

Süleyman Demirel Üniversitesi  
İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi

# İFADE

Aralık 2024

Cilt: 6 Sayı: 2



# SDÜ İFADE

Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi

**Aralık 2024**  
Cilt 6 Sayı 2  
e-ISSN: 2792-0453

**Sahibi**

Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına  
Prof. Dr. Ümit ARKLAN

**Editör**

Prof. Dr. Bayram Oğuz AYDIN

**Editör Yardımcıları**

Doç. Dr. Celil ÜNAL

Arş. Gör. Dr. Celal KOCAÖMER

**Alan Editörleri**

Doç. Dr. Seyhan AKSOY

Doç. Dr. Mevlüt Sedat DÖNMEZ

Dr. Öğr. Üyesi Yasin ÖZTÜRK

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Gazali DEMİRTAŞ

**Yabancı Dil Editörü**

Arş. Gör. Tuğçe SARI

**Yayın Kurulu**

Prof. Dr. Onur DURSUN

Doç. Dr. Bayram Oğuz AYDIN

Doç. Dr. Mevlüt Sedat DÖNMEZ

Doç. Dr. Özlem DUĞAN

Doç. Dr. Sinem Evren YÜKSEL

Doç. Dr. Nurullah Zafer KARTAL

Doç. Dr. Didem NARMANLI

Doç. Dr. Çağla KUBİLAY

Doç. Dr. Seyhan AKSOY

Doç. Dr. Seyfi KILIÇ

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Gazali DEMİRTAŞ

Dr. Öğr. Üyesi Yasin ÖZTÜRK

**Kapak Tasarımı**

Arş. Gör. Tuğçe SARI

**Sayfa Tasarımı**

Doç. Dr. Celil ÜNAL

**Yazışma Adresi**

Süleyman Demirel Üniversitesi

Ertokuş Bey Derslikleri

A Blok K:2 Doğu Kampüsü

Çünür / İSPARTA

e-posta: sduifade@sdu.edu.tr

## DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Abdullah Koçak  
Prof. Dr. Ahmet Kalender  
Prof. Dr. Ahmet Tarhan  
Prof. Dr. Burak Özçetin  
Prof. Dr. Bünyamin Ayhan  
Prof. Dr. Cem Yaşın  
Prof. Dr. Cengiz Anık  
Prof. Dr. Çiler Dursun  
Prof. Dr. Derya Öcal  
Prof. Dr. Emel Poyraz  
Prof. Dr. Emine Uçar İlbuğa  
Prof. Dr. Enderhan Karakoç  
Prof. Dr. Erdem Taşdemir  
Prof. Dr. Fatma Geçikli  
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu  
Prof. Dr. Füsün Alver  
Prof. Dr. Gülcan Seçkin  
Prof. Dr. Gülseren Şendur Atabek  
Prof. Dr. Günseli Bayraktutan  
Prof. Dr. Halil İbrahim Gürcan  
Prof. Dr. Hanife Güz  
Prof. Dr. Hasan Güllüpunar  
Prof. Dr. Kazım Özkan Ertürk  
Prof. Dr. Levent Yaylagül  
Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk  
Prof. Dr. Merih Taşkaya

Prof. Dr. Metin Işık  
Prof. Dr. Mustafa Koçer  
Prof. Dr. Mustafa Akdağ  
Prof. Dr. Mutlu Binark  
Prof. Dr. Nilgün Tatal Cheviron  
Prof. Dr. Nurettin Güz  
Prof. Dr. Onur Bekiroğlu  
Prof. Dr. Raci Taşçioğlu  
Prof. Dr. Ruken Öztürk  
Prof. Dr. Sema Yıldırım Becerikli  
Prof. Dr. Suat Gezgin  
Prof. Dr. Ümit Atabek  
Prof. Dr. Vahit İlhan  
Prof. Dr. Vedat Çakır  
Prof. Dr. Vesile Çakır  
Prof. Dr. Yusuf Devran  
Prof. Dr. Zakir Avşar  
Prof. Dr. Zülfikar Damlapınar  
Doç. Dr. Cengiz Erdal  
Doç. Dr. Çiğdem Karakaya  
Doç. Dr. Eylem Yanardağoğlu  
Doç. Dr. Fatma Gürses  
Doç. Dr. Özgür Arun  
Doç. Dr. Şebnem Soygüder Baturlar

## İÇİNDEKİLER

### **Gustave Moreau ve J.M.W. Turner'ın Eserleri Üzerinden Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi**

*Semiotic Analysis of Fire and Rebirth Symbols Through Gustave Moreau and J.M.W. Turner's Works*

**Mehmet Akif ÖZDAL**

44-63

### **31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Afişlerin Siyasal İletişim ve İkna Amaçlı Kullanımı: Ekrem İmamoğlu Afişleri Örneğinde Göstergebilimsel Bir Analiz**

*The Use of Election Posters for Political Communication and Persuasion in 31 March 2024 Local Elections: A Semiological Analysis of Ekrem İmamoğlu's Posters*

**Rabia ERESER, Doç. Dr. Salih GÜRBÜZ ve Elif ARSLAN**

63-83

### **Gençlerde Özgürlük, Adalet ve İyilik Değer Algılarının Metaforik Çözümlemeleri**

*Metaphorical Analyses of Freedom, Justice and Goodness Value Perceptions in Young People*

**Prof. Dr. Ali Murat ALPARSLAN, Merve Betül BAYKUR ve Kamuran KOCAİLİK**

83-94

## İÇİNDEKİLER

### **Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin Lise Öğrencileri Üzerinden İncelenmesi**

*Examining the Relationship Between Social Media Addiction and Digital  
Literacy on High School Students*

**Ece YURTER ve Doç. Dr. Özlem DUĞAN**

94-110

**Bir Sosyal Medya Tartışması: Sosyal Medyanın  
Sosyal, Psikolojik ve Kültürel Etkileri**  
*The Social Media Debate: Unpacking the Social,  
Psychological, and Cultural Effects of Social Media*

**Dr. Ersel KİRAZ**

110-116

## EDİTÖRDEN

SDÜ İFADE'nin yeni sayısında okuyucularımızla buluşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. SDÜ İFADE 2024 yılı Aralık sayısında araştırmacıların bilimsel nitelikli yeni ve özgün çalışmaları yer almaktadır. 2024 yılının ikinci sayısında (Cilt: 6, Sayı: 2) dört araştırma makalesi ve bir kitap incelemesinden oluşan beş bilimsel çalışma yer alıyor.

Dergimizin bu sayısında yer alan ilk çalışma Mehmet Akif Özdal tarafından kaleme alınan **"Gustave Moreau ve J.M.W. Turner'ın Eserleri Üzerinden Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi"** isimli araştırma makalesidir. İlgili çalışmada ateş ve yeniden doğuş sembollerinin göstergebilimsel analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının yeniden doğuş kavramıyla nasıl iç içe geçtiği ve bu sembollerin bireysel ve toplumsal dönüşüm süreçlerini nasıl yansıttığı ortaya konmuştur.

Dergimizin bu sayısında yayınlanan bir diğer çalışma ise Rabia Ereser, Salih Gürbüz ve Elif Arslan tarafından kaleme alınan **"31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Afişlerin Siyasal İletişim ve İkna Amaçlı Kullanımı: Ekrem İmamoğlu Afişleri Örneğinde Göstergebilimsel Bir Analiz"** isimli araştırma makalesidir. Yazarlar bu çalışmada, Ekrem İmamoğlu'nun 31 Mart 2024 tarihli yerel seçimler için kullandığı "İsrafı Bitirdik, Hizmeti Getirdik" başlıklı dijital reklam afişleri göstergebilimsel yöntemle incelemiştir. Ele alınan afişlerde halka sunulan hizmetlerin somut örneklerine, pozitif ve umut dolu gelecek vaatlerine, şeffaflık ve hesap verebilirlik hususlarına vurgu yapıldığı tespit edilmiştir.

Dergimizin bu sayısında yayınlanan bir diğer çalışma ise Ali Murat Alparslan, Merve Betül Baykur ve Kamuran Kocailik tarafından kaleme alınan **"Gençlerde Özgürlük Adalet ve İyilik Değer Algılarının Metaforik Çözümlemeleri"** isimli araştırma makalesidir. Yazarlar bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarına yükledikleri anlamları metaforik çözümleme yöntemiyle incelemiştir. Analiz sonuçları, özgürlük kavramının en çok "temel yaşam ihtiyacı" ve "doğa"; adaletin "eşitlik" ve "hak/hakkaniyet"; iyiliğin ise "mutluluk" ve "doğa ve masumiyet" kategorileriyle ilişkilendirildiğini göstermiştir.

Dergimizin bu sayısında yayınlanan bir diğer çalışma ise Ece Yurter ve Özlem Duğan tarafından kaleme alınan **"Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin Lise Öğrencileri Üzerinden İncelenmesi"** isimli araştırma makalesidir. Yazarlar bu çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ve dijital okuryazarlık arasındaki ilişkiyi lise öğrencileri özelinde incelemiştir. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarının da artacağı ya da okuryazarlık düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarının da azalacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Dergimizin bu sayısında yayınlanan son çalışma ise Ersel Kiraz tarafından kaleme alınan **“Bir Sosyal Medya Tartışması: Sosyal Medyanın Sosyal, Psikolojik ve Kültürel Etkileri”** isimli kitap incelemesidir. Yazar bu çalışmasında, “The Social Media Debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media” isimli kitabı güçlü ve zayıf yönlerine vurgu yaparak incelemiştir.

Dergimizin Aralık sayısının yayınlanmasında katkı sunan SDÜ İFADE Dergisi editörler kurulu ve değerli hakemlerimize teşekkür ederiz.

Dergimizin 2025 yılı Haziran sayısında görüşmek dileğiyle...

**Prof. Dr. Bayram Oğuz Aydın**  
SDÜ İFADE Dergisi Editörü



Araştırma Makalesi | Research Article

## Gustave Moreau ve J.M.W. Turner'ın Eserleri Üzerinden Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi

Gustave Moreau and J.M.W. Semiotic Analysis of Fire and Rebirth Symbols Through Turner's Works

**Mehmet Akif Özdal (Öğretmen)**

ORCID ID: 0000-0003-3148-8988

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

mehmetakifozdaal@gmail.com

**Başvuru Tarihi | Date Received:** 28.08.2024

**Yayın Kabul Tarihi | Date Accepted:** 30.12.2024

**Yayınlanma Tarihi | Date Published:** 31.12.2024

**DOI:** 10.70627/sduifade.1539763

Özdal, M. A. (2024). Gustave Moreau ve J.M.W. Turner'ın Eserleri Üzerinden Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi. *SDÜ İfade Dergisi*, 6(2), ss. 44-63.

### Özet

Bu araştırma, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin iki sanat eseri üzerinden göstergeler arası bir incelemesini yapmayı amaçlamaktadır. Ateş sembolü, antik dönemlerden günümüze kadar çeşitli kültürlerde farklı anlamlar yüklenmiş olup, hem yaşamın sürdürülmesini sağlayan bir enerji kaynağı olarak hem de doğanın yıkıcı güçlerini temsil eden bir unsur olarak kabul edilmiştir. Araştırmada, ateş sembolünün yeniden doğuşla ilişkisi, bu temaya odaklanan Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserleri üzerinden analiz edilmiştir. Çalışma, nitel araştırma yöntemleri kapsamında mantıksal çıkarım, literatür taraması ve tarihsel perspektif analizi yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bulgular, ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının yeniden doğuş kavramıyla nasıl iç içe geçtiğini ve bu sembollerin bireysel ve toplumsal dönüşüm süreçlerini nasıl yansıttığını ortaya koymaktadır. Sonuçlar, ateşin hem yıkıcı hem de yaratıcı bir güç olarak insanlık tarihindeki kriz ve dönüşüm süreçleriyle yakından ilişkili olduğunu vurgulamış; bu sembollerin sanat literatüründe değişim ve yenilenme temalarına olan katkılarını göstermiştir.

**Anahtar Kelimeler** Ateş, Yeniden Doğuş, Semantik, Sentaktik, Göstergebilim.

### Abstract

This research aims to make an intersemiotic analysis of fire and rebirth symbols through two works of art. The symbol of fire has been given different meanings in various cultures from ancient times to the present day, and has been accepted both as a source of energy that sustains life and as an element representing the destructive forces of nature. In the research, the relationship of the fire symbol with rebirth was analysed through Gustave Moreau's 'La Chimère' and J.M.W. Turner's 'The Burning of the Houses of Lords and Commons', which focus on this theme. The study was carried out using logical inference, literature review and historical perspective analysis methods within the scope of qualitative research methods. The findings reveal how the creative and destructive nature of fire is intertwined with the concept of rebirth and how these symbols reflect individual and social transformation processes. The results emphasized that fire, as both a destructive and creative force, is closely related to the crisis and transformation processes in human history; showed the contributions of these symbols to the themes of change and renewal in art literature.

**Keywords** Fire, Rebirth, Semantics, Syntactics, Semiotics.

## Giriş

Ateş ve yeniden doğuş sembolleri, insanlık tarihinde çok katmanlı ve derin anlamlara sahip olup, farklı kültürlerin, inanç sistemlerinin ve toplumsal yapıların mitolojik ve sembolik anlatılarında köklü bir yere sahiptir. Bu simgeler, yalnızca fiziksel birer olgu olarak değil, aynı zamanda insanların doğayla ve evrenle kurduğu ilişkiye dair ontolojik ve epistemolojik açılardan zengin anlam katmanları taşımaktadır. Ateş, hem yaşamın sürdürülebilirliğine katkı sağlayan ve insanoğlunun yaşamını şekillendiren bir unsur olarak hem de yıkıcı ve dönüştürücü gücüyle bir tehdit unsuru olarak algılanmıştır. Ateşin hem yaratıcı hem de yok edici yönü, tarihin farklı dönemlerinde insan toplulukları tarafından tanımlanmış, anlamlandırılmış ve sanatsal temsil yoluyla kalıcı hale getirilmiştir (Azatyan, 2010, s. 128).

Ateşin aydınlatıcı ve ısıtıcı özellikleri, erken insan topluluklarının geceyi gündüze çevirebilme gücüyle doğaya hükmetme kapasitesini artırmış, böylece ateş, yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç olan sıcaklık sağlama işlevini değil, aynı zamanda güvenlik ve topluluk bilincinin gelişimine katkıda bulunan bir unsur olarak da önem kazanmıştır. Ateşin insanoğluna sunduğu bu çift yönlü işlev, hem simgesel hem de ritüelistik bağlamda kendine sağlam bir yer bulmuş, doğayla uyum içinde bir yaşam sürdürme çabasının en temel araçlarından biri olarak kabul edilmiştir. Bunun yanı sıra, ateşin fiziksel bir enerji kaynağı olmasının ötesinde simgesel bir arınma ve dönüşüm aracı olarak da kültürel hafızada yer aldığı görülmektedir. Bu bağlamda, ateş, tarihin her döneminde ritüeller, ayinler ve dinsel törenlerde arınma, kötülükten korunma ve yeniden doğuşun bir aracı olarak kullanılmıştır (Derrida, 1981, s. 45).

Yeniden doğuş ise, antik mitolojilerden modern psikolojiye kadar geniş bir alanda, bireysel ve toplumsal dönüşüm süreçleriyle ilişkilendirilmiştir. Yeniden doğuş, çoğu zaman ölüm veya yıkımın ardından gelen bir yenilenme sürecinin simgesi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kavram, özellikle mitolojik anlatılarda kaostan düzenin doğması, ölümden yaşamın filizlenmesi gibi dönüşümleri anlatırken sıkça başvurulan bir sembol haline gelmiştir. Yunan mitolojisinde Phoenix kuşu, Asya kültürlerinde ise lotus çiçeği, yeniden doğuşu ve arınmayı simgeleyen güçlü metaforlar olarak öne çıkmaktadır. Jung'un analitik psikolojisinde, yeniden doğuş, bireyin psişik olarak kendini yeniden tanımlama, kendini gerçekleştirme süreciyle ilişkilendirilmiş ve bilinçdışı öğelerin bilinçli zihinle entegrasyonunu sağlayan bir süreç olarak ele alınmıştır (Jung, 1964, s. 132). Bu süreçte yeniden doğuş, yalnızca bireysel bir dönüşüm değil, aynı zamanda evrensel bir tema olarak insanlık tarihindeki kriz dönemlerinin ardından gelen toparlanma ve yenilenme süreçlerinin bir yansıması olarak da görülmektedir.

Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin bu çok katmanlı anlamları, göstergebilimsel bağlamda incelendiğinde, yalnızca fiziksel dünyada değil, aynı zamanda kültürel ve psişik dünyada da önemli temsillere sahip olduğu görülmektedir. Bu sembollerin farklı tarihsel dönemlerdeki sanatsal temsilleri, hem yaratıcı hem de yıkıcı güçlerin insan yaşamındaki yerini, varoluşun kaçınılmaz dönüşüm süreçleriyle nasıl iç içe geçtiğini gözler önüne sermektedir. Ateş, insanlık tarihinde çoğu zaman bir felaket, yıkım veya tehdit unsuru olarak belirsede, ardından gelen yeniden doğuş süreciyle birlikte ele alındığında, yaratıcılığın ve yenilenmenin kaçınılmaz bir tetikleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çerçevede ateş, varoluşun potansiyelini ve insanın doğayla olan dinamik ilişkisini sembolize ederken, yeniden doğuş, insan ruhunun karanlık dönemlerden aydınlığa çıkma, geçmişi geride bırakıp yeni bir başlangıç yapma kapasitesini simgelemektedir. Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin bu iç içe geçmiş yapısı, sanat tarihinin farklı dönemlerinde, farklı kültürel bağlamlarda ortaya konan sanatsal temsiller aracılığıyla kültürel hafızaya işlenmiş, sanatsal yaratım süreçlerinin en temel unsurlarından biri haline gelmiştir.

Bu çalışmada, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin göstergebilimsel bağlamda nasıl bir etkileşim içinde oldukları incelenmektedir. Araştırmada Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" adlı eserleri merkeze alınarak, ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının yeniden doğuş süreciyle olan bağı incelenmiştir.

Araştırma sürecinde, nitel araştırma yöntemlerinden mantıksal çıkarım, literatür taraması ve tarihsel perspektif analizi yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, ateşin insanlık tarihinde gerek yaratıcı bir güç gerekse yıkıcı bir unsur olarak yer aldığını, dolayısıyla kriz ve yeniden yapılanma süreçlerinde önemli bir katalizör rolü üstlendiğini göstermektedir (Ricoeur, 1976, s. 63).

Bu bağlamda, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin sanattaki temsilleri üzerine yapılan analizler, sanat literatürüne önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle Moreau ve Turner gibi sanatçıların eserlerinde bu sembollerin semantik, sentaktik ve göstergebilimsel açılardan nasıl ele alındığı, ateşin insanlık tarihi boyunca yüklendiği çoklu anlamların birer yansıması olarak değerlendirilmektedir.

## 1. Ateş Sembolü ve Göstergebilim

Ateş sembolü, insanlık tarihinde enerji, güç ve ışığın temsili olarak çeşitli kültürlerde ve inanç sistemlerinde önemli sembolik anlamlar kazanmıştır. Eski Mısır, Antik Yunan ve Roma gibi uygarlıklarda ateş, tanrıların gücü ve kutsallığı ile ilişkilendirilmiştir (Azatyan, 2010, s. 129). Örneğin, Mısır'da Güneş Tanrısı Ra'nın ışığı ve yaşamın döngüsü, Yunan mitolojisinde Hestia'nın evin ve aile ateşinin koruyucusu olarak tanımlanması, ateşin bu uygarlıklarda yaşamın devamlılığı ve hayatta kalmanın simgesi olarak kabul edilmesini sağlamıştır (Zika, 2024, s. 122). Göçebe toplumlar ve erken yerleşik topluluklar arasında da ateş, hayatta kalmanın ve toplumsal birliğin merkezi bir unsuru olarak değerlendirilmiştir.

Ateş, çeşitli kültürlerde tutku, enerji ve hareketlilikle ilişkilendirilmiş ve ritüel ile törenlerde merkezi bir unsur olarak yer almıştır (Jung, 1964, s. 132). Hinduizm'de 'Agni' olarak bilinen ateş tanrısı, evrenin enerjisini temsil ederken, Zerdüşt ritüellerinde ateş, arınma ve manevi temizlenme amacıyla kullanılmıştır (Grant, 2024, s. 215). Ateşin dönüşüm gücü, bilgelik ve aydınlanmanın sembolü olarak kabul edilmiştir. Bu sembol, simya ve Hristiyanlıkta 'araf ateşi' kavramıyla da ilişkilendirilmiştir.

Ateşin tarihsel ve kültürel önemi, antik mitolojilerde tanrılarla olan ilişkisiyle daha da belirgin hale gelmiştir. Yunan mitolojisinde Hestia, ev ateşinin koruyucusu olarak kutsal bir rol üstlenirken, Roma mitolojisinde Vulcan, ateşin ve demirciliğin tanrısı olarak anılmıştır (Sterelny, 2021, s. 74). Ateş, bu bağlamda güvenlik, koruma ve toplulukları birleştiren bir unsur olarak değerlendirilmiştir. Ateşin hayati işlevleri arasında besin pişirme, ısınma ve güvenlik sağlama yer almakta olup, bu işlevler toplumların gelişiminde kritik bir rol oynamıştır. Sanayi devrimiyle birlikte, ateş endüstriyel süreçlerde ve enerji üretiminde de önemli bir sembol haline gelmiştir. Bu dönemde ateş, bilgi ve teknolojik ilerlemenin simgesi olarak kabul edilmiştir. Aynı zamanda ateş, ritüellerde arınma, dönüşüm ve yeni başlangıçlarla ilişkilendirilmiş; bu semboller mitolojilerde ve dini inançlarda güçlü bir şekilde yer almıştır (Rincón Mautner, 2024, s. 13).

Göstergebilimsel bir perspektiften bakıldığında, ateş sembolü üç ana bileşen üzerinden analiz edilebilir: işaret, nesne ve anlam. İşaret, ateşi temsil eden görsel unsuru ifade ederken, nesne ateşin kendisini, anlam ise ateşin taşıdığı sembolik kavramları kapsar (Schapiro, 1994, s. 98). Ateşin işaret olarak kullanımı, görsel olarak tanınan ve güçlü bir duyuşsal tepki uyandıran bir sembol olmasına dayanır. Alev, kıvılcım veya ateşin farklı hallerini simgeleyen bu işaret, bir yandan aydınlanma ve sıcaklığı, diğer yandan da yıkımı ve tehlikeyi simgeler. Ateşin nesne olarak değerlendirilmesi, fiziksel dünyadaki enerji kaynağı rolüne dayanır. Isınma, aydınlatma ve pişirme gibi hayati işlevleri olan ateş, aynı zamanda yaratıcı ve yıkıcı güç olarak tarihin çeşitli dönemlerinde önemli bir rol oynamıştır. Prometheus'un insanlığa ateşi getirmesi, ateşin bilgi, aydınlanma ve ilerlemenin sembolü olarak görülmesine yol açmıştır (Jantondaeng & Zezhi, 2024, s. 109). Anlam açısından ise ateş, farklı kültürlerde yaşamın devamlılığı, yenilenme, dönüşüm ve yıkım gibi kavramlarla ilişkilendirilmiştir. Ateş, Hinduizm'de evrenin enerjisini temsil ederken, Hristiyanlıkta Kutsal Ruh'un sembolü olarak kutsal ve aydınlatıcı bir anlam taşır (Koshymova & Nogaibayeva, 2024, s. 21). Ateşin dönüşüm gücü, bilgelik ve ruhsal aydınlanmanın sembolü olarak kabul edilmiştir.

Ateşin göstergebilimsel analizi, onun fiziksel varlığından sembolik anlamlarına kadar geniş bir perspektifte değerlendirilmesini sağlar. Ateş, tarih boyunca hem yaratıcı hem de yıkıcı bir güç olarak insan deneyiminde merkezi bir rol oynamıştır (Aralere, 2023, s. 137). Bu sembol, kültürel ve tarihsel bağlamlarla şekillenen çok katmanlı bir anlam yapısına sahiptir. Ateşin ritüelistik ve dini bağlamlarda arınma ve saflaşma amacıyla kullanılması, onun manevi bir yenilenme aracı olarak görülmesine yol açmıştır. Göstergebilim, bu ritüelistik kullanımın altında yatan sembolik anlamları açığa çıkararak, ateşin toplumsal hafızadaki yerini ve etkisini analiz eder. Ateşin sembolizmi, kültürden kültüre değişiklik gösterebilir, her zaman bir tür dönüşüm veya değişim aracı olarak görülmüştür.

Göstergebilim tarihine baktığımızda ise ‘‘göstergebilimin referans alınan ilk isimleri Charles Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilim uzmanı Ferdinand de Saussure’dür. Saussure göstergebilim ile ilgili görüşleri, *Genel Dil Bilim Dersleri* isimli kitabında göstergebilimi (semyoloji) göstergelerin sosyolojik bağlam içindeki pozisyonunu gözlemleyen bir bilim dalı şeklinde tanımlamıştır (Saussure, 1985). *Dilbilimsel metodolojileri objelere uygulayan ve her şeyi dille tasarlamaya ve dil dışı fenomenleri kendi dil metaforuna evrilmesini açımlayan bir bakış açısı olarak göstergebilim, sadece dilsel göstergeleri değil aynı zamanda anlamsal bir bütün oluşturan her şeyi işleyerek araştırmaktadır*’’ (Mollaoğlu, 2023, s. 155).

## 2. Yeniden Doğuş Sembolü ve Göstergebilim

Yeniden doğuş sembolü, doğanın döngüsel yapısı ve yaşamın sürekli değişimi ile ilişkili olarak yenilenme, dönüşüm ve umudu temsil eden güçlü bir imgedir. Bu sembol, farklı kültürler ve inanç sistemlerinde çeşitli şekillerde yorumlanmış ve anlamlandırılmıştır (Petridou, 2024, s. 899). Antik Mısır mitolojisinde "Feniks," ölümünden sonra küllerinden yeniden doğan efsanevi bir kuş olarak sonsuz yaşamı simgelerken, Hristiyanlıkta bu sembol İsa'nın dirilişiyle ilişkilendirilmiştir (Kozák, 2023, s. 137). Yeniden doğuş sembolü, bireylerin yaşamlarında karşılaştıkları zorlukların ardından yeni başlangıçlar yapma ve kişisel gelişim arzusunu ifade eder. Yeniden doğuş sembolü, birçok kültürde ölüm ve yeniden hayata dönüş temasıyla bağlantılıdır. Bu sembolizm, farklı inanç sistemlerinde çeşitli şekillerde ifade edilmiştir ve ölen bir şeyin ya da kişinin yeni bir formda yeniden ortaya çıkmasını temsil eder. Bu durum, ölüm sonrası yaşamın veya varoluşun simgesi olarak pek çok kültürde merkezi bir yer tutmuştur (Yoldaş & Bakan, 2024, s. 194). Aynı zamanda yeniden doğuş, bireylerin olumsuz deneyimlerin ardından daha güçlü bir şekilde yeniden şekillenmelerini simgeler.

Göstergebilimsel bir perspektiften bakıldığında, yeniden doğuş sembolü üç temel bileşen üzerinden analiz edilebilir: işaret, nesne ve anlam. Bu analiz, sembolün görsel temsillerinden başlayarak taşıdığı derin sembolik anlamları ve bu anlamların kültürel bağlamda nasıl şekillendiğini anlamamıza yardımcı olur (Aralere, 2023, s. 137). Yeniden doğuş sembolünün işaret olarak incelenmesi, bu sembolü tanımlayan görsel veya işitsel unsurları kapsar. Feniks kuşu, alevler içindeki bir kuş veya Hristiyan ikonografisinde İsa'nın dirilişi gibi imgeler, bu sembolün görsel temsillerine örnek teşkil eder. İşaret, sembolün tanınabilirliğini ve kültürel bağlamda nasıl algılandığını etkileyen ilk katmandır. Görsel işaretler, bir sembolün geniş kitlelerce anlaşılmasını ve kabul edilmesini sağlar (Phukan, 2024, s. 183). Örneğin, Feniks'in küllerinden yeniden doğmasını temsil eden görsel imge, yeniden doğuşun döngüsel ve sürekli bir süreç olduğu fikrini pekiştirir.

Nesne, sembolün somutlaşmış halini, yani temsil ettiği fiziksel veya kavramsal olguyu ifade eder. Yeniden doğuş sembolünde nesne, hem fiziksel hem de metaforik düzeyde değerlendirilebilir. Fiziksel olarak, Feniks'in küllerinden yeniden doğması ya da Hristiyanlıkta İsa'nın ölümden sonra dirilmesi gibi olaylar bu nesnenin somut örnekleridir. Metaforik düzeyde ise, bir bireyin hayatında karşılaştığı zorluklar sonrasında yeniden güçlenmesi ve yeni bir başlangıç yapması da bu nesnenin bir yansımasıdır. Nesne, sembolün gerçek dünyadaki karşılığını ve bu karşılığın nasıl algılandığını şekillendirir (İçli, 2024, s. 147).

Anlam, yeniden doğuş sembolünün taşıdığı derin sembolik kavramları içerir ve bu kavramlar kültürel ve tarihsel bağlamlara göre değişiklik gösterir. Yeniden doğuş sembolünün anlamı, genellikle ölüm, dönüşüm, yenilenme ve umut gibi temalar etrafında şekillenir. Bu sembol, Antik Mısır'da Feniks aracılığıyla sonsuz yaşamı simgelerken, Hristiyanlıkta İsa'nın dirilişi, ölümden sonra yeni bir yaşamın mümkün olduğu inancını yansıtır (Schapiro, 1994, s. 98). Anlam bileşeni, sembolün bireyler ve topluluklar üzerindeki etkisini derinlemesine anlamamıza yardımcı olur. Yeniden doğuş sembolü, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde umut, yenilenme ve yeniden başlama kavramlarını somutlaştırır (Zdeb & Bık, 2023, s. 105).

Göstergebilimsel analiz, yeniden doğuş sembolünün kültürel bağlamlarda nasıl şekillendiğini ve bu şekillenmenin toplumsal hafıza üzerindeki etkilerini inceler. Yeniden doğuş, insanlık tarihinin farklı dönemlerinde ve farklı kültürlerde, hem bireysel hem de toplumsal dönüşümün bir sembolü olarak kullanılmıştır. Bu sembol, her zaman bir yenilenme, dönüşüm ve yeni başlangıç temalarını temsil ederken, bu temalar farklı kültürel bağlamlarda çeşitli şekillerde yorumlanmıştır. Örneğin, Antik Mısır'da Feniks, doğrudan tanrısal bir döngüyü ve sonsuz yaşamı sembolize ederken, Hristiyanlıkta

Göstergebilimsel analiz, yeniden doğuş sembolünün kültürel bağlamlarda nasıl şekillendiğini ve bu şekillenmenin toplumsal hafıza üzerindeki etkilerini inceler. Yeniden doğuş, insanlık tarihinin farklı dönemlerinde ve farklı kültürlerde, hem bireysel hem de toplumsal dönüşümün bir sembolü olarak kullanılmıştır. Bu sembol, her zaman bir yenilenme, dönüşüm ve yeni başlangıç temalarını temsil ederken, bu temalar farklı kültürel bağlamlarda çeşitli şekillerde yorumlanmıştır. Örneğin, Antik Mısır'da Feniks, doğrudan tanrısal bir döngüyü ve sonsuz yaşamı sembolize ederken, Hristiyanlıkta yeniden doğuş, bireyin günahlarından arınarak yeni bir hayata başlamasını simgeler (Arnold, 2021, s. 268). Hinduizm'de reenkarnasyon kavramı, yeniden doğuşu yaşam döngüsünün bir parçası olarak görür ve bu da yaşamın sürekli değişimi ve dönüşümü fikrini güçlendirir (Prajapati, 2024, s. 42).

Sosyal ve tarihsel bağlamlarda yeniden doğuş sembolü, toplumların krizlerden, savaşlardan veya felaketlerden sonra kendilerini yeniden inşa etmelerini temsil eder. Örneğin, İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'nın yeniden yapılanması, tarihsel bir yeniden doğuş süreci olarak kabul edilir. Bu süreçte, yeniden doğuş sembolü, toplumsal dayanıklılığı, kolektif iyileşmeyi ve yeniden inşa sürecini sembolize eder (Long, 2024, s. 137). Yeniden doğuş, bu anlamda hem bireylerin hem de toplumların değişim ve yenilenme süreçlerine olan inançlarını ve bu süreçlerin içsel anlamlarını güçlendirir.

Yeniden doğuş sembolünün göstergebilimsel analizi, bu sembolün insanlık tarihindeki derin ve çok katmanlı anlamlarını açığa çıkarır. Bu sembol, hem fiziksel hem de metaforik düzeyde, yaşamın döngüselliklerini, sürekli değişim ve dönüşüm süreçlerini temsil eder. Yeniden doğuş, kültürel ve tarihsel bağlamlarda evrensel bir sembol olarak kalıcılığını sürdürürken, insanların umut, yenilenme ve yeni başlangıçlar arayışlarını ifade etmede merkezi bir rol oynar (Kutlutürk, 2024, s. 124). Bu sembolün çok katmanlı yapısı, insan deneyiminin çeşitli yönlerini kavramamıza ve bu deneyimlerin toplumsal ve bireysel düzeyde nasıl anlamlandırıldığını daha iyi anlamamıza yardımcı olur.

### 3. Ateşin Yol Açtığı Yeniden Doğuş Kavramında Göstergebilim

Ateşin yol açtığı yeniden doğuş kavramı, insanlık tarihinin en temel ve evrensel dönüşüm süreçlerinden birini simgeler. Göstergebilimsel açıdan ele alındığında, ateş ve yeniden doğuş sembolleri, değişim, dönüşüm ve yenilenme gibi kavramları derinlemesine anlamamızı sağlayan önemli işaretlerdir (Schapiro, 1994, s. 98). Bu semboller, işaret, nesne ve anlam bileşenleri üzerinden incelenerek, onların kültürel ve tarihsel bağlamlarda nasıl şekillendiği ve ne tür anlamlar taşıdığı ortaya konur. Ateş sembolü, genellikle alev, kıvılcım veya duman gibi fiziksel unsurlar aracılığıyla temsil edilir. Bu görsel işaretler, hem bireylerin hem de toplumların belleğinde derin izler bırakır. Bir alevin görüntüsü, ısınma ve aydınlanma gibi olumlu çağrışımların yanı sıra, yangın ve yıkım gibi olumsuz çağrışımlar da uyandırır. Bu durum, ateşin hem yaratıcı hem de yıkıcı doğasını yansıtır. Yeniden doğuş sembolü ise, mitolojik veya dini figürler aracılığıyla ifade edilir. Antik Mısır mitolojisinde Feniks kuşu, ölümünden sonra küllerinden yeniden doğan bir kuş olarak yeniden doğuşun görsel işareti olarak kabul edilir (Prajapati, 2024, s. 268). Hristiyanlıkta ise İsa'nın dirilişi, yeniden doğuşun en güçlü işaretlerinden biridir. Bu işaretler, sadece fiziksel bir olguyu değil, aynı zamanda manevi ve ruhsal bir dönüşümü de sembolize eder (Schapiro, 1994, s. 98).

Ateş sembolünün nesne bileşeni, onun somut ya da kavramsal karşılıklarını içerir. Ateş, fiziksel olarak ısı ve ışık kaynağıdır; ancak sembolik düzeyde daha derin anlamlar taşır. Ateş, birçok kültürde arınma aracı olarak kullanılmıştır. Zoroastrianizm'de ateş, Ahura Mazda'nın sembolü olarak ibadetlerde merkezi bir rol oynar ve manevi arınmanın bir aracı olarak kabul edilir (Arnold, 2021, s. 268). Ayrıca, ateşin sanayi devriminde enerji üretiminde kullanılması, onun modernleşme ve ilerleme süreçlerinde nasıl bir sembolik nesne haline geldiğini gösterir. Yeniden doğuş sembolünün nesne bileşeni ise, dönüşüm sürecinin somutlaşmış halini içerir. Feniks kuşunun küllerinden yeniden doğması, yaşamın döngüselliklerini ve ölümden sonra yeniden yaşamın mümkün olduğunu simgeler. Hristiyanlıkta İsa'nın ölümden sonra dirilmesi, bireysel ve kolektif anlamda yeniden doğuşu temsil eder (Petridou, 2024, s. 899).

Ateşin anlam bileşeni, sembolik düzeyde taşıdığı derin kavramları içerir. Ateş, farklı kültürlerde güç, enerji ve aydınlanma sembolü olarak kabul edilirken, aynı zamanda arınma ve ritüellerde kullanım açısından da büyük bir öneme sahiptir. Ateşin arındırıcı gücü, hem fiziksel hem de manevi düzeyde kabul görür; Hristiyanlıkta cehennem ateşi, günahların arınmasını simgelerken, Hinduizm'de Agni, evrenin enerjisini ve ritüel arınmayı temsil eder (Long, 2024, s. 137). Yeniden doğuş sembolü ise,

yıkıcı bir güç olarak, değişim ve dönüşüm süreçlerinin başlangıcını simgeler (Kozák, 2023, s. 137). Bu güç, insanlık tarihinin her döneminde, özellikle de sanayi devrimi gibi kritik dönemlerde, teknolojik ve sosyal ilerlemenin itici gücü olarak ortaya çıkmıştır. Yeniden doğuş sembolü ise, bu dönüşüm sürecinin tamamlanmasını ve yeni bir başlangıcı temsil eder. Bu sembol, sadece bireysel anlamda değil, toplumsal düzeyde de yeniden yapılanma ve yenilenme sürecini ifade eder. Örneğin, İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'nın yeniden yapılanması, ateşin yıkıcı gücüyle gerçekleşen büyük bir dönüşümün ardından, yeniden doğuşun simgesi haline gelmiştir (Kutlutürk, 2024, s. 124). Avrupa, savaşın küllerinden yeniden doğarak yeni bir toplumsal düzen ve ekonomik kalkınma sürecine girmiştir. Bu süreç, ateşin ve yeniden doğuşun birlikte nasıl evrensel bir dönüşüm sembolü oluşturduğunu gösterir. Ateş ve yeniden doğuş, aynı zamanda bireylerin içsel dönüşüm süreçlerini de simgeler. Psikoloji ve kişisel gelişim alanlarında, ateş, eski alışkanlıkların ve zararlı düşüncelerin yok edilmesini, yeniden doğuş ise bu süreçten sonra ortaya çıkan yeni, daha güçlü bir benliği temsil eder (Zdeb & Bık, 2023, s. 105). Bu semboller, kişisel gelişim sürecinde bireylerin yaşadığı içsel dönüşümlerin ve yenilenme arayışlarının simgesel ifadeleri olarak büyük önem taşır. Dolayısıyla, ateşin yol açtığı yeniden doğuş, göstergebilimsel açıdan incelendiğinde, değişim, dönüşüm ve yenilenme süreçlerinin evrensel simgeleri olarak karşımıza çıkar. Ateş, yıkıcı gücüyle dönüşümün başlangıcını, yeniden doğuş ise bu dönüşüm sürecinin tamamlanmasını ve yeni bir başlangıcı temsil eder.

