

## KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN TARİHİ OLGULAR VE DEĞERLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GÖBEKLİ TEPE ÖRNEĞİ

Fatma ÇAKMAK<sup>1</sup>

Seher ŞAHİN<sup>2</sup>

### Öz

Bu çalışmanın konusu; Göbekli Tepe'nin varlık, işlev ve anlam değeri ekseninde yürütülen tartışmaların ele alınmasıdır. Bu bağlamda son yılların en önemli arkeolojik bulgularından biri olan Göbekli Tepe'nin mekânsal varlığının kültür endüstrisinin gündelik hayattaki işleyişi bağlamında değerlendirilmesidir. Söz konusu bağlamda öncelikle kültür endüstrisi kavramının doğuşu ve tarihsel sürecinden bahsedilmiş, değer ve anlam kaybında bu endüstrinin payına değinilmiştir. İlerleyen başlıklarda ise Göbekli Tepe'nin arkeolojik miras değeri ele alınmış ve Göbekli Tepe'nin mekânsal anlamda kültür endüstrisinin bir parçası haline gelişine örnek teşkil eden üç haber/olay içeriği analiz edilerek konu teorik olarak tartışılmıştır. Çalışmada, nitel desen çerçevesinde birincil ve ikincil kaynaklara öncelik veren bir literatür taraması yapılmış ayrıca konu bağlamında haber içeriklerinin analizi ile tartışma teorik bağlamla bütüncül bir biçimde genişletilmiştir. Çalışma kapsam olarak Göbekli Tepe üzerine yoğunlaşmış ve bu konuda gerek medyada gerekse popüler kültür ekseninde ortaya çıkan dezenformasyonun, tarihi mirasın önemli mekansal varlıklarından birini eş zamanlı olarak popüler kültürün bir parçası haline getirdiği dikkat çekmiştir. Toplumsal değer ve olgular üzerinde ciddi anlam kaybına yol açabilen endüstri parametresinin gündelik hayatta oldukça kuşatıcı bir etki meydana getirdiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelime:** Kültür Endüstrisi, Göbekli Tepe, Tüketim, Yabancılaşma, Metalaşma.

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, [fatmacakmak@harran.edu.tr](mailto:fatmacakmak@harran.edu.tr), ORCID: 0000-0003-2875-865X

<sup>2</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Harran Üniversitesi, [sshrsshn@gmail.com](mailto:sshrsshn@gmail.com), ORCID: 0000-0003-3308-0564

## THE IMPACT OF THE CULTURE INDUSTRY ON HISTORICAL FACTS AND VALUES: THE CASE OF GÖBEKLİ TEPE

### *Abstract*

The subject of this study is to discuss the debates on the existence, function and meaning value of Göbekli Tepe and to evaluate the spatial existence of Göbekli Tepe. One of the most important archaeological findings of recent years, in the context of the functioning of the culture industry in everyday life. In this context, first of all, the birth and historical process of the concept of culture industry was mentioned, and the share of this industry in the loss of value and meaning was mentioned. In the following sections, the archaeological heritage value of Göbekli Tepe is discussed and the issue is discussed theoretically by analyzing three news/event contents that exemplify the spatialization of Göbekli Tepe as a part of the culture industry. In the study, a literature review prioritizing primary and secondary sources was conducted within the framework of a qualitative design, and the discussion was expanded in a holistic manner with the theoretical context through the analysis of news content in the context of the subject. The study focused on Göbekli Tepe in terms of scope, and it was determined that the disinformation that emerged in the media and popular culture on this subject, and the culture industry parameter, which simultaneously turned one of the important spatial assets of historical heritage into a part of popular culture while simultaneously causing a serious loss of meaning, had a very encompassing effect on daily life.

**Keywords:** Culture Industry, Göbekli Tepe, Consumption, Alienation, Commodification.

## **GİRİŞ**

Kültür, toplumsal hayatın en önemli birikim alanlarından biridir. Kültür endüstrisi kavramı ise, toplumsal varlığın sağlıklı gelişimi açısından hayati öneme sahip olan bu birikimin zaman içerisinde yapay bir tüketim metasına dönüşmesi anlamına gelmektedir. Modernleşme sürecinde toplumsal yapıların dönüşmesiyle birlikte kültür endüstrisi kavramı da daha fazla gündeme gelmeye başlamış ve bu endüstrisinin toplumsal varlık ve değer alanları üzerindeki tahrip edici etkisi dikkat çekmiştir. Tarihsel olgular ise toplumların hayatında kolektif bellek açısından öneme sahip birikimleri temsil etmektedir. Bu olgu olayların doğru anlaşılıp yorumlanması toplumsal hafızanın nitelikli aktarımı açısından oldukça önemlidir. Kültürü endüstriyel bir nesneye dönüştürerek anlamsal yoğunluğunu sekteye uğratan kültür endüstrisi sürecinde tarihsel olgularla birlikte pek çok değer ve tutum da yozlaşma riski ile karşı karşıya kalabilmektedir. Kültür endüstrisi sürecinde dönüşen toplum yapısında, bireyler nispeten yeni çalışma, eğlence ve tüketim tarzlarına yönelmekte ve dönüşüm gündelik hayatın bütün katmanlarında kendisini hissettiren bir yoğunluğa ulaşabilmektedir. Kavramın literatüre girişini sağlayan isimlerden biri olan Theodor Adorno da bu nesneleşme ve anlam kaybından detaylı olarak söz etmekte ve bunun oluşturulmuş ihtiyaçların takviyesi şeklinde sunulduğunu ifade ederek konuyu kapitalizmle ilişkilendirmektedir. Nitekim kültür endüstrisi, bireylerin değişen yaşam biçimlerine uygun tüketim alanlarına yönelmesini kolaylaştıran koşullara uygun tüketim nesnelere, mekanları ve alanları hazırlamak suretiyle hem sürecin bir parçası hem de sonucu olma özelliği taşımaktadır. Örneğin ilgili durumda birey hafta içi çalışıyorsa, onun hafta sonu dışarı çıkıp tüketim faaliyetine devam etmesi için ona yeni ve cazip bir tüketim alanı açabilmektedir. Bu süreçte, dışarıda biriyle buluşup kahve içmek, turistik bir mekân ziyareti yapmak, alışveriş merkezi (AVM) gezmek gibi alışkanlıklar birer popüler kültür ritüeli şeklinde toplumsal rutine dahil olmaktadır. Birey de toplumdaki yerinin güvencesi açısından zaman zaman bu alışkanlıkları birer ödev gibi algılayarak hayatına dahil etmektedir. Nitekim bu yeni hayat düzeninde tüketim, adeta bir ideoloji ve varoluş biçimi haline gelebilmektedir. Bireyler tükettikleri şeyler üzerinden kendilerine yeni bir kimlik inşa etmekte böylece tüketim davranışı sembolik anlam kazanarak popüler kimlik kodları arasında da yerini almaktadır.

