etkileşim

Yıl 4 | Sayı 8 | Ekim 2021 | İletişim Fakültesi Akademik Dergisi

SAHİBİ | OWNER

Üsküdar Üniversitesi Adına
A. Furkan Tarhan – Üsküdar Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ | EDITOR-IN-CHIEF

Prof. Dr. Nazife Güngör – Üsküdar Üniversitesi

ONURSAL EDİTÖR | HONORARY EDITOR

Prof. Dr. K. Nevzat Tarhan – Üsküdar Üniversitesi Kurucu Rektörü

EDİTÖR | EDITOR

Doç. Dr. Pınar Aslan – Üsküdar Üniversitesi

EDİTÖR YARDIMCILARI | ASSISTANT EDITORS

Dr. Öğretim Üyesi Denizcan Kabaş – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğretim Üyesi Şükrü Güler – Üsküdar Üniversitesi

DİL EDİTÖRÜ | LANGUAGE EDITOR

Arş. Gör. Besna Ağın – Üsküdar Üniversitesi

SEKRETERYA | SECRETARIAL

Arş. Gör. Atila Erdemir – Üsküdar Üniversitesi

YAYIN KURULU | EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Ana Maria Manzanas Calvo – Universidad de Salamanca
Prof. Dr. Aysel Aziz – Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Prof. Dr. Billur Ülger – Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Erik Knudsen – University of Central Lancashire
Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele – Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Filiz Otay Demir – Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu – İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Peyami Çelikcan – İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. Sevil Atasoy – Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman İrvan – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Greg Simons – Uppsala University
Doç. Dr. Salvatore Scifo – Bournemouth University

BASKI | PRINTED BY
Armoni Nüans Görsel Sanatlar ve İletişim Hizmetleri A.Ş.
Tavukçuyolu Cad. Palas Sokak. No 3 Y. Dudullu Ümraniye/İstanbul. Tel: 0 (216) 540 36 11
Baskı Tarihi: Ekim 2021
YAZIŞMA ve HABERLEŞME ADRESİ | CORRESPONDENCE AND CONTACT
T.C. ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
Altunizade Mahallesi, Haluk Türksoy Sokak, No: 14, PK: 34662, Üsküdar / İstanbul / Türkiye
www.etkilesimdergisi.com | etkilesim@uskudar.edu.tr
GRAFİK UYGULAMA | GRAPHIC APPLICATION
Bülent Tellan

BİLİM DANIŞMA KURULU | ADVISORY AND SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Abdülrezak Altun – Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Asaf Varol – Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aydan Özsoy – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan Biber – İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Kaya – Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Burak Özçetin – İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Ceyhan Kandemir – İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Defne Özonur – Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz Yengin – İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Dilruba Çatalbaş Ürper – Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Dona Kolar-Panov – International Balkan University
Prof. Dr. Erdal Dağtaş – Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Figen Gökalp Ebren – Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Gökben Hızlı Sayar – Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Gülcan Seçkin – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Hale Künüçen – Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu – İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice Öz Pektaş – İstinye Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin Çelik – Nişantaşı Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim Özdemir – Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Korkmaz Alemdar – Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Zelka – Üsküdar Üniversitesi
Prof. Dr. Mine Demirtaş – Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Mukadder Çakır – Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mutlu Binark – Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün Tutal Cheviron – Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuz Makal – Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Gazi Özgüdenli – Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Özer – Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Özlen Özgen – Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Recep Tayfun – Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ruhdan Uzun – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Selva Ersöz Karakulakoğlu – Maltepe Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Öztürk – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tuğba Asrak Hasdemir – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Tülay Şeker – Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Xose Antonioi Neira Cruz – Universidad de Santiago de Compostela
Prof. Dr. Yeşim Güçdemir – İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yıldız Dilek Ertürk – İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Adalet Görgülü Aydoğdu – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. And Algül – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Asil Ali Özdoğru – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Asuman Kutlu – Beykent Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe Asker – Kastamonu Üniversitesi
Doç. Dr. Aytül Tamer Torun - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Bahar Muratoğlu Pehlivan – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Betül Önay Doğan – İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Bilge Narin – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Can Diker – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Cem Çetin – Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Çeyiz Makal Fairclough – Beykoz Üniversitesi
Doç. Dr. Devrim Baran – Trakya Üniversitesi
Doç. Dr. Dinçer Atlı – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Doğan Arslan – Medeniyet Üniversitesi
Doç. Dr. Elif Eşiyok – Atılım Üniversitesi
Doç. Dr. Erol İlhan – Ankara Hacı Bayram Veli Üni.
Doç. Dr. Ertuğrul İbrahim Kızılkaya – İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Esennur Sirer – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Esra Bozkanat – Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Esra İlkay Keloğlu İşler - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Feride Zeynep Güder – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Goran Ridic – University of Applied Management Studies, Mannheim
Doç. Dr. Gül Esra Atalay – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Güven Özdoyran – İstanbul Arel Üniversitesi
Doç. Dr. Hüseyin Kurtuluş Özgen - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. İlker Özdemir – Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Lemi Baruh – Koç Üniversitesi
Doç. Dr. Marina Letonja – DOBA Business School
Doç. Dr. Muzaffer Şahin – Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ognjen Riđić – International University of Sarajevo
Doç. Dr. Onur Dursun – Çukurova Üniversitesi
Doç. Dr. Özgül Dağlı – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Özdemir – Fenerbahçe Üniversitesi
Doç. Dr. Rocio Ovalle – Universidad de Santiago de Compostela
Doç. Dr. Senad Busatlic – International University of Sarajevo
Doç. Dr. Tolga Erkan – Üsküdar Üniversitesi
Doç. Dr. Veli Polat – İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Viktorija Kafedjiska – International Balkan University
Dr. Öğr. Üyesi Cem Tutar – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eren Ekin Ercan – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hale Yaylalı – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Topaçoğlu – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özge Uğurlu Akbaş – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem Çetin Öztürk – İstanbul Gelişim Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şaha Burcu Baygül Özpınar – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yıldıray Kesgin – Üsküdar Üniversitesi
Dr. Jan De Vos – Ghent University

İÇİNDEKİLER | CONTENTS

6 **Editörden…**
Editor's Note
Pınar Aslan

ARAŞTIRMA MAKALELERİ | RESEARCH ARTICLES

12 **Swedish Media, Fundamental Values and the Opinion Corridor in the 2018 Election**
2018 Seçimlerinde İsveç Medyası, Temel Değerlerve Kanaat Koridoru
Greg SIMONS

36 **Yeni Yönetim Yaklaşımlarının İletişim Anlayışı**
Communications Perspective of New Management Theories
İlker ÖZDEMİR

64 **Online (Çevrim İçi) Arabuluculuk: Arabulucuların Sosyal Medya Kullanma Deneyimi Üzerine Bir Çalışma**
Online Mediation: A Study on Experience of Mediator's Use of Social Media
Erol İLHAN, Sultan BAYRAM

90 **A Critical Analysis of the Public Sphere in the Digital Age: The Case of the Petrocaribe Challenge Movement**
Dijital Çağda Kamusal Alanın Eleştirel Bir Analizi: Petrocaribe Challenge Hareketi Örneği
Marc-Henry PIERRE, Mehmet GÜZEL

108 **Neoliberal Toplumsal Dinamikler Ekseninde Kentsel Mekânların Kurgusu: Karaköy Örneği**
The Fiction of Urban Spaces within the Frame of Neoliberal Social Dynamics: Karaköy Example
Burcu AKSU, Cem TUTAR

132 **"Saçma Olan Aşkımızmış": *Arabesk* ve Değişen Seyirci Psikolojisi**
"It was Our Love that was Ridiculous": *Arabesk* and Changing Audience Psychology
Seçkin SEVİM, Bilgen AYDIN SEVİM

160 **Sosyal Medyada Propaganda Modelinin Karşılığı: Gözetimin Tüketimi Üzerine Bir İnceleme**
The Propaganda Model on Social Media:
A Review on the Consumption of Surveillance
Anıl DURMUŞAHMET

DERLEME MAKALELER | REVIEW ARTICLES

186 **Web Arşivlerindeki Çevrim İçi Gazeteler: Web Tarihyazımı ve Medya Arkeolojisi Çalışmalarının Arşiv Yaklaşımı Üzerinden Bir Değerlendirme**
Online Newspapers in Web Archives: An Evaluation Based on the Archive Approach of Web Historiography and Media Archeology Studies
Burak ÖZYAL

ETKİLEŞİM / YORUM söyleşi | kitap inceleme

210 **Myth to Magic: Interactive Symbolic Magma-An Interview with Dr. Maureen Ellis**
Gül Esra ATALAY

228 **"Bilim İletişimi" Üzerine Bir İnceleme**
Şerife ÖZTÜRK

240 **İnternet Galaksisi, İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler**
Sema BULAT DEMİR

248 ***Etkileşim* Yayın Politikası** | *Etkileşim* Publication Policy

262 **Yazım Esasları** | Author Guidelines

EDİTÖRDEN...

Değerli Okuyucularımız,

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi ***Etkileşim***'in sekizinci sayısını sizlerle paylaşmanın mutluluğu içerisindeyiz. Bu sayımızda yine alana önemli katkılar sağlayacak nitelikte araştırmalar ve güncel çalışmalar bulunmaktadır.

Toplamda on iki özgün çalışmanın bulunduğu sekizinci sayımızın hakem değerlendirmesi kapsamındaki kısmında sekiz makale, hakem değerlendirmesi kapsamı dışında kalan ***Etkileşim/Yorum*** kısmında ise röportaj ve kitap incelemesi olmak üzere üç metin yer almaktadır.

İlk makale Doç. Dr. Greg SIMONS tarafından kaleme alınmış "Swedish Media, Fundamental Values and the Opinion Corridor in the 2018 Election" başlıklı çalışmadır. İsveç Medyası üzerinden şekillenen bir kavram olan Kanaat Koridoru terimini 2018 İsveç seçimleri kapsamında inceleyen çalışma değişen medya ortamını net ve objektif bir şekilde ortaya koyması açısından dikkate değerdir.

İkinci çalışma Doç. Dr. İlker ÖZDEMİR'e aittir. "Yeni Yönetim Yaklaşımlarının İletişim Anlayışı" başlıklı çalışmada insan kaynakları, toplam kalite yönetimi gibi kurumsal iletişimi yakından ilgilendiren güncel konular eleştirel bir bakış açısıyla sorgulanmakta ve yeni yönetim retoriğinin öne çıkardığı bilgi dallarının ve bunların üzerinde yükseldiği "yeni" kavramların, iletişim anlayışıyla birlikte insan ve toplum anlayışı analiz edilmektedir.

"Online (Çevrim İçi) Arabuluculuk: Arabulucuların Sosyal Medya Kullanma Deneyimi Üzerine Bir Çalışma" başlıklı üçüncü makale Doç. Dr. Erol İLHAN ve Sultan BAYRAM'a aittir. Kişilerarası çatışmaların çözümünde rol alan arabulucu ve müzakerecilerin sosyal medya davranışlarına eğilen araştırmada hareketsiz sosyalleşmeye ve güncel gelişmeler sonucunda online iletişimin vazgeçilmezliğine dikkat çekilmektedir.

Marc-Henry PIERRE ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet GÜZEL tarafından kaleme alınan "A Critical Analysis of the Public Sphere in the Digital Age: The Case of the Petrocaribe Challenge Movement" başlıklı çalışmada dağıtık medyanın eleştirel ekonomi politik analizinden yola çıkılmakta ve *Twitter* merkezli bir protesto olan "Petrocaribe Challenge" Haiti'deki olası bir siyasal kamusal alanla ilişkili olarak analiz edilmektedir.