#### 4. Çalışmanın Amacı, Örneklem ve Yöntem

Bu araştırma, Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserleri üzerinden ateş ve yeniden doğuş sembollerinin göstergebilimsel bağlamda nasıl ele alındığını incelemeyi amaçlamaktadır. Ateş sembolü, insanlık tarihinde yaratıcı ve yıkıcı güçlerin temsili olarak kültürel, tarihsel ve sanatsal bir öneme sahipken, yeniden doğuş sembolü ise varoluşsal dönüşüm, arınma ve yenilenme gibi süreçlerle ilişkilendirilmiştir. Bu çalışmada, ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının yeniden doğuşla olan etkileşimi, göstergebilimsel yöntemlerle analiz edilerek bu sembollerin toplumsal ve bireysel düzeydeki yansımaları araştırılmıştır.

Çalışmanın evrenini, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin kültürel ve sanatsal temsilleri oluştururken, örneklemi Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserleri oluşturmaktadır. Bu iki eser, ateşin yaratıcı ve yıkıcı gücünün sanatta yeniden doğuş kavramıyla nasıl iç içe geçtiğini incelemek için stratejik olarak seçilmiştir. Çalışmada amaçlı örneklem tekniği kullanılarak, ateş ve yeniden doğuş temasını en iyi şekilde yansıtan iki farklı döneme ait sanat eseri belirlenmiş ve analiz birimi olarak kaydedilmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup, analiz sürecinde mantıksal çıkarım, literatür taraması ve tarihsel perspektif analizine başvurulmuştur. Mantıksal çıkarım, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin anlam katmanlarını çözümlmek ve bu sembollerin sanattaki temsillerini yorumlamak için kullanılmıştır. Literatür taraması ile sembollerin tarihsel kökenleri ve kültürel anlamları araştırılarak çalışmanın teorik temelleri oluşturulmuştur. Tarihsel perspektif analizi, özellikle Turner'ın eserinde ateşin yıkıcı ve yaratıcı gücünün toplumsal ve siyasi değişimler ile nasıl ilişkilendirildiğini anlamada önemli bir rol oynamıştır. Göstergebilimsel analiz ise, sembollerin semantik, sentaktik ve göstergebilimsel açılardan incelenmesi ile sembollerin derin anlamlarını açığa çıkarmayı hedeflemiştir.

**Tablo 1 Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergebilimsel Analizi**

Kategoriler	Analizdeki Karşılık
Metafor	Çalışmada sanat eserlerinde ortaya çıkan ateş ve yeniden doğuş sembollerinin kültürel, tarihsel ve sanatsal anlamları incelenecektir.
Betimleme	Eserlerde kullanılan sembollere yönelik betimlemeler analiz edilerek bu sembollerin yaratıcı ve yıkıcı temsilleri ortaya koyulacaktır.
Tasvir	İncelenen sembollerin sanat incelenen eserlerde nasıl temsil edildiği sentatik ve semantik karşılaştırması ile analiz edilecektir.
Görsel İmgelem	Sanat eserlerinde ateş ve yeniden doğuşun görsel temsilleri üzerinden metafor, betimleme ve tasvir ele alınacaktır.

**Tablo 1 Ateş ve Yeniden Doğuş Sembollerinin Göstergibilimsel Analizi**

Kategoriler	Analizdeki Karşılık
Metafor	Çalışmada sanat eserlerinde ortaya çıkan ateş ve yeniden doğuş sembollerinin kültürel, tarihsel ve sanatsal anlamları incelenecektir.
Betimleme	Eserlerde kullanılan sembolere yönelik betimlemeler analiz edilerek bu sembollerin yaratıcı ve yıkıcı temsilleri ortaya koyulacaktır.
Tasvir	İncelenen sembollerin sanat incelenen eserlerde nasıl temsil edildiği sentatik ve semantik karşılaştırması ile analiz edilecektir.
Görsel İmgelem	Sanat eserlerinde ateş ve yeniden doğuşun görsel temsilleri üzerinden metafor, betimleme ve tasvir ele alınacaktır.
Örnek	Kullanılan sembollerin örneklerinde, sembollerin metaforik anlamları, betimleme uyumu ve tasvir uyumu gözlemlenecektir.

### Araştırma Sorusu 1:

Gustave Moreau'nun La Chimère eserinde ateş ve yeniden doğuş sembolleri, bireysel ve toplumsal dönüşüm süreçlerini göstergibilimsel açıdan nasıl temsil etmektedir?

### Araştırma Sorusu 2:

J.M.W. Turner'ın The Burning of the Houses of Lords and Commons eserinde ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğası, yeniden doğuş sembolüyle ilişkilendirilerek hangi kültürel ve tarihsel anlamları yansıtmaktadır?

## 5. Bulgular

### 5.1. Gustave Moreau - La Chimère (1884)

Gustave Moreau'nun 1884 tarihli "La Chimère" (Görsel.1) adlı eseri, göstergibilimsel açıdan incelendiğinde, Chimera mitolojisi temel alınarak, doğaüstü ve fantastik temaların ön plana çıktığı gözlemlenir (Schapiro, 1994, s. 98). Mitolojik bir yaratık olan Chimera, çeşitli hayvanların özelliklerini birleştiren karmaşık bir figürdür (Azatyan, 2010, s. 129). Moreau, bu mitolojik figürü etkileyici ve gizemli bir şekilde tasvir ederek, yaratığın hem korkutucu hem de büyüleyici doğasını vurgulamıştır. Chimera, bu bağlamda kaosun, tehlikenin ve aynı zamanda sınırların ötesindeki bilinmeyenin simgesi olarak işlev görmektedir (Schapiro, 1994, s. 150).

Eserde kullanılan renk tonları, Chimera'nın doğaüstü ve fantastik karakterini yansıtır. Bu renkler, yaratığın farklı hayvan parçalarından oluşan bedenini ve doğaüstü gücünü etkili bir biçimde vurgular (Aralere, 2023, s. 137). Eserin kompozisyonunda Chimera'nın merkezi bir figür olarak yerleştirilmesi, eserin ana unsurunun bu yaratık olduğunu göstermektedir. Chimera'nın kompozisyon içerisindeki konumu, onun hem doğaüstü bir tehdit hem de sanatçının hayal gücünün bir ürünü olduğunu ifade etmektedir (Grant, 2024, s. 215).

Ayrıca, Chimera'nın karmaşık yapısı, insan zihninin sınırlarını zorlayan bir meydan okuma olarak ele alınabilir. Moreau'nun eserinde yer alan kültürel kodlar da dikkat çekicidir. Chimera mitolojisi, pek çok kültürde kaos, tehlike ve bilinmeyenin simgesi olarak kabul edilir (Long, 2024, s. 137). Moreau'nun bu mitolojik unsuru eserinde kullanması, eserin evrensel bir anlam taşımasını sağlamaktadır (Azatyan, 2010, s. 130). Chimera, burada hem korkutucu hem de merak uyandırıcı bir figür olarak yorumlanmakta ve bilinmeyenin, sınırların ötesindeki gerçeklerin keşfi gibi temalar, eserde işlenen temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Şekil 1 Gustave Moreau - *La Chimère* (1884)



Kaynak: (Moreau, 1884)

### 5.1.1. Sentatik (Şekil ve Yapı) Analizi

Kompozisyon analizinde, eserin yapısal ve görsel unsurlarının değerlendirilmesi esastır. Merkezi figür olarak Chimera'nın konumlandırılması, eserin merkezinde yer alarak, sanatçının odak noktasını bu figürün doğaüstü niteliği üzerine inşa ettiğini göstermektedir (Azatyan, 2010, s. 131). Chimera'nın farklı hayvan parçalarından oluşan karmaşık yapısı, eserin göstergebilimsel düzeyde bir zorluk teşkil ettiğini ve insan zihninin kavrayış sınırlarını zorlayan bir anlatı sunduğunu ifade etmektedir. Bu kompleks yapı, aynı zamanda, yaratığın doğaüstü ve fantastik özelliklerini vurgulamakta, eserin tematik derinliğine katkı sağlamaktadır (Schapiro, 1994, s. 150). Eserde kullanılan renk tonları, Chimera'nın doğaüstü ve fantastik karakterini güçlendiren bir işlev üstlenmektedir. Renklerin titizlikle seçimi, yaratığın büyüleyici ve aynı zamanda ürkütücü doğasını pekiştirerek, izleyicinin üzerinde kalıcı bir etki bırakmayı amaçlamaktadır (Aralere, 2023, s. 137).

Görsel temsil bağlamında ise, eserin mitolojik referansları ve simgesel unsurları önemli bir yer tutar. Chimera, mitolojik bir figür olarak, farklı hayvanların özelliklerini bünyesinde birleştirir ve bu sayede eserin görsel anlatımı, yaratığın korkutucu ve gizemli doğasını derinlemesine yansıtır (Grant, 2024, s. 215). Bu çok katmanlı temsil, izleyiciye yalnızca görsel bir deneyim sunmakla kalmaz, aynı zamanda eserin anlam zenginliğini de artırır. Chimera'nın tasvirinde yer alan aslan kafası, yılan kuyruğu ve koç başı gibi detaylar, eserin simgeci yapısını güçlendirir ve mitolojik anlamların daha etkili bir şekilde aktarılmasına olanak tanır (Schapiro, 1994, s. 150). Bu detaylar, eserin çok katmanlı bir anlam dünyasına sahip olduğunu ve izleyiciye mitolojik öğeler üzerinden derinlemesine bir düşünme süreci sunduğunu göstermektedir.

### 5.1.2. Semantik (Anlam ve Yorum) Analizi

Semantik (Anlam ve Yorum) Analizi kapsamında, eserdeki mitolojik ve kültürel kodlar ile semantik katmanlar ayrıntılı olarak incelenmiştir. Mitolojik anlam açısından Chimera, farklı kültürlerde kaos, tehlike ve bilinmeyenin simgesi olarak kabul edilmektedir (Azatyan, 2010, s. 130). Moreau'nun bu figürü kullanması, eserin evrensel bir anlam kazanmasına katkı sağlamıştır. Chimera'nın tasvirinde yer alan korkutucu ve merak uyandırıcı unsurlar, bilinmeyenin keşfi ve sınırların ötesindeki gerçeklerin işlenmesi gibi temaları güçlü bir şekilde vurgular (Schapiro, 1994, s. 150). Eserdeki kültürel kodlar ise, Chimera'nın mitolojik anlamlarının ötesinde bir evrensellik sunar; bu durum, eserin yalnızca görsel bir deneyim değil, aynı zamanda kültürel ve psikolojik bir derinlik taşıdığını izleyiciye gösterir.

Chimera'nın kaos ve tehlikenin simgesi olarak ele alınması, eserin ilk semantik katmanını oluşturur. Bu katmanda, Moreau'nun eseri, bilinmeyen ve tehlikenin keşfi temalarını işler ve yaratığın korkutucu



doğası, hem izleyiciyi hem de eserin karakterlerini derinlemesine analiz etme gerekliliği doğurur (Grant, 2024, s. 215). İkinci bir semantik katman ise Chimera'nın varlığının sınırların ötesindeki bilinmeyen alanları temsil etmesiyle ortaya çıkar. Bu katman, eserin insan zihninin ve kültürünün sınırlarını sorgulayan bir tema etrafında şekillendiğini gösterir (Aralere, 2023, s. 137). Bu şekilde, eserin semantik yapısı çok katmanlı bir derinlik kazanır ve izleyiciye yalnızca yüzeyde görünen anlamların ötesinde, daha derin bir kavrayış süreci sunar. Her katman, eserin daha zengin bir anlam dünyası sunduğunu ve izleyiciyi bu anlamları keşfetmeye davet ettiğini gösterir (Schapiro, 1994, s. 150).

**Tablo 2 Gustave Moreau'nun 'La Chimère' Eser Analizi**

Özellik	Sentatik Açıklama	Semantik Açıklama
<b>Kompozisyon</b>	Chimera, merkeze yerleştirilmiş, dikkat çekici bir konumda.	Chimera'nın merkezi konumu, yaratığın önemini ve eserin ana temasını vurgular.
<b>Yapısal Karmaşıklık</b>	Chimera'nın çeşitli hayvan parçalarından oluşan karmaşık yapısı.	Karmaşıklık, insan zihninin sınırlarını zorlayan bir meydan okuma olarak yorumlanır.
<b>Renk Kullanımı</b>	Fantastik ve doğaüstü özellikleri vurgulayan renk tonları.	Renkler, Chimera'nın doğaüstü doğasını ve büyüleyici yönlerini yansıtır.
<b>Mitolojik Anlam</b>	Chimera, mitolojik bir yaratık olarak kaos ve tehlikenin simgesi.	Chimera'nın mitolojik teması, bilinmeyen keşfi ve sınırların ötesindeki gerçekler temasını işler.
<b>Kültürel Kodlar</b>	Chimera'nın kültürel kodları, evrensel bir anlam taşır.	Kültürel kodlar, eserin derinlikli bir anlam sunduğunu ve evrenselliğini güçlendirir.
<b>Kaos ve Tehlike</b>	Chimera, kaosun ve tehlikenin simgesi olarak tasvir edilir.	Korkutucu doğa, bilinmeyen ve tehlikenin temalarını işler.
<b>Bilinmeyen ve Sınırlar</b>	Chimera'nın varlığı, sınırların ötesindeki bilinmeyeni temsil eder.	Bu tema, insan zihninin ve kültürünün sınırlarını sorgular.

(Tablo 2). Gustave Moreau'nun La Chimère eserinde yer alan sembolik unsurlar, eserin derin ve çok katmanlı anlam dünyasını ortaya koymaktadır. Kompozisyon bakımından Chimera figürünün merkeze yerleştirilmiş olması, eserdeki ana tema olarak bu figürün önemini vurgulamaktadır. Yapısal karmaşıklık, Chimera'nın farklı hayvan parçalarından oluşan birleşik yapısıyla, insan zihninin kavrayış sınırlarını zorlayan bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Renk kullanımı, eserin fantastik ve doğaüstü özelliklerini vurgulayan tonlarla Chimera'nın mistik doğasını ve büyüleyici yönlerini pekiştirmektedir.

Mitolojik açıdan Chimera, kaos ve tehlikenin simgesi olarak bilinmeyen keşfi ve sınırların ötesindeki gerçeklerin ifadesini içermektedir. Kültürel kodlar, Chimera'yı yalnızca mitolojik bir figür olarak değil, evrensel anlam taşıyan bir sembol olarak konumlandırmakta, böylece eserin kültürel derinliğini ve evrenselliğini güçlendirmektedir. Son olarak, kaos ve tehlike ile bilinmeyen ve sınırların ötesi temaları, Chimera'nın hem korkutucu hem de bilinmeyene dair bir merak uyandıran bir figür olarak insanın doğa ve bilinmeyenle ilişkisini sorgulatan bir sembol olarak betimlenmiştir.

**Tablo 3 Gustave Moreau'nun 'La Chimère' Eserinde Göstergibilim**

<b>Gösterge Bileşeni</b>	<b>Açıklama</b>	<b>Örnekler</b>
<b>İşaret (Signifier)</b>		
Görsel Temsiller	Ateşin fiziksel varlığı ve simgeleri: alevler, küller, duman, ışık.	Alevler içinden yeniden doğan varlıklar (Feniks gibi), külün arkasından çıkan ışık, doğaüstü figürler.
İşitsel Temsiller	Ateşin işitsel unsurları: çıtırtılar, uğultular, yanma sesi.	Çatırdayan odunlar, yanma anındaki uğultu ve fırtınalı sesler.
Renk ve Işık	Ateşin renkleri: kırmızı, turuncu, sarı; yeniden doğuşu temsil eden ışık.	Kırmızı ve turuncu tonları, alevlerin ışığı, karanlıktan sonra gelen aydınlık.
<b>Gösterilen (Signified)</b>		
Yeniden Doğuş Metaforu	Ateşin yıkıcı gücü sonrası gelen yeniden doğuş ve yaşam döngüsü.	Feniks'in küllerinden yeniden doğuşu, yaşamın sürekli yenilenme döngüsü.
Kaos ve Tehlike	Ateşin yıkıcı ve tehdit edici doğası; kaos ve bilinmeyen ile ilişkilendirilmesi.	Chimera'nın tehlike ve kaosu simgelemesi, bilinmeyene yönelik bir tehdit unsuru.
Dönüşüm ve Değişim	Ateşin eskiyi yok edip, yeniyi yaratma işlevi; değişimin kaçınılmazlığı.	Eserin tematik yapısında Chimera'nın farklı hayvan parçalarıyla karmaşıklığı, dönüşümün zorluğu.
<b>Anlam (Meaning)</b>		
Mitolojik ve Kültürel Anlamlar	Ateşin mitolojik ve kültürel bağlamlarda yeniden doğuş ve arınma ile ilişkilendirilmesi.	Feniks miti, ateşin arınma aracı olarak kullanıldığı ritüeller; Chimera'nın kaotik sembolizmi.
Psikolojik ve Ruhsal Anlam	Ateşin içsel dönüşüm ve yenilenme süreci olarak kişisel değişimi temsil etmesi.	İnsan zihninin sınırlarını zorlayan bir meydan okuma, Chimera'nın kompleks yapısı.
Toplumsal ve Evrensel Temalar	Ateşin toplumlarda değişim, dönüşüm ve yenilenmenin sembolü olarak kabul edilmesi.	Eserin evrensel temaları; bilinmeyenle yüzleşme, tehlike karşısında dönüşüm, kaosun ötesinde düzen arayışı.

(Tablo 3). Gustave Moreau'nun La Chimère eserinde ateş ve yeniden doğuş sembolleri, görsel, işitsel ve renksel öğelerle desteklenmiş ve derin anlam katmanlarıyla işlenmiştir.

İşaret (Signifier) bileşeni, ateşin fiziksel varlığını alevler, küller ve ışık gibi görsel temsillerle somutlaştırırken; çığır ve uğultu gibi işitsel unsurlar, ateşin dramatik etkisini izleyiciye hissettirmektedir. Renk ve ışık kullanımında kırmızı, turuncu ve sarı tonları, alevlerin yıkıcı gücünü ve aynı zamanda yeniden doğuşu simgeleyen aydınlığı yansıtmaktadır.

Gösterilen (Signified) bileşeni, ateşin yıkıcı gücünün ardından gelen yeniden doğuş sürecini, Feniks'in küllerinden doğuşunu simgeleyen bir metaforla temsil etmektedir. Ateş aynı zamanda, Chimera'nın kaotik yapısıyla birlikte kaos ve tehlikeyi simgelerken, bilinmeyenle dair bir tehdit unsuru olarak ele alınmaktadır. Dönüşüm ve değişim temaları, ateşin eskiyi yok edip yeni yaratma işlevi ile belirginleşir; Chimera'nın farklı hayvan parçalarıyla bir araya gelmiş karmaşık yapısı, dönüşüm sürecinin güçlüklerini ifade etmektedir.

Anlam (Meaning) bileşeninde, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin mitolojik ve kültürel bağlamlardaki arınma ve yenilenme işlevleri vurgulanmaktadır. Örneğin, Feniks miti ve Chimera'nın kaotik sembolizmi, ateşin arınma ve dönüşümle olan ilişkisini açığa çıkarmaktadır. Psikolojik ve ruhsal açıdan ateş, bireyin içsel dönüşüm sürecini simgelerken, toplumsal ve evrensel temalar açısından ise ateş, toplumlarda değişim, dönüşüm ve yenilenmeyi teşvik eden bir sembol olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda eser, insanın bilinmeyenle yüzleşme, tehlike karşısında dönüşüm yaşama süreci üzerine evrensel bir anlatı sunmaktadır.

## 5.2. J.M.W. Turner - The Burning of the Houses of Lords and Commons (1835)

J.M.W. Turner'ın 1835 tarihli "The Burning of the Houses of Lords and Commons" (Görsel.2) adlı eseri, göstergebilimsel açıdan incelendiğinde, Londra'daki Parlamento Binası'nın yanışını tasvir ederken, ateşin yıkıcı gücünü gözler önüne sermiştir. Ancak bu yıkım, aynı zamanda siyasi ve toplumsal bir yeniden doğuşu sembolize etmektedir (Azatyan, 2010, s. 131). Eserde ateş, eski düzenin sona ermesini ve yeni bir düzenin doğuşunu işaret eden bir sembol olarak kullanılmıştır.

Eserde kullanılan yoğun kırmızı ve turuncu tonlar, ateşin yıkıcı enerjisini ve dramatik etkisini güçlü bir biçimde yansıtır. Bu renkler, aynı zamanda eserin izleyici üzerindeki duygusal etkisini artırmaktadır (Schapiro, 1994, s. 172). Koyu dumanlar ve alevlerin birleşimi, yıkımın hemen ardından gelen kaos ve belirsizliği temsil etmektedir. Bununla birlikte, Turner'ın renk paleti, gelecekteki yeniden doğuşun potansiyelini de ima eder, bu sayede izleyiciye bir dönüşüm sürecinin kaçınılmaz olduğunu hissettirir (Grant, 2024, s. 230).

Turner'ın kompozisyonunda, hareketli fırça darbeleri ve yoğun renk kullanımı, yangının vahşetini ve hızını vurgulayan unsurlar olarak öne çıkar. Eserdeki bu dinamik kompozisyon, izleyiciyi olayın içine çekerek yangının ortasında hissettirmekte ve eski düzenin tamamen yok olup yerine yenisinin geleceğini sembolize etmektedir (Aralere, 2023, s. 137). Turner'ın bu yaklaşımı, eserin hem fiziksel hem de sembolik düzeyde bir dönüşümü yansıttığını göstermektedir.

Eserde yer alan kültürel kodlar, dönemin siyasi ve toplumsal dönüşümleriyle de doğrudan ilişkilidir. Turner, bu yangını sadece fiziksel bir olay olarak değil, aynı zamanda sembolik bir yeniden doğuş olarak ele almıştır. Ateş, eski rejimlerin ve yapıların yıkılmasını ve bunun ardından gelecek olan yeni düzeni temsil eden güçlü bir metafor olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda eser, siyasi ve toplumsal bir "yeniden doğuş" metaforu olarak algılanabilir (Azatyan, 2010, s. 132).

Dolayısıyla, her iki eser de doğüstü güçlerin hem yıkıcı hem de yaratıcı doğasını göstergebilimsel açıdan farklı şekillerde ele alır. Moreau'nun "La Chimère"i, doğüstü varlıkların kaos ve bilinmeyen bir temsili olarak kullanıldığını, Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eseri ise toplumsal ve siyasi bir yeniden doğuşu simgelediğini gösterir (Schapiro, 1994, s. 180). Bu eserlerdeki imgeler, hayatın döngüselligi, yıkım ve yeniden inşa sürecinin kaçınılmazlığı olarak yorumlanır. Sanatçılar, bu imgeler aracılığıyla izleyiciye derin sembolik anlamlar sunar, bu da eserlerin hem bireysel hem de toplumsal düzeyde yeniden doğuş kavramını nasıl yorumladığını gösterir (Azatyan, 2010, s. 133).

**Şekil 2 J.M.W. Turner - The Burning of the Houses of Lords and Commons (1835)**



**Kaynak:** (Turner, 1835)

### 5.2.1. Sentatik (Şekil ve Yapı) Analizi

Turner'ın eserinde uyguladığı dinamik fırça darbeleri, yangının hızını ve tahripkar etkisini etkili bir biçimde yansıtır. Bu teknik, izleyiciyi olayın merkezine çekerek yangının hareketli ve yıkıcı doğasını hissettirir. 'Bu tekniklerin kullanımı, izleyici ile eser arasındaki etkileşimi artırır' (Bulut, 2024, s. 868). Özellikle kırmızı ve turuncu tonlarında kullanılan yoğun renk paleti, ateşin yıkıcı enerjisini güçlü bir şekilde ifade eder ve eserin dramatik etkisini artırarak izleyicinin duygusal tepkilerini yönlendirir.

Eserin kompozisyonunda koyu dumanlar ve alevlerin birleşimi, yıkımın ardından gelen kaos ve belirsizliği temsil eder. Bu unsurlar, yalnızca fiziksel bir yıkımı değil, aynı zamanda karışıklık ve belirsizliği simgeler, böylece izleyicinin olayın atmosferini daha derinden hissetmesini sağlar (Bell, 2021, s. 132).

Aynı zamanda, eserde ateş, eski düzenin sona ermesini ve yeni bir düzenin doğuşunu sembolize eden bir metafor olarak kullanılmıştır. Turner, bu doğa olayını yalnızca fiziksel bir felaket olarak değil, toplumsal ve siyasi bir dönüşüm süreci olarak da tasvir eder (Sullivan, 2020, s. 314). Parlamento Binası'nın yanışı, bu yıkımın toplumsal ve siyasi bir yeniden doğuşa işaret ettiğini ima eder ve bu sembolik yaklaşım, eserin anlamını derinleştirir (Mitchell, 2022, s. 177). Böylece, izleyicilere tarihsel ve kültürel bağlamda bir dönüşüm sürecini gösterir.

### 5.2.2. Semantik (Anlam ve Yorum) Analizi

Eserin metaforik anlamı, ateşin eski düzenlerin ve yapının yok edilmesini simgelemesinin yanı sıra, bu yok oluşun ardından gelen yeni düzenin ve değişimin sembolü olarak kullanılmasıdır. Bu bağlamda, Turner'ın eseri, dönüşüm ve yenilenme sürecinin güçlü bir metaforu olarak değerlendirilebilir (Grant, 2024, s. 217). Yangının yalnızca fiziksel bir felaket olarak değil, aynı zamanda dönemin siyasi ve toplumsal dönüşümleriyle ilişkili bir yeniden doğuş olarak ele alınması, eserin bu dönüşüm sürecinin kaçınılmaz ve yeni bir düzenin gelişine işaret ettiğini ima eder. Eserdeki kültürel kodlar, dönemin toplumsal ve politik değişimleriyle doğrudan ilişkilidir (Bell, 2021, s. 135).

Yangın, eski rejimlerin ve yapıların yıkılmasını ve bunların ardından gelen yeni düzenin temsilcisi olarak öne çıkar. Turner'ın renk paleti ve kompozisyonu, gelecekteki yeniden doğuşun potansiyelini ima eder ve izleyiciye dönüşüm sürecinin kaçınılmaz olduğunu hissettirir (Mitchell, 2022, s. 179). Böylece eser, yalnızca bir fiziksel felaketi değil, aynı zamanda toplumsal ve politik bir dönüşümü sembolize eden bir anlatı sunar. Bu yaklaşım, eserin hem tarihsel hem de kültürel bağlamda anlamını derinleştirir.

**Tablo 4 J.M.W. Turner'ın 'The Burning of the Houses of Lords and Commons' Eseri Analizi**

**Tablo 4 J.M.W. Turner'ın 'The Burning of the Houses of Lords and Commons' Eseri  
Analizi**

Özellik	Sentatik Açıklama	Semantik Açıklama
<b>Kompozisyon</b>	Dinamik fırça darbeleri ve hareketli renk kullanımı.	Yangının vahşeti ve hızını vurgular, olayın içine çekilmesini sağlar.
<b>Yoğun Renk Kullanımı</b>	Kırmızı ve turuncu tonlar, ateşin yıkıcı enerjisini ve dramatik etkisini yansıtır.	Renkler, eserin duygusal etkisini artırır ve ateşin sembolik anlamını güçlendirir.
<b>Koyu Dumanlar ve Alevler</b>	Dumanlar ve alevlerin birleşimi, yıkımın ardından gelen kaos ve belirsizliği temsil eder.	Yıkım ve kaosun sembolü olarak görülür; aynı zamanda belirsizliği yansıtır.
<b>Ateşin Sembolizmi</b>	Ateş, eski düzenin sona ermesi ve yeni bir düzenin doğuşunu temsil eder.	Eski düzenin yıkımı ve yeni düzenin doğuşu için güçlü bir metafordur.
<b>Sembolik Yıkım</b>	Parlamento Binası'nın yanışı, toplumsal ve siyasi bir yeniden doğuşa işaret eder.	Yangın, eski rejimlerin ve yapıların yıkılması ve yeni düzenin temsilcisi olarak algılanır.
<b>Toplumsal ve Politik Kodlar</b>	Yangın, dönemin toplumsal ve siyasi dönüşümleriyle ilişkilidir.	Eski rejimlerin yıkımı ve yeni düzenin temsilini içerir, toplumsal ve politik bir bağlamda yorumlanır.
<b>Gelecekteki Potansiyel</b>	Renk paleti ve kompozisyon, gelecekteki yeniden doğuşun potansiyelini ifade eder.	Dönüşüm sürecinin kaçınılmaz olduğunu ve gelecekteki değişimlerin potansiyelini hissettirir.

(Tablo 4). J.M.W. Turner'ın The Burning of the Houses of Lords and Commons adlı eseri, ateşin yıkıcı ve dönüştürücü doğasını sanatsal bir derinlikle sunmaktadır. Sentatik olarak değerlendirildiğinde, dinamik fırça darbeleri ve hareketli renk kullanımı, yangının vahşetini ve hızını izleyiciye aktarmakta, eserin içine çekici bir etki yaratmaktadır. Kırmızı ve turuncu tonlar, ateşin yıkıcı gücünü görsel olarak vurgularken, eserin dramatik etkisini artırmakta ve izleyici üzerinde güçlü bir duygusal tesir bırakmaktadır.

Eserdeki duman ve alevlerin yoğun kullanımı, yıkım sonrası meydana gelen kaos ve belirsizliği temsil etmektedir; bu durum, aynı zamanda geleceğe dair bir belirsizlik hissi uyandırmaktadır. Semantik açıdan ateş, eski düzenin sona ermesi ve yeni bir düzenin doğuşunu simgeleyen güçlü bir metafor olarak görülmektedir. Parlamento Binası'nın yanışı, eski rejimlerin sona ermesi ve yenisinin doğuşuna işaret eden, dönemin toplumsal ve siyasi dönüşümünü ifade eden sembolik bir yıkımı temsil etmektedir. Turner, bu olayı sadece fiziksel bir felaket olarak değil, aynı zamanda dönemin sosyo-politik değişimlerini ve yeniden yapılanma süreçlerini yansıtan güçlü bir sembol olarak ele almıştır.

Eserdeki toplumsal ve politik kodlar, yangının eski düzenin yıkılması ile yeni bir düzenin doğuşunu temsil eden anlamını pekiştirmektedir. Son olarak, renk paleti ve kompozisyonun gelecekteki yeniden doğuş potansiyelini ifade etmesi, dönüşüm sürecinin kaçınılmazlığını ve bu süreçten doğacak yeni yapının sinyallerini vermektedir. Bu bağlamda eser, hem fiziksel hem de sembolik düzeyde bir yeniden yapılanma sürecinin zorunluluğunu izleyiciye hissettirmektedir.

**Tablo 5 J.M.W. Turner'ın 'The Burning of the Houses of Lords and Commons' Eserinde Göstergebilim**

Gösterge Bileşeni	Açıklama	Örnekler
İşaret (Signifier)		
Görsel Temsiller	Ateşin fiziksel unsurları: alevler, duman, küller, parlak renkler.	Parlamento Binası'nı saran alevler, yoğun dumanlar, yanan yapıların kalıntıları.
İşitsel Temsiller	Yangının sesleri: uğultular, patlamalar, çıtırtılar.	Alevlerin yükselişi sırasında çıkan sesler, yangının yıkıcı gücünün işitsel temsilleri.
Renk ve Işık	Ateşin yoğun renkleri: kırmızı, turuncu, sarı tonlar; yıkımın ardından gelen ışık.	Turner'ın eserinde kullanılan parlak kırmızı ve turuncu tonlar; karanlık içinde yükselen ışık.
Gösterilen (Signified)		
Yeniden Doğuş Metaforu	Ateşin yıkıcı gücüyle eski düzenin sona ermesi ve yeni bir düzenin doğuşu.	Eski Parlamento Binası'nın yıkımı, yeni bir toplumsal düzenin doğuşunun simgesi olarak kullanılmıştır.
Kaos ve Belirsizlik	Ateşin yarattığı karışıklık ve kaos; yıkımın ardından gelen belirsizlik.	Dumanların ve alevlerin birleşimiyle ortaya çıkan kaos, geleceğe dair belirsizliğin temsili.
Dönüşüm ve Değişim	Ateşin dönüştürücü gücü; eskiyi yok ederek yeniyi yer açma işlevi.	Yangının ardından gelen yeni yapıların ortaya çıkışı, eski düzenin yıkılması ve yeninin inşası.
Anlam (Meaning)		

Gösterge Bileşeni	Açıklama	Örnekler
Mitolojik ve Kültürel Anlamlar	Ateşin eski rejimlerin yıkılması ve yeni bir düzenin kurulmasıyla ilişkilendirilmesi.	Turner'ın eseri, yangını yalnızca bir felaket olarak değil, aynı zamanda bir yeniden doğuş metaforu olarak sunar.
Psikolojik ve Ruhsal Anlam	Ateşin yıkıcı ve aynı zamanda arındırıcı bir güç olarak içsel dönüşümü simgelemesi.	Eski düzenin yıkımıyla gelen ruhsal yenilenme; toplumsal düzenin yeniden inşasıyla beraber gelen umut.
Toplumsal ve Evrensel Temalar	Ateşin toplumsal dönüşüm ve yeniden doğuşun kaçınılmazlığıyla ilişkilendirilmesi.	Eski yapıların yıkılması ve yerine yeni düzenin kurulması; toplumsal değişim süreçlerinde kaçınılmaz dönüşüm.

(Tablo 5) J.M.W. Turner'ın *The Burning of the Houses of Lords and Commons* adlı eseri, ateşi hem yıkıcı hem de dönüştürücü bir sembol olarak ele almaktadır.

İşaret (Signifier) düzeyinde değerlendirildiğinde, görsel temsillerde ateşin fiziksel varlığını simgeleyen alevler, dumanlar, küller ve parlak renkler, yangının yoğun gücünü dramatik bir biçimde ifade etmektedir. Parlamento Binası'nı saran alevler ve yoğun dumanlar, yangının yıkıcı doğasını görsel olarak güçlendirmektedir. İşitsel temsiller ise yangının yarattığı uğultular ve patlama sesleriyle, yangının yıkıcı etkisini işitsel bir derinlikle sunmaktadır. Ateşin kırmızı, turuncu ve sarı gibi sıcak tonlarıyla sağlanan renk ve ışık kullanımı, yıkımın ardından gelen yeniden doğuş olgusunu ima eden bir kontrast yaratmaktadır.

Gösterilen (Signified) boyutunda ateş, eski düzenin sona ermesi ve yeni bir düzenin ortaya çıkmasını temsil eden sembolik bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Parlamento Binası'nın yanışı, mevcut yapının yok olması ve yeni bir yapının doğması gerektiğine dair güçlü bir metafor olarak anlam kazanmaktadır. Alevler ve dumanların birleşimiyle oluşan kaos, eserde yıkım sonrası belirsizliği ve yeniden doğuş ihtiyacını vurgulamakta, böylece eserin dramatik yapısını pekiştirmektedir. Bu bağlamda ateşin dönüştürücü gücü, geçmişin yok olup yeninin inşası için bir alan yaratılmasını ifade etmektedir.

Anlam (Meaning) düzeyinde ise eserin mitolojik ve kültürel kodları, ateşin eski düzenin yıkımı ve yeni bir yapının oluşumu süreciyle ilişkilendirilmesini sağlamaktadır. Turner, yangını yalnızca fiziksel bir yıkım değil, aynı zamanda toplumsal ve tarihsel yeniden doğuşun simgesi olarak ele alarak eserin toplumsal bağlamını zenginleştirmektedir. Ateşin yıkıcı ve arındırıcı doğası, içsel ve ruhsal bir dönüşüm sürecini sembolize ederek, eserdeki dönüşüm temasını derinleştirmektedir. Toplumsal ve evrensel bağlamda ise ateş, kaçınılmaz bir dönüşümün sembolü olarak işlenmiş; eski düzenin sona ermesi ve yenisinin doğması, toplumsal değişim ve dönüşüm süreçlerini temsil etmektedir.

### 5.3. Ateş ve Yeniden Doğuş Temalı Eser Karşılaştırma

Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin iki sanat eseri üzerinden gerçekleştirilen göstergebilimsel analizi, bu sembollerin tarihsel ve kültürel bağlamlardaki derin anlamlarını ve insanlık tarihindeki evrensel temalarla olan ilişkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Analiz, Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" adlı eserlerine odaklanmıştır. Bulgular, ateşin hem yaratıcı hem de yıkıcı doğasının, yeniden doğuş sembolüyle nasıl iç içe geçtiğini ve bu sembolizmin toplumsal ve bireysel düzeydeki dönüşüm süreçlerine nasıl yansıdığını detaylandırmaktadır.

Gustave Moreau'nun "La Chimère" eseri, mitolojik bir figür olan Chimera'nın temsili üzerinden, insanlığın bilinmeyene olan merakı ve bu merakın doğurduğu kaos ile tehlikeyi sembolize etmektedir. Chimera, aynı zamanda sınırların ötesindeki gerçeklerin ve insan zihninin sınırlarını zorlayan, doğüstü güçlerin yaratıcı-yıkıcı doğasının bir yansıması olarak öne çıkmaktadır (Schapiro, 1994, s. 152). Eserde

kullanılan renk paleti, Chimera'nın doğaüstü doğasını vurgularken, figürün merkezi bir konumda yer alması, eserin ana teması olarak Chimera'nın önemini pekiştirmektedir. Bu eser, hem sanat tarihinde hem de mitolojik sembolizmde önemli bir yer tutmakta olup, Chimera'nın kültürel ve mitolojik anlamlarının evrenselliğini göstermektedir (Grant, 2024, s. 217). Bu bağlamda, Moreau'nun eseri, izleyiciye sunduğu derinlik ve çok katmanlı anlatım aracılığıyla, sembolik bir anlatımın gücünü gözler önüne sermektedir.

