

**YIKICI REKLAMLARIN MUTLAK DEMOKRASİNİN TESİS EDİLMESİNDEKİ ÖNEMİ:  
“FOSİL YAKIT REKLAMLARINI YASAKLA” HAREKETİ<sup>1</sup>**

**Yusufcan KARAOĞLU<sup>2</sup>**

**ÖZ**

Geçmişten günümüze toplumlar taleplerini bir araya geldikleri toplumsal hareketler aracılığıyla duyurmuşlardır. Bugün yönetici erkten veya onları temsil eden siyasi temsilcilerden talepleri doğrultusunda bir sonuç alamayan gruplar, kent meydanlarından sokaklara kadar birçok yerde toplanıp bu talepleri demokratik bir biçimde ifade etmeye çalışmışlardır. Bu hareketleri gerçekleştirip taleplerde bulunurken belli başlı yöntemler kullanan katılımcılar sanatsal formlarla meydanları karnaval ortamına çevirme gayreti içerisindeyler. Bu hem sanatın duygulanım yaratma gücünden yararlanıp mücadelelerine çok daha fazla katılımcı toplamak, hem de sermaye veya yönetici erkle olan mücadelesini açıkça ortaya koymalarına vesile olmaktadır. Günümüzde sanatı ve mücadeleyi bir araya getiren pratiklerin başında toplumsal hareketler gelmektedir. Özellikle, 20. Yüzyılın ikinci yarısının başlarında yeni avangart olarak tanımlanan sanat akımlarından biri olan Sitüasyonizm bugün kültür bozumu taktiklerinden biri olan yıkıcı reklamların sanatsal temellerini oluşturmaktadır. Sitüasyonizm düşüncesinin üzerine inşa edildiği detournement (saptırma) kavramı kültür bozumuna ait birçok taktikte tercih edilen bir yöntemdir. Bir kültür bozumu tekniği olan yıkıcı reklamlar bugün başta Avrupa ve Amerika kıtasında olmak üzere dünya genelinde sermaye ve merkezi otoriteye karşı varlığını sürdürmüş önemli bir sanatsal direniş formu olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplumsal hareketler ve demokrasi ilişkisini mutlak demokrasi olarak kavramsallaştıran Michael Hardt ve Antonio Negri, imparatorluk, çokluk, maddi olmayan emek ve müşterekler kavramlarını kullanmaktadırlar. Bu çalışmada yıkıcı reklamların mutlak demokrasi idealini gerçekleştirmede önemli bir araç olacağı argümanından yola çıkılarak birçok sanatçı kolektifinden oluşan Subvertisers International'ın desteklediği Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla hareketi analiz edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yıkıcı Reklamlar, Toplumsal Hareketler, Mutlak Demokrasi, Kültür Bozumu, İmparatorluk,

**Araştırma Makalesi**

**Research Article**

<sup>2</sup> Arş. Gör. Dr.

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
İletişim Fakültesi, Sivas, Türkiye

E-Posta

ykaraoğlu@cumhuriyet.edu.tr

ORCID

0000-0001-9405-4517

**Başvuru Tarihi / Received**

26.10.2022

**Kabul Tarihi / Accepted**

03.01.2023

<sup>1</sup> Bu makale Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Reklamcılık ve Tanıtım Bilim Dalı doktora öğrencisi Yusufcan KARAOĞLU'nun, Prof. Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ danışmanlığındaki “Kültür Bozumu Bağlamında Yıkıcı Reklamların Toplumsal Hareketler ve Mutlak Demokrasi Açısından Rolü” başlıklı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

**THE IMPORTANCE OF SUBVERTISING IN ESTABLISHING ABSOLUTE DEMOCRACY:  
THE CASE OF “BAN FOSSIL FUEL ADS” MOVEMENT**

**ABSTRACT**

From past to present, societies proclaim their demands via social movements. Today, groups that could not get a result in line with their demands from the ruling power or the political representatives that representing them gathered in many places from city squares to the streets and tried to express these demands in a democratic way. In movements, participants use certain tactics like artistic forms to make these demands clearer and turn ambience to carnival. This helps them both to benefit from the affect power of art and to gather more participants in their struggle, and to openly reveal their struggle with the capital or the ruling power. Today, social movements are at the forefront of the practices that bring art and struggle together. Especially, Situationism, one of the art movements defined as the new avant-garde at the beginning of the second half of the 20th century, today constitutes the artistic basis of subvertising, which is one of the culture jamming tactics. The concept of detournement, which the thought of situationism built on, is a preferred method in many tactics of culture jamming. Michael Hardt and Antonio Negri, who conceptualize the relationship between social movements and democracy as absolute democracy, use the concepts of empire, multiplicity, immaterial labour and the commons. In this study, based on argument that subvertising will be an important tool in realizing the ideal of absolute democracy, the ban fossil ads campaign is supported by the Subvertisers International which is consist of many artist collectives.

**Keywords:** Subvertising, social movements, absolute democracy, culture jamming, empire.

**GİRİŞ**

İlk birikimden bu yana sermayenin kapitalist modelde gelişimini sürdürmesi, küreselleşmeyle birlikte çok uluslu bir yapıda faaliyetlerini sürdürmesiyle sonuçlanmıştır. Sermaye gelişimini sürdürürken emek üzerindeki baskın ve sömürü üzerine kurulu yapısından da herhangi bir gerileme olmamıştır. 20. Yüzyılın başında Fordist üretim modeliyle fabrika içinde belirli standartlarla üretim yapan işçi, bu yüzyılın ortasından sonra enformasyon teknolojileri, dijitalleşme gibi teknolojik gelişmeler ışığında iletişim gibi alanlarda yeni iş sahalarının doğmasıyla fabrikadan çıkmıştır. Post-fordist dönem olarak tanımlanan bu yeni dönemde yine sermayenin kontrolünde çalışan işçi, üretim sürecinde artık yaratıcılık, zekâ ve analitik düşünce gibi meziyetlerini kullanmaktadır.

Post Marksizm’le ilişkilendirdiğimiz İşçilik olarak da bilinen İtalya menşeli Otonomist Marksizm’in temsilcilerinden Michael Hardt ve Antonio Negri emek modelindeki bu değişimle beraber sınıf mücadelesinde yeni bir dönemin başladığının habercisi olmuşlardır. Zira, fordist üretim modelinde kapitalistin elinde

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

bulunan üretim araçlarıyla üretimi gerçekleştiren işçinin maddi emek aracılığıyla, post fordist dönemde zekâ, yaratıcılık ve analitik düşünce gibi meziyetleri kendisinde toplayarak maddi olmayan emek aracılığıyla üretim yaptığını belirtmektedirler. Bu durum, işçinin mücadelesinde yeni bir dönemin başladığının da göstergesidir. Buna göre, çokluk olarak belirtilen politik öznenin işin reddi gibi yöntemlerle sermayenin boyunduruğu altından çıkarak, sınıf mücadelesinde yeni bir dönemin başlamasına vesile olabilecektir. Bunu ona sağlayacak ise maddi olmayan emeğin toplumsal ilişkiler üreten biyopolitik gücüdür.

Maddi olmayan emeğin hem işçinin elinde bulundurduğu üretim araçları hem de ürettiği toplumsal ilişkilerin gücüne inanarak sermayeye karşı ilk defa mücadele başlatan kişiler Sitüasyonist Enternasyonal adını verdikleri avangard düşünce ve sanat akımını kurmuşlardır. Guy Debord tarafından 1957 yılında kurulan örgüt *detournement* kavramıyla sermayenin birikimini katlamak için bir iletişim yöntemi olarak kullandığı reklam alanlarına müdahale etmişlerdir. Bu akımı daha sonraları Adbusters dergisiyle bilinen kültür bozumu akımı devralarak kendi içerisinde farklı taktikler geliştirmiştir. Bu taktiklerden en bilineni ise yıkıcı reklamlardır. Özellikle çok uluslu şirketlerin yüzü olarak karşımıza çıkan markalarla mücadele eden yıkıcı reklamlar, söz konusu markaların reklamlarında sağlamaya çalıştığı imajın ardındaki gerçek yüzü ortaya çıkarmaktadırlar.

Bu çalışmada temel amaç Micheal Hardt ve Antonio Negri'nin ortaya koyduğu ve genellikle toplumsal hareketlerle ilişkilendirdikleri mutlak demokrasi projesi kapsamında geliştirdiği imparatorluk, çokluk, maddi olmayan emek ve müşterekler gibi kavramları Subvertisers International adlı örgütün Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla hareketi çerçevesinde hava yolu şirketlerine karşı yapmış olduğu yıkıcı reklamlar ile ilişkisini ortaya koymaktır.

### **1. Sitüasyonist Enternasyonal ve Detournement**

Sitüasyonist Enternasyonal (SE) Guy Debord tarafından 1957 yılında kurulmuş olan üyeleri yıllar içinde artış ve azalış göstermekle birlikte 20'yi geçmeyen bir örgüttür. Örgüt içerisinde birçok sanatçı ve politik kuramcı

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

barındırırken, bunlardan en bilinenleri Gösteri Toplumu çalışmasıyla Guy Debord ve Gündelik Hayatta Devrim çalışmasıyla bilinen Raoul Vanegeim’dir.

Sitüasyonizm ismi gündelik hayatta *durumlar yaratma* hedefinden gelmektedir (Situationist International Anthology, 2006: 178). SE üyesi olsun ya da olmasın herkes yaratıcılığı kullanarak gündelik hayatta durumlar yaratabilmektedir. Debord’un modern toplum eleştirisi olarak kavramsallaştırdığı ve kapitalizm ile ortaya konan gösteriyi aşabilmenin tek yolu bireyin yaratıcılığını kullanmasıdır. Birey böylece gerçeklikle temas etmiş olur. Bireyin yaratıcılığı kullanarak ortaya koyduğu şey ise sanat olarak kabul edilmektedir. Sitüasyonistlerin sahip olduğu avangard gelenek önceki dönemlerde adaistler ve Sürrealistlerden gelmektedir. Buna göre Sitüasyonistler “*gündelik hayatı, imgelemin ve yaratıcılığın hüküm sürdüğü bir oyuna, kenti de bir oyun parkına dönüştürecek bir devrim peşinde*” koşmuştur (Artun, 2019: 10).

Vanegeim (1996: 207) yaratıcılık ile ilgili uyarılarda bulunarak şunları belirtmiştir:

Herkesin en büyük silahı yaratıcılıktır; ama bir tılsım gibi bu silah da bilerek kullanılmalıdır. Yaratıcılık, kendi doğasına zıt bir biçimde, yalanların ve baskının hizmetinde seferber edildiğinde, hastalıklı bir farsa dönüşür: Sanatın kutsanması. Üstelik, iktidarı yıkmak üzere tasarlanan eylemler ile özgür bireysel iradeyi yaratmak üzere tasarlanan eylemler aynı olsa da erimleri farklıdır; iyi bir stratejistin de bildiği gibi savunma ve saldırı hazırlıkları farklı tarzlarda yapılır.

