an art form but also an ideological discourse. Pre-cinematic Western artists and writers' perspectives have permeated cinema, bringing these ideologies into contemporary works.

In this context, the phenomenon of "orientalism", which was frequently encountered in literature and philosophy before cinema, also appears in cinematic works. Orientalism explains how Western observers and artists perceive, want to perceive, and represent the geography they call the East. Orientalism, identified and theorized by Edward Said (1998), refers to the tendency of Westerners to portray the East as an exotic, mysterious and barbaric place with a distorted and prejudiced view. Such a perspective excludes and marginalizes Eastern cultures and societies as inferior and second-class, while positioning the West as the highest representation of civilization, a central and redemptive power. As a kind of mental colonization, Orientalism's activity of exoticizing and caricaturing Eastern cultures as a presupposition can be accompanied by physical intervention after a while. In this respect, the assignment of the Eastern world as secondary by the intellectual representatives of Western civilization based on their own prejudices, fantasies, imaginary images and illusions is also an attempt to assign a master to the world, and beyond this representation, it creates a master/slave dialectic and reinforces the situation of masters owning slaves. Indeed, as Said (1998, pp. 80-109) points out, the West's marginalization of the East serves the purpose of reinforcing the West's power and prestige in the global

world while making the East second class. In other words, while writing its own civilizational history and ideal, the West has depicted the East with negative qualities as a way of envisioning its own future. This mechanism of othering emerged as a prerequisite for the West's process of making sense of its own existence and eventually became a kind of indispensable binoculars of the Western view of the East (Aydemir & Çelik, 2023).

So much so that, in time, it spread to Eastern artists and thinkers themselves and the concept of "self-orientalism" emerged. Ultimately, Western stereotypes and expectations about Eastern cultures affect Eastern intellectuals who try to shape their own cultures, especially those who remain under Western influence. This has led to the emergence of self-orientalism. The concept of self-orientalism, which can be translated into Turkish as Internalized Orientalism, refers to the tendency of a society or culture to conform its cultural elements or identity to the "Western perspective". Such an attempt to conform also distorts its own identity and culture to some extent (Bezci & Çiftci, 2014, p. 143). In this respect, Self-Orientalism symbolizes the activity of adopting the West's distorted view of the East instead of one's own Eastern view and acting in accordance with Western expectations in order to integrate into the West and, moreover, to be seen as one of them.

On the other hand, it is inevitable that the phenomena of orientalism and self-orientalism observed in other branches of art such as novels and paintings are also observed in cinema. While cinema can reinforce orientalist or self-orientalist discourses, it also has the potential to challenge these discourses and offer alternative perspectives.

The movie *Swimmers* (2022), which is the subject of this study, is open to an orientalist reading since it was produced by Netflix, a Western platform, and to a self-orientalist reading since the director and screenwriter Sally El-Hosaini is Welsh-Egyptian. In addition, many people involved in the production of the film are Syrians, such as the film's co-producer Hassan Akkad a Syrian filmmaker who was imprisoned in the past for protesting against the Syrian government (Saldana, 2022). This makes the film even more susceptible to a self-orientalist reading.

In this context, this article aims to explore how the film "Swimmers" reflects and reinforces orientalist/self-orientalist discourses. We will analyze various aspects, including character choices, settings, and atmospheres, to understand how the film embodies an orientalist perspective. While "Swimmers" tells a refugee story through two immigrant sisters, it also addresses immigration as a fundamental human condition. By examining the representations within the film that depict this migration journey, we can gain insights into the underlying ideologies and cultural narratives it conveys.

This analysis serves to demonstrate how cinema shapes cultural representations and perpetuates common stereotypes. Moreover, it underscores the importance of more inclusive, equitable, and diverse portrayals in film. Key questions to address include: Are the character choices aligned with the film's subject matter? How do cinematographic decisions enhance the storytelling and narrative? What central message does the film convey, both explicitly and implicitly? Additionally, we will explore the authenticity of the film's adaptation from a true story and consider any distortions of reality. Finally, we will examine whether "Swimmers," created by a Muslim scriptwriter-director for Christian producers, can be interpreted as a hybrid and layered example of orientalism and self-orientalist discourse. By critically analyzing the orientalist discourse in "Swimmers" through the lens of both distorted Western perceptions and the willing participation of Eastern representatives, we emphasize the value of diverse perspectives and encourage broader understanding and empathy within the realm of cinema.

## 2. Literature

Orientalism, defined as the West's distorted view of the East, becomes a pervasive perspective in Western discourse. It assumes an ontological characteristic within Western ideology. As Said (2003, p. 347) elucidates, the West has ideologically branded Islam as the new 'evil empire' to justify its conflicts,

equating it with terrorism, violence, and oppression. Echoing this sentiment, Khalid (2014, p. 5) observes that Islam is often transformed into a threatening, untrustworthy, and anti-Western entity. Hall (1992, p. 188) further contends that Islam is portrayed as a reactionary force in stark contrast to the modern West.

Films significantly influence societal perceptions, manipulating themes of social class, race, and nationhood. Busso and Vignozzi (2017) assert that cinema has the power to shape the public's understanding of these critical social issues. Bednarek (2015) concurs, noting that characters in films not only mirror cultural and social norms but also contribute to the creation of new symbolic orders.

Given these considerations, it is likely that films produced in Western countries may propagate prevalent Western viewpoints. Meguid (2020), referencing Nicha (2012, p. 2), articulates that for many Americans, Hollywood films serve as windows to the world beyond their borders. However, the representations in such films are not always equitable or objective. This is attributed to the West's historical use of its cultural, intellectual, and scientific advancements to impose its hegemony, defining non-Western cultures from its own perspective. Shotat and Stam (2014) argue that Eurocentrism—what they equate with imperialism—underpinning films, is the West's practice of 'othering' the East and perceiving itself as the sole source of culture and civilization. This study will highlight the orientalist perspective present in the film *Swimmers* and its production context. Prior to delving into these assessments, a review of the film-specific literature is warranted.

Upon examining the film's critiques and accolades, it is evident that *Swimmers* was met with acclaim by numerous Western film critics. Roman (2022) commended the film for its "artistic elements that poignantly capture the enduring effects of war," noting El-Hosaini's adept portrayal of trauma's lasting impact. Hammond (2022) lauded *The Swimmers* as "a compelling and suspense-laden narrative of refugees' quest for a better life against formidable odds," while extolling El Hosaini's directorial prowess and the authenticity lent by her Arab heritage. Claudia Puig of Film Critic (2022) characterized the film as "inspirational, albeit episodic, and a definitive crowd-pleaser." Gatter (2023) deemed it an "Odyssean epic," acknowledging its status as the most-watched film globally and its challenge to simplistic Western perceptions of refugee identities. Concannon (2022) critiqued the film's pacing despite its "emotionally charged depiction of Yusra and Sarah Mardini's heroic swim across the Aegean Sea, towing a flotilla of refugees." Persaud (2022) described the film as "A Resounding Tale of Hardships and Hope," and Rechtsaffen (2022) as "A Crowd-Pleasing Drama of Struggle, Sisterhood, and Olympic Dreams." Debruge (2022) offered high praise, titling their review "'The Swimmers': Hope Floats in This Largely Factual Account of Syrian Refugee Sisters."

Bonaime (2022) represents one of the few detractors, criticizing the film's narrative for "only sporadically delivering the story's potential impact, instead succumbing to clichés and a disjointed narrative." Similarly, Lattanzio (2022) disparaged the film's narrative depth in their review titled "'The Swimmers': An Uninspiring Migrant Drama That Fails to Plunge into Depth." It is apparent that while the film generally garnered positive feedback regarding its message and themes, criticisms were predominantly directed at its storytelling.

Furthermore, while Western film audiences (Rotten Tomatoes, 2022; IMDB, 2022) expressed admiration for the film, a significant portion of the Turkish audience (Eksisözlük, 2022) perceived the film as prejudiced. Interestingly, one might contend that among the most pivotal critiques of the film emanated from Manal Issa, who, notwithstanding her role as the lead actress, remarked in an interview with Zilko (2022): "It felt like one of those banal American films, filled with many orientalist clichés."

Regarding academic discourse, the film *The Swimmers* has not been the focal point of specialized studies, with the exception of the works by Gökalp and Buyuran (2023), which interpret irregular migration through the film's lens. A plethora of additional insights and interpretations have been disseminated

across online platforms, which will be assimilated into pertinent sections of this analysis. This study distinguishes itself by concentrating on an orientalist critique of the film, offering a novel perspective on *Swimmers* and contributing substantially to the extant body of literature.

### 3. Method

This article employs a mixed methodology to scrutinize the orientalist discourse within the film *The Swimmers*. The approach integrates ideological film analysis with frame-by-frame scrutiny, facilitating a comprehensive examination of the film's themes, characters, and settings. Additionally, it employs a critique of orientalism and self-orientalism to delve into the film's discursive operation and the ideological themes it propagates.

Ideological film analysis endeavors to unearth the underlying ideological messages, values, and beliefs within a film. Echoing Comolli and Narboni (1976, p.25), the camera is not merely a seeker of reality but a recorder of the dominant ideology's worldview. Consequently, films reconstruct the dominant ideology through ideologically filtered life experiences, rendering them inherently ideological discourses. The objective of film criticism, as posited by Comolli and Narboni (1976, p.29), is to elucidate the interplay between film and ideology and to decipher the functioning of ideology within films. In "Camera Politica: The Politics and Ideology of Contemporary Hollywood Film" (1988), Ryan and Kellner contend that films represent a battleground for constructing reality. Kellner (1982, pp.133-155) views films as a mirror to everyday life's representations, suggesting that films should be analyzed from various perspectives in relation to the era's elements. Films are to be seen as an integral part of a deliberately crafted system of cultural representation. Kellner (1978) underscores that ideological criticism entails dissecting images, symbols, myths, belief systems, and narratives. In a subsequent work, Kellner (1991) argues that ideological film analysis not only identifies the dominant ideology's manifestations in films but also exposes the cultural contradictions of the society from which the film originates. Thus, ideological film analysis deciphers the social and political dynamics and the societal struggles depicted in the film. Summarizing Özden (2004, pp.165-169), ideological film analysis employs a broad spectrum of theories, including semiotics, structuralism, and psychoanalysis, to reveal the ideological functions of films. It also uncovers how films position audiences and their cultural codifications, as well as how cultural representations are internalized within films.

This study will apply ideological film analysis to *The Swimmers*, analyzing both explicit and implicit discourses in the context delineated by Kellner, and will uncover the reproduction of orientalist thought and the functioning of political dynamics within the film. This analysis will expose the film's political discourse and the societal vision of the dominant ideology, as reinforced through an orientalist lens. It will enable an analysis of the perspectives of Western intellectuals in general, and Netflix in particular, as well as Eastern intellectuals influenced by self-orientalism, on the Syrian civil war. The analysis will acknowledge the complexity and contradictory nature of films, which may embody diverse discourses, ideological stances, narrative strategies, image constructions, and cinematic effects, rather than a singular, unadulterated viewpoint, as suggested by Kellner (2009).

Ideological film analysis will be utilized to elucidate how the characters and plot convey specific ideological positions to the audience. Frame-by-frame film analysis will dissect the visual and narrative components of the film in a stepwise fashion. This meticulous examination will reveal the representation of characters, events, settings, and ambiance, the employment of visual symbols, and the reinforcement of an orientalist discourse through film technique. It will scrutinize the orientalist discourses endorsed by the selection of locations, character placement, and visual symbolism in *The Swimmers*. Moreover, the film will be critiqued for its handling of stereotypes, biases, and marginalization through an orientalist lens. This critique aims to illuminate the ideological and cultural foundations that *The Swimmers* reinforces and how it can be approached from an alternative perspective. Data collection was conducted by meticulously watching the movie and analyzing the scenes in detail.



As this study pertains to film analysis, it does not necessitate a specialized approval process for human participants. Nevertheless, the film's copyrights and terms of use were respected. Moreover, the principles of objectivity and impartiality were upheld during the analysis, ensuring an unbiased examination of the film's representations and narrative. No specialized software was employed for data analysis; the film analysis was performed manually, and the findings were directly analyzed in textual format.

The scope of this study encompasses Netflix's films about the East, with *The Swimmers* serving as the sample. The film was selected through purposive sampling. All scenes and characters were analyzed, negating the need for a specific sample size. Given the study's focus on film analysis, the sample selection was not random but entailed a thorough examination of the entire film.

The data analysis process encompassed both ideological film analysis and frame-by-frame film analysis. Ideological film analysis involved identifying the film's primary ideological messages, dissecting the ideological representations of characters, and extracting the film's social and political messages. Frame-by-frame film analysis entailed a detailed examination of the film's visual symbols, settings, and ambiance, pinpointing orientalist themes, and analyzing the film's visual narrative.

## **4. General information**

### **4.1. Film credits**

Original title: *The Swimmers*

Sales and distribution: Netflix

Director: Sally El Hosaini

Screenplay: Jack Thorne, Sally El Hosaini

Producers: Tim Bevan, Stephen Daldry, Eric Fellner

Production: US/UK co-production

Production Year: 2022

Genre: Drama, Political

Duration 134 minutes

Language: English

Filming Location: Türkiye, UK, Greece, Brazil, Berlin, Belgium

Cast:

- Matthias Schweighöfer (Sven)
- Manal Issa (Sara Mardini)
- Nathalie Issa (Yusra Mardini)
- Ali Suliman (Ezzat Mardini)
- Ahmed Malek (Nizar) (IMDB, 2022).

### **4.2. Movie true story**

The narrative of the film *The Swimmers* is anchored in the factual account of Yusra and Sara Mardini's flight from Damascus to Berlin as refugees in 2015. At the ages of 17 and 20, they commenced their perilous journey from the Syrian capital in August 2015, traversing Lebanon, Türkiye, and Greece, before their eventual arrival in Berlin in September of the same year. The sisters' voyage was fraught with challenges. Notably, during their clandestine passage from Izmir in Türkiye to Greece aboard an

overcrowded dinghy, the vessel's engine failed under the excessive weight, and they began to sink. The Mardini sisters' proficiency in swimming was pivotal in ensuring the survival of all on board. In a decisive moment, recognizing the imminent peril, they and two others disembarked to reduce the dinghy's load and swam alongside it across the Aegean Sea for several hours, tethered to the raft, thereby saving the lives of 18 people (Simons, 2022).

Upon reaching Greece, they endured days without food (Theis, 2022). Their subsequent overland trek took them through Macedonia, Serbia, and Hungary. Yusra's recollections of the journey through Hungary are marked by the term "horrible," reflecting the severity of their experiences. Contrary to the portrayal in the film, the rape scene is entirely a work of fiction (Nair, 2022). Throughout Europe, the sisters encountered significant anti-migrant prejudice and discrimination, which initially made it challenging for them to identify with the term 'refugee.' Sara recounts, "People treated you like you had some kind of disease, like you were not human" (Syed, 2022). Yusra has been outspoken and fervent in advocating for refugee rights. Currently, Sara faces legal proceedings in Greece, with charges including human trafficking, stemming from her humanitarian activities in Lesbos—a situation that Amnesty International has criticized as "unjust and baseless" (Jessop, 2022).

### **4.3. Plot**

The movie tells the dramatic story of a Syrian family through two sisters, Sara and Yusra Mardini, daughters of a family living a happy and modern life in Damascus. Their father, a swimming coach, is training the sisters for the Syrian national swimming team for the Olympics. As the Syrian civil war escalates, the sisters' lives remain monotonous. One day, Yusra narrowly escapes death when a bomb falls into her indoor pool during a swimming race. This incident causes her fears and dreams to clash. Convincing their father that they can pursue their dreams in Germany, the sisters embark on an unpredictable journey with their cousin Nizar. The sisters dream of becoming Olympic swimmers, while Nizar dreams of becoming a DJ. Their first stop is Istanbul, where they stay in a hotel and consider illegal ways to reach Germany. Their time in Istanbul is bleak, and they are eager to leave. Despite their father's warnings, they set off for Greece by boat. When the boat's engine breaks down, they are stranded at sea with 18 others, struggling to survive in a damaged vessel. Nizar calls the Turkish Coast Guard for help but is told they cannot assist because the boat is close to Greece. Thanks to Sara and Yusra's heroic actions in the water, minimizing the boat's weight, they are saved and reach Greece. In Greece, which is depicted as welcoming to refugees, Sara, Yusra, and Nizar continue their journey with other companions. They face various dangers, especially in the Balkans, where Yusra is at risk of rape. Needing rest, they stop in Hungary and stay in a hotel. Nizar finds out about a bus to Berlin that helps refugees without charging money, and they manage to catch it. After a long journey, they reach Berlin. They spend two months there; during this time, Yusra trains daily on her own, although she cannot swim because there is no pool. Sara, in contrast, indulges in entertainment, drinks alcohol, and eventually realizes she doesn't want to swim. Yusra decides to try her luck and introduces herself to a swimming coach named Sven at an indoor pool. Initially skeptical, Sven gives them a chance. Upon seeing them swim, Sven decides to coach Yusra. Sara, disenchanted, gives up swimming. Yusra trains hard for the Rio Olympics, not for the Syrian national team as she had hoped, but for the refugee team. The movie ends with Yusra winning a race, becoming the pride of the refugee team and fulfilling her dreams. Sara, on the other hand, goes to Lesbos and dedicates herself to helping incoming refugees (Zengin, 2022).

## **5. Findings**

### **5.1. National identities and character representations**

In the cinematic narrative, characters are pivotal elements that facilitate a profound comprehension of the story and the thematic essence of the film. Characters embody the cinematic experience, offering the audience a direct reflection of the film's thematic core. In this context, selecting the appropriate character to convey the theme and subject matter of the film constitutes a crucial phase in script

development. The selected character ought to possess traits that deliver the most potent message. Furthermore, this character should epitomize the societal segment they represent. Consequently, screenwriters must take into account the dynamics, cultural attributes, and social fabric of the society depicted in the narrative when choosing the principal characters. Thus, characters should be endowed with not merely individualistic traits but also attributes that mirror the societal macrocosm. They should personify the thematic and narrative essence of the chosen story with utmost efficacy.

Upon examining the film *The Swimmers*, it becomes apparent that a divergent approach was adopted. The family selected to portray Syrian society, particularly the two sisters, is depicted as a Christian household with a distinctly Western orientation. The patriarch is portrayed as a swimming coach, and his daughters are depicted as aspiring Olympic swimmers. Their Westernized appearance, travel habits, and leisure activities, including frequenting nightclubs, suggest a European lifestyle within Syria. Notably, their fluency in English is emphasized. The film eschews religious undertones; although the characters are Christian, their faith is not explicitly delineated, save for a subtle nod through Sara's cross earring. This choice seemingly mitigates the representational crisis by casting Christian protagonists as an exceptional representation of Syrian refugees, who are predominantly Muslim. The narrative of Yusra, a successful Christian figure spotlighted amidst millions of Muslim refugees, potentially misrepresents the broader Muslim community.

### Image 1

*The Cross Earring of Sara, One of The Leads of The Movie.*



The character profiles selected by the writer/director, despite strategic intentions, inadvertently present a challenge to equitable representation. Narrating the refugee story through a profile that does not accurately reflect the general Syrian populace, particularly the refugees, and doing so within a biographical film, skews reality through a self/orientalist lens.

Sally El Hosaine, the director, reveals her motivations for choosing this narrative, stating, “they reminded me of when I grew up in Egypt in the 90s. It reminded me of myself and my friends. It is not often that we see modern and liberal Arab women on our screens” (Jessop, 2022). This admission confirms a deliberate choice for a modern and liberal portrayal, yet it is evident that such a representation, divergent from the typical Syrian and refugee population, cannot justly convey the refugee narrative. As Gatter (2022) observes, these narratives diminish Yusra and Sara's character arcs to mere reflections of “Western eyes.” The film's implicit message, “we are just like you,” is clear, as the Eastern artist endeavors to align with Western ideals, perceived as the epitome of civilization. This portrayal is further emphasized in the depiction of other characters: the entire Christian family and positive figures exude a Western/European, modern image, while “jihadists, terrorists, Syrian soldiers” are associated with Islamic symbols like beards and turbans. Overall, the Muslim image is portrayed as menacing, in contrast to the modern and humane European representation. The small Christian minority featured in the film constitutes a fraction of the 7 million Syrian refugees. In the cinematic realm, characters deemed worthy of rescue are those resembling the creators. Ironically, Western producers have influenced Eastern artists in these choices, leading to Eastern storytellers crafting narratives that cater to Western preferences. This process is so ingrained that explicit instructions are unnecessary. Despite the majority of the director/screenwriter and crew being Muslims and the film

being shot primarily in Türkiye, the protagonists and heroes, Yusra, Sara, and Sven, are Christians, while Muslims are cast as terrorists, vulnerable refugees, and oppressors.

## 5.2. The refugee experience and orientalism

The intersection of refugee experiences and orientalism merits further exploration, particularly from cultural and political standpoints. The Refugee Experience encompasses the trials of individuals compelled to flee their homelands due to war, natural disasters, economic strife, or human rights abuses. Upon resettlement, refugees encounter cultural, social, and economic challenges, impacting both individual and societal levels.

*The Swimmers*, featuring scenes across over seven countries (predominantly Türkiye), offers poignant insights into refugee experiences. A notable scene involves Yusra's harassment by Syrian soldiers under the guise of a search, paralleled by verbal abuse from rebels opposing the Syrian regime. The film equates the regime with its adversaries, coding both as malevolent. This narrative approach glosses over the complexities of the Syrian civil war's history and dynamics. Furthermore, the protagonists and their families, representing an unscathed Christian community amidst the conflict, appear detached from the war-torn Syrian society. They are portrayed as innocent bystanders, unaffected by the civil war, with their homes and family intact, continuing their lives as if insulated from the surrounding chaos. Remarkably, the sisters' true plight is depicted as commencing only after their departure from Syria, with their refugee status taking effect upon their arrival in Istanbul, despite traveling on a tourist visa. Their most significant experience unfolds in an Istanbul mosque.

### Image 2

*The Image of Two Sisters Who Came to Türkiye from Syria Wearing Headscarves in a Mosque.*



In the film *The Swimmers*, the portrayal of the two sisters, who are typically depicted with a modern appearance, donning headscarves to enter a mosque in Istanbul, presents a stark contrast to their Westernized representation. This visual choice blurs the distinction between their Syrian origins and a Western upbringing. The narrative further accentuates the disparity between the sisters and the refugees they encounter in Türkiye, including those from Somalia and Afghanistan. The sisters' distinctiveness is highlighted throughout the film. In Türkiye, the sisters find themselves in a bleak, unwelcoming environment, devoid of assistance. However, upon their arrival in Greece, the atmosphere shifts as Greeks and Europeans provide aid, including toys for children. The film also depicts refugees holding banners pleading for German assistance, while Merkel is shown discussing humane solutions to the crisis on television. This portrayal subtly reinforces the West as a savior through the lens of refugee experiences and Christianity. A Somali Muslim woman's decision to remove her headscarf upon nearing Germany, stating it is better not to appear too foreign, is endorsed by the film's narrative. This suggests that assimilation or acceptance by Westerners may require Muslims to adopt a Western appearance.

Throughout *The Swimmers*, Western identity is depicted as foundational and superior, while Muslim identity is associated with inferiority and underdevelopment. The sisters' experience as tourists in Istanbul is portrayed as more dire than their life as refugees in Germany. Türkiye, a Muslim-majority country, is depicted as inhospitable even for tourists, whereas a refugee camp in Germany is likened to a nightclub from the outset.

### Image 3

*Refugees Partying Wildly in Germany Refugee Camp*



The film carefully weaves this message into the refugee experiences, particularly through Sara's decision to aid refugees in Lesbos rather than in Türkiye, which hosts a significant refugee population. The film implies that true refuge is found only upon leaving Türkiye, with Sara stating, "We will be safe when we cross to Europe." The difficult conditions faced by refugees in Greece are romanticized, presenting a visually appealing image, while glossing over Greece's harsh sentencing of Sarah for aiding refugees. Interestingly, while Greece and Europe are glorified, Balkan countries like Macedonia, Serbia, and Hungary are depicted in a dark and foreboding light. This representation may reflect these countries' anti-Western stances, with fictional scenes set within their borders. The film also briefly touches on Russia's airstrikes, highlighting the state's brutality. Germany, in contrast, is portrayed as a haven and the epitome of European salvation.

### Image 5

*Refugees Migrating on Foot in Greece*



In addition, interestingly, while Greece and Europe are glorified, the Balkan countries Macedonia, Serbia and Hungary are presented in a dark and uncanny manner, as will be analyzed in detail below. It would not be wrong to say that this representation is a reflection of the anti-Western politics of these countries. As a matter of fact, many scenes that are not in the real-life story are fictionally designed as if they take place in these countries. In addition to these, especially Russia's air strikes are also shown, albeit through news reports, emphasizing the ruthlessness of the Russian state. Germany is depicted as the land of ultimate salvation representing Europe. Looking at the refugee experiences, Türkiye, Macedonia, Serbia and especially Hungary are portrayed as dangerous, uncanny, underdeveloped and uncivilized primitives. In contrast, the Christian neighborhoods of Syria, Greece, Germany and all of Europe are portrayed as the land of goodness, civilized, humane and absolute salvation.

### 5.3. The role of setting and color in the orientalist narrative

In cinema, the selection of locations for shooting scenes is a critical element that influences the narrative and ambiance of a movie. Locations embody the physical spaces where the story unfolds and can impart both explicit and implicit meanings to the audience. In this regard, location choices serve as a distinct language, capable of conveying expressions that may align or diverge from the movie's overarching language. The film's atmosphere is crafted through these chosen settings. For instance, a dark and narrow street may instill a sense of tension or peril, whereas a vast, grassy expanse can evoke feelings

of naturalness and serenity. Similarly, locations mirror the inner lives of their inhabitants, allowing inferences about the users of these spaces. Thus, locations are reflective of the characteristics and ethos of the society or culture depicted in the movie. Certain locations also carry symbolic significance, such as train stations, which often denote separation. Consequently, the choice of locations unveils the director's storytelling intent and the emotional journey intended for the audience.

Complementing spatial usage are colors. Colors, akin to locations, function as expressive tools and frequently enhance the atmosphere established by the selected settings. In this manner, they bolster or steer the emotional impact. Indeed, the film's color palette, in conjunction with the locations, shapes the overall mood of the film. Cool colors, such as blue and purple, can induce feelings of melancholy or enigma, while warm hues, like orange and yellow, impart sensations of vitality and warmth. Directors deliberately employ colors to define the scenes' atmospheres and provoke specific emotional responses from the audience, as the chosen colors directly influence the depiction of space. For example, horror films typically feature eerie atmospheres crafted with dark and somber colors, whereas romantic comedies are characterized by cheerful environments with bright and lively color selections.

Analyzing the movie *The Swimmers* in terms of atmosphere creation yields notable findings. The film exhibits no fixed color scheme; notably, as the sisters traverse different countries, both the location and color preferences evolve. This section will explore how the locations and atmospheres shift as the sisters journey through various countries and the meanings these choices generate. Sequentially, the environment and home of the Christian family in Syria are portrayed with warm colors, inviting spaces, and aesthetically pleasing settings.

#### Image 6

*An Elected Representative from Civil War-Torn Syria*



As depicted in the selected frame and other portrayals of Syria, the film represents the life within a narrow Christian context in Syria as a relaxed and cheerful summer day. The frame combines the golden hues of the sun, the cooling effect of blue, and the natural texture of green to forge a peaceful and enjoyable atmosphere. Additionally, the poolside setting signifies a communal space for relaxation and social interaction. The vibrant and colorful swimwear and inflatable toys mirror the energy and joy of summer. The golden sunlight conveys warmth and positive energy, while the blue pool water suggests coolness and refreshment. Overall, a serene holiday ambiance is established. This positive color usage and spatial selection persist in other scenes, such as Sara and Yusra's family home, the club where they socialize, the pool, the café, and more, which are not included here due to space constraints. The underlying message is that Sara and Yusra, along with their family, reside in a Syrian oasis of calm, unaffected by the war. Indeed, even as the civil war intensifies, the film continues to depict the sisters' surroundings in warm yellow and orange tones, maintaining a comforting setting. The civil war is portrayed as a distant calamity, menacing their peaceful enclave. Thus, the narrative positions this benevolent, tranquil Christian family as captives of barbaric, primitive, and inferior Muslims. Salvation is envisioned as asylum in Europe, specifically Germany, epitomized as the zenith of civilization. This representation of atmosphere in the initial part of the film undergoes a dramatic shift when the sisters

arrive in Türkiye. The color palette transitions from warm orange and yellow to cooler shades of dark green and black. Chilling and foreboding locales, perilous backstreets, are selected to depict Türkiye.

### Image 7

*Representation of an Istanbul Street*

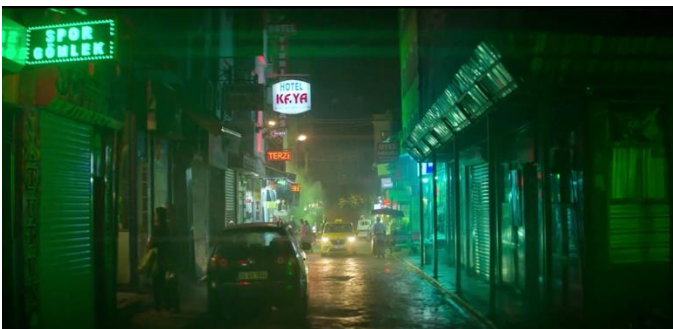


In the frame, Türkiye is portrayed as more uncanny than Syria through the director's cinematographic choices of space and color. The inclusion of a dilapidated bus as set decoration, the lighting, and the imagery of construction contribute to this eerie ambiance. Such an atmosphere is consistently evoked in all depictions of Türkiye throughout the film, coding it as a land of unsettling journeys and a perilous transit point for migrants. Despite support from the metropolitan municipality of Izmir (Izmirart, 2022), the director's comments encapsulate his view of Türkiye: "When we were shooting, Türkiye was on the red list, which meant that as filmmakers we were left to our own devices because no one could visit our set. Practically and creatively, this gave us tremendous freedom in how we shot" (Sarachan, 2022). The director, a Muslim of Welsh-Egyptian descent, seems to suggest that Türkiye is akin to a third-world country, implying that without Covid, his filming would have been subject to interference, a perspective that may be attributed to self-orientalism.

As Gökalp and Buyuran (2023) note, in this Netflix film directed by an Eastern Muslim, Türkiye is depicted as a transit country and a significant hub for migrant smuggling, beset with inadequate social opportunities and security threats both within and at its borders. The film overlooks the fact that Türkiye hosts 4 million Syrian refugees, more than any other country globally. Yet, the film meticulously and persistently portrays Türkiye as a frightening, uncertain place to be avoided.

### Image 8

*Representation of a Street Image from Istanbul*



The still from the movie, representing a street scene in Istanbul, illustrates the aforementioned points. The shot, taken at night on a rain-soaked street illuminated by neon lights, creates a mysterious, uncanny, and uncertain atmosphere. Closed shop shutters, a parked car, and distant figures contribute to a feeling of coldness and remoteness, reinforcing a sense of alienation and crafting an eerie urban atmosphere. This is precisely the sentiment the film conveys about Türkiye. The Western perception of Türkiye as an uncanny, distant, and alien place, necessitated by its geographical location, aligns with the film's portrayal. This point reveals a message far beyond the refugee issue that the Western intelligence

that made the film specifically deals with, and beyond the whole plot, the film shouts out this Western perception of Türkiye through the mouth of the Eastern Muslim director who "domesticates" it.

### Image 9

*A Hotel Room in Türkiye*



In another frame, a hotel room in Türkiye is depicted, where the sisters, possessing 10 thousand euros and visiting Türkiye as tourists, find themselves. Their choice of this particular hotel, despite having ample funds and numerous options in Istanbul, may reflect the movie producers' preference rather than the characters'. This intentionally selected location reiterates the previously emphasized message. Dark and pale color tones in this frame, representing Türkiye, create a sense of confinement and limitation. These colors amplify feelings of mystery, eeriness, and uncertainty. The subdued lamp light and wall shadows underscore the disquieting atmosphere. The film codes Türkiye as a dangerous, uncanny, and obligatory transit route filled with uncertainties. It is noteworthy that the sisters' actual experiences in Türkiye were not negative. Nevertheless, the film opts to craft this adverse perception through its choice of colors and locations. Furthermore, the movie bolsters this perception with a fabricated addition: despite the presence of women and children on a sinking boat, the Turkish coast guard is depicted as refusing to help, leaving the migrants to perish at sea. This portrayal contradicts reality, as Güngör (2024) reports that in 2023 alone, the Turkish coast guard rescued 26 thousand migrants pushed into Turkish waters from Greece. Despite these facts, the film maligns Türkiye through both the script's language and cinematographic choices such as color, space, and atmosphere. Upon reaching Greece, the sisters' subsequent destination, a different selection of location and color is introduced. As the refugees awaken on the Greek island of Lesbos, the color scheme shifts back to warm hues.