Öte yandan, J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eseri, ateşin yıkıcı gücünü dramatik bir şekilde betimlerken, aynı zamanda bu yıkımın ardından gelen toplumsal ve siyasi yeniden doğuşu da sembolize etmektedir. Turner, Londra'daki Parlamento Binası'nın yanışını resmederken, ateşin sadece fiziksel bir yıkımın değil, aynı zamanda tarihsel ve kültürel bir dönüşümün de simgesi olduğunu vurgulamaktadır (Mitchell, 2022, s. 185). Eserdeki dinamik fırça darbeleri ve yoğun renk kullanımı, yangının hızını ve tahribatını çarpıcı bir şekilde ortaya koyarken, aynı zamanda eski düzenin sona erip yeni bir düzenin doğuşuna işaret eden sembolik bir anlam taşımaktadır. Turner'ın bu yaklaşımı, eserin hem sanatsal hem de tarihsel bağlamda güçlü bir ifade aracı olarak kullanılmasını sağlamaktadır (Grant, 2024, s. 217). Yangının siyasi ve toplumsal dönüşümlerle ilişkili bir yeniden doğuş olarak algılanması, bu süreçte ateşin merkezi bir sembol olarak kullanılmasını pekiştirmektedir.

Her iki eser de, ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının, yeniden doğuş süreci ile nasıl iç içe geçtiğini ve bu sürecin insanlık tarihindeki evrensel temalarla olan bağlantılarını güçlü bir şekilde yansıtmaktadır. Ateş, bir yandan eski düzenlerin ve yapıların yıkılmasına neden olurken, diğer yandan yeniden doğuş sembolü bu yıkımın ardından gelen yenilenme ve dönüşümü temsil etmektedir (Bell, 2021, s. 140). Bu bağlamda, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin göstergebilimsel analizi, bu sembollerin tarih boyunca hem bireysel hem de toplumsal düzeydeki kriz ve dönüşüm süreçlerinin merkezinde yer aldığını ortaya koymaktadır.

**Tablo 6 Bulgular**

<b>Ana Bulgu</b>	<b>Açıklama</b>
Ateşin hem yaratıcı hem de yıkıcı doğasının yeniden doğuş sembolüyle iç içe geçmesi	Ateşin iki yönlü doğası, hem bireylerin hem de toplumların yenilenme süreçlerini ifade eder. Bu ikili yapı, hem eski düzenin yıkılması hem de yeni bir başlangıç yapmanın simgesidir. Araştırmada ateşin yok edici özelliğinin ardından yeniden doğuş ile birleşmesi, dönüşüm süreçlerinin sembolik bir ifadesi olarak vurgulanmıştır.
Bu sembolizmin toplumsal ve bireysel düzeydeki dönüşüm süreçlerine yansımaları	Ateş ve yeniden doğuş sembolleri, hem bireylerin yaşadığı kriz ve yenilenme süreçlerini hem de toplumsal dönüşüm anlarını ifade eder. Moreau'nun bireysel korku ve bilinmeyene dair merak uyandıran sembolizmi ve Turner'ın toplumsal yeniden doğuşa işaret eden yıkım teması, bu sembolizmin her iki düzeyde de güçlü bir yer bulduğunu gösterir.
Gustave Moreau'nun "La Chimère" eserinde Chimera'nın kaos ve tehlikeyi sembolize etmesi	Araştırmada, Chimera figürünün kaos ve bilinmeyi temsil ettiği belirtilmiştir; özellikle doğaüstü güçlerin bireyler üzerindeki tehdit ve korku yaratan etkisini sembolize eder. Bu figür, insanın sınırları zorlayan bir keşif sürecine işaret ederken tehlike ve merak arasındaki bağı ortaya koyar.



Ana Bulgu	Açıklama
Chimera'nın sınırların ötesindeki gerçeklerin ve doğaüstü güçlerin yansıması olarak görülmesi	Chimera, araştırmada doğaüstü varlıkların yaratıcı-yıkıcı doğasını yansıtan bir figür olarak ele alınmıştır. Sınırları zorlayan ve bilinmeyene açılan bir kapı olarak, izleyiciyi bilinmeyen ve güç ile yüzleştirir. Bu bağlamda, bireyin ve toplumun sınırlarını aşma isteği ile bilinmeyen tehlikeli cazibesi arasında bir bağ kurar.
Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserinde ateşin yıkıcı gücünün dramatik betimlemesi	Turner'ın eserinde, Parlamento Binası'nın yanışının, yalnızca fiziksel bir yıkımı değil, toplumsal ve siyasi bir yeniden doğuşu ifade ettiği araştırmada işlenmiştir. Bu eser, ateşin yıkıcı doğasının toplumun dönüşüm süreçlerindeki önemini dramatik bir şekilde izleyiciye aktarır.
Turner'ın eserinde ateşin fiziksel yıkımın ötesinde tarihsel ve kültürel dönüşümün simgesi olarak kullanılması	Ateş, Turner'ın eserinde yalnızca bir felaket değil, tarihsel bir dönüşümün işaretidir. Araştırmada, bu sembolün eski düzenin sona erdiği ve yerine yeni bir toplumsal düzenin doğacağına dair güçlü bir metafor olarak sunulduğu açıklanmıştır.
Her iki eserin de ateşin yaratıcı ve yıkıcı doğasının yeniden doğuş süreci ile olan bağlantısını yansıtması	Moreau ve Turner'ın eserlerinde ateşin hem yıkıcı hem yaratıcı doğası ile yeniden doğuş süreci bağlantılı olarak sunulmuştur. Araştırmada bu bağlantının, eski yapıların yıkılmasıyla yeni yapıların inşa edilmesi arasındaki döngüsellığı ifade ettiği belirtilmiştir.
Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin insanlık tarihindeki kriz ve dönüşüm süreçlerinin merkezinde yer alması	Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin, araştırmada hem bireysel hem de toplumsal düzeyde tarih boyunca süregelen dönüşüm süreçlerinin simgesi olarak işlendiği ifade edilmiştir. Ateş, krizlerin ardından gelen yeni başlangıçların sembolü olarak tarihsel ve kültürel bağlamda güçlü bir yere sahiptir.

Bulgular doğrultusunda, ateşin hem yaratıcı hem de yıkıcı doğasının yeniden doğuş sembolüyle iç içe geçmesi, insanlık tarihinde kriz ve yeniden yapılanma süreçlerinin güçlü bir simgesi olarak değerlendirilmektedir. Ateş, burada yalnızca yok edici bir unsur değil; aynı zamanda yıkımın ardından yeniyi inşa eden dönüşüm gücünü taşıyan sembolik bir araç olarak ele alınmaktadır. Moreau ve Turner'ın eserlerinde bu sembolizmin etkisi, kriz anlarında eski düzenin sona erişini ve ardından yeniliğe kapı aralayan yeniden doğuş sürecini simgeler. Böylece ateş, eski düzenlerin yıkımı ve yeni başlangıçların ortaya çıkışı üzerinden anlam kazanmaktadır. Bu anlam, eserin görsel kompozisyonunda, ateşin merkezde konumlandırılması, güçlü renk tonları ve dramatik etkilerle izleyiciye yoğun bir sembolik anlatım sunulması ile pekiştirilmektedir.

Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin toplumsal ve bireysel düzeydeki dönüşüm süreçlerine etkileri ele alınmıştır. Moreau'nun "La Chimère" eserinde, Chimera figürünün kaos ve tehlike sembolü olarak kullanımı, doğaüstü bir varlık olarak tasvir edilen figürün, izleyiciye gerilim ve gizem duyguları uyandırmasıyla somutlanmaktadır. Bireylerin bilinmeyene duyduğu merak ve bu bilinmezliğin yarattığı tehdit algısı, Chimera'nın sınırların ötesindeki bilinmeyeni temsil etmesiyle birleşir. Figürün karmaşık anatomisi ve merkezi konumu bu sembolizmi daha da güçlendirir. Ayrıca, Chimera'nın sınırların

ötesindeki gerçekleri ve doğaüstü güçleri temsil etmesi, figürün doğaüstü ve fantastik unsurlarla zenginleştirilmiş olmasıyla sembolik karşılığını bulur. Bu anlatım tarzı, bireyler ve toplumlar için bilinmeyene karşı duyulan korku ve sınırları aşma isteğini görsel bir ifadeye dönüştürmektedir.

Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserinde ise, ateş yalnızca fiziksel bir yıkım değil; tarihsel ve toplumsal bir dönüşüm sürecinin simgesi olarak ele alınmaktadır. Bu durum, eserde Parlamento Binası'nın alevler içindeki betimlenişi ve yangının dramatik fırça darbeleriyle canlandırılması aracılığıyla izleyiciye yansıtılmaktadır. Parlamento Binası'nın yanışı, eski düzenin sona erip yeni bir düzenin doğuşuna işaret eden güçlü bir yeniden doğuş metaforu olarak değerlendirilir ve bu sembolizmin toplumsal düzeydeki etkilerini görünür kılar. Eserde kırmızı ve turuncu tonların yoğun kullanımı, yangının toplum için bir dönüm noktası oluşturduğunu ve bu yıkımın ardından gelecekte doğacak yeniliği simgelemektedir.

Moreau ve Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" eserlerinde, ateşin hem yıkıcı hem yaratıcı yönleri ile yeniden doğuş süreci arasındaki bağlantının vurgulandığı gözlemlenmektedir. Bu vurgu, ateşin yıkım ve yaratım döngüsünün bir parçası olarak konumlandırılması, figürlerin izleyici üzerindeki psikolojik etkisi ve sembollerin evrensel yapısı ile sağlanmaktadır. Bu ilişki, eski yapıların yıkılması ve ardından gelen yenilenme döngüsünü ifade ederken ateş ve yeniden doğuş sembollerinin insanlık tarihindeki evrensel dönüşüm süreçleriyle olan bağına işaret eder. Bu evrensellik, eserlerde tarihsel olayların ve mitolojik figürlerin yeniden doğuş teması etrafında kurgulanması ve her iki sanatçının farklı bağlamlarda bu temayı izleyiciye aktarmasıyla belirginlik kazanmaktadır.

## Sonuç

Bu çalışmada, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin iki önemli sanat eseri üzerinden göstergebilimsel analizi gerçekleştirilmiştir. Ateş, tarih boyunca insanlık için hem yaratıcı hem de yıkıcı bir güç olarak algılanmış ve bu güç, sanat eserlerinde çeşitli sembolik biçimlerde temsil edilmiştir. Çalışmanın bulguları, ateşin bir yandan yıkım ve kaos yaratırken, diğer yandan yenilenme ve yeniden doğuşu tetikleyen bir güç olarak iki yönlü bir doğaya sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu ikili doğa, insanlık tarihindeki kriz anları ve dönüşüm süreçleriyle yakından ilişkilidir. Gustave Moreau'nun "La Chimère" ve J.M.W. Turner'ın "The Burning of the Houses of Lords and Commons" adlı eserleri, ateşin yıkıcı doğasının toplumsal ve bireysel düzeyde yeniden doğuşu nasıl tetiklediğine dair sanatsal ve sembolik temsiller sunmaktadır. Moreau'nun eseri, mitolojik bir varlık aracılığıyla kaos ve bilinmeyen sembolizasyonunu vurgularken, Turner'ın eseri, yıkımın ardından gelen toplumsal yeniden doğuşu simgelemektedir. Her iki sanat eseri de ateşin, insanlık tarihindeki evrensel dönüşüm süreçlerini sembolize eden güçlü imgeler olduğunu ortaya koymaktadır. Ateş ve yeniden doğuş sembollerinin göstergebilimsel incelemesi, bu sembollerin insanlık tarihindeki değişim, dönüşüm ve yenilenme süreçlerinin evrensel ifadeleri olarak kalıcı bir yer edindiğini göstermektedir. Bu semboller, sadece sanatsal eserlerde değil, aynı zamanda toplumsal ve bireysel düzeyde yaşanan kriz ve dönüşüm süreçlerinde de anlamlar taşımaktadır. Araştırmanın bulguları, önceki literatürle tutarlılık göstermekte ve ateşin yıkıcı ve yaratıcı gücünün insanlık tarihi boyunca hem bireysel hem de toplumsal dönüşüm süreçlerinin merkezinde yer aldığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, sanat ve göstergebilim alanındaki literatüre önemli bir katkı sağlanmıştır. İleride gerçekleştirilecek araştırmalar açısından, ateş ve yeniden doğuş sembollerinin farklı kültürel bağlamlarda nasıl yorumlandığı ve temsil edildiği üzerine karşılaştırmalı çalışmalar yapılması önerilmektedir. Böyle bir yaklaşım, sembollerin kültürel ve tarihsel bağlamlar içerisindeki değişimlerini ve sürekliliklerini anlamaya yönelik derinlemesine bir perspektif sunacaktır. Ateş sembolünün hem yaratıcı hem de yıkıcı doğasının, çeşitli kültürlerde doğum, ölüm ve yeniden yapılanma süreçlerine dair farklı biçimlerde nasıl yorumlandığını incelemek, bu sembollerin çok katmanlı anlamlarını daha kapsamlı bir çerçevede ele almayı mümkün kılacaktır. Ayrıca, çağdaş sanat eserlerinde ateş ve yeniden doğuş temalarının nasıl evrildiği ve bu sembollerin modern dünyadaki anlamlarının nasıl şekillendiği üzerine yapılacak çalışmalar, sembollerin dinamik doğasını ve güncel sanatsal temsillerdeki konumunu ortaya koymak açısından kıymetli olacaktır. Günümüzde ateş sembolü, hem teknolojik ilerlemeyi hem de doğanın korunması ve çevre krizleri bağlamında yenilenme arzusunu simgeleyerek, toplumsal dinamikler ve bireysel dönüşüm süreçlerine dair güncel yansımalar sunmaktadır.

evrensel rolünü ve bu sembollerin bireyler üzerindeki psikolojik etkilerini bütüncül bir yaklaşımla değerlendiren çalışma, bu yönüyle mevcut literatüre katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

### Kaynakça

- Aralere, T. S. (2023). *Astrological melothesia in ancient Rome and India: Intercultural conversations in religion, medicine, and technical science* (Doctoral dissertation, UC Santa Barbara).
- Arnold, D. (2021). *Burning the dead: Hindu nationhood and the global construction of Indian tradition*. University of California Press.
- Bell, J. C. (2021). *Queering archives and archiving queers in contemporary art*. University of Northumbria at Newcastle (United Kingdom).
- Bulut, Ş. (2024). Guggenheim müzesinde Going Dark Sergisi ve görünmezliği görünür kılan, kavramsal sanatın gücü. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 864-889.
- Grant, B. K. (Ed.). (2024). *Ken Russell: Interviews*. Univ. Press of Mississippi.
- İçli, A. (2024). The well as a place of individual and spiritual development in Rumi's work: Mevlana'da bireysel olgunlaşma mekânı olarak kuyu. In *Kongre Bildiriler Kitabı/Congress Proceedings Book* (p. 31).
- Jantondaeng, P., & Zezhi, Z. (2024). A study of Chinese idiom expressions containing the word jin (gold). *Journal of Liberal Arts Prince of Songkla University*, 16(1), 271695–271695.
- Jung, C. G. (1964). *Man and his symbols*. Doubleday.
- Koshymova, A., & Nogaibayeva, M. (2024). Types and numerical symbols in the worldview of the Kazakh people. *History & Culture Journal*, 2(2), 14–24.
- Kozák, J. A. (2023). Hero mythology. In *Encyclopedia of Heroism Studies* (pp. 1–8). Cham: Springer International Publishing.
- Kutlutürk, C. (2024). The influence of religious assumptions on the perception of geography: Indians' depiction of habitable geography in the light of Purana texts. *Hitit Theology Journal*, 23.
- Long, J. D. (2024). The Axial Age through a novelist's eyes: The philosopher characters in Gore Vidal's *Creation*. In *Finding Philosophers in Global Fiction: Redefining the Philosopher in Multi-cultural Contexts* (p. 137).
- Mitchell, W. J. T. (2022). *Place matters: Critical topographies in word and image*. McGill-Queen's Press-MQUP.
- Mollaoğlu, S. (2023). Göstergibilime ilişkin lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Eğitim Bilim ve Araştırma Dergisi*, 4(1), 153-170.
- Moreau, G. (1884). *La Chimère*. [https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:Gustave\\_Moreau\\_-\\_La\\_Chim%C3%A8re\\_v1.jpg](https://it.m.wikipedia.org/wiki/File:Gustave_Moreau_-_La_Chim%C3%A8re_v1.jpg) (Erişim: 20.07.2024).
- Petridou, G. (2024). Death, rebirth, and pilgrimage experience in Aelius Aristides' *Hieroi Logoi*. *Religions*, 15(8), 899.
- Phukan, A. (2022). *Contradictory Indianness: Indenture, creolization, and literary imaginary*. Rutgers University Press.
- Prajapati, V. N. (2024). Burning the dead: Hindu nationhood and the global construction of Indian tradition: By David Arnold, University of California Press, 2021, 268 pp. *Hitit Theology Journal*.
- Rincón Mautner, C. (2024). Indigenous sacrifice in the Christian language among the communities of the northern Mixteca of Oaxaca, Mexico. In *Ritual Human Sacrifice in Mesoamerica: Recent Findings and New Perspectives* (pp. 419–482). Cham: Springer International Publishing.
- Schapiro, M. (1994). *Theory and philosophy of art: Style, artist, and society*.

- Sterelny, K. (2021). *The Pleistocene social contract: Culture and cooperation in human evolution*. Oxford University Press.
- Sullivan, K. (2020). Material and visual culture in post-Celtic Tiger Ireland. In *Routledge International Handbook of Irish Studies* (pp. 311–322). Routledge.
- Turner, J. M. W. (1835). *The burning of the houses of Lords and Commons*. [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Burning\\_of\\_the\\_Houses\\_of\\_Lords\\_and\\_Commons](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Burning_of_the_Houses_of_Lords_and_Commons) (Erişim: 20.07.2024).
- Yoldaş, M. H. (2023). Arap Alevîlerinin ahirete iman anlayışları ve tenâsüh inançları. *UMDE Dini Tetkikler Dergisi*, 6(1), 86–112.
- Zdeb, K., & Bąk, J. (2023). Chemical analysis of organic residues from selected ceramic vessels from a Lusatian culture burial ground.

Bu çalışma **intihal tespit programlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detect softwares and no plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması gereken kurallara uyulmuştur.

In this study the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Makale tek bir yazar tarafından yazılmıştır.

The article was written by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Araştırma Makalesi | Research Article

## 31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Afişlerin Siyasal İletişim ve İkna Amaçlı Kullanımı: Ekrem İmamoğlu Afişleri Örneğinde Göstergebilimsel Bir Analiz

The Use of Election Posters for Political Communication and Persuasion in 31 March 2024 Local Elections: A Semiological Analysis of Ekrem İmamoğlu's Posters

**Rabia ERESER (Öğrenci)**

ORCID ID: 0000-0001-7944-7400

Necmettin Erbakan Üniversitesi  
rabiaereser@gmail.com

**Salih GÜRBÜZ (Doç. Dr.)**

ORCID ID: 0000-0002-5690-8136

Necmettin Erbakan Üniversitesi  
gurbuzsalih@hotmail.com

**Elif ARSLAN (Öğrenci)**

ORCID ID: 0000-0001-5015-9317

Necmettin Erbakan Üniversitesi  
caelifarslan@gmail.com

**Başvuru Tarihi | Date Received:** 06.12.2024

**Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted:** 30.12.2024

**Yayınlanma Tarihi | Date Published:** 31.12.2024

**DOI:** 10.70627/sduifade.1597308

Ereser, R., Gürbüz, S., & Arslan, E. (2024). 31 Mart 2024 Yerel Seçimlerinde Afişlerin Siyasal İletişim ve İkna Amaçlı Kullanımı: Ekrem İmamoğlu Afişleri Örneğinde Göstergebilimsel Bir Analiz. *SDÜ İfade Dergisi*, 6(2), ss. 64-83.

### Özet

Göstergebilim, görsel, işitsel, yazılı tüm işaret ve imgelerin anlamlarını, işlevlerini ve etkilerini inceleyen bir disiplin olarak ifade edilebilir. Siyasal iletişimde ve siyasal kampanya süreçlerinde politikacılar ve kampanya ekipleri, seçmenlerin algılarını etkilemek ve mesajlarını iletmek için özellikle görsel unsurları etkili bir şekilde kullanmayı amaçlar. Siyasal iletişimde, kitlelerin ikna ve rızasını oluşturma süreçleri, özellikle dijital platformların kullanımıyla artarak devam etmektedir. Özellikle Google Ads gibi reklam mecraları, seçmen kitlesine doğrudan erişim sağlama ve adayların mesajlarını etkili bir şekilde iletimini sağlama konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada Ekrem İmamoğlu'nun 31 Mart 2024 tarihli yerel seçimler için kullandığı "İsrafı Bitirdik, Hizmeti Getirdik" başlıklı dijital reklam afişleri göstergebilimsel yöntemle incelenmiştir. Bu analiz, siyasal iletişimde görsel unsurların nasıl kullanıldığını anlamak ve seçmenlerin algısını etkileyen faktörlerin neler olabileceğini değerlendirmek açısından önemli görülmektedir. Afişlerde halka sunulan hizmetlerin somut örnekleri gösterilmiş, pozitif ve umut dolu gelecek vaatleri yapılmış, şeffaflık ve hesap verebilirlik hususları da vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler** Göstergebilim, Siyasal Kampanyalar, 2024 Yerel Seçimleri, Ekrem İmamoğlu.

### Abstract

Semiotics can be defined as a discipline that analyzes the meanings, functions, and effects of all visual, auditory, and written signs and images. In political communication and political campaign processes, politicians and campaign teams aim to use visual elements effectively to influence voters' perceptions and convey their messages. In political communication, the processes of persuasion and consent among the masses continue to increase, especially with the use of digital platforms. In particular, advertising channels such as Google Ads play a critical role in providing direct access to the electorate and ensuring that candidates communicate their messages effectively. In this study, Ekrem İmamoğlu's digital advertisement posters titled "İsrafı Bitirdik, Hizmeti Getirdik" used for the local elections on 31 March 2024 were analyzed by the semiotic method. This analysis holds significance in comprehending the use of visual elements in political communication and assessing the factors that could influence voters' perceptions. The posters showcased concrete examples of public services, made positive and hopeful promises for the future, and emphasized transparency and accountability.

**Keywords** Semiotics, Political campaigns, 2024 local elections, Ekrem İmamoğlu.

## Giriş

Göstergebilim, iletişimdeki yüzey düzeyinin ötesine geçerek insanlığın kolektif bilinçaltının kapılarını aralar. Göstergebilim bu anlamıyla düşünüldüğünde art planda kalan ancak toplumsal dizgelerde ahenk içinde var olan, ilk bakışta görülmeyen/okunmayan ancak üzerine düşünüldüğünde hemen herkesin uzlaşısı içinde olacağı anlamların okunabilir hale getirilmesinde önemli bir misyona sahiptir. Göstergebilim iletişim kurmaya yarayan göstergelerin açılması olarak ifade edilebilir. İnsanların zihninde var olanın, bilinmiş hatta öğrenilmiş olanın ama kenarda, ötede kalanın kodlarının çözümlenmesidir. Göstergenin bir gösterge olabilmesinde ise o şeyin toplumsal düzlemde bir şekilde belirli ya da belirsiz bir zamanda üzerinde uzlaşım sağlanan anlamlara sahip olması vardır. Göstergebilim bu anlamda nesnedir ve şuna ya da buna göre değil, göreceli olmayan nesnelliği nerdeyse mutlak sayılabilen anlamların bir araya gelmesiyle oluşan göstergeleri inceler.

Semboller, görseller, jestler ve sesler, insanların düşündüklerini, hissettiklerini ve deneyimlediklerini ifade etmenin temel araçlarıdır. Bir insanın yüz ifadesi, bir tablonun kompozisyonu veya bir şarkının melodisi, soyut kavramları somut bir biçimde ifade edebilir ve izleyiciye/izleyenlere derin bir etki bırakabilir. Göstergebilimin gücü, sadece sembollerin ve işaretlerin analizinde değil, aynı zamanda bu sembollerin kültürel, tarihsel ve sosyal bağlamlarını anlama yeteneğindedir. Bir sembolün veya nesnenin taşıdığı anlam, zaman ve mekâna göre değişebilir ve bu değişkenlik, göstergebilimcilerin incelikli bir şekilde ele alması gereken bir konudur. Tüm bu ifadelerden hareketle göstergebilimin kültürü oluşturan her türlü unsurun etnografisini yapan bir bilim alanı olduğunu da ifade etmek yerinde bir tanımlama olacaktır. Bu bağlamda göstergebilimin kültürel antropolojiye hizmet eden bir boyutunun da olduğunu belirtmek gerekir. İletişimin türlü formları kültürün inşası ve sürdürülmesinde en önemli araçtır. Göstergebilim vasıtasıyla kültürün oluşturan ve kültüre kaynaklık eden kökenin yani iletişimin ontolojik sorgulanması da yapılmaktadır.

Bu anlamda, göstergebilim, dilin sınırlarını aşar ve iletişimdeki derin katmanları keşfeder. Sadece konuşulan veya yazılı olanın ötesinde, insanlar arasındaki duygusal, kültürel ve sosyal etkileşimin temelini oluşturan sembollerin incelenmesine odaklanır. Bu nedenle, göstergebilim, yaşamın anlamını araştıran bir keşif yolculuğunun önemli bir parçasıdır. Göstergebilim, pek çok farklı disiplinin kesişim noktasında yer alır ve dilbilimden edebiyata, psikolojiden sosyolojiye kadar geniş bir yelpazede ortak çalışmalar üretmeye olanak tanır. Özellikle Saussure'ün yapısal dilbilimi, Pierce'in semiyotik teorisi ve Barthes'ın göstergebilimsel analizi gibi temel teorik çerçeveler, göstergebilimin çözümlemelerinde sıklıkla kullanılmaktadır.

Bu çalışmada da 31 Mart 2024 yerel seçimlerinde 4.432.862 oy alarak İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı seçilmiş olan (Anonim, TRTHABER, 2024), Ekrem İmamoğlu'nun siyasal kampanyasında kullanılan afişler, görseller ve mesajlar, seçmenlerin kararlarını etkileyen kritik unsurlar olarak düşünülmüş ve çalışmanın varsayımı olarak belirlenmiş, seçimin kazanılmasında bu unsurların etkili olduğu varsayımından hareketle İmamoğlu'nun seçim kampanyasında kullandığı afişlerin göstergebilimsel analizi yapılarak, seçmene ne tür mesajlar verilmek istendiği hususu çalışmanın amacını oluşturmuştur.

Bu araştırma kapsamında, göstergebilim ve semiyotik üzerine yapılan çalışmalar öz şekilde ele alınmaya çalışılmıştır. Buna yönelik olarak da alan yazında yapılan birçok çalışmadan bazılarını sunmakta yarar vardır. 1 Kasım 2015 Genel Seçimleri'nde kullanılan siyasi afişlerin göstergebilimsel açıdan incelendiği bir çalışmada CHP, AKP ve MHP'nin iletişim stratejileri ve lider imajlarını nasıl yansıttığı incelenmiştir. CHP'nin afişlerinde seçim görseli/metni ve sloganın eksikliği, lider imajının az kullanımı ve renk çeşitliliği dikkat çekerken, AKP'nin afişlerinde lider imajının ön planda olduğu ve ekonomik odaklı mesajların ağırlıkta olduğu görülmüştür. MHP'nin ise lider imajını vurgulayan ve toplumsal konuları ele alan afişler kullandığı belirlenmiştir. Bu analiz, siyasi partilerin iletişim stratejilerinin ve seçmenlere hitap şekillerinin, seçim afişlerindeki görsel ve metinsel öğeler üzerinden nasıl yansıdığını gösterirken, farklılaşan yaklaşımları ve vurguları ortaya koymaktadır (Gülsünler, Tosunlu, Yayla, & Yalçın, 2017). Bir diğer çalışmada ise; 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinde kullanılan 12 adet seçim afişinin göstergebilimsel analiz ile ele alınmış, seçim afişlerinin Barthes'in düz anlam ve yan anlam teknikleri kullanılarak incelendiği görülmüş, siyasal pazarlamanın seçim

süreçlerindeki önemine vurgu yapıldığı değerlendirilmiştir. Çalışmada siyasal iletişim kampanyalarının belirli göstergeler kullanarak seçmenleri etkilediği gösterilmiştir (Boz, 2023).

Bu çalışmada da öncelikli olarak siyasal iletişim, ikna ve katılım, siyasal reklamlar ve göstergebilimin tarihçesi ve göstergebilimin ne olduğu ifade edilmiştir. Siyasal reklamlar arasında sayılan seçim afişlerinin analizi için kullanılacak yöntemin anlaşılmasını sağlamak için göstergebilim ayrı bir başlıkta ele alınmıştır. 2024 yerel seçimlerinde Ekrem İmamoğlu'nun Belediye Başkanlığı seçim kampanyalarında kullanılan dijital siyasal reklamlar örneklem olarak seçilmiş ve bu reklamlar göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle analiz edilmiştir.

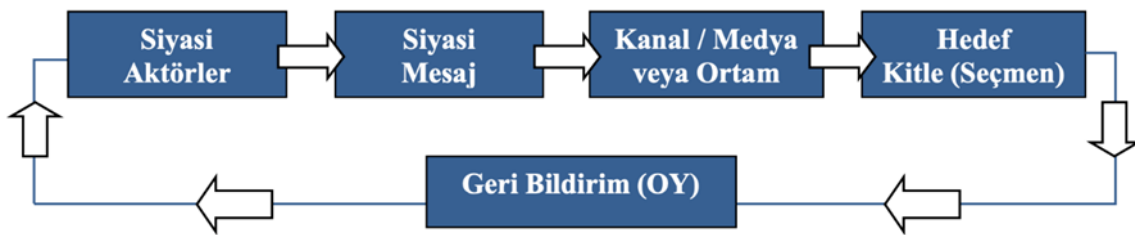
Çalışmanın temel amacı, Ekrem İmamoğlu'nun siyasal dijital reklamlarını göstergebilimsel açıdan analiz ederek, reklamların içerdiği semboller, stratejiler ve politik mesajları ortaya çıkarmaktır. Bu analiz, belediye başkanlarının dijital ortamda yayınlanan siyasal iletişim amaçlı afişlerinin siyasal iletişim açısından seçmen kitlesine ve siyasal katılıma yönelik mesajlarını anlamak için bir çerçeve sağlayacaktır.

## 1. Siyasal İletişim, İkna ve Katılım

Siyasal iletişim en genel tanımıyla siyasal tüm aktörlerin tüm sözlü, yazılı ve görsel imkanlardan faydalanarak, hem saha da yüz yüze hem de çeşitli internet platformları ve kitle iletişim araçları üzerinden seçmen kitlesine ulaşarak aktörlerin kendi vaat ve planları hakkında seçmene kendilerini anlatmak için kurdukları iletişim türüdür. Bu iletişimde hem ikna hem de propagandanın çeşitli enstrümanları da kullanılabilir ancak, siyasal iletişimi değerli yapacak olan esas etmenin halkla ilişkilerin temel felsefesinde olan kitlenin sesi, kulağı, gözü olabilmek adına aday olarak kitle karşısına çıkan aktörlerin kitlenin tüm söylem, duygu ve düşüncelerini oldukça yakın temas vasıtaları ile öğrenerek bunların üzerinden iletişimlerini inşa etmeleridir.

Demokratik siyasal sistemlerde seçimler, yönetimde söz sahibi olma talebinde bulunanların siyasi sahnede aktif rol almasını sağlar. Bu süreç, seçimler aracılığıyla toplumun yönetimde söz sahibi olma hakkını kullanmasıyla başlar. Dolayısıyla, seçimler sadece yeni liderlerin belirlenmesini değil, aynı zamanda siyasi sahnede yer alan tüm aktörlerin katılımını da sağlar. Bu durum, demokratik siyasal sistemlerin temel özelliklerinden biridir ve yönetimde söz sahibi olma talebinde bulunan herkesin siyasi arenada etkili bir şekilde yer almasını teşvik etmektedir (Taşmurat, 2019, s. 65). Siyasal aktörler siyasal iletişim süreçlerinde doğrudan ya da dolaylı yollarla iletişime geçtikleri kitlelere siyasal plan, amaç, proje, düşüncelerini aktarmakta ve beyan etmektedirler.

Şekil 1 Genel Siyasal İletişim Süreci



Kaynak: (Tasmurat, 2019: 66)

Şekil 1' de ifade edilmeye çalışılan bu süreç, siyasal aktörlerin iletişim stratejilerini ve kampanyalarının nasıl işlediğini göstermektedir.

Kitleler düşüncelerini ve kararlarını alırken her ne kadar özgür olsalar da bu özgürlüğün şekillenmesinde kitlenin kendi çevresindekilerin düşünceleri arasında seçerek kendi iradesi ile alıp, kabul ettiği de bilinen bir olgudur. Kitle kendi düşünce ve kararlarını alırken çevresindekilerin güvenilir olma, duygularına hitap etme ve mantığına uygun görünme gibi kriterler üzerinden harekete geçmektedir.

Aristo'ya göre ikna, kaynağın güvenilirliği (ethos), duygulara hitap etmesi (pathos) ve mantıksal argümanlar sunması (logos) ile sağlanır. Güvenilir bir kaynak, zeki, dürüst, uzman ve çekici olmalıdır; aksi takdirde mesajın ikna gücü azalır. Duygusal çekicilik ise adalet, sağduyu, cömertlik gibi erdemler

aracılığıyla gerçekleştirilir. Mantık temelli ikna ise alıcının rasyonel süreçlerle sunulan önermeleri değerlendirmesini gerektirir (Okumuş, 2023, s. 83).

Siyasi aktörlerin, kitlelere bilgi aktarmak, onları kendi yanlarına çekmek ve harekete geçirmek için tüm iletişim araçlarını kullandığı gözlemlenmektedir. Bu durum, modern siyasetin dinamiklerinin ne kadar çok yönlü ve karmaşık olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle dijital çağda, sosyal medya, televizyon, gazeteler ve diğer platformlar aracılığıyla bireylere ulaşmak, siyasal stratejilerin vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Siyasal reklamlar, siyasal katılımın artmasında büyük bir etkiye sahiptir (Doğan & Aslantaş, 2015, s. 38).

Siyasal kampanyalar seçmen kitlenin partiler ve siyasal aktörler tarafından planlı bir şekilde temelde ikna etmeye ve yönlendirmeye, kararlarını etkilemeye yönelik yürütülen harekete geçirme ve seçmen davranışını belirleme amaçları ile yapılan faaliyetler toplamıdır. Silsüpür (2021, s.165) ise siyasal katılımın, vatandaşların siyasal sistem karşısındaki tutumlarını ve davranışlarını yansıtan önemli bir kavram olduğunu ifade ederken, seçmen kitlenin aktif rolünün olduğuna dikkat çekmektedir. siyasal katılımın motivasyonları, bireyden bireye farklılık gösterebilir ve çeşitli şekillerde ortaya çıkabilir.

Siyasal katılım, bireylerin siyasetle ilgili bir dizi davranışsal faaliyette bulunmasını içerir. Bu faaliyetler, siyasal tartışmalara katılma, siyasetçilerle etkileşime geçme, seçim kampanyalarında çalışma ve oy verme gibi çeşitli şekillerde kendini gösterir (Uslu Divanoğlu, 2017, s. 410). Siyasal kampanyalardaki afişler ve çeşitli sosyal medya platformlarında yayınlanan yazılı, çizili, sesli her türlü içeriğe yönelik seçmenin verdiği tepkiler, yorumlar, bu paylaşımlara ek kendi ürettikleri çeşitli sosyal medya içerikleri de siyasal katılım sürecinin unsurları arasında yer almaktadır.

## 2. Siyasal Reklamlar

Yerel seçimler Türkiye'nin gündeminde oldukça önemli yer edinen ve seçmen tarafından da sürecin aktif şekilde takip edildiği bir olgudur. Türkiye'de gerçekleşen yerel seçimlerde siyasal partiler ve yereldeki adayları vatandaşlara tüm iletişim kanallarını kullanarak ulaşma konusunda birbirleri ile rekabet etmektedir. Bu seçim sürecinde adayların kendi kişisel imajları kadar adayların seçim kampanyalarında siyasal reklam unsurları da oldukça dikkat çekmektedir. Siyasal partilerin ve aktörlerin seçimleri kazanabilmesinde en önemli etkenlerden birisi de kitlelerle iletişim kurabilmektir.

Siyasal reklamcılık da, seçim dönemlerinde adayların veya siyasal partilerin belirli bir strateji ve mesaj doğrultusunda hazırladıkları reklam kampanyalarını ifade eder. Bu kampanyalar genellikle politik pazarlama uzmanları tarafından tasarlanır (Kaid, 1981Akt. Özdemir & Taşcıoğlu, 2023, s. 75.) ve hedef kitleye ulaşmak için kitle iletişim araçlarında, örneğin televizyon, radyo, internet ve sosyal medya platformlarında yayınlanabilir.

Özdemir ve Taşcıoğlu (2023, s. 76) siyasal reklamların partinin ve adayın seçim kampanyasını ve felsefesini ifade edecek şekilde reklam ajansları tarafından hazırlandığını, siyasal danışmanların ise siyasal reklamların kampanya sürecinde nerede, ne şekilde, nasıl ve ne zaman kullanılacağı hususunda belirleyici rol oynadığını değerlendirmektedir.

Siyasal reklamların önemli bir özelliği, kontrol edilebilir olmalarıdır. Adaylar veya siyasi partiler, kendi mesajlarını istedikleri şekilde tasarlayabilir ve yayınlanacak zaman ve yerini belirleyebilirler. Bu, belirli bir politikaya veya adaya yönelik algıyı şekillendirmek, seçmenleri etkilemek ve destek toplamak için stratejik bir araç olarak kullanılır. Siyasal reklamcılık, politikacıların ve siyasi partilerin kendi görüşlerini, politikalarını veya adaylarını halka tanıtmak için kullandıkları reklam stratejilerini ifade etmektedir. Bu, televizyon, radyo, internet, afişler, broşürler, sosyal medya ve diğer medya kanalları aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Siyasal reklamlar genellikle seçim dönemlerinde yoğunlaşır ve seçmenleri etkilemek, destek toplamak veya rakipleri hakkında olumsuz izlenimler oluşturmak amacıyla tasarlanır. İktidar, kitleleri etkilemek için siyasal reklamcılıktan önce propaganda adı verilen ikna stratejileri kullanmıştır. Bu stratejiler, insanları belirli bir fikri benimsemeye veya belirli bir eylemi gerçekleştirmeye ikna etmek amacıyla tasarlanmıştır (Göker & Alpman, 2010, s. 38).