Debord (2006: 43) Sitüasyonizm’de bireyin etkin bir rol alarak ürettiği yeni işlerin, özellikle devrimci sanatçılar ve entelektüeller tarafından, eleştirileceğini öngörmüş ve onlara şu çağrıda bulunmuştur: “*sizin rolünüz... özgürlüğün düşmanlarıyla beraber yürümeyi reddettiğimizde özgürlüğün küçük düşürüldüğünden şikâyet etmek değildir. Sizin rolünüz insanları daha önce yapılmış olanı yapmaya zorlayan burjuva estetiğini taklit etmek değildir, çünkü daha önce yapılmış olan bizi rahatsız etmez...*”

Avangard bir geleneğe sahip olan SE eleştirel sanat anlayışını içerisinde barındırmaktadır. “*Sanat ve Politikada Yeni Eylem Biçimleri*” adlı çalışmasında Debord, yeni bir kültürel yaratım sürecinde başvurulacak eleştirel sanat, her ne kadar

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

sitüasyonistler bunları imha etmek istese de sinemadan resme hali hazırda var olan kültürel ifade araçları kullanılabilir. SE benimseyip uygulamaya döktüğü bu sanat anlayışını *detournement* olarak adlandırmaktadır. Bu sanat anlayışında sadece yaratılan içeriğe karşı değil biçime karşı da eleştirel olması beklenmektedir. *Détournement* yani “saptırma” kavramı SE’nin International Situationist adıyla çıkan dergisinin 1958’de yayımlanan ilk sayısında şöyle tanımlanmıştır:

Daha önce kullanılan estetik öğelerin çalınıp değiştirilmesinin kısaltılmış biçimi. Geçmişteki ve bugünkü sanat üretiminin, daha üstün bir ortam yaratmak üzere iç içe geçirilmesi’ Bu anlamda Sitüasyonist resim ya da müzikten değil, yalnızca bunların Sitüasyonist kullanımlarından söz edilebilir. Daha basit anlamıyla, eski kültürün çalınıp değiştirilmesi, bu alanların yıpranıp önemini kaybetmesini kanıtlayan bir propaganda biçimidir. (SE, 2008: 45)

Sitüasyonistler *detournement* kavramını açıklarken kavrama ait iki kural olduğundan bahsetmektedirler. Birincisi çalışma üzerinde saptırılmış her bir özerk unsurun orijinal hissini kaybedene kadar değişime uğratılması, ikincisi bütün içindeki anlamlı her bir parçaya yeni bir alan ve etki aktarmaktır (SE\_Anthology, 2006: 67). Debord ve Wolman (2006: 18) kavrama sadece bireyin yeteneğinin yeni bir yönü ve keşfi olarak bakmamaktadırlar; aynı zamanda toplumsal ve yasal düzene başkaldırmayı da içine aldığından gerçek bir sınıf mücadelesinde kullanıldığında önemli bir kültürel mücadele biçimine dönüşme potansiyeline sahiptir. Diğer bir SE üyesi yazar Roul Vaneigem (1996: 206) *détournement*’un bir karşı şartlandırmaya yol açacağını ve bunun şeylerin perspektifinin tersine çevrilmesiyle mümkün olacağını belirtmiş sonuç olarak bireyin artık şeyleri topluluğun, ideolojinin, ailenin ve diğer insanların gözleriyle görmesine son vereceğini belirtmiştir.

### 1.1. Sanatın Duygulanımsal Boyutu

Bir sanat yapıtının duyguları harekete geçirmek gibi etkileri olduğunu belirtmek mümkündür. Düşünsel hayatta duyguların belirleyici rol aldığını belirten gelenek Baruch Spinoza’ya kadar uzanmaktadır. Spinoza’cı gelenek duyguların bireyin içinden başlayan bir süreçle oluştuğunu belirten genel geçer argümanın tersine duyguların dışarıdan içeriye doğru bir duygulanım süreci ile oluştuğunu

belirtmektedir. Bu argümanda duyguları oluşturan şeyler nesnelere olarak kabul edilirken, öznenin edilgen bir pozisyonda olduğu düşüncesi hakimdir.

Nesne ve birey arasındaki duygulanım sürecinin Marx'ın artı değerini oluşması sürecine benzer bir şekilde oluştuğunu belirten araştırmacı Sara Ahmed'dir. Ona göre, Marx'ın kurduğu para-meta-para ilişkisinde olduğu gibi nesnenin yol açtığı duygulanım nesnede hazır bulunmaz, birey ile temas ettiğinde oluşmaktadır. Bu süreç hareket halindedir. Bu hareketli dolaşım süreci devam ettikçe aynı artı değerde olduğu gibi nesnenin gösterge ve duygulanım değeri yükselmektedir (Ahmed, 2019: 62-3). Duyguların dıştan içe oluşması duyguların sosyalliği olarak da adlandırılmaktadır. Hareketlerin oluşması, bireysel bir duygudan çok, kitleyle bireyin etkileşimi sayesinde mümkün olmaktadır. Ünlü bir kişinin ölmesi sonucu tutulan yasin sahteliği kitle psikolojisi bağlamında bu duruma örnek olarak verilmektedir (Ahmed, 2019: 19). Ahmed'in duygular konusunda kavramsallaştırdığı bir diğer fenomen “*yapışkan göstergeler*”dir. Kavramı söylemler üzerinden örneklendirerek açıklayan Ahmed, bir sözcüğün sürekli bir şekilde kullanılarak esas kullanımın yerini alması onun bir “*Paki*” sözcüğünde olduğu gibi bir gösterme şekli olarak kabul edilmesine yol açmaktadır. Buna göre, “*Paki*” kelimesi yapışkan gösterge olarak göçmen, yabancı, kirli vb. söylenmeyen ifadelerin yerini almaktadır. Bu çağrışımlar gizlendiği sürece yapışkan göstergeler duygulanım değeri kazanmaktadır (Ahmed, 2019: 119). Bu çerçevede, protestolarda kullanılan her bir direniş biçimi göstergelerin dolaşıma girmesiyle yapışkan göstergeye dönüşüp duygulanım değerinin artmasına neden olma potansiyeli taşımaktadır.

Brian Massumi (2019: 35), “*kapitalist iktidarın dinamiği ile direnişin dinamiği arasında bir tür yakınsama olduğunu*” belirterek, artı değer üzerinde gerçekleştirilen sömürünün kimlik ve öngörebildiği diğer politika alanlarında meydana gelen duygulanım boyutu üzerinden gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. Böylece kapitalizm duyguyu ele geçirerek, duygunun yer aldığı çeşitli alanları hakimiyet altına almaktadır. Alternatif politik eylemin yapması gereken, iktidarın bu özelliğini inkâr etmektense, sermayenin kullandığı duygulanımsal modeli takip ederek yeni direniş biçimleri oluşturmaktır. Bu modelin Felix Guattari'nin belirttiği

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

gibi etik-estetik bir politikayı takip eden performatif bir yapıda olması gerekmektedir (Massumi, 2019: 48-50).

Bugün otonomist yaklaşım avangardın pozisyonunun mücadeleyi imparatorluğun her noktasında vermesi gerektiği olarak belirlemiştir. Mücadelenin ön cephede verilmesinin gereksiz bir arayış olacağı belirtilmiş ve Negri “*bugün avangard bir ahlaki görev biçimi, ilerlemecilik ya da saldırganlık olmaktan ziyade mantıklı (sensible) olanın yeniden dağıtımını sağlamaya yardımcı olan yöntemler kümesidir*” demiştir (Shukaitis, 2016: 7). Otonomist emek politikaları üzerine çalışmalar yapan Grindon, bu yaklaşım ile yapılan sanat pratiklerinin çalışmanın onuru hakkındaki düşünceleri kutsamadığını; işi reddetme ve ondan kaçma anlayışıyla emek tarafından tahakküm altına alınmadan kaçınılması gerektiğini savunmaktadır (Shukaitis, 2016: 11). Dada, Sürrealizm ve Sitüasyonistlerin temsil ettiği Avangart hareketlerin sanatçıların öncüsü olma veya sanatçıların rolünü reddeden sanat anlayışı otonomistlerin benimsediği bir model olarak bugün hala geçerliliğini korumaktadır. Otonomistler ve avangart arasındaki bu ilişki bir iş olarak sanatın reddine dayanmaktadır.

## 2. Yıkıcı Reklam Kavramı

Günümüzde teknolojinin gelişmesi, internetin önemli şekilde yükselişi ve sosyal medya araçlarının milyarlarca insan tarafından kullanılması, çok uluslu şirketler altında faaliyet gösteren markalara ait reklamların dijital reklamcılık adı verilen alana kaymasına neden olmaktadır. Bununla birlikte, Amerika Açık Hava Reklamcılığı Birliği’ne göre birçok farklı reklam mecrası içerisinde dijital reklamcılıktan sonra pazar payını büyütebilen tek geleneksel reklam mecrası (reklam panoları, otobüs durakları, bina giydirme, interaktif reklam panoları, otobüsler, dokunabilir ekranlar, kaldırımlar, vs.) açık hava reklamcılığıdır (Dekeyser, 2020b: 4).

Mark Dery yıkıcı reklamları ilk defa (1993) tanımlayan kültür eleştirmenlerinden biridir. Ona (2017) göre kavram, “*Madison Caddesi’nde tüketicilerin dikkatini belirli bir yöne çekme girişimlerinin yönünü saptırmak için yapılan reklam karşıtı üretim ve yayılmadır*”. Klein (2012) ise yıkıcı reklamların

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

pazarlama ile mücadele ederek öncesinde sermaye tarafından monolog bir iletişim için işgal edilen bir alanın bazı gruplar tarafından diyalog kuran bir alana dönüşmesi için zorlama olarak ifade ediyordu.

Yıkıcı reklamların tarihinden kısaca bahsetmek gerekirse, tarihte M.Ö. 1. Yüzyılda Pompei’de varlıklı ailelerin evlerinin önünde yer alan gladyatör savaşlarına dair tanıtım yazıtlarının önünden geçenler üzerine gülünç ve aşağılayıcı ifadeler yazırlarınmış. Yıkıcı reklamların kent meydanlarındaki ilk örneklerine sitüasyonizmin de etkisiyle 1960’larda sprey boya ve boya kalemlerinin ticarileşmesiyle rastlanmaya başlanmıştır. Aynı dönemde, meydana gelen 1968 Protestolarında tüketim dili, ideolojisi ve imgelerine karşı en çok kullanılan taktiklerden biri haline gelmiştir. (Dekeyser, 2018: 21).

**Şekil 1. Arzularınız kurgusaldır, tüketimin bir işlevidir. (Paris, 1968 Protestoları)**



Kaynak: DEKEYSER, Thomas (2018). Subvertising: On The Life And Death Of Advertising Power. University of Southampton Yayınlanmamış Doktora Tezi, England.

1980’li yıllara geldiğimizde kolektiflerin de yıkıcı reklam uygulamaları yapmasıyla daha yaygın ve organize hale gelmiştir. San Francisco’da Reklam Panosu Kurtuluş Cephesi’nin (The Billboard Liberation Front) reklam panolarında yer alan afişlerde kelimeler ekleyip çıkarıp anlamsal değişikliğe neden olması, Sydney’de the Billboard Utilising Graffitiists Against Unhealthy Promotions’ın sigara ve alkol reklamları üzerinde sprey boyalarla metinsel ve imgesel değişiklikler yapması,



KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

90’larda Adbusters’ın tüketime karşı verdiği mücadele ile yükselişe geçmesi yıkıcı reklamlar ile ilgili “nasıl yapılır” el kitaplarının basımına ve bu pratiği uygulayanların çoğalmasına neden olmuştur. (Dekeyser, 2020b: 3).

Dekeyser (2018: 22) bugün yıkıcı reklamları (subvertising):

‘reklamcılık ve alt üst etmek’ ikilisinden oluşan, her biri ortak yapım veya mücadele sonucu hususi niyet, dürtü ya da arzu ile teşvik edilen artık sadece, grafiti müdahaleleriyle değil, COP21’de gördüğümüz gibi bütün haliyle değiştirerek/yeniden yaratarak, ekleme, çıkarma, ters yüz etme, kesme, dijital hekleme, ya da yıkma/yok etme yoluyla oluşturulan biçimler

olarak tanımlamıştır.

Yıkıcı reklamcılar, otobüs duraklarındaki reklam panolarına “*bu otobüs durağındaki reklam alanı nasıl ele geçirilir*” adlı görseli yerleştirilmesi ve “*nasıl yıkıcı reklam yapılır*” atölyeleri düzenlemeleri bireyi edilgen konumdan aktif konuma geçirmesi açısından Sitüasyonist Enternasyonal’in gündelik hayatı bir oyun alanına çevirmesi ve modern insanın can sıkıntısına son verip oyuna dahil etmesi ile benzer yaklaşımlar içermektedir. Yine Lefebvre’in (2020: 188) “*yabancılaşmaya bağlanmış yaşamımız, ancak engin bir düşünce (bilinçlenme) ve eylem (yaratma) çabasıyla yavaş yavaş kendine gelebilir*” olarak belirttiği yabancılaşmadan kurtulma yolu olarak gördüğü iki veçhe olan bilinçlenme ve eylem yönü yıkıcı reklamcılar, kapitalizmin kılcal damarlarımıza kadar işlemiş olduğu bir dünyada, bir düşünce ve eylem grupları olarak öncelikle bireysel ve sonraki aşamada toplumsal yabancılaşmayı aşma konusunda önemli görevleri üstlenmektedir.

