



Bilimsel Bilginin Sosyal Medyada Paylaşımı: Etik Sınırlar ve Akademik İtibar: İlber Ortaylı, Celal Şengör, Canan Karatay Örneği

Sharing Scientific Information on Social Media: Ethical Boundaries and Academic Reputation: The Case of İlber Ortaylı, Celal Şengör, and Canan Karatay

Aybüke ERSAN¹, Hasan Tahsin KEÇELİGİL²

Özet

Bu çalışma, sosyal medya platformlarında bilimsel bilginin paylaşımının yol açtığı etik sorunları ve akademik itibar üzerindeki etkilerini incelemektedir. Dijitalleşme ile birlikte bilim insanlarının sosyal medyada daha görünür hale gelmesi, bilimsel bilginin halkla buluşmasına olanak sağlamaktadır. Ancak bu yeni iletişim modeli, bilginin bağlamdan koparılması, popülerleşme baskısı, uzmanlık dışı yorumların artışı ve akademik itibarın zedelenmesi gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Çalışma, Prof. Dr. Canan Karatay, Prof. Dr. Celal Şengör ve Prof. Dr. İlber Ortaylı gibi figürler üzerinden sosyal medya temelli bilimsel iletişimin sınırlarını analiz etmekte; bilim insanlarının sosyal medyada nasıl konumlandıkları, kamusal sorumluluklarının ne ölçüde farkında oldukları ve etik ilkeleri nasıl yorumladıklarını tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilimsel İletişim, Sosyal Medya, Etik, Akademik İtibar, İlber Ortaylı, Celal Şengör, Canan Karatay

Abstract

This study examines the ethical issues caused by the sharing of scientific knowledge on social media platforms and their effects on academic reputation. With digitalization, scientists have become more visible on social media, allowing scientific knowledge to meet with the public. However, this new communication model also brings with it problems such as the decontextualization of information, the pressure of popularization, the increase in non-specialist interpretations, and the damage to academic reputation. The study analyzes the limits of social media-based scientific communication through figures such as Prof. Dr. Canan Karatay, Prof. Dr. Celal Şengör, and Prof. Dr. İlber Ortaylı; it discusses how scientists position themselves on social media, to what extent they are aware of their public responsibilities, and how they interpret ethical principles.

Keywords: Scientific Communication, Social Media, Ethics, Academic Reputation, İlber Ortaylı, Celal Şengör, Canan Karatay

¹Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun

²Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Samsun

ORCID:

A.E.: 0000-0001-5747-7430

B.K.: 0000-0002-8256-8059

Corresponding Author:

Aybüke ERSAN

Email:

aybukersan@gmail.com

Citation: Ersan, A. ve Keçeligil, H. T. (2026). Bilimsel bilginin sosyal medyada paylaşımı: Etik sınırlar ve akademik itibar: İlber Ortaylı, Celal Şengör, Canan Karatay örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 16 (1), 13-23.

Submitted: 22.10.2025

Accepted: 27.01.2026

1. GİRİŞ

21. Yüzyılda dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bilimsel bilgi yalnızca akademik yayınlarla değil, aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla da aktarılmaktadır. Bilim insanlarının sosyal medyada daha görünür hale gelmesi, bilimsel bilginin halkla buluşmasına olanak tanımaktadır bu doğrultuda insanlar bilimsel bilgiye ulaşabilmek için her geçen gün internet ortamında sosyal ağlar üzerinden erişim sağlamaktadır. Bu nedenle bilim insanları ve kuruluşları artık sadece kamusal alanda değil çevrimiçi alanlarda da araştırmalarını sürdürmelidirler(Boyd, 2010; Marwick ve Boyd, 2011; Brossard, 2013).

X (Twitter), LinkedIn, Instagram, Youtube ve Facebook gibi birçok platform (Ergin ve Alkış, 2024, 578), topluma ünlü veya birçok konuda önemli gördükleri kişileri ve yahut konuları yakında takip edip onlar hakkında bilgi almalarına olanak sağlamaktadır. Bunun yanında bilim insanlarına da geniş kitlelere doğrudan ulaşma imkânı sunarken; bilgi aktarımında hız, erişilebilirlik ve popülerlik gibi avantajlar da sağlamaktadır ve bu platformların, geleneksel medyanın bağıl tek yönlü iletişim ağını hızlı bir şekilde dönüştürdüğü görülmektedir (Boyd, 2010; Marwick ve Boyd, 2011; Brossard, 2013). Ancak bu durum, bilginin bağlamından kopması, yanıltıcı ve kirli bilginin çoğalması, uzmanlık dışı yorumların artışı ve popüler kültürle bilim arasındaki sınırların bulanıklaşması gibi yeni etik sorunları da beraberinde getirmektedir (Ess, 2014, 91-214).

Sosyal medya görünürlüğü artırarak için yapılan çarpıcı açıklamalar ya da uzman olmayan kişiler tarafından aktarılan bilgiler veyahut uzmanlık alanlarının dışında verilen görüşler, bilim insanlarının bireysel itibarı kadar bağılı oldukları akademik kurumların da güvenilirliğini toplum nezdinde zedeleyebilmektedir (Peters, 2013, 14107).

Bu bağlamda, bilim insanlarının sosyal medyada nasıl konumlandıkları, akademik etik ilkeleri nasıl yorumladıkları ve kamusal sorumluluklarını ne ölçüde üstlendikleri soruları önem kazanmaktadır (Peters vd., 2008, 204).