Ekim 2021 sayımızdaki beşinci çalışma Burcu AKSU ve Dr. Öğr. Üyesi Cem TUTAR'a ait "Neoliberal Toplumsal Dinamikler Ekseninde Kentsel Mekânların Kurgusu: Karaköy Örneği" başlıklı makaledir. Neo-Marksist perspektiften hareketle mekânın toplumsal üretim sürecine odaklanan çalışma, günümüzde kentsel mekânları tanımlamak için kullanılan küresel kent olgusunun altında yatan sosyo-ekonomik ve politik dinamikleri tartışmak amacındadır. Bu çerçevede Karaköy'ü analiz eden makale değişen mekân kavramına dair güncel bir tartışma alanı yaratması açısından önemlidir.

Doç. Dr. Seçkin SEVİM ve Dr. Öğr. Üyesi Bilgen AYDIN SEVİM imzalı, "'Saçma Olan Aşkımızmış': Arabesk ve Değişen Seyirci Psikolojisi" başlıklı araştırma Ertem Eğilmez'in unutulmaz filmlerinden Arabesk'in sözlü, sözsüz, işitsel ve görsel unsurlarını sinemasal söylem çözümlemesi yöntemiyle incelemektedir. Çalışmanın amacı, Arabesk filminin, seyir zevki gelişmiş, arabesk kültüre ve Yeşilçam melodramlarına mesafeli duran potansiyel bir seyirci kitlesini açığa çıkardığını ortaya koymaktır.

Anıl DURMUŞAHMET'e ait "Sosyal Medyada Propaganda Modelinin Karşılığı: Gözetimin Tüketimi Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmada gözetim kavramının sosyal medya aracılığıyla nasıl metalaştırılarak tüketilebilir bir nesne haline geldiği; sosyal medyanın pek çok farklı alan ile olan girift yapısı kapsamında ele alınmaktadır. Propaganda modelinin sosyal medyadaki karşılığını, sosyal medya ile ilişkili olmak üzere ekonomi politiğin analizini ve sosyal medyada aracılı gözetim ve büyük veri kavramlarının işleyiş sürecini tartışan çalışma eleştirel ve düşündüren bakış açısı nedeniyle dikkat çekici bir metindir.

Arş. Gör. Burak ÖZYAL, "Web Arşivlerindeki Çevrim İçi Gazeteler: Web Tarihyazımı ve Medya Arkeolojisi Çalışmalarının Arşiv Yaklaşımı Üzerinden Bir Değerlendirme" başlıklı çalışmasında değişen arşiv mantığını tartışmaktadır. Web materyallerinin arşivlenmesi meselesini gazetecilik ve medya araştırmaları perspektifinden ele alan bu çalışma bir yandan konuya ilişkin kapsamlı bir alan değerlendirmesi ortaya koymayı hedeflerken diğer yandan konuya ilişkin sonraki çalışmalara katkı sunacak niteliktedir.

Sekizinci sayımızın ***Etkileşim/ Yorum*** kısmında yine güncel ve okunmaya değer bir seçki hazırladık. Doç. Dr. Gül Esra ATALAY, Dr. Maureen Ellis'le bir röportaj gerçekleştirdi. "Myth to Magic: Interactive Symbolic Magma-An Interview with Dr. Maureen Ellis" isimli metinde eleştirel gerçekçilik ve semiyotik konuları multidisipliner bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Şerife ÖZTÜRK, "'Bilim İletişimi' Üzerine Bir İnceleme" isimli yazısında Prof. Dr. Çiler Dursun ve Doç. Dr. Onur Dursun'un editörlüğünü üstlendiği "Bilim İletişimi" kitabının incelemesini gerçekleştirmektedir. Son olarak, Arş. Gör. Sema BULAT DEMİR'e ait metinde Manuel Castells'in "İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler" isimli çalışması kapsamlı bir şekilde incelenmektedir.

Etkileşim'in sekizinci sayısına çalışmalarıyla katkı sağlayan tüm yazarlarımıza, hakemlerimize, yayın kurulumuza, çalışma arkadaşlarımıza ve siz değerli okurlarımıza teşekkür ediyoruz.

Bir sonraki sayımızda yeni çalışmalarla yeniden buluşmak dileğiyle.

Doç. Dr. Pınar Aslan

EDITOR'S NOTE...

Dear readers,

We are happy to share the eighth issue of Üsküdar University Communication Faculty Academic Journal ***Etkileşim*** with you. In this issue, we again would like to present you a series of current studies that will hopefully make important contributions to the field.

In our eighth issue, which includes twelve original studies in total, there are eight articles in the peer-reviewed part, and three texts in the commentary section, ***Etkileşim-Yorum***, which is out of the scope of peer-review.

The first article is a study titled "Swedish Media, Fundamental Values and the Opinion Corridor in the 2018 Election" by Assoc. Prof. Greg SIMONS. The study, which examines the term Opinion Corridor, a concept shaped by the Swedish Media, within the scope of the 2018 Swedish elections, is noteworthy in terms of revealing the changing media environment in a clearly visible and objective way.

The second study belongs to Assoc. Prof. İlker ÖZDEMİR. In the study titled "Communications Perspective of New Management Theories", current issues such as human resources and total quality management, which are closely related to corporate communication, are critically questioned and the branches of knowledge highlighted by the new management rhetoric and the "new" concepts on which they rise are discussed together with the understanding of human and society.

The third article titled "Online Mediation: A Study on Experience of Mediators' Use of Social Media" is written by by Assoc. Dr Erol İLHAN and Sultan BAYRAM. In this research, which focuses on the social media behaviors of mediators and negotiators who take part in the resolution of interpersonal conflicts, the main concepts that are discussed are sedentary socialization and the indispensability of online communication as a result of current developments.

Marc-Henry PIERRE and Assistant Prof. Mehmet GÜZEL draw attention to the critical political economy analysis of the distributed media and its relation to a possible political public sphere through the case of a *Twitter*-based protest, "Petrocaribe Challenge" in Haiti in their study titled "A Critical Analysis of the Public Sphere in the Digital Age: The Case of the Petrocaribe Challenge Movement".

The fifth study in our October 2021 issue is by Burcu AKSU and Assistant Prof. Cem TUTAR titled "Establishment of Urban Spaces in the Centerline of Neoliberalism Societal Dynamics: Case Study of Karaköy". Focusing on the social production process of space from a neo-Marxist perspective, the study aims to discuss the socio-economic and political dynamics underlying the global city phenomenon, which is used to define urban spaces today. In this context, the article analyzing Karaköy is important in terms of creating an up-to-date discussion on the changing concept of space.

Assoc. Prof. Seçkin SEVİM and Assistant Prof. Bilgen AYDIN SEVİM examine the verbal, nonverbal, auditory and visual elements of *Arabesk*, one of Ertem Eğilmez's unforgettable films, using the method of cinematic discourse analysis in their study titled "It was Our Love that was Ridiculous: *Arabesk* and the Changing Audience Psychology". The aim of the study is to show that *Arabesk* indicates a potential audience that has a developed viewing pleasure and is distant from arabesque culture and Yeşilçam melodramas.

In Anıl DURMUŞAHMET's study titled "The Propaganda Model on Social Media: A Review on the Consumption of Surveillance", the intricate structure of social media is analyzed in a multidisciplinary approach. The study, which discusses the counterpart of the propaganda model in social media, the analysis of political economy in relation to social media, and the evolving process of the concepts of mediated surveillance and big data in social media, is a remarkable text due to its critical and thought-provoking perspective.

Research Assistant Burak ÖZYAL discusses the changing idea of archives in his study titled "Online Newspapers in the Web Archives: An Evaluation Based on the Archive Approach of Web Historiography and Media Archeology Studies". This study, which deals with the archiving of web materials from the perspective of journalism and media research, aims to present a comprehensive literature review on the subject, while contributing to related future studies.

In the ***Etkileşim-Yorum***, section of our eighth issue, we have prepared an up-to-date and worth-to-read selection. Assoc. Dr. Gül Esra ATALAY conducted an interview with Dr. Maureen Ellis, titled: "Myth to Magic: Interactive Symbolic Magma - An Interview with Dr. Maureen Ellis" discusses critical realism and semiotics from a multidisciplinary perspective. Şerife ÖZTÜRK, in her article titled "A Study on 'Science Communication'", reviews the book "Science Communication" edited by Professor Çiler Dursun and Assoc. Prof Onur Dursun. Finally, in the next text by Sema BULAT DEMİR, Manuel Castells' work titled "The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society" is analyzed in detail.

We would like to thank all of our authors, referees, editorial board, and colleagues who contributed to the eighth issue of ***Etkileşim*** with their work.

We hope to meet you again with new studies in our next issue.

Associate Professor Pınar Aslan

RESEARCH ARTICLE

SWEDISH MEDIA, FUNDAMENTAL VALUES AND THE OPINION CORRIDOR IN THE 2018 ELECTION

Greg SIMONS*

Received: 07.07.2021 - Accepted: 17.08.2021

Simons, G. (2021). Swedish media, fundamental values and the opinion corridor in the 2018 election. *Etkileşim*, 8, 12-34. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.136

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

Sweden is usually ranking very highly in terms of global democracy and transparency indexes. The 2018 elections in Sweden were very divisive and bitterly fought, where there was an open conflict between the mainstream political establishment parties and the anti-political establishment Swedish Democrats. Mainstream Swedish media were not neutral bystanders in the election coverage, in the months before and after the September 2018 elections. The election coverage framing featured an idealised national myth that uses the notion of various acceptable fundamental values to define it, and an idealised Swedish society. Those actors whose values and norms that do not fit these ideals were subjected to attack and derision within a concept of consensus enforcement known as the opinion corridor, which is akin to the spiral of silence.

Keywords: framing theory, national myth, mass media, fundamental values, opinion corridor.

* Associate Professor/PhD, Uppsala University, Institute for Russian and Eurasian Studies, and the Humanitarian Institute, Ural Federal University,
greg.simons@ires.uu.se, ORCID: 0000-0002-6111-5325

ARAŞTIRMA MAKALESİ

2018 SEÇİMLERİNDE İSVEÇ MEDYASI, TEMEL DEĞERLER VE KANAAT KORİDORU

Greg SIMONS*

Gönderim Tarihi: 07.07.2021 – Kabul Tarihi: 17.08.2021

Simons, G. (2021). Swedish media, fundamental values and the opinion corridor in the 2018 election. *Etkileşim*, 8, 12-34. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.136

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

İsveç, küresel demokrasi ve şeffaflık endeksleri açısından çoğunlukla en üst sıralarda yer almaktadır. İsveç'teki 2018 seçimleri, ana akım siyasi partiler ile anti politik İsveç Demokratları arasında açık bir çatışmanın olduğu, kutuplaştırıcı bir iklimde gerçekleşmişti. Ana akım İsveç medyası, Eylül 2018 seçimlerinden önceki ve sonraki aylarda, seçim haberlerinde objektif değillerdi. Seçime dair haberlerin çerçevesi, idealize edilmiş bir ulusal efsaneyi ve idealleştirilmiş bir İsveç toplumunu içeriyordu. Bu ideallere uymayan değerleri ve normları olan aktörler, suskunluk sarmalına benzeyen, bir görüş birliğine zorlayan ve kanaat koridoru olarak bilinen yaklaşımla saldırı ve küçümsemeye maruz kaldılar.