## 2.1. Yıkıcı Reklamcılar

Önceleri sanatçıların kişisel çabalarıyla bireysel düzeyde yapılan yıkıcı reklam uygulamaları günümüzde kolektif bir yapıda bir araya gelen örgütler olarak varlıklarını sürdürmektedirler. Dünya çapında halen bireysel düzeyde de yapılan yıkıcı reklamlar, farklı örgütlerin bir araya gelmesiyle oluşturdukları Subvertisers International adlı bir örgüt de bulunmaktadır.

## 2.2. The Subvertisers International

Dünya genelinde 7 farklı ülkeden bir araya gelen yıkıcı reklamcılar 2016 yılında İngiltere’de Subvertisers International (SI) adlı bir örgüt kurmuşlardır. Bu örgütün amacı reklamcılığın toplum üzerindeki etkilerini araştırıp, bireysel ve örgütsel düzeyde çok uluslu şirketlerle mücadele etmektir. Bu hareket içinde yer alan örgütlerden bazıları farklı gerekçelerle faaliyetlerini durdursa da daha sonra faaliyetlerine devam etmektedirler.

Farklı pratikleri kullansalar da bu enternasyonal yapının hedefinde ticari medyanın ortak kamusal alanları kullanarak, sosyal, ekonomik ve çevresel adaletteki rolünü araştırmak vardır. Toplumunu bilinçlendirme hedeflerine ulaşmaya çalışırken şiddet içermeyen sivil itaatsizlik eylemlerinde bulunma, kampanyalar ve savunuculuk faaliyetleri düzenleme, atölyeler ve eğitimler verme, akademik araştırmalar yapma, politika yapma ve protesto hakkını kullanma gibi faaliyetlerde bulunmaktadırlar (<https://subvertisers-international.net/about/>). Subvertisers International reklamcılığa karşı mücadelelerini dört cephede sürdürdüklerini belirtmişlerdir (<https://subvertisers-international.net/about/our-vision/>):

1. Reklamcılığın toplumun her yerinde varlığı ve sürekli tekrar eden bir pratik olması birbirimizle ve çevremizle kurduğumuz ilişki bağlamında değişimlere neden olduğu artık kanıtlanmış bir durumdur. Bu yolla belirli değerleri bazılarının üstünde tutuyor ve bizi birbirimize bağlayan bağların reklamcılık aracılığıyla baskı altına alındığı gerekçesiyle bütün reklamcılık faaliyetlerinin demokratik bir şekilde kontrol altına alınmasını talep etmektedirler.
2. Reklamcılığın -televizyon haberleri, radyo, basın ve internet dahil olmak üzere- bütün medya kurumlarını finanse ettiğini, bu kurumların kendi hikayelerini anlatırken ticari kaygı güttüğünü ve fikirlerini temelden etkilediğini belirtmektedirler. Bundan dolayı, demokrasilerin düzgün ve ticari çıkarlara karşı önyargısız bir şekilde işlemesi için herkesin çıkarına uygun hareket eden medya kurumlarının desteklenmesini belirtmektedirler.

3. Reklam ve halkla ilişkilerin çok uluslu şirketlerin toplumsal, ekonomik ve çevresel adaletsizliklerini saklamak için kurumsal propaganda aracı olarak kullanıldığını anladıklarını bu şirketlerden hesap sormak için gerçeğe ve şeffaflığa ihtiyaç duyduklarını belirtmektedirler.
4. Reklamın ideolojisinin bizi doğal kaynakların sınırsız olduğuna ikna etmeye çalıştığını ama ürünlerin aşırı üretimi ve enerjilerin aşırı tüketiminin sınırlı olduğu bir gezegende ekonomik büyümenin bu iki duruma dayandırılmasının imkânsız olduğunu, dolayısıyla dünyanın ekosistemine dair daha sürdürülebilir vizyonlara ihtiyaç duyduklarını belirtmektedirler.

### 3. Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketlere ait ilk örneklere 18. yüzyılın ikinci yarısıyla birlikte sırasıyla İngiltere ve Fransa’da rastlamaktayız. 19. yüzyıla geldiğimizde Fransız Devrimi’nin bir sonucu olarak Avrupa’da Fransa, Belçika ve Birleşik Krallık; Kuzey Amerika’da ABD’de kralın yetkilerinin meclis tarafından daraltılması görece daha demokratik bir ortamın oluşmasına neden olmuş ve bu ortam toplumsal hareketlerin çoğalmasına neden olmuştur (Tilly, 2020: 55-6). Tilly, toplumsal hareketleri tarihsel süreçte değerlendirirken belli başlı unsurları dikkate alarak yapmıştır. Bunlar, yetkili makamlar hakkında sürdürülebilir müşterek taleplerde uzlaşmış organize kamu çabasını ifade eden toplumsal hareket mücadelesi, politik eylem biçimlerini ifade eden toplumsal hareket repertuarı ve katılımcıların kendi aralarındaki durumlarını liyakat, birlik, nicelik ve bağlılık olarak ifade eden belirten WUNC teşhirleridir.

20. yüzyılın ortalarından itibaren toplumsal hareketler yüzyılın başında meydana gelen iki dünya savaşının etkisiyle yeni bir boyut kazanmıştır. Yüzyılın başında meydana gelen işçi sınıfı temelli Bolşevik Devrimi ve sanayileşmesinin etkisiyle onu takip eden benzer işçi sınıfı hareketleri bir toplumsal hareket olarak değerlendirilebilecekken, 1960’lardan sonra işçi sınıfı anlayışı yerini kitlelere bölünmüş yeni bir toplum yapısı ortaya çıkarmış dolayısıyla toplumsal talepler farklı bir yöne doğru kaymıştır. Bunun sonucunda da biri Amerika’da diğeri Avrupa’da iki farklı toplumsal hareketler ekolü ortaya çıkmıştır. Bunlar sırasıyla Kaynak

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Mobilizasyonu Teorisi ve Yeni Toplumsal Hareketler yaklaşımıdır (Çetinkaya, 2018: 33).

### 3.1. Yeni Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketlerin genelde irrasyonel ve kendiliğinden gelişen tepkisel olgular olduğu varsayımına karşı çıkan Amerikan sosyologlar, kolektif eylemlerin politik eylemlerin geleneksel biçimlerinin bir uzantısı olduğunu belirterek harekete teşebbüs edenlerin kendi menfaatleri için rasyonel bir şekilde eyleme dahil olduğunu belirtmektedirler (Della Porta ve Diani, 2020a: 21). Della Porta ve Diani (2020a: 23) toplumsal hareketlerin oluşumunda rasyonel seçimler yapan bilinçli aktörlerin olduğunu belirten kaynak mobilizasyonu teorisi bu alanda yeni bir bakış açısı yarattığını belirtirken literatürde bu bakış açısına getirilen eleştirileri şu şekilde sıralamıştır:

- Çatışmanın yapısal kökenlerine ve hangi toplumsal aktörlerin mobilize olacağını kontrol eden belirli meselelere kayıtsız olması (Melucci 1982; Piven ve Cloward 1992),
- En mülksüzleştirilmiş toplumsal grupların öz örgütlenme potansiyelini gözden kaçırma pahasına, az sayıda politik girişimcinin kontrolünde bulunan kaynaklara verdiği önem de eleştirilmiştir (Piven ve Cloward 1992),
- Bu yaklaşımın kolektif eylemi açıklarken kolektif eylemin rasyonelliği fazla abarttığı ve duyguların oynadığı rolü yeterince hesaba katmadığı belirtilmiştir (Ferree 1992; Taylor ve Whittier 1995; Jasper 1997).

Yeni toplumsal hareketler kavramını literatüre kazandıran Alain Touraine (2017: 135-9) sanayi sonrası dönemde meydana gelen bazı hareketleri kültürel hareketler olarak adlandırırken, öncesinde meydana gelen hareketleri dinsel hareketler olarak adlandırmaktadır. Sanayi sonrası dönemde meydana gelen hareketlerin bazıları ise kadın hareketleri, çevreci siyasal hareketler, etnik, ulusal, ahlaki ve dinsel gibi azınlık hakları çerçevesinde geliştiğini belirtmektedir. Bu değişimin bir etkisi olarak dikey yapılanma yerini her bir öznenin taleplerini dikkate alan yatay yapılanma modeline geçildiğini belirten Touraine, bu geçişi aşamalanma döneminden çeşitlilik dönemine geçiş olarak adlandırmaktadır.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

2010’lardan itibaren toplumsal hareketlerde belli başlı ortak özellikler bulunduğu belirtilmektedir. Bunlardan birincisi internetin hareketlerin katılımcıları tarafından kullanılması ve dünya ile iletişim kurması sonucu hareketleri teşvik etmesi, ikincisi geleneksel sola yakın örgütlenmelerde görülen hiyerarşik ve bürokratik yapıya duyulan geniş muhalefet, üçüncüsü ise sembolik anlamda güçlü kamusal alanların hareketlerin mesajını daha net anlatabilmesi ve görünür olması için işgal edilmesidir (Della Porta ve Diani 2020b: 134-5).

Yeni toplumsal hareketleri yeni yapan bir diğer özellik ise bu hareketlerin örgütsel yapısında meydana gelen değişimlerdir. Önceki toplumsal hareketlerde karşımıza çıkan büyük lider anlayışı dikey örgütlenme modelinden ileri gelirken, yeni toplumsal hareketlerde müzakere yönetiminin yaygın olması ile birlikte yatay örgütlenme modelinin ön plana çıktığı görülmektedir. Günümüzde bu duruma verilen en yaygın örnek ise İşgal Et ve 15M hareketleri olarak gösterilmektedir. Her ne kadar bu hareketlerin başarısızlığa uğramasının nedeni olarak yatay örgütlenme modelinin ve tanınmış bir liderinin olmaması gösterilse de bu model sayesinde ekonomik eşitsizlik ve en varlıklı %1’in siyaset üzerindeki etkisi toplumun bütün kesimleri tarafından tartışılma fırsatı bulunmuştur. Ayrıca, bu hareketlerde uygulanan katılımcı demokratik model ile Tilly (2007) Ranciere (2006), Eklundh (2014) ve diğerlerinin belirttiği gibi belirli haklardan ve politik karar alma süreçlerinde yer alamayan kesimlerin de demokratik sürece dahil edilerek demokratikleşme sağlanmış oluyordu (Castaneda, 2020: 202).