Kültür endüstrisi, sembolik anlamlar üreten ve kendi bağlamsal değer alanını inşa eden bir süreç olarak pek çok dini ve kültürel değer anlam kaybına uğramasına da yol açmaktadır. Tarihi değerler ve bunların kendi varlık alanlarında sahip oldukları değer ve anlam da kültür endüstrisinin çarkları arasında herhangi bir “şey” e hızla dönüşebilmekte ve telafisi güç bir anonimleşmenin parçası olabilmektedir. Özellikle önemi ve güncelliği nedeniyle bu endüstrinin ilgi alanına girmekten kurtulamayan Göbekli Tepe bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Yukarı Mezopotamya bölgesinde yer alan ve Çanak Çömleksiz Neolitik Dönem’in en eski arkeolojik buluntusu olan Göbekli Tepe’nin keşfedilmesinde katkıları olan Klaus Schmidt, 1994 yılında Şanlıurfa’ya gelip bölgede araştırmalar yapmış ve 1995 yılında bölgede kazı çalışmalarına başlamıştır. Kazıların ilerlemesiyle birlikte tarihin akışını değiştiren ve neolitik insanın düşünce dünyasının sanıldığı aksine oldukça gelişkin olduğunu ortaya koyan birtakım bulgulara ulaşılmış bu da dünya genelinde bir heyecana yol almıştır. Diğer taraftan Bereketli Hilal’in kalbinde yer alan Göbekli Tepe’nin bir tapınak olup olmadığı, tarihte hangi topluma ait bir örnek olduğu, evrimsel yaklaşımları desteklediği veya çürüttüğü gibi pek çok tartışma başlığı medyada açılmış ve uzun süre konu bağlamından oldukça uzak hatta ideolojik de sayılabilecek yaklaşımlara konu edilmiştir. Bu bağlamda Göbekli Tepe’yle ilgili birçok teori ve iddia ortaya atılmıştır, hal-i hazırda kazılar devam etmekte ve konu bugün de birçok açıdan tartışılmaktadır.

Bu çalışmada, kültür endüstrisinin bir tür “içerik tükeçisi” gibi işlev gördüğü tarih ve kültür bağlamı, son yıllarda üzerine çokça tartışmanın yürütüldüğü Göbekli Tepe ekseninde ele alınmaya çalışılmıştır. Nitekim zaman zaman Göbekli Tepe hakkında yürütülen tartışmalar özü itibarıyla bu mekânın asıl anlamının ve değerinin ikinci plana atılmasına neden olmaktadır. Kültür endüstrisi nasıl ki tüketilen nesnelere değer ve anlam kaybına neden oluyorsa, hem tarihsel hem kültürel olarak çok değerli olan bu mekânın da ilgili ilgisiz farklı tartışmalara kurban edilerek anonimleştirildiği görülmektedir. Söz konusu tartışmalar, mekânın asıl anlamını esas bağlamından koparmaya yönelik girişimler olduğu için konunun, meselenin kültür endüstrisi paradigması ekseninde sosyolojik olarak tartışılması önem taşımaktadır. Bu bağlamda Göbekli Tepe’nin farklı tanım ve yorumlar çerçevesinde, çeşitli mecralarda gündelik bir tüketim malzemesine dönüşerek metalaşması olgusu üzerinde durulmuş ve bu olgunun sosyo-psikolojik parametreleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Akışkan bir dolaşım alanı olan medya başta olmak üzere kültür endüstrisinin düşünsel ve söylemsel olarak etkili olduğu platformlardan üç haber içeriği analiz edilerek tartışma temellendirilmiştir. Yöntemsel olarak çalışmada teorik tarama ve içerik analizi kullanılmış,

konuyu spesifik olarak analiz etmeye imkan sunması açısından sadece üç haberin derinlikli analizi esas alınmıştır.

## 1. Kültür Endüstrisi Teorisi

Kültür endüstrisi kavramı ilk kez Theodor Adorno ve Horkheimer'in beraber kaleme aldığı ve 1947 yılında yayımlanan "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı eserde kullanılmıştır (Adorno, 2021, s. 109). Bu iki isim aynı zamanda 1923 yılında Almanya'da kurulan ve Eleştirel Okul olarak da bilinen Frankfurt Okulunun önde gelen temsilcilerindendir (Üç, 2019). Sanayi devrimi ve kapitalizmin yaygınlaşmasıyla beraber maddi ve manevi tüketim alışkanlıkları da büyük oranda değişmiş ve her şey, hızla "üretilep tüketilebilen" bir metaya dönüşme riski ile karşı karşıya kalmıştır. "Frankfurt Okulu teorisyenleri bu süreçte, kültürün de kapitalizmin etkisiyle ticaretin ve egemen güçlerin güdümünde kalarak kitlesel yönlendirmenin bir aracı haline geldiğini iddia etmişlerdir. Kültür artık belli bir süreç içerisinde doğal olarak şekillenen bir yapı olmaktan çıkıp, tüketilmek için üretilen bir nesne konumuna gelmiştir. Nitekim bu değişim kapsamında kültürün pazarlanması, ticarileşmesi ve dönüşümü aynı anda söz konusu olmaktadır" (Kayalı, 2020).

Kültür endüstrisi, sürekli yeniden üretmek ve yeni tüketim alanları yaratmak için insanları bu tüketim çarkının içinde tutmaya çalışmakta ve alışkanlıkları yönlendirmek için de suni kültürler yaratmaktadır. Öyle ki bireylerin zevklerini, yaşam rutinlerini ve ihtiyaçlarını birbirine benzeterek tüketiciyi tamamen pasif duruma getirmektedir. Adorno'ya göre; herkes kendiliğinden, önceden bazı göstergelere göre belirlenmiş, düzeyine uygun bir şekilde davranmalı ve belli başlı tüketici tipleri için üretilmiş üretim kategorilerinden kendisine denk olana yönelmelidir. Bu şekilde tüketiciler, araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve propaganda amacıyla kullanılan birer istatistik malzemesine dönüşmektedirler (Adorno, 2021, s. 51). Adorno, endüstriyel kültürün ilkesinden söz ederken onun bir taraftan tüketicilerin bütün ihtiyaçlarının bu endüstri tarafından giderilebileceğini göstermeye çalıştığını, diğer taraftan da bu ihtiyaçları insanın "sürekli bir tüketici" olarak kalması ve kültür endüstrisinin bir nesnesi halinde yaşamasını devam ettirecek biçimde düzenlediğini vurgular (Adorno, 2021, s. 75). Bu yüzden tüketici sürekli meşgul tutularak aslında onun bu durumu sorgulaması ve eleştirmesi de engellenmektedir.