### Image 10

*Refugees on the Greek Island of Lesbos*



As depicted in the frame, the dystopian, uncanny, and perilous atmosphere associated with Türkiye is supplanted by sunny weather and shades of blue, symbolizing freedom and peace. All scenes set in Greece maintain this color scheme and similar location choices, thereby crafting a new layer of meaning that transcends the primary narrative of desperate refugees, instead portraying their plight as an unfortunate adventure under beautiful sunny skies.



**Image 11**

*A Location in Greece in the Movie*



In the frame illustrating Greece, the country is represented as a peaceful and inviting space. Light and pastel tones underscore the tranquility of the setting, with a serene sitting area nestled under the shade of trees. Throughout the film, Greece is portrayed as a welcoming environment, endowed with natural beauty and a warm climate, which stands in stark contrast to the movie's reality. Conversely, the true story reveals that the sisters endured days of hunger in Greece. While the film briefly acknowledges this hardship, it counterbalances the narrative with a scene where a public fountain is conveniently activated to aid the migrants, followed by immediate assistance from the Greek locals. The film's visual language already favors Greece through its color palette and atmosphere, and the narrative further diminishes the gravity of the sisters' ordeal with a dramatization that reverses the dire circumstances. Consequently, the moral weight of the refugees' starvation in Greece is negated by the color choices and an unrealistic plot addition.

**Image 12**

*Life Jackets Abandoned by Refugees Arriving in Greece in the Movie*



**Image 13**

*Refugees in the Greece of the Movie*



The two frames above push aside the veracity of the sisters' life story, instead coding Greece as the initial haven for refugees. Upon arrival, refugees symbolically discard their life jackets and disable their boats, signifying their entry into Europe and the end of peril. Ahead lies a path bathed in sunlight and promising horizons. Thus, when Yusra reaches Greece, she joyfully informs her family, "We are in Lesbos, we are in Europe," reinforcing the European/Western perception of Greece as the commencement of salvation.

The film disregards the sisters' actual days of starvation in Greece and the peril faced by refugees in Greek waters, such as the 15,000 refugees reported by TRT (2022) to have been pushed into Turkish territorial waters in 2021 and left to die, in favor of its overarching hegemonic narrative.

Moreover, the fact that these places, which are shown as Greece in the selected sample frames above and coded as Lesbos in the film and presented as welcoming places with bright colors and camera compositions, were shot in Çeşme on the Turkish coast (Cumhuriyet, 2022) has deeper meanings. The Western mind that makes the movie appropriates the beauty of the east and presents the east by shaping it according to its own distorted perception. This careful and deliberate design by the Welsh/Egyptian director with his American collaborators reveals exactly the nature that the Western masters and their hegemonic relations envisioned, created and shaped in the critique of orientalism/self-orientalism. As a matter of fact, while the beauty of Türkiye is attributed to Greece, Türkiye is portrayed in a dark, uncanny way.

The Mayor of Çeşme, M. Ekrem Oran, is quoted as saying, "We are carrying out very successful projects hand in hand in Çeşme, the Paradise on Earth. With its sea, history, nature, gastronomy and many other beauties, Çeşme is one of the leading tourism destinations. We think that such organizations are important for the whole world to see and know these beauties of Çeşme. It was a very successful and beautiful movie, I thank everyone who contributed" (Cumhuriyet, 2022). As a matter of fact, while the mayor was expecting an increase in the number of tourists because Çeşme would be shown in the film, the locations in the scenes shot in beautiful parts of Çeşme, in natural wonders such as Ilıca beach, were shown as Greece, thus using the beauties of Türkiye to attract tourists to Greece; moreover, Türkiye was shown as unsafe in other scenes, emphasizing that it was not an attractive and safe environment for tourists. Beyond all the other drawbacks, this is a kind of "falsehood", and considering the commercial dimension of the business, the fact that the landscapes sold as Greece are in fact Türkiye is also a kind of "fraud".

Having established this skewed portrayal of Türkiye and Greece, the film extends a similar approach to other countries. The Balkan regions, including Serbia, Macedonia, and Hungary, along the route from Greece to Germany, are depicted in an equally uncanny manner, with a shift in shooting location preferences and colors following the depiction of Greece.

#### **Image 14**

*Fencing on the Hungarian Border*



In the frame under discussion, Hungary is portrayed with a dark, ominous, and intimidating atmosphere. The film's depiction of Hungary, and the inclusion of a fictional attempted rape scene not present in the sisters' actual story, suggests a narrative choice that transcends the plot and is reflective of broader Western political themes. The portrayal of Hungary as a foreboding place, akin to Türkiye, through its spatial designs and color palette, aligns with the hegemonic Western political narrative, irrespective of the film's storyline or the true events it is based on. Indeed, it is clear that Hungary's Prime Minister Victor Orban, who has a very tense relationship with the European Union, is a persona non grata for the European Union and its states (BBC, 2018). Hence, the film's representation of Hungary, particularly

against the backdrop of its Prime Minister Victor Orbán's strained relations with the European Union, seems to echo the Western political stance, elevating it above the film's narrative.

As Gatter (2022) points out, the film also draws attention to the sexist dimension of the issue by pairing the attempted rape in Hungary with the harassment attempt of the Syrian soldier. However, it should be added to this interpretation that the Hungarian policy, which challenges Western politics, is paired with the Syrian state policy. At this point, it is seen that in the case of Hungary, as in the case of Türkiye, Western general political stance gains a meaning above the story and message of the movie. This super code of the West, which codifies itself as the absolute truth, imposes itself as a dominant "super law" above the entire message of the movie when it comes to situations concerning its own interests. This super law cancels, distorts or adapts the message of the film when necessary. This super code is active in almost all Western produced films. As Nicha argues in the case of Hollywood (2014, p.4), such films are a kind of collective production which is influenced and manipulated by news media owners, politicians, filmmakers with radical political positions, the Department of Defence and the CIA (Nicha, 2012, p.4). This is probably why, as Majzoub (2017p.9) notes, Hollywood films are full of anti-Islamic stereotypes. As can be seen, this is not a matter of cinema and art, but rather a matter of western cinema's full engagement with Western politics. The validity of this code is also seen in other elements of the film.

Germany, depicted as the epitome of this "super law," is portrayed in the film as luminous, secure, and welcoming. The arrival of the characters in Berlin is met with open arms, casting Germany, and by extension Europe, as the ultimate saviors and sanctuary for refugees. This portrayal reinforces the notion of Europe as a beacon of hope and safety, in stark contrast to the darker representations of Türkiye and Hungary within the film's narrative.

### Image 15

*A View from Berlin*



## 6. Discussion and Conclusion

Considering all these factors, when *The Swimmers* is viewed through the lens of orientalism, it becomes evident that the film exhibits a layered discourse of orientalism and self-orientalism. This discourse manifests in several ways:

*Presenting Christians as the absolute savior:* In *the Swimmers*, all active characters are Christians Yusra, Sara, and Sven. Despite the story's focus on Syrian refugees, predominantly Muslims, the film selects Christians as its protagonists. Consequently, the concepts of faith, hope, and salvation are associated with Christianity. The migration of Yusra and Sara from Syria to Germany and the revival of their hopes in a Christian town can be interpreted as symbolic of rebirth. Positive behaviors, such as swimming and enjoying life, are attributed to the Christian minority, while negative behaviors like fighting and deceit are linked to Muslims. The film's overarching message suggests that Christianity represents hope and light for humanity's salvation. In its depiction of the tribulations of a Muslim society, the film's reference to Christianity as a symbol of salvation or hope could be construed as a form of missionary activity. The Christian West, as a source of enlightenment, is positioned at the center, while the Muslim East is

portrayed as the periphery. Refugees find true salvation in Germany, where they also realize their dreams. The film presents a pyramid of salvation with the West at its apex.

*Portrayal of Muslims as evil, primitive, backward and barbaric or as victims:* The film depicts Muslim characters in two distinct ways: as barbaric terrorists or as innocent victims seeking salvation. The former represents the rebels in Syria, while the latter symbolizes Muslim refugees who migrated to Europe. Both representations are skewed. Muslims are depicted as terrorists when active and as helpless, powerless victims when passive. The film thus underscores the absolute and merited superiority of Western culture, casting the Eastern world as primitive, weak, and helpless. This establishes the hierarchy of civilizations as envisioned by the orientalist perspective. These modes of representation underscore Western cultural superiority. Muslims depicted as terrorists affirm the West's righteousness and supremacy, while those portrayed as victims seeking salvation highlight Western humanitarianism and compassion. The film's portrayal of Muslim characters solely as terrorists or helpless victims overlooks the complexity and diversity of real-world Muslim communities. This portrayal perpetuates stereotypes and a one-dimensional view of Muslims, aligning with Western media's frequent association of Islam with terrorism. The film's depiction allows the West to perceive itself as superior and to degrade the 'other.' This portrayal reflects an orientalist perspective, which positions the West as modern, civilized, and progressive, while describing the East as backward, primitive, and barbaric. The depiction of Muslim characters in the film as either barbarians or victims exemplifies this orientalist viewpoint. Nicha (2012, p.7) also notes that such negative characterizations of the East as a source of evil justify and even invite US intervention in the Middle East.

*The East is portrayed as a dark land:* The film presents Türkiye as a frightening, uncanny, and dangerous place. Countries not aligned with the West, such as Türkiye and Hungary, are depicted as eerie through the choice of locations and colors, while Greece and Germany are portrayed as paradisiacal homelands. This portrayal reinforces the stereotype of the "dark lands of the East," coding the East as subordinate to Western supremacy and as backward and dangerous compared to Western "civilization." By homogenizing the East, this approach dismisses diversity and richness, legitimizing Western dominance and superiority. The depiction of countries like Türkiye as "scary and uncanny" reflects an orientalist perspective in the film, which views the East as exotic, dangerous, and backward. This perspective emphasizes Western civilization and superiority, while defining the East as barbaric and in need of control. The portrayal of European countries like Greece and Germany as "paradise homelands" embodies the notion of Europe as the pinnacle of Western civilization, allowing the West to see itself as modern, civilized, and progressive, and to position other regions, especially the East, as inferior. However, this portrayal oversimplifies reality, ignoring the complexity and diversity of countries like Türkiye. The film's depiction of Türkiye through dark, gloomy, and uncanny environments, while being shot in bright and scenic locations like Çeşme and Alaçatı, suggests an ulterior motive. Additionally, the portrayal of Türkiye's beautiful parts as Lesbos/Brazil by an Egyptian screenwriter/director in an American/UK co-production for Netflix can be seen as the epitome of self-orientalism.

*Positive portrayal of Greece:* The film's portrayal of Greece as a positive haven for refugees, despite the sisters' actual experiences of starvation, reflects a reversal of reality. The depiction of Greece as a "rescued" region for refugees, both narratively and through the use of colors, space, and atmosphere, suggests a form of European solidarity, positioning Greece as an extension of the West. The film overlooks the actions of Greeks who did not accept refugees, pushed them back to sea, or used violence against them. Moreover, the Turkish coast guard's absence in Greek territorial waters is portrayed in a manner that implies Turkish neglect of refugees. This positive depiction of Greece contrasts with the harsher realities and appears to serve as propaganda or a political message. By presenting Greece as a "rescue zone," the film seems to commend Europe's handling of the refugee crisis, supporting a specific political or ideological stance while straying from the truth. Additionally, the implication that the Turkish coast guard abandoned refugees is likely intended to exert pressure on Türkiye from the West.

The film thus distorts international relations and offers a biased viewpoint. In summary, the favorable representation of Greece indicates that the film diverges from reality, selectively presenting information to support a particular political or ideological narrative.

All in all, the film has a very strong orientalist discourse. Moreover, the journey depicted in the film, which is presented almost as the return of "Christians" from Syria to their homeland of Germany, creates a narrative of eastern exoticism. This coincides with Kirel's (2012, p.459) observation that in films with Orientalist elements, the East is depicted as a land of fairy tales and adventure.

On the other side of all these inferences emphasizing Orientalism lies self-orientalism. As a matter of fact, the fact that the director of the movie is an Eastern Muslim reveals that self-orientalism is also immanent in all these orientalist activities. On the other hand, as Aizura (2010, pp.14-15) points out, Orientalism inherently involves Self-Orientalism. The Muslim screenwriter and director El-Hosaini distorts the story of the refugee sisters to fit the Western perspective. He adds to and subtracts from the story, and especially through cinematographic arrangements, he affirms and sanctifies the east/west hierarchy and the hegemony of the west. Moreover, it completely ignores the social dynamics of the Syrian civil war, which is also a serious social problem, and designs a narrative that will satisfy the conscience of Westerners through the Christian family it chooses. In the story it tells, there is no place for the millions of people who died in the Syrian civil war, the thousands of migrants who drowned in Greek waters, the refugee children who disappeared in Germany. Indeed, this is not an approach that the Western mind, which is also the producer of the movie, can accept. This is why El-Hosaini, despite being a Muslim himself, takes a distorted view of the Muslim issue through a Western lens. This is a product of El-Hosaini's effort to present Eastern culture and history in a way that is attractive to Western audiences rather than its own dynamics and to gain approval from Western producers. Dirlik's (1998, pp.168-169) approach of Self-Orientalism, which he interprets as the deliberate misrepresentation of one's own values and the creation of an internal other, especially in everyday cultural evolution, fits this context very well. Under the guidance of the producers, El-Hosaine distorted the historical realities of the East to fit the Western perception.

At this point, El Hosaine's answer to the question "Was the situation of women on the journey of migration something you wanted to show in this movie?" is quite enlightening:

"I was trying to show not only the situation of women refugees, but also the achievement of their goals. Ironically, if the war hadn't broken out in Syria, I don't think Yusra and Sarah would have achieved everything they have achieved. The war has turned everything upside down. Patriarchal societies are being turned upside down, women are being given new freedoms. I wanted this movie to show girls and young women that they can follow their dreams. Growing up, I never thought that Arab women could be heroes because they were never portrayed that way in movies or on television" (Ciesnik, 2023).

El Hosaine's portrayal of the Syrian civil war appears to frame it as an opportunity for a select few refugees who have realized their ambitions. In this narrative, the more than a million individuals who perished in the conflict are rendered inconsequential. Furthermore, the depiction of a patriarchal society and the suggestion that the war facilitated its downfall implies that the conflict served as a catalyst for the Westernization of Arabs. Continuing this line of thought, El Hosaine interprets the gravest drama of the 21st century as a chance for a young girl to fulfill her aspirations, adopting a distinctly orientalist viewpoint. In another discussion, El Hosaine shared his intentions for "The Swimmers," stating, "I really wanted to humanize the refugees and show young Arab women in a way that had never been seen in cinema before, and that excited me" (Zengin, 2022). From the overall work, it is inferred that 'humanizing' equates to 'Europeanizing,' tailoring the depiction of Arab women to align with Western cinematic preferences. Gatter (2023), referencing anthropologist Lila Abu Lughod (2015), highlights a scene that encapsulates the film's orientalist perspective and the director's internalization of it: "One scene, for example, depicts Shada, a veiled Eritrean woman who meets the sisters during their

journey, remarking, ‘You don’t wear hijab. You swim. I’ve never met a girl like you before.’” Gatter interprets this line as Shada voicing the West’s aspiration for the liberation of veiled Muslim women. However, Gatter contends that “Yusra and Sara are more than the Western perception of them,” suggesting that the ostensibly benevolent view is merely an acknowledgment of the director’s attempt to curry favor with Western audiences by embracing their perspective. Conversely, the director sidesteps the risks associated with the post-9/11 portrayal of Islam as the principal adversary of Western civilization, as described by Dabashi (2008, p.1). By adopting a Western-centric lens, the director secures a safe position and reduces the likelihood of alienation from the Western community.

In conclusion, the film demonstrates that the Muslim director is capable of adopting a Western perspective, highlighting the presence of Christian and European-looking individuals among the refugees. Concurrently, the film implies that stories of non-modern, non-Christian, non-European refugees, such as Muslims in burqas—a common sight among Syrians—would not merit attention, even if they perished at sea. The film errs in its representation by selecting protagonists who do not accurately reflect the refugee demographic. It manipulates the narrative, purportedly based on reality, to align with Western political narratives through plot and cinematographic alterations. This skewed portrayal of the refugee crisis offers European audiences a series of cinematographic depictions that are palatable yet fundamentally flawed.

## References

- Abu-Lughod, L. (2015). *Do Muslim women need saving?*. Harvard University Press.
- Aizura, A. Z. (2010). Feminine transformations: Gender reassignment surgical tourism in Thailand. *Medical Anthropology*, 29(4), 424-443.
- Aydemir, M. A., & Çelik, K. (2023). Approaches to silence through Scorsese's silence film: A comparison between western and eastern perspectives. *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 23-39. <https://doi.org/10.47951/mediad.1337990>
- BBC. (2018). *Avrupa Birliği demokratik prensipleri ihlâl ettiği gerekçesiyle Macaristan'a cezai yaptırım süreci başlatıyor*. BBC. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-45497715>
- Bednarek, M., (2015). Corpus-assisted multimodal discourse analysis of television and film narratives. P. Baker & T. McEnert, *Corpora and discourse studies* (pp. 63-87). Palgrave Macmillan.
- Bonaime, R. (2022). *'The Swimmers' review: Harrowing true story of olympian is undercut by bland filmmaking*. Collider. <https://collider.com/the-swimmers-review-yusra-mardini/>
- Busso, L., & Vignozzi, G. (2017). Gender stereotypes in film language: A corpus-assisted analysis. *CEUR Workshop Proceedings* (Vol. 2006). Italy.
- Cape, S.G., (2003). Addiction, stigma and movies. *Acta Psychiatrica Scandinavica*. 107(3), 163-169.
- Ciesnik, S. (2023). *'The Swimmers' tells the true story of two refugee sisters who did something extraordinary*. Infomigrant. <https://www.infomigrants.net/en/post/46214/the-swimmers-tells-the-true-story-of-two-refugee-sisters-who-did-something-extraordinary>
- Comolli, J. L., & Narboni, J. (1976). Cinema/ideology/criticism (S. Bennett, Trans.). B. Nichols (Ed.), *Movies and methods: An anthology* (pp. 22-30). University of California Press.
- Concannon, P. (2022, October 13). *The Swimmers: An affecting if baggy true-life tale of triumph against the odds*. BFI. <https://www.bfi.org.uk/sight-and-sound/reviews/swimmers-affecting-if-baggy-true-life-tale-triumph-against-odds>
- Cumhuriyet. (2022). *'The Swimmers' filminde Çeşme, Rio sahilleri olarak gösterildi*. Cumhuriyet. <https://www.cumhuriyet.com.tr/turkiye/cesmede-cekilen-the-swimmers-rio-sahilleri-olarak-gosterildi-2011583>
- Dabashi, H. (2008). *Islamic liberation theology: Resisting the empire*. Routledge.
- Debruge, P. (2022). *'The Swimmers' review: Hope floats in this mostly true story of refugee sisters from Syria*. Variety. <https://variety.com/2022/film/reviews/the-swimmers-review-1235364169/>
- Dirlik, A. (1998). Avrupa merkezcilikten sonra tarih var mı? Küreselcilik, sömürgecilik-sonrası ve tarihin inkarı. *Cogito*, 15, 251-274.
- Eksisözlük. (2022). The Swimmers. Eksi Sözlük. <https://eksisozluk.com/the-swimmers--2974996>
- Gatter, M. (2023, April). *Going beneath the surface: The subtler messages about forced displacement in 'The Swimmers'*. Allegra Lab. <https://allegralaboratory.net/going-beneath-the-surface-the-subtler-messages-about-forced-displacement-in-the-swimmers/>
- Gökalp Yılmaz, G. & Buyuran, B.H. (2023). Yüzücüler (The Swimmers) filmi üzerinden düzensiz göçmenliği okumak, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 14(54), 1436-1452. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoes.3369>
- Güngör, M. (2024). *Ege'de 2023'te geri itilen 25 bin düzensiz göçmeni Sahil Güvenlik ekipleri kurtardı*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/egede-2023te-geri-itilen-25-bin-duzensiz-gocmeni-sahil-guvenlik-ekipleri-kurtardi/3097300>
- Hall, S. (1992). The West and the rest: Discourse and power. S. Hall & B. Gieben (Eds.), *Formations of modernity* (pp. 184-226). Polity Press.
- Hammond, P. (2022, September 8). *'The Swimmers' Toronto review: Remarkable true story of Syrian sisters on a harrowing journey to compete at The Rio Olympics*. Deadline.

- <https://deadline.com/2022/09/the-swimmers-toronto-review-remarkable-true-story-of-syrian-sisters-on-a-harrowing-journey-to-compete-at-the-rio-olympics-1235109802/>
- IMDb. (2022). *Swimmers (2022) user reviews*. IMDb <https://www.imdb.com/title/tt8745676/reviews>
- İzmirart. (2022). *Netflix'in en çok izlenen filmi The Swimmers'in çekimleri İzmir'de yapıldı*. Sanat Atak. <https://www.sanatatak.com/hollywood-turkiyede/>
- Jessop, V. (2022, November 17). *The Swimmers: The incredible true story behind the new Netflix film*. Evening Standard. <https://www.standard.co.uk/culture/film/the-swimmers-netflix-olympics-refugee-true-story-b1038136.html>
- Kellner, D. (1991). Film, politics, and ideology: Reflections on Hollywood film in the age of Reagan. *Velvet Light Trap*, (27), 1-24. <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/filmpoliticsideology.pdf>
- Kellner, D. (1982). *Television myth and ritual*. Wordsworth Press.
- Kellner, D. & Ryan, M. (1988). *Camera politica: The politics and ideology of contemporary Hollywood film*. Indiana University Press.
- Khalid, M. (2014). 'Gendering orientalism': Gender, sexuality, and race in post-9/ 11 global politics. *Critical Race and Whiteness Studies*, 10 (1), 1-18. [www.acrawsa.org.au/files/ejournalfiles/231Khalid201416.pdf](http://www.acrawsa.org.au/files/ejournalfiles/231Khalid201416.pdf)
- Kırel, S. (2012). *Kültürel çalışmalar ve sinema* (1. bs). Kırmızı Kedi Yayınları.
- Lattanzio, R. (2022, 8 September). *'The Swimmers' review: This uninspiring migrant drama doesn't dive deep*. IndieWire. <https://www.indiewire.com/criticism/movies/the-swimmers-review-netflix-syrian-refugee-drama-1234760360/>
- Abdel Meguid, R. (2020). Orientalism goes to the movies: A critical discourse analysis of The Dictator. *Cairo Studies in English*, 2020(1), 129-157. <https://doi.org/10.21608/cse.2021.147193>
- Majzoub, M. (2017). Orientalism and eurocentrism in Hollywood: A critical analysis of "Rules of Engagement". Academia. [https://www.academia.edu/35135052/Orientalism\\_and\\_Eurocentrism\\_in\\_Hollywood\\_A\\_Critical\\_Analysis\\_of\\_Rules\\_of\\_Engagement\\_Film](https://www.academia.edu/35135052/Orientalism_and_Eurocentrism_in_Hollywood_A_Critical_Analysis_of_Rules_of_Engagement_Film)
- Nair, S. (2022, 26 Kasım). *The Swimmers: The true story behind two Syrian refugees' swim for freedom*. Collider. <https://collider.com/the-swimmers-true-story-syrian-refugees/>
- Nicha, J. (2012). *Orientalism and post-colonialism: Depicting Arab imagery in Hollywood movies*. Academia. [https://www.academia.edu/6468674/Orientalism\\_and\\_Postcolonialism\\_Depicting\\_Arab\\_imagery\\_in\\_Hollywood\\_movies](https://www.academia.edu/6468674/Orientalism_and_Postcolonialism_Depicting_Arab_imagery_in_Hollywood_movies)
- Özden, Z. (2004). *Film eleştirisi*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Persaud, A. (2022). *'The Swimmers' review: A resounding tale of hardships and hope*. FilmSpeak. <https://filmspeak.net/movie-reviews/2022/9/11/the-swimmers-review-a-resounding-tale-of-hardships-and-hope-tiff-22>
- Rechtshaffen, M. (2022, 9 September). *'The Swimmers' review: A crowd-pleasing drama of struggle, sisterhood and olympic dreams*. The Hollywood Reporter. <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-reviews/the-swimmers-sally-el-hosaini-netflix-tiff-1235214207/>
- Roman, J. (2022, 28 November). *The Swimmers review: A gripping true story of remarkable Syrian sisters*. MovieWeb. <https://movieweb.com/the-swimmers-review-netflix/>
- Simons, R. (2022, September 13). *Is 'The Swimmers' based on a true story? Netflix film origins explained*. Newsweek. <https://www.newsweek.com/swimmers-based-true-story-yusra-mardini-sara-netflix-film-1760044>
- Said, E. (1998). *Oryantalizm* (N. Uzel, Trans.). İrfan Yayıncılık.



- Said, E.W. (2003). *Orientalism* (3rd ed.). Penguin.
- Saldaña, S. (2022, 13 December). *Netflix's 'The Swimmers' is a true story of refugee sisters-with more than one hero*. America Magazine. <https://www.americamagazine.org/arts-culture/2022/12/13/swimmers-netflix-refugee-mardini-sisters-244328>
- Sarachan, R. (2022, November 17). *'The Swimmers' tells remarkable true story of refugee sisters with big dreams*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/risasarachan/2022/11/17/the-swimmers-tells-remarkable--true-story-of-refugee-sisters-with-big-dreams/?sh=27c3fb2ef9cd>
- Shohat, E., & Stam, R. (2014). *Unthinking eurocentrism: Multiculturalism and the media*. Routledge.
- Syed, A. (2022, 23 March). *The inspiring true story behind Netflix's The Swimmers*. Time. <https://time.com/6236203/the-swimmers-true-story-netflix/>
- Theis, B. (2022, 26 September). *The real story behind Netflix's The Swimmers: Yusra Mardini shares what she has learnt through her journey from war-torn Syria to the Olympics*. Harper's Bazaar. <https://www.harpersbazaar.com/uk/culture/culture-news/a41983020/the-swimmers-netflix-real-story-yusra-mardini/>
- Trthaber. (2022). *Yunanistan binlerce göçmeni ölümüne itti*. TRT Haber. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/yunanistan-binlerce-gocmeni-olumune-itti-652194.html>
- Wedding, D. & Boyd, M.A. (1999). *Movies and Mental Illness*. McGraw-Hill.
- Zengin, P. (2022). *Yüzücüler film incelemesi*. Cinemali. <https://www.cinemali.net/yuzuculer-film-incelemesi-denizde-insanlar-oluyor-haberleri-yok/>
- Zilko, C. (2022, 31 December). *'The Swimmers' star Manal Issa was 'devastated' by the film's 'Orientalist cliches'*. IndieWire. <https://www.indiewire.com/features/general/manal-issa-the-swimmers-orientalist-1234795367/>

## Article Information Form

**Authors' Contributions:** The article was written solely by one author. The author has read and approved the final manuscript.

**Conflict of Interest Disclosure:** No potential conflicts of interest were declared by the author.

**Copyright Declaration:** The author own the copyright of his work published in the journal and his work is published under the CC BY-NC 4.0 license.

**Support/Supporting Organizations:** No grants were received for this research from any public, private or non-profit sectors.

**Ethical Approval and Participant Consent:** It is declared that scientific and ethical principles were complied with during the preparation of this study and that all studies utilized are mentioned in the bibliography.

**Plagiarism Statement:** This article has been scanned by iThenticate.



## Üniversite Öğrencileri Üzerinde Sosyal Medya Influencerlarının Etkisi

### *The Effect of Social Media Influencers on University Students*

Müzeyyen Çatkafa<sup>1\*</sup>   
Özlem Altunsu Sönmez<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi, Konya, Türkiye, muzeyyencatkafa@gmail.com

<sup>2</sup> Selçuk Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü, Konya, Türkiye, ozlemaltunsu@gmail.com

\* Sorumlu Yazar/Corresponding Author



Geliş Tarihi/Received: 10.05.2024  
Kabul Tarihi/Accepted: 24.06.2024  
Yayımlanma Tarihi/ Available Online: 27.06.2024

**Öz:** Bu çalışmada sosyal medya üzerinden Influencerların üniversite öğrencileri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Web 2.0 teknolojik araçların gelişimi ile kullanıcılar sosyal medyada artık tüketici olmaktan çıkarak üretici konuma da gelebilmişlerdir. Böylece, çeşitli platformlarda (Twitter, Instagram ve YouTube vs) içerik üreterek diğer kullanıcılar üzerinde etki sahibi olmaya başlamışlardır. Bu bağlamda örneklemimizin yaş grubu da göze alındığında benlik inşa sürecinin devam ettiği görülmekte ve Influencerların bunun üzerine de etki edebileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda Selçuk Üniversitesi'nin 9 farklı fakültesinde öğrenim gören toplam 548 lisans öğrencisi bu çalışmanın örneğini oluşturmuştur. Araştırma da katılımcılar basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve bu nicel araştırma verilerinin bulguları SPSS 22 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada betimsel analiz olarak; frekans tabloları, ortalama ve standart sapma sonuçlarına yer verilirken, cinsiyete dayalı ve faktör analizi ile belirlenen influencer etki alt boyutları ile farklılıkların tespitinde ise Independence sample T-test analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Z kuşağı üniversite öğrencileri üzerinde influencerların olumlu ve olumsuz etkileri olduğu, internette geçirilen sürenin çoğunluğunun sosyal medyada geçirildiği, en fazla Instagram kullanıldığı, kişisel gelişim, çevre ile ilişkiler, eğitim hayatı ve kültürel-siyasi-dini etkiler alt boyutlarında erkeklerin kadınlardan anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, Z-kuşağı, Benlik, Influencer

**Abstract:** In this research, the effects of Influencers on university students via social media were investigated. With the development of Web 2.0 technological instruments, users have become producers in social media rather than consumers. Thus, they started to have an impact on other users by producing content on various platforms (Twitter, Instagram and YouTube, etc.). In this context, considering the age group of our sample, it is seen that the self-construction process continues and it is thought that influencers may have an impact on this. In this context, a total of 548 undergraduate students studying at 9 different faculties of Selçuk University constituted the sample of this study. In the research, participants were selected by simple random sampling method and the findings of this quantitative research data were analyzed with the SPSS 22 statistical package program. Frequency tables, mean and standard deviation results were used as a descriptive analysis while Independence sample T-test was used in determining differences with influencer influence sub-dimensions determined by gender and factor analysis. As a result of the research, influencers have positive and negative effects on Generation Z university students, the majority of the time spent on the internet is spent on social media, Instagram is used the most, and men differ significantly from women in the sub-dimensions (personal development, relations with the environment, educational life and cultural-political-religious influences) has been detected.

**Keywords:** Social media, Generation Z, Self, Influencer

### Extended Abstract

Although there is no innate self, the self-construction process takes place through interactions. The produced self reproduces itself through new experiences and interactions. Therefore, self is a social process as well as an individual (Demir, 2020, p. 232). For this reason, the self is not an element that is present at birth, but a developing element. In other words, the self is formed as a result of the individual's

**Cite as (APA 7):** Çatkafa M., & Altunsu Sönmez Ö. (2024). Üniversite öğrencileri üzerinde sosyal medya influencerlarının etkisi, *Medya ve Kültür*, 4(1), 64-83. <https://doi.org/10.60077/medkul.1481610>



social experience process as a whole and the relationships he establishes with other individuals participating in this process (Mead, 2021, p. 165). Interactions that could only be established in a certain area, at a certain time and with a certain number of people in the past can now be established at anytime, anywhere and with a much larger number of people. Therefore, the process of self-construction has now become much more comprehensive and even more complicated. In this context, the opportunities offered by social media platforms have introduced great innovations to people's lives. These innovations have also led to some changes in the individual's identity, which expresses his social aspect, and his self, which reveals who he is as an individual. With all these opportunities offered by technology and the expansion of both the speed and usage area of the internet, old habits and ways of working in all human social areas have changed, and these changes have caused many new concepts to enter our lives. One of these concepts that we are familiar with today is social media (Çalışkan & Mencik, 2015, p. 257).

In the research, in addition to the demographic information form, a 5-point Likert style question group consisting of 55 statements was prepared by the researchers to find out the level of trust in influencers and the extent to which influencers are effective in which areas. Afterwards, factor analysis was used to test whether the expressions could be differentiated. As a result of the statistical calculation, it was seen that the questions were divided into 7 factors. However, during this separation, questions that were not suitable for this grouping, those that were divided into more than one factor, and those with a factor loading value below .300 were excluded from the scope of the research and were not evaluated. After the appropriate separation was completed, the remaining expression groups were evaluated as sub-dimensions. The question group is divided into 38 questions and 7 factors. These are the influencer trust level, the effects of influencers on mental and psychological areas, the effects of influencers on appearance, the effects of influencers on hobbies and personal development, the effects of influencers on relationships with the environment (family, friendship, etc.), the effects of influencers on educational life, the cultural/political effects of influencers. /its effects on religious issues. Factor loadings were calculated based on those with .300.