Bu çalışma, sosyal medyada bilimsel bilginin paylaşımına dair etik sorunları ve bu paylaşımların akademik itibar üzerindeki etkilerini tartışmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda Prof. Dr. Canan Karatay, Prof. Dr. Celal Şengör ve Prof. Dr. İlber Ortaylı gibi kamuoyunda tanınırlığı oldukça yüksek üç akademik figür üzerinden, sosyal medya temelli bilimsel iletişimin sınırları ele alınmaktadır. Bu figürlerin söylemleri üzerinden, bilginin popülerleşmesi ile akademik sorumluluk arasındaki gerilim analiz edilmektedir.

2. METODOLOJİ

Nitel araştırma yöntemleri, bireyleri merkezine alan ve davranışlarının altında yatan nedenleri, yaşam tarzları ve kültür gibi konulara yönelik araştırmalar artmalar yapmaktadır (Aydın, 2023, 5-9). Bu çalışma, nitel araştırma yöntemleri çerçevesinde tasarlanmış bir vaka incelemesine dayanmaktadır Araştırmanın temel amacı, sosyal medyada bilimsel bilgi paylaşımı bağlamında ortaya çıkan etik ikilemleri ve bu durumun akademik itibar üzerindeki etkilerini anlamaktır.

Çalışma kapsamında kamuoyunda yüksek tanınırlığa sahip (Canan Karatay, Celal Şengör, İlber Ortaylı) üç akademik figür seçilmiştir. Bu kişilerin sosyal medya paylaşımları ve basılı medya üzerinden kamuoyuna sundukları açıklamalar sistematik biçimde incelenmiştir. Yine figürler hakkında yayımlanmış akademik ve popüler kaynaklardan da yararlanılmıştır. Veriler, etik kurallara uygun şekilde, açık kaynaklardan elde edilmiştir. Her bir figürün söylemlerinin tutarlılığı, etik ilkelere uygunluğu ve akademik kimlik etkisi bakımından değerlendirilmeyi amaçlanmıştır.

3. KURAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Sosyal Medyada Bilimsel Bilgi Paylaşımı

Sosyal medyanın pek çok tanımlaması yapılmıştır. Yapılan tanımlamaları özetlemek gerekirse, kişiler arası iletişim olanağı sağlayan sistem olmasıdır.

Poynter'e göre sosyal medya, geleneksel kitlesel iletişim araçlarından farklı olarak, tek yönlü ve merkezî bir yapıdan ziyade internet ve dijital teknolojiler aracılığıyla çok merkezli, etkileşimli ve kitleler arası erişimi mümkün kılan bir iletişim alanı olarak değerlendirilmektedir (Poynter, 2012, 208).

"Body ve Ellison 'a göre "internet ve ağ kullanıcılarının tamamen ya da kısmen açık profil oluşturduktan sonra, iletişim halinde oldukları bireylerin listesi hazırladıkları, sergiledikleri, paylaştıkları ve diğer kullanıcıların profil ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri sanal ortamlar olarak tanımlanır" (Boyd ve Ellison, 2007, 211). Diğer bir çalışmada ise sosyal medya ve ağların zamandan ve mekândan bağımsız bir iletişim yöntemi olduğunu belirtilmiştir (Kara, 2013, 52).

Bucchi ve Trench(2021), bilim iletişimi, bilim etrafında konuşmalardır diye özetlemiştir. Yeni bir alan olan sosyal medya, bilim insanlarına daha geniş kitlelere ulaşma ve toplumsal etki yaratma fırsatı sunarken, aynı zamanda bilgi sunumunun basitleşmesi, tıklanabilir başlıklar üzerinden manipülasyon ve "troll" kültürü gibi yeni etik sorunlara da yol açtığı görülmektedir. Akademik bilgiye olan güvenin sarsılması, uzmanlığın değerinin azalması ve bilimsel çalışmalarının tüketilebilir içeriğe dönüşmesi, çalışmaların kanıtlanabilirliği gibi riskler bu alanın başlıca tartışma başlıkları arasında bulunmaktadır(Portman vd., 2025, 9; Soydan, 2023, 202).

Merton(1973), bilimsel bilgi, tarihsel olarak belli bağlamsal sınırlar içerisinde üretilmiş, denetlenmiş ve yayılmıştır. Bu sınırlar, genellikle akademik kurumlar, hakemli dergiler ve uzmanlık alanları aracılığıyla korunmuştur. Mertoncu bilim etiği ilkeleri olan "Evrensellik", "Karşılıklılık", "Yeniye Açıklık" ve "Düzensizlik Karşıtlığı", bu sürecin temelini oluşturmaktadır. Fakat sosyal medya, bu geleneksel uygulamaların haricinde, daha yaygın, daha hızlı daha yaygın ve daha az denetimli bir iletişim alanı oluşturmuştur (Fuchs, 2017,146).

Ziman (1991)'ın halkın bilim ile ilişkisini açıklamak ve halkın cehaletle mücadelesinde bilimsel okuryazarlığın sorumlu olduğunu savunan raporunda, resmi bilimsel bilginin pek çok hayati faktörle ilişkisine değinilmiştir ve söz konusu rapora göre halkın bilimle ilişkisinin dört ilke etrafında yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır (Ziman, 1991, 99-105, akt: Eren ve Bozatay, 2024).