### 3.2. Yeni Toplumsal Hareketler ve Demokrasi

Yeni toplumsal hareketler literatürünün önde gelen ismi Touraine toplumsal hareketler ve demokrasi arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade etmektedir (2017: 315):

Toplumsal hareket ve demokrasi birbirine sıkı sıkıya bağlıdır; biri olmadığı durumlarda öteki de olmaz. Demokrasi toplumsal çatışmaların kurumsallaşmasının aracı ve sonucudur. O olmadan gerçek toplumsal hareketler oluşmaz, ortaya çıkan hareketler birer öfke patlaması olmaktan öteye geçmez ya da devleti ele geçirmeye çalışan siyasal güçlerin eline geçer; toplumsal hareketler olmadan da demokrasi zayıflar ve siyasal güç birlikleri arasındaki rekabetle sınırlı kalır.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Bu iki nosyon arasındaki sıkı ilişkiye rağmen tarih bize göçmenler, ırksal, etnik ve dini azınlıklar gibi gruplara karşı antidemokratik taleplerle düzenlenen toplumsal hareketlerin de varlığını göstermektedir. Bu durum bazen o kadar ileriye gitmiştir ki toplumsal hareketler ile Mussolini Faşizmi ve Hitler Nazizmi’ni talep eden hareketler de meydana gelmiştir (Tilly ve Wood, 2020: 131). Buradan hareketle, toplumsal hareketler ile demokrasi arasında yakın bir ilişki olsa da neden sonuç ilişkisi bulunmamaktadır. Öyle ki hareketler demokratikleşmeyi sağlayabildiği gibi demokratikleşme için toplumsal hareketlere gerek duyulmayıp kendilerinden bu süreci tamamlayan ülkeler de vardır. Bu argümana en yakın örneklerden biri 2. Dünya Savaşı’ndan sonra Japonya ve Almanya’nın demokratikleşme sürecini kendiliğinden tamamlamasıdır. Ayrıca, hareketlerin Nazi Almanya’sının meydana gelmesindeki payı dikkate alınacak olursa her zaman demokratikleşmeyi sağlamadığı da ortadadır (Tilly, 2020: 60). Yine bu iki kavram arasındaki ilişkiye değinen Jasper, demokrasinin hareketler için hem bir araç hem de bir amaç olarak ele alındığının belirtmiştir. Demokratik ülkelerde toplumsal hareketlerin totaliter ülkelere göre daha fazla görünmesinin nedeni olarak demokratik ülkelerde öznelere beklentilerinin daha fazla olduğunu belirterek bir ironiye işaret etmiştir (Jasper, 2017: 36).

#### 4. Micheal Hardt ve Antonio Negri’de Mutlak Demokrasi

Micheal Hardt ve Antonio Negri toplumsal hareketler ve demokrasi arasında var olan ilişkiyi mutlak demokrasi adını verdikleri politik teoriyle ilişkilendirerek literatüre önemli bir katkı sunmuşlardır. Bu ikili teoriyi oluştururken, her teorisyen gibi bir gelenekten beslenme ihtiyacı duymuşlardır. Hardt ve Negri için bu önceleri Yetmiş Yedi Hareketi daha sonra post marksist bir yaklaşım olarak klasik Marksizm’den ayrılmasıyla bilinen İtalyan İşçilik (Operaismo Italiano) bir diğer adıyla Otonomist Marksizm’dir.

İtalya menşeli Yetmiş Yedi Hareketi ile sermayeyle olan mücadele fabrikanın dışına çıkarak toplumsal olanın içine kaymıştır. Emek ve sermaye arasındaki antagonizma toplumun içinde yer alan farklı kültürel grupların (İtalyan feminist hareketi, boşanma, kürtaj vs.) arasına doğru geçiş yapmıştır. Böylece, bu gruplar hiyerarşik olmayan yatay örgütlenme modellerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca, bu hareket ile “*kendini değerli kılma*” kavramıyla devlet ve

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

sermayenin egemenliğine karşı toplumsalın otonomisini talep ederek demokratik yeni bir politik kuram ortaya koymaya çalışılmıştır (Hardt, 2005: 22-3).

Mutlak demokrasi teorisini oluştururken belirli kavramlardan yararlanan Hardt ve Negri bu kavramları İtalyan Operaismo (İşçicilik), Baruch Spinoza ve Otonomist Marksizm gibi felsefi ve politik akımlardan devralarak bu kavramları dönüşüme uğratmışlardır. Söz konusu kavramlardan bazıları imparatorluk, çokluk, maddi olmayan emek ve müştereklerdir.

#### 4.1. İmparatorluk

Hardt ve Negri mutlak demokrasi teorisini çerçeveledirirken kullandıkları ilk kavram yazdıkları dört metinden birincisinin de adını taşıyan imparatorluktur (2000). Hardt ve Negri imparatorluğu tanımlarken dünyanın hemen her yerinde sermaye ve devletin ekonomik ve kültürel bir yayılma süreci sonucunda oluşturduğu yapıyı işaret etmektedir. Modern dönemde varlığından bahsedebileceğimiz bir dışarı kavramı varken postmodern dönemde bu büyük yayılma o kadar genişlemiştir ki artık bir dışarıdan bahsetmek imkânsız hale gelmiştir. Öyleyse bir merkezden de söz edilemez ve imparatorluğun herhangi bir yerinde meydana gelebilecek bir toplumsal hareket imparatorluğun kalbine indirilmiş bir darbe gibi etki yapacaktır (2012: 79).

İmparatorluğun herhangi bir bölgesine yapılacak bir saldırının onun kalbine yapılmış bir saldırı gibi etki edeceği argümanına temkinli yaklaşılması gerekmektedir. Örneğin yıkıcı reklamlar ile ilgili yapılacak bir çalışma, ulusal seçim politikalarına katılma veya militan sendikalara destek verilmesi gibi yöntemler bu politik mücadeleye katkı sunulması bakımından aynı derece öneme sahiptir. Bu mücadelede yaratıcılığın önemi Hardt ve Negri tarafından kabul edildiği için kültür bozucular gibi Sitüasyonist Enternasyonal gelenekten beslenen sanat kolektiflerinin önemi ortadadır (Gilbert, 2012: 147). Bununla birlikte, bu yaratıcı taktiklerin başarıya ulaşacağına dair kesin bir kanıt ileri sürülemez; ancak ilerisi için bir potansiyel yaratma vaadi taşır (Gilbert, 2012: 233).

İmparatorluk birbirini çevreleyen iki alandan oluşmaktadır. İç alanı toplumsal üretim ve yeniden üretime ait “*iletişim ağları, maddi ve maddi olmayan altyapılar,*

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

*hava, deniz ve kara ulaşım hatları, okyanuslar arası kablo ve uydu sistemleri, toplumsal ve finansal ağlar, ve ekosistemler, insanlar ve diğer türler arasında çoklu örtüşen etkileşimler” gibi unsurlar oluştururken; dışarıdaki alanı “ulusal hükümetler, uluslararası yasal antlaşmalar, ulus üstü kurumlar, şirket ağları, özel ekonomik bölgeler” vb. farklı seviyelerde iç içe geçmiş politik ve yasal sistemler oluşturmaktadır. Bugün dışarıda yer alan neoliberal yönetim alanı içeride yer alan üretim ve yeniden üretim alanının otonom bir yapıya ulaşmasına aldırmadan ondan en yüksek verimi almaya çalışmaktadır (Hardt ve Negri, 2019b: 68-70).*

Meclis’te (2017) imparatorluğun günümüzdeki durumu hakkında değerlendirmelerde bulunan Hardt ve Negri, her ne kadar imparatorluğun geçmiş dönemlerden kalma ekonomik ve toplumsal formları barındırdığı için kapitalizm gibi gelişme sürecini tamamlamasa da bir güç konumunda bulunduğunu ve ona karşı mücadele verilmesi gerektiği iddiasını sürdürmektedirler. Örneğin Saskia Sassen’in (2006) ulus devletlerle küreselleşmeyi birbirinden farklı zıt kutuplar olarak ele alan yaklaşımlara önem vermeyerek, ulus-aşırı kurumsal yapıların ulus devletleri dönüşüme uğrattığını ve böylelikle İmparatorluğun belirli devlet ve devlet dışı kurumlar tarafından oluşturulduğunu belirtmesi, Mezzadra ve Neilson’ın (2013) küreselleşmenin sınırları ortadan kalkmış bir dünyaya kapı açtığı iddiasını olumsuzlayarak, kentleri ve kıtaları birbirinden ayıran sınırların daha da belirgin ve çeşitli sınırlara yol açtığını açıkça ortaya koyması, Easterling’in (2014) yer küreyi ulusal sınırlara bölünmüş bir yer olmaktan ziyade hem devletlerin hem de devlet dışı güçlerin kontrol ettiği çeşitli “bölge”lerden (sanayi bölgeleri, serbest ticaret bölgeleri, serbest üretim bölgeleri vs.) oluşan bir yapı olarak görmesi Hardt ve Negri’nin imparatorluk hakkında belirttiği sorunları ortaya koyan diğer araştırmacılardan yararlanarak argümanlarını diri tutmaktadırlar (2019b: 346-7).

İmparatorluk egemenliğini ekonomik düzeyde özelleştirme ve kuşatma ile sürdürmektedir. Bir dönem sahip olduğu bütün birikimi Harvey’in el koyarak birikim olarak adlandırdığı el koyma, kamulaştırma ve buradan doğan rant yoluyla yapan bu sistemde, günümüzde finans kapitalizmi adı altında fabrikadan çıkan işçinin ürettiği ev ve mallarının yanında bilgi ve kültürel ürünlerine el koyarak gelişmeye devam etmektedir (Day ve Montgomery, 2016: 74). İmparatorluk ile ilgili değinmemiz



KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

gereken bir başka konu ise biyopolitika ile yaşamın her alanına nüfuz ederek yaşamı kontrol etme amacıdır. Postfordist dönemde sahip olduğu üretim araçlarının değişime uğramasıyla yaşamı dil ve iletişimi kullanarak biyopolitik bir tahakkümle öznellikler üretmektedir. Hardt ve Negri imparatorluğun bu gücünü biyoiktidar olarak tanımlamaktadır. Toplumsallık üreterek bu iktidar ile mücadele edebilme ve onu ortadan kaldırmaya kapasitesine sahip olan özne ise çokluktur (Day ve Montgomery, 2016: 74).

#### 4.2. Çokluk

Hardt ve Negri oluşturmaya çalıştıkları politik teoride mücadele eden özneyi, bu kapsamda yazdıkları ikinci kitabın adı da olan, çokluk (2004) olarak adlandırmaktadır. Çokluğu siyasal teoride bugüne kadar tanımı yapılmış en geniş özne kavramı olan halktan farkını halkın toplum içinde yer alan grupları son kertede bire indirgediğini, çokluğun ise toplum içindeki bu grupların bire indirgenemeyeceğini, yapısı itibarıyla bir dizi tekilliklerden oluştuğunu ve bu tekilliklerin bir tarafından yönetilemeyeceği düşüncesiyle belirtmektedirler. Bundan dolayı, “çokluğun çoğul tekillikleri, halkın farksız birliğine zıttır”. (Hardt ve Negri, 2020: 115).

Çokluğu daha da detaylandırmak gerekirse, kalabalık grup ve kitlelerden farkı çokluğun birbiriyle olan uyumudur. Kalabalık grup ve kitleler gibi *anarşik, parçalı veya uyumsuz* olmadığından; bu gruplar her ne kadar zaman zaman yıkıcı olsalar da otonom bir yapıya sahip olamadıkları için sürekli dış müdahaleye açık olduklarını, çokluğun ise tekilliklerin ortak payda çerçevesinde hareket eden aktif bir özne olduğunu bunu da “*Çokluk, iç farkları olan çoğul bir toplumsal öznedir ve onun kuruluşu ve eylemi, özdeşliğe ya da birliğe değil (hele farksızlığa hiç değil), ortak paydaya dayanır*” diyerek ortaya koyarlar. (Hardt ve Negri, 2020: 116).

Siyaset felsefesinde toplumsal sözleşme yaklaşımı çerçevesinde tartışılan kavramlardan bazıları doğal durum, doğal hak, egemen güç vs.dir. Bu yaklaşımda insanın güven içerisinde yaşayabilmesi için doğal durumda var olan doğal haklarını karşılıklı anlaşma sonucu bir egemen güç olan devlet aygıtına teslim etmesi vardır. Önde gelen sözleşmecî yazarlardan Thomas Hobbes egemene haklarını teslim eden

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

“kendisine tek bir eylem atfedilebilecek, tek iradeye sahip, tek olan” halk olduğunu, “politik birlikten kaçınarak, otoriteye direnerek, süreklilik arz eden anlaşmaların tarafı olmayarak, asla yasal kişinin statüsüne ulaşamayacak” olanın doğal haklarını asla egemene devretmeyecek olmasından dolayı çokluk olduğunu belirtmiştir (Virno, 2013: 27). Böylece, sözleşme ile birlikte egemen güç olarak devletin varlığı ortaya çıkarken, bir özne olarak çokluk teke düşürülerek halk haline gelir (Douzinas, 2015: 175).