Generation definitions in the literature are made according to birth dates. Accordingly, those born between 1946 and 1964 are defined as Baby Boomers, Generation X between 1965 and 1979, Generation Y between 1980 and 1994, and Generation Z between 1995 and 2009 (Goh & Lee, 2018). While the generation before 1946 is defined as the Silent generation, the Alpha generation comes after the Z generation. The most important feature of Generation Z is its predisposition to technology. This generation, which has been on the internet since the moment they were born, plays a much more active role in the use of technology, especially the use of the internet and social media, than other generations.

The most common reason why the participants follow the Influencers that they follow is that they share about their interests and provide informative content with 13.2%. In the ranking of being followed, "I follow when it appears on the stream" ranked first with 45.8%. The participants stated the positive effects of the influencers they followed, stating "it increased my motivation and made me feel happy" with a maximum of 22.4%. The second positive effect is 18.2% in shopping, fashion, make-up and decoration options. Those who said they made better use of their free time came in third place with 14%. Those who said they did not see any positive effects constitute 3.2% of the participants. A total of 73.8% of the participants mentioned the negative effects of influencers, while 27.2% stated that they did not have any negative effects. The most negative impact is seen in the option of not liking the city, house, clothes and appearance with 28.7%. It can be said that influencers are effective in creating a negative self-perception. While 12.2% stated that their motivation decreased and they felt unhappy, 9.6% participants stated that influencers had negative effects because they spent less time with their family, friends and people with whom they had emotional relationships.

According to the effect dimensions obtained after factor analysis and the T-test results, which examined whether there were differences by gender, statistically significant differences were found between

personal development, relations with the environment, educational life and cultural, political and religious influences. In addition, no significant difference was found between gender and religious content when comedy/humor, book/movie/series etc. content was analyzed. However, women share more about fashion/make-up, life routine, art, music, travel, food, education/motivation and personal development than men while men share more sports, digital games, science/technology and political/ideological content than women.

For future studies, it is recommended to conduct field studies in different cities, to include other generations other than Generation Z for sample selection, to address the research topic in a multidimensional way, to examine the effects on different occupational groups, and to examine the research topic with different variables such as education and social status.

## 1. Giriş

Giderek artan dijitalleşme sonrası özellikle de web 2.0 teknolojik araçların gelişimi pasif ve tüketici durumda olan öznenin aktif bir özneye dönüşümüne yol açmaktadır. Dijital dünya insanlığa birçok yenilik sunmaktadır. Gelişen teknoloji, yaygın hâle gelen sosyal medya platformları yeni kelimeler ortaya çıkarmış ve bu kelimelerin anlamları günden güne değişen içeriklerle yeniden doldurulmaya başlanmıştır. Bu bağlamda özellikle sosyal medyada içerik üreten kullanıcıların sayıları gün be gün artış göstermiştir. Bu içerik üretmeye başlama süreci artık yeni bir meslek olarak da sıklıkla duyular hâle gelmeye başlamıştır. Özellikle Z kuşağı bu artan popülariteden daha fazla etkilenmiş ve kolay yoldan para kazanma isteği onlarda da artış göstermiştir. Türkçe’de influencer olarak yer eden kavram İngilizce “influence” kelimesinden gelerek etkilemek, nüfuz etmek anlamında kullanılmaktadır. Bu bağlamda; sosyal medya platformlarında kitleleri etkileme gücü bulunan, takipçileri tarafından bir otorite figürü, bilirkişi ya da kanaat önderi kabul edilen kişilerle birlikte “influencer” kavramı ortaya çıkmıştır. Influencerlar; sosyal medyada belirli bir takipçi kitlesi bulunan, takipçilerini düşünce ve önerileriyle etkileme gücüne sahip kişilerdir (Kıran, Yılmaz, & Emre, 2019, s. 101). Influencerlar kısaca eylemleri ve eylemleri yoluyla başkalarını etkileyen kişi demektir. Influencerın statüsü ve popülaritesi belirleyici bir rol oynamaktadır. Buna bağlı olarak da influencer, yetkisi ve popülarlığı sayesinde başkalarının fikirlerini ve davranışlarını etkileyebilir (Jahnke, 2018, s.4). Önceleri ürün almak, aldırarak, reklam yapmak üzerinden şekillenen etkileme süreci beraberinde o kişilerin hayat tarzına ilgi duymayı, özenmeyi ve hatta onlar gibi olmayı getirmeye başlamıştır. Sonrasında bir nevi takip süreci başlayarak ne yerler ne içerler, nerelere giderler, nerelerden alışveriş yaparlar ve hatta evlerinin içine kadar giren paylaşımlarla kullanıcıların öncelikle merak etmelerini sağlayan ve sonrasında hayat tarzını kopyalamasına neden olan bir sürece de dönüşebilmektedir. Bu durum sadece satın alma, marka ya da alışkanlıklarını değil aynı zamanda bireysel benlik ve toplumsal kimliklerinin inşasında da etkili olabilmektedir. Günümüzde hemen herkesin sahip olduğu akıllı telefonlar aracılığıyla kolayca erişilebilen sosyal medya uygulamaları da zaman içerisinde değişerek yeni özellikler kazanmış ve bu özellikler sayesinde sosyal medya çok yönlü bir hâl alarak iletişim, iş, hobi, eğlence, alışveriş, sağlık, eğitim, ekonomi gibi birçok alanda kullanılır hâle gelmiştir.

Yaşanan bu gelişmelerle birlikte, bireyler geçmişte sadece yakın çevresiyle etkileşime geçebiliyorken, günümüzde bu etkileşimler uzam-zaman sınırlamalarının ötesine geçmiş ve herkesle kurulabilir hâle gelmiştir. Esas amacı “influence etmek” yani etkilemek olan influencerlar ise, sosyal medya uygulamaları aracılığıyla gerçekleşen etkileşimlerin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Tüm bu gelişmeler, Goffman’ın insanın çevresiyle kurduğu etkileşimlerle benliğini inşa ettiği düşüncesinin, sosyal medya uygulamalarıyla değişen hayatlarımızda nasıl gerçekleştiğinin incelenmesini gerekli kılmıştır.

Literatürdeki kuşak tanımlamaları doğum tarihlerine göre yapılmaktadır. Buna göre 1946-1964 arası doğanlar Baby Boomerlar, 1965-1979 arası X kuşağı, 1980-1994 arası Y kuşağı ve 1995-2009 arası Z kuşağı olarak tanımlanır (Goh & Lee, 2018). 1946 öncesi kuşak Silent kuşak olarak tanımlanırken, Z kuşağı sonrasında da Alpha kuşağı gelmektedir. Z kuşağını farklı yıllara göre tanımlayanlarda vardır. Z

kuşağı 1995 yılında veya sonrasında doğanlar olarak tanımlayanlar olduğu gibi (Bassiouni & Hackley, 2014; Williams & Page, 2011) 2000 sonrası doğanlar olarak da literatürde tanımlanabilmektedir (Oblinger & Oblinger, 2005). Bu kuşağın bilinen en önemli özelliği teknolojiye olan yatkınlığıdır. Doğdukları andan itibaren internetin içinde olan bu kuşak teknoloji kullanımına özellikle de internet ve sosyal medya kullanımı konusunda diğer kuşaklara göre çok daha aktif rol oynamaktadırlar.

Gündelik hayatın içerisinde yapılan paylaşımlar ve tüm olup bitenleri göz önünde yaşama durumu etki alanını da çok yönlü bir hâle getirmiş; sosyal medya platformlarında kullanıcıların influencer paylaşımlarının altına yaptığı yorumlar netnografi tekniğiyle incelenmiş ve insanların bizatihi benliklerinin de influencer etkisi altında olduğu görülmüştür. Teknolojinin günümüzdeki gibi gelişmediği ve yaygınlaşmadığı eski dönemlerde bireyler tüm bu süreçleri bizatihi yakın çevresiyle kurduğu yüz yüze ilişkilerle gerçekleştirirken, başka bir deyişle yalnızca yakın çevresiyle sosyalleşerek ve etkileşim içerisine girerek benliğini geliştirirken, yaşadığımız dönemde teknolojinin geldiği nokta bu süreçlerin yalnızca yakın çevreyle sınırlı kalmamasına yol açmıştır. Küçük yaşlardan itibaren pek çok bireyin sahip olduğu akıllı cep telefonu, bilgisayar, tablet gibi teknolojik araçlar artık uzak yakın fark etmeksizin herkesin birbiriyle sosyalleşebildiği, etkileşim içerisine girebildiği bir sosyal ağa dâhil olmasını beraberinde getirmiştir. Bahsedilen teknolojik araçlar sayesinde erişilen YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat vb. sosyal medya uygulamaları, “influencer” olarak adlandırılan ve tek tek bireylerden başlayarak toplumu etkilemeyi kendine görev edinmiş kişilere ulaşımı kolaylaştırmıştır. Bu sayede özellikle teknolojinin kucağına doğan Z kuşağı, influencer etkisine diğer kuşaklara nazaran daha açık görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında Z kuşağının influencerlardan etkilenme düzeyleri bireyin benlik oluşumu ve gelişimini diğer insanlarla kurduğu etkileşime dayandıran “Sembolik Etkileşim” yaklaşımı çerçevesinde incelenmesi ve Z kuşağı bireylerinin influencerlarla kurduğu etkileşimin benlik gelişimleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığına bakılıp, aynı zamanda onların benlik süreçlerinin nasıl etkilenebileceğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda; demografik değişkenlerin yanı sıra influencerların neden takip edildiği, hangi platformlardan takip edildiği gibi sorular ve özellikle benlik inşa süreci bağlamında influencerların olumlu ve olumsuz etkileri gibi özgün sorular, ilerde influencer olmayı isteme ve takip etiği içeriklere yönelik sorular da sorulmuştur. Daha derin boyutta etkiye bakmak üzere oluşturulan soru grubuna yapılan faktör analizi sonrasında influencerların güven ve etki alanlarının belirlenmesi hedeflenmiştir.

## **2. Benliğin İnşasında Sosyal Medya Etkisi**

### **2.1. Benlik**

Benlik kavramı kısaca “kişinin kendisinin ne olduğunu söyleyebileceği her şeyin toplamı” olarak ifade edilebilir (Özen & Gülaçtı, 2010, s. 22). İlk kez benliği farklılıklar çerçevesinde ele alan Lecky’e göre bireyler kişilik yapılarını ve değer sistemlerini dünyaya geldikleri ilk andan itibaren oluşturmaya ve geliştirmeye başlar ve bu oluşturdukları benlik temsillerine göre davranırlar (Gürcan, 2015, s. 14). Benlik daha çok bireyin “ben kimim, ne olmak istiyorum, dışarıya karşı nasıl görünmek istiyorum, ilgi ve yeteneklerim neler, diğer insanlar beni nasıl görüyor” gibi çoğunlukla bireyin içsel sorgulamalarına verdiği cevaplar iken, kimlik bir toplum içinde kim olduğumuzla da ilgilidir. Buna göre kimlik en geniş anlamıyla, hem kişinin kendisini nasıl gördüğü ve hem de toplum tarafından nasıl görüldüğü ile ilgili olarak bireyin tüm özelliklerini kapsar (Aşkın, 2007, s. 213). Kimlikler aktörlerin anlam kaynağıdır ve bizatihi kendileri tarafından bireyselleşme sürecinde inşa edilir. Bu çerçeveden kimlikler, toplumsal egemen kurumlardan kaynaklanabilirler de yalnızca toplumsal aktörler onları içselleştirdiğinde ve kendi anlamlarını bu içselleştirme etrafında şekillendirdiğinde kimlik hâline gelirler (Castells, 2006, s. 12-13). Başkalarıyla kurduğumuz etkileşimler ve onlardan aldığımız geri dönütler, benlik inşa sürecimizi yönetir ve yaş aldıkça önceki benliğimizi de yıkıp yenisini inşa ederiz. İnsanın her şeyden

önce sosyal bir varlık oluşu, etkileşim kurduğu diğer insanlara ve çevrelere göre benliğini inşa etmesini ve hatta “yeniden” inşa etmesini açıklar niteliktedir.

Doğuştan gelen bir benlik söz konusu olmamakla birlikte benlik inşa süreci etkileşimler ile gerçekleşir. Üretilen benlik, yeni deneyim ve etkileşimlerle kendini yeniden üretir. Bundan dolayı benlik, bireysel olduğu kadar toplumsal bir süreçtir (Demir, 2020, s. 232). Bu sebeple benlik doğuştan mevcut olan değil, gelişim gösteren bir unsurdur. Başka bir deyişle benlik, bireyin bir bütün olarak toplumsal deneyim süreciyle ve bu sürece katılan diğer bireylerle kurduğu ilişkilerin sonucunda oluşur (Mead, 2021, s. 165). Hood, benlik inşa etme sürecinin çocukluk dönemiyle sonlanmayacağını, yetişkinlerin de benlik yanılımasını sürekli geliştirip detaylandıracağını ve değişik durumlara uyum sağlamayı öğreneceğini söyler (Hood, 2019, ss. 17-18). Kısacası benlik inşası, öncelikle bireyin içine doğduğu aileyle birlikte oluşmaya başlar ve sosyalleşme süreci boyunca devam eder. Sosyalleşme süreci içerisinde birey, diğer dünyaları keşfeder ve yeni roller benimser. İlk olarak ailesiyle kurduğu ilişkilerin ve aldığı geri dönütlerin etrafında benliğini geliştiren birey, yenedünyaları keşfedince benliğini yıkıp yeniden inşa eder (Cirit, 2021, s. 165). Geçmişte yalnızca belirli bir alanda, belirli bir zamanda ve belirli sayıda insanlarla kurulabilen etkileşimler artık her an, her yerde ve çok daha fazla sayıda insanla kurulabilmektedir. Dolayısıyla benlik inşa süreci artık çok daha kapsamlı ve hatta çok daha komplike bir hâle gelmiştir. Bu bağlamda sosyal medya platformlarının sunduğu imkânlar, insanların hayatına büyük yenilikler sunmuştur. Söz konusu yenilikler, bireyin sosyal yönünü ifade eden kimliği ve bireysel olarak kim olduğunu ortaya koyan benliği üzerinde de birtakım değişimlere yol açmıştır.

Gündelik yaşam sosyolojisinin öne çıkan isimlerinden Goffman, insan etkileşimleri ve benlik üzerine literatüre önemli bir katkı sunmuştur. Mikro sosyolojik çalışmalarıyla Goffman, “birlikte var olmanın” karmaşık doğasını anlamaya ve anlatmaya çalışmıştır. Goffman, her şeyden önce her insanın, diğer katılımcılarla yüz yüze veya dolaylı yoldan irtibat kurmasını gerektiren bir toplumsal karşılaşmalar dünyasında yaşadığını söyler. İnsan bu temasların her birinde “rol” denilen şeyi canlandırır. Bu roller, kişinin üstlenmeyi isteyip istememe inisiyatifine bağlı olmaksızın en nihayetinde mutlaka edineceği rollerdir (Gofman, 2021, s.15). Rol, bu bağlamda sosyalleşmenin temel birimidir. Bir toplumdaki yükümlülükler roller aracılığıyla bireye tahsis edilir ve onların gerçekleştirilmesi için düzen oluşturulur (Gofman, 2020, s.91). Günlük yaşamda benliğin sunumu adlı eserinde Goffman, kişilerarası etkileşimde arzulanan benliği göstermek için insanların sergilediği performansları, sahne önü ve arkasındaki insan davranışlarını karşılaştırarak tiyatro oyunu ile örneklendirir. Etkileşimler boyunca katılımcılar birer oyuncu olarak görülmektedir (Kavut, 2018, s. 3). Bu sebeple performansın, durumun idealize edilmiş bir görüntüsünü sunduğu düşüncesi oldukça yaygındır. Bu çerçeveden benliğin asıl sahibi aktif hâldeki aktör değil, aktör-seyirci arasındaki etkileşimdir. Başka bir deyişle sahnede performansını sergileyen kişi ile performansı izleyen kişi arasındaki etkileşimden doğan bir üründür. Bu metaforik yaklaşıma göre insanın maskesiz olduğu yer ise sahne arkasıdır. İnsan gözlemlenmediğinde maske takmaya ihtiyaç duymaz ve esas benliğini, arzuladığı ve idealleştirdiği benlikten şu veya bu ölçüde ayırarak yaşar. Ancak yine de yenedünya düzeninde geline nokta da gerek başkalarının “-miş gibi” sergilediği benliklerin cazibesi, gerekse de bir kimlik ve benlik kazanımının öneminin artması insanları sahne arkasında da kimi zaman maske takmaya, kendini idealize ettiği benliğe sahip olduğuna gözler önünde değilken de inandırmaya yöneltmektedir. Dolayısıyla günümüzde sosyal medya araçları ve bu araçlarla birlikte göz önünde olan influencerlar, bireylerin benlik inşa sürecini farklı bir noktaya taşımaktadır. Başka bir deyişle, bu etkiler altında gelişen benlik, bireylerin yalnızca sosyal medyada gördüğü ve kendisinin de sadece orada sergilediği benlik olmakla kalmayıp, kalıcı bir benlik olma eğilimindedir.

## **2.2. Sosyal medya ve influencer etkisi**

### **2.2.1. Sosyal medya**

Teknolojinin sunduğu tüm bu imkânlar ve internetin hem kullanım hızının hem de kullanım alanının genişlemesiyle insana dair tüm sosyal alanlarda eski alışkanlıklar ve iş görme biçimleri değişikliğe

uğramış, bu değişiklikler de hayatımıza birçok yeni kavramın girmesini sağlamıştır. Günümüzde aşına olduğumuz bu kavramlardan biri de sosyal medyadır (Çalışkan & Mencik, 2015, s. 257). Sosyal medya, web 2.0'ın kullanılmaya başlamasıyla geleneksel medyanın tek yönlü içerik paylaşımını "çift yönlü içerik alışverişi" ne dönüştüren yeni medya aracı ve kullanıcıların içerik ürettiği interaktif bir iletişim platformudur. Yeni medya unsurlarının ve dolayısıyla sosyal medyanın, geleneksel medya unsurlarından farkı sayısallık, taşınabilirlik, eş zamansızlık, etkileşimlilik, kitlesizleştirme, kişiselleştirebilme ve yöndeşme kavramları çerçevesinde ortaya koyulabilir (Altunay, 2015, s. 412). Sayısaldır; dijital bir ekran üzerinde işlenen veriler söz konusudur. Taşınabilir; bilgisayar, tablet, telefon vb. araçlarla erişim imkânı sunar. Eş zamansızdır; kullanıcıların aynı anda etkileşim kurması zorunlu değildir. Gönderici istediği an ileti paylaşabildiği gibi alıcı da istediği ya da uygun olduğu an (genellikle çevrimiçi olduğu durumlarda) bu iletiden haberdar olabilmektedir. Etkileşimlidir; kullanıcılar karşılıklı olarak birbirini etkileme ve paylaşımında bulunma imkânına sahiptir. Kitlesizdir; her ne kadar kitlelere yönelik olsa da bir o kadar da özele inebilmektedir. Dolayısıyla bir kaynaktan birden çok alıcıya veri, bilgi ya da haber akışı sağlanabileceği gibi yalnızca bir alıcıya özel veri, bilgi, haber akışı da gerçekleşebilmektedir. Böylelikle her kullanıcıya farklı içerik sunulabilmektedir (Kırık, 2017, s. 235).

Sosyal medya platformlarının sunduğu imkânlar, insanların hayatına büyük yenilikler sunmuştur. Söz konusu yenilikler, bireyin sosyal yönünü ifade eden kimliği ve bireysel olarak kim olduğunu ortaya koyan benliği üzerinde de birtakım değişimlere yol açmıştır. Hemen herkesin sahip olduğu küçük teknolojik araçlar, içerisinde dünyanın büyük bir çoğunluğunun dâhil olduğu sosyal ağları barındırmaktadır. Bu sosyal ağlar, bireyin en az yakın çevresinde bulunan diğer insanlar kadar, hatta belki onlardan daha da fazla etkileşime girdiği zaman-uzam sınırlamalarının ötesine geçen kullanıcıları kapsamaktadır.

Goffman, bireyin toplumsal eyleme bütün bir kişi olarak değil, özel bir sıfat ve statüyle katılım gösterdiğini öne sürerek özel bir benlikle bireyin her ortamda kimliğine bağlı olarak ayrıştırılması gerektiğini ifade etmiştir. Günümüzde sosyal medya da kendi muhtevasında toplumsal bir ortam oluşturmayı başarmıştır. Dolayısıyla Goffman'ın bahsi geçen özel benlik ile ilgili ifadesi sosyal medya için de geçerlidir. Burada birey, kendini özgürce ifade edebilir (Özdemir & Yıldırım, 2019, s. 181). Dolayısıyla sosyal medyanın sağladığı bu özgürlük ve herkesle kurulabilen etkileşimler, kullanıcılara sosyal ağlar üzerinden dijital/sanal bir benlik inşa etme olanağı sunar. Hood, sanal benliğin oluşum sürecinin önemini "Kim olduğumuzu tanımlayan diğerlerinin varlığıdır" sözüyle özetlemiştir. Bu sözden hareketle sosyal medya platformunda yer alan bir bireyin, sosyal ağlarında ekli olan ya da herhangi bir şekilde takip ve etkileşim içerisinde bulunduğu bireylerden etkilenerek benliğini inşa ettiği söylenebilir (İşman, Buluş, & Yüzüncüyıl, 2016, s. 608). Schroeder'e göre sanal dünya bireylere gerçek hayatlarında yaşadıkları maddi sıkıntıları unutturur, bireye kendini yeniden ifade etme imkânı sunar ve bireylere sadece kendi hayal güçleriyle sınırlı yapay bir şekilde geliştirilmiş bir dünyada yaşama vaadi verir. Böylece sanal gerçeklik, sahip olduğu ve sunduğu sistemle insanları kendine çeker (akt. Ayan, 2016, s. 42).

Sanal benlik, geleneksel benlikle karşılaştırıldığında kullanıcısı tarafından daha aktif bir şekilde yönetilebilmekte, sosyal olarak inşa edilmekte ve oluşturulma sürecinde daha az kısıtlama söz konusu olmaktadır. Tüm bu gelişmeler, benlik konusunda önemli değişiklikleri barındırmaktadır. Dolayısıyla benlik konusu ele alınırken, artık sadece sanal olmayan parçasının göz önünde bulundurulması yeterli olmamaktadır. Böylece sanal benlik, benlik araştırmalarında önemli bir konuma ulaşmaktadır (Sabah, 2016, s. 119). Diğer taraftan öncelikle sanal platformlar içerisinde inşa edilen ve varlığını özgürce sunma imkânı bulan sanal benlik, zaman içerisinde bireyin şu veya bu ölçüde gerçek hayatta sahip olduğu ve yakın çevresiyle kurduğu ilişkilere de aktarılmaya başlanmakta, birey önceleri "-mış gibi" yaptığı benlik özelliklerini zaman içerisinde daha da içselleştirmektedir. Sosyal medya platformları hayatımıza girmeden önce benlik, bireyin ailesi, arkadaşları, dinî ve siyasi görüşü, ekonomik durumu vb. gibi unsurlarla şekillenirken; dijital çağda benlik inşası sosyal medyanın görünen yüzleri influencerlar

etkisinde de şekillenmektedir. Hemen her yaş grubundan insanlar hayatına dair sahip olduğu annelik, babalık, öğretmenlik, doktorluk vb. gibi sosyal kimlikleri çerçevesinde influencer etkisine maruz kalmakla birlikte, özellikle Z kuşağı bireyleri bu etkilere hayatının tüm alanlarında maruz kalabilmektedir. Dolayısıyla bu etki onlar için daha bütüncül ve benlikleri üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olabilmektedir. Influencerlar ile kendilerini özdeşleştirmeye, onları rol model almaya, yaşam tarzlarını, stillerini ve düşüncelerini benimsemeye başlamaktadırlar.

Web teknolojilerinin gelişimi her bir aşamada kullanıcılarına yeni imkânlar sunmakta, yeni bakış açıları oluşturmakta ve aynı zamanda bu sayede daha çok insanı kendisine çekmektedir. Bu çerçevede web 1.0 teknoloji evresine baktığımızda az sayıda yazar, çok sayıda okuyucu için oluşturulmuş web sayfaları ön plana çıkmaktadır. Burada temel işlev, kullanıcıların bilgiye erişimidir ve insanlar doğrudan kaynağa giderek bilgi alabilmektedir. Web 1.0, birçok kaynaktan “read-only web” ve dilimizdeki hâliyle “salt okunur web” olarak ifade edilmektedir. Başka bir deyişle ilk web yalnızca bilgi aramaya izin vermiş ve kullanıcı etkileşimi veya içerik katkısı konusunda çok az imkân sunmuştur. Dolayısıyla burada kullanıcılar yalnızca gözlemci, tüketici yani pasif bir konumda yer almıştır. İlk kez 2004 yılında O'Reilly Media tarafından kullanılmaya başlayan web 2.0 teknolojileri ise pasif konumdaki tüketiciye içeriğe katkıda bulunma ve diğer kullanıcılarla etkileşim kurma imkânı vermiştir ve bu sayede onları aktif bir üretici hâline getirmiştir. Bilgisayar teknolojilerinde bir devrim niteliğinde olan bu gelişme sayesinde tüm dünya birbirine bağlı hâle geldi ve insanlar anlık olarak tüm dünyadan kolayca haber almaya, tüm dünyayla iletişim kurmaya başlamışlardır (Naik & Shivalingaiah, 2008, ss. 500-501) Kullanıcılara birçok konuda aktiflik sunan web 2.0 araçlarıyla yapılabilecek şeylerden bazıları şöyle sıralanabilir; sosyal ağları kullanabilir, online içerik yazabilir, yorum yapabilir, paylaşabilir. Bu noktada web 2.0 teknolojisinin, araştırma konumuzun temelini oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde web 2.0 tabanlı dijital medya teknolojileri gündelik hayatın bir parçası hâline gelerek ve yediden yetmişe her yaş grubunu bünyesine dâhil etmiştir. İnsanlar hem diğerlerinden anlık olarak haber alabilme ne giydiklerini ne yediklerini ne okuduklarını ne izlediklerini, kiminle gezdiklerini ve nereye gittiklerini görme, hem de kendilerininkini onlara gösterme imkânı bulmuşlardır. Bu durum nihayetinde, web 2.0 ile birlikte sirayet eden Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi yeni medya unsurlarının özelde bireylerin (benliklerin), genelde ise toplumun ve toplumsal yapının üzerinde büyük bir etkiye ve dönüştürücü güce sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Sosyal medya uygulamalarında kullanıcı önce anonim ya da gerçek kimliğiyle bir hesap oluşturur. Bu hesap üzerinde istediği bilgileri paylaşma ya da gizleme imkânına sahiptir. Oluşturulan hesap üzerinden diğer kullanıcılarla bağlantı kurar ve bu bağlantılar sosyal medya uygulamalarının içeriğine göre “arkadaşlar”, “takipçiler”, “hayranlar”, “kişiler” gibi adlandırmalarla listelenir. Sosyal medya uygulamalarının içerik farklılığı, sadece bu bağlantıların farklı adlandırılmasıyla kalmaz; paylaşılan içerik ve bilgiler, etkileşim biçimleri ve geri bildirimler noktasında da farklılık gösterir.

### **2.2.2. Influencer etkisi**

Tüm zamanlarda insanların gerek politik gerek dinî ve gerekse de hayati nedenlerden ötürü düşünce ve kararlarında diğerlerinden etkilendiği açıktır. Bu çerçevede başkalarını yönlendiren ve etkileyen liderler karşımıza çıkmaktadır. Katz ve Lazarsfeld tarafından 1944 yılında bu liderler “kanaat önderleri” olarak adlandırılmıştır. Kanaat önderleri, her türlü konu hakkında bilgisine başvuru, çok yönlü ve insanları etkileme gücü yüksek kişilerdir. Günümüz çerçevesinde bakıldığında ise influencerlar, geçmişte kanaat önderi olarak adlandırılan kişilerin dijital dünyaya uyarlanmış hâlidir denilebilir. Bu kanaat önderleri belirli konulardaki çalışmaları ve deneyimleriyle sosyal platformlarda görünürlük kazanan, takipçileri üzerinde tepki üretme kabiliyetine sahip olan ve Türkçede etkileyici/etkileyen olarak karşılık bulan kişilerdir (Yağcı, 2019, ss. 30-31). Influencer olmak günümüzde bir meslek hâline gelmiş ve insanlar bu etki mekanizması sayesinde, etkilediği oranda para kazanmaya başlamıştır. Bu çerçevede söz konusu kanaat önderleri bilgi ve mesajı kendi yorumunu katarak iletikten sonra toplum



üzerinde yeni bir bakış açısı sunmak ve ciddi bir yönlendirme gerçekleştirmekle kalmamakta; bunun yanı sıra paylaşımına açık, yorumlayıcı ve tepkici bir sistemin oluşmasına sebep olmaktadır. Bu yeni kanaat önderleri sayesinde iki basamaklı iletişim akışı; asıl mesaj, ileten ve yorumlayan kanaat önderi, mesajı alan ve yeniden yorumlayan okuyucu/takipçi, beğenen ve yeniden paylaşan grubu içeren dörtlü bir akışa geçmiştir (Sabuncuoğlu & Gülay, 2014, s. 4).

Dijital iletişim ortamında dünyanın her yerinden insanlar, herhangi bir konu hakkındaki duygu, düşünce ve önerilerini kolaylıkla paylaşır hâle gelmiştir. İnsanlar hemen her gün filmler, ilişkiler, yiyecek ve içecekler, kıyafet ve moda, gündelik hayat pratikleri vb. birçok konuda düşünce ve önerilerini paylaşmaktadır (Balta Peltekoğlu & Tozlu, 2018, ss. 288-289). Bu paylaşımların sosyal medya uygulamalarının muhtevasına göre diğerleriyle etkileşimlerinin sınırı çizilebilse de örneğin gizli profillerin yalnızca takip eden kişiler tarafından görülebilmesi ve açık profillerin herkes tarafından görülebilmesi gibi, genellikle gönüllülük esası ön plandadır. Kullanıcılar kendi beğeni ve zevklerine göre paylaşımında bulunan diğer kullanıcıları takip ederek onlarla etkileşime girmektedir.

Influencer kavramına yeniden değinirsek öncelikle influencer ile fenomenlerin aynı olmadığını söylemek gerekir. Çoğunlukla birbirileri yerine kullanılabilirle beraber eş değer değildir. Influencere olan güven düzeyi yüksekken milyonlarca kişiye hitap eden fenomenler takipçileri üzerinde aynı güveni sağlayamamaktadır. Bu bağlamda kısa bir fenomen tanımı yaparsak: Fenomenler yaptıkları sıra dışı eylemlerle viralleşmiş kişilerdir diyebiliriz. influencer'lar ise, bir alanda uzman olan ve kendi hayat tecrübelerini paylaşan, takipçilerinin güvenini kazanmış kişilerdir. Fazla takipçisi olan influencer'lar elbette fenomenleşebilmektedir fakat her fenomen influencer olamamaktadır (Erdensoy, 2018). Ayrıca influencerlar, sosyal medya platformlarında etkili ve nitelikli takipçi kitlesi ile etkileşim içerisinde olan ve tüketicilere sunup tanıttıkları ürünün markalaşma sürecine ve tüketici satın alma davranışına destek olan reklam ajansı yönetimi çatısı altında çalışan kişi ya da gruplardır (Sarıtaş, 2018, s. 66). Bu bağlamda influencerların etkileme gücünün çok daha fazla olduğunu ve bunu da öncelikle bu alanda bilgi sahibi oldukları düşüncesine karşı tarafı ikna edebilecek düzeyde güven verdikleri söylenebilir. Sahip oldukları uzmanlıkla da pek çok marka ile iş birliği de yaparak bu yolla ciddi paralar kazanan kimseler de olabilmektedirler.

Influencerların takipçileri üzerindeki en görünür etkisi ise satın alma, reklamcılık ve pazarlama alanlarında ön plana çıkmaktadır. Yaptığı paylaşımlarla belirli bir takipçi kitlesine ulaşan influencerlar kimi zaman kendi kullanıp memnun kaldığı kimi zaman ise markalarla iş birliği yaparak kendisine tanıtım yapması için ücretsiz olarak gönderilen ürünleri dener ve takipçileriyle paylaşarak ürün hakkında gözlem ve önerilerini aktarır. Bu önerilerin ardından etki düzeyini arttırmak adına ürünlerin linki paylaşılır ve ekran yukarı kaydırılarak ya da paylaşılan linke tıklayarak doğrudan ürünün satış sayfasına gidilir. Bu çerçevede takipçileri tarafından güvenilen ve sevilen influencerların söylem ve önerilerinin onlar üzerinde etkili olduğu söylenebilir (Balta Peltekoğlu & Tozlu, 2018, s. 289).