Propaganda, çeşitli iletişim araçlarıyla, mesajların tekrarı, duygusal çağrışımlar ve toplumun belirli değerlerine hitap etme gibi teknikler kullanarak gerçekleştirilmektedir. Kılıçaslan'a göre (2008, s.17) siyasal iletişim ve propaganda amaçlar kamuoyu oluşturma ve yandaş sağlama bakımından temelde aynı



görülmektedir. Propaganda, belirli bir ideolojiyi veya politikayı desteklemek amacıyla bilinçli olarak manipülatif teknikler kullanarak kitleleri etkileme girişimleri iken, siyasal iletişim daha geniş bir kavramdır ve daha çeşitli iletişim araçlarını içerir.

Günümüzde internet, siyasal iletişim açısından önemli bir araç haline gelmiştir çünkü kullanıcılara geniş bir erişim sağlar ve interaktif bir platform sunar. İnternetin siyasal iletişimdeki artan rolü, siyasal partilerin iletişim stratejilerinde önemli bir değişimi beraberinde getirmiştir. Özellikle internetin yoğun kullanımı, siyasal partilerin interneti etkili bir iletişim aracı olarak görmesine neden olmuştur. Bu durum, siyasal partilerin seçmenlere doğrudan ulaşma ve mesajlarını daha geniş kitlelere yayma potansiyelini artırmıştır (Yeniçeri Alemdar & Köker, 2011, s. 226). Web 2.0 teknolojisinin ortaya çıkmasıyla birlikte, sosyal medya araçlarının etkisi daha da belirgin hale gelmiştir. Web 2.0 teknolojisi, internetin evriminde bir dönüm noktası olarak kabul edilirken, siyasal iletişimde de derin etkiler yaratmıştır. Sosyal medya araçlarının ortaya çıkmasıyla birlikte, seçmenler artık politik süreçlere daha etkin bir şekilde katılabilmekte ve temsiliyetin yanı sıra katılımçılık da artmıştır (Akdağ, 2019, s. 686). Artık günümüzde yapay zekanın yer aldığı makine teknolojisinin hem kendileriyle hem de kullanıcıları ile internet vasıtasıyla etkileşime girdiği Web 4.0 uzamında ve gelecekte ise insanların duygularını ve düşüncelerini algılayabileceği bir teknoloji olarak görülen Web. 5.0 (Saklı, 2020, s. 3) düzeyinde siyasal kampanyaların nasıl olacağı tartışılmaktadır.

### 3. Göstergebilim

Göstergebilim tarihi, antik dönemlerden günümüze kadar uzanan bir süreçte, insanların dilin ve işaretlerin doğasını anlamaya yönelik çabalarının evrimini yansıtır. Antik Yunan'dan itibaren, filozoflar dilin ve işaretlerin doğasını ve işlevini tartışmışlardır. Ancak, modern göstergebilim disiplini, 20. yüzyıllarda önemli ölçüde şekillenmiştir. Antik dönemde Stoacılar, mantık ve dil üzerine araştırmalar yaparak anlamlama kuramı oluşturmaya çalışmışlardır. Ortaçağ'da Nominalistler adı verilen bir grup araştırmacı da gösterge sorununu incelemişlerdir (Güneş, 2013, s. 334). Bu dönemdeki düşünürler, insan algısının temelini oluşturan dil ve işaretlerin doğasını anlamaya çalışmışlardır.

Göstergebilime adını veren ilk kişi İngiliz filozof John Locke iken (Erkman, 1987 Akt. Güneş, 2013 s. 335), göstergeler kuramının sonraki temsilcisi Fransız matematikçi Jean Henri Lambert'tir (Özgür, 2010, s. 9). 17. ve 18. yüzyılda, John Locke, Leibniz, Diderot, Condillac, Lambert gibi felsefeciler, göstergelerin ve anlam taşıyan biçimlerin doğasına ilgi duyarak, bu konuda önemli çalışmalar yapmışlardır. Bu düşünürler, gösterge kavramını ele alarak çeşitli yapıtlar ortaya koymuşlardır. Günümüzdeki göstergebiliminin kökenlerini oluşturan iki önemli figür ise Charles Sanders Peirce ve Ferdinand de Saussure'dir. Bu iki düşünür, göstergelerin işleyişini ve anlamlandırma süreçlerini derinlemesine inceleyerek göstergebilimin temellerini atmışlardır (Akgül, 2016, s. 1316).

“Göstergebilimin bağımsız bir bilim dalına dönüşmesini sağlayan ABD'li felsefeci, mantıkçı ve matematikçi Ch. S. Peirce (1839-1914) hem dilsel hem de dildışı göstergelerle ilgili bir kuram tasarlamış ve buna “semiotic” adını vermiştir. Ch. S. Peirce'e göre “göstergelerin biçimsel öğretisi” olan göstergebilim, mantığın bir başka adıdır. Ch. S. Peirce her çeşit olguyu inceleyecek ve sınıflandıracak bir dal olarak gördüğü göstergebilimi üç bölüme ayırır: 1. salt (katıksız) dilbilgisi; 2. gerçek anlamıyla mantık; 3. salt (katıksız) sözbilim (retorik) (Rıfat, 2009, s. 30).”

Göstergebilimin yükselişi, 20. yüzyılda toplumun derin değişimleriyle yakından ilişkilidir. Özellikle ABD ve Avrupa gibi ekonomik olarak güçlü bölgelerde savaş sonrası refahın artmasıyla birlikte tüketim kültürü hızla yayılmıştır. Bu süreçte dilbilimsel çalışmaların geniş bir alana yayılması, özellikle edebiyat, reklamcılık ve iletişim gibi alanlarda göstergebilimin önemini artırmıştır. Göstergebilimciler, edebiyat ve sanat eserlerinin derin anlamlarını açıklamak için göstergebilimsel çözümler yapmışlardır ve bu, istemeden ifade edilen mesajların gerçekliğine ulaşma imkanı sunmaktadır (Demir, 2009, s. 40).

Eco'ya göre “gösterge işlevi” terimi, maddesel bir olay olan anlatım ile içerik arasındaki ilişkiyi ifade eder. Eco'nun çalışmaları, iletişim göstergebilimi ile anlam göstergebilimi arasında bir köprü kurarak, kültür göstergebilimi alanında önemli katkılar sunar. Bu bağlamda, Eco'nun yaklaşımları, kültürel göstergelerin nasıl anlam kazandığını ve bu anlamların nasıl iletildiğini inceler (Kırkinciöğlü, 2015, s. 14). Ferdinand de Saussure ise, kavram ile işitsel imgeyi bir araya getirerek bu birleşime “gösterge”

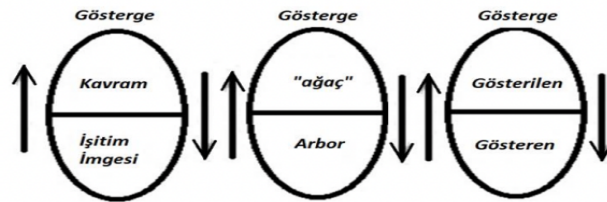
ismini vermektedir. Gösterge terimini bütünsel bir kavram olarak kullanırken, kavram için “gösterilen” ve işitsel imge için “gösteren” terimlerini önerir. Bu yaklaşım, dilin ve anlamın yapı taşlarını daha net bir şekilde analiz etmeye imkan tanır, dilbilimin temel unsurlarını daha anlaşılır hale getirir (Ünal, 2016, s. 385).

Göstergebilim, sadece sözcüklerin değil, aynı zamanda görsel sembollerin, imgelerin, jestlerin, renklerin ve diğer sembolik ifadelerin anlamını inceleyerek iletişimi anlamaya çalışır (Güneş, 2013, s. 346). Göstergeler, göstergebilimin ana inceleme nesnelere değil, araştırmalarının vazgeçilmez başlangıç noktalarıdır (Kıran, 2010, s. 4). Namdar (2020) gösterge terimini şöyle tanımlamıştır: Gösterge, bir şeyin temsil edildiği, sembolize edildiği bir öğedir ve temsil ettiği nesnenin yerini alabilecek nitelikte her türlü öğeyi içerebilir. Bu öğeler sözcükler, simgeler, işaretler, görüntüler, müzik ve benzeri her türlü iletişim aracını kapsar. Göstergebilim, bu göstergelerin nasıl anlam kazandığını, nasıl işlediğini ve iletişimde nasıl kullanıldığını inceleyen bir disiplindir (Namdar, 2020, s. 23). Bu bağlamda, göstergebilim, insan iletişimini anlamak için önemli bir araçtır çünkü insanlar arasındaki iletişimde göstergelerin rolü büyüktür.

Göstergebilim, yalnızca dilsel işaretleri değil, anlam taşıyan ve bir bütün olarak temsil eden her tür nesneyi ve olguyu inceleyen bir disiplin olup dört ana açıdan değerlendirir: işaretlerin yapısını ve türlerini analiz edilmesi, bunların anlamlarının araştırılması, kullanım biçimlerinin incelenmesi ve üzerindeki etkilerine odaklanması (Güneş, 2013, s. 346). Göstergebilim, bu kapsamlı yaklaşımıyla, işaretlerin ve sembollerin iletişimde nasıl rol oynadığını ve anlamlarını nasıl oluşturduklarını anlamamıza yardımcı olabilmektedir.

“Çağdaş göstergebilimin öncülerinden olan ilk isim Ferdinand de Saussure diğeri ise Charles Sanders Peirce’dir. Saussure göstergebilimin Avrupa’daki, Peirce ise Amerika’daki kurucusudur (Sağlık, 2020, s. 213).” Ferdinand de Saussure ve Charles Sanders Peirce gibi düşünürlerin katkılarıyla şekillenen göstergebilim, bu işaretlerin nasıl anlam kazandığını ve iletilendiğini inceler. Ferdinand de Saussure, dilin bir göstergeler ağı olduğunu savunmuş ve gösteren, gösterilen ve gösterge arasındaki ilişkiyi bir kompleks sistem olarak görmüştür (Güngör, 2011). “Bir gösterge, zihninde canlanan bir kavram ve zihne dışarıdan nüfuz eden bir işitme imgesinin birleşmesinden oluşmaktadır. Saussure, daha sonra kavram ve işitme imgesi yerine, gösteren ve gösterilen terimlerini yerleştirecektir (Yılmaz & Çakın, 2017, s. 535).”

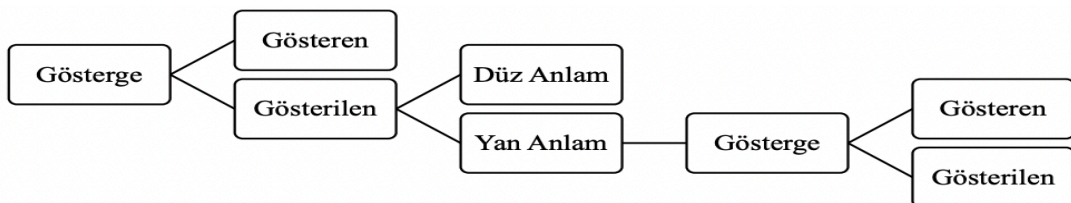
Şekil 2 Saussure’ün Gösterge Bileşenleri



Kaynak: (Yılmaz&Çakın, 2017, s. 535)

“Dilbilimin kurucusu Ferdinand de Saussure ise göstergeyi dil üzerinden tanımlamış, gösterge için “bir kavramla bir işitme imgesini birleştirme” tanımında bulunmuştur (Saussure, 1979 Akt. Namdar, 2020, s. 23).” Saussure’e göre bir gösterge, belirli bir bağlamda hem gösteren hem de gösterilen bileşenlere sahip olmalıdır.

Şekil 3 Saussure’e Göre Gösterge

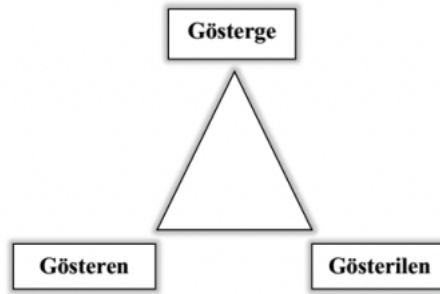


Kaynak: (Saussure, 2001 Akt. Karacaoğlu, 2019, s. 14)

Düz anlam, bir göstergenin temel ve doğrudan anlamını ifade ederken, yan anlam ise ek ve genellikle kültürel, duygusal veya toplumsal çağrışımları içeren ikinci bir anlam düzeyidir. Charles Peirce, Saussure'nin düşüncelerinin zıttı bir perspektiften hareket etmektedir. Saussure, dilin yapısına ve semboller arasındaki ilişkilere odaklanırken, Peirce, işaretlerin anlamını belirleyen bağlamsal ve kullanım odaklı bir yaklaşımı savunmaktadır. Bu iki düşünür arasındaki temel fark, dilin işleyişine dair farklı teorik yaklaşımlarında yatmaktadır.

“Peirce, bireyden hareketle toplumu, insan davranışlarını ve anlam yapısını incelemiştir (Civelek & Türkay, 2020, s. 777).” Peirce, göstergeleri ikon, simge ve belirti olarak sınıflandırarak, gösterilen ile gösterge arasındaki ilişkiyi açıklamayı hedeflemektedir. Bu yaklaşımıyla, işaretlerin anlamlarını nasıl kazandıklarını ve farklı türde işaretlerin anlamlarını nasıl ilettiklerini ayrıntılı bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. “Barthes, Saussure'ün kavramına karşılık olarak biçim, işitimi imgesine karşılık olarak da içerik isimlendirmesini yapmıştır. Gösterge, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişkidir ve bu ilişkinin kurulmasından da anlamlandırma ortaya çıkar. Göstergebilimde anlamlandırma, düz anlam ve yan anlam olarak ele alınır (Bircan, 2013, s. 19).”

**Şekil 4 Barthes'in Gösterge Şeması**



**Kaynak:** (Bircan, 2013, s. 23)

Bir örnekle açıklamak gerekirse; bir yüzük sadece metal bir nesnedir, ancak nişan töreninde kullanıldığında, sevgi ve bağlılık gibi soyut kavramları temsil eder. Bu durumda yüzük, sadece bir aksesuardan öteye geçerek duygusal bir anlam kazanır ve bir işaret haline gelir. Göstergebilim, işaretlerin ve sembollerin nasıl anlamlandırıldığını inceleyen bir bilim dalıdır. Bu alan, anlamlandırma süreçlerini ve iletişimin temel ilkelerini analiz eder.

#### 4. Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı 31 Mart 2024 yerel seçimlerinde Ekrem İmamoğlu'nun siyasal kampanya sürecinde çeşitli platformlar üzerinden yayınladığı afişlerinin göstergebilimsel analizini gerçekleştirmektir. Araştırmanın evrenini Ekrem İmamoğlu'nun 31 Mart Seçimlerinde kullandığı tüm afişler oluştururken, çalışmanın örneklemini ise “İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik” sloganının kullanıldığı toplam altı (6) afiş oluşturmaktadır. İnceleme için seçilen afişlerde Google Ads Reklam Şeffaflık Merkezi'nden toplanan görsellerden oluşturulmuştur. Analiz sürecinde, görsellerdeki semboller, renkler, figürler ve metinlerin yan anlamları detaylı bir şekilde incelenmiştir. Ayrıca, afişlerin düz anlamları ve iletmek istedikleri mesajlar da göz önünde bulundurulmuştur. Bu analiz, İmamoğlu'nun seçim kampanyasının hedeflerini, stratejilerini ve seçmenlere iletmeye çalıştığı mesajları anlamak için bir bakış sağlamayı amaçlamış ve siyasal reklamlar üzerinden nasıl bir siyasal katılım ve ikna sağlamaya yönelik yürütülen siyasal iletişim modelinin afişler üzerinden okunması yapılmıştır. Araştırmada Saussure ve Barthes'ın göstergebilim için ortaya koydukları çözümleme yöntemleri bu çalışmada izlek oluşturmuştur. Google ADS platformlarından elde edilen reklamların görsel ve metinsel içerikleri kaydedilmiştir. Reklamlarda kullanılan görseller ve mesaj içerikleri detaylı olarak belgelenmiştir.

Ekrem İmamoğlu'nun siyasal kampanyasında hedef kitleyi ikna etmeye ve siyasal katılımlarını sağlamaya yönelik kampanya boyunca kullandığı görsel iletişim stratejileri, dilsel ve görsel semboller aracılığıyla incelenmiştir. Reklam afişlerinin gösteren/gösterilen ayrımı ve anlamlandırma düzlemleri açısından analiz edilmiş, İmamoğlu'nun kampanyasının sembolik anlatısını ve etkisini anlamak için bir çerçeve sunulmuştur. Gösterge, gösteren, gösterilen, yan anlam, düz anlam ve karşıtlıklar gibi

kavramlar, reklamların içerdiği anlamları açığa çıkarmak üzere kullanılmış, bu çalışma ile siyasal reklamların içerdiği sembollerin ve mesajların anlaşılmasına yönelik bir katkı sağlanması hedeflenmiştir.

#### 4.1. Ekrem İmamoğlu'nun Google Ads Reklamlarının Göstergibilimsel Çözümlemesi

31 Mart 2024 tarihli yerel seçimler için İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Google Ads görüntülü reklam ağındaki afişleri görsel ve dilsel iletiler açısından analiz edilmiştir. Google Reklam Şeffaflık Merkezi'nden elde edilen bu görsellerden “İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik” sloganı kullanılmış olan toplam altı (6) afiş bu çalışmanın örneklemini oluşturmuş ve analiz kapsamında değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma kapsamında seçilen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Google Ads görüntülü reklam ağındaki afişleri Görsel 1’de görülmektedir:

Görsel 1 “İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik” Kampanya Afişleri



**Görsel 1’de yer alan 1. afiş:** Siyasal reklam içeriğine sahip olan afişin üst kısmında, ana ve alt olmak üzere iki slogan kullanılmıştır. Ana sloganda; “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK”, alt sloganda; “Büyük İstanbul Otogarı'nı Baştan Aşağı Yeniledik” ifadesi yer almaktadır. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Bu yazı, gerçekleştirilen projelerin ve hizmetlerin başarıyla tamamlandığını ve İstanbul’un bu projelerle daha iyi bir hale getirildiğini vurgulayan bir sembol olarak kullanılmaktadır. Sloganlar ve yıldız rozet yeşil bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında, iki kadın bulunmaktadır. Kadımların üzerine lacivert fon ile GİZEM GÖKTEPE – Otogarda Esnaf, GAMZE GÖKTEPE -Otogarda Esnaf yazılarak isim ve

meslekleri belirtilmiştir. Sol taraf genç kadın konumlandırılırken sağ tarafa orta yaşta kadın konumlandırılmıştır. İki kadın yan yana durmaktadır ve hafifçe birbirlerine dönüktür. Kıyafetleri gündelik kıyafetler seçilerek daha sıcak ve yakın bir görünüm sergilenmek istenmiştir. Ayrıca yüz ifadelerindeki gülümseme partiye olan desteklerini ve memnuniyetlerini işaret etmektedir. Kadınların arka planında havanın güneşli olduğu otogar görseli yer almaktadır. Afişin alt sol kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosunu lacivert fonla birleştirilerek konulmuştur.

**Tablo 1 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar getirdiği.
<i>Alt Slogan</i>	Büyük İstanbul Otogarını Baştan Aşağı Yeniledik	Eski durumunun iyileştirilerek yeni bir hale getirildiği.
<i>Yıldız Rozet</i>	"İSTANBUL Başardı" yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Projelerin İstanbul'a kattığı değeri ve yapılan hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor.
<i>Kadınların İsim- Soy İsim ve Meslekleri</i>	GİZEM GÖKTEPE – Otogarda Esnaf, GAMZE GÖKTEPE -Otogarda Esnaf	Kadınların iş gücüne katılımını ve otogarda faaliyet gösterdiklerini vurgulamak
<i>Kadınların Konumlandırılması</i>	Sol tarafa genç kadın konumlandırılırken sağ tarafa orta yaşta kadın konumlandırılmıştır. İki kadın yan yana durmaktadır ve hafifçe birbirlerine dönüktür.	Kadınların birbirlerine destek olduğu ve güçlü bir topluluk oluşturduğu gösterilmektedir.
<i>Kıyafet</i>	Gündelik kıyafetler = Gri hırka beyaz tişört – Bordo hırka yeşil kazak	Seçmenlerle daha kolay bir şekilde kendileriyle özdeşleşmeleri
<i>Kişi</i>	Birbirine sarılan ve gülümseyen kadın otogar esnafı	Aile bağı, bağlılık
<i>Mekan</i>	Güneşli gün/ otogar	Enerji dolu bir atmosfer yaratırken aynı zamanda seyahat ve yolculuk temasını vurgular.
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu'nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin ve Ekrem İmamoğlu'nun yetkili ve güvenilir figürler olduğu.

**Tablo 2 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzenlem ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	Kaynakların daha etkin kullanıldığı ve halka hizmet edildiği mesajını taşır	Partinin, geçmiş yönetimlerin israfına son verdiği ve halka hizmet etmeye başladığı.
<b>Büyük İstanbul Otogarı'nı Baştan Aşağı Yeniledik</b>	Parti tarafından İstanbul'daki ana otogarın tamamen yenilediğini.	-İstanbul'un altyapısındaki gelişmelere. -Ekrem İmamoğlu'nun öne sürdüğü iddialı projelere gönderme
<b>İSTANBUL Başardı</b>	İstanbul'un belirli bir başarıya ulaştığını veya bir hedefi gerçekleştirdiği.	Parti liderinin ve yönetiminin İstanbul'a yönelik hizmetlerindeki başarısını vurgulamak

**Tablo 3 Temel Karşıtlıklar**

İsraf	Tasarruf
Büyük	Küçük
Başarı	Başarısızlık
Yenilik	Gelenek
Getirmek	Götürmek

Başlıkta verilen sloganlarda, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin hizmetlerini ve politikalarını öne çıkaran bir vurgu bulunmaktadır. “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK” sloganı, kaynakların etkin kullanımını ve hizmet odaklı bir yönetimi işaret ederken, “Büyük İstanbul Otogarı'nı Baştan Aşağı Yeniledik” ifadesi somut bir projeye atıfta bulunarak belediyenin şehir altyapısını geliştirdiğini ve hizmetler sunduğunu vurguluyor. Yıldız rozeti, İstanbul'un başarılarını temsil ederken, içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, projelerin ve hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor. Bu, şehrin gelişimine ve ilerlemesine vurgu yapmaktadır. Ayrıca yıldız rozeti insanların arkasına konumlandırılmıştır. Bu durumda, yıldız rozetinin insanların arkasına yerleştirilmesi, projelerin ve hizmetlerin İstanbul halkının gücü ve desteği sayesinde gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Kadınlar, İstanbul'da bir otogarda çalışan esnafları temsil etmektedir. Bu, belediyenin hizmetlerinin şehir sakinlerine somut faydalar sağladığını ve toplumun çeşitli kesimlerine dokunduğunu gösterir. Kadınların gülümsemesi, memnuniyetlerini ve projelere olan desteğini ifade ederken, gündelik kıyafetler seçilerek sıcak ve samimi bir hava yaratılıyor. Bu, hizmetlerin insan odaklı ve günlük yaşamı iyileştirici olduğu mesajını vermek için kullanılmıştır. Görsel öğelerde, otogarın güneşli bir arka plan olarak kullanılması, iyimserlik ve ilerleme hissini vurgularken, lacivert fon resmiyet ve güvenilirlik hissi verirken, yeşil fon yenilik ve sürdürülebilirlik kavramlarını çağırıştırıyor. Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu, politik bağlamı vurgulamak için kullanılmıştır. Bu, projelerin ve hizmetlerin arkasındaki siyasi liderliği belirtiyor ve belediyenin politikalarını güçlendirmektedir.

**Görsel 1'de yer alan 2. afiş:** Afişte, ana ve alt olmak üzere iki slogan kullanılmıştır. Ana sloganda; “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK”, alt sloganda; “Kentsel Dönüşüm Seferberliği Başlattık” ifadesi yer almaktadır. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Bu yazı, gerçekleştirilen projelerin ve hizmetlerin başarıyla tamamlandığını ve İstanbul'un bu projelerle daha iyi bir hale getirildiğini vurgulayan bir sembol olarak kullanılmaktadır. Sloganlar ve yıldız rozet açık yeşil bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında bir erkek bulunmaktadır. Erkeğin üzerine lacivert fon ile ERGİN ÖZER – Hak Sahibi yazılarak isim ve sahip olma hakkı ifade edilmektedir. Erkek, takım elbise giymiştir ve arka planda kentsel dönüşüm projelerini temsil eden bir alan görülmektedir. Bu da projenin ne kadar modern ve önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca yüzündeki gülümseme, samimiyeti ve içtenliğini yansıtmaktadır. Afişin alt kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu lacivert fonla birleştirilerek konulmuştur.

**Tablo 4 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar verdiği.
<i>Alt Slogan</i>	Kentsel Dönüşüm Seferberliği Başlattık	Güvenli yaşam.
<i>Yıldız Rozet</i>	“İSTANBUL Başardı” yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Projelerin İstanbul’a kattığı değeri ve yapılan hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor.
<i>İsim- Soy İsim ve Meslek</i>	ERGİN ÖZER – Hak Sahibi	Güvence
<i>Kişi</i>	Takım elbiseli konut önünde gülümseyen hak sahibi adam	Memnuniyet
<i>Mekan</i>	Kentsel dönüşüm yapılarını temsil eden modern yapılar ve yeşil alan	Gelişim, yenilik
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu’nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	Yetkinlik ve güvenilirlik

**Tablo 5 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzanlam ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	İsrafi durdurduk, onun yerine hizmet sunmaya başladık.	-Kamu kaynaklarını gereksiz harcamalardan kurtararak toplumun ihtiyaçlarına yönlendirdik. -Halkın yaşam kalitesini artırmaya yönelik hizmetler sunduk. -Yönetim olarak, toplumun yararına odaklanan projeler gerçekleştirdik
<b>Kentsel Dönüşüm Seferberliği Başlattık</b>	Şehirdeki eski ve yıpranmış binaları yenilemek için geniş çaplı bir program başlattık.	-Şehirdeki yaşam alanlarını modernleştirmek ve daha güvenli hale getirmek için kapsamlı bir girişim başlattık. -Şehirdeki altyapıyı iyileştirme ve gelecekteki risklere karşı hazırlıklı olma amacıyla büyük bir proje yürüttük. -Şehrin estetik ve fonksiyonel değerini artırmak için önemli bir adım attık.
<b>İSTANBUL Başardı</b>	İstanbul bu başarıyı elde etti.	-Şehir yönetimi ve belediye, planlanan hedefleri etkili bir şekilde gerçekleştirerek başarılı oldu. -İstanbul’un başarısı, kentsel dönüşüm ve hizmet projelerinin halk tarafından olumlu karşılandığını ve şehirde genel bir memnuniyet oluşturduğunu gösterir.

**Tablo 6 Temel Karşıtlıklar**

<b>İsraf</b>	<b>Tasarruf</b>
<b>Bitirmek</b>	Başlatmak
<b>Başarı</b>	Başarısızlık
<b>İyi</b>	Kötü
<b>Gülmek</b>	Ağlamak

Afişin ana odak noktası, iki sloganla belirtilmiştir. “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK” ve “Kentsel Dönüşüm Seferberliği Başlattık” sloganları, İstanbul'un yapılan projeler ve hizmetlerle ilgili mesajını iletmektedir. İlk slogan, israfın sona erdiğini ve hizmetin başladığını vurgulayarak, yönetimin kaynakları verimli kullandığını ve halka hizmet ettiğini ifade eder. İkinci slogan ise kentsel dönüşümün başladığını belirterek, şehirde yapılan büyük ölçekli değişimin bir parçası olduğunu göstermektedir. Afişin merkezinde yer alan kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklindeki yıldız, projenin önemli bir sembolüdür. Yıldızın içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, şehrin bu projelerdeki başarısını vurgular. Kırmızı renk, dikkati çekerken, lacivert renk güven ve ciddiyet hissi uyandırmaktadır. Afişteki adamın takım elbise giymesi ve gülümsemesi, projenin ciddiyetini ve içtenliğini yansıtır. Arka planda ise kentsel dönüşüm projelerini temsil eden bir alan bulunmaktadır. Bu alan, şehirdeki modernleşme ve yenilikçi projelerin bir parçası olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu da yer almaktadır. Bu logolar, projenin siyasi ve kurumsal kimliğini temsil etmekte ve projenin arkasındaki yetkilileri ve kurumları belirtmektedir.

**Görsel 1'de yer alan 3. afiş:** Bu afişte, ana ve alt olmak üzere iki slogan kullanılmıştır. Ana sloganda; “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK”, alt sloganda; "Türkiye'nin En Büyük Ekmek Fabrikasını Açtık" ifadesi yer almaktadır. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Sloganlar ve yıldız rozet sarı bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında bir erkek fırıncı bulunmaktadır. Fırıncının üzerine lacivert fon ile ORHAN YILDIRIM – Halk Ekmek Fabrikası Çalışanı yazılarak isim ve mesleği belirtilmiştir. Fırıncı, beyaz iş kıyafeti ve şapkası ile ekmek fabrikasında çalışırken görülmektedir. Ayrıca, yüz ifadesi gülümseyen bir ifadeye sahiptir. Afişin alt sol kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu yer almaktadır.

**Tablo 7 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar verdiği.
<i>Alt Slogan</i>	Türkiye'nin En Büyük Ekmek Fabrikasını Açtık	İlerleme, büyüme, kalkınma
<i>Yıldız Rozet</i>	“İSTANBUL Başardı” yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Projelerin İstanbul'a kattığı değeri ve yapılan hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor.
<i>İsim- Soy İsim ve Meslek</i>	ORHAN YILDIRIM – Halk Ekmek Fabrikası Çalışanı	Üretkenlik. Çalışma
<i>Ekmek</i>	Fabrikadaki ekmekler	Bereket
<i>Kişi</i>	İş kıyafetli, kollarını bağlayıp gülümseyen fabrika çalışanı	Emek, gurur
<i>Mekan</i>	Ekmek fabrikası – Pişmiş ekmek	Üretim
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu'nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	Yetkinlik ve güvenilirlik



**Tablo 8 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzanlam ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	İsraf yapmayı durdurduk, onun yerine hizmet sunmaya başladık.	-Kaynakları daha etkili ve verimli kullanmaya başladık. -Toplumun faydasına olacak projelere ve hizmetlere odaklandık. -Halkın ihtiyaçlarını daha iyi karşılamaya başladık.
<b>Türkiye'nin En Büyük Ekmek Fabrikasını Açtık</b>	Türkiye'deki en büyük ekmek üretim tesisini faaliyete geçirdik.	-Üretim kapasitemizi önemli ölçüde artırdık. -Halkın temel ihtiyaçlarına büyük bir katkı sağladık. -Ekonomik kalkınmaya ve istihdama önemli bir katkı yaptık.
<b>İSTANBUL Başardı</b>	İstanbul bu başarıyı elde etti.	-İstanbul'da yürütülen projeler ve girişimler başarılı oldu, bu da şehrin gelişimi ve kalkınması için önemli bir adım anlamında. -Şehir yönetiminin etkin ve verimli çalıştığını gösterir, dolayısıyla yönetim ve planlama açısından başarılı bir performans sergilendi anlamında. -Şehirdeki hizmetlerin iyileştirildiği.

**Tablo 9 Temel Karşıtlıklar**

<b>Üretim</b>	<b>Tüketim</b>
<b>Büyüme</b>	<b>Küçülme</b>
<b>Gülmek</b>	<b>Ağlamak</b>
<b>Getirmek</b>	<b>Götürmek</b>

Afiş, Ekrem İmamoğlu'nun Halk Ekmek Fabrikası ile ilgili başarılarını vurgulayan görsel ve metinsel öğeler kullanmaktadır. "İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK" ve "Türkiye'nin En Büyük Ekmek Fabrikasını Açtık" sloganları, fabrikanın israfla mücadele ve halka hizmet sunma konusundaki başarısını somut bir şekilde ifade etmektedir. Gülümseyen fırıncı görseli ve hijyenik iş ortamı mesajı, Halk Ekmek Fabrikası'nda çalışanların mutluluğunu ve iş güvenliğini vurgulamaktadır. Sarı fon ve lacivert yazı rengi kullanımı, iyimserlik, güvenilirlik ve ciddiyet atmosferi yaratmaktadır.

**Görsel 1'de yer alan 4. afiş:** Bu afiş içeriğinde ana ve alt olmak üzere iki slogana yer verilmiştir. Ana sloganda; "İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK", alt sloganda; "İhtiyaç Sahiplerini Uygun Koşullarla Konut Sahibi Yaptık" ifadesi yer almaktadır. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki "İSTANBUL Başardı" yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Sloganlar ve yıldız rozet turkuaz bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında tesettürlü bir kadın bulunmaktadır. Kadının üzerine lacivert fon ile NURHAYAT BALCI – Ev Hanımı yazılarak ismi ve mesleği belirtilmiştir. Kadın, sıcak ve samimi bir ifadeyle gülümsemektedir ve arka planda yeni konutlar yer almaktadır. Bu da projenin sosyal adalet ve yardımlaşma boyutunu vurgulamaktadır. Afişin alt sol kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu lacivert fonla bulunmaktadır.

**Tablo 10 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar verdiği.
<i>Alt Slogan</i>	İhtiyaç Sahiplerini Uygun Koşullarla Konut Sahibi Yaptık	Seçmenin geleceğini güvence altına alma, toplumsal refah
<i>Yıldız Rozet</i>	“İSTANBUL Başardı” yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Projelerin İstanbul’a kattığı değeri ve yapılan hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor.
<i>İsim- Soy İsim ve Meslek</i>	NURHAYAT BALCI – Ev Hanımı	Sorumluluk
<i>Kişi</i>	Konut önünde elini cebine atmış tesettürlü gülümseyen ev hanımı kadın	Mutluluk, mülkiyet
<i>Mekan</i>	Yeni konutlar önünde	Refah yaşam
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu’nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	Ciddiyet, güvenilirlik ve profesyonellik

**Tablo 11 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzanlam ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	İsrafi sona erdirdik ve hizmet getirdik.	Kaynakları verimli kullanarak israfı önledik ve bu sayede halka daha fazla ve kaliteli hizmet sağladık. Diğer adaylar gibi savurgan davranmadık ve halkın ihtiyaçlarını önceliklendirdik.
<b>İhtiyaç Sahiplerini Uygun Koşullarla Konut Sahibi Yaptık</b>	İhtiyaç sahiplerine elverişli koşullarda konut sağladık.	Sosyal adaleti gözeterek, ekonomik durumu zayıf olan vatandaşlara uygun fiyat ve koşullarla konut sağladık. Diğer adaylar olsa, bu kadar adil ve destekleyici olmazdı, sadece kendi çıkarlarını düşünürlerdi.
<b>İSTANBUL Başardı</b>	İstanbul başarılı oldu.	İstanbul’da gerçekleştirilen projeler ve hizmetlerle şehir önemli başarılarla imza attı. Diğer adaylarının aksine, biz şehrin gelişimi ve halkın refahı için gerçekçi ve etkin çözümler ürettik.

**Tablo 12 Temel Karşıtlıklar**

<b>Başarı</b>	<b>Başarısızlık</b>
<b>Gelişim</b>	Gerileme
<b>Adil</b>	Adaletsiz
<b>Uygun</b>	Uygunsuz
<b>Verimli</b>	Verimsiz

İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin sosyal hizmet projesini tanıtmak amacıyla hazırlanmıştır. Afişin ana odak noktası, bir tesettürlü kadın figürüdür. Kadın, sıcak ve samimi bir gülümsemeye resmedilmiş, bu da projenin insan odaklı ve yardımsever bir yaklaşımını vurgular. Kadının üzerinde ismi ve mesleği olan NURHAYAT BALCI – Ev Hanımı yazısı yer alarak, projenin gerçek insanlara sunduğu faydaları temsil eder. Arka planda yeni konutlar bulunur; bu, projenin somut ve pratik sonuçlarını temsil ederken, kadının çevresindeki sıcak renk tonları, iyimserlik ve umut hissiyatını yansıtır. Lacivert fon, ciddiyet,

güvenilirlik ve güç hissiyatını yansıtabilir ve aynı zamanda İstanbul'un sembolik renklerinden biridir. Rozet şeklindeki yıldız, başarıyı simgelerken, yıldızın içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, projenin İstanbul'a özgü bir başarı olduğunu vurgular. Afişin alt kısmında, Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu yer alır, bu da projenin siyasi destek ve resmiyetini vurgular. Özellikle ana slogan “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK” ve alt slogan “İhtiyaç Sahiplerini Uygun Koşullarla Konut Sahibi Yaptık” ile afiş, projenin temel değerlerini ve hedeflerini açıkça iletmektedir.

**Görsel 1'de yer alan 5. afiş:** Afişte, ana ve alt sloganlar kullanılmıştır. Ana sloganda; “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK”, alt sloganda; “Dar Gelirli Vatandaşlarımız İçin Kent Lokantaları Açtık” ifadesine yer verilmiştir. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Sloganlar ve yıldız rozet kırmızı bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında bir yaşlı adam bulunmaktadır. Adamın üzerine lacivert fon ile MEHMET BULUT – İşçi Emeklisi yazılarak ismi ve çalışma durumu belirtilmiştir. Adam, bir kent lokantasında yemek alırken görülmektedir ve yüzündeki memnuniyet ifadesi dikkat çekmektedir. Ayrıca kıyafet tercihi kahverengi deri yelek ve kazak yapılmıştır. Afişin alt sol kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu lacivert fonla görülmektedir.