Çokluğun kelime olarak daha az bilinmesinin nedeni 17. Yüzyılda gelişen bu tartışmalardan kaynaklanmaktadır. Bu tarihsel üstünlük halkın daha çok bilinmesine yol açarken, çokluğun anlamlandırılmasında, hafızalara kazınmasında zorluklara yol açmaktadır. Yine de bu kavram arasındaki mücadele sosyoloji alanından çok politik teori alanında devam etmektedir (Virno, 2013: 49). Otonomist Marksist yaklaşım politik felsefesinde çokluğa kurucu özne görevi vererek halk ile oluşturulmaya çalışılan hiyerarşik egemenlik modelinin mutlak demokratik modelin oluşturulması olasılığını reddetmektedirler (Katsambekis, 2016: 251).

Çokluğun direnişi harekete geçirmesi için iki açık nedeni vardır. Bunlardan birincisi küresel düzenin devamı için imparatorluk tarafından ortaya konan savaşır ve çokluk bununla mücadele içerisinde olmalıdır. İkinci nedeni ise sermaye varlığını ve gelişmesini çokluğa borçludur. Çokluk girdiği mücadelelerle sermayeye büyük zorluklar çıkarabilmektedir. İmparatorluk meşruiyetini savaş üzerinden elde ederken, çokluk demokrasi üzerinden bu meşruiyete kavuşma amacı gütmektedir (Hardt ve Negri, 2020: 108-9). Kendisine zarar verme potansiyeli olan geleneksel silahları kullanmaktansa, çokluk üretim ve yeniden üretim sırasında zekasını ve iş birliği yaratmaya dönük araçlarını kullanması yerleşik toplumsal ilişkileri dönüştürme de daha yararlı olacağını belirtmektedir (Hardt ve Negri, 2019b: 376).

Bahtin’in (2019) karnavalesk anlatının izlerini sürdüğü Dostoyevski romanlarında yazarın diyalojik yani kahramanların karşılıklı iletişiminden yararlandığı ve bu diyalojik anlatının da karnavalesk bir yöntemle karakterlerin tutkularını ifade etmektedir. Küreselleşme karşıtı yapılan gösterilerde göstericiler tarafından kostümler, danslar, esprili şarkılar, sloganlarla meydana getirilen karnavalesk hava, aynı zamanda örgütlenme tarzıyla da kendisini göstermektedir.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Farklı tekilliklerden oluşan çokluk da diyaloga ve çoksesliliğe imkân vermesiyle işte bu karnavalesk yapıya sahiptir. (Hardt ve Negri, 2020: 227-30). Karnaval bu yönüyle gösteriden ayrılmaktadır. Günümüzde ise karnaval toplumsal hareketlerde meydanları işgal eden çokluğun ortaya koyduğu şenlikli hava yani duygusal boyut aracılığıyla kendini gösterir. Toplumsal hareketlerdeki bu duygusal boyut, sadece hareketlerin devamlılığını sağlamasında değil, oluşmasında da etkili bir fenomendir.

### 4.3. Maddi Olmayan Emek

Maddi olmayan emek kavramı ilk olarak post-operaismo akımının temsilcilerinden Maurizio Lazzarato (1996) tarafından ortaya atılmış, “*işçi sınıfının teknik ve öznel-siyasal bileşimin tanımlamaya dönük bir çaba çerçevesinde- metanın enformasyonel ve kültürel içeriğini üreten emek*” olarak tanımlanmıştır (2005: 227). Emek kavramında böylesi bir tanım değişikliğine gidilmesinin nedeni Fordist dönemde Taylorist yöntemle fabrika ortamında sadece belirli işleri yapması beklenen işçinin postfordist dönemde enformasyon teknolojilerinin hızlı yükselişi ve hizmet sektöründe çalışana duyulan ihtiyaç işçinin kas gücünden ziyade hayal gücüne duyulan ihtiyacının artmasıdır. İşçinin bu yeniden yapılandırılması modern işletme yöntemlerinin bir hedefi haline gelen “*işçinin ruhunun ‘fabrikanın’ bir parçası haline gelmesine*” neden olmuştur. Böylelikle “*kapitalizm işçinin kişiliğini ve öznelliğini değer üretimine dahil etmeye çalışır*” (Lazzarato, 2005: 229-31).

Hardt ve Negri mutlak demokrasi idealinin gerçekleşmesinde çokluğun sahip olduğu gücü Lazzarato’dan devraldığı maddi olmayan emek aracılığıyla kullanacağını belirtmiştir. Zira imparatorluğu yıkacak canlı emeğin öznesi çokluktur. Hardt ve Negri İmparatorluk’tan hemen sonra kaleme aldıkları Çokluk’ta (2004) 20. yüzyılın son on yılı itibarıyla nicel olarak olmasa da nitel olarak üretim alanındaki hegemonyasını kaybettiğinden dolayı İmparatorluk’ta bahsi geçen emek türlerinden endüstriyel emeği maddi olmayan emek türleri arasından çıkartmıştır. Buna göre maddi olmayan emeğin iki biçimi ise şu şekildedir. Bunlardan birincisi, fikirler, semboller, kodlar, metinler, dilsel figürler, imajlar gibi ürünler üreten entelektüel emek veya dilsel emektir. Maddi olmayan ikinci emek türü de restoran, havayolu gibi çoğu hizmet sektöründe gördüğümüz, neşe, üzüntü, memnuniyet, heyecan veya

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

tutku (güleryüzlü hizmet) gibi duygusal tepkiler üreten duygulanımsal emektir (Hardt ve Negri, 2020: 123).

Maddi olmayan emek kavramına getirilen en büyük eleştirilerden biri bu emek aracılığıyla üretilen ürünlerin maddi olduğu dolayısıyla klasik Marksist tanımda yer alan emek tanımından ayrılamayacağıdır. Bunun üzerine Hardt ve Negri bu argümana kısmen haklılık payı verdiğini, bununla beraber, bu kavramın bedenimizi ve beynimizi içerdiğinden dolayı maddi kalmaya devam ettiğini belirtmişlerdir. Yine de bu ikili emeğin belirleyici bir role sahip olduğu Marksist anlayışta “*maddi mallar üretmekle kalmayıp ilişkileri ve de toplumsal yaşamın kendisini de üreten*” biyopolitik emeğin, biyopolitika kavramı içerisinde bir karışıklığa yol açacağı için “*iletişim, toplumsal ilişkiler ve iş birliği*” üreten maddi olmayan emek terimini günümüzde hegemonik emek türü olarak tanımlamaya devam etmektedirler (Hardt ve Negri, 2020: 124-5).

Bu emek biçimiyle işçi kendi beden ve fikirlerini kullanabildiği için karar verici özne konuma yükselmiştir. İşçi artık sermayenin üretim araçlarını kullanmaz; üretim aracı bizatihi kendisidir. Böylece hem sermaye için ürettiği değerde hem de öznellik üretiminde belirleyici rodedir. Burada sermayenin konumu paradoks içerir. Zira, kar etmek için işçiyi yok edemezler. Bununla birlikte, bu ihtilafın taraflarından biri olan işçinin amacı “*mevcut haliyle iktidarı almak değil, karşı iktidar sürecini açık tutmak, kapitalist aygıtın yarattığı yeni el koyma aygıtlarına meydan okumak ve bu süreçte yeni makinik öznelliklerin yaratabileceği toplum tiplerini keşfetmektir.*” (Hardt ve Negri, 2019a: 186).

#### 4.4. Müşterekler

Science Dergisi’nde yayınlanan “*Müştereklerin Trajedisi*” (1968) adlı metinde müşterekler kavramını ilk defa kullanan Garrett Hardin, belirli bir otlak arazinin ortak bir şekilde çobanlar tarafından kullanılması her bir çobanın kendi hayvanlarını daha fazla otlatma isteğinden dolayı kaçınılmaz bir şekilde trajedi ile sonuçlanacağını belirtmiştir. Hardin’e göre bu ve bunun gibi müşterek alanların trajediyle sonuçlanmaması için kamu gücünü arkasına alan bir devlet aygıtı veya özel sektör tarafından işletilen bir teşebbüs ile yönetilmesi gerekmektedir. Daha sonraları,

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

müşterekler üzerine yaptığı çalışmalarla iktisat alanında Nobel Ödülü alan Elinor Ostrom, “*Müşterekleri Yeniden Tanımlamak*” (1990) çalışmasıyla bu argümanı tersine çevirmiştir. Ostrom, ortak kaynakların belirli şartlar altında devlet ve sermaye alanının dışında çatışmasız ve sürdürülebilir bir yönetim modelinin olabileceğini formüle etmiştir. Ostrom ortaya koyduğu formülün işlerlik kazanabilmesi için hem kaynakların hem de kullanıcıların belirli özelliklere vakıf olması gerektiğini belirtirken, kullanıcılar arasında belirli bir düzeyde iletişim olması gerektiğini şart koşmuştur.

Müşterekler ve çitleme kavramları hakkında metinler üretirken kaçınılmaz olarak Hardin ve Ostrom’un metinlerinden yararlanmak gerekmektedir. Bu araştırmacılardan yararlanarak müşterekler literatürüne katkı sunan yaklaşımlardan bazıları Massimo De Angelis’in başını çektiği Otonomist Marksizm ve bu yaklaşımın devamı niteliğinde değerlendirebileceğimiz Michael Hardt ve Antonio Negri’dir. Otonomist Marksist yaklaşım müşterekleri geleneksel Marksizm’in ortak kaynakların kullanımı üzerindeki hak temelli argümanından daha geniş bir alana taşıyarak, bu alanların veya kaynakların piyasa ve sermaye sürecinin dışında, toplumsallığın üretildiği dayanışma, ortaklaşma, demokrasi, özyönetim gibi kavramlarla bir arada kullanarak müştereklere daha süreçsel ve ilişkisel bir anlam kazandırmaktadır (Adaman, Akbulut ve Kocagöz, 2017: 18).

Hardt ve Negri ise müşterekler kavramını entelektüel, duygulanımsal, ilişkisel ve dilsel kapasiteye sahip olan maddi olmayan emek ile ilişkisini bu emek türünün hem müşterekler üretebildiği hem de müşterekler aracılığıyla gelişebildiğini belirtmektedirler. Onlara göre, iş birliği ve yardımlaşma ile üretilen her bir maddi olmayan emek ürünü onu üreten toplum tarafından kullanım hakkına sahip olmalıdır. Böyle bir yaklaşım toplumsallığın üretimi ve yeniden üretiminde maddi müşterekler kadar maddi olmayan müştereklerin de (bilgi müşterekleri, toplumsal yaratıcılık müşterekleri, kentsel müşterekler) etkili olduğunu göstermiştir. Öyle ki günümüzde müşterekler toplumsal hareketleri anlamada önemli bir mefhum haline gelmiştir (Adaman, Akbulut ve Kocagöz, 2017: 19-20).

Müştereklerin varlığı her ne kadar eski dönemlere kadar uzansa da toplumsal hareketler ile anılması İşgal Et eylemleriyle birlikte olmuştur. Bu ilişkiye

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

verilebilecek en bilinen örnekler, 2013’te Taksim Gezi Parkı’nda müşteregin savunulması, 2010’da Yunanistan’da meydana gelen ekonomik kriz sonrası müştereklerin yaratılması, 2011’de ABD’de Occupy Wall Street Hareketi ve İspanya’da Öfkeliiler Hareketi’dir. Buna ek olarak, İtalya’da suyun özelleştirilmesine karşı yürütülen kampanyalardan Barselona’da yeni bir şehir idaresi ilkelerine, Roma’da müştereklerin oluşturduğu bilgiyle eski bir tiyatronun yeni bir üretim tarzı için işgalinden, çok uluslu şirketlerin balık alanlarını ve toprakları çitlemesine karşı taban hareketleri ve mücadeleler ve Zapatista’nın sorumluluk alanında yerel halkın kendi kendini idare ettiği Meksika’nın güneydoğu bölgelerine kadar müştereklerin politik alana doğru genişleyen belli başlı mücadelelerin konusu olduğunu görmekteyiz (De Angelis, 2017: 10-1).