İlk olarak toplum, okul, medya ve karşılaştığı bilim temsilleriyle sadece filtrelenmiş değil; inşa edilmiş bilimsel bilgiyi bilir (*tutarsızlık ilkesi*); ikinci olarak bireyin resmi bilimsel bilgiyi kullanım amacı kişinin ihtiyacına, ilgisine, bireysel ve sosyal geçmiş yaşantısı ile ilgilidir (*yetersizlik ilkesi*); üçüncü olarak toplum kendisine sunulan pasif bilgiyi değil de algıladığı çıkar ilişkisi ne göre bilgi kaynağını güvenli kılmaktadır (*inanılmazlık ilkesi*) ve son olarak kamusal tartışmalar sosyal konularda bilimsel bilginin ayrıcalıklı konumunu düşürmektedir (*çelişki İlkesi*) (Eren ve Bozatay, 2024, 475).

Günümüz teknoloji çağında sınırsız bilgi akışı ağı olarak kabul edilen sosyal medya, bireylerin, hatta toplumların düşüncelerine etki edebilmektedir. Bu bağlamda manipülatif bir ortamının da ortaya çıkmasına neden olduğu belirtilmiştir. Aynı zamanda iletişim engellerini ortadan kaldırarak bireyler üzerinde eşit söz hakkı ile birlikte kişilerin aynı dili konuştuğu algısını oluşturan sosyal medya, yapılan paylaşımlarında aynı doğrultuda olmasını desteklemektedir (Tekke ve Lale, 2021, 48).

Twitter(X), Facebook, LinkedIn ve Youtube vb. gibi sosyal medya uygulamaları ve bu uygulamalar içinde çeşitli amaçlarla meydana getirilen gruplarda içerik paylaşımı ve etkileşim

sıklıkla gerçekleştirilmektedir. Bu aşamada kullanıcılar doğrudan iletişim kurabilmenin yanı sıra kısmi iletişim de kurabilme olanağına sahiptirler. Bu bağlamda sosyal medya, günlük bilgileri edinme veya haberleşme özelliği ile beraber artık akademik çalışmalarında paylaşıldığı, derslerin işlendiği, ders notlarının paylaşımının yapılması gibi fırsatları akademisyenlere sunmaktadır. Ancak, bilimsel faaliyetlerin aktarılmasında yeterince sosyal medyanın imkânlarından yararlanılmadığı da tespit edilmiştir (Temel ve Önürmen, 2017, 309).

Popülerliğe aktif olarak katılan bazı bilim insanları medya görünürlüklerini artırarak bunu başarırlar ve böylelikle toplum içinde önemli bir figür haline gelmektedirler. "Görünür bilim insanları" olarak adlandırılan bu grup popülerlikleri ve statüleri yalnızca ilginç keşiflerinden dolayı değil, yanı sıra sergiledikleri tartışmalı söylem ve keşiflerinden dolayıdır (Biermann ve Taddicken, 2025, 38-39). Burada bilimsel bilginin güvenilirliği akademik ve toplumsal çevrede sorgulanır hale gelmektedir (Weingart ve Guenther, 2016, 8).

3.2. Etik Sorunlar ve Akademik İtibarın Aşınması

3.2.1. Bilimsel Araştırmalarda Etik ve Etik Sorunları

Etik, insani değerleri, ahlaki açıdan doğru veya yanlış, iyi veya kötü davranışların dayanağını irdeleyen, sorgulayan bir felsefe disiplindir. Bilim etiği ise bilim insanlarının araştırma yaptıkları tüm süreçte sorumlu oldukları ve uymaları gereken kurallar, ilkeler bütünü olarak tanımlanabilir (Esmer ve Özdaşlı, 2023). Resnik, bilimin etik davranış standartlarını "dürüstlük, dikkatlilik, açıklık, özgürlük, güven, eğitim, sosyal sorumluluk, yasallık, fırsat, karşılıklı saygı, etkinlik, insan ve hayvan haklarına saygı" olmak üzere on üç başlıkta ele aldığı görülmektedir (Resnik, 2005, 48-61).

Bilim insanlarına ve bilime yönelik beklentiler, topluma olumlu yönde katkılarıyla ilişiktir ve insan odaklı olmaları istenmektedir. Aynı zamanda bilim insanlarına ahlaki bir sorumluluk da yüklenmiştir. İkinci dünya savaşı sonralarında bu sorumluluklar özellikle ahlaki, etik ve sosyal sorumluluk politikaları üzerinde yoğunlaşmıştır (Åm vd., 2021, 278).

Tekke ve Lale(2021)' ye göre sosyal medya etik ilkelerinden olan doğruluk, gizlilik, erişilebilirlik, fikri mülkiyet ilkeleri ve erişilebilirlik üzerinden açıklanabilir. Fakat yoğun ve sınırsız bilgi akışı sebebiyle bilginin doğru veya yanlış ayrımının netliği bozulmakta ve bilgi kirliliği ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformlarında sayfa yöneticileri veya yazarları aracılığıyla yapılan paylaşımlarda, *hayalet yazar* ile *yanlış bilgilendirme* biçiminde yapılan intihaller çok daha yaygın olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun haricinde sayfa yöneticileri veya yazarları akademi ile bağlantılı bir şekilde paylaşım yaptıkları durumlarda intihale nadir rastlandığı görülmüştür. Fakat bu defa, aynı isme sahip fakat akademiye bağlı olmayan sayfalar, intihale rastlanmayan sayfaların paylaşımlarını aşırma yöntemi ile elde edip kaynakça bölümünün silinmesi ile kendi sayfa veyahut kanallarında yeni bir çalışma gibi paylaşım yaptıkları görülmüştür (Özkaya ve Güner, 2019, 43).