"Eleştirel teorisyenler özne ve nesne arasındaki ilişkinin bulanıklaştığı ve kültürün standartlaşarak herhangi bir ticari meta halini aldığı iddia etmektedirler. Bu iddia temel

olarak her ne kadar Marx'ın meta üretimi bağlamında ortaya koyduğu söyleşme ve yabancılaşma kavramlarına dayanıyorsa da eleştirel teorisyenler aslında Marx'tan farklı olarak bu metalaşma ve yabancılaşmanın ekonomik olmaktan ziyade kültürel boyuttaki eleştirisine odaklanmaktadır” (Ceylan, 2019, s.36). Bu bağlamda, kültür endüstrisinin ürettiği ve dayattığı kültürel ürünleri tüketen ve dolayısıyla nesne konumuna geçen birey aynı zamanda toplumdan geri kalmamak, dışlanmamak için bu sisteme dahil olmaktadır. Nitekim Horkheimer da bu konuya şöyle değinmektedir; “Birey çevresini yankılayarak, tekrarlayarak, çevresine öykünerek, içine girdiği bütün güçlü gruplara ayak uydurarak, kendini bir insandan bir örgüt üyesine dönüştürerek hayatta kalmayı başarır” (Horkheimer, 2018, s. 163).

Adorno ve Horkheimer'in diyaloglarının geçtiği Teori ve Pratik Üzerine adlı eserde ise bugünkü aptallaşmanın doğrudan ütopyadan kopmanın bir sonucu olduğu, ütopyanın istenmediği yerde düşüncenin kuruyup gittiğine ve insanların boş zamanlarında da farkında olmadan çalışmayı taklit ettiklerine değinilmektedir (Adorno & Horkheimer, 2019). Kayalı'nın da vurguladığı gibi “kültür endüstrisi insanlara anlamlı (yapay) bir hayat sunmakta, bireyleri kendine bağlayan ve hayatlarına anlam kazandıran ara gruplar olmadığı için bu boşluğu kültür endüstrisinin ya da kitle toplumunun kurumları doldurmaktadır” (Kayalı, 2020, s. 91). Buna göre, endüstriyel kültürün beklediği gibi bireyler hafta içi çalışmakta ve boş kalan vakitlerinde de yine bu endüstrinin yönlendirdiği alanlarda kültürel, sanatsal, sportif, turistik faaliyetlerini gerçekleştirirken tüketime de devam etmektedirler.

## **2. Kültür Endüstrisinde Değer ve Anlam Kaybı**

Kültür endüstrisi, gün geçtikçe hem bireysel yaşam hem de toplumsal yaşam üzerindeki etkisini artırarak kendi kontrol mekanizmasını oluşturmaktadır. Daha fazla özgürlük ve seçim hakkı barındırıyormuş gibi görünse dahi, temelde bir tüketim bağımlılığının da önünü açarak bireyleri kısıtlamaktadır. Dolayısıyla kültür endüstrisi sürecinde rastlantıya yer olmadığı, her şeyin belirli bir planlama ve yönlendirme çerçevesinde geliştiği zamanla daha net ortaya çıkmaktadır (Koluçak, 2017, s. 145). Nitekim bireylerin tüketim alışkanlıklarını, tercihlerini etkilemek ve yönlendirmek için öncesinde tüm adımların bilinip ona göre bir iç etaplandırma hazırlanması gerekmektedir. Dolayısıyla kültür endüstrisi insanları tüm yönleriyle bu senaryonun içinde tutmaya çalışmaktadır. Sonuç itibariyle, bütün dünya bir biçimde kültür endüstrisinin süzgecinden geçmektedir (Adorno & Horkheimer, 2010, s. 169). Bu durum modernleşme ile birlikte hız kazanan tüketim toplumu özelliklerinin de bir sonucu olarak

gündelik hayata yansımaktadır. Nitekim makuliyet temelli ve ilerleme esaslı üretim toplumundan, kişilerin sistemin işleyişine sadece emek ve düşünce ile değil kendilerine yeni bir statü alanı açan arzu ve ihtiyaçlarıyla da dahil oldukları bir toplumsal yapı biçimi tüketim toplumunun en temel özellikleri arasında yer almaktadır.

Tüketim olgusu 1970 ve 1980’lerde yeni bir anlam kazanmaya başlamıştır (Zobar, 2019). Öncesinde tüketim, realist bir şekilde ihtiyaçları gidermeye yönelik bir faaliyetken sonraki dönemlerde neredeyse bir varoluş biçimi olarak kimliksel değer de kazanmıştır. Küreselleşmenin dayattığı hız, enformasyon teknolojilerindeki ilerleme “tüketim” odaklı yeni bir toplumsal yapının zeminini oluşturmuştur. Diğer taraftan tüketim bir ideoloji, değer sistemi ve iletişim aracı olarak da tanımlanmaktadır, modern tüketim ise kapitalizmle ilişkilendirildiği için sık sık eleştirilmektedir. 17 ve 18. yüzyıllarda sanayi devrimiyle beraber tüm Avrupa’da fabrikalar çoğalmış, iş ve işgücü artmış, buna bağlı olarak da şehirlerin yapısı, aile yapısı ve tüketim kültürü de değişmiştir. Çalışma anlayışı fabrikalaşma ve makineleşmeyle birlikte değişince işçilerin çalışma saatleri azalmıştır. İş koşullarının hafiflemesi ve boş zamanın artmasıyla beraber de “boş zaman tüketimi” olgusu gündeme gelmiştir. İşten arta kalan zamanlarında bireyler aileleriyle veya arkadaşlarıyla vakit geçirmek için çeşitli faaliyetlere yönelmeye başlamıştır (Akturan, 2015). bu faaliyetler de kültür endüstrisi tarafından oluşturulan ve aslında bireyi tekrar bir tüketim düzenine sevk eden alışkanlıkların hızla artmasına yol açmıştır. Tüketimin bir tür ideolojiye dönüşmesi ve kendi kimlik koridorunu açması, tüketim olgusunu sembolik bir düzleme çekmiştir. Bu düzlem kendi takdim ve temsil mekanizmalarını da oluşturarak gün geçtikçe toplumlar üzerindeki etkisini daha fazla hissettirmiştir (Yalçınkaya, 2015). Bireyler bu kimlik ve imajlar aracılığıyla diğer insanlara karşı statülerini, yaşam standartlarını veya zevklerini göstermeye çalışmaktadır. Nitekim Bauman’a göre de bir nesneden diğerine, bir ihtiyaçtan diğerine şeklinde tahakküm eden ve bir tür baştan çıkarılma biçimi olan “akışkanlık” bu tüketim biçiminin ve toplumunun en belirgin özelliklerinden biridir (Bauman, 1999,s.93).