Hardt ve Negri 20. yüzyılında sonunda başlayıp 21. Yüzyıl ile devam eden toplumsal mücadelelerin müştereklerin geleceğiyle ilgili olarak üç unsur belirlemiştir. Bunlardan ilki, bu toplumsal mücadelelerde ilk hedef tabandan demokratik ve özerk bir şekilde, sabit sermayeye el koyma bir diğer ifadeyle müşterek varlıkları ele geçirme mücadelesi olmalıdır. İkincisi, müşterekleri yaratma ve ele geçirmek için kurucu bir aygıt görevi üstlenen toplumsal mücadeleler, politik bir tavır ile neoliberal sisteme karşı yeni iktidar biçimleri yaratmalıdır. Üçüncüsü söz konusu bu politik tavrı mücadelenin ortasına taşıyacak girişimci özne çokluktur. Sadece, bu girişimci özne müştereklerde yaratılması beklenen eşitlik ve özgürlük ortamını tesis edebilecektir (2019a: 322). Hardt ve Negri (2019a: 146) müşterek varlıkların demokratik katılımı ile idaresinin sağlanması konusundaki Ostromcu görüşe katılmakla beraber Ostrom’un bu demokratik yapının sadece, içeridekileri dışarıdakilerden belirgin bir şekilde ayıran, küçük yapılarla kurulabileceği görüşüne katılmamaktadırlar. Zira kendilerinin daha büyük hayallerinin olduğunu belirterek, müşterekler vasıtasıyla kurulacak demokratik ilişkilerin herhangi bir ayırım yapmadan daha büyük deneyimleri kapsayacağını altını çizmişlerdir. Öyle ki Hardt ve Negri tarafından yeni bir demokratik umudun tezahürü olarak belirtilen İşgal Et Hareketleri bile prefigüratif deneyimler olarak değerlendirilmiştir.

Meclis’te Hardt ve Negri müşterekler için bize kabaca yol gösterici olabilecek bir şema çıkartmışlardır (2019a: 145):

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

- a) Birincisi, dünya ve ekosistemleri, giderek artan hasardan dolayı ortaya çıkacak yıkıcı etkilerden hepimizin etkileneceği için müşterek ve evrenseldir. Bundan dolayı, bu varlıkların kaderi özel mülkiyet tasarrufuna veya ulusal çıkarlara bırakılamaz. Dünyamızın geleceği için onu müşterek bir varlık olarak değerlendirip, kolektif kararlar alınacak bir sistemin parçası yapmalıyız.
- b) İkincisi, mülkiyet ilişkileri doğası gereği dışlayıcı bir yapıya sahiptir. Bununla birlikte, fikirler, kodlar, imgeler ve kültürel ürünler gibi maddi olmayan zenginlik biçimleri bu dışlayıcı yapıyı şimdiden sarsmaya başlayan müşterek varlıklara doğru bir dönüşüm içerisindeyler.
- c) Üçüncüsü, iş birliğine dayalı biçimleriyle toplumsal emek ile üretilmiş veya çıkarılmış maddi metaların ortak kullanıma açılması hem mümkün hem de gereklidir. Bu metaların kullanımı veya çıkarılması ile ilgili tasarruflara demokratik karar alma mekanizmalarıyla karar verilmelidir.
- d) Dördüncüsü, toplumsal etkileşimlerle iş birliğinin bir parçası olarak oluşturulmuş metropoller ve kırsal toplumsal alanlar müşterek kullanıma ve idareye açılmalıdır.
- e) Beşincisi, sağlık, eğitim, barınma ve refahla ilgili toplumsal kurumlar ve hizmetler, toplumu oluşturan her bir bireyin yararlanacağı ve demokratik karar alma mekanizmalarıyla yönetilebilecek şekilde yeniden düzenlenmelidir.

## 5. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada Gillian Rose’un Görsel Araştırma Yöntemleri (2016) çalışmasında ortaya koyduğu eleştirel görsel metodoloji çerçevesinde değerlendirdiği göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılacaktır. Rose (2016: 24), eleştirel görsel metodoloji kavramını geliştirirken, ele alınacak görsellerin görselin yapıldığı *üretim alanı*, görselin içeriğini oluşturan *görsel alan*, görselin gezindiği *“dolaşım alanı ve görselin izleyiciyle karşılaştığı seyirci tarafından algılanma alanı”* olarak dört farklı alanda analiz edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Üretim alanında görselin nasıl yapıldığı yani hangi teknolojik aracın kullanıldığı, eserin hangi türe (genre) ait olduğu kim tarafından, ne zaman, kim için ve neden yapıldığı sorularına cevap aranmaktadır. Görsel alanda ise kullanılan görsel efektler, görsel üzerinde yer alan öğelerle oluşturulan kompozisyon ve görselin yer aldığı toplum ile arasında kurulabilecek anlamsal ilişkiler ele alınacaktır. Dolaşım alanında ise görselin bulunduğu ortam nasıl dolaştığı, eğer bir ortamdan başka bir ortama aktarıldıysa bu geçişin nasıl, kim tarafından hangi maksatla yapıldığı

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

sorularına cevap aranmaktadır. Son olarak, görselin nerede ve nasıl görüntülediği, başka görüntülenme seçeneklerinin var olup olmadığı, diğer görsel metinlerle metinlerarası bir ilişkinin kurulup kurulamayacağı ve görselin kim tarafından neden ve nasıl yorumlandığı sorularına seyirci tarafından algılanma alanında cevap aranmaktadır (Rose, 2016: 27-38).

Yıkıcı reklamlarda kullanılan göstergeler hem düz anlamsal hem de yan anlamsal boyutlarıyla analiz edilmeye çalışılacaktır. Düz anlam gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin doğrudan yani olduğu gibi algılanmasıdır. Yan anlam ise gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin yorumlayıcı tarafından dolaylı yani kültürel, sosyal, duygusal boyutlarıyla algılanmasıdır (Smith-Shank, 2021: 67). Bu araştırmada özellikle yan anlamsal düzeyde gerçekleştirilecek analizin egemen kodları olarak Michael Hardt ve Antonio Negri'nin mutlak demokrasi idealini açıklarken kullandığı imparatorluk, maddi olmayan emek, çokluk ve müşterekler kavramları kullanılacaktır.

Göstergebilimsel analiz yapılacak görseller seçilirken, mutlak demokrasi kavramsallaştırmasıyla uyumlu olabileceği düşünülen 3 yıkıcı reklam çalışması seçilmiştir.

## **6. Araştırma: Mutlak Demokrasi Bağlamında Yıkıcı Reklamların Kullanımı: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi**

Yıllardır süren aşırı sıcaklık ve bunun yol açtığı kuraklıkla mücadele etmek için the Subvertisers International'a bağlı taban hareketleri ve örgütler havayolu ve havalimanı reklamcılığı ile mücadele etmek için Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla (Ban Fossil Fuell Ads) kampanyasını başlatmıştır. Avrupa'nın büyük şehirlerinde taban hareketlerinin katılımıyla açık hava reklam alanlarında yer alan reklamların yerine karbon emisyonuna yol açan havayolu şirketlerini ve onlara yardım eden reklam ajanslarını hicveden yıkıcı reklamlar yerleştirilmiştir.

Bu eylemler Avrupa genelinde Avrupa Yurttaş İnisiyatif'i tarafından düzenlenen ve Ekim'in sonunda bitecek olan Fosil Reklamları Yasakla imza kampanyasıyla aynı dönemde yapılmıştır. 7 ülke ve 15 şehirde taban hareketlerinin katılımıyla yüzlerce reklam panosunu ele geçirip daha fazla bilet satarak karbon



KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

emisyonlarını arttıran hava yolu şirketlerine ait reklamların yerine hiciv ve alay içerikli yıkıcı reklamlar yerleştirilmiştir. Bu kampanya dahilinde yıkıcı reklamcılarının hedefindeki havayolları şirketleri Hollanda merkezli KLM Royal Dutch Airlines, İtalya merkezli ITA Airways, Almanya merkezli Lufthansa, İngiltere merkezli British Airways, Fransa merkezli Air France ve daha birçok havayolu şirkettir.

## Şekil 2. “KLM Sorumlu Bir Şekilde Uçar?” Afişi



Kaynak: (subvertisers-international.net) (Erişim tarihi: 01.10.2022)

Bu görsel The Subvertisers International üyesi Brandalism tarafından Avrupa'nın birçok şehrinde açık hava reklam alanlarına uygulanmıştır. Düz anlamsal bir analiz yapılacak olursa, görselde KLM şirketine ait olan bir uçağın sağ kanadını görmekteyiz. Görselin arka planında ise yanan geniş çaplı ormanlık alan ve buna bağlı olarak geniş duman bulutları görmekteyiz. Özellikle uçağın sağ kanadının uç kısmının yangın bölgesinin üzerinde yer alması uçağın yangının çıkmasında sorumlu olduğu izlenimi verilmeye çalışılmıştır. Görselin sol üst ve sağ alt kısmında iki farklı metin yer almaktadır. Sol üst kısmındaki metinde KLM şirketinin çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir havayolu şirketi olduğunu belirtmek için kullandığı “sorumlu bir şekilde uçar” sloganının sonuna soru işareti konmuştur. Sloganın hemen altında ise “daha az sürdürülebilir bir gelecek yaratarak” alt başlığı eklenmiştir. Sağ alt bölümde ise KLM logosu ve logonun altında “Şu anda yeşil aklama için dava ediliyor.” metni yer almaktadır. “Sorumlu bir şekilde uçar” kampanyasını tasarlayan ve uygulayan reklam ajansını da belirtmek için “Dentsu Benelux reklamları.” ibaresi eklenmiştir.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Son olarak, kampanyaya ait daha detaylı bilgilere ulaşabilmek için #fosilreklamlaryasakla etiketi ve [www.banfossilfuelads.org](http://www.banfossilfuelads.org) web sitesine yer verilmiştir.

İmparatorluk bağlamında yan anlamsal bir analiz yapmak gerekirse, bu yıkıcı reklamda imparatorluğu oluşturan ve dünya genelinde çok uluslu bir şekilde faaliyetlerini sürdüren Royal Dutch KLM havayollarına ait “Sorumlu Bir Şekilde Uçar” kampanyası hedef tahtasına oturtulmuştur. Reklam kampanyalarıyla geleceğe dönük yatırımlar yaptığını ve sürdürülebilir bir gelecek için çalıştıklarını belirten KLM Havayolları’nın hala fosil yakıt kullanarak üst düzey karbon salınımı gerçekleştirdiği vurgulanmak istenmiştir. Bunu da “daha az sürdürülebilir bir gelecek yaratarak” ve “Şu anda yeşil aklama için dava ediliyor.” metniyle ifade edilmiştir.

Çokluk bağlamında yan anlamsal bir analiz yapmak gerekirse, hem yatay örgütlenme modeline sahip bir grup olan The Subvertisers International gibi bir örgütün düzenlediği harekete katılan bir yıkıcı reklamcı tarafından hazırlanması hem de görsel üzerinde #banfossilads etiketi ve [www.banfossilfuelads.org](http://www.banfossilfuelads.org) internet adreslerine yer verilmesi çokluk ile iki şekilde anlamsal ilişki kurmamızı sağlamaktadır. Bunlardan ilki görselin çokluk tarafından oluşturulması ikincisi çokluk oluşturmak için tasarlanmasıdır. #banfossilads etiketi çokluğun bir parçası olan çevreci insanları hem konuyla ilgili paylaşımlar yapmaya teşvik ederek harekete dahil etmeye çalışırken hem de başka kullanıcılar tarafından yapılmış paylaşımlar ile çokluğun tekilliği olan çevreci insanların farkındalığını arttırmayı amaçlamaktadır. [www.banfossilfuelads.org](http://www.banfossilfuelads.org) ile hareketin amacına yönelik bilgiler içeren internet sitesine yönlendirmek ve böylece insanları harekete dahil ederek KLM Havayolları’na karşı harekete geçecek bir çokluk oluşturma amaçlanmaktadır.