Anahtar Kelimeler: çerçeveleme kuramı, ulusal mit, kitle iletişim araçları, temel değerler, kanaat koridoru.

* Doçent Doktor, Uppsala Üniversitesi, Rus ve Avrasya Çalışmaları Enstitüsü, İnsan Bilimleri Enstitüsü, Ural Federal Üniversitesi,
greg.simons@ires.uu.se, ORCID: 0000-0002-6111-5325

Introduction

In competitive democratic environments the role and relationship between political actors and mass media outlets in attempting to define the political environment is a hotly debated topic. There are increasingly divergent projections of 'reality' evident in news production (Knupfer, 2017). This is associated with the idea of news management in shaping the content and production of news, together with how media politics contributes to the outcome of the final product (Esser and Spanier, 2005). This is not a particularly new or 21st century problem, Bernays (1947) noted that there is no coincidence in the timing or nature of news content as it is intended to engineer political consent among the public. Some media outlets, such as Fox News, have been attributed with the capability of potentially persuading voters (Della Vigna and Kaplan, 2007). This creates the idea of an all-powerful mass media in the shape of media politics (Edwards, 2001). It is a situation where political institutions are increasingly dependent on and being shaped by mass media, yet these institutions remain in control of the political process and functions (Mazzoleni and Schulz, 1999). This mediatization of politics potentially creates a distinct challenge for the notion and practice of democracy.

This paper seeks to investigate and analyse the role and use of conceptions of national myths in the contemporary Swedish political environment. According to formal measures, Sweden ranks highly internationally in terms of its level of democracy and transparency. In this article the role of mass media outlets in perpetuating myths of fundamental national values as a means to influence and shape the information and cognitive domains and therefore election results are the focus through media framing and content. The research hypothesis posed is mainstream mass media outlets can attempt to use the myths of Swedish national value consensus to narrow the 'allowable' frame discourse in the Swedish 2018 elections.

There are three main sections of this paper. The first concerns a brief literature overview of the main arguments in terms of the practice and results of contested framing in democracies, and the connection to competitive elections. The second section outlines the method and approach used in collecting and analysing the empirical data that has been collected. The third and final section is dedicated to the case study of the 2018 Swedish elections, which is broken down in to two subsections, on the role of values and consensus in Sweden and the next subsection is on the frames of the media coverage of the election in two national newspapers.

Role of Media Framing in Contemporary Competitive Politics

Entman (2004: 5) defines framing as "selecting and highlighting some facets of events or issues and making connections among them so as to promote a particular interpretation, evaluation, and/or solution" whereas Nelson,

Clawson and Oxley (1997: 567) argue that "framing is the process by which a communication source, such as a news organisation, defines and constructs a political issue or public controversy". There are a number of basic functions that are performed by frames covering political events, issues and actors: "defining effects or conditions as problematic; identifying causes; conveying a moral judgement; endorsing remedies or improvements" (Entman, 2004: 5). This is important as people can learn a lot concerning politics from the mass media, Bolsen (2011: 143) argues that there are major determinants that shape political news: world events, advocacy groups and the government. Frames can perform at least two of these functions, where the objects of the frames are political events, issues and actors. As noted by Entman (2004: 47), "the central goal of all the political manoeuvring over news frames is simply to generate support or opposition to a political actor or policy". The information domain is the area of conflict and contestation for influence in the cognitive domain of the audience, where information dominance and control of the information flows shape public opinion and perception.

Being able to influence or determine news frames is important for political actors as it facilitates their political agenda (Rodelo and Muniz, 2019). In attempting to understand this government-media nexus, there are two broad approaches. The first is hegemony, which concerns the notion that government actors keep publicly available information within very tight ideological boundaries, the effect is to make democratic deliberation and influence extremely difficult. When the political elite are in agreement, then the frames are consistent, which impedes independent and pluralistic flows of information (Scollon, 2003; Kilgo and Harlow, 2019). The other approach is indexing, which occurs when media tend to reflect rather uncritically the political elite debate (unless the government has made critique). This creates an environment where government actors and officials spin their messages to gain political leverage and capital (Nelson, Clawson and Oxley, 1997; Allen and Blinder, 2018; Mulherin and Iskhan, 2019). Kilgo and Harlow (2019: 524) note that there is a tendency to reinforce the status quo power relations through a "hierarchy of social struggle reflects the reinforcement of deeper power structures and social forces that influence newsroom practices, behaviours, and coverage". The competition between different government and media actors is most noticeable during hotly contested political events or processes in competitive political environments.

A hotly contested political event can include warfare, where on occasion media outlets can violate or challenge the indexing hypothesis (Papacharissi and de Fatima Oliveira, 2008; Mulherin and Iskhan, 2019). Other instances of government-media frame divergence can include debates on sensitive political topics as immigration (Benson, 2010; Allen and Blinder, 2018). Elections and public debates (such as political scandals) have been shown to produce less balanced coverage and an increased journalistic interpretation of the event (Nelson, Clawson and Oxley, 1997; McDonald Ladd and Lenz, 2009; Hänggli,

2020: 129-159). Thus, the academic idea and research on framing is becoming quite fragmented. Cacciatore, Scheufele and Iyengar (2016: 8) stress the idea of "framing as a bridge between paradigms as we shift from an era of mass communication to one of echo chambers, tailored information and microtargeting in the new media environment". However, the new media environment is not separated from the old environment, especially when concerning the issue of political influence and persuasion through value and myth framing.

Lewin (1947) wrote about the role of social institutions as being channels or gates for the interaction and communication of a group, the movement of goods and ideas. He argued that 'gate sections' are governed by either impartial rules or by gatekeepers. In the latter, the gatekeepers, the group in power dictates the rules. If social change occurs, then the gatekeepers also change or are influenced (1947: 145). Mass media are a gatekeeper of information, hence influence the quality of information, although the technical ability to do so in the current state of information communication technologies is compromised owing to their loss on the monopoly of the means of mass communication. Laswell (1948) understands communication as a social institution that distributes and shapes the values and norms of a society, appealing to mobilising and influencing the minds, attitudes and behaviour of its citizens. The communication process in society performs three functions: surveillance of the environment; correlation of society's components; and transmission of the social inheritance (1948: 243). McCombs (1977) developed a deeper understanding of the agenda setting function of mass media, where many attempts were noted when media campaigns attempted to persuade publics. Conventional wisdom of the time revealed that media seldom changed the attitudes and behaviour of audiences, so the notion of persuasion was unrealistic. However, McCombs noted that while media could not tell people what to think, they did tell people what to think about.

There is certainly a role for engaging in coercive or manipulative consensus building in elections, which is clearly seen through the propagation of myths in democratic settings. O'Shaughnessy (2004: 101-102) notes that myths, across time and space, possess a number of commonalities: 1) they are flexible as they can be created, refreshed or resurrected by "myth entrepreneurs"; 2) ritual homage to myths is needed in advanced democracies if political persuasion stands a chance to succeed; 3) myths are a key component for social cohesion, social division can arise with the collapse of a myth. Those myths that are propagated are embedded with notions of various desirable and undesirable value traits, which are then communicated through mass communicated frames to the target audience.

Myths are constituted of ideas and values, which are an important aspect of generating meaning and belonging in any given society, consequently they

are also framed and communicated. For example, citizens use and frame value language to explain their views on political issues, these are not only used to support political views but also to challenge them as well (Brewer, 2002). News media framing can also interact with existing value orientations where the resonance of mass mediated values with the held values in a society contributes to shaping voter preferences in direct-democratic campaigns (Schemer, Wirth and Matthes, 2012). The following section details the approach taken to addressing the above theoretical frames within the context of the coming case study.

Method and Approach

The approaches to textual analysis shall include content analysis that includes the quantifications of different elements in text, argumentation analysis that concerns the structure of argumentation used, and the qualitative analysis of ideas in the content (with a focus on value and myth frames) (Boréus and Bergström, 2017: 7-9). The combination of these approaches is expected to yield results on the ontology and epistemology of mass mediated textual depictions of the mainstream political parties' and associated values in the framing of the 2018 Swedish national elections. The objects of the study include norms and values, mainstream politics and populist politics and so forth (2017: 1-2). The mass media texts then contextualise the relationships according to perceived and projected power in the constructed social world order of mankind, such as justice and injustice, powerful and powerless, legitimate and illegitimate.

Phenomenology has been referred to as being a philosophical movement, which indicates seminal ideas evolve and do not remain static owing to the work of subsequent scholars (Lopez and Willis, 2004: 728). The empirical data shall be interpreted via the use of phenomenology, which is described as taking "human existence as its vantage point and explores how human subjects exist and create meaning in their everyday lives in relation to basic categories such as time, space and sociocultural relevance" (Bengtsson and Johansson, 2020: 6). This means that it is potentially useful to interpret news values and content, such as the relaying of national myths and values to the public. It is the intention of the author to use a qualitative approach to analyse the data to create an indicative study. A qualitative study approach to the data has been selected as this is the best means of capturing the complexity of the objects of the study (Hyett, Kenny and Dickson-Swift, 2014: 2). The empirical material shall be analysed via framing theory.

In terms of their operationalisation, frames provide the bridge between the physical world and cognitive meaning for audiences. "The key idea is that strategic actors, journalists, and audiences do not simply reflect or transport the political and social realities. In contrast, politics, issues, and events are

subject to different patterns of selections and interpretations" (Matthes, 2012: 249). Qualitative textual analysis is often done on a small sample of text, which is heavily interpreted and deeply investigated to identify and justify the frames used in the media discourse surrounding the issue (David et al, 2011: 331). The approach to locating and analysing the frames can take different paths, such as an inductive mixed-method computational approach, which still requires a qualitative interpretation of the data collected (Walter and Ophir, 2019). Another option is to engage in a deductive study using a quantitative approach (Dirikx and Gelders, 2010). This study intends to engage in deductive research agenda with a qualitative analysis. The approach to selecting the Swedish newspapers is detailed below.

It is necessary to briefly introduce some basic facts and figures concerning the two newspapers selected for this case study to understand the possible editorial influences and impact. *Expressen* is a newspaper that was established in 1944 and is part of the Bonnier News Group, they classify themselves as being a "classic evening newspaper" with a liberal orientation, and a recent readership of 5.000.000 readers per week (49.4 per cent of the market).[1] *Aftonbladet* was founded in 1830 and describe themselves as being editorially "independent Social Democratic." It is currently majority owned (91 per cent) by the Norwegian Media Group Shibsted (other nine per cent by the national union LO).[2] In September 2019, *Aftonbladet* had a daily circulation of 3.7 million readers (Samuelsson, 2 September 2019). These two newspapers represent each other's main competitor in the Swedish newspaper market.

These newspapers were chosen because they represent a similar comparative case study of mainstream tabloid media outlets with a national coverage, albeit with different ideological slants (right versus left politics). Furthermore, these media outlets are selected based on their potential of the intention and/or ability to reach large mass publics as opposed to outlets intending to reach smaller and more select elite publics. The materials were sought and collected on the websites of the Swedish tabloid newspapers *Expressen* and *Aftonbladet* through manual searches. A period was selected for the materials, which starts at the beginning of June 2018 and ends in the end of December 2018. This represents a period of three months coverage before the September 2018 election and three months after the election. The author of the present article translated the newspaper texts from Swedish language into English language in the course of researching and writing.