**Tablo 13 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar verdiği.
<i>Alt Slogan</i>	Dar Gelirli Vatandaşlarımız İçin Kent Lokantaları Açtık	
<i>Yıldız Rozet</i>	“İSTANBUL Başardı” yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Projelerin İstanbul'a kattığı değeri ve yapılan hizmetlerin başarıyla tamamlandığını vurguluyor.
<i>İsim- Soy İsim ve Meslek</i>	MEHMET BULUT – İşçi Emeklisi	Gerçeklik
<i>Yemek - İçecek</i>	Fasulye Pilav- Ayran	Beslenme, Sağlık
<i>Kişi</i>	Yemek alan ve gülümseyen emekli işçisi yaşlı adam	Memnuniyet
<i>Mekan</i>	Kent lokantası	Uygun fiyat
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu'nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	Destek ve resmiyet

**Tablo 14 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzanlam ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	İsrafi sona erdirdik ve hizmet sunduk.	Kaynakları verimli kullanarak israfı önledik ve bu sayede halka daha fazla ve kaliteli hizmet sağladık. Diğerleri olsa, kaynakları israf eder ve halkın ihtiyaçlarına yeterince yanıt veremezdi.
<b>Dar Gelirli Vatandaşlarımız İçin Kent Lokantaları Açtık</b>	Maddi sıkıntı çeken vatandaşlar için kent lokantaları açtık.	Ekonomik durumu zayıf olan vatandaşlar için uygun fiyatlı yemek hizmeti sunduk. Diğerleri olsa, bu tür sosyal destek projelerini gerçekleştirmez ve dar gelirli vatandaşları göz ardı ederdi.
<b>İSTANBUL Başardı</b>	İstanbul başarılı oldu.	İstanbul'da gerçekleştirilen projeler ve hizmetlerle şehir önemli başarılarla imza attı. Diğerleri olsa, bu başarıları elde edemez ve şehrin gelişimini engellerdi.

**Tablo 15 Temel Karşıtlıklar**

Önceki	Sonraki
Gerçek	Sahte
Sağlık	Hastalık
Uygun	Pahalı

Bu afiş, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin dar gelirli vatandaşlara yönelik sosyal hizmet projesini tanıtmak için etkili bir iletişim aracı olarak tasarlanmıştır. Görsel olarak, yaşlı bir adamın kent lokantasında yemek alırken memnuniyeti ve sıcaklığı ön plana çıkarılmıştır. Adamın kıyafet tercihi ve duruşu, dar gelirli biri olduğunu ve projeden sağlanan hizmetten memnun olduğunu göstermektedir. Afişin görsel öğeleri arasında, kırmızı fon üzerinde yer alan lacivert rozet şeklindeki yıldız, projenin başarısını ve prestijini simgelerken, içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, projenin İstanbul'a özgü bir başarı olduğunu vurgular. Ayrıca ana slogan “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK” ve alt slogan “Dar Gelirli Vatandaşlarımız İçin Kent Lokantaları Açtık”, projenin temel değerlerini ve sunulan hizmetleri açıkça ifade etmektedir. Afişin alt kısmında yer alan Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu, projenin resmiyetini ve siyasi desteğini vurgular. Tüm bu unsurlar bir araya geldiğinde, afiş projenin insani boyutunu, toplumsal etkisini ve belediyenin vatandaşlarına sunduğu yardımı göstermektedir.

**Görsel 1'de yer alan 6. afiş:** Bu afişte, iki slogan kullanılmıştır. Ana sloganda; “İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK”, alt sloganda; “47,3 Kilometre Yeni Metro Hattı Açtık” ifadesi yer almaktadır. Sloganların altında, kırmızı iç çizgili lacivert rozet şeklinde bir yıldız bulunmaktadır. Yıldız rozetinin içindeki “İSTANBUL Başardı” yazısı, ana sloganın bir parçası olarak öne çıkan bir ifadedir. Sloganlar ve yıldız rozet lacivert bir fon üzerindedir. Afişin görsel kısmında bir genç kız bulunmaktadır. Kadının üzerine lacivert fon ile AZRA AYGÜL – M7 Yıldız- Mahmutbey Metro Hattı Yolcusu yazılarak ismi ve kullandığı metro hattı belirtilmiştir. Genç kız, metro içerisinde, gülümseyerek görülmektedir. Kıyafetleri ise afiş renkleriyle uyumludur. Sırtında olan sırt çantası öğrenci olduğuna vurgu yapmaktadır. Afişin alt sol kısmında Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve alt sağ kısmında İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu lacivert birleştirilmiştir.

**Tablo 16 Göstergelerin Çözümlemesi**

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
<i>Ana Slogan</i>	İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK	Önceki yönetimin eleştirisi ve parti tarafından yapılan değişikliklerin olumlu sonuçlar verdiği.
<i>Alt Slogan</i>	47,3 Kilometre Yeni Metro Hattı Açtık	Önem, dikkat çekme, başarı vurgusu
<i>Yıldız Rozet</i>	"İSTANBUL Başardı" yazılı, kırmızı iç çizgili, lacivert, yıldız rozet	Gurur
<i>İsim- Soy İsim ve Meslek</i>	AZRA AYGÜL – M7 Yıldız- Mahmutbey Metro Hattı Yolcusu	Projenin insan odaklı yaklaşımını ve gerçek vatandaşların projeden faydalandığını vurgular.
<i>Kişi</i>	Metrobüste yolculuk yapan ve gülümseyen genç kız yolcu	Konfor, mutluluk, memnuniyet
<i>Mekan</i>	Metrobüs	Ulaşım aracı
<i>Logolar</i>	Ekrem İmamoğlu'nun logosu ile İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosunu lacivert fonla birleştirilmesi	Logolar, projenin arkasındaki liderliği ve belediyenin taahhüdünü temsil ederken, lacivert fon ciddiyet ve güven hissiyatını yansıtır.

**Tablo 17 Kullanılan Dilsel/Sözel İletinin Düzanlam ve Yananlamları**

SLOGAN	DÜZANLAM	YANANLAM
<b>İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK</b>	İsrafi sona erdirdik ve hizmet sunduk.	Kaynakları etkili bir şekilde yöneterek gereksiz harcamaları ortadan kaldırdık ve bunun sonucunda halkın ihtiyacı olan hizmetleri sağladık. Diğer adaylar olsa, bu kadar titiz ve dikkatli olmaz, israf devam ederdi ve hizmet kalitesi düşerdi.
<b>47,3 Kilometre Yeni Metro Hattı Açtık</b>	Şehrimiz için 47,3 kilometre yeni metro hattı açtık.	Şehrin ulaşımını iyileştirmek için 47,3 kilometre uzunluğunda yeni metro hattı inşa ettik. Diğer adaylar olsa, bu ölçekte bir ulaşım projesini gerçekleştiremez ve trafik sorunlarını çözemezdi.
<b>"İSTANBUL Başardı"</b>	İstanbul bir başarı elde etti.	Şehir önemli bir dönüşüm yaşadı ve bu başarılarla öne çıktı.

**Tablo 18 Temel Karşıtlıklar**

<b>Gereksiz</b>	<b>Gerekli</b>
<b>Önemli</b>	<b>Önemsiz</b>
<b>Etkili</b>	<b>Ruhsuz</b>
<b>İsraf</b>	<b>Tasarruf</b>

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin metro hattı genişletme projesini tanıtmak için etkili bir iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Görsel olarak, genç bir kızın metro içerisinde gülümseyerek görüntülenmesi, projenin genç nesil üzerindeki olumlu etkisini ve kent içi ulaşımın konforunu vurgular. Kızın sırt çantası taşıması, bir öğrenci olduğunu ve metro hattının günlük yaşamında önemli bir rol oynadığını gösterir. Afişin görsel öğeleri arasında, lacivert fon üzerinde yer alan lacivert rozet şeklindeki yıldız, projenin önemini ve İstanbul'un başarısını simgelerken, içindeki "İSTANBUL Başardı" yazısı, projenin İstanbul'a özgü bir başarı olduğunu vurgular. Ayrıca ana slogan "İSRAFI BİTİRDİK, HİZMETİ GETİRDİK" ve alt slogan "47,3 Kilometre Yeni Metro Hattı Açtık", projenin temel değerlerini ve sunulan hizmetleri net bir şekilde ifade etmektedir. Afişin alt kısmında yer alan Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu, projenin arkasındaki liderliği ve yerel yönetimin desteğini vurgular. Tüm bu unsurlar bir araya geldiğinde, afiş, İstanbul'un ulaşım altyapısının geliştirilmesi konusundaki başarılarına ve hizmetlerine odaklanarak, şehrin genç neslinin yaşam kalitesini artırmayı hedeflediğini vurgular.

**Görsel 1'de yer alan altı afişin ortak özellikleri şu şekildedir:**

- Ana sloganları aynıdır,
- Rozet temaları aynıdır,
- Afişte yer verilen kişilerin isim – soy isimleri büyük harflerle ve lacivert fon üzerine yazılmıştır.
- "İSTANBUL Başardı" rozeti afişte yer verilen kişilerin arkasına konumlandırılmıştır,
- Afişte yer verilen kişilerin yüz ifadeleri ortaktır; gülümseme,
- Afişlerde Ekrem İmamoğlu'nun logosu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin logosu aynı yerlere konumlandırılmıştır.

## Sonuç

Siyasal kampanyalarda tüm dünyadaki seçim süreçlerinde olduğu gibi ülkemizde de hem yerel hem de genel seçimlerde siyasal aktörlerin ve partilerin seçmenlerine yönelik seçmen tercihini belirleme amacı taşıyan afişler hala güncelliğini koruyan siyasal iletişim araçları olarak görülmektedir.

Bu çalışmada göstergebilimsel analizi yapılan Ekrem İmamoğlu'nun "İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik" kampanya afişleri, genel olarak İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin yönetimi altında gerçekleştirilen projeleri ve sağlanan hizmetleri vurgulamaktadır. Bu kampanyada belediyenin etkin kaynak kullanımı, şeffaflık ve halkın yaşam kalitesini artıran somut projeler ile halkın desteğini ve siyasal katılımını kazanmayı amaçladığı şeklinde değerlendirilmiştir. Kampanyaların sonuçları ise siyasal katılım, ikna bağlamında şu şekilde değerlendirilmiştir:

"İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik" kampanyası, belediyenin şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini güçlü bir şekilde ortaya koymakta ve kitleyi ikna etmeyi amaçlamaktadır. Afişler üzerinden duyurusu yapılan icraatlar ile seçmenlerin İmamoğlu'na güven duyması, mantıklı açıklamalar ve somut örnekler üzerinden ikna edilmesi ve duygulara hitap ederek belediyenin etkin yönetim becerilerinin gösterilerek kitlenin yönlendirilmeye çalışıldığı bir siyasal iletişim sürecinin olduğu sonucuna varılmıştır.

"İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik" kampanyasında kullanılan görseller, mesajın etkisini artırırken, dilsel ifadeler de görsellerin anlattığı hikayeyi desteklemektedir.

Kampanyaların renk kullanımı da dikkat çekicidir. "İsrafi Bitirdik Hizmeti Getirdik" kampanyasında bordo, kırmızı ve siyah gibi dikkat çekici renkler kullanılarak güç, cesaret, kararlılık ve güven gibi kavramlar vurgulanmıştır. Bu renklerin anlamları, afişlerin verdiği mesajları pekiştirerek İmamoğlu'nun güçlü ve güvenilir bir lider olarak algılanmasına yönelik siyasal iletişimin bir aracı olarak tasarlandığı şeklinde değerlendirilmiştir.

Bu seçim kampanyası Ekrem İmamoğlu'nun üçüncü seçim süreci olması nedeniyle ilk iki kampanyasından farklılaşmaktadır. İlk kampanyalarında (31 Mart 2019'da Yüksek Seçim Kurulu (YSK) tarafınca iptal edilen ve 23 Haziran 2019'da tekrarı yapılan seçim süreçlerinde) "Ekrem İmamoğlu 'mağdur olma hali'ni, Binali Yıldırım'ın devletin sosyal, ekonomik ve medya gücünden faydalandığını ancak kendisinin bu imkânlardan mahrum olduğunu, medya konusunda da engellendiği, hükümetin gücü yerine seçmenden güç aldığı" gibi anlatılar üzerinden kampanyalarını yürüttüğü değerlendirilmiştir (Kaya, 2024, s.645-646). Bir başka çalışma da "İmamoğlu'nun geleceğe ve geçmişe yönelik icraatları duyurma türünde reklamlarda Binali Yıldırım'a göre daha etkili olduğu değerlendirilmiştir (Doğu Öztürk ve Zeybek, 2020, s.108). Bir diğer çalışma da ise, Ekrem İmamoğlu'nun 23 Haziran 2019 seçimlerinde sosyal adalet, dürüstlük, sosyal güç, eşitlik, ekonomik sorunlar, şeffaflık, liyakat ve adil yönetim söylemlerini ön plana çıkardığı değerlendirilmiştir (Yılmaz ve Karakaş, 2019, s.47) Bu çalışmada incelenen kampanyada ise belediye başkanlığı sürecinde gerçekleştirmiş olduğu hizmet ve projelere atıf yaparak kampanyasını tasarladığını değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada incelenen afişlerdeki görsel ve dilsel unsurlar, toplumun farklı kesimlerinden bireyleri temsil ederek geniş bir kitleye hitap etmektedir. Afişler, toplumun her kesiminden insanların katılımı ve mutluluğunu vurgulayarak birlik ve beraberlik mesajı vermektedir. Halkın ihtiyaçlarına yönelik ve adil bir şekilde gerçekleştirilen hizmetler, sloganlar ve görseller aracılığıyla açıkça belirtilmiştir. Reklam afişleri, seçmenlerin güvenini kazanmak ve desteklerini almak amacıyla hizmetlerin somut örnekleriyle güçlendirilmiş, pozitif ve umut dolu bir gelecek vaat etmektedir.

### Kaynakça

- Akdal, T. (2019). Siyasal ikna: 23 Haziran 2019 İstanbul yerel seçiminde adayların Facebook kullanımı. *Turkish Studies*, 15(2), 684-702
- Akgül, M. (2016). Bir siyasal iletişim yöntemi olan siyasal reklamların göstergebilimsel olarak analiz "Ak Parti/CHP/MHP örneği". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1314-1328.
- Bircan, U. (2013). *Roland Barthes ve göstergebilim*. Sbard(26), 17-41.
- Civelek, M., & Türkay, O. (2020). Göstergebilimin kuramsal açıdan incelenmesine yönelik bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 4(3), 771-787.
- Demir, S. (2009). *Göstergebilim, Umberto Eco ve yapıları bağlamında göstergebilime katkıları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Doğan, A., & Aslantaş, A. G. (2015). Bir ikna yöntemi olarak siyasal reklamlarda millet ve hizmetin temsili. *Akademik Bakış Dergisi*(47), 35-52.
- Doğu Öztürk, İ., & Zeybek, B. (2020). Siyasal iletişim kampanya aracı olarak video içerik paylaşım ağı YouTube: 23 Haziran 2019 İstanbul yerel seçimi üzerine bir değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(35), 92-114. <https://doi.org/10.17829/turcom.600528>.
- Göker, G., & Alpman, P. S. (2010). İktidarın yeniden üretiminde ideolojik bir araç olarak siyasal reklamcılık. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(1), 28-44.
- Gülsünler, M. E., Tosunlu, Ş., Yayla, M., & Yalçın, Y. G. (2017). 1 Kasım 2015 genel seçiminde kullanılan siyasal afişlerin göstergebilimsel analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(37), 32-46.
- Güneş, A. (2013). Göstergebilim tarihi. *E-Journal Of New World Sciences Academy*, 333-348.
- Güngör, N. (2011). *İletişim, kuramlar ve yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Karacaoğlu, Ç. (2019). *Hildebrands tarafından 1900'lerin başında bastırılan görsellerin göstergebilimsel açıdan incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Kaya, S. (2024). 'Dijital Siyaset' bağlamında 23 Haziran 2019 İBB Seçimlerinde Ekrem 617 İmamoğlu'nun yürüttüğü seçim sürecinin Twitter özelinde incelenmesi. *Mülkiye Dergisi*, 48(4), 619-653.
- Kılıçaslan, E. (2008). *Siyasal iletişimde ideolojik dil*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Trakya Üniversitesi.
- Kıran, A. (2010). *Çağdaş bir düşünme biçimi olarak göstergebilim*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Kırkıncioğlu, Z. (2015, Temmuz). *Ege bölgesi kadın giyim-kuşamının göstergebilimsel yöntem ile çözümlenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi)Gazi Üniversitesi.

- Okumuş, A. (2023). *Siyasal ikna bağlamında Türkiye'de seçim şarkıları: 1980 öncesi ve sonrası karşılaştırmalı bir analiz*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi.
- Özdemir, Ö. C., & Taşcıoğlu, R. (2023). Türkiye'de siyasal reklamcılık uygulamaları: 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimleri örneğinde gazete reklamları üzerine bir inceleme. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 74-81.
- Rıfat, M. (2009). *Göstergebilim a,b,c'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Sağlık, G. (2020). Siyasal iletişim yöntemi olarak siyasal reklamların göstergebilimsel analizi: 23 Haziran 2019 seçimi CHP ve Ak Parti örnekleri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 207-227.
- Saklı, E. (2020). Murat Uluk ve hakikat sonrası çağda yeni medya & yalan haber kitabı üzerine bir değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 1-11.
- Silsüpür, Ö. (2021). Siyasal katılım, siyasal iletişim ve medya. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 163-173.
- Taşmurat, T. (2019). Siyasal iletişim süreci ve siyasal mesaj stratejileri. *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 64-79.
- Uslu Divanoğlu, S. (2017). Siyasal iletişim sürecinin belirleyicileri. *The Journal of Academic Social Science Studies*(62), 399-415.
- Ünal, M. F. (2016). Göstergebilimin serüveni. *Mütefekkir Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 379-398.
- Yeniçeri Alemdar, M., & Köker, N. E. (2011). Siyasi partilerin 2007- 2011 Türkiye genel seçimlerinde web sitesi kullanımı ve karşılaştırmalı analizi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(31), 225-254.
- Yılmaz, R., & Çakın, Ö. (2017). Reklamda süblatif kodlama üzerine bir inceleme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 532-539.
- Yılmaz, M., & Karakaş, O. (2019). Siyasal Değerler Açısından 23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediyesi Seçiminin Analizi. *AJIT-E: Academic Journal of Information Technology*, 10(38), 35-52. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2019.3.002.x>

Bu çalışma **intihal tespit programlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detect softwares and no plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması gereken kurallara uyulmuştur.

In this study the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Makale üç yazar tarafından yazılmıştır. Her yazarın katkısı eşit düzeydedir.

The article was written by three authors. The contribution of each author is equal.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.



Araştırma Makalesi | Research Article

## Gençlerde Özgürlük, Adalet ve İyilik Değer Algılarının Metaforik Çözümlenmeleri

Metaphorical Analyses of Freedom, Justice and Goodness Value Perceptions in Young People

**Ali Murat ALPARSLAN**  
(Prof. Dr.)

ORCID ID: 0000-0002-1682-4202

Süleyman Demirel Üniversitesi  
alialparslan@sdu.edu.tr

**Merve Betül BAYKUR**  
(Öğrenci)

ORCID ID: 0009-0003-7915-1206

Süleyman Demirel Üniversitesi  
mervebetulbaykur@gmail.com

**Kamuran KOCAİLİK**  
(Öğrenci)

ORCID ID: 0000-0003-1955-0873

Süleyman Demirel Üniversitesi  
kamurankocailik@gmail.com

**Başvuru Tarihi | Date Received:** 08.12.2024

**Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted:** 31.12.2024

**Yayınlanma Tarihi | Date Published:** 31.12.2024

**DOI:** 10.70627/sduifade.1598125

Alparslan, A., Baykur, M. B., & Kocailik, K. (2024). Gençlerde Özgürlük, Adalet ve İyilik Değer Algılarının Metaforik Çözümlenmeleri. *SDÜ İfade Dergisi*, 6(2), ss. 84-94.

### Özet

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarına yükledikleri anlamları metaforik çözümleme yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. Çelik ve arkadaşlarının (2022) "Yeni Nesil Yurt Dışı Yaşam Eğilimleri ve Değerler Araştırması" bulgularına dayanarak, bu değerlerin gençler için önem taşıdığı ortaya konmuştur. Araştırma, Türkiye genelindeki 432 üniversite öğrencisinden çevrimiçi olarak toplanan verilerle gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarına ilişkin metaforlar üretmeleri istenmiş, elde edilen veriler içerik analizi ile kodlanmış ve kategorilere ayrılmıştır. Analiz sonuçları, özgürlük kavramının en çok "temel yaşam ihtiyacı" ve "doğa"; adaletin "eşitlik" ve "hak/hakkaniyet"; iyiliğin ise "mutluluk" ve "doğa ve masumiyet" kategorileriyle ilişkilendirildiğini göstermiştir. Bu bulgular, gençlerin bu değerlere yükledikleri anlamların bireysel ve toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini ve bu değerlerin gençlerin zihinsel temsillerindeki yerini ortaya koymaktadır. Araştırma, bu değerlerin eğitim, sosyal politika ve gençlik çalışmaları bağlamında ele alınması için önemli öneriler sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler** Değerler, Gençler, Özgürlük, Adalet, İyilik.

### Abstract

This study aims to examine the meanings that university students attribute to the concepts of freedom, justice and goodness through metaphorical analysis. Based on the findings of Çelik et al.'s (2022) "New Generation Living Abroad Trends and Values Research", it was revealed that these values are important for young people. The study was conducted with data collected online from 432 university students across Turkey. The participants were asked to produce metaphors about the concepts of freedom, justice and goodness, and the data obtained were coded and categorized through content analysis. The results of the analysis showed that the concept of freedom was mostly associated with the categories of "basic need for life" and "nature"; justice with "equality" and "right/justice"; and goodness with "happiness" and "nature and innocence". These findings reveal how the meanings that young people attribute to these values are shaped in individual and social contexts and the place of these values in young people's mental representations. The study offers important suggestions for addressing these values in the context of education, social policy and youth studies.

**Keywords** Values, Youth, Freedom, Justice, Goodness.

## Giriş

Günümüzde toplumsal değişimlerin hızla yaşandığı bir dönemde, gelişen yetişkinlik dönemi olarak ifade edilen 18-25 yaş arası gençlik dönemi, bireylerin değerlerini şekillendirdiği ve bu değerlerle etkileşime girdikleri kritik bir süreç olarak öne çıkmaktadır. Bu dönem, bireylerin toplumsal kimliklerini inşa etmelerinde temel bir rol oynarken, aynı zamanda özgürlük, adalet ve iyilik gibi değerlerin içselleştirilmesini de sağlamaktadır. Gençlerin bu kavramlara yükledikleri anlamlar, yalnızca bireysel yaşamlarını değil, aynı zamanda toplumsal yapıyı da derinden etkileyebilecek bir potansiyele sahiptir. Özellikle üniversite ortamı, gençlerin sosyal etkileşimlerini artıran, farklı bakış açılarıyla tanışmalarını sağlayan ve toplumsal değerlere dair farkındalıklarını geliştiren bir alan olarak dikkat çekmektedir. Bu süreçte, gençler hem bireysel kimliklerini oluşturma çabası içinde hem de toplumsal normlarla çatışma ve uzlaşma deneyimleri yaşamaktadırlar. Bu bağlamda, gençlerin özgürlük, adalet ve iyilik gibi kavramlara yükledikleri anlamlar, sadece kişisel yaşamlarıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda toplumsal değişim dinamiklerini de şekillendirmektedir. Bu nedenle, gençlerin değer algılarının ve bu değerlerle olan etkileşimlerinin incelenmesi, toplumsal yapının dönüşümünü anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Son dönemde gerçekleştirilen kapsamlı araştırmalar, özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarının gençler tarafından en fazla önem verilen değerler arasında olduğunu ortaya koymuştur (Çelik vd., 2022).

Özgürlük, gençler için bireysel seçim yapabilme, kendini ifade etme ve kimlik oluşturma hakkını temsil ederken, adalet kavramı toplumsal eşitlik ve hakların korunmasıyla doğrudan ilişkilidir. İyilik ise, bireylerin toplumsal dayanışmayı ve yardımlaşmayı önemsediklerini, bu bağlamda sosyal sorumluluk bilincini artırmaya yönelik bir anlayış benimsediklerini göstermektedir. "Yeni Nesil Yurtdışı Yaşam Eğilimleri ve Değerler Araştırması" bulgularına göre, gençler arasında özgürlük (%95,4), adalet (%95,6) ve iyilik (%93,4), evrensel değerler olarak en yüksek öneme sahip unsurlar arasında yer almaktadır (SDÜ, 2022). Bu bulgular, genç neslin hem bireyci hem de toplumsal odaklı bir değer sistemine sahip olduğunu ve kişisel ifade özgürlüğüne, adil bir toplum düzenine ve toplumsal refahı artırmaya yönelik duyarlılık sergilediklerini göstermektedir. Bununla birlikte, gençlerin bu değerlere yükledikleri anlamlar üzerine derinlemesine bir inceleme ihtiyacı doğmuştur. İlgili kavramlara atfedilen anlamların, gerçek anlam yükleriyle mi yoksa bireysel algılardan ve toplumsal bağlamdan kaynaklanan bir değerlendirme ile mi şekillendiği merak edilmektedir. Gençlerin özgürlük, adalet ve iyilik gibi kavramları nasıl yorumladıklarını anlamak, bu değerlerin toplumsal bağlamda nasıl şekillendiğini ve bireysel kimlik inşasına nasıl katkıda bulunduğunu ortaya koymak açısından önemlidir. Bu bağlamda, çalışmamız, gençlerin bu temel değerlere ilişkin algılarını metaforik çözümleme yöntemiyle inceleyerek, bu kavramların zihinsel temsillerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu temel kavramlardan biri olan özgürlük, gençlerin bireysel seçim yapabilme yeteneğini, kendi kimliklerini oluşturma fırsatını ve kendini ifade edebilme hakkını temsil etmektedir. Zhou'ya (2021) göre, gençler arasında özgürlük algısı, bireylerin sosyo-ekonomik bağlamları doğrultusunda şekillenmektedir. Bu durum, kişisel özgürlük ile sosyal adalet arasındaki karmaşık ilişkiye dikkat çeker. Enciso (2019) ise özgürlüğün negatif ve pozitif yönlerini tartışarak, gerçek özgürlüğe ulaşmanın bireysel haklar ve toplumsal sorumluluk arasında bir denge kurulmasını gerektirdiğini vurgulamaktadır. Gençler kişisel ifade, yaşam tarzı seçimleri ve sosyal katılım da dahil olmak üzere hayatlarının çeşitli yönlerinde sürekli özgürlüğe önemli bir vurgu yapmaktadır. Dadakoğlu vd. (2023) tarafından yapılan araştırma, bu kuşak için özgürlüğün en önemli değerlerden biri olduğunu, aile güvenliği ve mutluluğu ile eşdeğer görüldüğünü ortaya koymuştur. Haryanti (2021), Z Kuşağının eylemlerinde ve seçimlerinde özgürlük aradığını, deneyimlerinde kişiselleştirmeye büyük önem verdiğini belirtmektedir. Bu kuşak, iklim değişikliği ve sosyal adalet gibi konulara yönelik siyasi ve sosyal aktivizmlerinde de özgürlüğü bir değer olarak ön plana çıkarmaktadır. Sosyal Demokrasi Vakfı (SODEV) tarafından yapılan bir araştırma, gençlerin %68,3'ünün düşüncelerini özgürce ifade edebilmeyi birincil öncelik olarak gördüğünü, %52'sinin ise başkalarının düşüncelerini özgürce ifade edebilmesini önemsendiğini ortaya koymuştur. Bu bulgular, gençlerin özgürlük kavramına verdikleri değer toplumsal katılım ve demokratik değerlere olan bağlılıklarını yansıttığını göstermektedir.

Adalet ise bireylerin toplumsal eşitlik ve hakların korunması bağlamındaki beklentilerini şekillendirir. Bireylerin başkalarının haklarına saygı göstermesini sağlarken, aynı zamanda kendi haklarını savunabilmeleri için bir çerçeve sunar. Han ve Demirbilek (2022), sosyal adaletin, gençlerin toplum içindeki rollerine dair algılarını şekillendiren yaşanmış bir deneyim olduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde, Hossain (2018), sosyal adaletsizliklerin farkına varılmasının, gençlerde toplumsal sorumluluk duygusunu geliştirdiğini ve değişim için kolektif eylemde bulunma isteğini artırdığını vurgulamaktadır. Chillakuri (2020), gençlerin işe alım süreçlerinde şeffaflık ve adalet ilkelerine verdikleri önemin, kurumsal güven algılarını doğrudan etkilediğini belirtmektedir.

İyilik kavramı ise bireysel çıkarların ötesine geçer ve toplumsal refahı hedefler. İyilik, sosyal sorumluluk ve dayanışmayı temsil eden bir değer olarak, bireyleri topluma olumlu katkılarda bulunmaya teşvik eder. Valentini (2016), iyilik arayışının, toplumsal uyumu sağlamak için gerekli olan anlamlı ilişkiler ve sosyal bağların inşası açısından kritik bir rol oynadığını ifade etmektedir. Türkiye bağlamında Bağcı (2020), gençlerin iyilik değerini bir toplumsal gereklilik olarak ele aldıklarını ve bu algının sosyal sorumluluk projelerine olan ilgilerini artırdığını ortaya koymaktadır. Özellikle dijital çağın etkisiyle, gençlerin iyilik algılarının sosyal medya ve diğer dijital platformlar aracılığıyla küresel ölçekte genişlediği gözlemlenmektedir. Whiteley ve Dumbille (2021), sosyal adalet girişimlerinin iyilik temeline dayandırılması gerektiğini ve bu değer toplumsal dayanışmayı güçlendiren bir araç olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır. Gençler için sosyal sorumluluk ve dayanışmayı temsil eden iyilik, öğrencileri toplum hizmetine ve sosyal girişimlerde bulunmaya teşvik eder. İyilik kavramı, empati ve özgecilik değerlerini teşvik ettiği için gençler arasında aidiyet ve kolektif kimlik duygusunun geliştirilmesi açısından hayati önem taşımaktadır (Akbaş vd., 2023).

Türkiye'deki gençlerin değer yönelimleri, sosyo-ekonomik, kültürel ve siyasi bağlamlar doğrultusunda şekillenmekte ve bu yönelimler batı kültürlerindeki bireyci eğilimlerden farklılık göstermektedir. Özellikle aile ve topluluk değerleri, gençlerin kimlik ve isteklerini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Boztürk vd. (2022), Türk gençlerinin genellikle ailevi yükümlülüklerle ve sosyal sorumluluklara öncelik verdiklerini, bunun da eğitim ve kariyer seçimlerini etkilediğini belirtmektedir. Bu durum, kolektivizme yönelik güçlü bir eğilimi yansıtırken, bireyciliğin baskın olduğu Batı kültürleriyle tezat oluşturmaktadır. Ayrıca, Bağcı'nın (2020) çalışması, Türkiye'deki gençlerin iyilik kavramını bir toplumsal gereklilik olarak ele aldıklarını ve bu değer sosyal sorumluluk projelerine olan ilgilerini artırdığını ortaya koymaktadır. Bu bulgular, Türk gençlerinin değer sisteminde aile ve topluma olan bağlılık ile sosyal dayanışma duygusunun önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Yapılan bu araştırma; gençlerin özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarını nasıl algıladıklarını ve bu kavramların toplumsal bağlamla nasıl ilişkilendiğini anlamayı amaçlamaktadır. Metaforik çözümleme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen bu çalışma, gençlerin bu değerlere dair zihinsel temsillerini inceleyerek, özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarını nasıl metaforik ifadelerle tanımladıklarını ortaya koyacaktır. Açık uçlu anketlerle elde edilen veriler, bu kavramların bireylerin zihinlerinde nasıl somutlaştığını ve toplumsal değerlerle olan ilişkilerini anlamak açısından önemli bir veri sunmaktadır. Bu bulgular, gençlerin değer algılarının toplumsal değişim üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek ve bu değerlerin bireysel ve toplumsal bağlamdaki önemini ortaya koymak açısından katkı sağlayacaktır.

## 1. Yöntem

Bu çalışmada, gençler için önemli olduğu düşünülen değerlerin anlam içeriklerini incelemeyi amaçladık. Örneğin, Türkiye genelindeki üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmada odaklanılan temel değerler; özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarıdır. Bu değerler, gençlerin sosyal ve bireysel yaşamlarında büyük bir öneme sahip olduğu düşünülen bu değerlere yükledikleri anlamların derinlemesine analiz edilmesi çalışmamızın temel hedefidir.

Araştırmada metaforik çözümleme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara özgürlük, adalet ve iyilik değerlerinin neyi temsil ettiği ve bu kavramları nelere benzettikleri sorulmuştur. Metaforik çözümleme, bireylerin soyut kavramlara dair düşüncelerini ve hislerini somutlaştırarak, daha derin anlamların keşfedilmesine olanak tanır. Bu yöntem, bireylerin soyut kavramları anlamlandırma süreçlerinde sıkça kullanılan etkili yaklaşımlar biridir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Metaforik çözümleme yöntemi, bireylerin soyut kavramları somutlaştırma biçimlerini inceleyen ve bu sayede derinlemesine anlam

analizine olanak tanıyan bir nitel araştırma yöntemidir. Bu yöntem, bireylerin deneyimlerine dayalı olarak bir kavramı başka bir kavrama benzetmesi üzerinden, öznel düşüncelerini ve hislerini ifade etmesine olanak tanır. Özellikle eğitim bilimleri, psikoloji ve sosyoloji gibi alanlarda yaygın şekilde kullanılan bu yöntem, kişilerin sosyal ve kültürel bağlamdaki değer algılarını incelemek için oldukça etkilidir (Lakoff & Johnson, 1980).

Çelik vd. (2022)'nin yaptığı araştırma bulgularına göre özgürlük, adalet ve iyilik kavramları, gençlerin sosyal ve bireysel yaşamlarında büyük bir öneme sahiptir. Bu bağlamda ilgili değerlere yükledikleri anlamların derinlemesine analiz edilmesi değerli çıkarımlar sunabilecektir. Katılımcılardan alınan cevaplar içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu süreçte, katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda kodlar ve kategoriler belirlenmiş, bu kod ve kategorilerin frekansları analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında, üniversite öğrencilerine değerlerle ilgili metaforik sorular yöneltilmiştir. Böylece, gençlerin özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarına yönelik algıları metaforlar aracılığıyla çözümlemeye tabi tutulmuştur. Bu bağlamda çalışmanın araştırma sorusu “Bu değerlere yüklenen anlamlar hangi metaforlar aracılığıyla ifade edilmektedir?”dir.

Bu araştırma, Çelik, R. vd. (2022) tarafından gerçekleştirilen “Yeni Nesil Yurt Dışı Yaşam Eğilimleri ve Değerler Araştırması” başlıklı çalışmanın bulgularını temel almıştır. Söz konusu çalışma, Türkiye'nin 188 farklı üniversitesinden elde edilen verilerle gençlerin en çok önem verdiği değerleri sıralamış ve özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarının öne çıktığını göstermiştir. Bu bulgular doğrultusunda, gençlerin bu değerlere yükledikleri anlamları incelemek amacıyla metaforik bir araştırma formu tasarlanmış ve 432 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Öğrencilerin %54'ü kadın, %66'sı erkektir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, kodlama ve kategorileştirme yoluyla analiz edilmiş, her bir değer için oluşturulan kategoriler üzerinde frekans analizleri gerçekleştirilerek gençlerin değer algıları detaylı şekilde incelenmiştir.

**Tablo 1 Özgürlük Değerine İlişkin Metafor İçerikleri**

<i>Kategori ve Kodlar</i>	<i>f</i>	<i>Kategori ve Kodlar</i>	<i>f</i>
<b>Temel Yaşam İhtiyacı</b>	<b>66</b>	<b>Bağımsızlık ve Özerklik</b>	<b>17</b>
Nefes Almak	26	Bağımsızlık	7
Oksijen	7	İstediği gibi yaşamak	4
Yaşamak	18	Kendi kararlarını verebilmek	5
Yaşam Felsefesi	15	Kendi ayakları üzerinde durabilmek	4
<b>Doğa ve Özgürlük</b>	<b>28</b>	<b>Adalet ve Eşitlik</b>	<b>10</b>
Gökyüzü	13	Adalet	8
Kuşlar gibi uçmak	21	Eşitlik	2
Deniz	9	Saygı	1
Rüzgar	2		
Doğada koşmak/Doğa	5	<b>Sanat ve Yaratıcılık</b>	<b>4</b>
<b>Huzur ve Mutluluk</b>	<b>28</b>	Sanat	1
Rahatlık	10	Tuvalde karışan renkler	1
Huzur	8	Yaratıcılık	1
Mutluluk	8	Mükemmellik	1
Özgüven	2		
Neşe kaynağı	1		

Katılımcıların özgürlük kavramına dair metaforik ifadeleri, içerik analizi yöntemiyle altı temel kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler arasında en yüksek frekansa sahip olanlar sırasıyla “Temel Yaşam İhtiyacı” (f=66), “Doğa ve Özgürlük” (f=28), ve “Huzur ve Mutluluk” (f=28) olarak öne çıkmaktadır. “Temel Yaşam İhtiyacı” kategorisi, özgürlüğün katılımcılar tarafından hayatta kalma ve varoluşun temel bir unsuru olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Bu kategoride yer alan “Nefes Almak” (f=26) ve “Oksijen” (f=7) gibi metaforlar, özgürlüğün eksikliğinin bireyin yaşamını doğrudan tehdit eden bir unsur olarak algılandığını yansıtmaktadır. Dolayısıyla özgürlük, yalnızca hayatta kalmak için değil, bireyin kendini gerçekleştirme ve anlamlı bir yaşam sürmesi için de gerekli bir koşul olarak değerlendirilmektedir. Özgürlüğün doğa ile ilişkilendirilmesi de dikkat çekici bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. “Doğa ve Özgürlük” kategorisinde yer alan “Kuşlar gibi Uçmak” (f=21) ve “Gökyüzü” (f=13) gibi metaforlar, özgürlüğün sınırsızlık ve engellerden bağımsızlık ile özdeşleştirildiğini göstermektedir. Doğanın genişliği ve sınırsızlığı, katılımcıların özgürlük algısında önemli bir yer tutmakta, doğa içerisinde bireylerin kendilerini daha özgür hissettiklerini göstermektedir.