Maddi olmayan emek bağlamında bir analiz yapmak gerekirse, bu hareket çerçevesinde tasarlanan yıkıcı reklamlar içerdiği fikirler, semboller, kodlar, metinler, dilsel figürler ve imajlar gibi öğelerden dolayı Hardt ve Negri tarafından tanımlanan maddi olmayan emeğin dilsel veya entelektüel emek adını verdiği türüne girmektedir. Bu görselde de bir gösteren olarak yangın ve uçağın kanadı arasındaki ilişki KLM’nin bu ve buna benzer yangınlardan sorumlu olduğu düşüncesi alımlayıcının zihninde uyandırılmaya çalışılmıştır. Görselde kullanılan KLM logosu

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

ve “Dentsu Benelux reklamları” gösterenleriyle sanki bu reklamı bu iki şirketin ortak çalışması gibi göstererek ironiye başvurulmuştur. Ayrıca, KLM’nin “Sorumlu Bir Şekilde Uçar” kampanyasına atıfla “Şu anda yeşil aklama için dava ediliyor.” metni aracılığıyla markanın kendini ifşa ediyor algısı alımlayıcıda yaratılmak istenmektedir.

Mutlak demokrasiyi oluşturan öğelerden bir diğeri ise müştereklerdir. Bu görseli yan anlamsal düzeyde ve müşterekler bağlamında değerlendirecek olursak, Hardt ve Negri’nin de ortaya koyduğu gibi “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla Hareketi”nin bir toplumsal hareket olarak müşterekleri savunması bakımından önemli bir amacı vardır. Burada bahsi geçen müşterek ormanlardır. Yine “Şu anda yeşil aklama için dava ediliyor.” göstereni ile bir çokluğa ait tekillik olarak çevrecilerin müşterekleri savunduğu bilgisi alımlayıcıda uyandırılmak istenmektedir.

### Şekil 3. “Lufthansa Dünyanın Sonuna Evet” Afışı



Kaynak: (brandalism.ch) (Erişim tarihi: 01.10.2022)

Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla Hareketi’ne ait bir diğer yıkıcı reklam uygulaması ise şekil 3’te gösterilmiştir. Düz anlamsal yönüyle analiz edilecek görselde, beyaz bir arka plan tercih edilmiştir. Sol üst köşede Almanya’nın önde gelen hava yolu şirketlerinden Lufthansa’nın logosu onun hemen altında da “#dünyanınsonunaevetdeyin” yazan bir sosyal medya etiketi yerleştirilmiştir. Sol orta

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

kısımda ise “Lufthansa’da biz gezegeni kavururken ağaç resimleriyle dikkatinizi dağıtıyoruz.” metnini görmekteyiz. Sol alt tarafta ise “DDB Münih tarafından hazırlanan yeşil boyama reklamları” metni yer almaktadır. Yıkıcı reklam uygulamasının sağ tarafında ise Lufthansa Havayolları ile uçak yolcuğu yapan bir erkek yolcunun elinde havayollarına ait dergiyi okuduğunu görmekteyiz. Derginin açık sayfalarında yeşil çam ağaçlarından oluşan bir arka plan varken, üzerinde “Bugün hava yolculuğunuzu karbon nötr hale getirin” yazısı yer almaktadır. Yine reklamın sağ tarafında uçak camından yanmış bir orman manzarası görmekteyiz. Sağ alt tarafta ise #fosilreklamlarıyasakla etiketi yer almaktadır.

Mutlak demokrasi unsurlarından biri olan imparatorluk bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse, bir gösterge olarak Lufthansa logosu imparatorluğu oluşturan çok uluslu şirketi göstermektedir. Görseli oluşturan yıkıcı reklamcılar Lufthansa’nın “Dünya’ya Evet Deyin” sloganını “Dünya’nın Sonuna Evet Deyin” olarak değiştirerek bu çok uluslu şirketin çevreye verdiği zararlara dikkat çekmektedirler. Değiştirilen slogan ve “Lufthansa’da biz gezegeni kavururken ağaç resimleriyle dikkatinizi dağıtıyoruz.” metnini desteklemek için sağ taraftaki uçak camından görünen yangın yeri anchorage görevi görmektedir. Sol alt köşede yer alan “DDB Münih tarafından hazırlanan yeşil boyama reklamları” göstergesi ile gösterilen bir çok uluslu şirket olarak Doyle Dane Bernbach reklam ajansının hedef tahtasına oturtulmasıdır. DDB Münih Lufthansa’nın yeşil boyama reklamlarını hazırlayarak markanın çevreye verdiği zararlara ortak olduğu gösterilmeye çalışılmaktadır.

Çokluk bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse öncelikle “#dünyanınsonunaevetdeyin” ve #fosilreklamlarıyasakla etiketlerinin imparatorluğu oluşturan güçlerden biri olan Lufthansa’nın çevremize verdiği zararlar hakkında sosyal medyada bir farkındalık oluşturmak istendiği çok açıktır. Çokluğu oluşturan tekilliklerden biri olan çevrecilerin konuya dikkatini çekmek ve markayla mücadele etmesi için onları harekete geçirmek istenmektedir. Böylece harekete daha fazla katılımcı toplanmak istenmektedir. Yine yıkıcı reklamcılarının bu kampanyayı öz örgütlenme yöntemiyle oluşturması çokluğun otonom ve iletişimin toplumsal ilişkileri değiştirme özelliğinden yararlandığını göstermesi açısından önemlidir.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Maddi olmayan emek bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse bu yıkıcı reklam çokluğun imparatorluk ile mücadele edebilmek için elinde bulundurduğu maddi olmayan emeğin iki türünden biri olan dilsel emek olarak değerlendirilebilir. Şekil 3’te yer alan yıkıcı reklam ile duygulanımlar yaratmak isteyen yıkıcı reklamcılar çokluğu harekete geçirmek istemektedir. Duygulanımlar yaratmak için Lufthansa markasının reklamlarında kullandığı sloganları ve metinleri tersine çevirerek, ironiyi kullanmaktadır. “#dünyanınsonunaevetdeyin”, “Lufthansa’da biz gezegeni kavururken ağaç resimleriyle dikkatinizi dağıtıyoruz.” ve dışarıyı yanarken takım elbiseli adamın elinde tuttuğu Lufthansa dergisindeki “Bugün hava yolculuğunuzu karbon nötr hale getirin” gibi göstergeler maddi olmayan emek aracılığıyla ironi sanatının kullanılmasına başarılı örneklerdir.

Müşterekler bağlamında yapılacak yan anlamsal analizde ise imparatorluk içinde sermayenin çitletiği alanları otonom bir yapı içerisinde müşterekleştirmek yani onları müşterek alanlar haline getirmek çokluğun görevidir. Buradaki müşterek alanlar ise ormanlardır. Kâr amacı yüzünden doğrudan veya dolaylı bir şekilde ormanlara zarar veren Lufthansa’nın yeşil boyama içeren reklam kampanyalarının yasaklanması için #fosilreklamlarıyasakla etiketinin kullanılması çokluğun müşterekleri savunması bağlamında değerlendirilebilir. Yine bir kamu gücü tarafından sermayeye kiralanmış açık hava reklam alanlarının kısa süreli de olsa işgali müşterekleştirme çabası olarak değerlendirilebilir.

#### Şekil 4. “ITA Bir Sonraki Yok Oluşa Doğru Birlikte Uçuyoruz” Afışı



Kaynak: (subvertisers-international.net) (Erişim tarihi: 01.10.2022)

Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla Hareketi kapsamında Högge tarafından tasarlanan bir diğer yıkıcı reklam çalışması da şekil 4’te gösterilmiştir. Düz anlamsal yönüyle analiz etmek gerekirse beyaz arka plan üzerine yeşil tonlarla yerleştirilmiş çeşitli göstergelerle karşılaşmaktayız. Üst kısımda “Bir Sonraki Yok Oluşa Doğru Birlikte Uçuyoruz.” sloganı alt kısımda ITA Failways logosu onun da altında #fosilreklamlarinyasakla etiketi yer almaktadır. Ortada, metinleri anlamlandırmamızı kolaylaştıran, iki uçan dinazor görseli yer almaktadır.

İmparatorluk bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse, ITA Havayolları İtalya Ekonomi ve Maliye Bakanlığı’na ait hava taşımacılığı yapan bir şirkettir. Hardt ve Negri imparatorluğun oluşumunda çok uluslu şirketler kadar ulus devletlerin de etkin yapısından söz etmiştir. ITA markasının İtalyan hükümeti tarafından sahip olunması ulus devletlerin şirketleşme konusundaki etkili bir örneğini göstermektedir. Bir gösterge olarak ITA Failways logosunun kullanılması yıkıcı reklamcıların imparatorluk ile mücadelesini göstermektedir. Yine bir gösterge olarak uçan dinazorlar ITA’ya bağlı uçaklarla bağdaştırılmaya çalışılarak dinozorlardan sonra insanlığın yok oluşuyla karşı karşıya kalacağımıza dikkat çekilmek istenmiştir. “Bir Sonraki Yok Oluşa Doğru Birlikte Uçuyoruz.” metni ile sarsıcı bir etki yaratılmak istenmiştir.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

Çokluk bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse, şekil 4’teki görselde #fosilreklamlarıyasakla etiketiyle harekete ait bütün bilgilere ulaşılması ve bu bilgilerin paylaşılması amaçlanmaktadır. Söz konusu etiket çokluğu oluşturmak için bir gösterge görevi görmektedir. Ayrıca havayolu şirketleri tarafından dinazor fosillerinden üretilen yakıtlar kullanılmaktadır. Bir gösterge olarak uçan dinozorun gösterileni uçan fosil yakıt tüketen ITA Havayolları’na ait uçaklardır. Böylece çokluğa ait bir tekillik olan çevreci grupların tasarımın hedef kitlesi olduğunu belirtebiliriz.

Maddi olmayan emek bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse, imparatorluğa karşı mücadelede çokluğun elinde bulundurduğu en büyük silah duygulanım yaratarak temelinde iletişim, toplumsal ilişkiler ve iş birliği oluşturabilen maddi olmayan emektir. Bu yıkıcı reklam uygulamasında da yine maddi olmayan emeğin bir türü olan dilsel emek hakimdir. Bir gösterge olarak, uçan dinozorların ITA Havayolları’na ait yeşil renkle gösterilmesi insanlığın geleceğinin yok olacağı ve bunun müsebbibinin ITA olduğunu göstermektedir. Bu şekilde afişin ana teması korku duygusu üzerinden oluşturulmaktadır. “Bir Sonraki Yok Oluşa Doğru Birlikte Uçuyoruz.” metni bir anchorage olarak ana temayı oluşturan korku duygusunu güçlendirmektedir. Türkçe’ye ITA Arıza Yolları olarak çevirebileceğimiz logo ile ironi yoluyla iletişim sağlanmak istenmiştir.

Müşterekler bağlamında bir yan anlamsal analiz yapmak gerekirse, yok oluşun eşliğinde olan dünya ve bütün ekosistem bu yıkıcı reklamda tehlike altında olan bir müşterek varlık olarak gösterilmeye çalışılmıştır. Çokluk imparatorluğu oluşturan unsurlar tarafından sömürü ile tehdit edilen dünyayı maddi olmayan emeğin gücüyle korumaya çalışmaktadır. Zira yok oluşa engel olmak ancak bu şekilde mümkündür.