Yine bir diğer çalışmada sosyal medya ve intihal ile ilgili çalışmada sosyal medya hesaplarındaki intihal oranı %59,05 oranında tespit edilmiştir (Özkaya ve Güner, 2019, 43). Bilginin bağlamdan uzaklaştırılarak koparılması, akademik çalışmanın sosyal medya için ticarileştirilmesi ya da büyük ilgi çeken magazinsel hale getirilmesi, akademik itibarın zedelenmesine neden olmaktadır. Akademik uzmanların söylemleri zaman zaman sosyal medyada, linç kampanyalarına, siber zorbalığa ve mesleki itibarsızlaştırmaya maruz bırakılabilmektedir özellikle uzmanlık dışı konularda görüş bildiren akademisyenler, kamuoyunda bilimsel yetkinliğin sorgulanmasına neden olabilmektedir (Egelhofer vd., 2024, 3).

Alanında uzmanlarının çoğunun söylediği gibi günümüz dünyasında güç, sosyal medyada en çok görünür olan, sesini çıkaran ve etkili olanların elindedir(Fitzgerald, 2015, 637; Eysenbach, 2011, 123). Uzmanlar, ünlülerden ve büyük şirketlerden milyonlarca tweet veya bot, trol kullanıcıyı harekete geçirerek (yani, küçük bir grup çalışanın yaygın bir görüş yayarak yanılmasını/inanmasını sağlama bildiği sahte çevrimiçi kişilikler) söylemlerini ön plana çıkartarak popüler hale gelerek kanıt sunmadan inandırıcılıklarını artırabiliyorlar (Khazhomia, 2025, 108; Bucchi, 2008, 1-13).

3.2.2. Akademik İtibar

İtibar kavramının birçok tanımı bulunmaktadır. Kesin bir tanımı olamamakla birlikte birçok paydada birleştiği görülmektedir. Cambridge sözlüğünde; insanların genel olarak bir kişi veya ve benzeri hakkında sahip olduğu görüş, fikir, takdir değerlendirmesi olarak tanımlanmıştır (dictionary.cambridge.org, 2025). Yine Oxford sözlüğünde bir kişinin geçmiş yaşantısına bakarak yaygın sahip olduğu saygı görme, değerli bulunma, güvenilir olma veyahut ünlü olma durumudur (oxfordlearnersdictionaries.com, 2025). Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise saygı göstermek, saymak, değer vermek, saygınlık ve kendine verilen değer olarak ifade edilmektedir (sozluk.gov.tr, 2025).

Şahintürk-Şençimen ve Özdaşlı (2022)'ye göre itibar, diğer bireylerin kişi hakkındaki izlenimi ve algısı olmanın yanında insanlar kendi itibarlarını kendilerinde oluşturma bilmektedirler. Kişisel itibarı geçmiş yaşantılar, çalışmalar, kişisel özellikler, davranış biçimi ve imaj gibi olguların tümünün harmanlanmasıyla oluşurken, kurumda çalışan kişinin imajını, kurum, kurum yöneticileri ve yönetim sistemi, kurum çalışanlarının tutumu etkili olan unsurlar arasındadır.

Yapılan araştırmalarda akademik itibarın belirleyicileri; kurumsal (akademisyenler, çalışanlar ve öğrenciler bakımından, idari pozisyon, akademik ve sosyal çevre) , toplumsal (toplumsal katkı ve algı) ve kişisel(akademik yetkinlik ve kişisel özellikler) belirleyiciler olmak üzere üç kategori de incelenmiştir (Şençimen ve Özdaşlı, 2022, 404).

4. VAKA İNCELEMESİ: AKADEMİK FİGÜRLER ÖRNEĞİNDE ETİK SINIRLAR VE İTİBAR

4.1. Canan Karatay Örneği

Canan Karatay, özellikle beslenme alanında yaptığı çıkışlarla medyada sıkça yer bulan bir Kalp ve İç Hastalıkları profesörüdür. Karatay, geleneksel beslenme ilkelerine karşıt görüşleri ve "şeker-zehir" gibi radikal söylemleriyle dikkat çekmiştir. Bilimsel dayanağı tartışmalı bazı açıklamaları kamuoyunda geniş yankı bulmuştur. Yapılan bazı araştırmalar da göstermiştir ki yapılan açıklama sonrası gebelikte GDM teşhisi için yapılan şeker yüklemesinin yapılma sıklığı belirli oradan düşmüştür ve bu sayede toplumda ünlü figürlerin etkisi de net bir şekilde ortaya koymuş olmaktadır(Karasu, 2018, 54).

Karatay'ın söylemleri, genellikle bilimsel temellere dayandırılrsa da hem tıp camiasında hem de kamuoyunda bölünmelere neden olmuş; bazı açıklamaları Türk Tabipleri Birliği ve Halk Sağlığı Derneği tarafından eleştirilmiştir (ttb.org.tr, 2025). Kamuoyu açıklamalarında ki söylemleri yüzünden sıkça tıp camiasında tartışmalara yol açan ve cezalar alan Karatay, yine kamuoyuna tuz tüketimi ile ilgili yapmış olduğu çarpıcı idelerine kendisi gibi tıp profesörü olan Uzbay tarafından sert eleştiri getirilmiştir (tayfunuzbay.com, 2025).

Kalp ve İç Hastalıkları Profesörü Canan Karatay'ın halktan, belirli bir zümre ve akademik çevreden sıkı takipçilerinin olduğu bilinmektedir. Halk tarafından da fenomen olarak ilan edilen Karatay, birçok mizah konusu olmuş ve bu sayede daha çok akılda kalıcı olmuştur (Sahin ve Duğan, 2020, 191-196).