Tüketim anlayışındaki bu değişim ve dönüşümden dolayı da kentlerde yeni tüketim alanları ortaya çıkmıştır. Turistik mekanlar, eğlence merkezleri, alışveriş merkezleri, restoranlar, kafeler gibi tüketimi destekleyen yeni alanlar belirmiştir. Modern dönemde tüketim, insanların boş zamanlarını değerlendirdikleri bir eğlence haline gelmekte bundan dolayı tüketim araçları da değişmektedir. “Bir boş zaman mekânının ziyareti, mekânın kendisi, eylemler, yiyecekler, hediyelik eşyalar gibi şeylerin tüketimini de kapsamaktadır” (Çetin, 2011). Bireyler tüketim faaliyetini kültür endüstrisinin beklediği gibi tüketmek ve tekrar

tüketmek şeklinde yerine getirmektedir. Çünkü bu endüstri bireyler için bir arzu nesnesi oluşturmakta ve iletişim araçlarıyla bir meşruiyet alanı kazanmaktadır. Debord, “gösteri” toplumun nasıl inşa edildiğini şöyle ifade etmektedir:

*“Gösterinin sahip olduğu büyük olanakların yaygın kullanımı hakkında hiç bir şey söylememek için ısrarla bu olanaklar üzerinde durulur. Yeni kitle iletişimi zenginliğini, kitle iletişim araçları sayesinde tarafsız bir “profesyonellik”le yönetecek olan bir tür kamu hizmetidir. İletilen, “emirler”dir; bu emirleri verenler, aynı zamanda bu emirler hakkında ne düşündüklerini de mükemmel bir uyum içinde bize söylerler”*(Debord, 2014, s.169).

Kültür endüstrisi tüketimde bir değer ve anlam arayışında değildir, tek gayesi bireyin sunulan ürün ve hizmeti olabildiğince hızlı bir şekilde tüketmesi ve yeni bir ihtiyacın oluşmasıdır. Bunun aksine bireyler özü itibarıyla tüm sosyal ilişkilerinde, kültürlerinde tükettikleri nesne ve hizmetlerde aynı zamanda bir anlam da ararlar. Dolayısıyla tüketim ve birey arasında bu anlam ve değer bağlantısı ortadan kalkınca birey yabancılaşmaktadır. Kültür endüstrisinin hâkim olduğu bir dönemde yaşamak, aynı düşünmeyi, aynı hissetmeyi, aynı istek ve ihtiyaçlara sahip olmayı gerektirmektedir. Bireysel farklılıklarından dolayı bu benzerlik beklentisine uymayan modern bireyler doğal olarak daha da yalnızlaşmakta ve mutsuz olmaktadır. Bireyler bu yalnızlık ve mutsuzluğu yaşamamak için bu endüstrinin dayattığı tüketim kalıplarına göre davranabilmektedir.

Zaman içerisinde bu sembolik tüketim olgusuyla beraber tüketilen şeylerin niteliği de değişmektedir. Kimi zaman tüketim sadece anlamsal düzeyde bir konuyu kapsarken kimi zaman da somut bir varlık ve onun etrafında şekillenmiş anlam ağını da kapsayabilmektedir. Bugünün toplumsal koşullarında değer olarak kabul edilen birçok şey, kültür endüstrisi ve tüketim kültürünün ortaklığında bir tüketim malzemesine dönüşmüş veya bu riskle karşı karşıya kalmış durumdadır. Zira kültürel olan şeyler aynı zamanda ekonomik, siyasi, psikolojik farklı açılardan yeniden üretilip pazarlanmaktadır. Bu endüstriyel kültür anlayışıyla beraber dini, kültürel ve tarihi mekanların da rahatlıkla bu endüstrinin bir parçası olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, son yıllarda Şanlıurfa’da “dünyanın ilk tapınağı” veya “en eski yapıtı” olarak nitelendirilen Göbekli Tepe etrafında yürütülen tartışmaların aslında kültür endüstrisine yönelik bazı öğeler barındırdığı görülmektedir. Örneğin; Göbekli Tepe için yapılan reklamlar, ören yerinde de satılan ve bazı arkeolojik ikonlardan oluşan hediyelik eşyalar, Şanlıurfa’da birçok mekâna Göbekli Tepe adı verilmesi veya her fikri akım ve ideolojinin Göbekli Tepe’nin mekânsal varlığıyla ilgili kendine yakın bir temellendirme yapması ve daha nicelerinin Göbekli Tepe’nin asıl anlamını bağlamından koparmaya yönelik



girişimler olarak gösterilebilir. Bu durum tarihi bir mekân olarak Göbekli Tepe'nin gündelik hayatın farklı etaplarında kültür endüstrisine dahil edildiğinin teme göstergeleri arasındadır.

### 3. Göbekli Tepe Tartışmaları ve Bu Kapsamdaki Kültür Endüstrisi Etkisinin Oluşumu

Göbekli Tepe ilk defa 1963 yılında İstanbul ve Chicago Üniversiteleri Güneydoğu Anadolu Tarih Öncesi Araştırmaları Karma Projesi kapsamında gerçekleştirilen yüzey araştırmalarında tespit edilmiştir (Sümer, 2007, s. 268). 1994 yılında bölgeye gelip araştırmalar yapan Klaus Schmidt ise Göbekli Tepe'nin Neolitik çağa ait olduğunu keşfetmiştir (Schmidt, 2007). 1995 yılında İstanbul Alman Arkeoloji Enstitüsü ve Şanlıurfa Müzesi iş birliğiyle Almanya Heidelberg Üniversitesinin ortak projesi olarak sahada kazı çalışmaları başlamıştır. (Göler, 2016) Klaus Schmidt öncülüğünde yürütülen kazı çalışmalarında bu bölgenin daha önce yapılan kazılardan farklı bir neolitik çağ yerleşimi olduğu ve diğer kazı alanlarında çıkmayan ritüel kalıntıları bulunmuştur (Schmidt, 2007, s. 107). Göbekli Tepe'de çıkarılan yapılar, kesin olmamakla beraber Çanak Çömleksiz Neolitik A veya Çanak Çömleksiz Neolitik B başlarına ait olduğu düşünülen T biçimli dikilitaşlardan oluşan dairesel planlı yapılardır (Dietrich & Notroff, 2017). Yapılan karbon testlerinden bu yapıların 12 bin yıl (M.Ö. 9-10 bin) öncesine ait olduğu tespit edilmiştir (Özalp, 2016, s.61).

İnsanlığın en eski yerleşim yerlerinden sayılan bereketli hilal olarak da adlandırılan Mezopotamya bölgesinde bulunan Şanlıurfa aynı zamanda birçok farklı din, medeniyet ve devlete de ev sahipliği yapmış bir bölgededir. Bu çeşitliliğin beraberinde getirdiği kültürel, sosyal ve arkeolojik açıdan pek çok zenginliğe sahiptir (Schmidt, 2007). Sümer, Asur, Babil ve Keldânî gibi bölgede günümüze kadar gelen, birçok şeyi etkilediği gibi dini yapıyı da şekillendiren medeniyetlerin beşiği konumundadır (Demirci, 2019, s. 11). Aynı zamanda monoteist dinlerin atası kabul edilen İbrahim Peygamber yanında Âdem, Nuh, Lut, Yakup, Musa, İsa, Eyüp, Elyesa, Şuayb, Yusuf ve İshak Peygamberler'in de bu coğrafyada yaşadıklarına inanıldığı için günümüzde de Peygamberler Şehri olarak bilinmekte ve İslam dünyasında da önemli bir yeri bulunmaktadır (Göler, 2016).