Case Study: 2018 Swedish General Election

The politics of media, values and opinions in Sweden

Political (emphasis on elections) and media systems have been the basis for

[1] To see more (in Swedish): go to: (*Expressen*, 2017).

[2] To see more (in Swedish) go to: (*Aftonbladet*, 2020).

research to tease out the national differences and similarities across national cases. The Swedish system has been compared to other countries, such as the United States (representing dissimilar comparative case) and Belgium (representing similar comparative case). In the US versus Swedish comparisons, it was found that US elections tended to be more heavily mediatized than in Sweden, which seems to have been moderated by national journalism cultures, political communication cultures and political news cultures (Strömbäck and Dimitrova, 2011). In a comparative study of newspaper coverage and framing of election news in the US and Sweden, it was concluded that the metaframe of politics as a strategic game influenced by words and actions in the campaign was more common in the US whereas the metaframe of politics as issues using an interpretative journalistic style was more common in Sweden (Strömbäck and Dimitrova, 2006). Similar results were found in research that compared British and Swedish newspaper coverage of elections (Strömbäck and Shehata, 2007). The study involving a comparison between Belgium and Sweden demonstrated the relevance and role of the media type, media channels and commercialisation as being very important in influencing the framing and approach to election news in more similar media environments (Strömbäck and van Aelst, 2010). Hence some specific trends and patterns emerge in the Swedish political and media environment, where interpretive issue framing plays a significant role in Swedish media coverage of elections. Nord (2006) notes that Sweden is being increasingly influenced by global campaign and marketing trends, which is somewhat stinted in its development owing to the nature of political culture in Sweden.

Previous research on the communication of elections in Sweden has revealed a number of aspects, which show both similarities and differences with other democracies. For example, the use of social media during election campaigning revealed four different uses: 1) broadcast election messages; 2) mobilize supporters; 3) manage party image; and 4) amplify and complement other campaign material (Filimonov et al, 2016; Larsson, 2017). It was during the 2014 elections that the Swedish Democrats (SD) ("populist" party) increased their share of the vote from 5.7 per cent in 2010 to 12.86 per cent in 2014 (Filimonov et al, 2016: 4). Social media are a fraction of the media of communication, which calls in to focus the nature of the relationship between politicians and journalists.

Strömbäck and Nord (2006) explain that this relationship between political sources and journalists is often characterised as being a symbiotic one, where political sources are regarded as being more powerful. In their investigation of the 2002 election, where power is measured in the ability to exercise control over content and framing of news stories (news making and media agenda), journalists took the lead most of the time. This is confirmed by other older studies, such as Esaiasson (1991) and Asp (1983) who assessed political parties controlled agenda setting and opinion formation for the voters until the end of the 1960s when a more assertive form of political journalism emerged. This

is where the formation and maintenance of public opinion is achieved through the creation and enforcement of national values.

The role of fundamental values (in Swedish värdegrund) and the opinion corridor (in Swedish åsiktskorridor) display some similarity to O'Shaughnessy's (2004) ideas on the role of propagating myths in a democratic society. The Swedish national values myth is rather inflexible and is enforced through the opinion corridor in a manner that bears a close proximity to the spiral of silence theory where 'officially acceptable' opinions are openly supported and 'unacceptable' ones are hushed/silenced (Noelle-Neumann, 1974). These values follow Baines and O'Shaughnessy's (2014) understanding of a propagandistic use insofar as they are - simple, didactic and intended to persuade rather than tell the truth. This is in tune with Bolsen's (2004) understanding of forces that shape political news and that in turn political events, issues and actors in a manner that benefits the elite system of power relations. Swedish values require ritual homage in order to enforce social cohesion.

In 2014 åsiktskorridor was added to the new word list (Jande, 29 December 2014). This has sparked a growing debate in Sweden concerning the role played by values and opinion in shaping (enforcing) political consensus through the hegemonic framing power of the opinion corridor in narrowing crucial political debates within "acceptable" value and issue frames and limits (Viklund, 2015; Santesson, 14 September 2015). Recently, a number of critical articles have increasingly appeared to challenge the opinion corridor. Some have characterised this as a challenge for researchers, and the problem is a threat to Sweden by stifling informed discussions (Petersson, November 2015). One of the bases for attacking the opinion corridor is the apparent contradiction with the perceived values of democracy. "In ceremonial speeches, democracy is still based on values such as freedom of opinion, freedom of expression and tolerance for directly offensive perceptions" (Formgren, 2014). Formgren develops her argument further and refers to these self-appointed guardians of democracy as being Fundamental Values Democrats, they practice the belief that unwanted or unsanctioned opinions need to be shut out of the public domain in order to secure democracy. Those as yet undefined fundamental values are a patchwork of loosely liberal values and norms that are cobbled together in terms of opinions that are sanctioned as being correct.

> Anti-racism, feminism and queer activism are key elements in both the post-Marxist left and the Swedish democratic values. If you add a concern for the environment that is similar to religious fear of the world's downfall, as well as the norm-critical paradigm that proclaims that all old norms, values and authorities must be torn down and deconstructed, the picture is complete. The Swedish democratic values are thus almost identical to the ideology of the Swedish post-Marxist left, minus specific views on how economic policy should be formulated (Formgren, 2014).

One of the vocal critics against the opinion corridor, Katarina Barrling, refers to the situation as the creation of a "totalitarian discussion environment" as

there are value judgements against those that do not echo the above 'correct' values and opinions. "Moral judgments of rejection and exclusion from a social community can be quite tangible punishments" (Barrling, 28 June 2019). Viklund (2015: 228) observes that "the problem is that the hegemonic culture strictly produces only two positions: on the one hand the support position, which rests on a moral-political consensus, and which is supported by arguments about what is common sense, and on the other hand the "others" who represent an immoral position." Barrling makes the case that media deliberately misinterpret events and people to ensure that these tangible objects are misunderstood objectively but understood 'correctly' subjectively and according to the sets of fundamental values deemed as being acceptable (Barrling, 11 November 2013). This has been subsequently confirmed in an editorial appearing in the newspaper *Expressen*:

> I was involved in building the corridor that has prevented a constructive debate on migration and integration. (…) At the same time, SD began to appear on the map. Just the idea that Sweden could have such a disgusting party in the Riksdag was unbearable. And in addition, insulting. Sweden was Sweden, the exceptional exception, the humanitarian superpower. (…) The assignment for me as a corridor worker was twofold. First, to warn the SD and scold all those beggars who considered voting for the party. Secondly, to crack down on debaters who used expressions that could somehow normalize SD's problem description; attack every bastard who used words or facts that could in any way be interpreted as racism or slips against racism. Or possible precursors to slips against racism. (Marteus, 12 February 2015).

The conclusion that Marteus reached was that the opinion corridor prevented any change in fundamental values, however, the price was very high. It was paid in self-censorship, an uninformed public, overly 'excited' politicians and societal problems were left unaddressed as they were not discussed. In the period immediately before the 2018 (September) Swedish elections, the top political issues for a sample of Swedish voters were healthcare, followed by mass migration/integration, then school and education (Novus, June 2020). As such, there is a clear potential challenge to the 'correct' fundamental values and the issues of how to manage this in the opinion corridor during a period of increased political competition.

National media coverage of political frames, values and norms

Relevant editorials, opinion pieces and articles were located, identified, and then scrutinised from the respective websites of the two newspapers using the following search terms - "valet" (the election). To acknowledge, opinion pieces vary qualitatively from regular articles produced by professional journalists, but it is the conscious and free choice of the media outlet to publish or not to publish an opinion piece. A total of 614 were collected from *Expressen* and 1067 from *Aftonbladet*. See *Table One* below for a breakdown of the article totals by month. These articles were checked individually by manual means to

check the relevance of the article to this paper and to understand the myth, opinion and value frames that are used in the media product.

As can be seen by this breakdown, there is a significant spike in the number of articles in the month before the election and the month of the election (election held on 9 September 2018) in the content of both newspapers. The use of Swedish fundamental values and the opinion corridor (see previous sub-section for details) was used differently, depending on the time of appearance, which supported the myth of fundamental Swedish values. Before the election the framing of the content was used to persuade voters to support the mainstream political establishment against various frames of internal and external 'threats.' After the election result of a hung parliament, the purpose of framed content was to marginalise the Swedish Democrats from political power, based upon notions of fundamental values and enforced through the opinion corridor. The various recurring frame themes in both newspapers included: internal enemies (in political value ideological terms); external enemies (in geopolitical value ideological terms); political market offerings (campaign promises by parties and politicians); opinion polls (shape voter perception of winners and losers); issues for voters (hegemonic framing); and key political actors (in terms of values and opinions).

Table 1. Newspaper Swedish Election articles per month

	June	**July**	**August**	**September**	**October**	**November**	**December**	**Total**
Aftonbladet	113	79	181	470	89	75	60	**1067**
Expressen	47	33	183	299	25	13	14	**614**

Articles appearing in *Aftonbladet* shall be the first to be reviewed in terms of how the paper sought to make use of the propagation of myth and features of opinions and values in politics. In the frame that makes use of opinion polls, the dire situation of the lead Government coalition party, the Social Democrats is laid out 100 days before the election. The situation is characterised as a "nightmare" for Prime Minister Stefan Löfven. There is also an element of an internal threat frame. "But one fact will stand. The Sweden Democrats continue as wave leaders between blue and red-green, albeit significantly larger than after the last election" (Mellen, 1 June 2018). The threat to the Social Democrats and its leader, and the threat of the Swedish Democrats and its leader feature as the main 'lessons' of the article. The "crisis" of the Social Democrats features in several articles in the first months of the period of study. One of the reasons given for the poor performance of the Social Democrats is that there are too many policy proposals (but saying more

needed on medical care and schools), "one thinks that there have been too many initiatives, another thinks that there is too much talk about migration" (Jeppsson and Svensson, 1 June 2018). There is an attempt at hegemonic framing to shift focus towards the acceptable fundamental values and away from those values that contradict them.

In a frame on politicians and parties, there is an article that criticises Swedish parties and seeks to find inspiration, in terms of marketing a personal political brand and reputation. A template for a desirable political brand is found in the French President Macron, and the call for a Swedish Macron to appear in the political market (Mellen, 3 June 2018):

> How would you like to characterize the political situation in Sweden today? I would say that overall, even if there are exceptions, it is uninspiring, unimaginative and visionless. This despite eight parties in the Riksdag [Swedish Parliament] that could inspire each other. But which at the moment rather seem to lead to them paralyzing each other. (…) It can happen here too. Or rather, it will happen here as well. The conditions are the same. Tired old parties that are unable to detach from old structures that prevent them from developing. Combined with voters who are thirsty for something new, something exciting, someone who shows will and enthusiasm.

This is a call to revitalise the political establishment parties, which is deemed as being necessary to meet the rising anti-political establishment parties (namely Swedish Democrats). Despite criticism levelled at the establishment parties, a journalist promoted her opinion that these are the best option. "But that would deprive the Sweden Democrats of any form of influence. Even the indirect. My belief is that the best thing for Sweden after the election is a government that consists of either the Social Democrats or the Moderates" (Mellen, 17 June 2018). This is an instance of encouraging readers to vote for the mainstream political establishment parties. Where Swedish Democrats are characterised as being extremists (with Nazi connotations), any politician that seeks cooperation with SD and any voter that supports them is demanded to provide an explanation for their actions and thoughts. (Swedin, 21 June 2018). Other politicians that are ambiguous in their condemnation of SD are commanded to publicly display their loyalty to the fundamental values and the opinion corridor (Lövin, 29 June 2018). The anti-SD messages intensified in quantity with the approaching election day. These measures to enforce the opinion corridor are supplemented by suggestions of connections to foreign 'threats' (Lindberg, 15 August 2018).