Konuyla ilgili olarak yapılan influencer takip etme ve takibi bırakma sebeplerinin araştırıldığı bir çalışmanın sonuçlarına göre, bu sebeplerin üç ana kategori altında toplandığı tespit edilmiştir: Gelişme, amaç ve gerçeklik. Her bir kategori için influencerlar olumlu ve olumsuz olarak iki uç noktada değerlendirilmektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre kullanıcıların kişisel gelişimleri için ilgi duydukları alanlarda eğitici paylaşımlar yapan influencerları sıkı bir şekilde takip ettiği tespit edilmiştir (Tokay & Akın, 2021, s. 57).

Influencerlar ile ilgili olarak Türkiye'de yapılmış çalışmalara bakıldığında; konunun genellikle reklamcılık, işletme, halkla ilişkiler, radyo televizyon gibi farklı alanlar çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Bu araştırmaların içeriklerinde; tüketici şüpheciliği ve influencerların satın alma niyeti ve kararına etkisi (Keskin, 2022; Önem, 2022), gençlerin marka algısına etkisi (Albayrak, 2020), trans medya hikâyeciliği (Pınarbaşı, 2022), kozmetiğin yeni medyada algı yaratışı (Macit, 2020), lüks marka yönelimi (Gökkaya, 2020), sosyo-demografik faktörlerin tüketicilerin sosyal medya fenomenlerine

yönelik algıları üzerinde etkisi (İbrahimova, 2019), markayı tüketiciye tanıtmaya biçimleri (Kızıl, 2021), seyahat odaklı sosyal medya kanaat önderlerinin deneyimleri (Yılmaz, 2020), sosyal etki pazarlaması bağlamında YouTuberların iletişim stratejileri (Çayır Tahtalı, 2018) gıda takviyesi satın alma sürecinde influencer etkisi (Özcan Kuru, 2023), gösterişçi tüketim pratikleri (Soral, 2022), yiyecek içecek işletmelerinde tüketici satın alma karar süreci (Özen, 2020), şeklin gençler üzerindeki etkileri (İren, 2019), medya fenomenlerinin benlik sunumlarına etkileri (Özkök, 2019), tüketim, markalaşma, reklam gibi konularda influencerlardan etkilenme (Meşe, 2022; Hussain, 2022; Kır, 2020; Türkol, 2020; Erdoğan, 2020) ve influencerlara yönelik tutum ve güven duygusu çerçevesinde yürütülen çalışmalar (Yıldırım, 2022; Eti Kavaklı, 2022; Kemeç, 2020; Güneç Bahçelik, 2022; Erarslan Tuğcu, 2022) şeklinde farklılaştığı görülmektedir. Ayrıca; influencerları takip etme ve takibin bırakılması sebeplerinin araştırılması ile ilgili (Tokay & Akın, 2021) çalışmalara da rastlanmaktadır.

### 3. Yöntem

Araştırmada demografik bilgi formu yanı sıra araştırmacılar tarafından influencerlara duyulan güven düzeyini ve influencerların hangi alanlarda ne düzeyde etkili olduğunu öğrenmek için 55 ifadeden oluşmuş 5'li likert tarzında soru grubu hazırlanmıştır. Bu soruların hazırlanmasında öncelikle sosyal medya üzerinden netnografi tekniğiyle yapılan gözlemlerle bireylerin influencerların paylaşımlarına yaptığı yorumlar incelenmiş ve araştırma soruları hazırlanmıştır. Sonrasında yapılan faktör analizi ile ifadelerin ayrışıp ayrışmayacağı test edilmiştir. Yapılan istatistik hesaplama sonucunda soru grubunun Kaiser-Meyer-Olkin değeri (KMO=0,934) olduğu ve 7 faktöre ayrıştığı görülmüştür. Ancak bu ayırım sırasında ayırma uygun olmayan sorular; birden fazla faktöre ayrılan, .300 altında yük değeri olanlar araştırma kapsamının dışında bırakılmış ve değerlendirmeye alınmamıştır. Uygun ayrışma tamamlandıktan sonra kalan ifade grupları alt boyutlar olarak değerlendirilmeye alınmıştır. Soru grubu 38 soru ve 7 faktöre ayrılmış ve birinci faktör "influencer güven düzeyi" (8 soru), ikinci faktör "influencerların zihinsel ve psikolojik alanlarda etkileri" (4 soru), üçüncü faktör "influencerların dış görünüş üzerine etkileri" (5 soru), dördüncü faktör "influencerların hobi ve kişisel gelişim üzerine etkileri" (6 soru), beşinci faktör "influencerların çevre ile (aile, arkadaşlık vb.) kurulan ilişkilerde etkileri" (5 soru), altıncı faktör "influencerların eğitim hayatı üzerine etkileri" (3 soru), yedinci faktör "influencerların kültürel/siyasi/dini konulardaki etkileri" (5 soru) olarak ayrıştırılmıştır. Faktör yükleri .300 olanlar üzerinden hesaplanmıştır.

İfade grubunun alt boyutları için güvenilirlik analizi de yapılmıştır. Analiz sonucuna göre Cronbach's Alpha katsayısı tüm alt boyutlarda %0,70'nin üzerinde olduğu hesaplanmıştır. Bu durum ifade grubunun yüksek derecede güvenilir sonuç verdiğini göstermektedir. Veriler SPSS 22.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve betimleyici analizlerden frekans, ortalama, standart sapma kullanılırken değişkenler arası farkları görmek için Independence Sample T-test kullanılmıştır. Bu çalışmayı yürütmeye başlamadan önce araştırmada kullanılacak ölçek ve formların uygunluğuna dair Etik Kurul Onayı alınmıştır. 26.08.2022 tarihli yazı 2022/106 nolu karar ile T. C. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilimse Etik Değerlendirme Kurulu Toplantı ve Karar Tutanağı ile birlikte uygulanacak tüm formların yayın etiği ve bilimsel araştırma açısından uygun olduğuna oy birliği ile karar vermiştir.

### 4. Araştırma Bulguları

**Tablo 1**

*Cinsiyete Göre Dağılım*

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	346	63,1
Erkek	202	36,9
Toplam	548	100,0

Çalışmaya katılan üniversite öğrencisi katılımcıların cinsiyet dağılımını gösteren Tablo 1'e bakıldığında katılımcıların %63,1'i kadın, %36,9'u ise erkeklerden oluşmaktadır.

**Tablo 2**

*Yaş, Aylık Gelir, İnternette ve Sosyal Medyada Geçen Süre Dağılımı*

	Toplam	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	St. Sapma
Yaş	548	17	26	20,58	1,54012
Aylık Gelir	548	2000	90000	11722,77	10731,4905
İnternette geçen süre	548	1	18	4,78	2,43516
Sosyal medyada geçen süre	426	1	15	3,60	2,05326

Tablo 2 katılımcıların yaş, aylık gelir, internette geçirdikleri süre ve sosyal medyada geçirdikleri süreleri göstermektedir. Katılımcıların yaşına baktığımızda en düşük 17 en yüksek 26 olduğu görülürken yaş ortalaması 20,6 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların aylık gelirleri 2000 ile 90000 arasında değişmekle beraber ortalaması 11.722 olarak bulunmuştur. Araştırma eylül-kasım 2022 arasında yapıldığı için o dönemin asgari ücret rakamı olan 5500 Türk lirası üzerinden değerlendirme yapılmalıdır. Katılımcıların internette ortalama 4,8 saat geçirdikleri ve bunun 3,6 saatinin ise sosyal medyada geçtiği görülmektedir. Bu da internette geçen zamanın büyük çoğunluğunun sosyal medya da geçtiğini gösterir niteliktedir.

**Tablo 3**

*Fakülteye Göre Dağılım*

Fakülte Dağılımları	Sayı	Yüzde
Edebiyat Fakültesi	109	19,9
Hukuk Fakültesi	54	9,9
Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	33	6,0
İletişim Fakültesi	80	14,6
Güzel Sanatlar Fakültesi	41	7,5
Spor Bilimleri Fakültesi	78	14,2
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	23	4,2
Eczacılık Fakültesi	64	11,7
Teknoloji Fakültesi	66	12,0
Toplam	548	100,0

Araştırma kapsamında Selçuk Üniversitesi'nin dokuz farklı bölümünde eğitim öğrenim gören 548 öğrenci bulunmaktadır. Tablo 3'e göre katılımcılar en fazla %19,9 ile edebiyat fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. İkinci sırada %14,6 ile iletişim fakültesi öğrencileri yer alırken, onu %14,2 ile spor bilimleri öğrencileri takip etmektedir. En az katılımcılar ise sırasıyla iktisadi idari bilimler, mimarlık ve tasarım fakültesi ve güzel sanatlar fakültesi öğrencilerinden olmuştur.

**Tablo 4**

*Sosyal Medya Uygulamalarına Göre Dağılımı*

Sosyal Medya Uygulamaları	Sayı	Yüzde
Instagram	509	31,8
Twitter	296	18,5
YouTube	469	29,3
Facebook	59	3,7
Snapchat	206	12,9
Whatsapp	42	2,6
Tiktok	14	0,9
Twitch	5	0,3
Toplam	1600	100,0

Katılımcıların sosyal medya uygulamalarından hangilerinin en fazla kullandıklarını gösteren Tablo 4'de en fazla kullanılan uygulamanın %31,8 ile Instagram olduğu, onu %29,3 ile YouTube ve %18,5 ile

Twitter'ın takip ettiği görülmektedir. Burada katılımcılara kullandıkları uygulamalar sorulduğu için multiple purpose üzerinden frekans tablosu çıkarılmıştır. Literatürde Instagram'ı en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak tespit eden araştırmalarla (İren, 2019; Yılmaz, 2019) bu çalışmanın sonucu benzerlik göstermektedir.

**Tablo 5**

*Takip Edilen Influencer'ı Çevreden Kimlerin Takip Ettiğine Göre Dağılım*

	Sayı	Yüzde
Arkadaşım takip ediyor	291	49,3
Kardeşim takip ediyor	62	10,5
Annem/babam takip ediyor	15	2,5
Kuzenim takip ediyor	59	10,0
Erkek/kız arkadaşım takip ediyor	55	9,3
Hiçbiri	108	18,3
Toplam	590	100,0

Katılımcıların takip ettiği influencerları çevrelerinden başka kimlerin takip ettiğini gösteren Tablo 5'de en çok %49,3 ile arkadaşlarının da takip ettiği görülmektedir. Erkek/kız arkadaşı da buna eklersek bu oran %58,6'ya yükselmektedir. Kardeş ve kuzen takibi de %10,5 ve %10 olarak ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. En az çevreden takip eden annem/babam takip ediyor seçeneği olmuştur. Bu bağlamda Z kuşağı olarak tanımlanan katılımcıların en fazla arkadaşlarından etkilendikleri söylenebilir.

**Tablo 6**

*Takip Edilen Influencer'ı Takip Düzeyi*

	Sayı	Yüzde
Akıfta çıkınca bakarım, profiline girip bakmam	251	45,8
Arada profiline girer bakarım	201	36,7
Sıklıkla profiline girer bakarım	35	6,4
Sürekli profiline girer bakarım	14	2,6
Cevapsız Seçenek	47	8,6
Toplam	548	100,0

Katılımcıların takip ettikleri influencerları nasıl takip ettiklerini gösteren Tablo 6'da en fazla akıfta çıkınca takip ederim seçeneği %45,8 ile ilk sırada yer almaktadır. Arada bir profiline bakarım diyenler %36,7 iken sıklıkla ve çok sık bakarım cevabını ise toplamda %9 katılımcı vermiştir.

**Tablo 7**

*Katılımcıların Takip Ettiği Influencerı Takip Etme Nedenleri*

	Sayı	Yüzde
Gündemden haberdar olmak	151	8,4
Günlük hayatını merak etmek	115	6,4
Boş zamanlarımı değerlendirmek	211	11,7
Sosyalleşmek	82	4,6
Alışveriş/moda/makyaj/dekorasyon bilgi ve tavsiyeleri	179	10,0
Spor ve beslenme ile ilgili bilgi ve tavsiyelerini öğrenmek	133	7,4
Eğitim/motivasyon/kişisel gelişim alanlarıma katkı sağlaması	173	9,6
İlgi alanlarına yönelik paylaşımlar bilgilendirici içerikler	237	13,2
Yaptığı paylaşımların beni eğlendirmesi ve mutlu etmesi	225	12,5
Dış görünüş olarak güzel/yakışıklı olması	119	6,6
Samimi ve güvenilir olması	171	9,5
Toplam	1796	100,0

Katılımcıların takip ettikleri influencerları neden takip ettiklerini gösteren Tablo 7'ye göre takip nedenleri arasında en çok %13,2 ile ilgi alanlarıma yönelik paylaşımlar yapması ve bilgilendirici içerikler sunması, %12,5 ile yaptığı paylaşımların beni eğlendirmesi ve mutlu etmesi ve %11,47 ile boş

zamanlarını değerlendirme seçenekleri yer almaktadır. Katılımcılar en az %4,6 ile sosyalleşmek amacıyla influencerları takip ettiklerini belirtmişlerdir. Literatürde çalışmanın sonuçlarına benzer çalışmalara rastlanmış ve kullanıcıların kişisel gelişimleri için ilgi duydukları alanlarda eğitici paylaşımlar yapan influencerları sıkı bir şekilde takip ettiği bulgusu görülmüştür (Tokay & Akın, 2021, s. 57).

**Tablo 8***Takip Edilen Influencerın Olumlu Etkileri*

	Sayı	Yüzde
Gündemle ilgili gelişmelerden anlık olarak haberdar oluyorum	173	10,2
Eğitim hayatımda daha başarılı olmamı sağladı	75	4,4
Motivasyonum arttı, mutlu hissetmemi sağladı	379	22,4
Kendimi geliştirdim/geliştiriyorum	172	10,2
Ekonomik durumumun iyileşmesini sağladı	22	1,3
Alışveriş/moda/makyaj/dekorasyon konusunda	136	18,2
Spor ve beslenme alışkanlığım değişti ve fiziksel olarak daha sağlıklıyım	90	5,3
Daha güzel yemek yapabilmeye başladım	60	3,5
Boş zamanlarımı daha iyi değerlendirme/hobi edinme	238	14,0
Ailemle/arkadaşlarım/duygusal ilişkimi olumlu yönde etkiledi	122	7,2
Bana herhangi bir şey kazandırmadı/kazandırmıyor	54	3,2
Toplam	1694	100,0

Takip edilen influencerların kendilerine olan olumlu etkilerinin görüldüğü Tablo 8'e bakıldığında katılımcıların en fazla %22,4 ile motivasyonum arttı, mutlu hissetmemi sağladı seçeneğini olumlu gördükleri tespit edilmiştir. İkinci olumlu etki alışveriş, moda, makyaj, dekorasyon seçeneğinde %18,2 olarak yer almaktadır. %14 ile boş zamanlarımı daha iyi değerlendirdiğini söyleyenler üçüncü sıra da yer almıştır. Hiçbir olumlu etki görmediğini söyleyenler katılımcıların %3,2'sini oluşturmaktadır. Bu durumda geri kalan %96,8 ise olumlu katkıları farklı seçeneklerde belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun influencerların olumlu etkileri olduğunu belirtmesi dikkat çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkar.

**Tablo 9***Takip Edilen Influencerın Olumsuz Etkileri*

	Sayı	Yüzde
Eğitim hayatım etkilendi, kariyer yapmanın gerekli olmadığı	73	8,0
Motivasyonum azaldı, mutsuz hissediyorum	102	12,2
Ekonomik durumum kötüleşti	42	4,6
Geleceğimle ilgili umutlarım azaldı	76	8,3
Yaşadığı şehri, evi, kıyafet, dış görünüşü beğenmeme	262	28,7
Kötü beslenmeye başladım ve fiziksel aktivite azaldı	22	2,4
Ailem, arkadaşlarım, duygusal ilişkim geçirilen zaman azalması	88	9,6
Herhangi bir olumsuz etkisi olmadı	249	27,2
Toplam	914	100,0

Tablo 9 takip edilen influencerların olumsuz etkilerini göstermektedir. Öncelikle katılımcıların toplamda %73,8'i influencerların olumsuz etkilerinden bahsederken %27,2'si ise herhangi bir olumsuz etkisinin olmadığını belirtmiştir. En fazla olumsuz etki %28,7 ile yaşadığı şehri, evi, kıyafetlerini, dış görünüşü beğenmeme seçeneğinde görülmektedir. Influencerların olumsuz bir benlik algısı yaratmakta etkili olduğu söylenebilir. %12,2 ise motivasyonunun azaldığını ve kendini mutsuz hissettiğini belirtirken, %9,6 katılımcı ise ailesi, arkadaşları ve duygusal ilişki içinde bulunduğu kimselere daha az vakit ayırdığı için olumsuz etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Eğitim hayatım etkilendi, kariyer yapmam gerekli değil, geleceğimle ilgili umutlarım azaldı seçeneklerindeki oranlarda oldukça düşündürücüdür.

Tüm seçenekler beraber değerlendirildiğinde yine influencerların benlik tanımı üzerinde olumsuz etkilerinin daha yüksek oranlarda ifade edildiği görülmektedir.

**Tablo 10**

*Takip Edilen Influencer Etkisiyle Vazgeçilen Düşünce/Eylem/Alışkanlık Olup Olmaması*

	Sayı	Yüzde
Evet	93	17,0
Hayır	318	58,0
Emin Değilim	107	19,5
Cevapsız Seçenek	30	5,5
Toplam	548	100,0

Takip edilen influencer etkisiyle vazgeçilen ya da bırakılan herhangi bir düşünce/eylem/alışkanlık olup olmadığı sorusuna verilen cevaplar Tablo 10'da gösterilmiştir. Katılımcıların %58,0'ı influencer etkisiyle herhangi bir düşünce/eylem/alışkanlığından vazgeçmediğini, %19,5'u emin olmadığını, %17'si ise vazgeçilen ya da bırakılan düşünce/eylem/alışkanlıkları olduğunu belirtmişlerdir.

**Tablo 11**

*Katılımcıların Influencer Olmayı İsteyip İstememe Nedenleri*

	Sayı	Yüzde
Evet	104	19,0
Hayır	309	56,4
Emin Değilim	113	20,6
Toplam	526	96,0
Cevapsız Seçenek	22	4,0
Toplam	548	100,0

Katılımcıların influencer olmak isteyip istemedikleri kategorik olarak sorulmuş, verilen cevaplar Tablo 11'de gösterilmiştir. Katılımcıların %19,0'u bir gün influencer olmak istediğini söylerken, %20,6'sı emin olmadığını, %56,4'ü ise influencer olmak istemediğini ifade etmiştir. Burada elbette üniversite öğrencileri üzerine uygulama gerçekleştiği için öncelikle kendi eğitimleri doğrultusundaki mesleklerine yönelmek isteyecekleri düşünülebilir. Ancak farklı yaş ve eğitim gruplarında sonuçların farklılaşacağı düşünülmektedir.

**Tablo 12**

*Katılımcıların Influencer Olmayı İsteme Nedenleri*

	Sayı	Yüzde
Geleceğimle ilgili kaygılarının olması	49	7,8
Okuduğum bölümün geleceğe dair bir garanti sunmaması	33	5,3
Yaşam koşullarının zor olması	55	8,8
Ekonomik açıdan daha kolay bir şekilde gelir elde etmek	85	13,6
Daha iyi bir evde yaşamak	57	9,1
Çok sayıda kişiye ulaşmak ve önemsenmek	71	11,4
Toplum tarafından kabul görmek ve onaylanmak	43	6,9
Saygı duyulan biri olmak	68	10,9
Markalarla iş birliği, hediye olarak kıyafet/makyaj malzemesi/yiyecek almak	66	10,6
Yurt içi ve yurt dışı istediğim her yere gidebilmek ve gezilebilmek	83	13,3
Boş zamanlarımı değerlendirmek	11	1,8
Eğlence ve hobi için	4	0,6
Toplam	625	100,0

Influencer olmak istediğini ifade eden katılımcıların neden influencer olmak istedikleri Tablo 12'de yer almaktadır. İlk sıralarda %13,6 ile ekonomik açıdan daha kolay bir şekilde gelir elde etmek için ve

%13,3 ile yurt içinde ve yurt dışında istediği her yere gidebilmek ve gezebilmek seçenekleri yer almaktadır. Onları %11,4 ile çok sayıda kişiye ulaşmak ve önemsenmek cevabı takip eder. Saygı duyulan biri olmak, markalarla iş birliği, hediye olarak kıyafet/makyaj malzemesi/yiyecek almak ve daha iyi bir evde yaşamak gibi cevaplar da nispeten yüksek oranda seçilmiştir. Buradan hareketle itibar ve statü kazanmak için de influencer olmak önemsenmekte ve ekonomik koşulların ardından ikinci bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

**Tablo 13***Katılımcıların Takip Ettiği Influencer Paylaşım İçerikleri*

İçerik	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	St. Sapma
Moda/makyaj	524	1,00	3,00	1,91	0,91301
Spor	525	1,00	3,00	2,14	0,85779
Komedi/mizah	528	1,00	3,00	2,62	0,66098
Yaşam Rutini	521	1,00	3,00	2,12	0,82525
Sanat	525	1,00	3,00	2,25	0,80114
Müzik	529	1,00	3,00	2,46	0,72761
Seyahat	519	1,00	3,00	2,28	0,79337
Yemek	521	1,00	3,00	2,22	0,83952
Eğitim/motivasyon	527	1,00	3,00	2,30	0,78945
Kişisel gelişim	517	1,00	3,00	2,28	0,79661
Dijital oyunlarla ilgili içerikler	523	1,00	3,00	1,77	0,86649
Bilim/teknoloji	521	1,00	3,00	2,18	0,81221
Kitap/film/dizi vb. inceleme	531	1,00	3,00	2,33	0,78388
Siyasi ve ideolojik içerikler	521	1,00	3,00	1,85	0,84081
Dini içerikler	392	1,00	3,00	1,68	0,78264

Benlik gelişim süreci için kullanıcıların ilgi alanları ve dolayısıyla takip edilen influencerların da yaptığı paylaşımların içerikleri önem taşımaktadır. Bu nedenle katılımcıların hangi tür içerikler üreten influencerları takip ettiği Tablo 13'ten görülmektedir. Üçlü likert olarak sorulan soruda en fazla 2.62 ortalama ile komedi/mizah, sonrasında 2.46 ortalama ile müzik ve 2.30 ortalama ile eğitim/motivasyon nedeniyle takip edildiği görülmektedir. En düşük takip nedeni 1.68 ile dinî içeriklerde görülmektedir. Literatürde de takip edilen fenomenlerin özelliklerine bakıldığında en fazla moda/kişisel bakım, müzik ve oyun/eğlence alanları ön plana çıkmaktadır (İren, 2019, s. 79). Araştırma sonucumuzdaki yüksek ortalama değerleri ile bu bulguların örtüştüğü görülmektedir.

**Tablo 14***Influencer Güven Düzeyi ve Etki Alanları ile Cinsiyet İlişkisini Gösteren T-Testi*

	Cinsiyet	Sayı	Ortalama	St. Sapma	T	P (2-tailed)
Güven	Kadın	288	2,8542	0,81258	-,184	0,854
	Erkek	156	2,8710	0,97421		
Zihinsel ve Psikolojik etkiler	Kadın	304	2,3347	0,99256	-1,258	0,209
	Erkek	166	2,4578	1,05372		
Fiziksel görünüm	Kadın	315	2,4025	0,93917	,167	0,867
	Erkek	168	2,3869	1,05175		
Kişisel gelişim	Kadın	304	2,1924	0,87008	-2,556	0,011
	Erkek	170	2,4324	1,03656		
Çevre ile ilişkiler	Kadın	308	1,8026	0,88062	-5,642	0,000
	Erkek	165	2,3806	1,14726		
Eğitim hayatı	Kadın	311	2,2304	1,05992	-2,500	0,013
	Erkek	170	2,4941	1,18517		
Kültürel/siyasi/dinî etkiler	Kadın	323	1,9540	0,83575	-5,337	0,000
	Erkek	170	2,4655	1,09265		

\*p<0,05

Tablo 14, yapılan faktör analizi sonrasında elde edilen etki boyutları ile cinsiyete göre farklılık olup olmadığına bakılan T-test sonuçlarını göstermektedir. Bu tabloya göre sadece kişisel gelişim, çevre ile ilişkiler, eğitim hayatı ve kültürel siyasi dinî etkiler ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Kişisel gelişim alt boyutunda ( $p=0.011$ ) erkeklerin (2.43) kadınlardan (2.19) daha fazla etkilendiği görülmektedir. Aynı şekilde çevre ile ilişkilerde de ( $p=0.000$ ) erkekler (2.38) kadınlardan (1.80) daha yüksek ortalama puan almışlardır. Eğitim hayatı etkisinde ise  $p=0.13$  anlamlılık düzeyinde yine erkekler (2.49) kadınlardan (2.23) yüksek ortalama puana sahiptirler. Kültürel siyasi dinî etkiler ile cinsiyet arasında da erkekler lehine (2.46)  $p=0.000$  düzeyinde anlamlı bir farklılaşma tespit edilmiştir. Güven alt boyutu erkekler ve kadınlarda yakın ortalama puana sahipken anlamlı bir farklılık bulunamamasına rağmen erkekler zihinsel ve psikolojik etkiler alt boyutunda (2.46) kadınlardan (2.33) daha yüksek ortalamaya sahipken fiziksel görünüm alt boyutunda ise kadınlar (2.43) erkeklerden (2.40) daha yüksek ortalama puan alarak ayrılmışlardır.

**Tablo 15**

*Influencer Paylaşım İçerikleri ile Cinsiyet İlişkisini Gösteren T-Testi*

	Cinsiyet	Sayı	Ortalama	St. Sapma	T	P (2-tailed)
Moda/Makyaj	Kadın	336	2,2798	0,84235	15,898	0,000
	Erkek	188	1,2553	0,61940		
Spor	Kadın	331	1,9697	0,84512	-6,180	0,000
	Erkek	194	2,4329	0,80035		
Komedi/mizah	Kadın	337	2,6083	0,67766	-,595	0,552
	Erkek	191	2,6440	0,63158		
Yaşam Rutini	Kadın	330	2,1970	0,81810	2,711	0,007
	Erkek	191	1,9948	0,82397		
Sanat	Kadın	335	2,3612	0,76467	4,311	0,000
	Erkek	190	2,0526	0,82768		
Müzik	Kadın	336	2,5506	0,68923	3,584	0,000
	Erkek	193	2,3109	0,76834		
Seyahat	Kadın	330	2,3333	0,79001	2,127	0,034
	Erkek	189	2,1799	0,79186		
Yemek	Kadın	330	2,2848	0,82001	2,440	0,015
	Erkek	191	2,0995	0,86179		
Eğitim/Motivasyon	Kadın	335	2,3582	0,76803	2,400	0,017
	Erkek	192	2,1875	0,81623		
Kişisel gelişim	Kadın	329	2,3313	0,79803	2,072	0,039
	Erkek	188	2,1809	0,78710		
Dijital oyunlarla ilgili içerikler	Kadın	331	1,5045	0,76424	-10,152	0,000
	Erkek	192	2,2344	0,83901		
Bilim/Teknoloji	Kadın	332	2,0361	0,80701	-5,617	0,000
	Erkek	189	2,4339	0,75942		
Kitap/film/dizi vb. inceleme	Kadın	337	2,3798	0,78183	1,879	0,061
	Erkek	194	2,2474	0,78233		
Siyasi ve ideolojik içerikler	Kadın	331	1,7221	0,82467	-4,760	0,000
	Erkek	190	2,0789	0,82236		
Dini içerikler	Kadın	253	1,6917	0,80167	,448	0,655
	Erkek	139	1,6547	0,74903		

\* $p<0,05$

Tablo 15'te influencer paylaşım içeriklerinin cinsiyete göre takibinde farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Sadece komedi mizah, kitap/film/dizi vb. inceleme ve dinî içerikler konusunda cinsiyetler arasında anlamlı farklılaşma olmazken moda/makyaj, yaşam rutini, sanat, müzik, seyahat, yemek, eğitim/motivasyon ve kişisel gelişim paylaşımlarında kadınların; spor, dijital oyunlarla ilgili içerikler, bilim/teknoloji ve siyasi/ideolojik içerikler paylaşımlarında ise erkeklerin  $p<0,05$  düzeyinde istatistiki olarak anlamlı ayrıştıkları ve daha yüksek ortalama puanlara sahip oldukları görülmüştür. Kıran, Yılmaz



ve Emre'de (2019) çalışmasında moda, makyaj/güzellik, sağlıklı yaşam, yemek ve kitaplar/dergi alanlarının kadınlar tarafından daha çok takip edildiği, teknoloji ve spor alanlarının ise erkekler tarafından daha fazla takip edildiği bulgusuna ulaşmışlardır. Bu bağlamda iki çalışma sonucu benzerlik göstermektedir.

## 5. Sonuç

Benlik, bireyin kendi içinde gelişen tek bir zamanı kapsamayıp bir süreci ifade eder. Sembolik etkileşim yaklaşımı kısaca bize bireyin çevresi ile ilişkileri sonucunda benlik gelişiminin oluştuğunu söylemektedir. Bu araştırma kapsamında Z kuşağı üniversite öğrencilerinin benlik gelişimlerinde sosyal medya influencerlarının etkisine bakılmıştır. Teknolojik gelişim ve erişilebilir teknoloji sayesinde uzun süre sosyal medyada vakit geçirmek beraberinde gençlerin duygu, düşüncelerinde birtakım değişimler yaratmaktadır. Sosyal medya uygulamalarında influencer paylaşımlarının altındaki yorumlara bakıldığında etki alanlarının yalnızca burada paylaşılanlarla sınırlı olmadığı ve çok yönlü paylaşımların etki alanını da çok yönlü bir hâle getirdiği görülmektedir. Bu yorumlar, benlik inşa sürecinde influencer etkisinin güçlü olabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın sonucunda genelde sosyal medyanın ve özelinde takip edilen influencerların üniversite öğrencileri üzerinde oldukça etkili oldukları görülmüştür.

Benlik inşa sürecinde influencer etkisini araştırmayı amaçlayan bu çalışma, konuyla ilgili teorik çerçeve ve saha araştırması kısımlarını içermektedir. Yöntem olarak nicel araştırma yöntemi ve anket tekniğiyle veriler toplanmıştır. Benliğin teknoloji ile ilişkisini açıklayabilmek adına web 2.0 teknolojik araçlarının gelişimiyle birlikte oluşan ve içerisinde aktif özneleri barındıran dijital dünyaya, sosyal medya platformlarına değinilmiştir. Çalışmanın nicel kısmını oluşturan saha araştırması için Selçuk Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan 548 katılımcıdan elde edilen veriler Spss 22.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda; demografik değişkenlere baktığımızda katılımcıların %63,1'i kadın %36,9'u ise erkeklerden oluşmuştur. Katılımcıların yaş ortalaması 20,58, aylık gelir ortalaması 11,722, internette geçirdikleri süre ortalama 4,78 saat ve sosyal medyada geçirdikleri süre ise ortalama 3,6 saat olarak tespit edilmiştir. Katılımcılar Selçuk Üniversitesi'nde dokuz farklı fakültede öğrenim gören öğrencilerden oluşmuştur. Katılımcılar sosyal medya platformlarından en fazla Instagram'ı kullanmaktadırlar. Takip ettikleri influencerı yakın çevrelerinden en çok arkadaşları da takip etmektedir. Takip ettikleri influencerların profillerine en fazla akışta çıkınca bakırım cevabını vermişlerdir. Katılımcıların takip ettikleri Influencerları takip nedenleri arasında en çok ilgi alanlarına yönelik paylaşımlar yapması ve bilgilendirici içerikler sunması, yaptığı paylaşımların beni eğlendirmesi/mutlu etmesi ve boş zamanlarını değerlendirme seçenekleri gelmektedir.

Araştırmanın veri analizleri doğrultusunda elde edilen bulgulara göre, influencerların benlik inşa sürecinde etkili olduğu görülmektedir. Takip edilen influencerların kendilerine olan olumlu etkileri en fazla motivasyonum arttı, mutlu hissetmemi sağladı seçeneğinde görülmürken onu alışveriş, moda, makyaj, dekorasyon seçeneği ile boş zamanlarını daha iyi değerlendirmesi takip etmiştir. Katılımcıların %73,8'i influencerların olumsuz etkilerinden bahsetmiştir. En fazla olumsuz etki yaşadığı şehri, evi, kıyafetlerini, dış görünüşü beğenmeme seçeneğinde görülmüştür. İkinci olarak motivasyonlarının azaldığını ve kendilerini mutsuz hissettiklerini belirtirken, üçüncü olarak ise ailesi, arkadaşları ve duygusal ilişki içinde bulunduğu kimselere daha az vakit ayırdığı için olumsuz etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda influencerların benlik algısı üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcıların %17'si takip edilen influencer etkisiyle vazgeçilen ya da bırakılan herhangi bir düşünce/eylem/alışkanlıkları olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların %19,0'u bir gün influencer olmak istediğini söylerken bunun nedeni olarak ilk sıralarda ekonomik açıdan daha kolay bir şekilde gelir elde etmek, ikinci olarak yurt içinde ve yurt dışında istediği her yere gidebilmek ve gezebilmek üçüncü olarak ise çok sayıda kişiye ulaşmak ve önemsenmek cevabını vermişlerdir.