Temel arkeolojik paradigmaya göre Neolitik çağın genel özellikleri şöyle ifade edilmekteydi; Buzul çağının sona ermesi ve ılıman iklim koşullarının oluşmasıyla insanlar avcı toplayıcı olarak göçebe hayat yaşamaktaydı, tarımsal üretim ve hayvancılık keşfedilmemişti, kilden çanak çömlek yapımı keşfedilmemişti sadece taştan aletler yapılmaktaydı, karmaşık inanç ve toplumsal yapılar oluşmamıştı. Neolitik çağ ile ilgili bu yaygın kanaat Göbekli Tepe'nin

keşfedilmesiyle değişmiştir. Yeni paradigmaya göre avcı toplayıcı topluluklar ilkel ve dinden yoksun değillerdi, karmaşık ve görkemli yapılar yerleşik hayata geçmeden önce yapılmış ve yerleşik hayata geçiş insanların dini duygularının katkısıyla olmuştur. Bundan dolayı da yerleşim yerleri tapınakların konumuna göre şekillenmiştir (Göler, 2016). Göbekli Tepe'yi bu kadar önemli ve dikkat çekici kılan asıl nokta; henüz yerleşik hayata bile geçmemiş, avcı/toplayıcı özellikte ve ilkel bir yaşam sürdürdüğü düşünülen insanların bu kadar etkileyici ve planlı bir biçimde tapınak veya bir başka görüşe göre sosyal toplanma ve ritüel alanları inşa etmiş olmalarıdır. Zira bu yapıların gün yüzüne çıkmasından sonra bilinen tarih çizgisi neredeyse baştan aşağı değişmiştir.

Göbekli Tepe, birçok özelliğinden kaynaklı olarak bulunduğu tarihsel dönemin tekrar düşünülmesine ve yorumlanmasına neden olmuştur. Çünkü Göbekli Tepe gibi anıtsal bir mimarinin yapılabilmesi ve devam edebilmesi için bir iş birliği ve organizasyon gerekmektedir. Aynı çağdaki diğer yapıların aksine bir su kaynağına yakın değil bir dağ tepesine, çorak bir arazide inşa edilmesi de birçok yoruma neden olmaktadır. Nitekim diğer alanlardan çok farklı ve sayıca çok fazla alet, sembol ve figürler çıkmıştır (Dietrich & Notroff, 2019). Yapı içerisinde kullanılan T şeklindeki dikilitaşlar çevredeki araziden getirilen megalitik blokların kesilmesiyle yapılmıştır. İnşası tamamlanan yapı tarih içerisinde birçok kez de bakım ve onarımdan geçmiştir, elde edilen tüm bulgular bu yapının büyük bir iş bölümü ve organizasyonla yapıldığını göstermektedir (Dietrich & Notroff, 2017). Göbekli Tepe'nin bulunduğu dönemi tamamen yeniden anlamaya ve yorumlamaya yönelik veriler sunması, o dönemde yaşayan insanların kültürel ve sosyal yaşamı, bilgi birikimi ve dini düzeyleri hakkında günümüze ışık tutması ve bulunduğu bölgeyi her yönüyle etkisi altına alan bir zenginliğe sahip olması burayı her alandan gelen araştırmacıların ve bilim insanlarının ilgi odağı haline gelmiştir.

Bu zenginlik beraberinde yeni bir tartışma alanı doğurmuştur. Arkeoloji, antropoloji, etnografya, ilahiyat, felsefe, sosyoloji, tarih, coğrafya gibi daha nice alanda çalışan uzmanlar Göbekli Tepe üzerine kendi perspektiflerinden yorumlar yapmakta ve yer yer manipülatif sayılabilecek tartışmalarla da konu gittikçe popülerleşmektedir. Öyle ki Göbekli Tepe'nin ortaya çıkışından itibaren; bu yapının insanlığın ilk tapınağı olduğundan, tarihin sıfır noktası olduğuna, insanın evrimleşme aşamalarından birini teşkil ettiğine varıncaya dek konu pek çok bağlamda tartışılmıştır. Örneğin; Göbekli Tepe'nin, Yahudi ve Hristiyanların da binlerce yıldır okudukları Âdem ve Havva kıssasında geçen Aden Bahçesi olabileceği iddia edilmiştir: "*Rab Tanrı doğuda, Aden'de bir bahçe dikti. Yarattığı Âdem'i oraya koydu.*

*Bahçede iyi meyve veren türlü türlü güzel ağaç yetiştirdi. Bahçenin ortasında yaşam ağacıyla iyiyle kötüyü bilme ağacı vardı. Aden'den bir ırmak doğuyor, bahçeyi sulayıp orada dört kola ayrılıyordu. İlk ırmağın adı Pişon'dur. Altın kaynakları olan Havila sınırları boyunca akar. Orada iyi altın, reçine ve oniks bulunur. İkinci ırmağın adı Gihon'dur, Kûş sınırları boyunca akar. Üçüncü ırmağın adı Dicle'dir, Asur'un doğusundan akar. Dördüncü ırmak ise Fırat'tur”( Yaratılış: 2/8-14).*

Kitabı Mukaddeste Aden bahçesinin doğuda tanrı tarafından yapıldığı ve Pişon ırmağının buradan çıkıp dört kola ayrıldığı bu dört koldan ikisinin Fırat ve Dicle nehirlerinin olduğu ve Adem'in de bu bahçelerin bakımıyla görevlendirildiği şeklinde yorumlar yapılmıştır. Yüzyıllar boyunca Aden bahçesinin nerede olduğu konusunda farklı fikirler ortaya çıkmıştır. Ama tapınak yapıları ile Aden bahçesi arasında yapısal ve şekilsel olarak birçok farklılıklar bulunmaktadır. Henüz Göbekli Tepe ile ilgili yeterli bilgi elde edilmemişken bu görüş oldukça yaygın dile getirilmiştir ama zamanla yapılan kazılar ve ulaşılan bilgilerle bu görüşün doğru olmadığı ortaya çıkmıştır (Göler, 2016, s. 76-77). Nitekim mevcut literatürde konu ile ilgili olarak sürdürülen tartışmalarda da bu hususta tartışmalı pek çok nokta bulunmaktadır.

Daha önce bulunan bütün tapınaklarda iddia edildiği gibi Göbekli Tepe için de buranın bir gözlem evi olduğu iddia edilmiştir. Bu tapınağın yıldızların ve gezegenlerin konumunu, gök cisimlerinin hareketlerini belirlemek için kullanıldığı ifade edilmiştir. Arkeoastronomi bilim dalına göre kadim medeniyetlerin astronomiyle olan ilişkileri tapınak ve önemli mekanlarını inşa ederken buraların gök cisimlerine göre konumlandırılmasına da neden olmuştur. Göbekli Tepedeki T biçimli dikili taşların da gök cisimlerine göre sıralandığı ve konumlandırıldığı düşünülmektedir (Göler, 2016). Göbekli Tepe'nin inşa edilirken gök cisimlerine göre konumlandırılması buranın sadece bir gözlem evi olduğu çıkarımını yapmak için yeterli değildir, nitekim bu bölgeden çıkarılan birçok buluntu da burada çok daha komplike ritüeller yapıldığını doğrulamaktadır.