Bu durum, bilim insanlarının kanıta dayanmayan kişisel yorumlarının kamuya sunulmasının etik sınırlarını tartışmalı hale getirmiştir. Akademik itibarın, sadece yayın sayısı ve atıfla değil, aynı zamanda dijital ortamdaki söylem üzerinden de şekillendiği günümüz ortamında, Karatay'ın popülerliğini kullanarak kendi adını taşıyan diyet kitapları ve sağlık ürünlerinin tanıtımını yapması, bilimsel söylemin ticarileşmesi açısından sıkça da eleştirilerek haberlerde konu olmaktadır. Türkiye'de Karatay örneği, bilimsel otorite ile popüler itibarın çatıştığı ve akademik itibarı da zedeleyebilecek bir iletişim örneklerindedir (Koluman, 2019, 128).

4.2. Celal Şengör Örneği

İtuyayinevi(2025)' in yayınında, Jeoloji profesörü Ali Mehmet Celal Şengör Avrupa'nın en köklü bilim akademilerinden olan Accademia dei Lincei üyesi oldu. Prof. Dr. Şengör, Türkiye'den bu akademiye üyelik için değer görülen ikinci isim olmasıyla ülkemizi gururlandırdı. Aynı zamanda Şengör, A.B.D. Ulusal Bilimler Akademisi'ne üye olan ilk Türk bilim-insanı olmuştur (100tks.kutuphaneci.org, 2025).

Şengör, bilimsel bilgisini halkla paylaşan karizmatik, muzip ve sevilen bir figürdür. Şengör'ün sosyal medyada ve televizyon programlarındaki söylemleri, zaman zaman bilginin popülerleştirilmesi adına basite indirgediği, hatta sert ve dışlayıcı ifadelerle sunulduğu ve bilimsel görüşlerini zaman zaman toplumun dini ve kültürel değerlerini küçümseyici tavrı eleştirilere neden olmuştur ki nitekim Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından birkaç kez ceza almıştır (RTUK, 2025).

Akademik geçmişi ve alanındaki birikimiyle göz doldurmasına rağmen kullandığı üslubun zaman zaman akademik etikle çeliştiği, meslektaşlarını ve çevresindekileri küçümseyici tavırları ve provoke edici yorumlarının kamuya taşınmasının akademik camiada rahatsızlık yarattığı görülmektedir. Bu bağlamda Şengör örneği, akademik itibarın halk nezdinde güç kazanırken, akademi içi ilişkilerde sorun yaratabilecek bir dinamik geliştirdiği görülmektedir(haber.itu.edu.tr, 2025). Aynı zamanda Şengör'ün popüler medya programlarına katılımı, akademik derinliği sınırlayan bir performatifliğe neden olabilmektedir.

4.3. İlber Ortaylı Örneği

Prof. Dr. İlber Ortaylı ise popüler tarih anlatıcılığı ile akademik bilgiyi geniş kitlelere ulaştırmayı başarmış bir figürdür. Ortaylı'nın kullandığı mizahi anlatım şekli, hazır cevaplılığı ve anlatım sırasındaki anekdotları, tarihsel bilginin toplumla buluşmasını kolaylaştırmıştır. Bu aktarım tarzı, hem bilimsel bilginin dinlenmesi hem aktarılmasını popülerleştirmiş hem de kamuoyunda pozitif bir akademik imaj oluşturmaktadır bu durum bilim otoritesini pekiştirirken hak insanı olgusunu da oluşturmuştur (Güllüdağ, 2016, 153).

İlber Ortaylı, kendine has üslubu ve retorisi ve kısa alıntıları ile sosyal medyada yüksek etkileşimli içeriklere sıklıkla konu olarak genç kitlelere hızla ulaşmaktadır. İlber Ortaylı, daha çok tarih disiplini bağlamında değerlendirilmekle birlikte, akademik kimliği ve halk arasında kazandığı popülerliği nedeniyle önemli bir örnek teşkil etmektedir (Vural vd., 2020, 1). Nitekim kitap ve gezi, kültürel aktivite, eğitim alanındaki önerileri özellikle genç nüfusun davranışlarında doğrudan etkili olmaktadır (genclik.sdu.edu.tr, 2025).

Ortaylı'nın televizyon ve sosyal medya üzerinden yürüttüğü kültürel aydınlatma çalışmaları genel olarak olumlu karşılansa da, zaman zaman akademik dilin popülerleştirilmesi bağlamında eleştirilere de maruz kalmaktadır. İlber Ortaylı'nın sosyal medya görünürlük etkisi, Türk tarihi ve kültürel bilincinin artırılmasında toplumsal anlamda çok önemli fırsatları da beraberinde getirmektedir. Popüleritenin bir yan etkisi olarak, sosyal mecralarda Ortaylı'ya atfedilen fakat

kendisine ait olmayan pek çok söylem bulunmaktadır. Bu durum bilgi kirliliğini artırarak kimi zamanda yanlış anlaşılmalara da sebep olabilmektedir (malumatfurus.org, 2025).

TARTIŞMA

Sosyal medyanın daha hızlı benimsenmesinin beklenebileceği alanlarından biri akademidir. Çünkü televizyon ve gazeteler gibi basılı yayın organları ve programları gibi geleneksel iletişim yöntemleri giderek daha az popüler hale gelmesiyle, insanlar bilim haberleri almak için internet ve sosyal medya gibi alternatif medyaya yönelmektedir. Genel olarak halkla bilimsel iletişim kurmaya yarayan sosyal medya uygulamaların giderek artması daha fazla ilgi ve saygı görmesini sağlayabilmektedir. Bilim insanlarının araştırma çalışmalarının belirli yönlerini açıklamak, bilimi iletmek için ve bilim okuryazarlığını artırmak için bir iletişim aracı olarak sosyal medyayı kullanmaları giderek daha fazla ilgi çekmiştir (Collins vd., 2016, 1-3).