Katılımcıların hangi tür içerikler üreten influencerları takip ettiği konusunda ise en fazla komedi/mizah, sonrasında müzik ve eğitim/motivasyon paylaşım içerikleri nedeniyle takip ettikleri gör÷lmüştür.

Etki alanları, bilinçli bir sosyal medya kullanıcısı olma durumuna göre farklılık gösterebilmekle birlikte, en fazla takip edilen sosyal medya aracının Instagram olduğu, katılımcıların olumlu ve olumsuz olarak etkilendiği birçok unsur olduğu ve özellikle kendini beğenmeme üzerinden bir umutsuzluk yarattığı gör÷lmüştür. Ayrıca etki alanları faktörlerine göre de kadın ve erkek katılımcılar arasında farklılaşmalar saptanmıştır. Yapılan faktör analizi sonrasında elde edilen etki boyutları ile cinsiyete göre kişisel gelişim, çevre ile ilişkiler, eğitim hayatı ve kültürel siyasi dinî etkiler ile istatistiki olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Kişisel gelişim, çevre ile ilişkiler, eğitim hayatı, kültürel, siyasi ve dinî etkiler alt boyutlarının tamamında erkeklerin kadınlardan daha fazla etkilendiği gör÷lmüştür. Anlamlı bir farklılaşma tespit edilmemesine rağmen güven alt boyutunda erkekler ve kadınlar yakın iken; zihinsel ve psikolojik etkiler alt boyutunda erkekler kadınlardan fiziksel görünüm alt boyutunda ise kadınlar erkeklerden daha fazla etkilenebilmektedirler. Influencer paylaşım içeriklerinde de cinsiyete göre moda/makyaj, yaşam rutini, sanat, müzik, seyahat, yemek, eğitim/motivasyon ve kişisel gelişim paylaşımlarında kadınlar; spor, dijital oyunlarla ilgili içerikler, bilim/teknoloji ve siyasi/ideolojik içerikler paylaşımlarda ise erkekler daha fazla yer almışlardır.

Literatüre bakıldığında yapılan bu çalışmaya benzer sonuçların elde edildiği araştırmalarla karşılaşılmaktadır. Nitekim katılımcılar arasında en sık kullanılan sosyal medya uygulaması, yapılan bu çalışmada tüm uygulamalar içerisindeki %31,8'lik oranıyla Instagram uygulaması iken, Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin gençler üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bir başka çalışmada da katılımcıların en çok kullandığı uygulama %88,9'luk bir oranla Instagram olmuştur (İren, 2019, s. 77). Yine aynı çalışmada, takip edilen fenomenlerin özelliklerine bakıldığında moda/kişisel bakım ve oyun/eğlence alanları ön plana çıkarken, yapılan bu çalışmada ön plana çıkan komedi/mizah alanı olmuştur. Ancak müzik alanı, her iki çalışmada da benzer şekilde üst sıralarda yer almaktadır (İren, 2019, s. 79). Sosyal medya etkileyicilerinin satın alma niyeti üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir başka çalışmada, satın alma niyetinin cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde kadınların daha yüksek bir orana sahip olduğu ve erkeklerden daha çok etkilendiği gör÷lmektedir (Önem, 2022, s. 188).

Konuyla ilgili yapılacak yeni çalışmaların desteklenmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırmanın saha çalışmasının farklı şehirlerde yapılması; örneklem seçimi içi Z kuşağı dışındaki diğer kuşakların X ve Y örnekleme dahil edilmesi ve hatta kuşakların karşılaştırılması, araştırma konusunun çok yönlü olarak ele alınması örneğin benzer şekilde farklı meslek gruplarındaki etkilere de bakılabileceği gibi eğitim, sosyal statü, yaş gibi farklı değişkenlerle incelenmesi de önerilmektedir.

## Kaynakça

- Albayrak, S. (2020). *Sosyal etki pazarlaması (influencer marketing) bağlamında Instagram ve Youtube influencerlarının (fenomenlerinin) gençlerin marka algısına etkisi*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Aşkın, M. (2007). Kimlik ve giydirilmiş kimlikler. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 213-220.
- Altunay, A. (2015). Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya. *Selçuk İletişim*, 9(1), 410-428.
- Bassiouni, D. H., & Hackley, C. (2014). 'Generation Z' children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2), 113-133.
- Ayan, G. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında kimlik inşasının sosyal medyada kullanımı: Instagram Örneği*. [Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi].
- Balta Peltekoğlu, F., & Tozlu, E. (2018). Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının dijital paydaşları: Sosyal medya fenomenleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 285-299.
- Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (1 b., Cilt 2). (E. Kılıç, Çev.) Bilgi İletişim Yayınları
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi* (50), 254-277.
- Çayır Tahtalı, M. (2018). *Sosyal etki pazarlaması bağlamında youtuberların iletişim stratejileri üzerine niteliksel bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi].
- Cirit, İ. (2021). *Kamusallığın yapısal dönüşümü bağlamında ağ toplumu ve benlik inşası: Second life yaşam dünyası*. [Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi].
- Demir, A. E. (2020). Benlik yanılısaması: Sosyal beyin, kimliği nasıl oluşturur? *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 232-239.
- Erarslan Tuğcu, M. (2022). *Instagram fenomenlerinin çevrimiçi kaynak güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisi: Marka tutumunun aracılık rolü*. [Yüksek Lisans Tezi, Yalova Üniversitesi]
- Erdensoy, D. (2018). *Milyonları peşinden sürükleyen bu influencer'lar da kim yahu?*. CreatorDen. <https://creatorden.com/tr/milyonlari-pesinden-surukleyen-bu-influencerlar-da-kim-yahu/>
- Erdoğan, H. (2020). *Etki pazarlaması kullanımının tüketicilerin satın alma niyetine etkisi: Instagram fenomenleri üzerine bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi].
- Eti Kavaklı, B. (2022). *Influencer (etkileyici) pazarlamada etkileyicinin güvenilirliği ve etkileyiciyle kurulan parasosyal etkileşimin tüketicinin satın alma niyeti üzerine etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- Goffman, E. (2020). *Karşılaşmalar* (2 baskı). Heretik Yayınları.
- Goffman, E. (2021). *Etkileşim ritüelleri: Yüz yüze davranış üzerine denemeler* (3 baskı). Heretik Yayınları.
- Goh, E. & Lee, C. (2018). A workforce to be reckoned with: The emerging pivotal generation Z hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28.
- Gökkaya, E. (2020). *Bireylerin prestij sahibi olma arayışında lüks marka yönelimi ve influencer pazarlamasının etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi].
- Güneç Bahçelik, P. (2022). *Sosyal medya etkileyicilerinin güvenilirlik, çekicilik ve benzerliğinin satın alma tercihindeki rolü: Kozmetik sektöründe bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Gürcan, D. (2015). Benlik farklılıklarına rogers'ın danışan odaklı terapisi ile yaklaşım: Vaka çalışması. *AYNA Klinik Psikoloji Dergisi*, 2(1), 13-26.
- Hood, B. (2019). *Benlik yanılısaması: Sosyal beyin, kimliği nasıl oluşturur?* (2 baskı). (E. Özdemir, Çev.) Ayrıntı Yayınları.

- Hussain, M. (2022). *The effect of influencers of Instagram on purchasing behavior in the fashion retail market in Pakistan and consumer profile*. [Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi].
- İbrahimova, N. (2019). *Sosyo-demografik faktörlerin tüketicilerin sosyal medya fenomenlerine yönelik algıları üzerinde etkisi*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi].
- İren, F. (2019). *Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin (fenomenlerin) gençler üzerindeki etkileri*. [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi].
- İşman, A., Buluş, B., & Yüzüncüyıl, K. (2016). Sosyalleşmenin dijitale dönüşümü ve dijital benliğin sunumu. *TRT Akademi*, 1(2), 608-619.
- Jahnke, M. (2018). *Influencer marketing: Für springer unternehmen und influencer: Strategien, plattformen, instrumente, rechtlicher rahmen. Mit vielen Beispielen*. Springer Gabler.
- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 1-12.
- Kıran, S., Yılmaz, C., & Emre, İ. (2019). Instagram'daki influencer'ların takipçiler üzerindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 100-111.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5 (1), 230-261.
- Kemeç, U. (2020). *The effect of influencer credibility on brand trust and purchase intention: A study on Instagram*. [Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi].
- Keskin, B. (2022). *Fenomen pazarlamada tüketici şüpheciliği ve satın alma niyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi: Ünlü ve fenomenlerin kullanıldığı reklamlara yönelik karşılaştırmalı bir analiz*. [Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi].
- Kır, A. D. (2020). *Influencerların satın alma davranışına etkisi: Yemek sektörüne yönelik bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi].
- Kızıl, M. (2021). *Dijital pazarlamada markanın tüketiciye sunumu: Youtube fenomenlerinin markayı tüketiciye tanıtmaya biçimleri*. [Yüksek lisans tezi, Giresun Üniversitesi].
- Macit, A. (2020). *Bir güzellik miti olarak kozmetiğin yeni medyada algı yaratışı: Instagram'da influencer*. [Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi].
- Mead, G. H. (2021). *Zihin, Benlik ve Toplum* (3 baskı). Heretik Yayınları.
- Meşe, Y. (2022). *Instagram influencer reklamlarının Z kuşağı satın alma davranışlarına etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi].
- Naik, U., & Shivalingaiyah, D. (2008, March, 28-29). *Comparative study of web 1.0, web 2.0 and web 3.0*. 6th International CALIBER, University of Allahabad, Allahabad. [https://www.researchgate.net/publication/264845599\\_Comparative\\_Study\\_of\\_Web\\_1\\_0\\_Web\\_2\\_0\\_and\\_Web\\_3\\_0](https://www.researchgate.net/publication/264845599_Comparative_Study_of_Web_1_0_Web_2_0_and_Web_3_0)
- Oblinger, D. G. & Oblinger, J. L. (2005). Is it age or IT: First steps toward understanding the net generation. D. G. Oblinger & J. L. Oblinger (Ed.). *Educating the net generation* (pp. 2.1-2.20). EDUCAUSE. <https://www.educause.edu/ir/library/PDF/pub7101.PDF>
- Önem, Ş. (2022). *Sosyal medya etkileyicilerinin tüketicinin satın alma niyeti ve kararına etkisi*. [Doktora tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi].
- Özen, Y., & Gülaçtı, F. (2010). Benlik kavramı ve benliğin gelişimi: Bilen benliğe gereksinim var mı? *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(2), 21-37.
- Özen, F. (2020). *Yiyecek içecek işletmelerinde tüketici satın alma karar süreci ve hatırlı pazarlama*. [Doktora tezi, Nişantaşı Üniversitesi].
- Özdemir, B., & Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen iletişim ortamlarında kimlik inşası ve benlik sunumu: İletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *3(3)*, 178-191.

- Öztan Kuru, H. (2023). *Gıda takviyesi satın alma sürecini etkileyen unsurlar, dijital etkileyicilerin önemi ve tüketici satın alma modelleri*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Pınarbaşı, T. E. (2022). *Sosyal medyada transmedya hikâyeciliği: Seyahat influencerları ve takipçileri üzerine bir araştırma*. [Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi].
- Sabah, Ş. (2016). Ben, kendim ve avatarım: Sanallık ve gerçeklik arasında tüketim, sahip olunanlar ve kişisel benlik. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 117-154.
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2014). Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin birer reklam aracı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (38), 1-23.
- Sarıtaş, A. (2018). Sosyal medya reklamlarında fenomen kullanımı ve reklam izleme tercihi, *The Journal of International Scientific Researches*, 3(4), 62-74.
- Soral, Ş. (2022). *Sosyal ağ platformlarında gösterişçi tüketim pratikleri: Influencerların paylaşımları üzerine bir inceleme*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi].
- Özkök, Ö. (2019). *Sosyal medyada sanal kimlikler: Sosyal medya fenomenlerinin benlik sunumları üzerine bir araştırma*. [Yüksek lisans tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi].
- Tokay, S., & Akın, M. (2021). Influencer takip algısına yönelik kullanıcı deneyimleri: Gelişim, amaç, gerçeklik. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3(1), 57-73.
- Türkol, S. (2020). *Bir pazarlama iletişimi aracı olarak dijital etkileyenlerin Y kuşağı tüketicilerinin satın alma davranışı üzerindeki etkisi*. [Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi].
- Yağcı, S. (2019). *Fenomen pazarlama (influencer marketing): Dijital pazarlamanın kanaat önderleri üzerine araştırma*. [Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi].
- Yıldırım, M. N. (2022). *Sosyal medya tüketicilerinin influencerlara yönelik tutumlarının incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Hitit Üniversitesi].
- Yılmaz, A. (2019). *Gençlerin kimlik oluşumunda dijital kültürün etkisinin araştırılması: Selçuklu örneği*. [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi].
- Yılmaz, M. (2020). *Seyahat odaklı sosyal medya kanaat önderlerinin deneyimleri hakkındaki görüşlerinin incelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi].

## Makale Bilgi Formu

**Yazarların Notları:** Makale, Doç. Dr. Özlem Altunsu Sönmez danışmanlığında Selçuk Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD’de yürütülen “Benlik İnşa Sürecinde Influencer Etkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**Yazarların Katkıları:** Bu makalenin yazımına tüm yazarlar eşit katkıda bulunmuştur. Tüm yazarlar son metni okumuş ve onaylamıştır.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazarlar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Telif Beyanı:** Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** Bu çalışmanın yayın etiği ve bilimsel araştırma açısından uygun olduğuna Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Bilimsel Etik Değerlendirme Kurulu 26.08.2022 tarihli Toplantı ve Karar Tutanağı ile oy birliği ile karar verilmiştir. Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.



## Sağlığın Medyadaki Görünümleri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme

### *A Sociological Evaluation on the Views of Health in the Media*

İslam Can 

Selçuk Üniversitesi, Sosyoloji Bölümü,  
Konya, Türkiye,  
islamcan@hotmail.com



Geliş Tarihi/Received: 11.05.2024  
Kabul Tarihi/Accepted: 24.06.2024  
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:  
27.06.2024

**Öz:** Günümüz toplumlarında medya, birçok fonksiyonunun yanında sağlık ve hastalık davranışlarının belirlenmesinde en önemli aktörlerden biri hâline gelmiştir. Medya aracılığıyla insanların bilgiye erişimi kolaylaşmış ve hemen her konuda bilgi edinmek isteyenler için başvuru kaynağına dönüşmüştür. Ayrıca sağlık ve hastalıkla ilgili bilgi edinmek isteyen bireyler de medyanın bu imkânlarından olabildiğince faydalanmıştır. Bu anlamda televizyon, internet, sosyal medya, gazete ve dergi gibi geleneksel ve yeni medya araçları, sağlık ve hastalığa dair birtakım yayınları toplumun hizmetine sunmaktadır. Bu çalışma, medya ve sağlık-hastalık ilişkisinin toplumsal görünümüne odaklanmaktadır. Başka bir deyişle bu çalışma, medyada çeşitli formlarda ele alınan ve yeniden üretilen sağlık ve hastalık olgusunun toplumsal düzlemde algılanışını, aynı zamanda bu yeniden üretilen olgunun toplumun sağlık ve hastalık davranışı üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada televizyonlarda yayınlanan sabah kuşağı sağlık programları ve tıp dizileri, gazete ve dergilerin sağlık köşeleri, internet ve sosyal medyada paylaşılan sağlık temalı bilgilendirmeler ve sağlığın medya aracılığıyla reklam ve pazarlama aracı olarak ticarileşmesi gibi hususlar üzerinde durulacak, sağlık ve medya ilişkisine dair genel bir çerçeve sunulmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık, Hastalık, Medya, Sağlık sosyolojisi

**Abstract:** In today's societies, media has become one of the most important actors in determining health and disease behaviors, as well as many other functions. Through the media, people's access to information has become easier and it has become a source of reference for those who want to obtain information on almost every subject. In addition, individuals who want to learn about health and illness have also benefited from these opportunities of the media as much as possible. In this sense, traditional and new media tools such as television, internet, social media, newspapers and magazines offer a number of publications on health and disease to the public. This study focuses on the social manifestations of the media and health-disease relationship. In other words, the study deals with the social perception of the phenomenon of health and illness, which is discussed and reproduced in various forms in the media, and also the effects of this reproduced phenomenon on the health and illness behavior of the society. In this respect, the study will focus on issues such as morning health programs and medical series on television, health columns of newspapers and magazines, health-themed information shared on the internet and social media, and the commercialization of health as an advertising and marketing tool through the media and will try to present a general framework on the relationship between health and media.

**Keywords:** Health, Disease, Media, Sociology of health

### Extended Abstract

Media has an important function in shaping health and disease practices in today's societies. Media tools such as television, newspapers, magazines, internet and social media have become a source of information used by individuals in maintaining health and treating disease or illness. It is apparent that the media in Türkiye has devoted more space to health/disease issues since the 2000s. In addition to the standard health and hygiene agendas of news bulletins, there has been a significant increase in the number of health programs on television.

Health news in the media becomes problematic because it is open to manipulation, there is a trust problem with the news source, and health has become a tool of advertising and marketing. The quality

of health news should be determined by taking into account some important criteria during the production process. These criteria are the qualities that must be present for the health of the news. Because there must be eight criteria on which a health news is built: accuracy, reality, objectivity, meaningfulness, precision, rapidity, consistency and credibility.

Various health programs broadcast on television are viewed by large audiences in many countries of the world. Health programs such as morning programs, TV series, commercials and public service announcements are presented to the audience in a superficial manner by making use of modern, traditional, complementary and alternative medicine systems such as nutrition, diet, plants, exercises, cosmetics, make-up, preparation of cures, treatments of some diseases, and organization of daily life.

When we look at health programs on television, we see that they mostly focus on two themes associated with health: the ideal body and nutrition. Other issues associated with health can actually be positioned around these two themes. Many topics such as aesthetics, beauty, slimness, youth, healthy eating and drinking, natural nutrition and medicinal plants constitute the themes of these programs. The themes of the ideal body and nutrition also keep the interest of the mostly female audience alive. In particular, the body is seen as a capital that should be cherished in the image age we live in. Because in this age, the body is like a representation of a reality that replaces the soul.

Health news on television and other media organs is presented in a blend with the magazine. These news are generally conveyed using miraculous rhetoric about issues such as diet, weight loss, aesthetics, drug cures or getting rid of diseases. These news programs, which are made through famous people known around the world or in Türkiye, attract the audience's attention as much as possible.

In medical magazine health news published on media such as television, newspapers and the internet, it is clear that food recommendations are concentrated in two areas. The first is the news that foods directly prevent disease and have properties to treat diseases. The second is health news that contains information and recommendations on changing and regulating the consumption patterns of foods that vary according to cultural and local characteristics in society.

In addition to health news, health programs, public service announcements and medical journals, television also broadcasts TV series on health professionals, especially physicians. These productions, which have been broadcast for nearly forty years and have reached a large audience, especially in America and many European countries, are mostly called medical dramas. Undoubtedly, it is a matter of curiosity how much influence such medical dramas have on the attitudes and behaviors of people in our society towards health and illness. Moreover, the effect of media on human behavior is generally known. Therefore, the health and disease behaviors revealed by these soap operas of medicine in Türkiye should be analyzed in terms of popular health practices such as ideal body, nutrition, consumption, aesthetics and diet, informed by field data.

Apart from the programs on television, health-related news and information are also included in other media such as newspapers, magazines and websites. When we examine health-related content in these media outlets, it becomes apparent that they primarily feature instructive, regulatory, and disciplinary materials accompanied by insights from experts or authoritative figures in the health domain, rather than offering general news and informational content.

Those who access health information online alter their health habits and responses to illnesses based on the information they gather. However, people want to treat themselves with the health prescriptions offered by the new media, without the need to consult a physician. Hence, in the internet age we currently live in, Google operates like a physician for those seeking diagnosis and treatment online, providing answers to all inquiries. Therefore, the circulation of health news on the internet, which cannot be monitored and controlled, greatly endangers human health and poses serious threats.

In our current era, there's a noticeable cultural transition from focusing solely on illness to prioritizing health and consumption. The media plays a pivotal role in shaping the connection between health and consumption. Health, now treated as a commodity, is first advertised and subsequently marketed through diverse media channels.

## 1. Giriş

Bugünün dünyasında medya, birçok fonksiyonunun yanı sıra toplumların sağlık ve hastalık davranışlarını belirleyen en önemli aktörlerden biri hâline gelmiştir. Gerek geleneksel medyanın gerekse de yeni medyanın insanlar tarafından yoğun şekilde kullanılması; eğlence, bilgi edinme, boş zamanı değerlendirme, reklam, pazarlama gibi sayısız davranışın medya aracılığıyla gerçekleşmesine, hatta sosyal ve kurumsal ilişkilerin medyada yer alan platformlar üzerinden tesis edilmesine kapı aralamıştır. Dünya çapında medyanın gelişmesine paralel olarak hem dünyada hem de Türkiye'de insanların medya aracılığıyla bilgiye erişimi kolaylaşmış; hatta medya, herhangi bir konuda bilgi edinmek isteyenlerin adeta başvuru kaynağı hâline dönüşmüştür. Bu süreçte sağlık ve hastalık konuları hakkında bilgi sahibi olmak isteyen bireyler de çeşitli nedenlere bağlı olarak, medyanın imkânlarından olabildiğince faydalanmıştır. Bu medya organlarından televizyon, internet, sosyal medya, gazete ve dergi gibi geleneksel ve yeni medya araçları, bir yandan sağlığın sürdürülebilirliğiyle ilgili "yeni reçeteler" ve diyet programları sunarken, diğer yandan hastalıklarla mücadele konusunda bilgi kaynağı belli olsun ya da olmasın adeta "bilgi kirliliği" düzeyine varan devasa bir sağlık bilgisi stoku oluşturmuştur.

Türkiye'de 2000'li yıllardan itibaren artan medyanın sağlık ve hastalık konularına ilgisi, gerek televizyon kanallarının çeşitlenmesi ve uydu yayıncılığının ivme kazanmasıyla gerekse de sağlık alanının aynı zamanda "ticari" bir araç olarak görülmesiyle yakından ilişkilidir. Kuşkusuz medyanın sağlığa ilişkin bu ilgisi sadece televizyon kanallarıyla sınırlı kalmamış, aynı zamanda gazete, dergi ve daha sonra internet gibi aygıtlarla olabildiğince genişlemiştir. Zira haber bültenlerinin alışlageldik sağlık-hastalık ve diyet haberleri, televizyon kanallarının sabah kuşağı sağlık programları, gazetelerin sağlık ve magazin terkiğini oluşturan köşeleri ya da ekleri, kadın ya da erkeklere hitap eden dergilerin sağlık ve hastalık temalı yayınları, internet ve sosyal medyada sağlık kurumlarının, sosyal medya kullanıcılarının, sağlık fenomenlerinin ve daha birçok aktörün ürettiği sağlık ve hastalığa dair bilgiler, reklam ve pazarlama sektörünün sağlığı medya ve yeni medya aracılığıyla "satışa sunması" gibi verilebilecek onlarca örnek, sağlık/hastalık ve medya ilişkisini ele almayı gerekli kılmaktadır. Çünkü günümüz toplumları için medya aygıtları, simülakr olmanın ötesinde yeni bir gerçekliği de inşa etmeye başlamıştır. Dolayısıyla bu çalışma, medya ve sağlık-hastalık ilişkisinin toplumsal görünümüne odaklanmaktadır. Başka bir deyişle bu çalışma, medyada çeşitli formlarda ele alınan ve yeniden üretilen sağlık ve hastalık olgusunun toplumsal düzlemde algılanışını, aynı zamanda bu yeniden üretilen olgunun toplumun sağlık ve hastalık davranışı üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Bu doğrultuda televizyonlarda yayınlanan sabah kuşağı sağlık programları ve tıp dizileri, gazete ve dergilerin sağlık köşeleri, internet ve sosyal medyada paylaşılan sağlık temalı bilgilendirmeler ve sağlığın medya aracılığıyla reklam ve pazarlama aracı olarak ticarileşmesi gibi hususlar üzerinde durulacak, sağlık ve medya ilişkisine dair genel bir çerçeve sunulmaya çalışılacaktır.

## 2. Medya Araçlarında Sağlık ve Hastalığın Yansıma Biçimleri

Medyada sağlıkla ilgili yayınlar genel olarak sağlıklı ve mutlu olabilmenin yöntemlerini, hastalıklarla ne şekilde mücadele edileceğini, çeşitli besinlerin nasıl ve ne sıklıkla tüketileceğini, diyet ve perhizlerin uygulanma biçimlerini, güzel ve ince bedene sahip olmanın sırlarını (!) ve sağlıkla ilişkilendirilen birçok hususu sağlık aktörlerinin referansına başvurarak toplumun hizmetine sunmaktadır. Medya araçlarının çeşitlenmesine bağlı olarak bu organlarda yayınlanan sağlığa ilişkin yayınlarda adeta bir "patlama" yaşanmaktadır. Zira bu yayınlardaki niceliksel artış, birtakım olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Kuşkusuz bu olumsuzlukların ilk sırasında, toplum nezdinde oluşan "bilgi kirliliği"



bulunmaktadır (Can, 2019, s. 184). Çünkü birey, biyolojik ve psikolojik sağlığını tedarik edecek “sağlık bilgisi”ni çoğunlukla medya aracılığıyla edinmektedir. Sağlık Bakanlığı’nın TSOY-32 ölçeği ile yaptığı *Türkiye Sağlık Okuryazarlığı Düzeyi ve İlişkili Faktörler Araştırmasına* göre katılımcıların %67’si sağlıkla ilgili konularda bilgi kaynağı olarak herhangi bir iletişim kaynağının olduğunu belirtmişlerdir. Belirtilen iletişim araçları içerisinde ise ilk sıralarda internet (%48,6), televizyon (%33), gazete (%8,9), cep telefonu veya akıllı telefon uygulamaları (%6,5) yer almaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2018, s. XXIV). Sağlık Bakanlığı’nın başka bir araştırmasında kitle iletişim araçlarını bir sağlık bilgisi kaynağı olarak gören %70,5’lik kesimin %76,4’ü televizyon, %26,8’i internet, %10’u gazeteler, %8,3’ü cep telefonları ya da akıllı telefonlar, %3,2’si radyo, %2,8’i afişler, %2,5’i broşürler, %2,4’ü dergiler, %2,4’ü kitaplar ve %1,4’ü ise reklam panolarından sağlık bilgilerini edindiği görülmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2015, s. 48).

Toplumun medyadan sağlık bilgisi edinme pratiği, Türkiye’de olduğu gibi, gelişmiş ülkelerde de benzer bir nitelik taşımaktadır. Medya ve sağlık ilişkisine dair Amerika’da yapılan araştırmada, bireylerin sağlık bilgilerini edinmesinde medyanın etkisini gözler önüne sermektedir. Amerika’da 2.256 katılımcıyla yapılan araştırmada, katılımcıların %50’sinin orta düzeyde, %25’inin ise önemli düzeyde, medyada yer alan sağlıkla ilgili yayınlara güvendikleri saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların %40’ı sağlık haberlerini televizyonlardan, %36’sı hekimlerden, %35’i dergilerden ve %16’sı ise gazetelerden edindiklerini belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcıların %58’i edindikleri sağlık haberlerinin rehberliğinde sağlıklarına ilişkin önlem aldıklarını ve davranış değişikliğine gittiklerini, %42’si ise daha fazla bilgi almak için hekimlere başvurduklarını ifade etmişlerdir (Demir, 2010, ss. 3-4). Araştırmanın 2000’li yılların başlarında yapıldığı göz önünde tutulursa, günümüzde bu oranların çok daha yüksek olduğu düşünülmektedir.

Medyanın temel işlevlerinin yanında sağlık ve hastalık konusunda da topluma bir tür “sağlık eğitimi” vermesi, telafi imkânsız birçok sağlık problemine neden olabilmektedir. Elmacı’ya (2013, s. 275) göre sağlık eğitimi, esasında bireylerde sağlığa ilişkin düşünce, inanç, tutum, davranış ve yaşam biçimlerinde değişiklik yapmayı amaçlayan karmaşık bir süreçtir. Kaldı ki insan ve toplum sağlığını sürdürülebilir kılabilecek olumlu davranışların kazandırabilmesi, hastalık ya da rahatsızlıklara sebebiyet veren zararlı davranışların ortadan kaldırılarak sağlığı destekleyen davranışların geliştirilmesi, ancak profesyonel yöntemlerle ve uzman sağlık aktörleriyle gerçekleştirilebilir. Fakat günümüzde özellikle televizyonda ve sosyal medya mecralarında, hastanın tahlil ve tetkiklerine bakılmaksızın ve toplumda aynı hastalığa sahip tüm bireylerin benzer nitelikleri taşıdığı varsayımından hareketle tek tipçi bir tedavi yöntemi sunulmaktadır. Bazı sağlık profesyonellerinin dışında, gerek haber bültenlerindeki sağlık haberleri ve sağlık programları gerekse de sosyal medya uygulamaları üzerinden sağlık içerikli yayın yapan birçok uzman ve/veya uzman olmayan isim, aynı hastalık ya da rahatsızlıktan mustarip olan insana aynı reçeteyi yazmaktadır. Bu durum sonraki süreçlerde önemli sağlık problemlerinin ya da can kayıplarının yaşanmasına neden olabilmektedir.

Medya organlarında geniş yer bulan ve sağlıkla ilişkilendirilen çoğu bilgiler veya programlar bir yandan manipülatif içeriklere sahip olması ve haber kaynağının güvenilirliğinin düşük olması diğer yandan sağlığı; reklam, pazarlama ve ticaretin bir aracı hâline getirmesi bağlamında düşünüldüğünde ciddi bir güven kaybı yaşamaktadır. Örneğin medyadaki sağlık haberciliğine yönelik yapılan bir analizde, sağlık haberlerinin birçok hususta benzer nitelikler taşıdığı görülmektedir. Bunlar; sağlık haberlerinin derinlemesine değil yüzeysel şekilde yapılması, görevi sadece sağlık haberciliği yapmak olan ve sağlık alanında uzman muhabirlerin ya da programcıların olmaması, bilimsel kanıtlardan uzak olan popüler haberler yapılması, sağlık haberlerinin abartılarak ve manipüle edilerek verilmesi, sağlık haberleri vesilesiyle ilgili sektörlerin kâr elde etmesi, sadece tek kaynaktan ve bilimsel yaklaşımlardan yoksun haberlerin yapılması, ilgili bakanlıkların onayından geçmeyen ürünlerin reklamının yapılması, sağlık politikalarına aykırı haber üretilmesi ve sağlık haberlerinin internet, gazete ya da dergi gibi medya organlarından alıntılanması gibi niteliklerdir (Küçükşen, 2016, s. 137). Oysa sağlık haberlerinin

niteliği, üretim sürecinde bazı önemli kriterler göz önünde tutularak gerçekleştirilmelidir. Demir (2010, s. 25) insan ve toplum sağlığını doğrudan etkileyen sağlık haberlerinde şu sekiz kriterin bulunması gerektiğini belirtir. Bu kriterler; “doğruluk”, “gerçeklik”, “nesnellik”, “anlamlılık”, “kesinlik”, “hızlılık”, “tutarlılık” ve “inanılabilirlik” şeklindedir. Bu kriterler temel alındığında medyada yer alan birçok sağlık haberinin bu kriterleri karşılayabilecek düzeyde olmadığı anlaşılmaktadır.