In line with other global moral panics that are created around elections (Simons, 2019), Sweden attempts to project the 'other' (these can include Russia, China and Iran according to various articles) hostile foreign threat to the Swedish political and social system, together with its values (TT, 4 June 2018):

> We know that advocacy campaigns are underway and Russia is the biggest threat, says Löfven (S) after the meeting. However, he believes that Swedish authorities

> are "very well prepared". If there is an advocacy campaign, we will not hesitate to release those who do this. He urges citizens to be critical of sources. Based on the knowledge we have from other elections such as the French and the American, we must assume that we will not be protected, says Löfven in answer to the question of how big the threat is.

The foreign threat is simultaneously 'menacing' and yet rather vague. This is an attempt to get the voters to rally around the flag of the mainstream political establishment parties at a time when they were in serious trouble in the polls leading up to the election.

Political policy offers were often framed within competing visions of voter issues, policy priorities and fundamental values, tinged with character attack:

> Prime Minister Stefan Löfven launched a fierce attack on Jimmie Åkesson. You should google the word "humanism", Löfven told the SD leader. Åkesson replied: The Prime Minister has failed with welfare because he prioritized asylum immigration. SD leader Jimmie Åkesson accused the government of spending the money on asylum immigration instead of cutting care queues and improving for the elderly. I boil down Stefan Löfven's time as Prime Minister to one word: disaster. Åkesson took up healthcare initiatives and initiatives to stop crime.

These are incompatible value frames, one that follows the opinion corridor and the other that contravenes it. The result of the election, which the Government coalition lose a lot of mass support, and SD increase its popular support significantly and this is reflected upon a lot in the articles appearing in September 2018.

After the election attention turned to issues, such as the record number of complaints and cases filed against election 'irregularities' (TT, 15 September 2018), and pondering on building a new government coalition without SD.

> The Speakers are Sweden's main representatives and shall represent the Swedish Parliament in national and international contexts. To elect a Sweden Democrat to a chairmanship is to give legitimacy to their views. It is completely unacceptable that a country like Sweden, which claims to stand for human rights, should allow itself to be represented by a racist (Dinamarca, 18 September 2018).

Once more, the myth of Sweden's fundamental values are contrasted with a set of contrasting values that would 'shame' Sweden nationally and internationally. As with the previous examples, the logic is emotional, didactic in nature and the main aim is persuasion of the mass audience and not to inform them. There are also attempts to try and minimize the scale of the government's humiliating defeat in the 2018 election, by trying to frame them as having a comeback after one month (although 29.7 per cent is hardly a good result) (*Aftonbladet*, 9 October 2018). The deadlock that almost triggered a new election, the prospect is dismissed as only pleasing and pandering to Sweden's internal 'enemies' (Lindberg, 21 October 2018). On a final note on *Aftonbladet*'s frames, there were numerous articles from October 2018 on the issue of trying to push a compromise to form a Red-Green party alliance

in order to prevent a conservative or right-wing influenced government from forming (Mellen, 10 December 2018). In general, and in keeping with previous research, *Aftonbladet* led the hegemonic framing process. Political parties and actors were able to get their messages in, only if those messages coincided with the media outlet's imperatives in the news frames at the time. The necessities were determined by the nature of the social and political struggle being communicated to the readers to support the status quo in maintaining the national myth of Swedish fundamental values.

Now moving to analysing the same set of news frames for the data sample from the newspaper *Expressen*. As with *Aftonbladet, Expressen* began in June with articles concerning the looming election crisis for the Social Democrats 100 days before the scheduled Election Day, featuring the frames of opinion polls, voter issues and political market offerings. This was characterised as being an "opinion crisis." The Prime Minister was quoted as to the way forward:

> We have discussed what the way forward towards election win should look like. We are fully committed to ensuring that people get to work, that there are decent conditions in the labour market, safe working conditions that the school should work for the children, that healthcare works, that care for the elderly is good.

There were also emotional slogans, which defied the perceived reality in the electorate. "We will continue to invest in the proposals that make Sweden stronger" (Nilsson and Rogvall, 1 June 2018). There is no mention of the immigration crisis at all, which is a key voter issue, but one that contravenes the fundamental values concept. One Swedish journalist went as far as to openly state the likely election 'catastrophe' that was shaping for the ruling government and not to try and minimise the possible impact and repercussions (Bergström, 5 June 2018).

In the months before the election, many of the informational materials concerned the frames of political market offerings, voter issues, opinion polls and key political actors. The positioning and games of key political actors were also followed, and possible power struggles detailed, for example suggesting that Christian Democrat politicians wanting to see a new party leader after poor opinion polls (Skoglund, 5 June 2018). Space was also devoted to creating negative analogies between President Trump (foreign enemy) and the Swedish Democrats (internal enemy):

> There is a general feeling in many groups in society that one has an exclusion. This was also noticed in the US presidential election, where Trump managed to ride on such a wave. He was a saviour who understood ordinary people. The same can be seen in how the Sweden Democrats are perceived by us (Andersson et al, 10 June 2018).

This came at the point in time when the SD party was announced as the most popular party according to opinion polls. The taboo of political parties and politicians contemplating cooperation with SD was also covered (Skoglund, 14 June 2018):

> In Wednesday's episode of "Bara politik" (Only Politics), the Moderate Member of Parliament Hanif Bali opened up for a collaboration with SD on certain issues, including migration policy. "I am a person who is not so terrified that if I talk to a Sweden Democrat, I will end up becoming a fascist. I will not become a farmer because I talk to a centre-right party member.

This was predictably severely condemned by mainstream politicians and journalists using value ideological judgements. Such acts that defy the fundamental values myth are referred to as being political games and acts of betrayal.

Different political parties and politicians are seen to be positioning themselves in the political market prior to the election, which is done through competing political policy offerings to the political policy consumers (the voters). This is done within limits, and a number of the parties do not want to touch the political sensitive (because of the fundamental values), but high-ranking voter concern of the immigration issue, which is also linked to other important voter concerns as law and order. This can be seen in the nature of the competition and challenges made by political parties and politicians to one another. For example, the challenge by Christian Democrats (Busch, 4 August 2018):

> In his summer speech, the Christian Democrats' party leader Ebba Busch Thor challenged Prime Minister Stefan Löfven (Social Democrats) to make the election a referendum on welfare. She wants to prioritize childcare, healthcare and care for the elderly and make it easier for women to combine work with leisure.

An interesting lesson noted in one article was that opinion polls were kinder to politicians and parties that aligned their political offers more closely with key voter concerns, even if it ran contrary to the fundamental values concept (Cardell, 4 September 2018). Unlike *Aftonbladet*, a number of political leaders were able to publish opinion pieces in *Expressen* in order to reach the voters with their uninterrupted message.

There were also articles featuring the topic frame of foreign enemies. Stefan Löfven was quoted that "there is nothing to say that future Swedish elections will be protected. On the contrary, today we see clear signs of advocacy operations aimed at Sweden" (Löfven, 4 June 2018). This is also in line with the quality of the content in *Aftonbladet*. Various vague and alarming statements are made, which lack the necessary concrete proof. "Russia is investing heavily in influencing the decision-making process in countries like Sweden - and is focusing on the election next month" (Lapidus, 9 August 2018).

The post-election coverage proved to demonstrate remarkable similarities to the coverage by *Aftonbladet*. The main points being to keep SD from gaining political power because of political-ideological values and the condemnation of those that cooperate (Kinnaman, 28 October 2018), intrigues and games to take political power (Lööf, 30 October 2018), the risks of an extra election giving more influence to SD (Baas, 1 December 2018), and the call to form

a government after 100 days since the election (*Expressen*, 17 December 2018). *Expressen* tended to be less didactic in the quality and approach to its reporting, it was still instructive and value judgmental within the context of the fundamental values and made use of the opinion corridor.

Conclusion

In the introduction to this article, the research hypothesis posed is mainstream mass media outlets can attempt to use the myths of Swedish national value consensus to narrow the 'allowable' frame discourse in the Swedish 2018 elections. The findings indicate that the hypothesis is supported as there is a strong use of projecting an idealised national myth of Sweden in terms of the values and opinions that constitute the meaning and identity of contemporary Swedish society. In several previous international studies (Scollon, 2003; Kilgo and Harlow, 2019), it is the political actors that tend to play the leading role in hegemonic framing. However, this study hints at confirming some existing research on Sweden's exceptional case of media taking the lead (Asp, 1983; Esaiasson, 1991). The media outlets observed also tended to follow the frame pattern elaborated by Entman (2004) on defining conditions as being problematic, identifying causes, conveying moral judgement and endorsing remedies. These Swedish media outlets were acting in the capacity of an advocate for an idealised myth of Swedish values and opinions as a means for generating national consensus on a political system undergoing opinion and value change. This fits with Bolsen (2011) and Entman's (2004) understanding of the role played by frames in politics.

There was heavy use made of emotions, on one end of the emotional scale was fear and loathing to drive the audience away voters from supporting politicians or political parties that were identified as having the 'wrong' fundamental values. On the other end of the emotional scale was the use of pride and hope to push voters towards those politicians and political parties that were identified as having the 'correct' fundamental values. This use constitutes the involvement of framing propaganda, meeting Baines and O'Shaughnessy's (2014) markers of being simplistic, didactic and persuasive (as opposed to truthful). It was used to defend, in its moment of need, the notion of Swedish fundamental values (within the context of them being understood as a myth) that are used as a means of enforcing social and political cohesion. This is noticeable through understanding the workings of the Swedish opinion corridor, which resembles in some ways the idea of the spiral of silence owing to the process of hegemonic framing of 'correct' values and opinions and to exclude others that do not conform. These are essential tools for selecting and highlighting specific facets that are intended to generate continued support of the hegemony of the current social hierarchy.

A final note is that the effectiveness of the opinion corridor as a mechanism to guard and uphold the existing social hierarchy in Sweden with its reliance on the myth of common fundamental values to enforce social and opinion cohesion is beginning to fail. Journalists and the media outlets in this study have proven to be almost messianic in their quest to maintain the social hierarchy's status quo. Journalists and media outlets have actively sought to uphold their idealised vision of "democracy" that is visualised by the myth of the fundamental values by policing the opinion corridor, even when this creates costs and contradictions. It is evident the cracks in the opinion corridor are appearing more openly now with (relatively speaking) more open discussions occurring in public spaces.

Some limitations need to be noted in this study. Firstly, it should be noted that two Swedish tabloid newspapers have been chosen for the study, which necessitates adding that as a limitation on the study. As broadsheet and tabloids newspapers have been shown to have a different qualitative result in the motivations and editorial line of their news and information products. Tabloid journalists act in the capacity as a public mobilizer, which is related to a personalization (Skovsgaard, 2014). Secondly, these are only two tabloid newspapers in a much larger Swedish media market, therefore this is an indicative study only.

References

Aftonbladet (9 October 2018). Socialdemokraterna går starkt framåt - en månad efter valet. https://www.aftonbladet.se/nyheter/samhalle/a/EoMdwK/socialdemokraterna-gar-starkt-framat--en-manad-efter-valet. 23 July 2020.