Göbekli Tepe için öne sürülen bir teori de buranın bir şaman ayini merkezi olduğudur. “Şamanizm paleolitik çağdan beri rastlanan sihir, büyü, mistik bir olaydır ve Şamanizm'e bir din denemez” (Tunç, 2007, s. 12). Şamanizm'de olan birçok uygulamayı ilkel dinlerin çoğunda görmek mümkündür. Bu bilgidен Göbekli Tepe'nin Şaman tapınağı olduğunu söylemek yanlış olur. Çünkü şaman tapınaklarına göre daha karmaşık yapılar olduğu tespit edilmiştir. Nitekim Klaus Schmidt de Göbekli Tepe'nin Şaman tapınağı olabileceğini söylese de bu fikre mesafeli yaklaşmıştır (Göler, 2016). Göbekli Tepe için üretilen bunlara benzer daha nice teoriler bulunmaktadır, burada söz konusu edebildiğimiz ve edemediğimiz tüm teori

ve iddiaların ortak noktası bu mekânın asıl anlamından koparan bir tek boyutlulukla ele alınmasıdır. Bu iddiaların çoğunun temel handikapı ise; kazıların devam etmesine bağlı olarak söz konusu yorumların gündemden güne değişme ihtimalini görmezden gelen bir kesinlik iddiasıyla ifade edilmesidir.

#### **4. Göbekli Tepe Tartışmalarında Kültür Endüstrisinin İşleyişi: Anlam Kaybı ve Yabancılaşma**

Göbekli Tepe, 2018 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınması ve 2019 yılının Göbekli Tepe yılı ilan edilmesinden sonra hızla popülerleşmiş ve gündemin ön sıralarında yer almıştır. Türkiye'de ise Doğu Medya Grubu'nun Göbekli Tepe kazılarının 20 yıllık ana sponsorluğunu üstlenmesinin ardından "Tarihin Sıfır Noktası" mottosu ile ekranlarda yer alan tanıtım ve reklam filmleri ile konunun kamuoyu ilgisine ulaşması oldukça kısa bir zaman içerisinde gerçekleşmiştir. Konunun popülerleşmesi, Göbekli Tepe çerçevesinde yürütülen tartışmaların da çeşitliliğini artırmış, yönlendirmiş ve zaman zaman da manipüle etmiştir. Dünya üzerinde insanlık tarihi ile ilgili olarak keşfedilmiş en erken dönemli bir yapı olması, mimari açıdan ele alındığında dönem insanının mühendislik zekası hakkında üst düzey bir noktaya işaret etmesi, yoğun sembolizmi ile dönemin inanç ve düşünce dünyası hakkında kompleks bir çerçeve çizmesi ve diğer bütün önemli yönleriyle başta arkeoloji olmak üzere pek çok disiplinin araştırma alanında bulunan konu hem sosyal medyada hem de yazılı ve görsel medyada oldukça geniş bir yelpazede ilgi görmüştür. Tam da bu noktada kimi zaman konunun fazlaca popülerleşerek anlamsal olarak tüketildiği konusunda çeşitli hassasiyetlerin uzmanlarca da dile getirildiğini belirtmek gerekir. Ancak Mezopotamya topraklarının sahip olduğu tarihi ve kültürel değer Göbekli Tepe'nin popülerliği ile daha da artmış ve görünür hale gelmiştir. Konunun kültür endüstrisi açısından tüketimini "bağlamsal" ve "anlamsal" olarak iki farklı boyutta ele almak mümkündür. Bağlamsal tüketim daha çok yukarıda da değinildiği üzere Göbekli Tepe'nin "ne olduğu" ile ilgili olarak yürütülen tartışmalarda kendisini görünür kılmıştır. Bu yapının "insanlığın ilk tapınağı" olduğu, "evrimsel gelişimde önemli bir eşiğe denk geldiği", "kutsal metinlerde söz edilen belirli olayların gerçekleştiği yer olduğu", "uzaylılar tarafından yapıldığı" vb. konularda yürütülen tartışmalar konuyu rasyonel bağlamından kopuk ve dar bir çerçevede ele alan yaklaşımlar olarak öne çıkmıştır. Burada manipüle edilmeye elverişli boşluklar olmakla birlikte, hem arkeolojik anlamda oldukça önemli bir keşif hem de farklı bilimsel disiplinlerin görüş ve değerlendirmelerine açık bir

konu alanının gündelik yönlendirmelere malzeme olması bir tür metalalaştırma tarzı tüketim örneği olarak öne çıkmaktadır.

Göbekli Tepe ekseninde yürütülen bir diğer kültürel endüstri örneği tartışma biçimi ile “anlamsal” tüketime örnek olan ve daha çok konunun “reklam ve tanıtım” kaygısıyla içinin boşaltılmasına yol açan örneklerdir. Anlamsal tüketimde, yer yer bağlamsal tüketimin de eşlik ettiği daha yüzeysel ve basit bir “her şeye eklemleme” pratiği öne çıkmaktadır. Dezenformasyon, manipülasyon, vitrinleştirme gibi farklı aygıtların devreye girdiği bu süreçte görünürde fayda sağlayan ancak gerçekte Göbekli Tepe’nin anlam değerini büyük ölçüde tüketen bir tarz ve üslup etkili olmaktadır. Yerel ve ulusal basın başta olmak üzere farklı medya organlarında çıkan bazı haberler adeta bütünüyle endüstriyel bir tüketim sistematiğinde ilerlemiştir. İlk örnek 2019 yılında yerel bir gazetenin web sitesinde yer alan “Şanlıurfa’da Göbekli Tepe Tıraşı” başlığını taşımakta ve haberde Şanlıurfalı iki kuaförün tanıtım amacıyla bir erkek müşterinin saçına yaptıkları T biçimindeki dikilitaş görselli tıraş yer verilmektedir.<sup>3</sup> Haberde bu girişimin tanıtım amaçlı olduğu açıkça dile getirilmekte ve “çorbada tuzumuz olsun istedik” ifadesiyle konu olabildiğince gündelikleştirilmektedir. Bölgenin turistik değerini kamu ilgisine açmak ve Göbekli Tepe’ye gelecek daha fazla ziyaretçi için sivil reklam alanları açmak bölge insanının da kendisi için gözettiği bir sorumluluğa dönüşmüş görünmektedir. Burada T biçimli stellerin bir saç kesim modeline konu olması kültür endüstrisinin “şeyleştirme” mantalitesi açısından yerinde bir örnek olarak oldukça dikkat çekicidir. Kültür endüstrisi ve reklam, ekonomik açıdan da teknik açıdan da iç içe geçmiş bir nitelik taşımaktadır. Bir şey, bir durum, bir nesne veya bir kişi her iki kavramın söz konusu olduğu etki alanında sayısız yerde görülebilir. Hatta aynı kültürel ürün, bu mantalite içerisinde mekanik olarak yeniden üretilir. Amaç uygun ihtiyacı yaratarak tüketiciye ulaşmak ve onu etki altına almaktır (Horkheimer & Adorno, 2019, s. 58).