Medya organlarındaki sağlığın görünümüne geçmeden önce, sağlık bilgisinin topluma doğru aktarımı bağlamında, televizyon ekranlarında sıkça karşılaşılan ve Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan kamu spotlarına değinmek gerekir. Bu kamu spotları genel olarak; sağlıklı yaşam, sağlığa dair risk ve tehlikeler, koruyucu hekimlik, halk sağlığı ve belirli hastalıklar konusunda bilinçlendirme ve farkındalık oluşturma temalarını içermektedir. Bu doğrultuda hazırlanan kamu spotları; sağlıkta şiddetin önlenmesi, e-nabız uygulamasıyla sağlık hizmetlerine erişim, organ naklinin yaygınlaştırılması, anne sütü ve çocuk emzirmenin önemi, kanserin erken teşhisi, madde bağımlılığının önlenmesi, obeziteyle mücadele, akciğer hastalıkları astım ve KOAH, çocukların aşılınması, gereksiz antibiyotik kullanımı, sigarayı bıraktırma, disleksi, verem, çölyak, diyabet, kanser gibi konularda ve hastalıklarda, farkındalık oluşturma ve bilinçlendirme amacı taşımaktadır (Can, 2019, s. 187). Televizyonlarda yayınlanan kamu spotları, sağlık temalı diğer programlarla kıyaslandığında sağlık ve hastalık konularında bilgilendirici, doğru sağlık davranışı geliştirme anlamında yönlendirici nitelikler taşır. Esasında kamu spotlarının medya organlarında görünürlüğünün artırılması, televizyon programlarının gün içerisinde yoğun olarak izlendiği zaman dilimlerinde yayınlanması ve toplumun sağlık okuryazarlık düzeyini artıracak yayınların üretilmesi ve çeşitlendirilmesi, toplumun sağlık ve hastalıkla ilgili doğru ve resmi bilgilere erişimi açısından önemlidir. Ayrıca kamu spotlarının niteliği, ele aldığı konular, toplumda oluşturduğu farkındalıklar gibi problemlerin de sağlık sosyolojisi, sağlık iletişimi ve sağlık yönetimi gibi disiplinler tarafından ele alınması, topluma sağlık bilgisi aktarımında niteliğin artırılması hususunda katkı sağlayacaktır.<sup>1</sup>

## 2.1. Televizyonun sağlık yayıncılığı

Televizyonun hayatımıza girmesiyle tedrici bir şekilde gündelik pratiklerimizde birtakım değişimler meydana gelmiştir. Televizyon kanallarının sayısında meydana gelen artışla beraber gündelik yaşama dair rutinlerimiz gittikçe televizyon temalı bir mahiyet almaya başlamıştır. Özellikle 2000’lerden itibaren siber ağların da gelişmesiyle, iletişim teknolojisi ve medya hayatımızın bir parçasına dönüşmüştür. İnternet giderek hayatımızın vazgeçilmezi hâline gelirken, televizyon internet teknolojisine rağmen hâlâ gündelik yaşamın önemli bir rutini olmayı sürdürmektedir (Can & Ulutaş, 2021). Bourdieu’ya göre televizyon, aslında bir tür manipülasyon aracıdır. Zira gerek bilgilendirme işinde gerekse de görsellikle verilen mesajlarla bu manipülatif fonksiyonunu ortaya koyar. Çünkü televizyon, göstermesi gerekeni gizleyebilen, gizlenmesi gerekeni gösteren, bu anlamda gerçekliği anlamsız hâle getiren bir araçtır. Ayrıca televizyon bu iki sunumu gerçekleştirmek için dramatikleştirme (canlandırma) pratiğine başvurmaktadır. Bir yandan olayı sahneleyerek görüntüye dönüştürür, diğer yandan bu olayın duygusal yönüne aşırı vurgu yaparak dramatik ya da trajik bir hâle getirir (Bourdieu, 1997, ss. 23-24).

Televizyonu bir “imge yaratıcısı” olarak nitelendiren Baudrillard, her şeyden önce televizyonun imalatçının insanlara pazarladığı bir eşya olduğunu ifade eder. Ancak bu pazarlama işi, sadece bir nesnenin gelişigüzel pazarlanmasından daha fazla bir şeydir. Zira televizyon, toplumsal düzlemler bakımından değerlendirildiğinde, iç içe geçmiş kültürel örüntülerin imgeleri oluşturduğu ve böylelikle davranışa dönüştürdüğü bir nesnedir (Baudrillard, 2009, ss. 40-41). Çünkü televizyon insanlara “yeni hayatlar” vaat eder. Bauman’ın da belirttiği üzere televizyon, insanlara bu sıradanlık kompleksini

<sup>1</sup> Sağlık Bakanlığı’nın hazırlanmış olduğu kamu spotlarıyla ilgili son yıllarda kayda değer çalışmalara yapılmaya başlanmıştır. Kamu spotlarının sağlık iletişimi, göstergibilimsel yönden incelenmesi, sigarayı bıraktırmadaki etkisi için bkz. Fidan & Yetiş, 2018; Çanak, 2015; Livberber-Göçmen & Ayvaz, 2017; İnce & Koçak, 2018; Şeker & Tiryaki, 2013.

zamanla aşılacaktır. Çünkü “arzu ettiğimiz hayat, televizyon ekranlarında gördüğümüz hayattır. Ekrandaki hayat, bizzat yaşadığımız hayatı küçük, önemsiz ve sıkıcı gösterir” (Bauman, 2017, s. 133). Televizyonların sağlık içerikli yayınları da bir yandan sağlık ve hastalığa ilişkin yeni imgeler yaratan, diğer yandan mevcut sağlık uygulamalarının sıradanlığına yönelik algılar üreterek, toplumu sağlıksız ve hastalıklı olduğuna inandırmaktadır. Sağlık ve hastalıkları konusunda bu sıradanlık kompleksine inandırılan insanlara, nasıl tedavi olacakları bilgisi de yine televizyonlar aracılığıyla verilmektedir.

Televizyonlarda yayınlanan sağlık temalı “sabah kuşağı programları”, toplumda “imge yaratma” ve topluma “sıradanlık kompleksi aşılama” konularında oldukça mahirdir. Bu programlar; beslenme, diyet, bitkiler, egzersizler, kozmetik, makyaj, kür hazırlama, birtakım hastalıkların tedavileri, gündelik yaşam pratiklerinin düzenlenmesi gibi modern, geleneksel-tamamlayıcı ve alternatif tıp sistemlerinden faydalanarak adeta koruyucu ve/veya halk sağlığı hizmeti sunmaktadır. Kasapoğlu’na (1999, s. 4) göre özellikle eğitim seviyesi düşük olan toplumlarda, televizyon gibi görsel ve işitsel iletişim araçlarının sağlık ve hastalık konularında yaptıkları bu sabah kuşağı tarzı programlar, her ne kadar toplumu bilinçlendirmeyi hedeflese de bu programların çoğunun, sağlık konusunda insanları bilinçlendirmesinden ziyade bir tür show programlarına dönüştüğü görülmektedir. Şahin Kaya’ya (2011, s. 138) göre televizyonda yayınlanan bu sabah kuşağı sağlık programları, eğlence amaçlı yapılan show programlarının formatına benzemesinden dolayı bu tarz programlara “sağlık show programları” denilmesi daha uygun olacaktır. Zira bu sağlık showları; yüzeysel sağlık bilgilerinin verildiği, ürünlerin ve sağlık aktörlerinin reklamlarının yapıldığı, ünlü şeflerin ve sanatçıların eğlence amaçlı davet edildikleri, oldukça ticari içerikli bir yapıya sahiptir.

### **2.1.1. Sağlık showlarında ideal beden ve beslenme pratikleri**

Televizyondaki sağlık showları, genellikle sağlıkla ilişkilendirilen iki ana tema üzerinde yoğunlaşmaktadır: İdeal beden ve beslenme. Ayrıca sağlık ve hastalık bağlamında ele alınan birçok konu da bu iki tema ekseninde işlenmektedir. Bu konular arasında yer alan estetik, güzellik, zayıflık, gençlik, ince olma, yeme-içme, doğal beslenme, şifalı bitkiler ve bazı hastalıklar, ideal beden ve beslenme temalarına referansla izleyiciye sunulmaktadır. Can’a (2019, s. 188) göre ideal beden ve beslenmeye yönelik programlar, aynı zamanda çoğunluğunu kadınların oluşturduğu izleyici kitlesinin de ilgisini sürekli diri tutmaktadır. Bedenin yaşadığımız imaj çağında adeta üzerine titrenilmesi gereken bir “sermaye” olarak görülmesi, estetik cerrahiden diyetlere kadar birçok tartışmanın sağlık alanı içerisinde değerlendirilmesini gerektirmiştir.

Televizyon özellikle gençler üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Gençlerin gerçeklik algılarını şekillendiren televizyon, aynı zamanda toplumsal değerlerin, kalıp yargıların ve davranışların oluşturulmasında ve alışkanlık hâline getirilmesinde temel bir araçtır (Oğuz, 2005, s. 34). Böylelikle genç nüfusun “yeni beden algısı”, televizyon programlarının yücelttiği beden formlarıyla uyumluluk göstermektedir. Sabah kuşağı programlarından reklamlara kadar birçok program, estetik operasyonlarını “görünebilmenin” bir gereği olarak sunmakta ve insanlar için bunun bir ihtiyaç olduğu algısını üretmektedir. “Daha gösterişli giyin, daha genç ve güzel görün; kendini iyi hissetmek için buna ihtiyacın var” (Atay, 2017, s. 102) mesajı, görsel kültürün çocukları tarafından yüceltilmektedir.

Televizyon izleyicileri üzerine yapılan araştırmalar bir kadının ortalama her gün 400-600 aralığında reklam izlediğini, bir genç kızın ise 17 yaşına gelinceye kadar ortalama 250.000’in üzerinde reklam mesajı aldığını göstermektedir. Kuşkusuz sosyal medyanın televizyondan daha yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmasıyla, bu sayının çok daha fazla olduğu düşünülmektedir. Medya aygıtlarındaki bu reklamlar incelikli bir çok mesajı içermekle birlikte ince olmayı da kadın güzelliğinin bir standardı olarak sunmaktadır (Oğuz, 2005, s. 35).

“Türkiye’deki televizyon reklamlarına bakılırsa çok fazla örneğe rastlanabilir. Birçok üründe genç, güzel ve ince kadının kullanılması; ciltteki kırışıklıkların, selüloitten önemli sorunlar olarak gösterilmesi; kiloların insanın başına neler açtığı bu konuda verilebilecek örneklerden bazılarıdır.

Eğer biraz kiloluysanız, sinemada yerinize geçerken oturanların kötü bakışlarına hedef olabilirsiniz. Ya da asansörün hareketine engel olduğunuz için asansörden indirilirsiniz; yerinize sizden daha zayıf olan birini alırlar. Bir mağazaya gittiğinizde beğendiğiniz bir elbise size uymaz daha zayıf birine uyarsa, reklamdaki kız gibi komik bir duruma düşebilirsiniz. Bunlar yalnızca birkaç diyet bisküvi reklamının içeriğidir.” (Oğuz, 2005, s. 36).

Medyanın ürettiği ideal beden algısı, insanın ruhundan ve duygularından daha önemli hâle getirilmekte ve hatta insan sadece “bedeniyle” var kılınmaktadır. Ne var ki kültürümüzde yer alan, “güzellik geçicidir, insanın ruhu güzel olsun” deyişi değerini kaybetmiş ve yerine “imajın her şey olduğu” algısını yerleştirmiştir (Can, 2019, s. 190). Günümüz toplumlarının algısında beden, yeniden üretilmekte ve/veya tasarlanmaktadır. Geleneksel dönemlerde makbul bedenin “kilolu” olmasının aksine yaşadığımızda çağda beden, güzellik algısına paralel olarak incelik, zayıflık, sportiflik gibi nitelendirmelerle yüceltilmektedir. Kaldı ki ideal bedenin nasıl olması gerektiği, vücut ölçüleriyle belirlenir hâle gelmiştir. Genellikle kadın bedenini merkeze alan sağlık endüstrisinin bu yaklaşımı; estetik ve zayıf bedeni, sağlıklı beden olarak kodlamaktadır (Cirhinlioğlu, 2001, s. 96). Dolayısıyla zayıf olmayı güzel olmakla eşdeğer hâle getiren bu anlayış, kadınlarda kilolu olmayı bir kaygı unsuru olarak sunmaktadır. Bu kaygı durumu, kadınlarda bazı hastalıkların ortaya çıkmasına da neden olmaktadır. Özellikle “anoreksiya nevroza” ve “bulimia” gibi beslenmeye bağlı olarak ortaya çıkan hastalıklar, kadınlar için birer sağlık riskine dönüşebilmektedir (Timurturkan, 2016, s. 97). Böylelikle medya organlarıyla oluşturulan beden imajlarına sahip olamayan ve kendi bedenlerinden memnun olmayan kadınların oranı da artmaktadır. Eryiğit Günler’e (2016, s. 108) göre kadınların beden memnuniyetleri üzerine yapılan araştırmalar göstermektedir ki kadınlar; kilolarından, yüz çevresi organlarından, dış vücuttaki organ ve dokulardan ve yaşlılık belirtileri oluşturan birçok fiziksel niteliklerinden memnun değildir.

Medya araçları, “ideal beden”in nasıl olması gerektiği hususunda toplumda yaygın kanaatin oluşmasını tedarik etmektedir. İdeal beden tipleştirilmesi çoğunlukla kadın bedeni üzerinden idealize edilse de erkek beden imajına yönelik bir tasarımın olduğu da görülmektedir. Gerek dünyada gerekse de Türkiye’deki medyada yeniden tasarlanan erkek bedeni, toplumlarda erkek egemen yapıların giderek zayıflamasının aksine “hegemonik” bir nitelik taşır. Küreselleştirilen bu “hegemonik erkek bedeni”; kasları gelişmiş, geniş omuzlu, spor salonları maharetiyle vücutlarını geliştirmiş ve bu özelliklerinden dolayı sağlıklı olduğu düşünülen bedenlerdir (Eryiğit Günler, 2016, s. 109). Erkek dergilerine yönelik yapılan çalışmalarda, yağ yakmak ve vücut geliştirmek gibi pratiklerin çoğunlukla vurgulandığı, yağ oranı düşük kaslı erkek bedenlerinin idealleştirildiği görülmektedir. Böylelikle güçlü ve kaslı bir erkek bedeni hem sağlığı hem de güçlü iradeyi temsil ederken, kilolu, yaşlı ve hatta göbekli beden ise bilgisizlik, işe yaramazlık ve sağlıksız olmakla ilişkilendirilmektedir (Küçükşen, 2016, s. 141). Dolayısıyla televizyondaki sağlık showları ve diğer medya araçları, ideal beden düşüncesine yönelik yaptığı program ve yayınlarla kilolu, yaşlı ve hatta göbekli kişileri bir tür “mahalle baskısı”na maruz bırakmaktadır.

Geleneksel dönemlerde hem din hem de kültürün etkisiyle “Tanrı’nın yarattığı” beden, kutsal kabul edilmekte ve zaruri kalınmadıkça insanın müdahalesi makul görülmemekteydi. Ancak modern dönemle birlikte beden kutsallığını yitirerek her türlü müdahaleye açık hâle getirildi (Küçükşen, 2016, s. 143). Günümüzde ise bedenin estetik görünümü adına vücudun müdahale edilmeyen nerdeyse hiçbir bölgesi kalmadı. Önceki kuşakların çoğunlukla gereksiz ve anlamsız bulduğu bu estetik uygulamalar (Tekin, 2016), bugünün kuşakları ve özellikle gençler tarafından güzelleşme, sağlıklı görünme, kendini teşhir etme, sosyal beğeni kazanma, sosyalleşme, kimlik kazanma, mahalle baskısından kurtulma, toplumsal bütünleşme gibi birçok psiko-sosyal nedenlere bağlı olarak kabul görmektedir.

İdealize edilen yeni beden anlayışı, yaşlılığa ve yaşlılara bakışı da değiştirmektedir. Kadim kültürlerde bir değer olarak yaşlılık; bilgelik, tecrübe, saygınlık gibi kavramlarla eşleştirilirken, bugün yaşlılık;

hastalık, ilaçlar, huzurevleri, birine bağımlı olma, güçten düşme, değerden düşme, kamusal alandan uzaklaşma, gözden düşme, çocuklaşma, acizlik ve sermayeyi tüketme gibi olumsuz niteliklemlerle anılmaktadır (Küçükşen, 2016, s. 140). Dolayısıyla yaşlılık ve/veya yaşlılar, bu niteliklere bağlı olarak bir tür ötekileştirmeye (ageism) maruz kalmaktadır. Televizyondaki sağlık showları ve medikal magazin programları, insanlara bedeninin her daim “genç” kalması ve asla yaşlanmaması gerektiğini öğütlemektedir. Öte yandan bedeninin genç görünmesi uğruna sağlığın tüm aygıtları seferber edilmektedir. Bugün sağlık, hayatta kalmak için başvurulmuş tıbbi-biyolojik bir zorunluluk olmaktan ziyade çoğunlukla statüye bağlı toplumsal bir buyruğa dönüşmüştür. Zira sağlık, bir değer olmaktan çıkmış, değer yüklenen bir uygulama olmuştur. Böylelikle sağlık, değer yüklemenin gizemli sisteminde güzelliğe eklenen form hâlini almıştır (Baudrillard, 2004, s. 178). Can’a (2018, s. 59) göre yaşadığımız dönemde ideal bedene sahip olmak, genç kalmak ya da genç görünmek gibi anlamlara gelmektedir. Dolayısıyla geleneksel dönemlerde bilgeliğin, tecrübenin, erdemin, hikmetin, arif olmanın ve bunun gibi saygıya mazhar olan nitelikleri temsil eden yaşlılık, günümüzde istenmeyen, göz ardı edilen, sorunlar üreten, hastalıklarla anılan, acizlik olarak görülen ve yaşamın dışına itilen bir yaşam evresi olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle insanlar, “yaşlanma karşıtı” pratikleri hayata geçirme konusunda adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar. Kozmetikten estetik cerrahiye, kıyafet tercihinden boş zamanları değerlendirmeye kadar “genç kalma” ideolojisi, her gün yeni katılan müritleriyle çağımızın güçlü ideolojilerinden biri hâline gelmiştir.

Televizyondaki sağlık showlarının “ideal beden” temasına ek olarak en fazla konu edildiği diğer bir tema ise “beslenme”dir. Televizyondaki sağlık programları genel olarak genç, güzel ve ince görünebilmek için nasıl beslenilmesi gerektiği konusunda tavsiyelerde bulunmakta ve diyet reçeteleri sunmaktadır. Ayrıca bazı programlarda da şeker, kalp ve tansiyon gibi kronik hastalığı olanlara, beslenme odaklı bilgilendirmeler yapılmaktadır. Böylelikle insanın hayatındaki temel ihtiyaçlardan biri olan beslenme de yaşamın tıbbileştirilmesi temelinde “uzman” kontrolüyle gerçekleştirilmektedir. Çünkü beslenmenin görece kültürel öneminin artışıyla birlikte “uzman tavsiyeleri” adeta insanların olmazsa olmazı hâline gelmiştir. *New-age* (Yeni Çağ) söylemini bilimsel buluşlarla harmanlayarak diline dolayan diyetisyenler ve ünlü şefler, neredeyse birer din adamı mertebesine yükselmiş ve söyledikleri her şey toplumda birer “Tanrı buyruğu” gibi algılanmaya başlanmıştır.<sup>2</sup> Kaldı ki hayatında anlam krizi yaşayanlar, kutsal kitaplardan pasajlar/ayetler okumak yerine bu boşluğu dolduracak nadide lezzetlerin peşinde koşmaktadırlar (Cederström & Spicer, 2017, s. 15). Bundan dolayı yemek sofraları lezzetli tatların sunulduğu, sofranın ve sohbetin paylaşıldığı bir yer olma özelliğini kaybetmiştir. Bunun yerine sofralar, yağ ve kalori miktarına dikkat çekilen, bir nevi ilaca indirgenen besinlerin özenle tüketildiği bir eczane tezgahına dönüşmüştür. Zira bir zamanlar keyfi sürülen hazlar, şimdilerde “sağlıklı yaşamak” olarak adlandırılan tek bir amaca yönelmiştir (Cederström & Spicer, 2017, s. 15). Bu açıdan değerlendirildiğinde, televizyonlardaki sağlık showlarının yanı sıra “Yemekteyiz” ve “Masterchef” tarzındaki programların sayısının artması ve bu programların beslenme kültürü ve sağlık arasında da ilişki kurmaya dönük çabaları, diyetisyenlere ek olarak ünlü şeflerin de popüleritesini arttırmaktadır. Öyle ki sabah kuşağı sağlık showlarında, hem hekim ya da sağlık uzmanlarının hem de yemek tarifi veren şeflerin bir arada olması, “ideal/sağlıklı beden” ve “beslenme”nin bir aradalığını göstermesi açısından önemlidir. Böylece yeni sağlık anlayışı, hekim-diyetisyen-şef üçgeninde yeniden inşa edilmektedir.

Bugünün medya organları; yazar, aktivist veya entelektüeller gibi düşünce ve eylem üreten kişilikleri deyim yerindeyse “sahne arkası”na almıştır. Bu kişilikler, önemli şahsiyetler kategorisinde listenin ilk sıralarında artık yer almamaktadır. Bu kişiliklerin yerini; ünlü şefler, diyetisyenler, sağlık uzmanları,

<sup>2</sup> Tarihsel süreçte beslenme rejimleri ya da diğer adıyla diyetler, sadece sağlık amaçlı değil aynı zamanda dinsel bir amaç güderek nefsi köreltmek ya da hazlardan bedeni uzak tutmak amacıyla da uygulanmıştır. Aslında Foucault’nun Hippokrates’in çalışmalarına referansla dikkat çektiği gibi, diyetin ya da perhizlerin tıbbi uygulamalardan neşet ettiği düşüncesinin aksine tıp, diyetlerden beslenerek ortaya çıkmıştır (Timurturkan, 2016, s. 94).

alternatif tıp fenomenleri ve mutluluk guruları almıştır. Bu değişimin en önemli formülasyonunu ise “sağlık ve mutluluk” kavramları oluşturmaktadır (Cederström & Spicer, 2017, s. 42). Ancak bu değişim, insanlarda sağlık ve mutluluktan ziyade korku ve kaygı üretimine büyük bir ivme kazandırdı. Diyetlerle hedeflenen formda kalma dürtüsü, insanların beden sağlığını korumaya niyet etse de ruh sağlığını kaybetmesine neden olabilmektedir. Zira formda kalma, beden sağlığı ya da sağlıklı görünmesi uğruna, ruhun sağlığını riske atma potansiyeli taşımaktadır (Can, 2019, s. 195). Bauman’ın (2017, s. 96) da dikkat çektiği gibi formda kalma, kişinin sürekli bedenini gözden geçirmesine, yer yer kendini suçlamasına ve değersiz bulmasına, nihayetinde de sürekli bir kaygıya neden olmaktadır. Tekin’e (2016, s. 93) göre ise televizyon ekranlarında uzman hekim ve diyetisyenlerin boy göstermeleri, sağlıklı insanların dahi kendi sağlıkları konusunda kuşku duymasını beraberinde getirmektedir. Bu kuşkunun korkuya dönüşmesiyle birlikte sağlığından endişe etmeye başlayan insanlar, sağlık kuruluşlarına giderek çeşitli fiziksel, biyo-kimyasal ve yüksek radyasyon içeren tetkiklerden geçmeyi adeta görev bilinciyle yerine getirmektedirler.

Televizyonlarda yayınlanan sağlık programlarının ya da sağlık haberlerinin esasında ne gibi bir amacı olduğu konusu da tartışılmaktadır. Bu yayınların temel amacının, toplumun herhangi bir sağlık/hastalık konusunda bilgilendirilmesinden ziyade daha fazla izleyiciye ulaşmak, dolayısıyla reyting oranını daha yukarılara çekmek olduğu ifade edilmektedir.<sup>3</sup> Türkiye’de çok fazla izlenen bir haber kanalının şefi durumunda olan Kazancıbaşı’nın ifadeleri, aslında bu tür sağlık haberlerinin reyting kaygısıyla yapıldığını göstermektedir. Zira Kazancıbaşı, Multiple Skleroz (MS Hastalığı) Haftası münasebetiyle, bu hastalık konusunda toplumu bilgilendirici bir haber yapılması gerektiği teklifine karşılık, toplumumuzda bu hastalığa yakalananların sayısının az olduğu, dolayısıyla böyle bir haberin izlenmeyeceği, bunun yerine kanser, beslenme, diyet, kalp, ideal beden gibi daha çok izlenebilecek haberlerin yapılmasının kararlaştırıldığını belirtmiştir (Demir, 2010, s. 135). Bu örnek, sağlık showlarının ve sağlık haberlerinin “toplumsal fayda”nın gözetilmesi yerine “pragmatist” temelde yapıldığını göstermesi açısından önemlidir. Örneğin Erdoğan’ın (2002) yaptığı bir araştırmada, katılımcılara “televizyonda yapılan sağlık haberlerinden hangilerinin akıllarında kaldıkları” sorulmuştur. Akılda kalan ilk altı sağlık haberi sırasıyla, “diyet, sağlıklı beslenme ve zayıflama” haberleri (%14), “selülit, estetik cerrahi, silikon, yağları yok etme” haberleri (%13), “mucize ilaçlar, saç dökülmesi, kellik” haberleri (%10), “mucize tedaviler, gen şifresinin çözülmesi, organ nakli, kansere çare, kalp ve damar tedavileri” haberleri (%10), “yapışık ikizler, engelli çocuklar, yaşlı hastalar” haberleri (%9) ve “ünlülerin hastalıklarıyla ilgili” haberler (%9) şeklindedir. Dolayısıyla izleyicilerin aklında kalan sağlıkla ilgili haberler; estetik, güzellik, diyet, popüler sağlık konuları ve magazin gibi konular temelinde şekillenmektedir. Hatta televizyondaki sağlık showları ve sağlıkla ilgili haberler gerek nitelikleri gerekse de veriliş biçimleri bakımından daha çok magazin bir formatta yapılandırılmaktadır. Zira medyanın dikizleme kültürüyle yetişen bireyleri için magazin programlar, her daim ilgi çekebilmektedir.

### 2.1.2. Sağlık eğlenceli hâli: Medikal magazin

Televizyonda ve medyanın diğer organlarında verilen sağlık haberleri, magazin ile harmanlanarak sunulmaktadır. Bu haberler genelde diyet, zayıflama, estetik, ilaç kürleri veya hastalıklardan kurtulmanın sözümlerine ona “mucizevi” şekilleriyle verilmektedir. Dünyanın ya da Türkiye’nin tanıdığı ünlü kişiler üzerinden yapılan bu haberler, izleyici kitlesinin de olabildiğince ilgisini çekmektedir. Örneğin “Hollywood’un zayıflatan sihirli diyetinin sırları” başlıklı haber, dünyaca ün kazanmış Amerikalı aktrislerin formda olduğu ve ideal bedene sahip olduğu bilgisiyle, ayrıca bu modellere

<sup>3</sup> Bu programlar, kadın ve erkeğin sağlık ve hastalığını inşa edici bir rolü de yerine getirmektedir. Televizyonda yer alan sağlık programları incelendiğinde, çoğunlukla kadınlara yönelik programların olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü kadın; diyet, beslenme, güzellik, incelme ve estetik gibi konuların yanı sıra, evdeki konumu gereği ailenin sağlığından sorumlu bir anne ya da hasta olanlarla yakından ilgilenen hastabakıcı rollerini de üstlenmiştir. Böylelikle televizyondaki özellikle sabah kuşağı programları, bu anlamda kadının “hasta birey” olarak konumlanmasını kolaylaştırmaktadır (Eryiğit Günler, 2016, s. 108).

herkesin hayran olduğu da vurgulanarak verilmektedir. Bir diğer haberde *Beyonce*'nin bir fotoğrafı verilerek "herkesi kıskandıracak ölçülerde" başlıklı bir sağlık haberi yapılmıştır. Kadın cinselliğinin ön plana çıkarıldığı bu haber, cinsel dürtüleri uyandıracak bir bedene sahip olmanın sağlıklı olmakla eşdeğer olduğunu vurgulaması açısından dikkat çekicidir (Küçükşen, 2016, s. 142). Medikal magazin olarak adlandırılabilir bu haberlerde, çoğunlukla "ideal kadın bedeni"nin görsel olarak kullanılması da artık alışageldik bir yöntem hâline gelmiştir.

Medyada çıkan sağlık haberlerinde, haber başlıklarının sansasyonel ve abartılı olduğu görülmektedir. Bugün gazete, televizyon veya internet gibi medyanın tüm araçlarında; diyet önerisi, obezite, kilo problemleri ile ilgili bir mesaja ya da habere rahatlıkla rastlanabilmektedir. Bu haber başlıklarından bazıları; "ideal beden için beslenme tüyoları", "kış diyetiyle formunuzu koruyun", "kilo sorununuzdan sirkeyle kurtulun", "formda bir yaz için tam tahıldan vazgeçmeyin", "sağlıklı ve fit bir beden için 3 altın kural", "10 beden inceline bakın ne hâle geldi", "yeni trend ameliyatsız burun estetiği", "lazer lipo ile mükemmel vücut hayal değil" (Küçükşen, 2016, ss. 142-143) şeklindedir. Görsel medyada çıkan bu haberlere bakıldığında, herhangi bir sağlık problemiyle ilgili tek bir tedavi yönteminin olduğu ve bu yöntemi uyguladıklarında bu hastalıklardan veya problemlerden kurtulabilecekleri vaat edilmektedir. Televizyonların izlenme oranlarını, gazete ve dergilerin tirajlarını ve internet sitesinin tıklanma sayılarını arttırmaya dönük bu haberler, söz konusu hastalıklara ya da rahatsızlıklara sahip olanlar için adeta "umut tacirliği"ne dönüşmektedir (Can, 2019, s. 198).

Sağlık showlarında olduğu gibi yaşlanma veya genç kalma temalı haberler, medikal magazin haberleri içerisinde üst sıralarda yer almaktadır. Yaşlanma ve/veya genç kalmayla ilgili sağlık haberlerinde hedef kitleyi kadınlar oluşturmaktadır. Yaşlanmanın kadınlar için büyük bir kâbus olduğu söylemleriyle verilen "bu maske ile gençleşin", "yaşlanmaya karşı savaş açan gıdalar", "kadınların büyük sorunu olan erken yaşlanmayı önlemek için sağlıklı beslenme", "sağlıklı yaşamın sırları" gibi haberler, erken yaşlanmaya karşı önlem alınması gerektiğini, bu önlemlerin cilt bakım ürünlerinin kullanımıyla mümkün olduğunu (Küçükşen, 2016, s. 144) ifade etmektedir. Bazı haberler ise bu önlemlerin doğal gıda takviyeleri alınması suretiyle gerçekleştirilmesini vurgulamaktadır.

Medya organlarında çıkan medikal magazin içerikli sağlık haberlerinde, gıda tavsiyelerinin iki alanda yoğunlaştığı görülmektedir. İlki, gıdaların doğrudan hastalığı önlediği ve hastalıkları tedavi etme özelliklerinin bulunduğu haberleridir. İkincisi ise toplumda kültürel ve yöresel özelliklere göre değişkenlik gösteren gıdaların tüketim biçimlerinin değiştirilmesi ve düzenlenmesi yönünde bilgiler ve tavsiyeler içeren sağlık haberleridir (Küçükşen, 2016, s. 149). Ayrıca bu haberlerin içeriklerinde, sağlığın korunması ya da belirli hastalıkların tedavisinde "doğal reçete" olarak sunulan meyve ve sebzelere yönelik çok sık haberler yapılmaktadır Küçükşen'in (2016) araştırmasında yer alan haber başlıklarına bakıldığında, "Bu besinlerle bahar yorgunluğundan kurtulmanız mümkün", "Yerfıstığı ye, kalbini koru", "Mutlu olmak için bunları yiyin, muz, somon balığı, avakado", "Bilim insanları kanıtladı, soğan suyunun faydaları", "Siyah üzümle yumurtalık kistine doğal çözüm", "Kerevizin mucizevi faydaları", "Astıma doğal ilaç, elma suyu", "Tam buğday ekmeği ye, kanserden korun", "Yumurtalık kanserine karşı portakal suyu", "Kanserden koruyan nar kabuğu çayı", "Bamya ye kanserden korun", "Karalahana kanser düşmanı", "Prostat kanserinin iki düşmanı domates ve çay" gibi sağlık haberlerinin yapıldığı ve bu haber başlıklarının ise genelde aynı söylem ve formatta yapıldığı dikkat çekmektedir. Aynı zamanda bu sağlık haberleriyle, hem araştırma süreci devam eden araştırmaların ilk bulgularının paylaşıldığı, hem gıdalara sihirli bir iyileştirme modülüyle mucizevi bir güç yüklendiği, hem toplumun kültürel olarak tüketim alışkanlığı olmayan sebze ve meyve gibi gıdaların tüketilmesinin teşvik edildiği, hem de kanser gibi çağımızın çare bulamadığı bir hastalık üzerinden insanlarda yüksek beklentiler oluşturulduğu görülmektedir.

Medikal magazin türü programlar, başta televizyon olmak üzere birçok medya organında yayınlarına devam etmektedir. Diyet ya da güzellikle ilgili verilen haberlere ya bir ünlünün ya da mankenin

uygunsuz, alakasız fotoğraf ve/veya videoları ya da “sağlık fenomenleri” olan hekim ya da geleneksel iyileştiricilerin spotlaştırılan cümleleri eşlik etmektedir. Diğer yandan Türkiye’de sağlığın medikal magazine uyarlanmasında, hekim ve/veya geleneksel iyileştiricilerden oluşan “sağlık fenomenleri”nin de önemli bir payı vardır. *Canan Karatay, Ender Saraç, Ahmet Maranki, Feridun Kunak, Ömer Coşkun* ve sosyal medya hekimlerinden oluşan sağlık fenomenlerinin gerek sağlık ve hastalıkla ilgili gerekse de gıda ya da gıdaların sağlık ve hastalığa etkisi gibi polemik oluşturabilecek konularla ilgili düşüncelerinin medikal magazin değirmenine su taşıdığı görülmektedir. Ekmek tüketimi, tereyağı ve zeytinyağı kullanımı, kelle paça çorbası ve sakatat yemekleri, şeker ve tuz kullanımı ve kanser yapan besinler gibi konular, bu hekimler ya da iyileştiriciler arasında tartışma konusu yapılmakta ve böylelikle ciddi bir mesele olan sağlık ve hastalık hususları magazinleştirilmektedir.