---------- (2 September 2020). Om Aftonbladet. https://www.aftonbladet.se/omaftonbladet/a/LOlQ4/om-aftonbladet.

Allen, W. L. and Blinder, S. (2018). Media independence through routine press-state relations: Immigration and government statistics in the British press. *The International Journal of Press/Politics*, *23*(2), 202-226.

Andersson, A., Bråstedt, M., Hellberg, M. and Rogvall, F. (10 June 2018). S och M backar - SD nu näst störst. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/-s-och-m-backar-sd-nu-nast-storst/. 24 July 2020.

Asp, K. (July 1983). The struggle for the agenda: Party agenda, media agenda, and voter agenda in the 1979 Swedish Election Campaign. *Communication Research*, *10*(3). 333-355.

Baas, D. (1 December 2018). *Åkesson: Bara SD som skulle vinna på extraval. Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/strax-akesson-talar-pa-sds-kommundagar/. 24 July 2020.

Baines, P. R. and O'Shaughnessy, N. J. (2014), Political marketing and propaganda: Uses, abuses, misuses. *Journal of Political Marketing*, *13*(1-2), 1-18.

Barrling, K. (11 November 2013). Ohederliga debattekniker kortsluter debatt. *DT*. https://www.dt.se/artikel/ohederliga-debattekniker-kortsluter-debatt. 21 July 2020.

Bengtsson, S. and Johansson, S. (2020). A phenomenology of news: Understanding news in a digital culture. *Journalism*. doi: 10/1177/1464884919901194.

Benson, R. (2010), What makes for a critical press? A case study of French and U.S. immigration news coverage. *The International Journal of Press/Politics*, *15*(1), 3-24.

Bergström, K-G. (5 June 2018). S kan få sitt sämsta valresultat någonsin. *Expressen*. https://www.expressen.se/kronikorer/k-g-bergstrom/s-kan-fa-sitt-samsta-valresultat-nagonsin/. 24 July 2020.

Bernays, E. L. (1947). The Engineering of consent. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 250, 113-120.

Bolsen, T. (2011). The construction of news: Energy crises, advocacy messages, and frames towards conversation. *International Journal of Press/Politics*, *16*(2), 143-162.

Boréus, K. and Bergström, G. (2017). *Analysing text and discourse: Eight approaches for the social sciences*. Thousand Oaks (CA): Sage Publishing.

Brewer, P. R. (2002). Framing, value words, and citizens' explanations of their issue opinions. *Political Communication*, *19*(3), 303-316.

Busch, E. (4 August 2018). Busch Thors utmaning till Löfven inför valet. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/busch-thors-utmaning-till-lofven-infor-valet/. 24 July 2020.

Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A. and Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it … and the future of media effects. *Mass Communication and Society*, *19*(1). 7-23.

Cardell, J. (4 September 2018). Ebba Busch Thors förtroende ökar. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/ebba-busch-thors-fortroende-okar-/. 24 July 2020.

David, C. C., Atun, J. M., Fille, E. and Monterola, C. (2011). Finding frames: Comparing two methods of frame analysis. *Communication Methods and Measures*, *5*(4), 329-351.

Della Vigna, S. and Kaplan, E. (2007). The fox news effect: Media bias and voting. *The Quarterly Journal of Economics*, *122*(3), 1187-1234.

Dinamarca, R. (18 September 2018). En talman från SD är en skam för Sverige. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/debatt/a/VR8and/en-talman-fran-sd-ar-en-skam-for-sverige. 23 July 2020.

Dirikx, A. and Gelders, D. (2010). To frame is to explain: A deductive frame-analysis of Dutch and French climate change coverage during the annual UN conferences of the parties. *Public Understanding of Science*, *19*(6), 732-742.

Edwards, L. (2001). *Media politik: How the mass media have transformed world politics*. Washington DC: The Catholic University of America Press.

Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.

Esaiasson, P. (September 1991). 120 years of Swedish Election campaigns: A story of the rise and decline of political parties and the emergence of the mass media as power brokers. *Scandinavian Political Studies*, *14*(3), 261-278.

Esser, F. and Spanier, B. (2005). News management as news: How media politics leads to metacoverage. *Journal of Political Marketing*, *4*(4), 27-57.

Expressen (18 September 2017). *Välkommen till Expressen*. https://www.expressen.se/om-expressen/valkommen-till-expressen/.

---------- (17 December 2018). 100 dagar sen valet-vad har hänt hittills?. *Expressen*. https://www.expressen.se/tv/politik/100-dagar-sen-valet---vad-har-hant-hittills/. 24 July 2020.

Filimonov, K., Russmann, U. and Svensson, J. (July-September 2016). Picturing the party: Instagram and party campaigning in the 2014 Swedish Elections. *Social Media + Society*, 1-11. doi: 10.1177/2056305116662179.

Formgren, M. (2014). Demokrater för Åsiktsfrihet, och Demokrater Emot. *Neo Magazine*. http://magasinetneo.se/artiklar/demokrater-for-asiktsfrihet-och-demokrater-emot/. 4. 21 July 2020.

Hänggli, R. (2020). *Origin of dialogue in the news media*. Cham (Switzerland): Palgrave MacMillan.

Hyett, N., Kenny, A. and Dickson-Swift, V. (2014). Methodology or method? A critical review of qualitative case study reports. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, *9*(1). doi: 10.3402/qhw.v9.23606.

Jande, P. A. (29 December 2014). *Från attefallhus till åsiktskorridor*. Institutet för Språk och Folkminnen. http://www.isof.se/om-oss/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/nyheter-2014/2014-12-29-fran-attefallshus-till-asiktskorridor.html. 20 July 2020.

Jeppsson, J. and Svensson, O. (1 June 2018). Intern kritik mot s-ledningen: För många utspel. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/samhalle/a/Eo9AKl/intern-kritik-mot-s-ledningen-for-manga-utspel. 23 July 2020.

Kilgo, D. K. and Harlow, S. (2019). Protests, media coverage, and a hierarchy of social struggle. *The International Journal of Press/Politics*, *24*(4), 508-530.

Kinnaman, J., (28 October 2018). Håll gränsen, Kristersson - SD måste stängas ute. *Expressen*. https://www.expressen.se/debatt/hall-gransen-kristersson-sd-maste-stangas-ute/. 24 July 2020.

Knupfer, C. B. (2017). Diverging projections of reality. *Journalism Studies*. doi: 10.1080/1461670X.2017.1387072.

Lapidus, A. (9 August 2018). Underrättelsechefen: Ryssland försöker påverka svenska valet. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/underrattelsechefen-ryssland-forsoker-paverka-svenska-valet/. 24 July 2020.

Larson, A. O. (2017). Going viral? Comparing parties on social media during the 2014 Swedish Election. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, *23*(2), 117-131.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. L. Bryson (ed.) *The Communication of Ideas*, New York: The Institute for Religious and Social Studies, 202-243.

Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; social planning and action research. *Human Relations*, *1*(2), 143-153.

Lindberg, A. (15 August 2018). "En var som röstar på SD röstar för Moskva". *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/ledare/a/XwQOXx/en-var-som-rostar-pa-sd-rostar-for-moskva. 23 July 2020.

---------- (21 October 2018). Jimmie Åkesson kan skratta hela vägen till nyvalet. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/ledare/a/0Ed9k6/jimmie-akesson-kan-skratta-hela-vagen-till-nyvalet. 23 July 2020.

Lopez, K. A. and Willis, D. G. (2004). Descriptive versus interpretive phenomenology: Their Contribution to nursing knowledge. *Qualitative Health Research*, *14*(5), 726-735.

Löfven, S. (4 June 2018). Löfven pratar valpåverkan med de andra partiledarna. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/lofven-pratar-valpaverkan-med-de-andra-partiledarna/. 24 July 2020.

Lööf, A. (30 October 2018). Lösningen är enkel: Lööf blir statsminister. *Expressen*. https://www.expressen.se/debatt/losningen-ar-enkel-annie-loof-ska-regera/. 24 July 2020.

Lövin, I. (29 June 2018). Lööf måste välja om hon är för eller mot SD. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/debatt/a/oRGxyW/loof-maste-valja-om-hon-ar-for-eller-mot-sd. 23 July 2020.

Marteus, A. C. (12 February 2015). Det är Jag Som är Åsiktskorridoren. *Expressen*. https://www.expressen.se/ledare/ann-charlotte-marteus/det-ar-jag-som-ar-asiktskorridoren/. 21 July 2020.

Matthes, J. (2012). Framing politics: An integrative approach. *American Behavioural Scientist*, *56*(3), 247-259.

Mazzoleni, G. and Schulz, W. (1999). "Mediatization" of politics: A challenge for democracy?. *Political Communication*, *16*(3), 247-261.

McCombs, M. (1977). Agenda setting function of mass media. *Public Relations Review*, *3*(4), 89-95.

McDonald Ladd, J. and Lenz, G. S. (2009), Exploiting a rare communication shift to document the persuasive power of the news media. *American Journal of Political Science*, *53*(2), 394-410.

Mellen, L. (1 June 2018). En Mardröm för Löfven. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/1kGbzQ/en-mardrom-for-lofven. 23 July 2020.

---------- (3 June 2018). Vi kan få en egen Macron - frågan är bara när. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/vmPpvm/vi-kan-fa-en-egen-macron--fragan-ar-bara-nar. 23 July 2020.

---------- (17 June 2018). Det bästa vore en regering med bara S eller M. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/8wK29W/det-basta-vore-en-regering-med-bara-s-eller-m. 23 July 2020.

---------- (10 December 2018). Nu är det nog – fixa en regering och det snabbt. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/EoPW35/nu-ar-det-nog--fixa-en-regering-och-det-snabbt. 23 July 2020.

Mulherin, P. E. and Isakhan, B. (2019). State-media consensus on going to war? Australian newspapers, political elites, and fighting the Islamic state. *The International Journal of Press/Politics*, *24*(4), 531-550.

Nelson, T. E., Clawson, R. A. and Oxley, Z. M. (September 1997), Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *The American Political Science Review*, *91*(3), 567-583.

Nilsson, M. and Rogvall, F. (1 June 2018). "Opinionskris för S: Vi har 100 dagar på oss". *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/opinionskris-for-s-partistyrelsen-mots-/. 24 July 2020.

Noelle-Neumann, E. (June 1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, *24*(2), 43-51.

Nord, L. W. (2006). Still the middle way: A Study of political communication practices in Swedish Election campaigns, *Journal of Press/Politics*, *11*(1), 64-76.

Novus (June 2020). *Juni 2020: Sjukvård fortsatt viktigaste politiska frågan*. https://novus.se/valjaropinionen/valjarforstaelse/viktigaste-politiska-fragan/. 21 July 2020.

O'Shaughnessy, N. J. (2004). Persuasion, myth and propaganda. *Journal of Political Marketing*, *3*(3), 87-103.

Papacharissi, Z. and de Fatima Oliveira, M. (2008). News frames of terrorism: A comparative analysis of frames employed in terrorism coverage in U.S. and U.K. newspapers. *Press/Politics*, *13*(1), 52-74.

Petersson, G. (November 2015). *Motbilder för Hållbar Mångfald: Livriktning Hotar Sverige*. https://core.ac.uk/download/pdf/70614237.pdf. 20 July 2020.

Rodelo, F. V. and Muniz, C. (2019). Government frames and their influence on news framing: An analysis of cross-lagged correlations in the Mexican context. *Global Media and Communication*, *15*(1), 103-119.