Özgürlüğün psikolojik boyutu da analizde ön plana çıkmaktadır. “Huzur ve Mutluluk” kategorisinde yer alan “Huzur” (f=8) ve “Mutluluk” (f=8) gibi metaforlar, özgürlüğün bireyler için yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda ruhsal bir rahatlık ve denge kaynağı olarak algılandığını göstermektedir. Bu metaforlar, özgürlüğün bireyin içsel dünyasında bir tatmin ve dinginlik yarattığına işaret etmektedir. Özgürlüğün toplumsal boyutu ise “Adalet ve Eşitlik” (f=10) kategorisinde öne çıkmaktadır. “Adalet” (f=8) ve “Eşitlik” (f=2) metaforları, özgürlüğün toplumsal düzenin sağlanması ve bireyler arası ilişkilerde eşitliğin korunmasında merkezi bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda özgürlük, yalnızca bireysel bir deneyim değil, aynı zamanda sosyal bir gereklilik olarak da değerlendirilmektedir. Son olarak, özgürlüğün sanat ve yaratıcılıkla olan ilişkisi de bu analizde dikkate alınmıştır.

**Tablo 2 Adalet Değerine İlişkin Metafor İçerikleri**

<b>Kategori ve Kodlar</b>	<b>f</b>	<b>Kategori ve Kodlar</b>	<b>f</b>
<b>Eşitlik</b>	<b>50</b>	<b>Temel İhtiyaç ve Hayat</b>	<b>14</b>
Eşitlik: 32	32	Hayat	6
Terazi: 18	18	Olmazsa olmaz	5
Denge: 4	4	Nefes almak	3
<b>Hak ve Hakkaniyet</b>	<b>31</b>	<b>İnsanî Değerler</b>	<b>14</b>
Temel hak	16	Sorumluluk	7
Özgürlük	5	Vicdan	4
Hakkaniyet	2	Empati	3
Hak ve idare	2	<b>Düzen ve Koruma</b>	<b>13</b>
Hakikat	2	Düzen	5
<b>Güven ve Huzur</b>	<b>15</b>	Koruma	4
Güven	9	Ev	2
Huzur	5	Kale	2
Rahatlatıcı	1		

Adalet kavramı, katılımcılar tarafından özellikle "eşitlik" (f=50), "hak" ve "güven" (f=15) gibi temel değerlerle güçlü bir şekilde ilişkilendirilmiştir. "Eşitlik" (f=32) ve "terazi" (f=18) metaforları, adaletin toplumsal düzeyde herkesin eşit haklara sahip olması gerektiğini ve adaletin tarafsız bir dengeyi sağladığını simgelemektedir. Bu durum, adaletin yalnızca toplumsal düzeni değil, aynı zamanda bireylerin içsel dünyasında güven (f=9) ve huzur (f=5) sağladığını göstermektedir. Adalet, bireylere yalnızca toplumsal bir düzen sunmakla kalmamakta, aynı zamanda onların içsel huzur ve güven ihtiyaçlarını da karşılamaktadır. Güven ve huzurun varlığı, adaletin sağlam bir zemin sunduğunu, yokluğunda ise bireysel ve toplumsal huzursuzlukların ortaya çıkabileceğini işaret etmektedir.

"Hak" (f=16) ve "hakkaniyet" (f=2) metaforları, adaletin bireylerin temel haklarını güvence altına aldığı ve ahlaki bir sorumluluk taşıdığı fikrini desteklemektedir. Adaletin hayati bir önem taşıdığı, "olmazsa olmaz" (f=5) ve "nefes almak" (f=3) metaforlarıyla ifade edilmiştir. Bu durum, adaletin tıpkı temel ihtiyaçlar gibi vazgeçilmez bir değer olarak görüldüğünü göstermektedir. Ayrıca, "düzen" (f=5) ve "koruma" (f=4) metaforları, adaletin toplumsal yapının güvenli ve istikrarlı bir şekilde işlemesine katkı sağladığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda adalet, toplumsal düzenin sürdürülebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Sonuç olarak, adalet, bireyler için yalnızca toplumsal eşitliği sağlayan bir mekanizma olmanın ötesinde, onların temel haklarını güvence altına alan, huzur ve güven veren, ahlaki ve vicdani bir sorumluluk olarak algılanmaktadır. Adalet, bu yönleriyle toplumun hem içsel hem de dışsal dinamikleri açısından vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir.

**Tablo 3 İyilik Değerine İlişkin Metafor İçerikleri**

<b>Kategori ve Kodlar</b>	<b>f</b>	<b>Kategori ve Kodlar</b>	<b>f</b>
<b>Mutluluk ve Huzur</b>	<b>51</b>	<b>Yardım ve Paylaşma</b>	<b>39</b>
Mutluluk	19	Yardımlaşmak	33
Huzur	16	Paylaşmak	6
Güzellik	11	<b>Temel İhtiyaçlar ve Hayat</b>	<b>22</b>
Sevinç	1	Su	7
Rengarenk Çiçekler	3	Ekmek	3
Işık	1	Yaşam	4
<b>Doğa ve Masumiyet</b>	<b>49</b>	Nefes Almak	5
Güneş	11	Yaşam Tarzı	2
Ağaç	2	Hayat Felsefesi	1
Çiçek	9	<b>Maneviyat ve İnanç</b>	<b>12</b>
Su	7	Allah	4
Saflık (Saflık, Doğallık)	20	Dua	2
<b>Sevgi ve Empati</b>	<b>47</b>	Cennet	3
Sevgi	9	Tanrıya Yaklaşmak	1
Koşulsuz Sevgi	13	İnanç	2
Vicdan (Vicdan Rahatlığı)	18		
Merhamet	7		

İyilik kavramı, katılımcılar tarafından çok boyutlu bir değer olarak algılanmıştır. İçerik analizi bulgularına göre, iyilik en çok "Mutluluk ve Huzur" (f=51) ve "Doğa ve Masumiyet" (f=49) kategorileri

ile ilişkilendirilmiştir. Bu durum, iyiliğin hem bireysel hem de doğal ve masumiyet kavramlarıyla güçlü bir bağ içinde olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, iyiliğin en dikkat çeken yönlerinden biri, "Yardım ve Paylaşma" (f=39) kategorisinin yüksek frekansdır. Özellikle "Yardımlaşma" kodu (f=33), iyiliğin toplumsal boyutuna işaret etmektedir. Yardımlaşma, iyiliğin karşılıksız yapılan bir erdem olarak toplumsal bağları güçlendirdiğini ve bireyler arası dayanışmayı artırdığını göstermektedir. Bu yüksek frekans, iyiliğin bireylerin yaşamında sadece bireysel tatminle sınırlı kalmayıp, sosyal bütünleşme ve toplumsal dayanışmayı güçlendiren bir değer olduğunu ortaya koymaktadır.

İyilik aynı zamanda "Maneviyat ve İnanç" (f=12) kategorisinde de öne çıkmıştır. Katılımcılar, iyiliği Tanrı'ya yakınlaşmanın bir yolu olarak değerlendirmiş ve ilahi bir anlam yüklemişlerdir. Bu bağlamda, iyilik sadece dünyevi bir erdem değil, aynı zamanda ruhsal tatmin ve manevi bir hedef olarak algılanmaktadır. Son olarak, iyiliğin "Temel İhtiyaçlar ve Hayat" (f=22) kategorisiyle ilişkilendirilmesi, bu değerın yaşamın sürdürülebilirliği açısından vazgeçilmez bir unsur olarak kabul edildiğini göstermektedir. "Su", "Ekmek" ve "Nefes Almak" gibi temel yaşam metaforları, iyiliğin yaşamın devamı için zorunlu bir değer olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. İyilik kavramı hem bireysel huzur ve mutluluğu destekleyen hem de toplumsal dayanışmayı güçlendiren çok boyutlu bir değer olarak ele alınmakta ve katılımcılar tarafından sosyal, manevi ve yaşamsal bir gereklilik olarak algılanmaktadır. Yardımlaşma kodunun yüksek frekansı, iyiliğin toplumsal ilişkilerde ne denli önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

**Tablo 4 Değerlerin Demografik Değişkenlere Göre Öncelikleri**

1.Tercihler	Kişi Sayısı	Kasaba				Köy %	
		Kadın %	Erkek %	İl %	İlçe %	%	%
Özgürlük	139	54,68	44,60	40,00	26,62	2,88	23,74
Adalet	160	66,88	33,13	41,88	31,25	1,88	25,00
İyilik	49	57,14	42,86	44,90	28,57	3,83	18,37

Demografik değişkenler, bireylerin değer algıları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle, cinsiyet, yaş ve yaşanan yer gibi faktörler, çalışmanın bulgularını anlamlandırmada önemli bir rol oynamaktadır. Tablo 4, kadın ve erkeklerin özgürlük, adalet ve iyilik değerlerine verdikleri önceliklerin yanı sıra, bu önceliklerin il, ilçe, kasaba ve köy gibi farklı yerleşim yerlerindeki dağılımını ele almaktadır. Veriler, cinsiyet ve yerleşim yeri değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar göstermekte olup, bu farklılıklar değer algılarının toplumsal ve coğrafi koşullara göre şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Kadınların önceliklendirdiği değerler arasında en öne çıkan unsur, %66,88 ile adalettir. Bu bulgu, kadınların toplumsal eşitlik, hakkaniyet ve hakların korunması gibi konularda daha hassas olduklarını göstermektedir. Adaletin bu derece yüksek oranda önemsenmesi, kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliği, haksızlıklar ve toplumsal adaletsizliklere karşı daha duyarlı olduklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Bu durum, kadınların toplumsal rollerinden ve karşılaştıkları eşitsizliklerden kaynaklanan daha yüksek bir adalet talebine sahip olabileceklerine işaret etmektedir. İyilik değeri ise kadınlar için %57,14 oranında önemli olup, bu değerın adaletin hemen ardından geldiği görülmektedir. İyilik, bireylerin insani ve toplumsal ilişkilerinde önem atfettikleri bir değer olarak ön plana çıkmakta. Kadınların sosyal dayanışma, empati ve toplumsal yardımlaşma gibi erdemleri daha yüksek oranda benimsediklerini göstermektedir. Kadınlar açısından özgürlük değeri ise %54,68 oranında önemsenmekte olup, diğer değerlere kıyasla biraz daha düşük bir öncelik taşımaktadır. Ancak bu fark, özgürlüğün kadınlar için önemli bir değer olduğu gerçeğini değiştirmemektedir. Kadınlar, adalet ve iyilikten sonra, özgürlük kavramına da yüksek bir değer atfetmektedir.

Erkeklerin öncelik verdiği değerler incelendiğinde, cinsiyetler arasında belirgin farklar göze çarpmaktadır. Erkeklerin en fazla öncelik verdiği değer, %44,60 ile özgürlüktür. Erkeklerin özgürlüğe verdikleri önemin, bireylerin bağımsız hareket etme, kendi kararlarını alma ve bireysel haklarını savunma gibi konularda daha fazla değer atfettiklerine işaret ettiği söylenebilir. İyilik değeri ise erkekler

için %42,86 oranında önem arz etmekte olup, erkeklerin insani ilişkilerde toplumsal bağları güçlendiren bir değer olarak iyiliği benimsedikleri anlaşılmaktadır. Ancak kadınlara kıyasla erkekler için iyilik, daha düşük oranda önceliklendirilmektedir. Adalet ise erkekler için %33,13 oranında önemli görülmektedir ve bu, kadınlara kıyasla oldukça düşük bir oranı temsil etmektedir. Erkeklerin adalet değerine verdikleri önemin görece düşük olması, kadınların toplumsal eşitlik ve hakkaniyet arayışına göre daha az belirgin bir hassasiyet taşıdıklarını göstermektedir.

Yerleşim yeri bazında yapılan analizler, değerlerin coğrafi dağılıma göre de farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. İl merkezlerinde yaşayan bireyler arasında iyilik (%44,90) en fazla önem verilen değer olarak öne çıkmaktadır. Bu, il merkezlerinde yaşayan bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamış oldukları ve daha çok sosyal ilişkiler ve toplumsal dayanışmaya yönelik değerlere yöneldiklerini göstermektedir. Adalet ise ilde %41,88 oranında önemsenmektedir, bu da bireylerin daha yüksek düzeydeki sosyal ve duygusal ihtiyaçlara yönelik bir eğilim sergilediğini ortaya koymaktadır.

İlçelerde, adalet %31,25 ile en çok öncelik verilen değer olarak görülmekte, bunu %28,57 ile iyilik ve %26,62 ile özgürlük izlemektedir. İlçelerde adaletin daha fazla önemsenmesi, ekonomik ve sosyal eşitsizliklerin daha belirgin olduğu bu bölgelerde temel hakların korunması ve adalet arayışının ön planda olduğunu göstermektedir.

Kasaba ve köylerde ise adalet (%25,00) ve özgürlük (%23,74) değerlerinin ön plana çıktığı görülmektedir. İyilik bu bölgelerde nispeten daha az önemsenmektedir. Bu durum, kırsal bölgelerde bireylerin daha çok temel haklar ve özgürlükler gibi daha yaşamsal ve doğrudan ihtiyaçlara yöneldiklerini, sosyal ve duygusal ihtiyaçların ise daha düşük düzeyde kaldığını göstermektedir. Adaletin bu yerleşim bölgelerinde öne çıkması, bireylerin toplumsal düzen ve kaynaklara erişimde daha fazla denge arayışında olduklarını göstermektedir.

Cinsiyet ve yerleşim yeri temelinde yapılan bu analizler, değerlerin bireyler arasındaki farklılıklarını anlamada önemli bulgular sunmaktadır. Kadınlar adalete erkeklerden daha fazla önem verirken, erkekler için özgürlük ve iyilik değerleri öncelikli hale gelmektedir. Yerleşim yeri açısından ise il merkezlerinde iyilik değeri öne çıkarken, ilçeler ve kırsal bölgelerde adaletin daha fazla önemsendiği görülmektedir. Bu bulgular, bireylerin değer algılarının toplumsal cinsiyet rolleri ve yaşadıkları yerlerin sosyoekonomik koşulları ile şekillendiğini göstermektedir.

## Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin özgürlük, adalet ve iyilik kavramlarına ilişkin algılarını metaforik çözümleme yöntemiyle inceleyerek, gençlerin bu değerleri bireysel ve toplumsal bağlamlarda nasıl kavramsallaştırdığını anlamaya yönelik değerli bir bakış açısı sunmuştur. Araştırma, özgürlük, adalet ve iyilik gibi temel değerlerin bireysel kimlik oluşumundaki kritik rolünü ve toplumsal değişim süreçlerine katkılarını ortaya koymayı amaçlamış, katılımcıların metaforik ifadelerini analiz ederek bu değerlerin gençler nazarındaki anlam yüklerini derinlemesine incelemiştir.

Özgürlük, katılımcılar tarafından hem hayatta kalmanın temel bir unsuru hem de bireysel ve toplumsal yaşamın vazgeçilmez bir boyutu olarak algılanmıştır. "Temel Yaşam İhtiyacı" kategorisindeki "Nefes Almak" ve "Oksijen" metaforları, özgürlüğün bireyin varoluşu için temel bir gereklilik olduğunu vurgularken, "Doğa ve Özgürlük" kategorisi, özgürlüğü sınırsızlık ve engellerden bağımsızlıkla ilişkilendirmiştir. "Huzur ve Mutluluk" kategorisi, özgürlüğün ruhsal tatmin ve içsel denge yaratan bir kaynak olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda "Adalet ve Eşitlik" kategorisi, özgürlüğün toplumsal düzen ve bireyler arası eşitlikteki kritik rolüne işaret etmektedir. Son olarak, "Sanat ve Yaratıcılık" kategorisi, özgürlüğün bireysel ifade ve yaratıcılığı besleyen bir değer olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma sonuçları, özgürlüğün bireysel özerklik ve temel yaşam ihtiyacıyla ilişkilendirildiğini ve gençlerin kendini ifade edebilme kapasitelerinin özgürlük algıları üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, özellikle günümüz dünyasında dijital platformların sağladığı bireysel ifade özgürlüğü ile ilişkilendirilebilir. Gençlerin, sosyal medya gibi araçlar üzerinden hem bireysel hem de toplumsal kimliklerini ifade etme pratikleri, bu bulguyu desteklemektedir.

Adalet, katılımcılar tarafından hem toplumsal eşitlik ve düzenin temeli hem de bireylerin haklarını güvence altına alan ahlaki bir sorumluluk olarak algılanmıştır. "Eşitlik" ve "terazi" metaforları, adaletin tarafsızlık ve herkesin eşit haklara sahip olması gerektiği fikrini simgelerken, güven ve huzur boyutları



adaletin bireylerin içsel dünyasına olan etkisini vurgulamaktadır. Adaletin temel hakları güvence altına aldığı "hak" ve "hakkaniyet" metaforları, adaletin yalnızca düzenleyici bir mekanizma değil, aynı zamanda vicdani bir sorumluluk olarak kabul edildiğini göstermektedir. "Nefes almak" gibi metaforlar, adaletin toplumsal yapı ve bireysel yaşam için vazgeçilmez bir değer olduğunu ifade ederken, "düzen" ve "koruma" gibi imgeler, adaletin sürdürülebilir bir toplumsal sistem oluşturmadaki kritik rolüne işaret etmektedir. Sonuç olarak, adalet hem bireylerin huzur ve güven ihtiyaçlarını karşılayan hem de toplumsal eşitlik ve düzenin temelini oluşturan, vazgeçilmez bir değer olarak görülmektedir.

İyilik kavramı ise, bireysel mutluluk ve huzurdan toplumsal dayanışma ve manevi tatmine kadar uzanan çok boyutlu bir değer olarak katılımcılar tarafından algılanmıştır. En sık ilişkilendirildiği "Mutluluk ve Huzur" ile "Doğa ve Masumiyet" kategorileri, iyiliğin hem bireysel hem de doğaya yönelik bağlarını vurgulamaktadır. Yardımlaşma kodunun yüksek frekansı, iyiliğin toplumsal bağları güçlendiren karşılıksız bir erdem olduğunu ve bireyler arasında dayanışmayı artırdığını göstermektedir. Aynı zamanda "Maneviyat ve İnanç" boyutunda, iyilik ilahi bir anlam kazanarak Tanrı'ya yakınlaşmanın bir yolu ve manevi tatmin aracı olarak değerlendirilmiştir. "Temel İhtiyaçlar ve Hayat" kategorisi ise iyiliğin yaşamın sürdürülebilirliği açısından vazgeçilmez bir değer olduğunu vurgulamış, su, ekmek ve nefes gibi temel metaforlarla bu ilişki somutlaştırılmıştır. Sonuç olarak, iyilik hem bireysel huzuru destekleyen hem de toplumsal dayanışmayı güçlendiren, sosyal, manevi ve yaşamsal bir gereklilik olarak algılanmıştır.

Araştırma, cinsiyet ve yerleşim yeri gibi demografik değişkenlerin değer algıları üzerindeki etkisini de ortaya koymuştur. Kadınların adaleti öncelikli bir değer olarak görmesi, erkeklerin ise özgürlüğe daha fazla önem vermesi, toplumsal cinsiyet rollerinin değer algıları üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. İl merkezlerinde iyiliğin, kırsal bölgelerde ise özgürlük ve adaletin daha belirgin olması, coğrafi ve sosyo-ekonomik faktörlerin bu algıları nasıl şekillendirdiğini göstermektedir. Özellikle kırsal bölgelerdeki gençler için özgürlük ve adaletin temel yaşam ihtiyaçlarıyla ilişkilendirilmesi, bu değerlerin yerel bağlamlarda nasıl farklı anlamlar kazandığını açıklamaktadır.

Çalışmada literatüre katkı açısından, metaforik çözümleme yöntemiyle soyut kavramların somutlaştırılmasına yönelik özgün bir bakış açısı sunulmuş ve cinsiyet ile coğrafi farklılıkların değer algıları üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu bağlamda, çalışma gençlik değerleri ve toplumsal değişim süreçleri üzerine yeni bir perspektif sağlamıştır. Bulgular, bu değerlerin sadece bireysel anlam dünyalarıyla sınırlı kalmayıp, toplumsal sürdürülebilirliğin de temel taşları olduğunu göstermektedir. Gençlerin bu değerleri içselleştirerek sosyal bağlamda hayata geçirmesi, daha adil, özgür ve dayanışmacı bir toplum inşa etme potansiyelini taşımaktadır. Bu yüzden iyilik, adalet ve özgürlük gibi temel değerlerin eğitim sistemine entegre edilmesi önemlidir. Bu değerlerin gençlere doğru anlam yükleriyle aktarılması, somut ve anlamlı örneklerle desteklenerek tanımlanması, bireylerin bu erdemleri yaşamlarında içselleştirmelerini sağlayabilir. Eğitim sürecinde iyiliğin toplumsal dayanışmayı ve ahlaki sorumluluğu, adaletin eşitlik ve güveni, özgürlüğün ise bireysel ifade ve özerkliği destekleyen bir çerçevede ele alınması, bu değerlerin anlamını güçlendirecektir. Eğitimciler, bu değerleri tartışma ve uygulamalara dahil ederek öğrencilerin toplumsal düzene aktif katılımını teşvik edebilir. Böylece, gençler hem bireysel hem de toplumsal düzeyde bu değerleri yaşama ve sürdürülebilir bir geleceğin temellerini atma konusunda daha bilinçli hale gelebilirler.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma yalnızca Türkiye'deki üniversite öğrencileriyle sınırlı kalmış ve farklı sosyo-ekonomik bağlamlarda bulunan gençleri kapsamamıştır. Kültürlerarası karşılaştırmalar, bu değerlerin evrensel ve bağlamsal yönlerini daha geniş bir şekilde anlamaya katkı sağlayabilir. Ayrıca, metaforik çözümleme yönteminin diğer nitel ve nicel yaklaşımlarla desteklenmesi, bulguların çeşitlendirilmesi açısından faydalı olacaktır. Uzun dönemli boylamsal araştırmalar, gençlerin değer algılarının zaman içindeki değişimlerini incelemek için önemli bir yöntem sunabilir.

### **Gelecek Araştırma Yönelimleri**

Gelecekteki araştırmalar, özgürlük, adalet ve iyilik gibi temel değerlerin farklı sosyo-kültürel bağlamlarda nasıl algılandığını incelemeye yönelik kültürlerarası karşılaştırmalara odaklanabilir. Bu çalışmalar, değer algılarının evrensel ve bağlamsal yönlerini daha derinlemesine anlamamıza katkı

sağlayabilir. Ayrıca, bu değerlerin dijital çağdaki anlamlarının gençler üzerindeki etkisini araştırmak, özellikle sosyal medya ve çevrimiçi platformların bireysel ifade ve toplumsal dayanışma üzerindeki rollerini anlamak açısından önemli bir katkı sunabilir. Boylamsal çalışmalar, gençlerin değer algılarının zaman içinde nasıl değiştiğini ve bu değişimlerin sosyo-ekonomik ve teknolojik gelişmelerle nasıl ilişkili olduğunu incelemek için faydalı olabilir. Eğitim odaklı araştırmalar ise bu değerlerin müfredata entegrasyonu ve pedagojik uygulamalar aracılığıyla gençlerin içselleştirme süreçlerini nasıl etkilediğini değerlendirebilir. Ayrıca, cinsiyet ve coğrafi değişkenlerin bu değerlerin algılanışındaki rolü daha kapsamlı analizlerle ele alınabilir. Nihayetinde, değerlerin bireysel ve toplumsal sürdürülebilirlikteki rolünü inceleyen disiplinlerarası çalışmalar, bu alanın hem teorik hem de pratik yönlerini daha geniş bir perspektifle aydınlatılabilir.

### Kaynakça

- Akbayrak, K., Bilgin, M., & Cihan, M. A. (2023). Perceived self-competence of youths with visual impairment in the expanded core curriculum skills. *Turkish Journal of Special Education Research and Practice*, 5(1), 29–39. <https://doi.org/10.37233/trsped.2023.0136>
- Bağcı, İ. (2020). Modernleşme sürecindeki Türkiye’de gençliğin siyasal ve sosyal analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(22), 1511–1539. <https://doi.org/10.26466/opus.649777>
- Boztilki, M., Güler, Ç. U., & Koçak, O. (2022). How do Turkish youth’s individualist and collectivist characteristics affect their willingness to migrate? The mediator role of life satisfaction. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 25(4), 40–62. <https://doi.org/10.5782/2223-2621.2022.25.4.40>
- Chillakuri, B. (2020). Understanding generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277–1296. <https://doi.org/10.1108/jocm-02-2020-0058>
- Çelik, R., Çarıkcı, İ. H., Alparslan, A. M., Günay, A., Yastıoğlu, S., & Haklı, Z. (2022). *Yeni Nesil Yurt Dışı Yaşam Eğilimleri ve Değerler Araştırması*. Süleyman Demirel Üniversitesi Gençlik Araştırmaları Koordinatörlüğü.
- Dadakoğlu, S. C., Özdemir, A., & Dadakoğlu, B. (2023). Determining the value hierarchies of the ‘Z’ generation. *Yaşadıkça Eğitim*, 37(1), 14–33. <https://doi.org/10.33308/26674874.2023371479>
- Enciso, S. (2019). Hegel and Rancière on the transformation of self-conceptions and the achievement of freedom and self-sufficiency. *Reinvention: An International Journal of Undergraduate Research*, 12(1). <https://doi.org/10.31273/reinvention.v12i1.436>
- Han, F., & Demirbilek, N. (2022). Üniversite öğrencilerinin sosyal adalet kavramına ilişkin algıları: Bir metafor çalışması. *E-International Journal of Educational Research*. <https://doi.org/10.19160/e-ijer.1074484>
- Haryanti, P., Hidayati, A., & Rodliyah, I. (2021). Implementation of financial technology to increase interest of saving the millennial generation of Sharia. *Indonesian Economic Review*, 3(1), 40–45. <https://doi.org/10.53787/iconev.v3i1.7>
- Kahraman, H., Karadağ, N., & İşeri, E. T. (2023). Sosyal adaleti anlamak: Eğitim perspektifinden akademik bakış. *E-International Journal of Educational Research*. <https://doi.org/10.19160/e-ijer.1227311>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Öcal, A., Yiğittir, S., Kyburienė, L., & Navickienė, G. (2019). A study on turkish and lithuanian young adults’ perception of values. *Education and Urban Society*, 52(3), 489-508. <https://doi.org/10.1177/0013124519848053>
- Öztürk, G. (2021). Metaphorical perceptions of non-english major undergraduate students towards speaking english / ingilizce alan dışı lisans öğrencilerinin ingilizce konuşma üzerine metaforik

algilari. *European Journal of Foreign Language Teaching*, 5(3).  
<https://doi.org/10.46827/ejfl.v5i3.3514>

Syahrudin, & Tambaip, B. (2023). Implementation of the Independent Campus Learning Policy "MBKM": An Overview from the Perspectives of Students and Lecturers. *Journal of Education Research and Evaluation*, 7(3), 351–361. <https://doi.org/10.23887/jere.v7i3.61918>

Valentini, L. (2016). II—What’s wrong with being lonely? Justice, beneficence, and meaningful relationships. *Aristotelian Society Supplementary Volume*, 90(1), 49–69. <https://doi.org/10.1093/arisup/akw004>

Whiteley, A., & Dumbrille, A. (2021). Ontario’s green energy policy vs. social justice. *Open Journal of Social Sciences*, 9(1), 447–486. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.91033>

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zhou, K. (2021). Diverging standpoints in the spiral of change: A survey on the values of social justice among students of planning in China. *Journal of Planning Education and Research*, 44(1), 499–513. <https://doi.org/10.1177/0739456x21989789>

Bu çalışma **intihal tespit programlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detect softwares and no plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması gereken kurallara uyulmuştur.

In this study the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Makale üç yazar tarafından yazılmıştır. Her yazarın katkısı eşit düzeydedir.

The article was written by three authors. The contribution of each author is equal.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile  **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

## Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin Lise Öğrencileri Üzerinden İncelenmesi<sup>1</sup>

### Examining the Relationship Between Social Media Addiction and Digital Literacy on High School Students

Ece YURTER (Öğrenci)

ORCID ID: 0009-0008-9537-2929

Uşak Üniversitesi

yurterece36@gmail.com

Özlem DUĞAN (Doç. Dr.)

ORCID ID: 0000-0001-9028-7989

Uşak Üniversitesi

ozlem.dugan@usak.edu.tr

**Başvuru Tarihi | Date Received:** 19.12.2024

**Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted:** 30.12.2024

**Yayınlanma Tarihi | Date Published:** 31.12.2024

**DOI:** 10.70627/sduifade.1604042

Yurter, E. & Duğan, Ö. (2024). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dijital Okuryazarlık Arasındaki İlişkinin Lise Öğrencileri Üzerinden İncelenmesi. *SDÜ İfade Dergisi*, 6(2), ss. 95-110.

#### Özet

Teknolojik ilerleme giderek daha önemli ve insan varlığının ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Bu nedenle dijital araçlar günlük hayattan eğitime, işten sağlığa ve eğlenceye kadar çok çeşitli bağlamlarda kullanılmaktadır. Dijitalleşen dünyada insanların hayatlarını kolaylaştırmak ve uyarlamak için teknolojinin kullanılması hayati önem taşımaktadır. Doğru bilgiye ulaşmak ve onu etkili bir şekilde kullanmak için yeterli dijital okuryazarlığa sahip olmak bu nedenle çok büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, internete karşı önemli bir zihinsel ilgi, kullanımını düzenleyememe, sınır belirleyememe, fazla zaman harcama gibi sosyal medya kullanımıyla ilgili önemli problemler de söz konusu olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık ve sosyal medya bağımlılıklarının anket tekniği yöntemiyle incelenerek karşılaştırmasının yapılmasını içermektedir. Araştırmanın örneklemini, 2024-2025 eğitim-öğretim yılında Uşak ili Merkez ilçesindeki resmi meslek lisesi kurumundan farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören 381 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada veri toplamak amacıyla; araştırmacı tarafından geliştirilen 'Dijital Okuryazarlık Ölçeği' ve 'Sosyal Medya Bağımlılığı' ölçeği kullanılmıştır. Uygulama araştırmacı tarafından geliştirilmiş ve öğrencilerin öğrenim gördükleri okulun dersliklerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda dijital okuryazarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarında atacağı ya da okuryazarlık düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarında az olacağı anlamına geldiği ifade edilebilir.

**Anahtar Kelimeler** Dijital Okuryazarlık, Sosyal Medya Bağımlılığı, Lise Öğrencileri, Endüstri 4.0.

#### Abstract

Technological progress is becoming more and more important and an integral part of human existence. For this reason, digital tools are used in a wide variety of connections from daily life to education, work to health and education. The use of technology to facilitate and stimulate people's lives in the digital world is at the forefront of life. Having enough digital reading to reach the correct information and use it effectively is therefore of great importance. In this context, there are also important problems related to the use of social media, such as a significant mental interest in the Internet, inability to regulate its use, inability to set limits, spending too much time. The aim of this study is to compare the digital literacy and social media addictions of high school students by examining them with the questionnaire technique method. The sample of the study consisted of 381 students studying at different grade levels from the official vocational high school institution in the central district of Uşak province in the 2024-2025 academic year. In order to collect data in the research; the 'Digital Literacy Scale' and the 'Social Media Addiction' scale developed by the researcher were used. The application was developed by the researcher and carried out in the classrooms of the school where the students study. As a result of the study, a positive relationship was found between digital literacy and social media addiction. According to the analysis results, it can be said that as the digital literacy levels of students increase, their attitudes towards social media addiction will increase or as their literacy levels decrease, their attitudes towards social media addiction will decrease.

**Keywords:** Digital Literacy, Social Media Addiction, High School Students, Industry 4.0.

<sup>1</sup> Bu makale Doç. Dr. Özlem DUĞAN danışmanlığında 'Lise Öğrencilerinin Dijital Okuryazarlık ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma' isimli tezden üretilmiştir.

## Giriş

Teknolojilerin kullanımı bireylerin etkileşime girmesine ve sosyal ağlar oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Uygulamaya girdikten sonra hızla popülerlik kazanan, en yaygın kullanılan sosyal ağ platformu, bu yapıların en önemli parçası haline gelmiştir (Çetin, 2009). İnsanların bilgi edinme, iletişim kurma, sıkıntılı durumlardan kaçma, eğlence ve etkileşimli ortamlarda etkileşim kurma ihtiyaçlarına cevap veren sosyal medya, bireyleri hızla etkilemek için umut verici bir araç haline gelmiştir (Hazar, 2011). Günümüzde Web 2.0 teknolojileri ile oluşturulan sosyal medya uygulamaları, tüm dünyada fazlaca geniş bir kullanım kitlesine ulaşmış ve sunduğu birçok ilgi çekici özellik ile öne çıkmıştır. Birçok olanak sunması, bireylerin ve grupların küresel olarak iletişim kurmasına olanak sağlaması nedeniyle de yaşamın vazgeçilmesi zor bir parçası haline gelmiştir (Tutgun Ünal & Bozkurt, 2020, s. 197). Ancak dijital araçların yoğun bir şekilde kullanımı sosyal medya bağımlılığı durumlarını ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyi ile medya bağımlılığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma kapsamında öğrencilere anket soruları yöneltilmiş, alınan yanıtlar çerçevesinde çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu bağlamda dijital okuryazarlık düzeyinin, ergenlik dönemi içerisinde bulunan gençler üzerinde ölçülmeyi çalışılması ve bu durumun sosyal medya bağımlılığı ile bağdaştırılıp karşılaştırılması çalışma için büyük önem arz etmektedir.

### 1. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Dijital Okuryazarlık İlişkisi

Sosyal medya platformları öğrencilerin bağlantı kurmasına, güncel olaylar hakkında bilgi edinmesine ve küresel olaylardan haberdar olmasına olanak tanımaktadır. Eğitimleri sırasında veya sosyal hayatında teknolojiyle iç içe olan öğrenciler, dijital beceriler ile sosyal medya araçlarını daha bilinçli kullanabileceklerdir (Öcal, 2024). Sosyal ağların aşırı kullanımının bağımlılığa ve ruhsal hastalıklara yol açıp açmayacağı sorusu incelenmekte ve tartışılmaktadır. Güncellenen özelliklere sahip paylaşılan video ve fotoğrafları beğenme, kabul etme isteği, kullanıcıların hayatında önemli rol oynamaktadır. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının psikolojisini olumsuz yönde etkilemekte ve eğer sosyal medya kullanmazlarsa öfke, depresyon, insanlarla iletişimsizlik gibi tepkiler ortaya çıkabilmektedir (Uysal, 2013). Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan taramalarda öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarının değişkenliğini inceleyen araştırmalar (Gökel vd., 2024; Sezgin vd., 2024; Sezgin, 2023; Çağlayan & Arslantaş, 2023; Baydarman, 2019; Tutgun Ünal, 2019) ve Yılmaz ile Aydoğan, (2024)'nın algılanan sosyal destek ve genel aidiyet düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin araştırıldığı çalışmaya rastlanmıştır. Sosyal medyanın ilk uygulamalarından sayılan Facebook'un ortaya çıkması ile birçok araştırmacı sosyal medya bağımlılığını bireyler üzerinde araştırmaya başlamıştır (Andreassen, 2012; Wilson, Fornasier ve White, 2010; Soykan ve Tutgun Ünal, 2015; Balcı ve Tiryaki, 2014). Sosyal medya platformları, internet üzerinden erişilebilen internet tabanlı uygulamalardır. Sosyal medya harici farklı diğer bağımlılık türlerinde kişinin, uygun koşullar yaratılarak veya kontrollü klinik ortamlarda maddenin etkisinden kurtulması mümkün olabilmekteyken, hayatımızın her alanında karşımıza çıkan internette uzaklaşması mümkün olamamaktadır (Tutgun Ünal, 2019). Bu bağlamda, uygun teknolojilerin kullanılması dijital dünyada doğru bilgiye ulaşmayı sağlayabilir. Öğrenme süreçlerinde teknolojinin kullanımı ulaşmayı, üretmeyi ve paylaşmayı içermektedir. Bunu kullanmak için kişinin dijital okuryazar olması gerekir (Terzi & İşli, 2020, s. 53). Sosyal medya bağımlılığı bu ruhsal problemleri beraberinde getirmekte, bu durumda dijital okuryazarlık düzeyini toplumsal olarak düşürmektedir. Kullanıcıların, sosyal medya tüketimini diğer ihtiyaçların üzerinde daha öncelikli görmedikleri sürece sorun oluşmamakta ancak çevrimiçi platformların günlük yaşama ve sosyal hayata etki etmesi durumunda halen tercih edilmesi durumunda bağımlılık gibi davranışlar kendini gösterebilmektedir (Karakuş, Balcı & Tiryaki, 2024). Sanal alan; bireylerin ait oldukları grubun izlenimini, istedikleri profili ve çevrimiçi kimliğin unsurları olarak vurgulamak istedikleri yönleri kontrol edebildikleri ve kendilerini bu bağlamda daha kolay ifade edebildikleri uygun bir ortam yaratmaktadır (Tiryaki, 2015). Özellikle ergenlik döneminde akran grupları ve arkadaşlık ilişkileri ön plana çıkmaktadır. Aidiyet ihtiyacı ergenler tarafından arkadaşlıklar ve akran grupları oluşturularak karşılanmaktadır. Akran gruplarının ve arkadaşlık ilişkilerinin gençlerin sosyal bağlantılarını güçlendirmede çok önemli bir rol oynadığı açıktır (Savcı & Aysan

2017, s. 210). Dijital cihazları kullanmadaki yeterlilik ve çevrimiçi olarak aşırı zaman harcamak, bireylerin mutlaka teknolojiyi etkili bir şekilde kullandıkları anlamına gelmemektedir. Dijital beceri boyutları ile eleştirel bakış açısının paralel olmaması nedeniyle gençlerin okuryazarlık becerilerinin yetersiz olduğu ifade edilmektedir (Onursoy, 2018). Dijital okuryazarlık her yaştaki bireyin olay ve olayları okumasına, anlamasına ve değerlendirmesine olanak sağlamaktadır (Koçyiğit, Kocaoğlu & Yıldız, 2024). Dijital okuryazarlık durumunun sosyal medya bağımlılığına etkisi ile ilgili Özseri ve Deli (2024) sporcu bireyler üzerine, Pamuk (2024) üniversite öğrencileri üzerine ve Şeyranlı (2022) öğretmen adayları üzerine çalışmalar yapmışlardır. Dijital okuryazarlık ile ilgili öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeylerinin araştırıldığı bazı çalışmalar (Gültekin & Özel, 2024; Altun & Yükseltürk, 2024; Aydoğdu, 2022; Öztürk, 2020; Talan, 2023) şeklinde belirlenmiştir. Öğretmenlerin dijital okuryazarlık düzeyini araştıran Şeyranlı (2022) ile Sarıkaya (2024) ve okuryazarlık becerileri ölçeğinin geliştirilme çalışması yapan Kalaycı (2023)'nin araştırmaları bulunmaktadır. Lazano (2024)'nin bireylerin sosyal medya bağımlılığını ele almada dijital okuryazarlığın önemini vurgulandığı çalışması, dijital okuryazarlık ve dijital bağımlılığı hemşire öğrenciler üzerinde inceleyen Yun Ra ve Ji Eun (2024)'in çalışmaları ve Kanadalı çocuklar üzerinde internet ve sosyal medya bilgisi ile dijital kullanımı araştıran Donella vd. (2024) 'in çalışmaları bulunmaktadır. Öğrenciler üzerinde dijital okuryazarlık yetkinliği araştırması yapan Arsyta (2024), lise öğrencilerinin sahip olduğu dijital okuryazarlık becerilerinin elverişli çevre ortamı tarafından desteklenmediği takdirde olumsuz gelişebileceğini savunan Putri (2024)'nin çalışmaları literatürde yerini almıştır. Pellegrino vd., (2022), geçmiş yıllara göre sosyal medya bağımlılık konusunda akademik çalışmaların arttığını tespit etmiştir. Khan ve Lin (2023) sosyal medyanın neden ve sonuçlarını incelerken, Saber vd., (2024), öğrencilerin internet bağımlılığının psikososyal sorunlarla ilişkisini incelemişler ve öğrencilerin hafif düzey bağımlı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Öğrenciler üzerinde sosyal medya bağımlılığının belirleyici özelliklerini araştıran Agu ve Aneke (2024) 'nin çalışmaları da dikkat çekmektedir. Bu araştırmalar doğrultusunda dijital okuryazarlık kavramının önemi ortaya çıkmakta, bu konunun yeterlilik ve eksiklik düzeyleri araştırmaya konusu olmaktadır. Özellikle öğrencilerin dijital becerilerinin geliştirilmesi dijital çağda çok daha önemli hale gelmektedir (Akman, 2024).