Vaka analizlerinden elde edilen bulgular göstermektedir ki sosyal medya, bilim insanları için güçlü bir kitle iletişim aracı olmasının yanı sıra, aynı zamanda ciddi sosyal ve etik riskleri de barındıran bir platform olmuştur (O'Connor ve Weatherall, 2019, 6). Bilginin çok hızlı ve bağlamdan kopuk biçimde aktarılması, özellikle tıp ve tarih gibi kamusal ilgisi yüksek alanlarda bilimsel otoritenin sorgulanmasına yol açabilmektedir (O'Connor ve Weatherall, 2019, 13).

Karatay örneğinde olduğu gibi, geniş yankı uyandıran açıklamaları geniş kitlelere ulaşıya dahi (Loannidis, 2019, 4) bu tür açıklamalar tıbbi protokollerin ve bilimsel metodolojilerin göz ardı edilmesine sebep olabileceği görülmektedir. Bu durum, hem halk sağlığını hem de bilimsel disiplinin güvenilirliğini önemli ölçüde tehdit etmektedir.

Benzer şekilde, Şengör'ün bilimsel söylemlerindeki netlik ve zaman zaman sivri dil kullanımı, bilim insanının ifade özgürlüğü ile toplumsal sorumluluğu arasında ince bir çizgi bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada, akademik figürlerin yalnızca bilgi üreticileri olmalarının yanı sıra bilgi aktarımında etik aktörler oldukları da unutulmamalıdır. Çünkü fikirlerinin doğruluğunu iddia etmek, bilginin kesinliğini iddia etmek değildir (Kitcher, 2001, 6-8).

Ortaylı'nın örneği ise, akademik otoritenin popüler kültürle etkileşimde nasıl şekillendiğini göstermekte; halkla etkili iletişimin akademik ciddiyet ile birlikte yürütülebileceğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada incelenen üç figür, farklı yönleriyle sosyal medyanın akademik bilgi üzerindeki etkilerini gözler önüne sermektedir. Karatay, popülerleşmenin sınırlarında dolaşan bir bilim insanı örneğiyken; Şengör, bilimselliği açık sözlülükle harmanlayan ancak kimi zaman toplumsal duyarlılığı aşan söylemleriyle dikkat çekmektedir. Ortaylı ise akademik otoritenin halkla buluşmasında denge kurabilen bir model sunmaktadır. Ancak görülmektedir ki popülerite, üslubunun farklı kesimlerce farklı algılanarak ve bir takım yanlış bilgilerin yayılmasına da zemin hazırlayabilmektedir.

Scheufele (2014)'e göre sosyal medya, akademik iletişimi demokratikleştirme potansiyeli taşısa da, bu potansiyelin etik sınırlar içerisinde nasıl yönetileceği sorusu gün geçtikçe daha kritik hale gelmektedir. İncelenen örnekler, akademik figürlerin medya stratejilerinin, hem kendi itibarlarını hem de bilimsel bilginin kamusal değerini nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Canan Karatay örneğinde bilimsel bilgi, kişisel yorum ve ticari çıkarlarla iç içe geçerken; Celal Şengör örneğinde akademik birikim, sert söylem ve popüler görünürlük ile harmanlanmıştır. Bu, bilim insanının halkla ilişkisini karmaşıklığa sokmakta ve zaman zaman akademik otoritenin sorgulanmasına yol açmaktadır (Scheufele 2014, 13587).

İlber Ortaylı ise akademik derinliği popüler söylemle dengeleyerek daha etik bir iletişim biçimi ortaya koymaktadır. Popüleritenin bir yan etkisi olarak, sosyal mecralarda Ortaylı'ya

atfedilen fakat kendisine ait olmayan pek çok söylem bulunmaktadır. Bu durum bilgi kirliliğini artırarak kimi zamanda yanlış anlaşılmalara da sebep olabilmektedir.

Tartışmanın odak noktası, bilim insanlarının sosyal medyada kamu ile nasıl iletişim kurması gerektiği ve bu süreçte akademik itibarın nasıl korunabileceğidir. Sosyal medyanın kısa, dikkat çekici ve kimi zaman bağlamdan yoksun doğası, bilimselliğin doğasına aykırı düşmektedir. Bu noktada akademisyenlerin, iletişim stratejilerini geliştirirken hem kamusal sorumluluklarını hem de bilimsel etiği gözetmeleri gerekmektedir (Özkaya ve Güner, 2019, 41). Ayrıca kurumlar düzeyinde sosyal medya kullanımıyla ilgili etik yönergeler geliştirilmesi ve üniversitelerin, bilim insanlarına dijital iletişim becerileri kazandıracak eğitimler sunması önerilmektedir. Böylelikle bireysel düzeydeki etik hatalar sistematik çözümlerle minimum seviyelere indirilebilir (Townsend ve Wallace, 2016, 15).

SONUÇ

Sosyal medya, bilimsel bilginin demokratikleşmesini sağlayan bir araç olmakla birlikte, yanlış bilgilendirme, etik ihlaller ve itibar erozyonu gibi ciddi tehditleri de beraberinde getirmektedir (UNESCO, 2021). Bu bağlamda, bilim insanlarının sosyal medyadaki iletişim stratejileri, sadece kişisel değil, aynı zamanda kurumsal ve toplumsal düzeyde sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle sosyal medya, akademik etik ilkeleriyle uyumlu, şeffaf ve sorumlu bir biçimde kullanılmalıdır (Özkaya ve Güner, 2019, 43).