### 2.1.3. Tıbbın pembe dizileri

Televizyonda yer alan sağlık haberleri, sağlık showları, kamu spotları ve medikal magazin yanı sıra sağlık hizmetlerinde çalışanları, özellikle hekimleri konu alan ve olay örgüsünü farklı konuların oluşturduğu diziler de yayınlanmaktadır. Başta Amerika olmak üzere ve birçok Avrupa ülkesinde de yaklaşık kırk yıldan beri yayınlanan ve büyük bir izleyici kitlesine ulaşan bu yapımlar, çoğunlukla “tıp draması” olarak adlandırılmaktadır. Amerika ve Avrupa’da yayınlanan bu tür pembe tıp dizilerinden bazıları şunlardır: *Medical Story* (NBC, 1975), *St Elsewhere* (NBC, 1982-88), *Casualty* (BBC1, 1986-), *EastEnders* (BBC1, 1985-), *Brookside* (Kanal 4, 1982-2003), *The Nation’s Health* (1983), *Scrubs* (NBC, 2001-) ve 122 kez Emmy ödüllerine aday olup 22 defa bu ödülleri almaya hak kazanan *ER* dizileri, Avrupa ve Amerika’da gösterilen tıp dizilerinden sadece bir bölümünü oluşturmaktadır (Henderson, 2014).

Tıbbın pembe dizileri gösterime girdiği ilk dönemlerde, tıp mesleğinin itibarının korunması ve pekiştirilmesi yolunda önemli bir araç olarak görülmekteydi. Halkın beğenisini toplayan İngiliz draması *Dr. Finlay’s Casebook* (1962-71), ABD’de ise *Dr. Kildare* (1961-66), *Ben Casey* (1961-66) ve *Marcus Welby MD* (1969-71) dizileri, profesyonellik sınırlarını aşan ve hastalarına yardım etmek için çaba gösteren, para yerine soylu amaçların peşinden giden, kendini hastalarına adanmış hekimlerin hâkim olduğu bir tıp sistemini resmetmekteydi (Henderson, 2014, ss. 223-224). Ancak bugünün tıp dizileri, genel olarak sağlık çalışanları arasındaki aşkı, romantizmi veya entrikaları konu edinen, bazı sahnelerde geçen diyalogların birtakım tıp terimleriyle ya da teşhis, tedavi ve cerrahi müdahalelerle “soslandığı” olay örgülerinden ibarettir.

Amerika ve Avrupa’daki tıbbın pembe dizileri, popüler içeriğinin yanı sıra sağlık, hastalık ve tedavi yöntemleriyle izleyiciler üzerinde etkili olmaktadır. Örneğin Amerika’da 1994-2009 yılları arasında yayında olan *ER* dizisi, çoğu insanın ilgiyle izlediği, hatta birtakım tıp bilgilerinin de izleyicilere sunulduğu bir program hâline gelmişti. Bu dizide tıpla ilgili teknik bilgilerin sıklıkla kullanılması, tıp öğrencilerinin de diziye yoğun ilgi göstermesini sağlamıştı. Öyle ki tıp öğrencileri; tıp literatüründeki kısaltmaları, ilaç isimlerini ve acil serviste tartışılan tanılarını sıklıkla duyarak bilgi dağarcıklarına yerleştiriyorlardı. Bir tıp öğrencisinin dört yıl boyunca haftalık yayınlanan *ER* dizisini izlemeye ayırdığı vakit, aynı zamanda çoğu fakültede belirlenmiş acil servis eğitimine ayrılan süreye denk düşmekteydi (Henderson, 2014, s. 229). Bu tıp dizilerinin toplum üzerindeki etkisine ilişkin diğer çarpıcı örneği ise *Coronation Street* dizisinde görmek mümkündür. İngiltere’de geniş bir izleyici kitlesi tarafından takip edilen bu dizinin kurgusuna göre, yaşlı bir kadın rahim ağzı smear testini iki defa üst üste kaçırmıştıktan sonra cerrahi müdahaleyle dahi tedavi edilemeyecek düzeyde rahim ağzı kanserine yakalandığını öğrenmektedir. Bu hikâyenin dizide sahnelenmesinden kısa bir süre sonra, kanser yardım derneği *CancerBACUPa* gelen haftalık telefon sayısı 300 adet artmış, aynı dönemde sadece Kuzeybatı İngiltere’de yapılan smear testi sayısında 14.000 adet artış görülmüştür. Bu testi yaptıranlar arasında yer alan 2000 kadın, ilk defa smear testini yaptırdığını belirtmiştir (Henderson, 2014, s. 231). Tıbbın pembe dizilerine ilişkin buna benzer örnekler kuşkusuz arttırılabilir. Ancak dikkat çekilmesi



gereken husus, bu dizilerin aynı zamanda insanların sağlık ve hastalıklarıyla ilgili tutum ve davranışlarını geliştirmelerinde önemli bir yönlendirici olmasıdır. Çünkü insanların sağlık durumlarıyla ilgili alacağı kararlarda, bu dizilerin etkileri açıkça görülmektedir. Diğer yandan bu dizilerin yapımcılığını üstlenen şirketlerle, ilaç ve tıbbi cihaz sektörleri arasındaki ilişki ve ortaklık da ayrıca araştırmaya değer bir konudur (Can, 2019, s. 204).

Amerika ve Avrupa'nın yanı sıra sinema sektöründe gelişme gösteren Türkiye, Hindistan ve Güney Kore gibi ülkelerde de tıbbın pembe dizileri büyük ilgi görmektedir. Türkiye televizyonlarında yayınlanan Hastane, Doktorlar, Merhaba Hayat, Acil Servis, Acil Aşk Aranıyor, Hayat Yolunda, Sen de Gitme, Derman, Hekimoğlu, Mucize Doktor ve Kasaba Doktoru gibi diziler, tıbbın pembe dizilerine örnek olarak gösterilebilir. Bu diziler, genellikle belirli bir olay örgüsü üzerinden aşk, entrika, romantizm, hırs, çaresizlik, kıskançlık, aldatma gibi duygular bağlı olarak gelişen sosyal ilişkileri konu edinmektedir.

Türkiye'de insanların sağlık ve hastalığa ilişkin geliştirdiği tutum ve davranışların oluşmasında, bu tür tıp dizilerinin etkisi gerçekten merak konusudur. Esasında tıbbın pembe dizilerinin toplumda şekillendirdiği sağlık ve hastalık davranışlarının evrilme biçimleri, sahadan elde edilecek verilerle analiz edilebilir. Böylelikle sahadan elde edilen bulgular; ideal beden, beslenme, tüketim, estetik ve diyet gibi popüler sağlık uygulamaları ile tıp dizilerinin ve genel olarak medyanın ilişkisinin yorumlanması bakımından önem arz edecektir.

## **2.2. Gazete, dergi ve internetin sağlık ajandaları**

Televizyondaki programların dışında gazete, dergi ve internet siteleri gibi medyanın diğer organlarında da sağlıkla ilgili haberler ve bilgiler yer almaktadır. Bu organlarda yer alan sağlık ve hastalıkla ilişkilendirilen bilgiler, uzmanların ya da sağlık alanında otorite olarak kabul edilen aktörlerin yorumlarına dayanan yönlendirici, düzenleyici ve disipline edici metinlerdir (Demez, 2012, s. 522). Gazetelerdeki sağlık köşeleri, magazin dergilerindeki güncel sağlık konuları ve yeni medyadaki sağlık-hastalık temalı siteler ve sosyal medya uygulamaları, birçok insanın takip ettiği ve yaşamına uyguladığı bilgi kaynaklarıdır. Gazete, dergi, internet ve sosyal medyadaki sağlık haberlerinin düzenlenişi, yapılandırılması ve sunumu, televizyondaki sağlık programlarının ve sağlık haberlerinin sunumuyla benzerlik göstermektedir. Kadın bedeninin ön plana çıkartılması, ünlü modellerle ilişkilendirilen sağlık-hastalık durumları, medyanın sağlık fenomenlerinin demeçleri, sansasyonel tarzda verilen haber başlıkları ve önerilen mucizevi tedavi yöntemleri, bu benzerliklerden bazılarıdır.

Gazeteler gerek sağlık köşeleri gerekse de verdiği sağlık ekleriyle, çok sayıda sağlık haberi üretmektedir. Türkiye'de 2006 yılında yapılan ve sadece bir aylık (1-31 Mayıs) süreçte dördü ulusal (Posta, Sabah, Hürriyet ve Akşam), biri yerel (Yeni Asır) beş gazetenin incelendiği araştırmada, yaklaşık 700 adet sağlık haberinin yapıldığı saptanmıştır. Yapılan sağlık haberlerinin sayısı sırasıyla şu şekildedir: 700 sağlık haberinin 209'u Posta Gazetesi'nde, 179'u Sabah Gazetesi'nde, 125'i Yeni Asır Gazetesi'nde, 108'i Hürriyet Gazetesi'nde ve 93'ü Akşam Gazetesi'nde yer almıştır (Demir, 2010, s. 239). Bugün bu sayının daha yüksek seviyelerde seyrettiği düşünülmektedir. Diğer yandan gazetelerde yayımlanan sağlık haberlerinin belirli konularda yoğunlaştığı görülmektedir: Sağlıklı bir yaşam sürmek, sağlıklı yaşlanma, yaşlılığı geciktirme, diyet, incelik, güzellik, depresyon ve stres, giyim, kuşam ve moda önerileri... Bu haberler, kadınlar üzerine yoğunlaşmasının yanı sıra kadının toplumsal rolleriyle sağlığı ilişkilendirerek kadın bedenini düzenlemeyi, eğitmeyi ve disipline etmeyi amaçlamaktadır (Demez, 2012, s. 529). Ayrıca gazetelerin sağlık köşeleri çoğunlukla cinsellik, haz, cinsel uyum, doğum kontrolü, gebelik, kadınların özel günleri, menopoz gibi konuları gündeme taşımaktadır. Gazetelerdeki sağlık haberlerinin sunumunu araştıran Demez (2012, 524), gazetelerde verilen sağlık haberlerinin kadın bedeninin tüketimi, cinsellik, kişisel bakım, kozmetik ve diyet gibi konular çerçevesinde aktarıldığını belirtmektedir.

“... incelenen gazetelerdeki sağlık haberleri ve yayınlarının tüketim toplumunun öne çıkardığı özellikle cinsellik, kadın sağlığı ve hastalıkları, ürolojik sorunlar, diyet, şişmanlık, menopoz, yaşlanmama (genç güzel ve ince kalmanın yolları) sık sık gündeme getirilir. Yayınların bilgilendirmeden çok haberdar etmeyi hedefleyen, güncel ve tüketime yönelik, yaşam tarzları önerir düzeyde olduğu görülmektedir. Cinsellik, güzellik, yaşlılık gibi kavramların çok işlenmesi tüketim toplumuna, imaj ve görünümün öne çıktığı ideolojiye işaret eder. Kişisel bakım ve kozmetik, beslenme, cinsel özgürlük, uzun yaşam hatta yaşlanmama, menopoz, ölümsüzlük, sosyal olma, annelik, ilişkiler, spor, diyet gibi günümüzün yüceltilen değerleri sağlık kavramı altına toplanmış sürekli biçimde yayın yapan söylem üreten ve bunu medya aracılığıyla yaygınlaştıran uzmanların denetimine verilmiştir. Ticari ilişkileri gözeten, reklam ve tüketime yönelik sağlık söyleminin kadın bedenine ilişkin uygulamaları, düzenlemeleri içermesi bu anlamda önemlidir. Bu çerçevede sağlıklı beden, sağlıklı yaşamın, sağlıklı ilişkinin tanımı yapılmakta, nasıl olması gerektiği gündelik rutinler üzerinden öğretilmektedir. Bu anlamda medya yayınlarında verilen mesaj; sağlıklı beden estetik ve bakımlı ve temizdir. Sağlıklı insan ise sosyal ilişkilerinden, giyim tarzına, diyetten cinselliğe uyumlu, “doğru” kararlar alan ve davranan insan olarak özetlenebilir” (Demez, 2012, s. 530).

Gazetelerin yanı sıra magazin dergilerinde de kadın bedeni ön plandadır. Kaldı ki kadın bedeni, dergilerin tirajını arttırmak için özellikle tercih edilmektedir. Model ajansı olan *Primier* muhabirinin, *BBC Online*'da yer alan ve dergi kapağının nasıl olması gerektiğiyle ilgili dile getirdiği düşüncesi, aslında birçok şeyi özetlemektedir: “Eğer siz derginin kapağına güzel, ince bir kız koyarsanız, daha çok satarsınız” (Oğuz, 2005, s. 34). Dolayısıyla beden gerek magazin dergileri gerekse de kadın veya erkek dergileri için en büyük sermayedir.

Son dönemlerde sağlık ve hastalıkla ilgili haberler ve bilgilendirmeler sıklıkla internet veya sosyal medya uygulamaları aracılığıyla sağlanmaktadır. Zira yeni medya, sağlıklı yaşam tutkusunun yaygınlaşması, bilgi üretimi ve bu bilgiye erişim imkânlarının kolaylığı gibi faktörlerden dolayı önemli bir bilgi kaynağıdır. İnsanların sağlık ve hastalıklarla ilgili bilgi sahibi olmak için öncelikle interneti ya da sosyal medyayı tercih etmeleri, yeni medya faktörünü gözler önüne sermektedir. Örneğin Amerika'da yapılan bir araştırmada, arama motorlarında sağlık kategorisinde en sık araştırılan konuların başında; alerji (%37), kanser (%35), kalp hastalıkları (%29), diyabet (%26), sindirim bozuklukları (%24), artrit (eklemlerin iltihabı hastalıkları (%24), yüksek kolesterol tedavisi (%22), migren (%20) ve astım (%19) gibi hastalıklar gelmektedir (Demir, 2010, s. 1). Türkiye'de arama motorları istatistiğine bakıldığında ise sağlık kategorisinde en çok aranan kelimeler sırasıyla; hastane, kalp, bebek, gebelik ve ağrı şeklindedir (Milliyet, 2017).

İnternet aracılığıyla sağlık bilgisi edinen insanlar, bu bilgiler yardımıyla sağlık ve hastalık davranışlarını değiştirmektedir. Ne var ki insanlar bir hekime başvurma ihtiyacı duymadan, yeni medyanın sağlık reçeteleriyle sağlığını düzenleyebilmektedir. Çünkü hekime veya herhangi bir sağlık kuruluşuna başvurmak insanlar için hem zaman ve maliyet hem de bürokratik işlemleri tamamlamayı gerektirmektedir. Oysa internette bilgi almak kayda değer bir bürokrasi, maliyet ve zaman gerektirmediği için daha caziptir. Dolayısıyla yaşadığımız dönemde internet, Google'ın sunduğu tanı ve tedavi yöntemleriyle “hekim”in alternatifi olarak görülmektedir.

İnternet, iletişim olanaklarını arttırdığı gibi sağlık alanında da gündelik yaşamla iç içe geçmiştir. İnsanlar her türlü sağlık problemlerini, herhangi bir sağlık kuruluşuna gitmeden önce internet ortamından araştırmakta, böylelikle hastalığı hakkında bilgi sahibi olmaktadır (Küçükşen, 2016, s. 130). Ancak sağlık ve tıp alanında yapılan haberlerde “kaynağın belirtilmesi” büyük önem arz etmektedir. Özellikle internet ortamında sunulan sağlık bilgilerinin önemli bir kısmı, kaynak belirtilmeden hazırlanmaktadır. Ayrıca bu bilgilerin indirgemeci bir haber anlayışıyla verildiği de görülmektedir. İndirgemeci bu haber anlayışı, amansız bir hastalığa çare bulunduğu iddiasıyla insanlarda ümidi, çok küçük bir hatadan dolayı büyük sağlık hasarlarına yol açtığı haberleriyle de insanlarda korkuyu tesis etmektedir. Örneğin “baş ağrısı için aspirin aldı ve öldü” gibi bir spot

cümleyle sağlık haberi yapmadan evvel enine boyuna yapılması gereken bir değerlendirme süreci olmalıdır. Çünkü hekim önerisiyle daralmış beyin ve kalp damarlarından kan akışının kolay dolaşımı için aspirin kullanan bir yüksek tansiyon hastasının, bu haberi okuduktan sonra aspirin tedavisini bırakması, damarlarda tıkanma riskini ve belki de yaşamının sonlanmasını beraberinde getirecektir (Demir, 2010, s. 48). Türkiye’de hatalı yapılan sağlık haberciliğine ilişkin bir başka örnek ise yıllardır kansere karşı “zakkum çiçeği”nin kullanılması haberlerinde yaşanmıştır. Bu sağlık haberlerinin yayınlanmasıyla, sağlık kurumlarında kanser tedavisi gören onlarca insan, tedavilerini bırakarak bu bitkiden yapılan ilacı tedarik etmenin peşine düşmüşlerdir. Sonrasında bu kanser hastaları ya hayatlarını ya da sağlıklarını kaybetmişlerdir (Demir, 2010, s. 49).

### 3. Medyada Sağlıkın Pazarlanması ve Reklamlar

Günümüz toplumlarında “sağlık” ve “tüketim” kavramları, yaşamımızın merkezine yerleşmiş durumdadır. Sağlık ve tüketim ilişkisinin kurgulanmasında, medyanın güçlü bir etkisi bulunmaktadır. Sağlıkın bir meta hâline getirilmesi, öncelikle ilgili ürün ya da hizmetin reklamlarının yapılması, sonrasında ise bu ürün ve hizmetin pazarlanması şeklinde gerçekleşmektedir. Sağlık, genel olarak medyanın üç alanında pazarlanmaktadır. Bunlar; televizyon, dergi ve radyo gibi unsurlarda yayınlanan reklamlar; televizyon şovları ve pop müzik yayınlarının oluşturduğu eğlence medyası; televizyon haberleri, gazeteler, haber dergileri ve internet yayınlarından oluşan haber medyası (Oğuz, 2005, s. 35).

Medyanın reklam ve pazarlama stratejisi, yaşlanmayı biyolojik bir doğallık olmaktan çıkararak “kültürel bir anormallik” hâline dönüştürmektedir. Başka bir deyişle gündelik yaşam diskuruna dönüşen “anti-aging” pratiği, bugünün teşhir toplumunda güçten düşme gerçeğini makyajlamaktadır (Atay, 2017, s. 106). Kapitalist pazarlamanın rasyonalitesi, “iksir” retoriği kullanarak makyajlama düzeneğini hayata geçirmektedir. Zira “genç kalma”nın imkânı, piyasaya sürülen ve iksir etkisi yapacağına inanılan ürünlerin kullanımına tahvil edilmektedir. Cilt bakım kremleri, saç boyaları, zayıflatıcı ilaçlar, kişisel bakım ürünleri, kozmetikler, fabrikasyon gıdalar, jimnastik aletleri, medikal yardımcıları ve daha onlarca ürün satın alındığında gençliğini yeniden elde edebileceğine inandırılan milyonlarca insana hizmet etmektedir (Can, 2018, s. 59-60). Debord’un (2006, s. 132) da belirttiği gibi, bu pazarlama tezgahının *Truva* atını oluşturan reklamlar, tüm söylem biçimleriyle “yaşlanmayı yasaklamak”ta ve tek tek herkes için tasarlanan ve kullanıma sokulan “gençlik sermayesi”ni böylece ekonomik sermayenin hizmetine adamaktadır.

Modern tıp, hastalık kavramı üzerine kurulu seyrini, medyanın da etkisiyle “sağlıklı yaşam” kavramına çevirmiştir. Televizyon reklamları, tıbbın sağlıklı yaşam mitini pazarlayan, böylelikle tüketime ivme kazandıran bir görevi yürütmektedir. Sağlıkla ilgili ya da bir şekilde ilişkilendirilmeye çalışılan ürünler, bireyin hastalandığında tedavi sürecini nasıl yürüteceğinden ziyade hastalanmamak ve sağlığın sürdürülmesi için nelerin yapılması gerektiğiyle ilgili olmaktadır (Cirhinlioğlu, 2001, s. 105). Tüketim odaklı bir yaşamın tesis edildiği bugünün toplumlarında insanlar, sağlıkları konusunda kaygı ve korku arasında girift bir ruh hâline sokulmaktadır. İnsanlar bedenlerine her an mikrop bulaşacağı kaygısıyla yaşamakta, böylelikle medya bir “kaygı epidemisi”ni kitlelere bulaştırmaktadır (Tekin, 2016, s. 93).

“Ortalıkta gezinen yoğun bilgi yığını önce pazarlamacı yaklaşımla tasnif edilebilir. Her yerin mikroplarla dolu olması bir gerçektir. O hâlde bu bilgi ele alınarak pazarlamada kullanılabilir...Televizyon ekranlarında görülen pek çok reklamda bu süreci görmek mümkündür. Örneğin reklamda bir nesneye bir büyüteç yaklaştırılır ve orada birçok mikrobun olduğu gösterilir. Daha sonra bu bilginin yayılması sağlanır. Her yerde mikropların olması doğru olmasına rağmen tüm mikropların hastalığa yol açmadığı da doğrudur. Buna karşın insanın bağışıklık sisteminin ne kadar güçlü olduğu ve bedenin her gün ne kadar büyük mücadeleler verdiği bilgisine ise reklamlarda hiç yer verilmez. Mesela ‘her yer mikrop dolu ama endişe etmeyin, sizin bağışıklık sisteminiz var, nötrofilleriniz var, bazofilleriniz var’ ifadelerine yer verilmez. Dolayısıyla günümüzde temizlik, hastalığı bedenden uzaklaştırmanın modern teknolojisi olarak görülmektedir.

Ancak bu teknoloji ile beden bir taraftan hastalıklara karşı koruma altına alınırken diğer taraftan da tüketim kültürünün en önemli aygıtı olan reklamlar aracılığıyla da paranoya sürdürülmektedir.” (Tekin, 2016, s. 94).

Medyada yapılan sağlık haberleri ile reklam, satış ve pazarlama arasında da yakın bir ilişki bulunmaktadır. Demir’in örneklediği bir olay bu ilişkiyi ortaya sermektedir. “Bir zaman aralığında mankenlerin ve pop sanatçılarının neredeyse hepsi selülitlerini doğal yollarla giderdiklerini, bunu da elma sirkesi içerek başardıklarını televizyonlarda, gazete ve dergilere verdikleri röportajlarda halka duyurmuşlardır. Bu yayınların ardından kamuoyu araştırması yapan bir şirketin yine medyada yer alan haberleri, süpermarketlerde elma sirkesi satışlarının daha önceki günlere oranla son günlerde ciddi oranda arttığını ortaya çıkarmıştı.” (2010, s. 121). Kuşkusuz bu sıkı ilişkiyi örneklendirebilecek birçok malzemeyi medyada bulabilmek mümkündür. Sağlık haberlerinin yanı sıra film ve diziler de sağlık ürünlerinin reklam ve pazarlanmasında önemli işlevler görmektedir. Örneğin fitness<sup>4</sup> merkezlerinin ve fitness aletlerinin “senaryo gereği” dizi ve filmlerde gösterilmeye başlanmasıyla, toplumun bu merkezlere ve aletlere olan ilgisinde önemli artışlar yaşanmaya başlamıştır. Ayrıca Tekin’e (2016, s. 97) göre televizyonlarda egzersiz aletlerinin reklamlarının yapılmasıyla fitness merkezlerinin her geçen gün sayılarının artması ve inşa edilen konutların artık olmazsa olmazı hâline gelen fitness merkezlerini de içine alacak şekilde kurgulanması, eş zamanlı olarak gerçekleşmiştir.

Sağlığın reklam ve pazarlama yoluyla bir meta hâline dönüştürülmesinin kökenleri, Avrupa için yeni bir durum değildir. Günümüzde geniş kitlelere ulaşılmasını kolaylaştıran medyanın bu fonksiyonu, geçmişte birtakım işportacılar tarafından gerçekleştirilmekteydi. Aslında bazı televizyon kanallarında ilaç pazarlaması yapan tiplerle, yaklaşık altı asır önce ilaç pazarlamasını yapan tipler arasında, satış yaptığı ortam ve mekân haricinde, herhangi bir farklılaşma görülmemektedir. Porter (2016, s. 59) bu duruma örnek olarak 17. yüzyıl Avrupa’sında bitkisel ilaç pazarlamasını yapan tipleri gösterir. Bu tipler, süslü püslü giysiler içinde, derme çatma bir sahnede, bir soytarıyla birlikte önce kalabalıkları kendilerine çekip sonrasında birkaç şişe şurup veya likörü oradakilere bedava vermekte, onlarca şurup veya likörü hemen orada satmaktadır. Sonrasında ise bu kişiler kasabadan çekip gitmektedirler. Bu şarlatanların çoğu küçük miktarda satış yaparken, bazıları da yüksek meblağlarda kazanç elde ediyorlardı. Bu şarlatanlardan biri olan *Joshua Ward* (1685-1761) “hap” ve “damla”sıyla servet edinmekle kalmamış, aynı zamanda sarayın da himayesini kazanmıştı.

Günümüzün ilaç endüstrisinin kurduğu pazarlama düzeneği, Porter’ın örneklemesiyle temelde aynıdır. Bugün bu düzenek, özellikle gençleşmeyi ve ideal bedeni tedarik ettiğini iddia eden ilaçların reklam ve pazarlamasıyla kurulmaktadır. Kaldı ki bu durum vicdanlı hekimlerin dikkatini çekmiş ve bu pazarlama stratejine karşı bildiriler yayınlamışlardır. Örneğin *Amerikan Sağlık Birliği* 2008 yılında, yaşlanmayı durduran hatta insanları gençleştirdiği iddia edilen ilaç ve yöntemlerin yaygınlaşması sonrasında, dünyada tanınan 51 araştırmacının imzasının bulunduğu ve bu ilaç ve yöntemlerin neredeyse tamamının bilimsel olmadığını ifade eden *Gençlik Çeşmesi Gerçek Değil* başlıklı bir rapor yayınlamıştır. Çünkü sadece Amerika’da yaşlanmayı önleyici tedavilerin yıllık pazarı, milyar dolarları bulmakta ve toplumun sağlığı tehlikeye atılma pahasına kar elde etmek amaçlanmaktadır (Demir, 2010, s. 124).<sup>5</sup> Zira ilaç endüstrisinin büyük promosyonlar harcaması ve sağlıksızlığın nedenlerini

<sup>4</sup> Bauman’a (2017, s. 123) göre üretenler toplumu, üyelerinin önüne sağlıklı yaşamı koyuyorken tüketim toplumu ise “fitness”ı (bedensel olarak formda olma) ideal olarak sunmaktadır. Üreticiler toplumu, bütün normatif kavramları “norm” ve “norm dışı” olarak belirler. Bu anlamda sağlıklı olmak, üretim toplumunda istihdam edilebilirliği, fabrikada gerektiği gibi çalışabilirliği, çalışanın fiziksel ve ruhsal yönden yeterliliğini tedarik eder. Fitness tüketim toplumunun bir ritüeli olup her ne kadar “sağlıklı olmak” için gösterilen bir çaba olarak yorumlansa da bedenin ideal kalıplara sahip olması uğruna gerekirse “sağlıklı olmak” durumundan da vazgeçmektir.

<sup>5</sup> Tıp araştırmaları da ilaç endüstrisinin yönlendirmelerinden kendisini kurtarmamakta, kaldı ki bilimsel çalışmalar üzerinde dahi sahtekarlıklar görülebilmektedir. Deppe (2014), buna güncel örnek olarak Güney Koreli kök hücre araştırmacısı *Woo Suk Hwang*ı göstermektedir. Çünkü Hwang, kök hücrelerin klonlanabilmesine dair olanakları incelediği yayınlarında sahtekarlığa imza atmıştır. Ayrıca *Alman Tıp Birliği*’nin yayın organında yer alan şu bilgiler oldukça vahim bir durumu gözler önüne sermektedir: “Araştırma sahtekarlığı: Her üç araştırmacıdan biri hileye başvuruyor. ABD’de yürütülen bir çalışma,

araştırmak yerine ilaçla tedaviyi öne çıkaran yaklaşımının en büyük destekçiliğine de kuşkusuz medya yapmaktadır. Örneğin 7 Temmuz 2008 tarihli *New York Times* gazetesinde yer alan sağlık haberinde şu ifadeler yer verilmektedir: “Ülkedeki pediatri uzmanları, yetişkin dönemde ortaya çıkan kalp sorunlarının önlenmesi için, çocuklarda kolesterol taramasının genişletilmesini ve kolesterol düşürücü ilaçlara başlama yaşının sekize indirilmesini öneriyor.” (Applbaum, 2014, s. 113). Ancak annelere, çocuklarını nasıl beslemeleri gerektiği hususunda bilinçlendirme yapmadan, beden eğitimi programlarının iyileştirilmesi adına okullara gerekli kaynak ve yeterli donanım imkânları sunulmadan, özellikle lipit düşürücü ilaç kullanımının uzun vadede çocuklarda ne gibi etkileri olabileceği saptanmadan (Applbaum, 2014, s. 113) bu kimyasalların çocuklara verilmesine maalesef medya da aracılık etmektedir.

İlaçların pazarlanması, devasa reklam kaynakları kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Leys’e (2014, s. 29) göre bir takım fizyolojik rahatsızlık hatta hastalık olarak tanımlanan “huzursuz bacak sendromu”, “sertleşme bozukluğu” (bildiğiniz cinsel güçsüzlük), “sosyal anksiyete bozukluğu” (bildiğiniz utangaçlık) gibi yeni üretilen isimlerle kutsanan fizyolojik rahatsızlıklar, esasında şirketlerin ilaç satma şevvetini de pekiştirmektedir. Dolayısıyla ilaç endüstrisinin bakış açısına göre insanlar, ilaçlara yönelik iki tür etkileşim geliştirmelidir: Sağlık durumları ilaçla tedavi gerektirenler ve henüz bunun farkında olmayanlar. Kaldı ki endüstrinin toplumu ikna çabasında, akademi de yardıma çağırılmaktadır. Bu duruma *Pfizer* şirketinin *Neurontin* adlı ilacını örnek gösteren, *New England Journal of Medicine* dergisinin eski editörlerinden Marcia Angell, *Pfizer* şirketinin *Neurontin* isimli ilacının pazarlanmasında akademiden usulsüzce yararlandığını belirtir. Angell, *Neurontin* ilacının manik depresif bozukluk, uykusuzluk, huzursuz bacak sendromu, sıcak basması ve migren gibi rahatsızlıkların tedavisinde kullanılabilmesine yönelik konferansların düzenlenmesi ve bilimsel yayınların yapılması için ilaç şirketleri tarafından akademisyenlere para ödendiğini iddia etmektedir. Ayrıca Angell, bu bilimsel faaliyetlerin (!) ardından *Neurontin* adlı ilacın satış rekorları kırdığını ve 2003 yılında bu satıştan 2,7 milyar dolar satış geliri elde edildiğini belirtmektedir (Leys, 2014, ss. 29-30). Diğer yandan bizzat ilaç endüstrisi “tarafından yazılan araştırmalara ait sonuçların tıp fakültelerinde ya da mesleki konferanslar bünyesinde sponsorlarca finanse edilen ‘güdümlü sempozyumlarda’ yayınlanması için önde gelen akademisyenlere (ana kanaat önderleri) harcanan paranın, sektörün pazarlama giderleri arasında %20’lik payla en büyük kalemi oluşturduğu (Applbaum, 2014, s. 102) ifade edilmektedir.

#### 4. Sonuç

Bugünün toplumları için medya, bir nevi kanaat önderi işlevi görmektedir. Medyanın inşa ettiği kültürel iktidar; aile, din, ekonomi, siyaset gibi toplumsal kurumları dönüştürmekte, aynı zamanda bu kurumlara özgü alışkanlıkları ve normları da yeniden inşa etmektedir. Evliliklerden tüketime, ibadetlerden ideolojilere kadar onlarca ritüel, medya aygıtlarında dolaşıma giren trendlerle yeni anlamlar kazanmaktadır. Medyanın bu etkileş(tir)im gücü; kent-kasaba, kadın-erkek, eğitilmiş-eğitimsiz, genç-yaşlı ayrımı yapmadan, tüm cazibesıyla insanları bir araya getirebilmektedir. Ayrıca medya, yeni medya araçlarının son yirmi yılda yaygınlık kazanmasıyla da gerçek hayata paralel olarak giden, yeni yaşam formları oluşturabilmiştir. Bu yaşam formları; görme, gösterme ve gözetleme davranışlarına göre değişkenlik göstermektedir. Sağlık medyadaki yansımaları da esasında bu üç eylem tipine bağlı olarak anlam kazanmaktadır. Televizyon, internet, sosyal medya, dergi, gazete ve radyo gibi medya araçlarında doğrudan ya da dolaylı biçimde ele alınan sağlık konuları; beden, beslenme, haber, reklam, pazarlama, mağazin, diziler gibi anahtar kavramlar kapsamında bu üç eylem tipinin gerçekleştirilmesine imkân vermektedir.