## **SONUÇ**

Sanat insanın günlük hayattaki deneyimlerinden içsel yolculuğuna kadar kendini ve çevresini ifade biçimi olarak hep var olmuştur. Bununla birlikte, sanat tarihsel süreçte farklı gruplar tarafından yönlendirilmiştir. Sanatın bu durumu sanatın kurumsallaşması olarak ifade edilmiştir. Önceleri kilise, sonra saray, daha sonra aristokrasinin elinde yönlendirilmiş sanat pratikleri 20. Yüzyılın başı ile itibaren

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

toplumun anlaması veya söz konusu bu grupların elinden alınması için avangard sanat içinde şekillenmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısı itibariyle yeni bir avangard sanat biçimi hem toplumsal hareketlere yön vermiş hem de hareketlerden etkilenecek kendine bir yol çizmiştir. Söz konusu bu yeni avangard sanat akımlarından en önemlisi Sitüasyonist Enternasyonal’dir.

Sitüasyonist Enternasyonal’in detournement kavramıyla birlikte, gündelik hayatın estetikleştirilerek oluşturulan, gösteriye karşı yeni bir sanat anlayışı oluşturma arzusu kendisinden sonra gelen kültür bozumu adı verilen akımı etkilediği görülmektedir. Sermayenin elinde bir kâr etme aracı olarak kullanılan reklam ve açık hava reklam alanlarının ele geçirildiği yıkıcı reklamlar ise bu akımın önemli müdahale biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Genelde tüketim karşıtlığı çerçevesinde şekillenen yıkıcı reklamlar çokuluslu şirketler olarak faaliyetlerini sürdüren dev markaları hedef tahtasına oturtmaktadırlar. Özellikle ele aldığı konularla toplumda yer alan farklı grupların mücadelesinde sanatın duygulanım yaratma gücünü kullanan yıkıcı reklamlar bu çalışma çerçevesinde fosil yakıtları kullanarak çevreye zarar vermeye devam eden çokuluslu bir şekilde faaliyetlerini sürdüren hava yolu şirketlerini eleştirmektedirler.

Mutlak demokrasi idealini ortaya koyarak kavramsallaştıran Michael Hardt ve Antonio Negri toplumsal hareketlerin bu idealin oluşmasında önemli bir araç olacağını belirtmişlerdir. Bu çerçevede, imparatorluk, çokluk, maddi olmayan emek ve müşterekler kavramlarını ortaya koyan veya kavramların etki alanlarını genişleten çalışmalarıyla literatüre katkı sunmuşlardır. Bugün yıkıcı reklamlarda markaları eleştiren yıkıcı reklamcılar imparatorluk bağlamında çokuluslu şirketlerle mücadele etmektedirler. Ayrıca, bu çalışmaları yapan sanatçı veya sanatçı kolektiflerinin hem yatay örgütlenme yapıları hem de farklı tekillikleri temsil eden aktif gruplar olması nedeniyle çokluk olarak ele alınmalıdır. Bu grupların bir çokluk bağlamında ele alınması gereken bir başka yönü çalışmalarında ele aldıkları konularda farkındalık yaratarak bir çokluk oluşturma isteğinden kaynaklanmaktadır.

Mutlak demokrasi ideali ve yıkıcı reklamlar arasında kurulacak bir başka ilişki maddi olmayan emek kavramıyla açıklanabilmektedir. Buna göre, yaratıcılık ve iletişim aracılığıyla toplumsallık üretebilme kapasitesine sahip olan maddi olmayan



KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

emeğin entelektüel veya dilsel emek olarak adlandırılan türüne giren yıkıcı reklamlar toplumsal hareketlerde önemli bir mücadele aracı olabilmektedir. Müşterekler ile olan ilişkisi ise özellikle Fosil Yakıt Reklamları Yasakla hareketi dahilinde iklim kriziyle zarar verilen dünya ve ekosistemlerinin bir parçası olan ormanlar, okyanuslar, vs. gibi müşterek varlıklardan kaynaklanmaktadır. Yıkıcı reklamlar ile müşterekler arasındaki bir diğer ilişki ise sermaye veya merkezi otorite tarafından çitlenmiş reklam alanlarına el konularak bu alanların müşterekleştirilmesinden ileri gelmektedir.

Sonuç olarak, bu çalışmada bir sanat pratiği olarak değerlendirilen yıkıcı reklamlar Hardt ve Negri'nin ortaya koyduğu mutlak demokrasinin tesis edilmesinde önemli bir araç olabilirken, Fosil Yakıt Reklamları Yasakla Hareketi bu bağlamda önemli yıkıcı reklam uygulamaları içermektedir.

#### **KAYNAKÇA**

ADAMAN, Fikret; AKBULUT, Bengi; KOCAGÖZ, Umut. (2017). Müşterekler: Çatışkılar, Hatlar, İmkanlar, (Derleyenler), Fikret Adaman, Bengi Akbulut ve Umut Kocagöz. Herkesin Herkes İçin: Müşterekler Üzerine Eleştirel Bir Antoloji, İstanbul: Metis Yayınları, s.13-23.

AHMED, Sara (2019). Duyguların Kültürel Politikası, (Çev: Sultan Komut), İstanbul: Sel Yayıncılık.

ARTUN, Ali (2019). Kuramda Avangard ve Bürger'in Avangard Kuramı. Avangard Kuramı İstanbul: İletişim Yayınları. s.7-31.

BAHTİN, Mihail (2019). Rabelais ve Dünyası, (Çev: Çiçek Öztekin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

CASTANEDA, Ernesto. (2020). Challenging The 1 Percent: The Indignados and Occupy Movements. Social Movements: 1768-2018. London & New York: Routledge. s.194-207.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

ÇETİNKAYA, Yusuf Doğan (2018). Tarih ve Kuram Arasında Toplumsal Hareketler, (Derleyen), Yusuf Doğan Çetinkaya. Toplumsal Hareketler: Tarih, Teori ve Deneyim. İstanbul: İletişim Yayınları. s.25-74.

DAY, Richard J. F. ve MONTGOMERY, Nick (2016). Yunan Bir Anarşiste Mektup: Çokluklar, Halklar ve Yeni İmparatorluklar Üzerine, (Derleyenler), Alexandros Kioupiolis ve Giorgos Katsambekis. Radikal Demokrasi: Kitlenin Biyopolitikası, Halkın Hegemonyası. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları. s.69-107.

DE ANGELİS, Massimo (2017). Omnia Sunt Communia: On The Commons And The Transformation To Postcapitalism. London: Zed Books.

DEBORD, Guy (2006). Report On The Construction Of Situations And On The International Situationist Tendency's Conditions Of Organization And Action, (Editors.), Ken Knabb. Situationist International Anthology. Kanada: Bureau of Public Secrets. s.25-43.

DEBORD, Guy ve WOLMAN Gil (2006). A User's Guide to Detournement, (Editor), Ken Knabb. Situationist International Anthology. Canada: Bureau of Public Secrets.

DEKEYSER, Thomas (2018). Subvertising: On The Life And Death Of Advertising Power. University of Southampton Yayınlanmamış Doktora Tezi, England.

DEKEYSER, Thomas (2020b). “Dismantling The Advertising City: Subvertising and The Urban Commons to Come” EPD: Society and Space, 38(4), s.1-19.

DELLA PORTA, Donatella ve DİANİ, Mario (2020a). Toplumsal Hareketler, (Çev: Pelin Çakır ve Ceren Gülbudak), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

DELLA PORTA, Donatella ve DİANİ, Mario (2020b). Social Movements: An Introduction. USA & UK & Australia: Blackwell Publishing.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

DERY, Mark (2017). Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in The Empire of Signs, (Editors.), Marilyn DeLaure ve Moritz Fink. Culture Jamming: Activism And The Art Of Cultural Resistance. New York: New York University Press. s.126-186.

DOUZINAS, Costas (2015). Krizde Felsefe ve Direniş: Yunanistan ve Avrupa'nın Geleceği, (Çev: Tulga Buğra Işık), İstanbul: Metis Yayınları.

GİLBERT, Jeremy (2012). Antikapitalizm ve Kültür: Radikal Kültür ve Popüler Politika, (Çev: Tuğba Sağlam), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARDT, Michael (2005). İtalyan Laboratuvarı, (Derleyenler), Selen Göbelez ve Sinem Özer. İtalya'da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika. İstanbul: Otonom Yayıncılık. s.19-29.

HARDT, Michael ve NEGRI, Antonio (2012). İmparatorluk, (Çev: Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARDT, Michael ve NEGRI, Antonio (2019a). Meclis, (Çev: Akın Emre Pilgir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

HARDT, Michael ve NEGRI, Antonio (2019b). “Empire, Twenty Years On” New Left Review, 120, s.67-92.

HARDT, Michael ve NEGRI, Antonio (2020). Çokluk: İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi, (Çev: Barış Yıldırım). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

JASPER, James MacDonald. (2017). Protesto: Toplumsal Hareketlere Kültürel Bir Giriş, (Çev: Aslı Önal). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

KATSAMBEKİS, Giorgos (2016). Halkın Çokluksal Momenti Ya Da Momentleri: Yerleşik İkilikleri Bozan Demokratik Eylemlilik, (Derleyenler), Alexandros Kioupkiolis ve Giorgos Katsambekis. Radikal Demokrasi: Kitlenin Biyopolitikası, Halkın Hegemonyası. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları. s.245-276.

KLEİN, Naomi (2012). No Logo, (Çev: Necip Uysal), İstanbul: Bilgi Yayınları.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

LAZZARATO, Maurizio (2005). Maddi Olmayan Emek, (Derleyenler), Selen Göbelez ve Sinem Özer. İtalya’da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika. İstanbul: Otonom Yayıncılık. s.227-246.

LEFEBVRE, Henri (2020). Gündelik Hayatın Eleştirisi 1, (Çev: Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.

MASSUMÍ, Brian (2019). Duygu Politikası, (Çev: Hakan Erdoğan), İstanbul: Otonom Yayıncılık.

ROSE, Gillian (2016). Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials (4. Baskı). Sage Publications

SHUKAİTİS, Stevphen (2016). The Composition of Movements To Come: Aesthetics And Cultural Labor After The Avant-Garde, London; New York: Rowman & Littlefield International.

SMITH-SHANK, Deborah L. (2021). Görsel ve Sosyal Göstergibilim Araştırma Stratejileri. Görsel Araştırma Yöntemleri: Teori, Uygulama ve Örnek içinde. S. D. Bedir Erişti (ed.). Ankara: Pegem Akademi.

Situationist International Anthology. (2006). Detournement as Negation and Prelude, (Editor), Ken Knabb. Canada: Bureau of Public Secrets.

Sitüasyonist Enternasyonal. (2008). Sitüasyonist Enternasyonale Temel Giriş. Nu.1.

The Subvertisers International (2022), “About”, <https://subvertisers-international.net/about/> Erişim Tarihi: 20 Eylül 2022.

The Subvertisers International (2022), “Our Vision”, <https://subvertisers-international.net/about/our-vision> Erişim Tarihi: 5 Eylül 2022.

TILLY, Charles (2020). Inventions Of The Social Movement. Social Movements: 1768-2018 London & New York: Routledge. s.18-40.

TILLY, Charles ve WOOD, Lesley. (2020). Democratization and Social Movements. Social Movements: 1768-2018. London ve New York: Routledge. s.128-148.

KARAOĞLU, Yusufcan (2023). Yıkıcı Reklamların Mutlak Demokrasinin Tesis Edilmesindeki Önemi: “Fosil Yakıt Reklamlarını Yasakla” Hareketi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 10 (2), 120-156.

TOURAİNE, Alain (2017). Eşitliklerimiz ve Farklılıklarımızla – Birlikte Yaşayabilecek Miyiz?, (Çev: Olcay Kunal), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

VANEİGEM, Raoul (1996). Gençler İçin Hayat Bilgisi El Kitabı: Gündelik Hayatta Devrim, (Çev: Ali Çakıroğlu ve Işık Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

VİRNO, Paolo. (2013). Çokluğun Grameri: Çağdaş Yaşam Biçimlerine Dair Bir Çözümleme, (Çev: Volkan Kocagül ve Münevver Çelik), Otonom Yayıncılık.

Çalışma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.