Çalışmada incelenen üç halk tarafından sevilen ve sayılan figür, farklı yönleriyle sosyal medyanın akademik bilgi üzerindeki etkilerini gözler önüne sermektedir. Karatay, popülerleşmenin ve çatışmaların odağında; Şengör, bilimselliği açık sözlülüğü ve ara ara sınırları aşan söylemleriyle dikkat çekmektedir. Ortaylı ise akademik otoritenin halkla buluşmasında denge kurabilen bir model sunmaktadır.

Sonuç olarak çalışmada, tanınırlığı, görünürlüğü yüksek ve akademik olarak küresel alanda genel kabul görmüş olan Prof. Dr. Canan Karatay, Prof. Dr. Celal Şengör ve Prof. Dr. İlber Ortaylı gibi popüler bilim insanlarının medyada görünürlük kazanırken karşılaştıkları etik ikilemleri gözler önüne serilmiştir.

Elde edilen bulgular, bilimsel bilginin sosyal medyada paylaşıldığında etik sınırları korurken akademik kimliğin de korunması gerektiğini göstermektedir çünkü sosyal mecralar yükseltici etkilerinin yanında yıkıcı etiklerinin de olduğunu da göz ardı edilmemelidir. Akademik figürlerin sosyal medya stratejileri, sadece kişisel değil, aynı zamanda kurumsal düzeyde de etik sorumluluklar doğurmanın yanı sıra, iletişim ve bilgi aktarımında şeffaflık, kriz yönetimi ve akademik özgürlüğün korunmasında önemli rol ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, üniversiteler ve bilimsel kuruluşlar, sosyal medya kullanımı konusunda etik rehberler geliştirmeli ve akademik itibarın korunması yönünde kurumsal politikalar üretmelidirler.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında yazarlar, yapay zekâ aracı/hizmeti kullanılmamıştır. Yazarlar, içeriği gerektiği gibi gözden geçirip düzenlemiş olup yayınlanan makalenin içeriğine ilişkin tüm sorumluluğu üstlenmektedir.

KAYNAKÇA

- Åm, H., Solbu, G., ve Sørensen, K. H. (2021). The imagined scientist of science governance, *Social Studies of Science*, 51(2), 277-297.
- Aydın, N. (2023). *Nitel araştırma yöntemleri*. Özgür Yayınları.
- Biermann, K., & Taddicken, M. (2025). Visible scientists in digital communication environments: An analysis of their role performance as public experts on Twitter/X during the Covid-19 pandemic. *Public Understanding of Science*, 34(1), 38-58.
- Boyd, D. (2010). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. In *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites* (pp. 39-58).
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brossard, D. (2013). New media landscapes and the science information consumer. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. 110. 10.1073/pnas.1212744110.
- Bucchi, M. & Trench, B. (2021). Introduction: Science communication as the social conversation around science. ED. Bucchi, M. & Trench, B. Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology. Routledge. (3rd edition). Routledge. Newyork.
- Bucchi, M. (2008). *Science and social imagination: The role of science in modern society*. Routledge.
- Cambridge Dictionary (2025). Reputation. Erişim adresi
- Collins K, Shiffman D, Rock J (2016) How are scientists using social media in the workplace? *PLoS ONE* 11(10)
- Davies, S. R., & Horst, M. (2016). *Science communication: Culture, identity and citizenship*. Palgrave Macmillan.
- Davis, R. (2020). Ethical dilemmas in digital communication. *Ethics in Media*, 5(2), 123-137.
- Egelhofer, J. L., Seeger, C., & Binder, A. (2024). The effects of witnessing harassment of scientists on public perceptions of science. *Journal of Science Communication*, 23(9), A01.
- Ergin, B. ve Alkış, H. (2024). Dijital pazarlamanın tüketicilerin satın alma davranışları üzerindeki etkisine yönelik bir çalışma. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14 (4), 575-591
- Esmer, Y., & Özdaşlı, K. (2023). Bilimsel araştırmalarda etik: Kavramlar ve ilkeler. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 13(3), 397-409.
- Ess, C. (2014). *Digital media ethics*. Polity.
- Eysenbach, G. (2011). Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of scientific impact. *Journal of medical Internet research*, 13(4), e123.
- Fuchs, Christian. (2017). *Social mMedia: A critical introduction*. London: Sage. 2nd edition. Paperback ISBN 9781473966833, Hardcover ISBN 9781473966826,
- Godlee, F. (2014). Conflicts of interest and trust in science. *BMJ*, 348, g3310
- Güllüdağ, N. (2016). Sosyal medyanın yeni güldürü ögesi capslerin mizahi ve eğitici yönü üzerine: (İlber Ortaylı örneğinde) Prof Dr. Hacali Necefoğlu'na Armağan, Ed: Özkaya, İ.; Özkaya, S., Kanyılmaz Matbaacılık, İzmir, S.147-160.
- Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. *İstanbul: Beta Yayıncılık*, 11.
- Karasu, Y. (2018). Şeker yüklenme testine ne oldu? Medyanın halk sağlığı üzerine etkisi. *Ankara Eğitim ve Araştırma Hastanesi Tıp Dergisi*, 51(1), 57-58.