---

tahrif edilen veriler ve uygunsuz bilimsel tutumla ilgili rakamları ilk kez ortaya koydu. Araştırmacıların kendi kişisel beyanlarına göre, her üç araştırmacıdan biri, son üç yıl içindeki çalışmalarında cezayı gerektiren suçlara en az bir kez yöneldi. Hilelerin büyük bölümünü, mali sponsorlardan gelen baskılar sonucunda deneysel çalışmaların tasarımı, yöntemi ya da sonuçları üzerinde gerçekleştirilen tahrifatlar oluşturuyor” (Deppe, 2014, s. 51).

Medyada sağlık ve hastalığın ele alınış tarzı, oldukça problemlidir. Kaynağı belli olmayan sağlık haberlerinin üretilmesi, sabah kuşağı programlarında ekrandan tüm topluma reçete yazılması, sosyal medyada birçok fenomenin (uzman olmayanlar da dahil) sağlık kürü tarifi vermesi, gazete ve dergilerde beden istismarı eşliğinde sunulan yüzeysel sağlık bilgileri gibi birçok yöntemin amacı, şüphesiz topluma “sağlık eğitimi” vermek değildir. Temel amaçları, sağlık ve hastalıklar konusunda toplumu bilgilendirmek olan pek az program ve hekim dışarıda tutulduğunda, medyadaki sağlıkla ilişkilendirilen yayınların önemli bir kısmı, “sağlık endüstrisi”nin ürettiği artı değerden pay alma niyeti taşımaktadır. Bu bağlamda medya yayınlarının halk sağlığına zararlarını önlemek amacıyla mikro, mezo ve makro boyutta birtakım eylem planlarının hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu eylem planları içerisinde; toplumun sağlık okuryazarlığı düzeyini yükseltecek formel ve informel eğitimlerin verilmesi, televizyon ve özellikle sosyal medyada kür, reçete ve tedavi yöntemleri veren kişilerin ilgili kurumlarca denetlenmesi, tıp dizilerinin topluma aynı zamanda sağlık eğitimi de verebilecek kalitede olmasının sağlanması, RTÜK de dahil ilgili kurum ve kuruluşların sağlık bilgisinin topluma doğru şekilde verilmesini sağlayabilecek sosyal politikaların üretilmesi gibi amaçlar sayılabilir.

## Kaynakça

- Applbaum, K. (2014). Sağlıkta küresel pazarlama: İlaç entrikaları. L. Panitch & C. Leys (Ed.), U. Haskan (Çev.). *Kapitalizmde sağlık sağlıksızlık semptomları* içinde (ss. 99-119). Yordam Kitap.
- Atay, T. (2017). *Görünüyorum o halde varım "meşhuriyet çağı"nda kültür ve insan*. Can Yayınları.
- Baudrillard, J. (2009). *Gösterge ekonomi politiği hakkında bir eleştiri* (2. Baskı). O. Adanır & A. Bilgin, (Çev.). Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim toplumu* (2. Baskı). H. Deliçaylı & F. Keskin (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan modernite* (2. Baskı). S. O. Çavuş (Çev.). Can Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon üzerine* T. Ilgaz (Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Can, İ. & Ulutaş, E. (2021). *Teşhir toplumu*. Ketebe Yayınları.
- Can, İ. (2019). *Sağlık olsun: Sağlık toplumsal görünümleri*. Çizgi Kitabevi.
- Can, İ. (2018). *Teşhir toplumu: Sinoptikonun gösterişçi sakinleri*. Çizgi Kitabevi.
- Cederström C. & Spicer A. (2017). *Sağlık hastalığı: güncel bir sendrom*. E. Gökyaran (Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Cirhinlioğlu, Z. (2001). *Sağlık sosyolojisi*. Nobel Yayınları.
- Çanak, T. (2015). *Sağlık iletişimde kullanılan kamu spotlarının halkla ilişkiler açısından incelenmesi: Sağlık Bakanlığı örneği* (Tez No: 391246) [Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi].
- Debord, G. (2006). *Gösteri toplumu ve yorumlar*. (2. baskı). A. Ekmekçi & O. Taşkent (Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Demez, G. (2012). Medyada yeni sağlık anlayışları ve kadın bedeninin temsili. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*. 9(1), 512-532.
- Demir, M. (2010). *Sağlık haberleri ve medya gerçeği*. Nobel Yayıncılık.
- Deppe, H. (2014). Sağlık hizmetlerinin doğası: Metalaştırmaya karşı dayanışma, L. Panitch & C. Leys (Ed.), U. Haskan (Trans.). *Kapitalizmde sağlık sağlıksızlık semptomları* içinde (ss. 43-53). Yordam Kitap.
- Elmacı, N. (2013). *Sağlık antropolojisi: Diyarbakır örnekleri*. Siyasal Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (2002). Tekelleşme, medya ve medya pratikleri. *Toplum ve Hekim*. 17(6), 417-424.
- Eryiğit-Günler, O. (2016). Toplumsal cinsiyet, sağlık ve hastalık. E. Tecim, (Ed.). *Sağlık sosyolojisi yazıları* içinde (ss. 104-119). Açılım Kitap.
- Fidan, M. & Yetiş, A. (2018). Sağlık iletişimde algı: Kamu Spotları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. 11(2), 159-178.
- Henderson, L. (2014). Televizyondaki tıp: Pembe dizi olarak sağlık hizmetleri. L. Panitch & C. Leys (Ed.), U. Haskan (Trans.). *Kapitalizmde sağlık sağlıksızlık semptomları* içinde (ss. 219-236). Yordam Kitap.
- İnce, M. & Koçak, M. C. (2018). Sigarayı bırakmada, kitle iletişim araçlarında yer alan kamu spotlarının etkisi. *K.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8(1), 1-11.
- Kasapoğlu, M. A. (1999). *Sağlık sosyolojisi Türkiye'den araştırmalar*. Sosyoloji Derneği Yayınları.

- Küçükşen, K. (2016). Yeni medyada sunulan sağlıklı yaşam önerilerinin toplumsal cinsiyet açısından değerlendirilmesi. E. Tecim, (Ed.). *Sağlık sosyolojisi yazıları* içinde (ss. 129-155). Açılım Kitap.
- Leys, C. (2014). Sağlık ve kapitalizm. L. Panitch & C. Leys (Ed.), U. Haskan (Trans.). *Kapitalizmde sağlık sağlıksızlık semptomları* içinde (ss. 15-42). Yordam Kitap.
- Livberber-Göçmen, T. & Ayvaz, S. (2017). Kamu spotlarının göstergebilimsel yöntemle çözümlenmesi: Sağlık Bakanlığı örneği. *Ekurgu*. 25(2), 112-128.
- Milliyet, (2017), *Türkiye Google'da son 7 ayda en çok neleri aradı?*. Milliyet. <http://www.milliyet.com.tr/turkiye-google-da-son-7-ayda-en-teknoloji-haber-2497895/>
- Oğuz, G. Y. (2005). Bir güzellik miti olarak incelik ve kadınlarla ilgili beden imgesinin televizyonda sunumu. *Selçuk İletişim*. 4(1), 31-37.
- Porter, R. (2016). *Kan revan içinde: tıbbın kısa tarihi*. (2. Baskı). G. Koca, (Çev.). Metis Yayınları.
- Şahin-Kaya, Ş. (2011). Televizyonda kadın, sağlık ve hastalık. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*. 14(2), 118-150.
- Şeker, M. & Tiryaki, S. (2013). Sigara ile ilgili kamu spotlarında moral panik etkisi. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*. 33, 223-241.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2018). *Türkiye sağlık okuryazarlığı düzeyi ve ilişkili faktörler araştırması*. Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2015). *Sağlık istatistikleri yılı 2014*. Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Tekin, F. (2016). Tıbbın bedene müdahalesi: Hasta bedenden sağlıklı ve estetik bedene. E. Tecim, (Ed.). *Sağlık sosyolojisi yazıları* içinde (ss. 77-102). Açılım Kitap.
- Timurturkan, M. (2016). Yeni bir tüketim alanı olarak tıbbileştirme: Beslenme rejimlerinin tıbbileşmesi. N. Adak (Ed.). *Sağlık sosyolojisinde güncel tartışmalar* içinde (ss. 85-102). Nobel Yayıncılık.

## Makale Bilgi Formu

**Yazarların Katkıları:** Bu makalenin yazımı yazara aittir. Yazar son metni okumuş ve onaylamıştır.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Telif Beyanı:** Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.





## Dijital Cehennem- Bir Like'ın Ucuna Yolculuk

*Digital Hell - Journey to the End of a Like*

Muhammet Oğuz Han Şimşek 

Sakarya Üniversitesi, İletişim Tasarım  
Bölümü, Sakarya, Türkiye,  
oguzhansimsek@sakarya.edu.tr

Geliş Tarihi/Received: 09.05.2024  
Kabul Tarihi/Accepted: 23.06.2024  
Yayınlanma Tarihi/ Available Online:  
27.06.2024

### Kitap Bilgileri/Book Information

**Yazar/Author:** Guillaume Pitron

**Çeviren/Translator:** Alp Tümertekin

**Yayınevi/Publisher:** Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları

**Basım Yılı/Year of Publication:** 2023

**Sayfa Sayısı/Number of Pages:** 255

Doğal kaynaklar ve bunların kullanımıyla ilgili ekonomik, siyasi ve ekolojik meselelere odaklanan Fransız gazeteci ve belgesel yapımcısı Guillaume Pitron, *Dijital Cehennem- Bir Like'ın Ucuna Yolculuk* isimli kitabında iki yıl boyunca dünyanın onlarca ülkesinde sürdürdüğü araştırmalarıyla "sanal" gibi gösterilen teknolojilerin aslında ne kadar maddi olduğuna dikkat çekmektedir. Kitap, 2021 yılında ilk olarak Fransızca, "*L'enfer numérique: Voyage au bout d'un Like*" adıyla yayımlanmış, 2023 yılında Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları'ndan, Alp Tümertekin tarafından Fransızca aslından Türkçeye çevrilmiştir.

20'nci yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve dijital dönüşüm, Christian Fuchs, Richard Hall, Lisa Gitelman, Neil Postman ve Lev Manovich gibi araştırmacılar tarafından genellikle toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasi boyutlarıyla ele alınmıştır. Pitron ise "maddi" yönüne odaklanarak, meseleye farklı bir pencereden bakma imkânı sağlamaktadır. Dijital teknolojilerin çevresel etkilerini derinlemesine ve eleştirel bir şekilde bakış açısıyla kitap, alandaki diğer çalışmalardan ayrılmaktadır. Eserde, dijital dönüşümün sürdürülebilirlik iddialarını sorgulamakta, dijital teknolojilerin gerçek ekolojik maliyetleri somut örneklerle gözler önüne serilmektedir. Kitapta dijital teknolojilerin karbon ayak izinin yanında daha geniş çevresel etkilerinin çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği savunularak alana yeni bir bakış açısı sunulmakta, dijital sürdürülebilirlik kavramını yeniden düşünmeye teşvik etmektedir.

Hammaddelerin jeopolitiği konusunda uzmanlaşmış Guillaume Pitron, Fransız gazeteci, yazar ve belgesel film yapımcısıdır. Paris Üniversitesi'nden lisansüstü hukuk, Georgetown Üniversitesi'nde uluslararası hukuk alanında yüksek lisans derecesine sahiptir. Pitron, *Le Monde diplomatique*, *Geo* ve *National Geographic* için yazılar yazmış ve hammadde kullanımı üzerine belgeseller yönetmiştir. 2018 tarihli "*Nadir Metaller Savaşı*" adlı kitabında, nadir metallerin ekonomik, politik ve ekolojik etkilerini inceleyerek sorumlu madencilik uygulamalarını savunmuştur. Pitron çalışmalarında "yeşil" ve "akıllı" teknolojilerdeki gelişmelerden kaynaklanan ekonomik, jeopolitik ve çevresel meselelerini merkeze almaktadır. Yaklaşık kırk ülkede yaptığı çalışmalarda yüze yakın rapor yayımlamıştır. Pitron, temelde dijital dönüşümün çevresel faydalarını ve sürdürülebilirliğini sorgulamaktadır. Yazarın çalışmaları, otuza yakın ödülle takdir edilmiştir.

Dijital dönüşümün ekolojik etkisi ve bu sürecin hammadde jeopolitiğinin merkeze alındığı *Dijital Cehennem- Bir Like'ın Ucuna Yolculuk* kitabının ana tezi, dijital dönüşümün ekolojiyi kurtaracağını

hayalden öteye gitmediği ve gidemeyeceğidir. Pitron, on bölümden oluşan kitabın her bir başlığında dijital dönüşümü farklı açılardan ele almaktadır. Ele alınan her bir konu, yazarın 15'ten fazla ülkede yürüttüğü çalışmalarla kitapta örneklerinin verildiği çeşitli raporlara dayandırılarak anlatılmaktadır. Yazar, internet kullanımının artmasıyla birlikte çoğalan veri merkezleri, sunucular ve diğer elektronik cihazların, tahmin edilenden çok daha fazla enerji tükettiği ve çevreye zarar verdiğini savunmaktadır. Dijital cihazların kullanım ömrünün kısalığına ve geri dönüşüm eksikliklerine dikkat çeken Pitron, okuyuculara sosyal medya kullanımının karbon ayak izini ve görünmeyen diğer maliyetlerini de düşünmeye teşvik etmektedir. Yazar, ele aldığı tüm örneklere binaen internet altyapılarının sahiplik meselelerini ele alarak, henüz devletlerin sınanmadığı bu konuya dair soru işaretlerinin çokluğuna dikkat çekmektedir. Kitap, okuyuculara dijital teknolojilerin ekolojik ve ekonomik maliyetleri hakkında derin bir farkındalık kazandırmayı amaçlayarak dijital dönüşümün sürdürülebilirlik iddialarını sorgulamaktadır.

Kitaba dair az sayıda akademik inceleme bulunmaktadır. Kitapla alakalı incelemelerin, Fransızca da dahil, yalnızca kitabın muhtevası üzerine bilgilerin sunulduğu ve tartışmadan uzak metinlerin olduğu görülür (Klikauer, 2023; Laboué, 2021; Bortzmeyer, 2022). Bu çalışmada, kitapta sunulan tezler ana hatlarıyla incelenip, tartışılmıştır. Bununla birlikte kitapta anlatılmayan veya yer almayan bilgiler de sunularak, okuyucuya konuyu daha geniş bir perspektifte ele alma imkânı verilmek istenmiştir.

Çağımızın modern toplumlarında günlük işlerin çoğu artık dijital ortamda yapılmakta, somut dünyada yaptığımız her bir işin “sanal” âlemde de bir izi bulunmaktadır. Ancak bunun hangi altyapılar sayesinde olduğu konusu teknolojilerin kendisinden daha az konuşulmaktadır. Bir “like” atıldığında arka planda yaşanan gelişmeler tahmin edilenden daha karmaşık bir süreçte işlemektedir. Bu like'ların coğrafyası ve maddi etkisini Batılı ülkelerin vatandaşları göremese de “sanal” dünya için maddi dünyanın gözden uzak yerlerinde, dış dünyaya görece kapalı bölgelerde binlerce madenlerde sayısız insan çalışmaktadır.

Dijital dünyayı ve onun somut yüzünü anlamak için öncelikle dijital teknolojilerde kullanılan terimlerin yanlış anlaşılmalara neden olduğuna dikkat çekmek gerekir. Verilerin saklandığı “bulut” sistemleri sanıldığı gibi havada uçacak kadar hafif veya yumuşak değildir; tüm dünyayı saran bir kablo ağı tarafından birbirine bağlanan karmaşık bir bilgisayar sistemleriyle çalışmaktadır. Türkçe “siber uzay” olarak çevrilen “cyberpace” ise zannedildiği gibi ne uzay kadar uzaktır ne de bir boşluktur. Bu farkındalık dijital teknolojinin kullanımı için önem arz etmektedir. Çünkü, son zamanlarda dijital teknolojiler somut dünyanın kurtarıcısı olarak gösterilmektedir (Birleşmiş Milletler, 2023).

Sanayi, tarım ve hizmet sektörlerinde, dijital teknolojilerin yardımıyla, işleyişler optimize edilerek gezegenimizin kurtarılması hedeflenmekte, ancak bunun için ortaya çıkan dijital kirliliğin boyutu konuşulmamaktadır. Oysaki hızla büyüyen bu çevresel kirlilikte dijital teknolojiler için dünya genelinde Fransa'nın üç katı kadar enerji, su ve malzeme tüketilmektedir. Dijital teknolojiler, dünyada tüketilen elektriğin yüzde 10'undan fazlasının da kaynağıdır. Bunun artması tehlikesine dikkat çeken Jaan Tallinn, dijital sanayi işletmelerinin kendilerini denetleyen ve düzenleyen kamu kuruluşlarından daha güçlü olması durumunda doğaya olan etkilerinin denetlenemez duruma gelmesinden endişelenmektedir (akt. Pitron, 2023, s. 6).

Kitabın ilk bölümünde dijital teknoloji ve ekoloji arasında hayali bir bağ olduğunu öne sürülmektedir. Dijital dönüşümün çevresel etkilerini ilk olarak akıllı kentler bağlamından değerlendiren yazar, iddiasını desteklemek için Basra Körfezine kurulan Masdar City'i örnek gösterir. Kendi kendine yetmesi amaçlanan bu şehrin, aynı zamanda akıllı kent düşüncesinin gerçek ölçekli ilk test alanıdır. Proje kapsamında, akıllı kent çözümleri için planlanan tüm otomasyon sistemleri uygulanacak; ulaşımdan iklimlendirmeye kadar tüm altyapılar otomasyon sistemleriyle çalışacaktır. Projenin başladığı günden itibaren sorunlarla karşılaştığını hatırlatan Pitron, kullanılacak yenilenebilir enerji planlarından vazgeçilmek zorunda kalındığına, otomasyonla çalışacak trafik sisteminin iptal edildiğine ve ev otomasyon sisteminin hâlâ devreye alınmadığına dikkat çekmektedir. Akıllı kentlerle alakalı Pitron

ekolojik maliyet sorununa da değinmektedir. Akıllı kentler kendi içinde her ne kadar enerji tasarrufu sağlasa da bu şehirlerin yapılışının ekolojik maliyeti, günümüzdeki modern ve kirli şehirlerin ekolojik maliyetinden daha fazladır. Dijital teknoloji “yeşil”, “sürdürülebilir” ve “ekolojik” değildir ve dijital teknolojilerin doğaya hizmet konusuna şüpheyle yaklaşmaktadır.

İkinci bölümde Pitron, her yıl yeni modeli piyasaya sürülen ve dünya nüfusunun iki katından daha fazla olan akıllı telefonların ne kadar “temiz” olduğunu tartışmaktadır. Meseleyi ele almak için ilk önce okuyucuyu Çin’in ücra bir köşesine götürmektedir. Mobil cihazlar ve bataryaların üretimi için işletilen dünyanın en büyük grafit madeni Liuzhou’da çektiği belgesel hakkında bilgi veren Pitron, denetlenmediğini ispatladığı madenlerin doğaya ve yerel halka ne kadar zarar verdiğini anlatmakta; sayısız emeğin sadece birkaç yıl kullanılacak elektronik cihazlar için harcandığına dikkat çekmektedir. Yazar, durumun “vahametini” hatırlatmak için bir akıllı telefonun ömrü boyunca harcadığı enerjinin yüzde 80’inin imalat sürecinde toplandığına dikkat çekmektedir (Pitron, 2023, s. 38). Bu cihazlar, modası geçtiğinde veya daha güçlüsü çıktığında tasfiye edilir, yani hurdaya çıkarılır. Bunun sonucunda dünyada kesin olarak hesaplanamayan büyük bir elektronik çöp dolaşmaktadır ve bunun çok azı dönüştürülebilmektedir. Geri dönüşüm sağlanamadığı için tükenmeye başlayan elementlerin fiyatı artmaktadır ve bunun gelecekte yeni ticari çekişmelere sebebiyet verileceği düşünülmektedir.

Çalışmada geri dönüşümün teşviki ve hızlı tüketim alışkanlıklarının dizginlenmesi için verilen önerilerin yeterli olmadığı söylenebilir. Kitapta dünyanın çeşitli ülkelerindeki bir dizi girişimin, dijital çöpleri toplayarak geri dönüşüm yapmaya çalıştığına değinilmekte; insanlara elektronik cihazları tamir etmeyi öğreten kafelerin açıldığından da bahsedilmektedir. Gidişat her ne kadar kötü görünse de aslında yapılabilecekler kitapta anlatılandan daha fazladır. Kanun koyucular, teknolojik ürünlerin ekonomik yaşının daha yüksek olması için düzenleme yapabilir, zorunlu garanti süreleri artırılabilir veya firmalara elektronik atıkları geri toplamaları zorunlu kılınabilir.

Pitron, internetin “görülmeyen” hizmet başına maliyet girdisine dikkat çekerek, üçüncü bölümde her bir çevrim içi işlem için gereken kaynakların farkında olmaları için okuyucuyu teşvik etmektedir. Bu maliyet “karbon ayak izi” üzerinden anlatılmakta ancak diğer ekolojik etkilerinin görmezden gelindiğini savunmaktadır. Pitron’a göre, ekolojik dönüşüm için kimyasal atıkların sular üzerindeki etkisi gibi pek çok kirlilik çeşidi de göz önünde bulundurulmalıdır. Bağlantılı nesnelere uzmanı Karine Samuel sadece CO2 salınımının takip edilmesini çok yetersiz olduğunu ifade etmektedir (akt. Pitron, 2023, s. 56). Pitron, bunda bir kasıt olduğunu savunmaktadır. Çünkü, bu yaklaşım nedeniyle sadece nesnelere üretiminde kullanılan CO2 salınımına bakılır, oysaki bu nesnelere hammaddelerinin sebep olduğu çevresel etkiye de odaklanılması gerekmektedir. Pitron’a göre “...2 kilo ağırlığındaki bir bilgisayar başka şeyler yanında, 22 kilo kimyasal, 240 kilo yakıt ve 1,5 ton temiz su gerektiriyor.” (2023, s. 58). Bu nedenle telefonların ve bilgisayarlarında gizli bir maliyeti olduğunu hatırlanmalıdır ve bu maliyetlerin birçoğunu kullanıcılar bilmemektedir.

Dördüncü bölümde bulut sistemlerine eleştirel bakılmakta, bulut sistemlerinin yer aldığı veri merkezleri modern fabrikalara benzetilmekte, internete bağlı olan her cihazda bulunan verilerin bu “fabrikalardaki” sunucularda işlendiğine dikkat çekilmektedir. Yakın zamana kadar firmalar bilgilerini genelde binalarındaki bir sunucuda barındırırdı; ancak artan maliyet ve güvenlik endişeleri firmaları bulut hizmeti veren teknoloji şirketlerine yönlendirmektedir. Yani kişiler ve kurumlar, gündelik işlerini yaparken dünyanın dört bir yanına dağılmış yüzlerce veri merkezlerini harekete geçirmektedir ve bunlar arasında veri alışverişi yapılmaktadır.

Dijital işlemler yoğunluğuna dikkat çekmek için Pitron, dünya üzerinde 3 milyondan fazla veri merkezi bulunduğu bilgisini paylaşır ve bu veri merkezlerinde tonlarca kilo ağırlığındaki cihazların üretimi ve işletilmesi için harcanan ekonomik ve ekolojik maliyeti düşünmeye davet eder. Bu veri merkezlerinin önemli bir kısmı kedi videoları, spam e-postalar, konum verileri, komik videolar ve bunların sayısız kopyası için kullanılmaktadır. Bunun yanında, verilerin aynı merkezlerde toplanması güvenlik açısından

da risk oluşturmaktadır. Bu veriler veri simsarları tarafından alınıp satılmaktadır ve bir kişinin isim-soy isim bilgileri yaklaşık 0,30 avrodur. Firmalar, bulut sistemlerinden veri kadar para kazanmaktadır (Pitron, 2023, ss. 81-82).

Yazar, kitabın beşinci bölümünde dijital teknolojilerin sebep olduğu elektrik israfına odaklanmıştır. Amsterdam'da veri merkezleri şehrin elektriğinin yüzde 10'unu tükettiğine dikkat çeken yazar, Amsterdam Belediyesi'nin bir süre veri merkezi ruhsatı vermeyi bıraktığını ve 2030 yılından sonra yeni ruhsat vermeyeceği bilgisini paylaşmaktadır. Düşük vergilerden dolayı teknoloji devleri İrlanda'da veri merkezi açmaya başlamıştır; 2019 yılında bu veri merkezlerinin harcadığı elektrik ÷lkedeki toplam hane tüketimini geçmiştir (Pitron, 2023, s. 106). Elektrik sarfiyatının çevresel boyutuna da dikkat çeken yazar, selfie çekmek için kömüre ihtiyaç duyulduğunu hatırlatmaktadır. Kömürün haricinde elektrik üretimi için kullanılan doğal gaz ve petrolün de çevreye olumsuz etkisi büyüktür. Gün içinde kullandığımız X'in kullandığı elektriğin yüzde 21'i karbon bazlıdır. Bu oran Netflix'te yüzde 30, Adobe'da 23 ve LinkedIn'de yüzde 23'tür (Pitron, 2023, s. 113). Sosyal medyadaki her paylaşımın ve like'ın bir karbon ayak izi olduğu unutulmamalıdır.

Altıncı bölümde Pitron, kutuplarda faaliyet gösteren sunucuların maliyetini ve gerekliliğini kısaca tartışmaktadır. Soğutma işleminde enerji tasarrufu sağlanması yapılan bu girişimin yetersiz olduğunu söyleyen Pitron, dünyadaki tüm sunucuların kutuplara taşınamayacağını savunmaktadır. Veri merkezlerinde harcanan elektriğin yarısının soğutma sistemleri için kullanıldığı bilgisini aktaran Pitron, bir veri merkezinin asla "yeşil" olamayacağını savunmaktadır. Yazar bu iddialarını, diğer bölümlerde olduğu gibi, çok sayıda uzman görüşüyle desteklemekte, dijital dünyanın elektrik tüketiminin yönetilmediğini ve bunun için adımlar atılması gerektiğini söylemektedir.

Pitron yedinci bölümde, kutupların yakınında bir yerlerde veri depolanarak sağlanan enerji kazancını anlamsız kılacak yeni bir gelişmeye dikkat çekmektedir: Dijital evrenin genişlemesi. Nesnelerin İnterneti Çağı'nda veri üretimde patlama yaşayacak ve neredeyse her cihazın birbiriyle iletişime geçmesi nedeniyle büyük bir veri akışı olacaktır. Bu da eski cihazların yerine yenilerinin gelmesi, daha fazla veri merkezi, daha fazla internet kablosu anlamına gelmektedir. Bunun sağlanmasında 5G teknolojisinden yararlanılmaktadır. Yalnızca ABD'nin en büyük 25 şehrine 5G sistemi kurmak için dünyanın çevresini 55 defa saracak kadar fiber optik kablo gerekmektedir (Pitron, 2023, s. 146). Yazar, bu dönüşümün daha büyük ekolojik sorunları doğuracağını ileri sürmektedir. Dijital evrenin genişlemesiyle herkesin ve her şeyin, zamandan ve mekândan bağımsız olarak bağlantılı olacak, toplum ise değiştirecektir. Bu değişimin nasıl ve hangi yönde olacağı ise tartışılmamaktadır.

Sekizinci bölümde Pitron, robotların insanlardan daha fazla kirliliğe sebep olacağını savunmaktadır. Burada bahsedilen "robot"lar yalnızca makineleri değil, kendi başına veri üretebilen programları da (yani "bot"lar) kapsamaktadır. Günümüzde bile internet kullanımının yüzde 40'ından fazlasını robotlar yapmaktadır (Pitron, 2023, s. 162). Otonom arabalar, süpürgeler, kahve makineleri veya tıbbi implantlar arttıkça bu oranın daha da yükseleceği kolaylıkla tahmin edilebilir. Kimi raporlara göre, sadece yapay zekâ 2040 yılında dünya elektrik tüketiminin yarısını kullanacaktır (Pitron, 2023, s. 175). Bu kadar veriyle ve elektrik sarfiyatıyla başa çıkması gerekenler sadece insanlar değil aynı zamanda şirketlerdir. Çünkü ekonomik olarak süreklilik için verimliliği artırmaları gerekmektedir.

İnternet kablolarının ekonomisine ve çevresel etkilerine dokuzuncu bölümde değinen Pitron, internetteki verilerin yüzde 99'unun bu kablolarla iletildiğine dikkat çekmektedir (Pitron, 2023, s. 176). Yazar bu hususu anlatırken çoğunlukla insanların internetle ilgili maddi yanılığlarından ve bu kabloların uzunluğundan bahsetmektedir. Oysaki çevresel etkilere de daha fazla yer verebilir, kabloların sahipliğinden ve bunun ekonomisinden de bahsedilebilirdi. Ancak yine de hiç gündeme gelmeyen bir meseleyi ele alması literatür için önemli, okuyucular için ufuk açıcıdır.

Kitabın son bölümünde Pitron, dijital altyapıları jeopolitik açıdan ele almıştır, bu bölüme kadar meselenin siyasi boyutuna çok az yerde değinilmiştir. Meselenin siyasi yönünü jeopolitik çerçeveden değerlendiren Pitron, öncelikle fiber optik kabloların geçtiği ülkenin altyapısına hayli hizmet ettiğini söyleyerek pek çok ülkenin bu alanda mücadele ettiğine değinmekte, siyasi krizlerin de kabloların rotasını belirlediğine dikkat çekmektedir. Buna örnek olarak da Orta Doğu'dan geçecek kablolar için siyasi olarak komşularından daha istikrarlı ülkeler tercih edilmekte, 2014'te Rusya'nın Kırım'ı işgal etmesiyle bazı kablo hatlarının rotasının değiştiği hatırlatılmaktadır.

İnternet ağının yakın gelecekte ordular tarafından korunacağı ön görüşünde bulunan Pitron, hatlara yapılacak en ufak bir saldırıyı "felaket" olarak nitelendirmekte ve askerî haberleşmeye dahi zarar verebileceği bilgisini aktarmaktadır. Bu nedenle, ABD, Çin ve Fransa'nın başka ülkelerde kurdukları internet alt yapılarını kendi askerleriyle korumayı planlamakta, kendi aralarında ihtilafa düşmektedirler. Alt yapıların önemli bir kısmı varlığını Amazon, Facebook, Google ve Microsoft gibi yani özel firmalara dayanmaktadır (Pitron, 2023, ss. 212-217). Özel firmaların sahiplik yapısı değişince altyapıların akıbetinin ne olacağı ise belirsizdir.

Sonuç olarak, Guillaume Pitron okuyucuya "sanal"ın maddi maliyetini sorgulayarak ilgi çekici bir araştırma sunmaktadır. Yazar, dijital dünyanın aslında bir kokusu, rengi ve tadının olduğu okuyucuya anlatılmaya çalışmıştır. Bunun için sahadan gözlem yapılmış, eski devlet başkanlarıyla, bilişim uzmanlarıyla, gazetecilerle, inşaat işçileriyle ve olan biteni seyreden yerli halkla görüşülmüş. Böylece somut olmayan verilerin çevreye olan etkisi farklı açılardan anlatılmıştır. Kitapta dijital teknolojiyi kullanan insanların kendilerine sormadığı pek çok soruya değinilmiştir. Guillaume Pitron, özellikle "yeşil" olarak lanse edilen teknolojilerin arka planda aslında eski teknolojilerden daha zararlı olduğunu ortaya koymuş. Bunu da okuması ve anlaması zor raporları özetleyerek, gözlem yaparak ve insanlarla konuşarak başardığı söylenebilir.

## Kaynakça

- Birleşmiş Milletler. (2023, Aralık). *Climate technology negotiations*. UNFCCC.  
<https://unfccc.int/ttclear/negotiations>
- Bortzmeyer, S. (2022). Lectures. *EcoRev'*, (52), 239-266. <https://doi.org/10.3917/ecorev.052.0239>
- Klikauer, T. (2023). The dark cloud: How the digital world is costing the Earth. *International journal of communication [Online]*, 17,6555+.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A776056084/LitRC?u=anon~173d7cc8&sid=googleScholar&xid=a8ec9cb8>
- Laboué, P. (2021). Nouveautés. *Revue Internationale et Stratégique*, 124(4),143-148.  
<https://doi.org/10.3917/ris.124.0143>
- Pitron, G. (2023). *Dijital cehennem- bir like'in ucuna yolculuk*. Türkiye İş Bankası Kùltür Yayınları.

## Makale Bilgi Formu

**Yazar(lar)ın Katkıları:** Makale tek yazarlıdır. Yazar makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Telif Beyanı:** Yazar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptir ve çalışması CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.