## 2. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmanın amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile dijital okuryazarlık arasındaki ilişkiyi lise öğrencileri özelinde ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, 2024-2025 eğitim-öğretim yılında Uşak ili Merkez ilçesindeki resmi meslek lisesi kurumundan farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören 381 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak amacıyla; araştırmacı tarafından geliştirilen Dijital Okuryazarlık Ölçeği ve Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeği kullanılmıştır. Ölçek izinleri ilgili uzmanlardan alınmıştır. Araştırmacı, araştırmanın detaylarını uygulama öncesinde öğrencilere anlatmıştır. Daha sonra öğrencilere anketler dağıtılmıştır. Öğrencilerle sınıflarda yüz yüze görüşülerek anketler yaptırılmıştır. Öğrencilerin, 18 yaş altı reşit olmaması durumundan dolayı MEB tarafından anket uygulama izinleri alınmış, gerekli veli onam formları velilerden toplanmış ve buna bağlı olarak öğrencilere anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. İzin vermeyen ve gönülsüz olduğunu ifade eden hiçbir veli ve öğrenci olmadığından dolayı anket verileri eksiksiz toplanmış ve toplamda 381 adet veri elde edilmiştir. Araştırma yalnızca, Uşak ili Merkez ilçesinde bulunan Fatih Sultan Mehmet Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi kurumu ile sınırlandırılmıştır. Çalışma bu haliyle sınırlılık oluşturmaktadır. Kurumda farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören 381 öğrenciye anket tekniği yöntemi uygulanmıştır. Araştırmanın verileri 2024 yılının Ekim ayında toplanmıştır. Araştırmada, Aylin Tutkun Ünal (2015) tarafından geliştirilen ve 20 maddeden oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği kullanılmıştır. Dijital Okuryazarlık Ölçeği ise Şenol Mail Pala (2020) ve Serkan Bayrakçı (2020) tarafından geliştirilen iki ayrı ölçek harmanlanarak kullanılmıştır. Ölçekler için gerekli izinler alınmış ve verilen onay ekte belirtilmiştir. Verilerin toplanmasında anket tekniği yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü 5 adet demografik sorulardan, ikinci bölümü dijital okuryazarlık ölçeğinden, üçüncü bölümü ise sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden oluşmaktadır. Bu ölçeklerin seçenekleri; (1. Kesinlikle katılmıyorum; 2. Katılmıyorum; 3. Kararsızım; 4. Katılıyorum ve 5. Kesinlikle katılıyorum) şeklinde 5'li Likert tipindedir. Araştırmada SPSS paket programı kullanılarak toplanan veriler ile ilk olarak katılımcıların demografik dağılımları analiz edilmiştir. Dijital okuryazarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve dijital okuryazarlık farkındalığı ile ilgili verilerin dağılımları yapılmıştır.

Katılımcıların dijital okuryazarlık farkındalığı ve sosyal medya bağımlılığı durumunun cinsiyet durumuna göre ne şekilde değişim gösterdiğini incelemek amacıyla t-testi kullanılmıştır. Yaş, öğrenim gördüğü sınıf, nette geçirilen ortalama vakit ve gelir durumlarına göre ise tek faktörlü varyans analizi (One-Way ANOVA) kullanılmıştır. Araştırma öncesi Etik kurul izni 05.06.2024 tarih ve 2024-135 sayılı karar ile alınmıştır.

Ankete katılan öğrencilerden elde edilen 'Reliability Statistics' verilerine göre; dijital okuryazarlık ölçeği için iç tutarlılık katsayısının  $\alpha=0,900$ , sosyal medya bağımlılığı ölçeği için iç tutarlılık katsayısının  $\alpha=0,900$  tespit edilmiştir. Burada 'Cronbach's Alpha' kabul edilebilir olması için  $>0,70$  değerinin görülmesi gerekmekte olup, bu araştırma için kullanılan ölçeklerin yüksek bir değerde olduğu görülmüş ve iç tutarlılık katsayılarına göre her iki ölçeğin de güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmanın dijital okuryazarlık ölçeği ve sosyal medya bağımlılık ölçeğine yönelik elde edilen faktör analizi değerleri ortaya konmuştur. Örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığını öğrenmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmış ve sonucunda elde edilen değerin  $0,5$  ten büyük çıktığı görülmüştür. Bu nedende örneklem büyüğü faktör analizi için yeterli varsayılmaktadır ( $KMO 0.870>0.5$ ).

### 3. Bulgular

Araştırmaya katılan lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık ve alt boyutlarına ait puanların cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturup oluşturmadığına ait tespit amacı taşıyan t testi sonuçları ile ilgili bulgular Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1 Dijital Okuryazarlığa Yönelik t Testi**

Alt Ölçek	Levene'nin Varyansların Eşitliği Testi		Ortalamaların eşitliği için t-testi							
	F	Sig.	T	Df	Önem Tek Taraflı p	Çift Taraflı p	Ortalama Fark	Hata Farkı	Farkın 95% Güven Aralığı	
									Daha Düşük	Daha Üst
Günlük	,243	,622	-3,668	379	,001	,001	-,38432	,10479	-,59036	-,17828
Kullanım			-3,650	338,883	,001	,001	-,38432	,10528	-,59141	-,17723
Gizlilik ve Güvenlik	,310	,578	-2,932	379	002	004	-,28047	,09566	-,46857	-,09237
Üretim	002	965	-2,915	337,358	002	004	-,28047	,09622	,46975	,09119
			-2,077	379	019	039	-,23818	,11470	,46371	-,01265
			-2,077	345,052	019	039	-,23818	,11469	,46375	-,01261
Etik ve Sorumluluk	038	845	-2,071	379	019	039	-,18511	,08936	,36081	-,00940
			-2,076	347,722	019	039	-,18511	,08916	,36046	,00975
Genel Bilgi	335	563	-1,928	379	027	055	-,18873	,09791	,38123	,00378
			-1,912	334,158	028	057	-,18873	,09871	,38291	,00545

\* $p<0,05$

Bağımsız örneklem testi, kadın ve erkek öğrencilerin dijital okuryazarlığı düzeylerini alt ölçeklerle incelemek ve farklarını ortaya koymak amacıyla kullanılmıştır. Tablo 1'de katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dijital okuryazarlık ve alt gruplarının (günlük kullanım, gizlilik ve güvenlik, üretim, etik ve sorumluluk, genel bilgi) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacı ile yapılan t testi sonuçları gösterilmiştir. t değerleri incelendiğinde katılımcıların cinsiyet gruplarına ait tüm boyutların p değerlerinin  $0,05$ 'ten büyük olması dolayısıyla ( $p>0,05$ ) anlamlı bir farklılık görülmediği tespit edilmiştir.

**Tablo 2 Dijital Okuryazarlığın Yaşa Göre Farklaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Günlük Kullanım	Gruplar Arası	2,336	3	,779	,737	,530
	Gruplar İçi	398,294	377	1,056		
	Toplam	400,631	380			
Gizlilik ve Güvenlik	Gruplar Arası	7,440	3	2,480	2,901	<b>,035</b>
	Gruplar İçi	322,323	377	,855		
	Toplam	329,763	380			
Üretim	Gruplar Arası	8,129	3	2,710	2,218	,086
	Gruplar İçi	460,685	377	1,222		
	Toplam	468,814	380			
Etik ve Sorumluluk	Gruplar Arası	4,092	3	1,364	1,834	,141
	Gruplar İçi	280,446	377	,744		
	Toplam	284,538	380			
Genel Bilgi	Gruplar Arası	2,589	3	,863	,961	,411
	Gruplar İçi	338,456	377	,898		
	Toplam	341,045	380			

Tablo 2’de katılımcıların yaş değişkenine göre dijital okuryazarlık ve alt gruplarının (günlük kullanım, gizlilik ve güvenlik, üretim, etik ve sorumluluk, genel bilgi) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA sonuçları gösterilmiştir. Sonuçlar incelendiğinde günlük kullanım boyutu (F=,737; p>0,05), üretim boyutu (F=2,218; p>0,05), etik ve sorumluluk boyutu (F=1,834; p>0,05), genel bilgi boyutu (F=,961; p>0,05) istatistiksel olarak tespit edilmiş olup anlamlı bir fark bulunamamasına rağmen; yalnızca gizlilik ve güvenlik alt boyutunda (F=2,901; p<0,05) anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir.

**Tablo 3 Dijital Okuryazarlığın Sınıfa Göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Günlük Kullanım	Gruplar Arası	,665	3	,222	,209	,890
	Gruplar İçi	399,965	377	1,061		
	Toplam	400,631	380			
Gizlilik ve Güvenlik	Gruplar Arası	5,907	3	1,969	2,292	,078
	Gruplar İçi	323,856	377	,859		
	Toplam	329,763	380			
Üretim	Gruplar Arası	6,634	3	2,211	1,804	,146
	Gruplar İçi	462,180	377	1,226		
	Toplam	468,814	380			
Etik ve Sorumluluk	Gruplar Arası	4,173	3	1,391	1,871	,134
	Gruplar İçi	280,365	377	,744		
	Toplam	284,538	380			
Genel Bilgi	Gruplar Arası	1,700	3	,567	,629	,596
	Gruplar İçi	339,346	377	,900		
	Toplam	341,045	380			

Tablo 3’te katılımcıların öğrenim görülen sınıf düzeyi değişkenine göre dijital okuryazarlık ve alt gruplarının (günlük kullanım, gizlilik ve güvenlik, üretim, etik ve sorumluluk, genel bilgi) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA sonuçları incelendiğinde katılımcıların öğrenim görülen sınıf düzeyine ait tüm boyutların p değerlerinin 0,05’ten büyük olması dolayısıyla (p>0,05) anlamlı bir farklılık görülmediği tespit edilmiştir.

**Tablo 4 Dijital Okuryazarlığın Aile Gelir Durumuna Göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
--	--	----	----	----	---	---



Günlük Kullanım	Gruplar Arası	4,882	3	1,627	1,550	,201
	Gruplar İçi	395,748	377	1,050		
	Toplam	400,631	380			
Gizlilik ve Güvenlik	Gruplar Arası	4,552	3	1,517	1,759	,155
	Gruplar İçi	325,210	377	,863		
	Toplam	329,763	380			
Üretim	Gruplar Arası	12,060	3	4,020	3,318	<b>,020</b>
	Gruplar İçi	456,755	377	1,212		
	Toplam	468,814	380			
Etik ve Sorumluluk	Gruplar Arası	6,063	3	2,021	2,736	<b>,043</b>
	Gruplar İçi	278,475	377	,739		
	Toplam	284,538	380			
Genel Bilgi	Gruplar Arası	4,234	3	1,411	1,580	,194
	Gruplar İçi	336,811	377	,893		
	Toplam	341,045	380			

Tablo 4'te katılımcıların aile gelir durumu değişkenine göre ANOVA sonuçları incelendiğinde günlük kullanım boyutu ( $F=1,550$ ;  $p>0,05$ ), gizlilik ve güvenlik boyutu ( $F=1,759$ ;  $p>0,05$ ) ve genel bilgi boyutları ( $F=1,580$ ;  $p>0,05$ ) arasında anlamlı bir farklılık oluşmamış olmasına rağmen; üretim boyutu ( $F=3,318$ ;  $p<0,05$ ) ile etik ve sorumluluk boyutunda ( $F=2,736$ ;  $p<0,05$ ) anlamlı bir farklılık görülmüştür.

**Tablo 5 Dijital Okuryazarlığın Nette Geçirdiği Ortalama Süreye Göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Günlük Kullanım	Gruplar Arası	11,507	4	2,877	2,780	<b>,027</b>
	Gruplar İçi	389,123	376	1,035		
	Toplam	400,631	380			
Gizlilik ve Güvenlik	Gruplar Arası	11,018	4	2,754	3,249	<b>,012</b>
	Gruplar İçi	318,745	376	,848		
	Toplam	329,763	380			
Üretim	Gruplar Arası	23,161	4	5,790	4,885	<b>&lt;,001</b>
	Gruplar İçi	445,654	376	1,185		
	Toplam	468,814	380			
Etik ve Sorumluluk	Gruplar Arası	10,070	4	2,518	3,449	<b>,009</b>
	Gruplar İçi	274,468	376	,730		
	Toplam	284,538	380			
Genel Bilgi	Gruplar Arası	24,153	4	6,038	7,165	<b>&lt;,001</b>
	Gruplar İçi	316,892	376	,843		
	Toplam	341,045	380			

Tablo 5'te katılımcıların nette geçirilen ortalama süre değişkenine göre dijital okuryazarlık ve alt gruplarının (günlük kullanım, gizlilik ve güvenlik, üretim, etik ve sorumluluk, genel bilgi) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacı ile yapılan ANOVA sonuçları incelendiğinde tüm boyutların p değerlerinin 0,05'ten küçük olması dolayısıyla anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p<0,5$ ).

**Tablo 6 Sosyal Medya Bağımlılığının Cinsiyete göre farklılaşmasına yönelik t Testi**  
Independent Samples Test

		Levene'nin Varyansların Eşitliği Testi		Ortalamaların eşitliği için t-testi						
		Sig.	Df	sig2	ortalama Fark	td. Hata Farkı	Farkın 95% güven aralığı			
							Daha düşük	Daha üst		
Meşguliyet	Eşit varyanslar varsayıldı	,723	030	960	379	338	08027	08364	-,08419	24473
	Eşit varyanslar varsayılmadı			943	321,047	,346	08027	08513	-,08722	24776
Duygu Durum Düzenleme	Eşit varyanslar varsayıldı	894	345	,531	379	127	15327	10014	-,04362	35017
	Eşit varyanslar varsayılmadı			,522	337,774	129	15327	10069	-,04479	35134
Tekrarlama	Eşit varyanslar varsayıldı	283	595	721	379	471	08474	11750	-,14628	31577
	Eşit varyanslar varsayılmadı			719	340,318	473	08474	,11792	-,14720	31668
Çatışma	Eşit varyanslar varsayıldı	,970	161	388	379	698	04374	11266	,17777	26525
	Eşit varyanslar varsayılmadı			384	329,919	701	04374	11394	-,1804	26789

\*p<0,05

Tablo 6'da katılımcıların cinsiyet değişkenine göre sosyal medya bağımlılık ve alt gruplarının (meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma) arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını tespit etmek amacı ile yapılan t testi sonuçları gösterilmiştir. t değerleri incelendiğinde katılımcıların cinsiyet gruplarına ait meşguliyet boyutunda p değerinin 0.05'ten küçük olması nedeniyle (p<0,05) anlamlı bir farklılık görülmüş ve diğer tüm boyutların p değerlerinin 0,05'ten büyük olması dolayısıyla (p>0,05) anlamlı bir farklılık görülmediği tespit edilmiştir.

**Tablo 7 Sosyal Medya Bağımlılığının Yaş Durumuna göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Meşguliyet	Gruplar Arası	4,244	5	,849	1,311	,259
	Gruplar İçi	242,849	375	,648		
	Toplam	247,093	380			
Duygu Durum Düzenleme	Gruplar Arası	11,115	5	2,223	2,421	,035
	Gruplar İçi	344,371	375	,918		
	Toplam	355,486	380			
Tekrarlama	Gruplar Arası	12,249	5	2,450	1,935	,088
	Gruplar İçi	474,834	375	1,266		
	Toplam	487,083	380			
Çatışma	Gruplar Arası	10,451	5	2,090	1,794	,113
	Gruplar İçi	436,916	375	1,165		

		KT	SD	KO	F	P
Meşguliyet	Gruplar Arası	4,244	5	,849	1,311	,259
	Gruplar İçi	242,849	375	,648		
	Toplam	247,093	380			
Duygu Durum Düzenleme	Gruplar Arası	11,115	5	2,223	2,421	,035
	Gruplar İçi	344,371	375	,918		
	Toplam	355,486	380			
Tekrarlama	Gruplar Arası	12,249	5	2,450	1,935	,088
	Gruplar İçi	474,834	375	1,266		
	Toplam	487,083	380			
Çatışma	Gruplar Arası	10,451	5	2,090	1,794	,113
	Gruplar İçi	436,916	375	1,165		
	Toplam	447,366	380			

Tablo 7’de katılımcıların yaş değişkenine göre sosyal medya bağımlılığına aile ANOVA sonuçları incelendiğinde meşguliyet boyutu (F=1,311; p>0,05), üretim boyutu (F=2,218; p>0,05), tekrarlama boyutu (F=1,935; p>0,05), çatışma boyutu (F=1,794; p>0,05) istatistiksel olarak tespit edilmiş olup anlamlı bir fark bulunamamasına rağmen; yalnızca duygu durum düzenleme boyutunda (F=2,421; p<0,05) anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir.

**Tablo 8 Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrenim Gördüğü Sınıfa göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Meşguliyet	Gruplar Arası	1,580	3	,527	,809	,490
	Gruplar İçi	245,513	377	,651		
	Toplam	247,093	380			
Duygu Durum Düzenleme	Gruplar Arası	3,299	3	1,100	1,177	,318
	Gruplar İçi	352,187	377	,934		
	Toplam	355,486	380			
Tekrarlama	Gruplar Arası	4,943	3	1,648	1,288	,278
	Gruplar İçi	482,140	377	1,279		
	Toplam	487,083	380			

Çatışma	Gruplar Arası	3,860	3	1,28 7	1,09 4	,35 2
	Gruplar İçi	443,50 7	37 7	1,17 6		
	Toplam	447,36 6	38 0			

Tablo 8’de katılımcıların öğrenim gördüğü sınıf değişkenine göre sosyal medya bağımlılığına ait ANOVA sonuçları incelendiğinde tüm alt boyutların p değerinin 0,05’ten büyük olması sebebiyle tüm boyutlarda anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 9 Sosyal Medya Bağımlılığının Aile Gelir Durumuna göre göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Meşguliyet	Gruplar Arası	,498	2	,249	,38 2	,68 3
	Gruplar İçi	246,59 5	37 8	,652		
	Toplam	247,09 3	38 0			
Duygu Durum Düzenleme	Gruplar Arası	,170	2	,085	,09 0	,91 4
	Gruplar İçi	355,31 6	37 8	,940		
	Toplam	355,48 6	38 0			
Tekrarlama	Gruplar Arası	1,342	2	,671	,52 2	,59 4
	Gruplar İçi	485,74 1	37 8	1,28 5		
	Toplam	487,08 3	38 0			
Çatışma	Gruplar Arası	,759	2	,380	,32 1	,72 5
	Gruplar İçi	446,60 7	37 8	1,18 2		
	Toplam	447,36 6	38 0			

Tablo 9’da katılımcıların aile gelir durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılığına ait ANOVA sonuçları incelendiğinde; p değerinin 0,05’ten büyük olması sebebiyle tüm boyutlarda anlamlı bir fark bulunamamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 10 Sosyal Medya Bağımlılığının Nette Geçirdiği Ortalama Süreye göre Farklılaşmasına Yönelik ANOVA Testi**

		KT	SD	KO	F	P
Meşguliyet	Gruplar Arası	1,069	4	,267	,40 8	,80 3
	Gruplar İçi	246,02 5	37 6	,654		
	Toplam	247,09 3	38 0			
Duygu Durum	Gruplar Arası	,315	4	,079	,08 3	,98 8

Düzenleme	Gruplar İçi	355,17 1	37 6	,945		
	Toplam	355,48 6	38 0			
Tekrarlama	Gruplar Arası	1,156	4	,289	,22 4	,92 5
	Gruplar İçi	485,92 7	37 6	1,29 2		
	Toplam	487,08 3	38 0			
Çatışma	Gruplar Arası	2,683	4	,671	,56 7	,68 7
	Gruplar İçi	444,68 4	37 6	1,18 3		
	Toplam	447,36 6	38 0			

Tablo 10’da katılımcıların nette geçirilen ortalama vakit değişkenine göre sosyal medya bağımlılığına ait ANOVA sonuçları incelendiğinde; p değerinin 0,05’ten büyük olması sebebiyle tüm boyutlarda anlamlı bir fark bulunamamıştır (p>0,05).

**Tablo 11 Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Dijital Okuryazarlık Düzeyine İlişkin Korelasyon Analizi**  
Correlations

		Meşguliyet	Duygu durumu	Tekrarlama	Çatışma	Günlük kullanım	Gizlilik	Üretim	Etik ve sorumluluk	Genel bilgi	Sosyal medya bağımlılığı	Dijital okuryazarlık
Sosyal medya bağımlılığı	Pearson Correlation	883**	895**	802**	864**	814**	917**	535**	904**	772**		213**
Meşguliyet	Pearson Correlation		666**	552**	615**	839**	699**	766**	661**	748**	883**	148**
Duygu durumu	Pearson Correlation	666**		743**	746**	654**	843**	339**	889**	700**	895**	182**
Tekrarlama	Pearson Correlation	552**	743**		739**	588**	835**	193**	852**	483**	802**	217**
Çatışma	Pearson Correlation	615**	746**	739**		621**	900**	248**	854**	620**	864**	237**
Dijital okuryazarlık	Pearson Correlation	148**	182**	217**	237**	209**	231**	017	240**	070	213**	
Günlük kullanım	Pearson Correlation	839**	654**	588**	621**		686**	419**	667**	562**	814**	209**
Gizlilik	Pearson Correlation	699**	843**	835**	900**	686**		294**	865**	602**	917**	231**
Üretim	Pearson Correlation	766**	339**	193**	248**	419**	294**		253**	538**	535**	017
Etik ve sorumluluk	Pearson Correlation	661**	889**	852**	854**	667**	865**	253**		559**	904**	240**
Genel bilgi	Pearson Correlation	748**	700**	483**	620**	562**	602**	538**	559**		772**	070

\*p<0,05  
\*\*p<0,01

Tablo 11’de korelasyon analizi sonucunda çıkan bulgular gösterilmiştir. Pearson korelasyon testi sosyal medya bağımlılığı ve dijital okuryazarlık düzeylerine yönelik ölçekler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; katılımcıların dijital okuryazarlık düzeyi

ortalamaları ile sosyal medya bağımlılığına yönelik tutum ortalamaları arasında (0,45) orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

## Sonuç

Eğitim hayatında öğrencilerin akademik olarak tüm işlerini dijital ortamlarda halletmeleri teknoloji bağımlılığı durumuna zemin hazırlamakta ve okuryazarlık düzeyi artan öğrenciler sosyal medyayı daha iyi kullandığından bağımlılık seviyesine zamanla ulaşabilmektedirler. Bu çalışmanın amacı lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile dijital okuryazarlığı arasındaki ilişkisini incelemektir. Bir lisede öğrenim gören 381 öğrenciye anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler ile değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Katılımcıların demografik durumlarına ait gruplardaki farklılıkları incelemek amacıyla t testi ve ANOVA analizleri kullanılmıştır.

Öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre dijital okuryazarlık düzeyleri arasında t testi sonucunda; tüm alt boyutlarda anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Yontar (2019) çalışmasında erkek katılımcılarda dijital okuryazarlığı yüksek bulurken, Eğri (2024), kadın katılımcılarda daha yüksek olarak tespit etmiştir. Öğrencilerin yaşlarına göre ANOVA testinde cinsiyet durumunun gizlilik ve güvenlik alt boyutunda anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiş ve diğer tüm boyutlarda anlamlı fark görülmemiştir. 14 ve 15 yaş öğrencilerinin üst yaş grubuna göre gizlilik ve güvenlik düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür. Kadın erkek ayrımı yapmaksızın tüm yaştaki öğrencilerin teknolojiyle iç içe olması dolayısıyla, diğer tüm boyutlarda farklılık görülmezken gizlilik ve güvenlik boyutunda farklılık görülmesinin sebeplerinden biri; küçük yaşta olan öğrencilerin bilişsel ve ahlaki gelişimine uygun dijital oyunların ve içeriklerin ayırt edilememesi ve dijital ortamda etik ve yasal sorumlulukların farkına varılamaması gibi yetersiz bilgidir kaynaklanabilir. Yaşı büyük olan öğrencilerin teknoloji ile daha fazla vakit geçirmeleri ve teknoloji geçmişlerinin daha fazla olması sebebiyle gizlilik ve güvenliğe daha fazla dikkat etmeleri tecrübe yoluyla kazanılarak elde edilmiş olabilmektedir. Eğri (2024), çalışmasında dijital okuryazarlığın yaşa göre değişmediği sonucuna ulaşırken, Yılmaz vd., (2019) yaş faktörünün dijital okuryazarlık düzeyine etkilediğini tespit etmişlerdir. Öğrencilerin eğitim seviyesi değişkenine göre dijital okuryazarlık düzeyleri arasında ANOVA testi sonucunda tüm alt boyutlarda anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Gültekin ve Özel (2024), lisansüstünde dijital okuryazarlık düzeylerinin ön lisans öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu tespit ederlerken, Kozan ve Özek (2019), dijital okuryazarlık düzeyini sınıf değişkeni ile doğru orantılı olduğu sonucuna varmışlardır. Uyar ve Karakuyu (2020), bu araştırma sonuçlarının aksine sınıf seviyelerinin dijital okuryazarlığa etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Öğrencilerin aile gelir durumu değişkenine göre dijital okuryazarlık düzeyleri arasında ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda yalnızca üretim ve etik sorumluluk boyutunda anlamlı bir farklılık görülmüştür. Bu durumun, aile gelir seviyesi düşük olan öğrencilerin yüksek olan öğrencilere oranla daha az teknolojik aletlere sahip olması ve bu nedenle teknolojik imkânlardan yararlanan daha üst gelirli öğrencilere göre dijital okuryazarlık durumunu geliştirememesi olarak yorumlanabilir. Benzer çalışmada Öztürk (2020) ve Çelik (2020) dijital okuryazarlık düzeyinin aile gelir durumu üzerinde anlamlı bir fark tespit etmişler, Arık ve Kıyıcı (2019) ise bu çalışmaların aksine lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyinde aile gelir durumunun etkisi olmadığını ortaya koymuşlardır. Öğrencilerin nette geçirdikleri ortalama süre değişkenine göre dijital okuryazarlık düzeyleri arasında ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Dijital okuryazarlığın tüm boyutlarında anlamlı bir farklılığın bulunduğu çalışmada, öğrencilerin internet ortamında geçirdiği süre arttıkça dijital okuryazarlık düzeylerinin olumlu yönde arttığı, internet ortamında geçirdikleri süre azaldıkça dijital okuryazarlık düzeylerinde azalma olduğu söylenebilmektedir. Çevrimiçi ortamlarda sıklıkla vakit geçiren öğrencilerin dijital anlamda teknik ve bilgi düzeyi, dijital güvenlik ve genel dijital bilgi açısından kendilerini geliştirmekte olduğu ve bu bağlamda dijital okuryazarlığa daha yatkın olabildiği yorumu yapılabilir. Benzer çalışmada Ayık (2024) ve Sarıkaya (2024) dijital okuryazarlık düzeyi üzerine yaptığı çalışmada, dijital okuryazarlık düzeylerinin internet ortamında geçirilen süre ile aynı oranda arttığı sonucuna ulaşmıştır. Kosdak (2022) yapmış olduğu çalışmada dijital okuryazarlık ile internet ortamında geçirilen vakit arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı farklı olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan t testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Benzer çalışmada Çömlekçi ve Başol (2019) aynı sonuca ulaşmışlardır. Balcı ve Gölcü (2013) kadınların erkeklere oranla sosyal medyada daha çok iletişimde olduğu, Yılmaz ve Aydoğan (2024) kadınların bağımlılık ve sürekli kaygı seviyelerinin erkeklerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Öğrencilerin yaş değişkenine göre sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında ilişkiyi tespit etmek amacıyla ANOVA testi sonucunda anlamlı bir fark bulunmamasına rağmen yalnızca duygu durum düzenleme alt boyutunda bir farklılık görülmüştür. 14 ve 15 yaşındaki öğrencilerin 16 ve 17 yaşındaki öğrencilere oranla kişisel problemleri unutmak, duygusal anlamda sosyal medyadan daha fazla destek almak ve yalnızlığı gidermek konusunda sosyal medyada daha fazla vakit geçirdikleri varyans analizleri sonucunda tespit edilmiştir. Bu durumdan hareketle; lise öğrencilerinin yaşları arttıkça sosyal medyanın duyguları yönlendirme seviyesinin azaldığı ve öğrenciler tarafından kontrol edilebildiği görülmektedir şeklinde değerlendirilebilir. Bayrak vd. (2024) Z kuşağının sosyal medya bağımlılıklarını incelemeye yönelik yaptığı çalışmada küçük yaş grubundaki bireylerin diğer yaş gruplarına kıyasla bağımlı düzeyi olduğunu ve sosyal medyadan daha fazla etkilendiklerini ortaya koymuştur. Gökel vd. (2024) yaptığı çalışmada katılımcıların yaş düzeyi arttıkça sosyal medya olan bağlılığın ve akademik ertelemenin azaldığını tespit etmiştir. Kılıç ve Koç (2024) çalışmalarında sosyal medya bağımlılığında yaş faktörünün düzenleyici bir role sahip olmadığını tespit etmişlerdir. Öğrencilerin eğitim/sınıf seviyesi değişkenine göre ve aile gelir durumu değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Özdemir (2019) ve Kurt (2024) yaptıkları çalışmada sınıf düzeyi değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı düzeyi arasında anlamlı bir fark elde edememişlerdir. Yılman (2021), lise öğrencileri üzerinde sadece çatışma alt boyutunda anlamlı bir farklılık tespit etmiş ve 9 ve 10. Sınıf öğrencilerinin üst seviye öğrencilere göre bağımlılık puanlarının fazla olduğunu savunmuştur. Argın (2013) ve Çetinkaya (2013) çalışmalarında aile gelir durumu ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yılman (2021) düşük aile gelirine sahip öğrencilerin, sosyal medya bağımlılık puanlarını daha az bulmuş ve çalışmada anlamlı farklılık tespit etmiştir. Öğrencilerin internet ortamında geçirdikleri ortalama vakit değişkenine göre sosyal medya bağımlılığı düzeyleri arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Sezgin vd. (2024) ile Sezgin (2023) lise öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin günlük ortalama internet kullanımını açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşmışlar ve internet kullanımına fazlaca vakit ayıran öğrencilerin bağımlılıklarının da arttığını savunmuşlardır. Kaya (2018), dijital ortamda geçirilen vaktin sosyal medya bağımlılığını etkileyebildiğini ve bağımlılığın internet kullanım amacına göre değişebildiğini belirlemiştir.

Çalışma sonucunda dijital okuryazarlık ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarında atacağı ya da okuryazarlık düzeyleri azaldıkça sosyal medya bağımlılığına yönelik tutumlarında az olacağı anlamına geldiği ifade edilebilir. Benzer çalışmayı yapan Pamuk (2024), öğrencilerin dijital okuryazarlık düzeyinin artmasıyla sosyal medya bağımlılığında artış olduğu sonucuna varmıştır. Özsarı ve Deli (2024), dijital okuryazarlığın dijital bağımlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Şeyranlı (2022) öğretmen adaylarına yaptığı çalışmada dijital okuryazarlık düzeyi fazla olan kişilerin sosyal medya platformlarında daha sık vakit geçirdiğini ve bu durumun bağımlılık durumunu arttırdığını ortaya koymuştur. Sonuç olarak öğrencilerin sosyal ve akademik anlamda tüm işlerini dijital anlamda yürütmeleri, yüksek düzeyde teknoloji bağımlılık durumlarına zemin hazırlamıştır. Dijital okuryazarlık düzeyi artan öğrenciler sosyal medyayı da daha iyi kullanmakta ve sosyal medyayı daha iyi kullanan öğrenciler bağımlılık seviyesine de zamanla ulaşmaktadır. Günümüzde öğrenciler internete mobil cihazları üzerinden rahatlıkla ulaşabilmektedir. Sosyal medya platformlarını yoğun şekilde kullanmaları, sosyal medya araçlarını kullanma sıklığının artmasına yol açmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya platformlarıyla daha sık etkileşimde bulunmaları bağımlılığı arttırmakta, zararlı sosyal ve duygusal sonuçlara yol açabilmektedir. Bu bağlamda çalışmamızın önerisi olarak; aşırı sosyal medya kullanımının zararlı sonuçları ışığındaki bilgiler öğrencilerle paylaşılabilir. Öğrencilerin sosyal medya kullanımının sınırlandırılması konusunda planlama yaparken, sadece önleyici tedbirlere odaklanmak yerine sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanmak gerektiği bilgi ve yetisi

öğrencilere kazandırılabilir. Öğrencilerin internet ve sosyal medya araçlarını kullanma süreleri sınırlılıklarını değerlendirmek için veli iş birliği ile farkındalık seminerleri düzenlenebilir ve dijital okuryazarlık tanıtımı kapsamında sosyal medya kullanımı bağdaştırılabilir.

### Kaynakça

- Akman, A. (2024). Dijital okuryazarlık becerilerine ilişkin öğrenci algıları. *Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 538-561.
- Agu, S. A., & Aneke, A. B. (2024). Self-control and personality characteristics as predictors of social media addiction among University students. *African Journal For the Psychological Studies of Social Issues*, 27(3), 2024.
- Altun, O., & Yükseltürk, E. (2024). Lise öğrencilerinin dijital okuryazarlık ve siber güvenlik farkındalıklarının incelenmesi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 321-346.
- Andreassen, C.S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale, *Psychological Reports*, 110 (2), 501-517.
- Argın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi: Çekmeköy örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi.
- Arık, K., & Kıyıcı, M. (2019). Lise öğrencilerinin sayısal okuryazarlık becerilerinin belirlenmesi: Hendek örneği. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 9(1), 48-67.
- Arsyta, N. F. (2024). The correlation between students digital literacy competence and their reading comprehension of the ninth grade at smpn 1 bandar sribhawono in the academic Year. Tarbiyah and Teacher Training Faculty. State Islamic University Raden İntan Lampung, 1445 H/2024.
- Aydoğdu, Ö. U. (2002). *Ortaokul öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi
- Ayık, A. (2024). *Sınıf öğretmenlerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ile siber zorbalığa ilişkin duyarlılıkları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi.
- Balcı, Ş. ve Tiryaki, S. (2014). Facebook addiction among high school students in Turkey, *IISES- The International Institute of Social and Economic Sciences: Vienna 10th Academic Conference*, Vienna, Austria, June 3-6, 2014, pp.120-134.
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). Türkiye’de üniversite öğrencileri arasında Facebook bağımlılığı: Selçuk Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 34, 255-278.
- Bayrak, A., Koçyiğit, M., Aksu, H. S., & Koçyiğit, A. (2024). Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ve sosyotelist davranış ilişkisi: Konya örneği. *Akdeniz İletişim*, 46, 115-132.
- Baydarman, M.N. (2019). *Sosyal medya bağımlılığının ergenlerde dini tutum ve davranışlarla ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çağlayan, M.T., & Arslantaş, H. (2023). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığını etkileyen faktörler ve sosyal medya bağımlılığının depresyon ve gelişmeleri kaçırma korkusu ile ilişkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(3), 334-348.
- Çelik, H. (2020). *Ortaokul öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi.
- Çetin, E. (2009). Sosyal iletişim ağları ve gençlik: Facebook örneği. I. Uluslararası Davraz Kongresi, 24-27 Eylül 2009. Süleyman Demirel Üniversitesi. Isparta.
- Çetinkaya, M. (2013). *İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi.



- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 176-183. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Donelle, L., Facca, D., Burke, S., Hiebert, B., Bender, E., & Ling, S. (2021). Exploring Canadian children's social media use, digital literacy, and quality of life: Pilot cross-sectional survey study. *JMIR Form Res*, 5(5): e18771.
- Eğri, M. (2024). *Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ile bilişim etiği tutumları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi.
- Gökel, Ö., Keklik, Ö., & Dağ, B. (2024). Üniversite öğrencilerindeki akademik erteleme davranışlarının sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu ile ilişkisi. *Sosyolojik Düşün*, 9(3), 363-41.
- Gültekin, V. & Özel, N. (2024). Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık becerileri: Ankara Üniversitesi örneği. *DTCF Dergisi*, 64(1), 384-420. <https://doi.org/10.33171/dtcfjournal.2024.64.1.16>
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması iletişim. *Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Kalaycı, R. (2023). *21. Yüzyıl dijital okuryazarlık becerileri ölçeğinin geliştirilmesi, geçerlik ve güvenirlik çalışması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi.
- Karakuş, M., Balcı E. V. & Tiryaki, S. (2024). “Sosyal medya bağımlılığı” ile ilgili çalışmaların incelenmesi: Bir bibliyometrik analiz. *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, 6(1), 84-92.
- Kaya, G. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ve internet kullanım amaçları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi.
- Khan, M. M., & Lin, T. (2023). Causes and consequences of social media addiction-literature review. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/376686712\\_Causes\\_and\\_Consequences\\_of\\_Social\\_Media\\_Addiction\\_-\\_Literature\\_Review?channel=doi&linkId=6583fba90bb2c7472bfbefbd&showFulltext=true](https://www.researchgate.net/publication/376686712_Causes_and_Consequences_of_Social_Media_Addiction_-_Literature_Review?channel=doi&linkId=6583fba90bb2c7472bfbefbd&showFulltext=true)
- Kılıç, D. M., & Koç, Z. (2024). Ergenlerin bağlanma stilleri ile sosyal medya bağımlılık durumları arasındaki ilişkide duyu düzenleme yöntemleri ve bazı değişkenlerin düzenleyicilik rolünün incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22(1), 239-266. <https://doi.org/10.37217/tebd.1287439>
- Koçyiğit, N., Kocaoğlu, M., & Yıldız, E. (2024). Sosyal medya kullanımı ve dijital okuryazarlık: 6 Şubat depremleri temalı Twitter paylaşımları örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 62, 227-238. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1399206>
- Kosdak, E. (2022). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin dijital okuryazarlık düzeyleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Kozan, M., & Özek, M. (2019). BÖTE bölümü öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri ve siber zorbalığa ilişkin duyarlılıklarının incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 107-120. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.538657>
- Kurt, R. T. (2024). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve şiddet eğilimi ilişkisi: Spor Lisesi öğrencileri üzerine bir çalışma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi.

- Lozano, D. P., & Espinosa, F. S. (2024). Social media addiction: Challenges and strategies to promote media literacy. In J. Višňovský & J. Majerová (Eds.), *Social media and modern society - How social media are changing the way we interact with the world around*. IntechOpen.
- Onursoy, S. (2018). Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 989-1013. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.422671>
- Öcal, S. (2024). Üniversite tercihlerinde dijital okuryazarlığın ve sosyal medyanın rolü. *Ahi Evran Akademi*, 5(1), 34-47.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105>
- Öztürk, Y. (2020). *Dijital okuryazarlık hakkında lise öğrencilerinin kendilerine ve anne- babalarına yönelik görüşleri: Kırıkkale ili örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi.
- Özsarı, A., & Deli, Ş. C. (2023). Dijital okuryazarlık ve dijital bağımlılık ilişkisi: Hokey sporcuları araştırması. *The Online Journal Of Recreation And Sports*, 12(4), 491-501. <https://doi.org/10.22282/tojras.1283899>
- Pamuk, Z. (2024). *Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi.
- Pellegrino, A., Stasi, A., & Bhatiasavi, V. (2022). Research trends in social media addiction and problematic social media use: A bibliometric analysis. *Front Psychiatry*, 10(13), 1017506.
- Putri, M. S. (2024). Exploring digital literacy among high school students: The role of environment assistance. *Journal Education And Development*, 12(2), 140-145.
- Saber A. F., Masih, S., Karimirad, M. R., Sharifi, F., & Manookian, A. (2024). The relationship between internet addiction, sleep quality, and pysco-social problems among secondary students in Erbil. Wiley Periodicals LLC, Public health, 1-10.
- Sarıkaya, B. (2024). Türkçe öğretmenlerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 212-229. <https://doi.org/10.33711/yyuefd.1415874>
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağımlılık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağımlılığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30, 202-216.
- Sezgin, A. K., Anuştekin M. N., & Nas, E. (2024). Lise öğrencilerinde hayatın anlamı, merhamet ve sosyal medya bağımlılığının incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 45, 133-155.
- Sezgin, A. K. (2023). *Lise öğrencilerinin internet bağımlılığı, maneviyat ve iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi.
- Soykan, C. ve Tutgun-Ünal, A. (2015). A comparative study of facebook addiction among generations. 9. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Afyon.
- Şeyranlı, B. (2022). *Türkçe öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ile dijital okuryazarlıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Talan, T. (2023). Üniversite öğrencilerinin dijital okuryazarlık durumlarının incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 55-59.
- Terzi, O., & İşli, A. G. (2020). Dijitalleşen dünyada dijital okuryazarlık: Banka müşterileri üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 50-67.

- Tiryaki, S. (2015). *Toplumsal yaşamda Facebook bağımlılığı: Konya örneğinde bir saha araştırması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Tutgun Ünal, A., & Bozkurt, V. (2020). Sosyal medya bağımlılığı belirtileri üzerine etki eden faktörler (ss.193-223). *Bilişim Teknolojileri ve İletişim, Birey ve Toplum Güvenliği*. (Ed. M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut, M. Doğrul). Türkiye Bilimler Akademisi. Ankara.
- Tutgun Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2 / Bahar 2019, 50-55.
- Uyar, A., & Karakuyu, A. (2020). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin e-öğrenmeye yönelik hazırbulunuşlukları. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(60), 2904-2914. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2119>
- Uysal, S. (2013). *Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi.
- Yılman, M. A. (2020). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çağ Üniversitesi.
- Yılmaz, A., Kaya, M., Akca N., & Sönmez, S. (2019). Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi. 3. Uluslararası 13. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi, 10-13 Ekim 2019, Sakarya. 287-297.
- Yılmaz, Ş., & Aydoğan, D. (2024). Algılanan sosyal destek ve genel aidiyet düzeyinin sosyal medya bağımlılığı üzerine etkisinin incelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 305-329.
- Yontar, A. (2019). Öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeyleri. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 7(4), 815-824. <https://doi.org/10.16916/aded.593579>
- Yun Ra, H., & Jie Eun, L. (2024). Effects of metacognition, digital literacy and digital addiction on academic achievement among nursing students. *The Journal Of The Convergence On Culture Technology*, 10(5), 89-97.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites, *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 13, 173-177.

Bu çalışma **intihal tespit programlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detect softwares and no plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması gereken kurallara uyulmuştur.

In this study the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Makale iki yazar tarafından yazılmıştır. Her yazarın katkısı eşit düzeydedir.

The article was written by two authors. The contribution of each author is equal.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile **çıkar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.

Kitap İncelemesi | Book Review

## Bir Sosyal Medya Tartışması: Sosyal Medyanın Sosyal, Psikolojik ve Kültürel Etkileri

### The Social Media Debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media

Ersel KİRAZ (Dr.)

ORCID ID: 0000-0002-7627-998X

Bursa Teknik Üniversitesi

ersel.kiraz@btu.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 12.11.2024  
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 30.12.2024  
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 31.12.2024

Kiraz, E. (2023). Bir Sosyal Medya Tartışması: Sosyal Medyanın Sosyal, Psikolojik ve Kültürel Etkileri. *SDÜ İfade Dergisi*, 6(2), ss. 111-116.

2022 yılında yayınlanan “*The Social Media Debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media*” başlıklı kitap 14 farklı bölümden oluşmakta ve sosyal medyayı “Sosyal, Psikolojik ve Kültürel Etkiler” çerçevesinde incelemektedir. “*The Social Media Debate: Unpacking the Social, Psychological, and Cultural Effects of Social Media*”, sosyal medyanın bireyler ve toplum üzerindeki çok yönlü etkilerini derinlemesine ele alan bilimsel bir çalışma. Editör Devan Rosen ve alanında uzman diğer yazarlar, sosyal medyanın sosyokültürel dinamikler, ruh sağlığı, bilgi kirliliği, veri gizliliği ve marjinal topluluklar üzerindeki etkilerini inceliyor. Kitap, sosyal medya platformlarının bireylerin davranışlarını ve toplumdaki güç ilişkilerini nasıl şekillendirdiğini çeşitli perspektiflerden analiz ederken, sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz yönlerine dair dengeli bir bakış açısı sunuyor. Sosyal medyanın bireysellik, demokratik süreçler ve dijital haklar üzerindeki karmaşık etkilerini bilimsel bir titizlikle irdeleyen bu kitap, dijital çağda toplumsal yapıları ve bireysel davranışları anlamak isteyen herkes için değerli bir kaynak niteliğinde.

Kitap sosyal medya etkilerini anlamada yeni bir yaklaşım getiriyor ve yazarların metodolojileri dikkat çekici bir unsur olarak öne çıkıyor. Her bölüm, sosyal medya fenomenlerini farklı açılardan ele alarak geniş bir analiz yelpazesi sunuyor. Yazarlar, sosyal medya kullanımının sonuçlarını anlamak için yalnızca yüzeydeki etkileri değil, daha derin, bağlama özgü faktörleri araştırıyor. Kitabın metodolojik yeniliği, bireysel deneyimleri sosyal, psikolojik ve kültürel bağlamlarda ele alması ve çok disiplinli bir yaklaşım sergilemesiyle kendini gösteriyor. Bu metodolojik derinlik, sosyal medyanın bireyler ve toplum üzerindeki etkilerinin kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunuyor ve kitabı benzer çalışmalar arasında özgün kılıyor.

Kitabın güçlü yönlerine bakmak gerekirse, çalışma sosyal medyanın etkilerini çok yönlü ele alıyor ve bunu okuyucuya geniş bir bakış açısıyla sunabiliyor. Örneğin, kitap yalnızca sosyal medyanın insan psikolojisi üzerindeki etkilerini incelemekle kalmıyor, aynı zamanda bilgi kirliliği, gözetim kapitalizmi ve ötekileştirilmiş gruplara yönelik ayrımcılık gibi konuları da masaya yatırıyor. Bu çeşitlilik, okuyucunun sosyal medyanın yalnızca bireysel değil, toplumsal etkilerini de anlamasını sağlıyor. Kitabın diğer bir önemli bir avantajı ise akademik ve popüler içeriği dengeli bir şekilde sunmasıdır. Bilimsel temellere dayalı veriler ve analizler, sade bir dil ile aktarılmış ve bu sayede farklı bilgi seviyelerindeki okuyucuların anlayabileceği bir metin oluşturulmuş. Bunun yanı sıra çalışmanın genel anlamda sosyal medyanın etkilerini hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle ele alan tarafsız yaklaşımı,

okuyucuların kendi çıkarımlarını yapabilmesine olanak tanımaktadır<sup>1</sup>. Kitabın güncelliği de güçlü bir yön olarak öne çıkmaktadır. Dijital yerliler ve Z kuşağı gibi günümüz toplumu açısından önemli olan grupların sosyal medya kullanımına dair örnekler ve analizler içermesi, günümüze uygun bir perspektif sunmaktadır. Bununla birlikte, kitapta yer alan geniş referans ve kaynak ağı, konuyu derinlemesine incelemek isteyen okuyucular için değerli bir rehber niteliği taşıyor diyebiliriz.

Çalışmanın zayıf yönlerine geldiğimizde ise, kitap bazı bölümler açısından metodolojik olarak daha derinlemesine araştırma gerektirmektedir. Bazı okuyucular, örneğin sosyal medya algoritmalarının etkilerine dair daha fazla nicel veri veya istatistiksel analiz görmek isteyebilir. Bunun yanı sıra eserin zayıf yönlerinden bir diğeri ise, bazı eleştirilerinin yüzeysel kalmasıdır<sup>2</sup>. Özellikle sosyal medyanın uzun vadeli psikolojik etkilerine dair daha derinlemesine analizler beklenebilir. Kitapta, sosyal medyanın bireyler ve toplumlar üzerindeki etkilerine dair kapsamlı bir tartışma sunulmasına rağmen, bu etkilerin zaman içerisindeki değişimine dair verilerin eksikliği de dikkat çekmektedir. Bir diğer eleştiri yapmak gerekir ise kitap, sosyal medya fenomenlerinin evrensel geçerliliğini tam anlamıyla yansıtamamaktadır. Özellikle sosyal medyanın farklı kültürel ve sosyo-ekonomik gruplar üzerindeki etkilerinin detaylı bir şekilde ele alınmaması, eserin global bağlamda daha geniş bir okuyucu kitlesine hitap etme potansiyelini azaltmaktadır. Sosyal medyanın teknolojik altyapısına ve algoritmaların toplumsal etkilerine dair daha fazla bilgiye yer verilmemesi de bir diğer eksiklik olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, sosyal medya etkileriyle başa çıkmaya yönelik somut öneriler ve çözümler konusunda eserin yetersiz olduğu görülmektedir. Özellikle, bireylerin ve toplumların bu etkilerden korunması veya faydalanması adına önerilen stratejilerin daha derinlemesine ve uygulanabilir bir şekilde ele alınması beklenebilirdi. Bu anlamda kitabın genel okuyuculara yönelik anlaşılabilirliği, bir avantaj olmakla birlikte, ileri düzey okuyucular için yeterince teknik veya detaylı bulunmayabilir.

Kitabın birinci bölümü olan *Introduction: The Rise of a New Media Paradigm* (Yeni Bir Medya Paradigmasının Yükselişi) Devan Rosen tarafından kaleme alınmış. Bu bölümde, sosyal medya platformlarının tarihsel gelişimi, modern toplum üzerindeki etkileri ve beraberinde getirdiği dönüşümler detaylandırılmış. Rosen, internetin ilk günlerinden başlayarak, sosyal etkileşimde yeni bir dönem başlatan sosyal medya platformlarının evrimini inceliyor. İlk olarak 1980'lerin başlarında ortaya çıkan

---

<sup>1</sup> Kitap, sosyal medyanın etkilerini hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle ele alan tarafsız yaklaşımını, farklı temalar üzerinden örneklendirerek ortaya koymaktadır. Örneğin, sosyal medyanın bireylerin bilgiye erişimini artırdığına dair olumlu etkiler tartışılırken, platformların bilgiye erişimi hızlandırdığı ve bireylerin küresel olaylara dair farkındalığını artırdığına dair örnekler sunulmaktadır. Bu bağlamda, Arap Baharı sırasında sosyal medyanın toplumsal hareketleri organize etmede oynadığı rol gibi somut örnekler verilmekte. Kitap, bu tür olayların sosyal medyanın demokratikleşmeye katkı sunduğunu göstermeye yardımcı olduğunu belirtir.

Diğer yandan, kitabın aynı konuya dair olumsuz bir perspektifi de sunduğu görülür. Örneğin, sosyal medyanın bilgi kirliliğini artırdığı ve yanlış bilginin yayılmasına olanak tanıdığına dair eleştiriler dile getirilir. COVID-19 pandemisi sırasında yayılan sahte haberler ve komplo teorileri bu bağlamda incelenmiştir. Kitap, bu tür yanlış bilgilerin bireyler ve toplumlar üzerinde yarattığı zararları ortaya koyarken sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının olumsuz sonuçlarına dikkati çekiyor.

<sup>2</sup> Kitabın bazı tartışmaları derinlemesine incelememesi ve daha fazla analitik veya kapsamlı bir bakış açısına ihtiyaç duymasıdır. Örneğin, sosyal medyanın uzun vadeli psikolojik etkilerini ele alan bölümlerde, bireylerin sürekli çevrimiçi olma hâlinin stres, tükenmişlik veya insan psikolojisi üzerindeki etkileri gibi konulara değinilmesine rağmen, bu etkilerin nedenleri ve sonuçlarına dair derinlemesine analizlerin eksik olduğu görülebilir. Bu durum, okuyucuların yalnızca genel bir fikir edinmesini sağlarken, daha karmaşık sorulara veya akademik araştırmalara dayalı detaylı bir inceleme sunmamaktadır.

Benzer şekilde, sosyal medya algoritmalarının toplumsal etkilerine dair eleştiriler, yalnızca genel ifadelerle sınırlı kalabilir. Örneğin, algoritmaların bilgi baloncukları oluşturduğu veya kutuplaşmayı artırdığı belirtilse de, bu mekanizmaların nasıl çalıştığına veya bu etkilerin farklı toplumlar üzerindeki farklı yansımalarına dair ayrıntılı bir açıklama bulunmayabilir. Bu eksiklik, özellikle akademik bir bakış açısı arayan okuyucular için önemli bir eleştiri noktasıdır.

Dolayısıyla, "yüzeysel kalma" eleştirisi, kitabın bazı konuları sadece yüzeysel bir şekilde ele alıp, daha fazla derinlik ve analitik inceleme gerektiren alanları göz ardı etmesiyle ilgilidir diyebilirim. Bu durum, eserin genel niteliğini tam anlamıyla zayıflatmasa da, belirli okuyucu gruplarını daha kapsamlı bilgi arayışına yönlendirebilir.

bulletin board systems (BBS) gibi platformlar ve daha sonra 1990'ların başında kullanılan Usenet gibi sistemlerin sosyal medya öncülleri olduğuna değiniyor. Web'in 1991 yılında geniş erişime açılması ve grafik tabanlı tarayıcıların kullanıma girmesiyle sosyal medya daha yaygın hale gelmişti deniyor. Rosen, *Sosyal Medyanın Toplum Üzerindeki Etkileri* başlıklı alt bölümünde, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat ve TikTok gibi büyük sosyal medya platformlarının günlük yaşamdaki etkilerinden bahsetmekte. Rosen'e göre sosyal medya, yalnızca bilgi paylaşımı için değil, aynı zamanda yanlış bilgilendirin yayılması, sosyal baskılar yaratma ve psikolojik etkilerde bulunma gibi olumsuz sonuçlar da doğurabiliyor. Yazar "bu platformlar, toplumun sosyalleşme biçimlerini ve bilgiye erişim yollarını büyük ölçüde değiştirmiştir" ifadesini kullanıyor. Rosen, sosyal medyanın küresel kullanımı ile birlikte artan sosyal etkilerinin yanı sıra bağımlılık, mahremiyet kaygıları ve ruh sağlığı üzerine yönelik tehditler gibi birçok olumsuz etkiden de bahsetmekte.

Rosen, *Sosyal Medyanın Geleceği ve Akademik Tartışmaların Önemi* başlığının altında sosyal medya platformlarının etkileri üzerine yapılan bilimsel araştırmaların giderek arttığını belirtiyor. Rosen ayrıca bu kitabın alanında önde gelen uluslararası akademisyenlerin sosyal medya ile ilgili ana kaygılarını tartışmak amacıyla hazırlandığını ifade ediyor. Rosen, sosyal medya kullanımının bireylerin sosyal yaşamları, sosyallikleri ve genel olarak toplum üzerindeki uzun vadeli etkileri üzerine daha fazla araştırma yapılması gerektiğini vurguluyor. Bu noktada, sosyal medyanın sosyal sermaye ve kamusal alan üzerindeki etkileri gibi birçok önemli konuya değinilmekte.

Kitabın ikinci bölümü, *Social Media as Social Infrastructures* (Sosyal Medya Olarak Sosyal Altyapılar), Sarah Myers West tarafından yazılmış ve 5 ila 19. sayfalar arasında yer alıyor. Bu bölüm, sosyal medya platformlarının toplum içindeki rolünü bir "sosyal altyapı" olarak ele alarak geniş bir çerçevede analiz ediyor. Bölümde, sosyal medya şirketlerinin gücünün nasıl geliştiği ve bu gücün sosyo-politik etkileri tartışılıyor. West, sosyal medya platformlarını topluluklar ve bireyler arasındaki ilişkileri şekillendiren ve destekleyen birer "sosyal altyapı" olarak tanımlıyor. Yazar ayrıca bu platformların bilgiye erişim, sosyal oluşumlar ve kamusal tartışmalar üzerinde nasıl etkili olduğunu ele almakta. West'e göre sosyal medya şirketleri, bu rolü üstlenerek yalnızca içerik paylaşımı sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda toplumsal dinamikleri de yönlendirmektedir. West *Güç, Gözetim ve Sansür* başlığının altında, sosyal medyanın gücünün merkezi şirketlerin ellerinde toplanmasının sonuçlarını da detaylandırıyor. West'e göre bu merkezileşme, devletlerin sosyal medya platformlarını gözetim ve sansür aracı olarak kullanabilmesine olanak tanımakta. West, bu durumun özellikle ABD ve Avrupa Birliği dışında kalan ülkelerde nasıl etkiler doğurduğunu vurguluyor. Ayrıca sosyal medya şirketlerinin başlangıçta informal bir politika ile yönetildikleri, ancak zamanla bürokratik bir yapıya dönüştükleri belirtilmektedir. West'e göre sosyal medya platformları, kamusal alanda giderek daha etkili hale gelmiştir. West, bu platformların yalnızca bireysel ilişkileri değil, aynı zamanda siyaset üzerindeki etkilerini de incelemektedir. Bölüm, sosyal medya şirketlerinin siyasi baskı ve müdahaleye nasıl açık hale geldiklerini, küresel bilgi paylaşımını nasıl etkilediklerini ve devletlerin bu platformları kontrol etmek için kullandığı yöntemleri de tartışıyor.

Kitabın üçüncü bölümü, *Contemporary Social Capital: Relationships Versus Awareness* (Çağdaş Sosyal Sermaye: İlişkiler ve Farkındalık) başlığı altında Michael A. Stefanone ve Jessica M. Covert tarafından yazılmış ve sayfa 21-37 arasında yer alıyor. Bu bölüm, sosyal medyanın sosyal sermaye üzerindeki etkilerini detaylandırmanın yanı sıra sosyal medya kullanıcılarının sosyal kaynaklara erişimini nasıl değiştirdiğini inceliyor. Stefanone ve Covert, sosyal sermayeyi tanımlarken bireylerin hem yüz yüze hem de çevrimiçi etkileşimler yoluyla elde ettikleri kaynaklara erişimlerini ele alıyor. Stefanone ve Covert'a göre sosyal sermaye, bireylerin sosyal bağlarını güçlendiren ve karşılıklı destek ilişkileri oluşturan bir kaynak olarak görülüyor. Özellikle bölüm altında bonding (yakın ilişkilerde duygusal bağ kurma) ve bridging (farklı sosyal grupları birbirine bağlama) sermaye türleri üzerinde duruluyor. Bu bağlamda, yakın arkadaşlıklar veya aile bağları bonding sermaye oluştururken, iş ilişkileri veya tanıdıklar bridging sermaye sağlıyor.

*Enstrümantal Eylem Teorisi ve Sosyal Sermaye* alt başlığı altında Stefanone ve Covert bireylerin sosyal ilişkilerde kendilerini destekleyecek kaynaklara ulaşmak için belirli stratejik davranışlar sergilediği "enstrümantal eylem" teorisini ele alıyor. Bu teoriye göre bireyler, sosyal ağlarından elde ettikleri kaynaklarla kendi çıkarlarını koruma ve geliştirme eğilimindedir. Stefanone ve Covert'a göre sosyal medyanın sağladığı geniş etkileşim ağı sayesinde, bireylerin sosyal kaynaklara erişimlerinde çevrimdışı

ilişkilerden ziyade çevrimiçi ilişkiler ön plana çıkmakta. Bu durum, insanların çevrimiçi ortamda oluşturdukları bağlar aracılığıyla sosyal sermayelerini nasıl kullandıklarını anlamada yeni bir perspektif sağlıyor. Özellikle sosyal medya, insanların daha geniş bir sosyal ağ kurmalarına olanak tanıyor ve potansiyel destek kaynaklarını genişletiyor.

Beşinci bölüm, *Social Media, Alienation, and the Public Sphere* (Sosyal Medya, Yabancılaşma ve Kamusal Alan), başlığı altında Christian Fuchs tarafından kaleme alınmış. Bölüm sosyal medya ve internetin kamusal alan üzerindeki etkilerini inceliyor. Bu bölümde, sosyal medya platformlarının kamu yararına yönelik bir kamusal alan yaratıp yaratmadığı ya da kapitalist çıkarlar tarafından kullanılıp kullanılmadığı sorgulanıyor. Fuchs, Jürgen Habermas'ın kamusal alan kavramını ele alarak başlıyor. Habermas'a göre, kamusal alan, ekonomik ve politik güçlerden bağımsız olan, tüm bireylere açık bir tartışma alanıdır. Bu bölümde, internet ve sosyal medyanın demokratik bir kamusal alan yaratmak yerine, kapitalist güçlerin ve ideolojilerin kontrolünde olduğunu ve ekonomik, politik ve kültürel asimetriyle şekillendiğini belirtiyor. *Dijital Kapitalizmin Kolonizasyonu* alt başlığı altında Fuchs, sosyal medyanın ekonomik sömürü ve dijital sınıf ilişkileri gibi sorunlar yarattığına değiniyor. Dijital kapitalizm, kullanıcıların emeğini sömürerek büyük şirketlerin elinde bir güç aracına dönüşmüştür deniyor. Fuchs, dijital kapitalizmin bireyselcilik, gözetim ve algoritmik politikalar gibi unsurlarla sosyal medyanın insanları daha fazla yabancılaştırdığının altını çiziyor. Fuchs, "*Dijital Gözetim*" alt başlığı açarak gerek devletlerin gerekse kapitalist şirketlerin sosyal medya kullanıcılarının davranışlarını izlediğini ifade ediyor. Fuchs'e göre gözetim toplumunun güçlenmesi, sosyal medyanın antisosyal hale gelmesine katkı sağlıyor. Fuchs, mevcut kapitalist internetin demokratik bir kamusal alan olmadığını, ancak kamusal hizmet sunan bir internetin bunun alternatifi olabileceğini öne sürüyor. Alternatif dijital projeler olarak Wikipedia ve Creative Commons gibi örnekler veriliyor. Ancak, bu projeler yazara göre sınırlı kaynaklara sahip olduğu için büyük şirketlere karşı tam bir direniş gösterememekte.

Altıncı bölüme geldiğimizde, yazar olarak Ysabel Gerrard' görüyoruz. Gerrard, sosyal medya platformlarındaki içerik moderasyon süreçlerini ve bu sürecin teknoloji dünyasında nasıl gizli tutulduğunu ele alıyor. Gerrard, içerik moderasyonunu, platformların toplum kuralları açısından kabul edilemez olarak gördüğü içerikleri tespit etme, değerlendirme ve müdahale etme süreci olarak tanımlıyor. Gerrard'a göre bu süreçte hem insan emeği hem de yapay zekâ kullanılmakta; ancak sosyal medya şirketleri, bu sürecin detaylarını genellikle gizli tutarak şeffaflık eksikliğiyle eleştirilmektedir. Gerrard, içerik moderasyonunun büyük teknoloji şirketleri için "görünmez" kalmasının, moderasyonun başarısına katkı sağladığını belirtiyor. Bununla birlikte, gelecekte daha şeffaf bir içerik moderasyonuna duyulan ihtiyacın altını çiziyor ve insan moderatörlerin zor çalışma koşullarını hafifletecek otomatik çözümlerin önemine dikkat çekiyor.

Yedinci bölüm, *Make It Trend! Setting Right-Wing Media Agendas Using Twitter Hashtags* (Trend Yap! Twitter Etiketleriyle Sağ Kanat Medya Gündemini Belirlemek) başlığıyla Gabrielle Lim, Alexei Abrahams ve Joan Donovan tarafından yazılmış. Bu bölümde, sağ kanat sosyal medya fenomenlerinin Twitter hashtag'lerini kullanarak medya gündemini nasıl etkilediği inceleniyor. Özellikle ABD'de sağ kanat etkileycilerin, etiketleri manipüle ederek medya döngüsünü nasıl yönlendirdiği üzerinde duruluyor. Bu bölümde araştırmacılar, sağ kanat fenomenlerin Twitter'daki hashtag'leri nasıl kullandığını ve belirli anlatıları yayarak medya ilgisini çekip çekemediklerini analiz ediyor. Araştırmada, sağ kanat aktörlerin medya söylemlerine etkilerini artırmak için bazı etiketleri trend hale getirme çabalarının altı çiziliyor. Bölümde sağ kanat figürlerin, medya da görünür olmak için kendi oluşturdukları veya güçlendirdikleri etiketleri kullanarak etkilerini artırdıkları da belirtiliyor.

Araştırmacılar "*Gündem Belirleme Teorisi*" alt başlığı altında sosyal medya etiketlerinin nasıl bir kamuoyu oluşturma aracı olarak kullanıldığını ve bu etiketlerin ana akım medya tarafından nasıl ele alındığını inceliyor. Sosyal medya platformlarının gazeteciler ve haber kuruluşları tarafından takip edilmesi, platformlardaki trend konuların haberlerde işlenmesine yol açtığı ifade ediliyor. Bu süreçte özellikle Twitter'da trend olan etiketler ana akım medya için de ilgi çekici hale geliyor ve medya gündemine dahil ediliyor. Araştırmacılar, sağ kanat fenomenlerin medya gündemini belirleme çabalarının genellikle kısa ömürlü ve sınırlı etkiye sahip olduğunu bu bölümde ayrıca ifade ediyorlar. Bölümde çoğu kampanyanın Twitter'da trend olmayı başaramazken, bazı durumlarda trend olan kampanyalar da uzun vadeli bir medya etkisi yaratamadığının altı çiziliyor.

Sekizinci bölüm olan *Mis/Disinformation and Social Media* (Yanlış/Bilgi Kirliliği ve Sosyal Medya), Melissa Zimdars tarafından kaleme alınmış. Bu bölümde, yanlış bilgilendirme (misinformation) ve kasıtlı olarak yanıltıcı bilgi yayma (disinformation) kavramları ele alınarak, sosyal medya platformlarının bu tür içeriklerin yayılmasına nasıl katkıda bulunduğu analiz ediliyor. Zimdars, sosyal medyanın sahte haberleri ön plana çıkararak ekonomik modellerinden bahsediyor ve bu tür içeriklerin platformların algoritmaları sayesinde daha fazla etkileşim sağlayabildiğinin altını çiziyor. Bölümde özellikle "taklit edilmiş yerel haber siteleri" olarak bilinen ve yerel haber kaynaklarını andıran ancak aslında siyasi amaçlarla kurulmuş sitelerin, sosyal medya aracılığıyla yüksek etkileşim alarak yanlış bilgi yaydığı vurgulanıyor. Bu bağlamda, platformların siyasi ve ekonomik nedenlerle bu içerikleri engellemekte zorlandığını belirtiliyor. Zimdars, bilgi kirliliği sorunuyla mücadele için dijital medya okuryazarlığı eğitimi vermenin yanı sıra, sosyal medya platformlarının daha sorumlu hareket etmeleri gerektiğini ve bu amaçla yapısal çözümler geliştirilmesi gerektiğini öneriyor.

Dokuzuncu bölüm, *Locating Social Media in Black Digital Studies* (Sosyal Medyayı Siyahi Dijital Çalışmalar İçinde Konumlandırmak), Francesca Sobande tarafından kaleme alınmış. Bu bölümde, siyahi dijital çalışmaları ve siyahi coğrafya çalışmalarının, siyahi bireylerin sosyal medya deneyimlerini nasıl etkilediği inceleniyor. Sobande, bu deneyimlerin, siyahi insanların günlük yaşamlarını etkileyen tarih, politika ve şiddet gibi faktörlerle şekillendiğini vurguluyor. Bölümde siyahi dijital çalışmaların, coğrafi sınırları aşan çevrimiçi etkileşimleri sağlayan özelliklerine rağmen, siyahi bireylerin dijital deneyimlerinin, buldukları yerin sosyal ve politik koşullarıyla karmaşık bir ilişkiye sahip olduğu belirtiliyor. Bölümde, özellikle İngiltere'deki siyahi dijital çalışmaların, ABD'deki benzer çalışmalarla nasıl bir diyalog içinde olduğu, yerel farklılıkları korurken (özellikle azınlıklar çerçevesinde) küresel bir anti-siyahçılık deneyiminin de nasıl yaşandığı üzerinde duruluyor. Sobande, siyahi dijital çalışmaların akademik alanlarda genellikle marjinal kaldığını ve ana akım akademiden tamamen bağımsız kalmasının da önem taşıdığını belirtiyor.

Onuncu bölüm, *An Overview of Social Media and Mental Health* (Sosyal Medya ve Ruh Sağlığına Genel Bir Bakış), Sarah M. Coyne, Emily Schvaneveldt ve Jane Shawcroft tarafından yazılmış. Bu bölüm, sosyal medya kullanımının ruh sağlığı üzerindeki olası etkilerini geniş bir çerçevede ele alıyor. Bölüm, depresyon, anksiyete ve yalnızlık gibi ruh sağlığı sorunlarının son yıllarda ciddi bir artış gösterdiğini belirtiyor ve sosyal medyanın bu artışta rol oynayıp oynamadığını sorguluyor. Araştırmalar, sosyal medya kullanımının bazı bireyler için risk oluşturabileceğini, ancak aktif kullanımın ve belirli bağlamlarda yapılan sosyal medya etkileşimlerinin ruh sağlığı açısından koruyucu etkiler sağlayabileceğini öne sürülüyor. Yazarlar, sosyal medya kullanımının saatlerce pasif bir şekilde göz atmak yerine, aktif katılım ve olumlu sosyal etkileşim sağladığında fayda sağlayabileceğini ifade ediyor. Ek olarak, sosyal medya kullanımının bireyler için hangi koşullarda riskli veya destekleyici olduğunu daha iyi anlamak amacıyla daha fazla araştırma yapılması gerektiği de vurgulanıyor.

On birinci bölüm, *Adolescent Social Media Use and Mental Health* (Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ve Ruh Sağlığı), Drew P. Cingel, Michael C. Carter ve Lauren B. Taylor tarafından yazılmış. Bu bölüm, ergenlerin sosyal medya kullanımının ruh sağlıkları üzerindeki etkilerini inceliyor ve sosyal medyanın bu yaş grubunda hem olumlu hem de olumsuz etkiler yaratabileceğini öne sürüyor. Yazarlar, sosyal medya kullanımının depresyon, anksiyete ve yeme bozuklukları gibi ruh sağlığı sorunlarıyla olan ilişkisini araştırarak farklı platformların bu etkilerdeki rolünü tartışıyor. Örneğin, bazı platformların, özellikle görsel içerik paylaşımı yoğun olanların, beden imajı kaygılarını artırabileceği belirtiliyor. Bölüm, bireylerin sosyal medya etkileşimlerini kişisel bir dijital ekosistem olarak değerlendiren bir çerçeve olan *Personal Social Media Ecosystem Framework*'ü kullanarak, sosyal medyanın ruh sağlığı üzerindeki karmaşık ve bireye özgü etkilerini açıklıyor ve araştırmaların bu çerçevede derinleşmesini öneriyor.

On ikinci bölüm, *There Is No Easy Answer: How the Interaction of Content, Situation, and Person Shapes the Effects of Social Media Use on Well-Being* (Kolay Bir Yanıt Yok: İçerik, Durum ve Kişinin Etkileşiminin Sosyal Medya Kullanımının Refah Üzerindeki Etkilerini Nasıl Şekillendirdiği), Philipp K. Masur, Jolanda Veldhuis ve Nadia Bij de Vaate tarafından kaleme alınmış. Bu bölüm, sosyal medya kullanımının bireylerin refahına olan etkilerinin karmaşıklığını inceliyor ve sosyal medya deneyimlerinin bireyler arası farklılık gösterdiğini vurguluyor. Yazarlar, sosyal medya kullanımı ile ruh sağlığı arasındaki ilişkiyi tek bir faktöre bağlamanın yanıltıcı olduğunu belirterek, içerik türü, bireysel



özellikler ve kullanıldığı bağlam gibi faktörlerin etkileşimine odaklanıyor. Bu kapsamda, sosyal medya kullanımının etkilerini daha iyi anlamak için kişisel ve çevresel faktörlerin karmaşık kombinasyonlarının araştırılması gerektiğini öneriyorlar. Yazarlar, sosyal medya kullanımının refah üzerindeki etkilerini tam olarak kavrayabilmek için daha derinlemesine, durum ve kişi odaklı araştırmalar yapılmasının önemine dikkat çekiyor

On üçüncü bölüm, “*What Does God Need With a Starship?*”: A Conversation About Politics, Participation, and Social Media başlığıyla Nico Carpentier ve Henry Jenkins tarafından yazılmış. Bu bölüm, sosyal medya ve politika arasındaki etkileşimi tartışırken, katılım kavramının nasıl ele alınabileceğine dair bir diyalog sunuyor. Carpentier ve Jenkins, çevrimiçi katılımın, sosyal medya platformlarının sağladığı fırsatlar ve sınırlamalarla şekillendiğini ifade ediyor. Katılımın yalnızca içerik paylaşmak değil, aynı zamanda politik güç dengesinde bir rol almak anlamına geldiğini belirterek, sosyal medyanın dijital vatandaşlık üzerindeki etkilerini inceliyorlar. Katılımın hem bireyler hem de topluluklar için gücünü ve sınırlarını değerlendiriyorlar ve sosyal medyanın bireylerin sadece bilgiye erişim değil, aynı zamanda toplumdaki güç yapıları üzerinde etkide bulunma yollarını araştırıyor. Bu bölümde, dijital platformlarda demokratik katılımın sınırları ve toplumsal dönüşüme etkileri vurgulanıyor.

Kitap on dördüncü bölümle son buluyor. *Conclusion: Together We Ascend* (Sonuç: Birlikte Yükseliyoruz), bölümünde editör Devan Rosen sosyal medyanın toplumsal etkilerini özetleyerek, gelecekte bu platformların toplumlara daha faydalı hale getirilmesi için iş birliği gerektiğini vurguluyor. Rosen, sosyal medya platformlarının başlangıçta bireylerin bağlantı kurmasına ve topluluklar oluşturmalarına imkân tanıyan araçlar olarak ortaya çıktığını, ancak zamanla büyük şirketlerin bu alanı domine ederek kullanıcıların verilerini ticari amaçlarla kullanmaya başladığını belirtiyor. Yazar, sosyal medya araştırmalarının çeşitlenmesiyle elde edilen bilgi birikiminin, bu platformların topluma zararlı etkilerini azaltmada önemli bir adım olduğunu ifade ediyor. Rosen, daha etik ve şeffaf sosyal medya uygulamalarının geliştirilmesi gerektiğini, bu doğrultuda hem bireylerin medya okuryazarlığını artırmaları hem de şirketlerin toplumsal sorumluluğa daha fazla önem vermeleri gerektiğini savunuyor. Rosen, toplumun çeşitli paydaşlarının bu çabaya katılması durumunda, sosyal medyanın daha sağlıklı bir toplumsal yapıya dönüşebileceğini de öngörüyor.

### Kaynakça

Rosen, D. (Ed.). (2022). *The social media debate: Unpacking the social, psychological, and cultural effects of social media*. Routledge.

Bu çalışma **intihal tespit programlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detect softwares and no plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması gereken kurallara uyulmuştur.

In this study the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Kitap incelemesi tek bir yazar tarafından yazılmıştır.

The article was written by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum ya da kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.