- Khazhomia, S. (2025). Using trolls and bots in social media: Propagandistic influence on public opinion: A literature review. *ESI Preprints (European Scientific Journal, ESJ)*, 21(39), 103. <https://doi.org/10.19044/esj.2025.v21n39p103>
- Kitcher, P. (2001). *Science, truth, and democracy*. Oxford University Press.
- Koluman, H. (2019). *Hakikat sonrası çağın medya üzerinden üretiminin ekonomi politik eleştirisi: Canan Karatay örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Leshner, A. I. (2003). Public engagement with science. *Science*, 299(5609), 977.
- Loannidis, J. P. (2019). Why most published research findings are false. *Chance*, 32(1), 4-13.
- Marwick, A., & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence*, 17(2), 139–158.
- Merton, R. K. (1973) *The sociology of science: Theoretical and empirical investigations*. University of Chicago Press.
- O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). *The misinformation age: How false beliefs spread*. Yale University Press.
- Özkaya, A., & Güner, Ö. (2019). Bilimsel paylaşım yapan sosyal medya hesaplarında etik ve intihal araştırması. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 37-45.
- Peters, H. P. (2013). Gap between science and media revisited: Scientists as public communicators. *PNAS*, 110 (Supplement 3), 14102–14109.
- Peters, H. P., Brossard, D., de Cheveigné, S., Dunwoody, S., Kallfass, M., Miller, S., & Tsuchida, S. (2008). Interactions with the mass media. *Science*, 321(5886), 204–205.
- Portman, J., Miara, V. Y. and Baram-Tsabari, A. (2025). How does social-media-based science communication affect young audiences? A scoping review of impact making *JCOM* 24(05), V02. <https://doi.org/10.22323/145420250918092124>
- Poynter, R. (2012). İnternet ve sosyal medya araştırmaları el kitabı https://www.google.com.tr/books/edition/The_Handbook_of_Online_and_Social_Media
- Priest, S. H. (2010). *Envisioning science: The design and craft of the science image*.
- Resnik, D. B. (2005). *The Ethics of science An introduction*. London and New York: Routledge.
- Sabancılar Eren, S., & Anbarlı Bozatay, Ş. (2024). Meşruiyet krizlerine bir çözüm önerisi: Yeni bilimsel yönetim. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 27(52).
- Sağlık Bakanlığı. (2019). Bilim kurulu uyarısı. Sağlık Bakanlığı Arşivi.
- Sahin, E., & Duğan, Ö. (2020). Dijital çağın mizahi anlatım türü capslerle sağlık konulu mesajların yayılımı. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar*
- Scheufele, D. A. (2014). Science communication as political communication. *PNAS*, 111 (Supplement_4), 13585–13592.
- Soydan, B. (2023). Yeni medya ve sosyal medya: Etik sorunlar ve çözüm yaklaşımları. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(3), 198-215.
- Şahintürk-Şençimen, S. ve Özdaşlı, K. (2022). Akademisyen itibarını etkileyen faktörler üzerine nitel bir araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 12(3), 397-414.
- Taylor & Francis. Veletsianos, G. (2016). *Social media in academia: Networked scholars*. Routledge. Colson, V. (2011). Science blogs as competing channels for the dissemination of science news. *Journalism*, 12(7), 889–902.
- Tekke, A., & Lale, A. (2021). Sosyal medyada etik, bilgi manipülasyonu ve siber güvenlik. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 16(2), 44-62.

- Temel, F., & Önürmen, O. (2017). Gelenekselin dönüşümünde iletişim akademisyenleri ve sosyal medya. *Gümüşhane üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi*, 5(1), 292-313.
- Townsend, L., & Wallace, C. (2016). Social media research: A guide to ethics. *University of Aberdeen*, 1(16), 1-16.
- UNESCO. (2021). *Ethics of Artificial Intelligence*. <https://www.unesco.org/en/artificial-intelligence/recommendation-ethics> ERIŞİM : 07.06.2025
- Vural, N. O., Ay, E. B., Özçınar, B., & Beyazlar, S. (2020) Tarihin kitlelere ulaştırılması ve popüler tarihçilik odağında İlber Ortaylı ve katkıları.
- Weingart, P., & Guenther, L. (2016). Science communication and the issue of trust. *Journal of Science communication*, 15(5), C01.

www.ttb.org.tr

Ziman, J. (1991). Public understanding of science. *Science, Technology and Human Values* 16 (1),99-105

İnternet kaynakları

Cambride Dictionary, <http://dictionary.cambridge.org/british/reputation> Erişim: 10.06.2025

İTÜ yayın evi https://ituyayinevi.itu.edu.tr/docs/librariesprovider59/dergiler/itudergisi/itu-dergisi-2-sayi.pdf?sfvrsn=122e8cab_10 Erişim: 11.06.2025

RTÜK <https://rtuk.gov.tr/UstKurulKarar/Detay/18273;11543>; Erişim: 11.06.2025

<https://tayfunuzbay.com/gercek-tibbin-on-sifresi-ne-kadar-gercek-ne-kadar-yalan.html> Erişim: 11.06.2025

Türk Tabipler Birliği. https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/abis_20241224_0002.pdf Erişim: 09.06.2025

Türk dil kurumu sözlükleri(2025) itibar. Erişim adresi: [https://sozluk.gov.tr/\(10.06.2025\)](https://sozluk.gov.tr/(10.06.2025)).

Oxford Dictionary (2025). Reputation. Erişim adresi <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/reputation> Erişim: 10.06.2025

Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Medya Kanaat Önderler <https://genclik.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/527/files/sosyal-medya-kanaat-onderleri-04022025>. Erişim: 25.12.2025

Malumatfuruş (2025) <https://www.malumatfurus.org/ilber-ortayli-sozleri> Erişim: 25.12.2025

<https://100tks.kutuphaneci.org.tr/person/csengor/> Erişim: 09.06.2025

İTÜ <https://haber.itu.edu.tr/haberdetay/2021/09/19/kamuoyuna-duyuru> Erişim: 09.06.2025.