Göbekli Tepe ‘nin odakta olduğu bir başka ilginç olay da 2021 yılında “Dünya Göbekli Tepe’deki Gizemli Monoliti Konuşuyor”<sup>4</sup> başlıklı habere konu olan olaydır. Bu olayda da Göbekli Tepe’ye yakın bir arazide kim tarafından konulduğu bilinmeyen metal bir blok köy sakinleri tarafından bulunan ve metal bloğun gizemi insanlar arasında da ilgi ve merakla

<sup>3</sup> Haberin detayları için bkz., <https://www.gazeteipekyol.com/haber/9305406/sanliurfada-gobeklitepe-tirasi>

<sup>4</sup> Haberin detayları için bkz., <https://www.sabah.com.tr/dunya/dunya-gobeklitepedeki-gizemli-monoliti-konusuyor-oncekilerden-farkli-5369018>

karşılanan, günlerce yazılı ve görsel medyada haber olarak verilen bir durumla ilgilidir.<sup>5</sup> Dönemin valisi ve birçok vatandaş tarafından da ziyaret edilen blok dört gün sonra, geldiği gibi gizemli bir şekilde ortadan kaybolmuştur. Bir süre sonra ise bu olayın Milli Uzay Programı'nın bir reklam çalışması olduğu<sup>6</sup> ve metal blogun bu çalışma kapsamında bırakılıp daha sonra da gizemli bir biçimde yerinden kaldırıldığı anlaşılmaktadır. Blogun bırakılmasıyla kaldırılması arasında geçen dört günlük süre zarfında “fısıltı gazetesi” devreye girmiş, komplo teorileri de içeren pek çok spekülasyon her türlü medya organında dolaşıma dahil olmuştur.

Konu çerçevesinde çözümlenmesi önemli olan bir başka haber de yine 2019 yılına aittir. Habere konu olan olay bir çiftin nikah mekânı olarak Göbekli Tepe'yi seçmiş olmasıdır. Olaya konu olan çift evlenmek için belediyeye başvurunca belediye başkanı tarafından nikahlarının Göbekli Tepe'de kıyılması teklif edilmiş, çift de kabul edince tören Göbekli Tepe'de yapılmıştır.<sup>7</sup> Belediye başkanının haberde geçen açıklamalarında bu teklifin Göbekli Tepe'nin tanıtımı için yapıldığının ve nikahın da Göbekli Tepe'de kıyılan ilk nikah olduğunun altı çizilmektedir. Her üç haber örneğinde de Göbekli Tepe'nin anlamsal ve mekansal olarak tüketimini “reklam ve tanıtım” çerçevesinde sıradanlaştıran bir yaklaşım ve haber dili kullanılmıştır. Nitekim kültür endüstrisinde özellikle bir meselede, konunun sahip olduğu tarihi ve entelektüel değeri anlamsızlaştıran, olayı sadece turistik bir olguya indirgeyerek neredeyse değersizleştiren modern bir pazarlama mantalitesinin işlediği Göbekli Tepe özelinde burada açıkça görülmektedir. Temelde pozitif ve meşru algılanması olağan ancak içerden bakıldığında “değersizleştirici” bir mecrada ilerleyen bu tüketici yaklaşım kendi kodlarını oluşturmakta ve zamanla farklı meşrulaştırma biçimleri ile yaygınlaşarak konunun esas bağlamını gölgede bırakan bir etkiye ulaşmaktadır. Bu bağlamsal ve anlamsal tüketim, somut şeyleştirme ile bir tür “magnetleşme” mantığıyla ilerlemekte, mekanların ve şehirlerin gerçek kültürel değerleri açısından gün geçtikçe yoğun bir yapısal gedik açmaktadır. Göbekli Tepe'deki T şeklindeki stellerin figüratif üretimleri; anahtarlık, tişört baskısı, takı, bardak

---

<sup>5</sup> Haberin detayları için bkz., <https://tr.euronews.com/2021/02/06/gobeklitepe-de-ortaya-c-kan-metal-blokun-s-rr-cozulmeye-cal-s-l-yor>

<sup>6</sup> Haberin detayları için bkz., <https://www.gazetevatan.com/gundem/maske-yasaklariyla-ilgili-son-dakika-karari-bakan-koca-duyurdu-toplu-tasimada-artik-2039927>

<sup>7</sup> Haberin detayları için bkz., <https://www.cnnturk.com/yerel-haberler/sanliurfa/genc-cift-gobeklitepede-nikah-kiydi-967715>

görseli vb. biçimleri de konunun medyatikleşmesinin ardından hızla yakınlaşmış ve sektörel bir tüketimin öznesi olmuştur. Diğer taraftan Şanlıurfa’da ve başka şehirlerde ilgi çekici olması açısından restoran, at çiftliği, market gibi birçok yere “Göbekli Tepe” ön ismi verilmiştir. Kültür endüstrisinin meydana getirdiği anlam kaybı gündelik hayatın pek çok alanında kendisini farklı biçimlerde görünür kılarak toplumsal değerlerin, nesnelere, sembollerin ve diğer kültür bileşenlerinin hızla metalaşmasına neden olabilmektedir.

## SONUÇ

Göbekli Tepe’nin keşfedilmesiyle beraber bu yapı insanlık tarihine, kültür birikimine, dini inanış ve yaşayış şekillerine bakışımızı derinden etkileyen veriler sunmuştur. Nitekim Fırat ve Dicle nehirlerinin, Mezopotamya coğrafyasında merkezlediği sosyal ve kültürel medeniyet kodları insanlık tarihinin de kilit noktalarını aydınlatacak pek çok bilinmezliği kendisinde barındırmaktadır. Uygarlık tarihinin bu anahtar kodları 12 bin yıl öncesine dayalı nitelikleriyle Göbekli Tepe başta olmak üzere yukarı Mezopotamya bölgesinde konumlanmış birçok Neolitik merkez ve özellikle kült alanlarında saklı bulunmaktadır. Bu alanların tümüyle açığa çıkarılmaları sayesinde, kuşkusuz tarih de sosyolojik ve dini yönleriyle farklı bir parametre ile yeniden yazılmaya başlanacak gibi görünmektedir. Diğer taraftan Göbekli Tepe’nin bu kadar önemli olması, popülerleşme etkisine bağlı olarak hızlı bir kültürel tüketim ve endüstriyel pazarlama riskini de beraberinde getirmiştir. Zira kültür endüstrisi, bireylerin tüketime devam etmeleri için tıpkı nesnelere gibi kültürü de bir tüketim metası haline getirerek ve onu pazarlayarak hayatta kalmaktadır. Gerek yapının ait olduğu tarihi döneme ilişkin çeşitli yorum farklılıklarına açık olan ve yer yer ideolojik olarak da manipüle edilmeye elverişli bağlamsal tüketimi; gerekse turizme kazandırılma, reklam ve tanıtım gibi ticari faktörler nedeniyle Göbekli Tepe son yıllarda yoğun bir metalaşma riski ile karşı karşıya kalmıştır. Bu risklerin bir kısmının yapıyı gündelik ilgilerin parçasına dönüştürerek anlamsızlaştırdığı bir gerçektir. Maruz bıraktıklarına ticari bir ürün veya turistik bir mekân olmanın dışında bir anlam alanı bırakmayan kültür endüstrisi, Göbekli Tepe’yi hem tüketen hem de pragmatik olarak kendi koşullarına göre yeniden üreten pratiklerde etkilemiştir. Anlamsal olarak anonimleşme ve kültürel olarak yabancılaşma bu pratiklerin en temel göstergelerinden biridir. Bu tartışmaların bir kısmının; medyatik etki yakalama, mekânın önemine eklenerek kamusal bir prestij sağlama, paradigma belirleme, konuyu ideolojik olarak manipüle etme gibi motivasyonlardan beslendiği dikkat çekmektedir. Ancak tüm bu motivasyon unsurlarının anlamsal bir tüketime yol açtığı, Göbekli Tepe’yi kültürel değer