Samuelsson, L. K (2 September 2019). Succésommar för Aftonbladet. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/kJbggB/succesommar-for-aftonbladet. 21 July 2020.

Santesson, P. (14 September 2015). Vem Vågar Prata om Sina Åsikter?. *Demoskop*. https://web.archive.org/web/20190523175147/https://demoskop.se/vem-vagar-prata/. 20 July 2020.

Schemer, C., Wirth, W. and Matthes, J. (2012). Value resonance and value framing effects on voting intentions in direct-democratic campaigns. *American Behavioural Scientist*, *56*(3). 334-352.

Scollon, S. (2003). Body idiom in platform events: Media representation and the hegemony of the vicarious conversation. *Social Semiotics*, *13*(1), 89-102.

Simons, G. (2019). The anatomy of a moral panic: Western mainstream media's Russia scapegoat. *Changing Societies and Personalities*, *3*(3), 189-206.

Skoglund, K. (5 June 2018). Efter krissiffrorna: 54 KD-politiker vill se Adaktusson som partiledare. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/efter-krissiffrorna-54-kd-politiker-vill-se-adaktusson-som-partiledare/. 24 July 2020.

---------- (14 June 2018). Svaret-efter Hanif Balis utspel om SD-samarbete. *Expressen*. https://www.expressen.se/nyheter/val-2018/partisekreterarens-svar-efter-balis-utspel/. 24 July 2020.

Skovsgaard, M. (2014). A tabloid in mind? Professional values and organisational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society*, *36*(2), 200-218.

Strömbäck, J. and Dimitirova, D. V. (2006). Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States. *International Journal of Press/Politics*, *11*(4), 131-147.

---------- (2011). Mediatization and media interventionism: A comparative analysis of Sweden and the United States. *International Journal of Press/Politics*, *16*(1), 30-49.

Strömbäck, J. and Nord, L. W. (2006). Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns. *European Journal of Communication*, *21*(2), 147-164.

Strömbäck, J. and Shehata, A. (2007). Structural biases in British and Swedish election news coverage. *Journalism Studies*, *8*(5), 798-812.

Strömbäck, J. and van Aelst, P. (2010). Exploring some antecedents of the media's framing of election news: A comparison of Swedish and Belgian election news. *International Journal of Press/Politics*, *15*(1), 41-59.

Swedin, D. (21 June 2018). SD:s extremism blir allt tydligare. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/ledare/a/a2oG74/sds-extremism-blir-allt-tydligare. 23 July 2020.

Swedish Radio (28 June 2019). Krönikör Katarina Barrling: Om ett Totalitärt Samtalsklimat. https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=438&artikel=7253386. 21 July 2020.

TT (15 September 2018). Rekordmånga överklaganden efter valet. *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/gPnJya/rekordmanga-overklaganden-efter-valet. 23 July 2020.

---------- (4 June 2018). Löfven: "Ryssland är det största hotet". *Aftonbladet*. https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/m6wl61/lofven-ryssland-ar-det-storsta-hotet. 23 July 2020.

Viklund, J. (2015). Vid Politiska Debattens Gräns: Attityd, hegemoni och frågan om volymer i den Svenska invandringsdebatten (At the boundary of the political debate: Attitude, hegemony and the question of volumes in The Swedish immigration debate). A. Sigrell, A. and S. Qvarnström, (eds.) *Retorik och Lärande: Kunskap - Bildning - Ansvar* (Rhetoric and Learning: Knowledge - Education - Learning), Studia Rhetorica Lundensia, vol.1, (211-230). Lund: Lund University.

Walter, D. and Ophir, Y. (2019). News frame analysis: An inductive mixed-method computational approach. *Communication Methods and Measures*, *13*(4), 248-266.

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

ARAŞTIRMA MAKALESİ

YENİ YÖNETİM YAKLAŞIMLARININ İLETİŞİM ANLAYIŞI

İlker ÖZDEMİR*

Gönderim Tarihi: 14.09.2021 - Kabul Tarihi: 30.09.2021

Özdemir, İ. (2021). Yeni yönetim yaklaşımlarının iletişim anlayışı. *Etkileşim*, 8, 36-63.
doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.137

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Yeni liberal anlayış, eski yönetim ve insan anlayışına alternatif olmak iddiasıyla yeni bilgi dalları ortaya çıkarmıştır. Günümüzde yönetim alanında sürekli yeni kavram ve teknikler geliştirilerek etkinlik ve verimliliği artıracak kılavuzlar hazırlanmaktadır. 1980'lerden itibaren yeni yönetim teknikleriyle ilgili kitaplarda büyük bir çeşitlilik ortaya çıkmış ve bu yeni bilgi dalları akademide de birer bilim dalı olarak örgütlenmeye başlamıştır. Yeni yönetim retoriğinin öne çıkardığı bütün yaklaşımların her biri daha özgürlükçü, demokratik ve katılımcı modeller olduklarını öne sürmektedirler. Birer yeni yönetim tekniği olarak kurumsallaştırılan bu yaklaşımların başında toplam kalite ve insan kaynakları yönetimi gelmektedir. Bu yaklaşımların ürettiği kavramlar arasında vizyon, misyon, karizma, liderlik, esneklik vb. kavramlar öne çıkmakta ve yeni yönetim yaklaşımları etkinlik ve verimlilik sağlayan yönetim biçimlerinin önünü açmak için başarı getirecek deneyimlere ve pratiklere odaklanmaktadır. Bu makalede yeni yönetim yaklaşımlarının ortaya çıkarmış olduğu yeni bilgi dallarının öğretilerinin iletişim anlayışı ve bu yaklaşımların öne çıkarmış olduğu vizyon, misyon, kariyer, karizma, esneklik, liderlik gibi kavramların yeni yönetim yaklaşımları içerisinde kullanılış biçimleri analiz edilmiş, bu çerçevede yeni yönetim retoriğinin öne çıkardığı bilgi dallarının ve bunların üzerinde yükseldiği "yeni" kavramların, iletişim anlayışıyla birlikte insan ve toplum anlayışını ortaya koymak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: toplam kalite yönetimi, insan kaynakları yönetimi, esneklik, kariyer, liderlik, iletişim becerileri.

* Doçent Doktor, Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
ilkerozdemir@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7148-1604

RESEARCH ARTICLE

COMMUNICATIONS PERSPECTIVE OF NEW MANAGEMENT THEORIES

İlker ÖZDEMİR*

Received: 14.09.2021 - Accepted: 30.09.2021

Özdemir, İ. (2021). Yeni yönetim yaklaşımlarının iletişim anlayışı. *Etkileşim*, 8, 36-63.
doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.137

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

The new liberal approach has created new branches of knowledge with the claim of being an alternative to the old approaches of management and people. New concepts and techniques in the field of management are constantly being developed and guidelines are being prepared to increase efficiency and productivity in today's world. Since the 1980s, a great diversity has been provided in the books on new management techniques, and these new branches of knowledge have started to be organized as a scientific branch in academia. All of the approaches brought forward by the new management rhetoric argue that they are more libertarian, democratic and participatory models. Total quality management and human resources management come first among these approaches that have been institutionalized as new management techniques. Concepts created by these approaches include vision, mission, charisma, leadership, flexibility, etc. and concepts come to the fore and new management approaches focus on experiences and practices that will bring success, pave the way for management styles that provide efficiency and productivity. In this article, the communication understanding of the doctrines of the new branches of knowledge revealed by the new management approaches has been discussed and the ways in which the concepts such as vision, mission, career, charisma, flexibility and leadership, which these approaches have brought to the fore, are analyzed in the new management approaches. It is aimed to reveal the approaches of new doctrine's human and society approach together with the communication understanding of the branches of knowledge that it highlights and the "new" concepts on which they rise.

Keywords: total quality management, human resources management, flexibility, career, leadership, vision, mission, communication skills.

* Associate Professor/PhD, Çukurova University, Faculty of Communication,
ilkerozdemir@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7148-1604

Giriş

Dünyada 1970'lerde başlayan ekonomik kriz ile birlikte yeni koşullara cevap vermekte yetersiz kalan iş ve işletmelerin Fordist örgütlenmesi, Keynesçi ekonomik modeller ve sosyal refah devleti anlayışı terk edilmeye başlanmış ve somut ifadesini piyasa mekanizmasının yüceltilmesinde bulan klasik liberal dünya görüşü kendini revize ederek, yeni-liberalizm adıyla bütün dünyada yeniden ve daha önce hiç olmadığı kadar etkinleşmiştir. Bu değişim çerçevesinde sermayenin kapitalist birikiminin yeniden üretimini sağlamak için devletçi müdahale araçlarının ortadan kaldırılarak, sermayenin ve ticaretin yapısal sınırlamalardan kurtarılması süreci başlatılmıştır (Harvey, 1997: 146). Bu süreçte esneklik başlığı altında uygulamaya sokulan yeni üretim ve istihdam politikaları beraberinde, insanların günlük yaşamının, piyasanın egemenliğine dayalı ilişkiler ağı içerisine büyük bir hızla taşınmasını, sosyo-ekonomik yaşam içerisinde piyasanın egemenliğine dayalı kapitalist düşünme, eyleme, kısacası kapitalist yaşam biçiminin öne çık(arıl)masını ve liberal kapitalist ekonomik modelin giderek artan bir biçimde meşruiyet kazanmasıyla bütün yaşama alanlarının meta ilişkileri alanına taşınmasını beraberinde getirmiştir (Yentürk, 1993: 46).

Bu çerçevede klasik ve neo-klasik yönetim biliminin ve modellerinin etkisini yitirdiği, yerine çeşitli adlarla yeni yönetim yaklaşımlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Refah devletini merkezileşmiş hantal bir yapı olarak değerlendiren, kamu hizmetleri ve sosyal güvencelerin yüksekliğinin toplumu durgunluğa ittiği ve gelişme/büyüme için gerek duyulan dinamizmi ortadan kaldırdığı savunusuyla ortaya çıkan yeni liberal öğretiler ile ücretlerin ve sosyal yükümlülüklerin azaltılması ve çalışanlar için risklerin art(ırıl)mış olması, bir yandan kazancı artıracak bir faktör, öte yandan da çalışanları daha verimli kılacak bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Castel, 2004: 67). Yeni liberal öğreti bu söylemleri meşrulaştırmak için demokratikleşme, devletin küçültülmesi ve etki alanının daraltılmasını birbiriyle özdeşleştirirken, ekonomik faaliyet alanını sadece devletin değil tümüyle politikanın müdahale alanı dışına taşımaya çalışmaktadır. Bu yeniden yapılanma çerçevesinde sosyal devlet kurum ve pratikleri adım adım ortadan kaldırılırken, kamu hizmetleri, uzmanlaşmış bilgi, kolektivist düşünce ve eylemler ve de politika geri çekilerek yerini piyasa/tüketim alanına bırakmaktadır.