alanından endüstriyel meta alanına taşıyarak sınırladığı ve sıradanlaştırdığı bir gerçektir. Bu nedenle bütün dünyanın ilgisini çeken, bugün de devam eden kazı çalışmaları ile birlikte ilerleyen yıllarda isminden daha fazla söz ettireceği muhtemel olan ve tarihi miras değerindeki bir yapının gündelik popülizmin kısılcığında bırakılarak anlamsızlaştırılması veya pragmatik tüketimin sıradan bir parçasına dönüşmesi her anlamda kayıp olacaktır. Bu konuda hem uzmanların hem de konunun farklı açılardan sorumluluğunu üstlenmiş kişi ve kurumların daha duyarlı ve özenli davranmaları gerektiği açıktır.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T. (2021). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi*. (Çev. N. Ülner, M. Tüzel, E. Gen ) İletişim Yayınları.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın diyalektiği*. (Çev. N. Ülner, E. Öztarhan Karadoğan.) Kabalcı Yayınevi.
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2019). *Teori ve pratik üzerine*. (Çev. O. Kılıç.) Metis Yayınları.
- Akturan, U. (2015). Modern tüketimin tarihçesi: püritenlikten dijital çağa tüketimin ideolojisi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (610), 35-45
- Bauman, Z. (1999). *Küreselleşme: toplumsal sonuçları*. (Çev., A. Yılmaz) . Ayrıntı Yayınları.
- Ceylan, D. (2019). Frankfurt okulu'nun "kültür endüstrisi" eleştirisi bağlamında kitle iletişim araçları. *Kocaeli üniversitesi iletişim fakültesi araştırma dergisi*, 1(14), 30-43.
- Çetin, E. (2011). Kentsel yaşamda tüketim mekanlarının dönüşümü: alışveriş merkezleri. *Sosyoloji dergisi*, (23), 59-68.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu*, (Çev., A.Ekmekçi&O. Taşkent). Ayrıntı Yayınları.
- Demirci, K. (2019). *Eski mezopotamya dinlerine giriş*. Ayışığıkitapları
- Dietrich, O., & Notroff, J. (2017). Yukarı mezopotamya'da sosyal karmaşıklığın ilk adımları. *Aktüel arkeoloji dergisi*, (46), 66-81
- Dietrich, O., & Notroff, J. (2019). Göbekli tepe tahıllar, şölenler ve anıtlar. *Aktüel arkeoloji dergisi*, (69), 6-9
- Doğan, F. B. (2018). *Max horkheimer ve theodor w. adorno'da modern insan düşüncesi ve tüketim toplumu analizi; samsun örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Yozgat
- Eliade, M. (2017). *İmgeler ve simgeler*. (Çev. M. A. Kılıçbay.) Doğubatı Yayınları
- Göler, M. E. (2016). *Anadolu'nun ilk tapınağı: göbekli tepe*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara
- Horkheimer, (2018). *Akıl tutulması*. (Çev. O. Koçak) Metis Yayınları.



- Kayalı, S. (2020). Kültür endüstrisi ve mevlâna kapitalizmi. *Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları dergisi*, (6), 88-98
- Koluçak, İ. (2017). Eleştirel teorisyenlerin kültür endüstrisi kavramı çerçevesinde sanata ve sinemaya yaklaşımları. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 135-156
- Özalp, H. (2016). İnsanlığın en eski tapınağı göbekli tepe teolojik olarak bize ne söyler? *Bilimname Dergisi*, 2016(1), 59-74
- Schmidt, K. (2007). *Göbekli tepe en eski tapınağı yapanlar*. (Çev. R. Aslan). Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Sümer, G. (2007). *Anadolu'da neolitik dönemde tanrı ve tanrıça*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir
- Tunç, Z. (2007). *Şamanizm üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Elazığ
- Üç, N. (2019). Eleştirel bilincin körelmesinin somut bir göstergesi olarak kültür endüstrileri ve geleneksel değer kodlarının çözülüşü. *Simetrik iletişim araştırmaları dergisi*, 1(1), 48-64
- Yalçınkaya, Ş. (2015). Modern kentin yeni kamusal alanında çocuk, alışveriş merkezleri ve serbest zaman etkinlikleri. *İdealkent dergisi*, 6(17), 80-105
- Zobar, J. A. (2019). *Kültür endüstrisi bağlamında frankfurt okulundan günümüze birey, tahakküm ve özgürlük ilişkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Edirne

### İnternet Kaynakları:

Gazete İpekyol.com, “Şanlıurfa’da Göbeklitepe Tıraşı.”

<https://www.gazeteipekyol.com/haber/9305406/sanliurfada-gobeklitepe-tiras>. , Erişim Tarihi: 22.05.2022

CNN Türk, “Genç Çift Göbekli Tepe’de Nikah Kıydı.” <https://www.cnnturk.com/yerel-haberler/sanliurfa/genc-cift-gobeklitepede-nikah-kiydi-967715> Erişim Tarihi: 21.05.2022

Euronews.com, “Göbekli Tepe’de Ortaya Çıkan Metal Blokun Sırrı Çözölmeye Çalışılıyor.” <https://tr.euronews.com/2021/02/06/gobeklitepe-de-ortaya-c-kan-metal-blokun-s-rr-cozulmeye-cal-s-l-yor> Erişim Tarihi: 21.05.2022

Tevrat, <https://www.kutsalkitap.org/online-tevrat-oku/> Erişim Tarihi: 20.05.2022

Vatan Gazetesi, “Göbekli Tepe’deki Metal Bloğun Sırrı Ortaya Çıktı.” <https://www.gazetevatan.com/gundem/maske-yasaklariyla-iligili-son-dakika-karari-bakan-koca-duyurdu-toplu-tasimada-artik-2039927> Erişim Tarihi: 21.05.2022