1980'li yılların başından itibaren işletmelerde de, kamu yönetiminde de esneklik, etkinlik, insan kaynakları, toplam kalite, kalite çemberleri gibi yaklaşımlara yönelişlerin başladığını ve kurumlarda bu anlayışların hayata geçirilmeye çalışıldığını görüyoruz.[1] Bu süreçte toplam kalite yönetimi ve benzeri yakla-

[1] 'Kalite çemberleri' vb. uygulamalar Türkiye'de de 1980'lerden itibaren büyük işletmelerde uygulamaya konulmaya başlanmış ve böylece Türkiye'de de post-fordist organizasyona geçiş başlamıştır. Bkz.: (Şişe-Cam, 1984; Çelik ve Akkaya, 1999: 58). Bu süreçte, bütün dünyada olduğu gibi, iş eğitimi süreçleri öne çıkmış ve bu eğitimleri ve danışmanlık hizmetleri veren şirketlerin sayısı hızla artmaya başlamış ve bütün bu süreçler işverenler

şımlar, küreselleşme ve örgütsel başarı gibi retoriklerle meşrulaştırılmış ve bir 'ideoloji' olarak yeniden kurgulanırken, yeni yönetim yaklaşımları öğretilerini bireysel ve toplumsal düzeyde de benimsenmesi gereken bir "yaşam felsefesi" olarak yaymaya çalışmışlardır. Küreselleşme süreci adı verilen bu süreç çok boyutlu ve çarpıcı gelişmelerin yaşandığı bir dönem olarak betimlenmekte, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin toplumsal alandaki ilişkileri de derinden etkilediği ve bununla birlikte yönetim anlayışında köklü değişimlere neden olduğu öne sürülmektedir. Yeni üretim ve yönetim anlayışlarının yaygınlaşması sonucu işletmeciliğe ait değerler, toplumsal formasyonda merkezi bir yer işgal etmeye ve işletmeciliğe ait yöntemler ekonomik faaliyet alanının dışına taşarak bütün yaşam alanlarında egemen düşünme ve davranma biçimi haline gelmeye başlamıştır. 1980 sonrasında çalışma yaşamını yeniden düzenlemeye yönelik bu çabalar, 'değişen dünya' ile uyum sağlamayı amaç edinen sermaye kesiminin yanı sıra geniş çaplı bir akademik ilgiye de mazhar olmaya başlamıştır. Personel yönetiminden insan kaynakları yaklaşımına geçiş gibi yeni üretim organizasyonlarına geçilmiş olduğunun ilanıyla birlikte bu yeni yaklaşımları benimsetmeye yönelik toplantılar, seminerler, paneller düzenlenmeye ve yayınlar çoğalmaya başlamıştır. Bu süreçte başta örgütsel davranış, personel yönetimi gibi adlar altında örgütlenen bilgi dalları da yenilenmeye başlamış ve örgütsel iletişim, insan kaynakları yönetimi, toplam kalite yönetimi, stratejik iletişim yönetimi, kurum kültürü gibi adlar altında yeni bilgi dalları ortaya çıkarılmıştır. Türkiye'de 1990'lı yıllarda öne çıkan çalışanların eğitimi ve firmaların yönetim ve organizasyonun yeniden yapılandırılması çabalarının içine iletişim olgusunun giderek çok daha fazla dâhil olmaya başladığını da görüyoruz.

Esnek Üretim ve Yönetim Modeline Geçiş ve İletişim İdeolojisi

Esnek üretim modeline geçiş söylemi ile birlikte vurguların hiyerarşik katılıktan esnekliğe, ayrıntılı iş bölümü, uzmanlaşmış çalışma ve görev tekliğinden, çok sayıda işi birlikte yapabilmeye ve görev çeşitliliğine, kol gücünden entelektüel sermayeye, merkezileşmeden merkezsizleşmeye, devlet müdahaleciliğinden yeniden *laissez-faire* ideolojisine, sanayileşmeden küçük işletmelere, kitle üretimi ve kitlesel tüketimden tüketici tercihlerine göre biçimlenen üretime, bürokratik rasyonalizmden ticari pragmatizme ve operasyonel iş yönetiminden stratejik iş yönetimine kaymış olduğunu görüyoruz (Castel, 2004: 51). Bu çerçevede mikro-politikaların önem kazanması ile birlikte toplumsal dönüşüm düşünceleri ile bunları şekillendiren ütopyacı arzular ve beklentiler döneminin de sona ermiş olduğu ve kapitalizmin toplumsal gelişmenin alternatifi olmayan tek yolu olduğu düşüncesi de seslendirilmekte ve sosyal hak/sosyal ada-

ve medya tarafından büyük bir değişimin habercisi olarak selamlanmıştır. Böylece, Türk yöneticilerinin yeni kuşağı yönetim teorisi ve uygulamalarının uluslararası birikimine vakit kaybetmeksizin ulaşabilir hale gelmiştir.

let/sosyal dayanışma söylemleriyle beslenen yurttaşlık bilincinin ve birlikte hareket etmeye dayalı bir politika kavrayışının devre dışı bırakılmaya çalışıldığı görülmektedir. Politikanın yozlaşmış olduğuna dayanarak sadece toplumcu düşüncenin değil, politikanın da sonunu hedeflediğini öne sürebileceğimiz bu yaklaşım biçimiyle insanların geleceğe ilişkin beklentileri, iddiaları, tasarımları geçersizleştirilmeye çalışılmakta, tarihin insan eliyle değişebilir olduğuna olan inanç ve insanların kendilerine olan güveni, demokratik değişime olan inancı yok edilmeye çalışılırken, daha verimli bir ekonomik işleyiş sağlamak adına insanların hak arayışlarının seslendirilmesine kısıtlar koymaya çalışan bir anlayışla politikadan bağımsızlaşan teknokratik yönetimler ve düşük yoğunluklu demokrasiler meşrulaştırılmaya çalışılmakta ve idealler ya da kalıcı kurtuluş umutları peşinde koşmak ya da kolektif bir projenin parçası olmak yönündeki eğilimlerin önemli ölçüde yok edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, ideolojik boşluğu doldurmak için yeni söylemlere ve kavramlara ihtiyaç duyulmuştur ve iletişim olgusu da bu anlamda "bilgi toplumu" ya da "iletişim toplumu" söylenceleriyle birlikte daha çok öne çıkarılmıştır. Özellikle Toplam kalite Yönetimi (TKY) ve İnsan kaynakları Yönetimi (İKY) gibi yeni yönetim yaklaşımları ve onların iletişime ilişkin retorikleri hemen hemen tüm kurumsal rahatsızlıklar için bir reçeteye dönüştürülmeye başlamıştır.

Bu çerçevede dünyada ve Türkiye'de 'iletişim devrimi'ne ilişkin iyimser yaklaşımların ve iletişime atfedilen kurtarıcı yaftasının hâkim olan politik çevrelerde hızla yaygınlaştığını ve teknolojik gelişimle birlikte iletişimin giderek popüler bir kavram haline getirilerek bu süreci desteklediği ve bilgi toplumuna geçiş düşüncesi eşliğinde küreselleşen dünyaya uyum sağlamanın gerekliliği tartışmasız bir ilerleme nosyonu olarak sunulmaya başlanmıştır. Türkiye'nin bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri yakalaması gerektiği doğrultusundaki yaklaşımlar, bu süreci destekler yönde bütün siyasi eğilimlerin ortak paydası haline gelmiştir. Her kesimden sıkça duyduğumuz sözler arasında "dünya hızla bilgi toplumuna doğru gitmektedir ve geleceğin, hatta yakın geleceğin dünyasında ancak bu gidişe ayak uydurabilen ülkeler ve toplumlar öne çıkacaktır, ayakta kalabileceklerdir" tarzı söylemler başat konuma geçmiştir. Türkiye'de neden bilgi toplumu olunması gerektiği ve iletişim ve bilgi teknolojilerinin doğaları gereği neden "iyi" oldukları konusunda temelden tartışmalar yerine, karşılaşılan en yaygın eleştiri türü "Bilgi Toplumu" olmak doğrultusundaki adımlarının yetersizliği olmaktadır (bkz.: Aksoy ve Robins, 1997: 76-77). Bilgi toplumunun getirdiği yeni örgütlenme tarzlarıyla birlikte kafa ve kol emeği ayırımın ortadan kalktığı, ücretli emeğin zihinsel potansiyelinin harekete geçirildiği, işçilerin yaratıcılığının teşvik edildiği ve insana daha çok önem verildiği bir sürecin ortaya çıktığı, yönetim ile çalışanlar arasındaki yabancılaşmanın sona erdiği ve bunun yerini uyumlu ilişkilerin aldığı ve bu yeni yönetim/örgütlenme biçimlerinde eskinin hiyerarşik örgütlenmesi yerine daha demokratik bir örgütlenmeye geçildiği savunulmakta, bu çerçevede hiyerarşik iletişim biçimleri yerine daha demokratik iletişim biçimlerinin öne çıktığı da vurgulanmaktadır (Beck, 1992: 52). Enformasyon toplumu kavramı ile birlikte

bilgi toplumu ve iletişim toplumu kavramları kriz sonrası yeni ekonominin en önemli ideolojik dayanakları olarak öne çıkmaktadır. Yeni ekonominin eğitime ve bilgiye verilen önem söyleminin altında yatan gerçeklik ise, artan rekabet koşullarında piyasanın gereksinimleri doğrultusunda üretilecek bilgiye ve bu bilgiyi üretecek olan zihinsel emeğe olan gereksinimin artmış olmasıdır (Drucker, 1996: 141).

Öte yandan kişinin veya şirketin kamuoyunda olumlu bir izlenim bırakmasına hizmet eden yönetsel iletişim ya da imaj yönetiminin artan önemi ile birlikte bu imajın edinilmesinin işgücü piyasalarında da kendini sunmanın önemli bir unsuru ve dolayısıyla bireysel kimlik, kendini gerçekleştirme ve hayatın anlamı yönündeki arayışlar için belirleyici bir faktör haline gelmeye başlamasının (Harvey, 1997: 322) bir sonucu olarak imaj, bilgi, iletişim üretimine katılan zihinsel sermaye de büyümeye başlamıştır. İletişim alanını üretim alanı ile bütünleştiren ve iletişimi hem kişisel imaj yönetiminin hem de iş yönetiminin kusursuz bir tekniği olarak gören bir iletişim anlayışı, iletişim olgusunu bireysel başarı ve performans olgusuyla ilişkili olarak ele almaktadır. Reklamcılık, danışmanlık, organizasyon, pazarlama, tasarım, şirket yayıncılığı vb. başlıklarla şekillenen ve iletişim başlığı altında birleştirilerek kendisine 'iletişim sektörü' adı verilen ekonomik faaliyet alanları ortaya çıkmaya başlamıştır. İletişim odaklı yeni iş kollarının yükselmesi ile kültürel ve bilimsel üretim alanı da pazara açılarak görece özerkliğini (paradan-sermayeden ve iktidardan) yitirmeye başlamıştır. Bilgi ve iletişimi de içine alan metalaşma sürecinin yaygınlaşması ile birlikte piyasa mantığı yaşam alanlarına sızmakla kalmamış tüm yaşam alanlarında iktidarını kurmaya ve pekiştirmeye başlamıştır (Wernick, 1997: 89). Bu süreç üniversite gibi bilgi üretim ve aktarımının geleneksel kurumlarını, şirketlerin gereksinimlerini karşılamaya yönlendirmiş, bu da iletişim olgusuna yeni bir misyon yüklenmesi sonucunu yaratmıştır.

Yeni Yönetim Organizasyonlarında İletişimin Yeri

Katı bürokrasi, merkeziyetçilik ve rutin/durağan toplumsal ilişkilere karşı daha fazla serbestlik/hareket kabiliyeti, fırsat ve özgürlük getirdiği düşünülen esneklik paradigmasının çalışma yaşamına getirdiği yeniliklerle birlikte, bilgi/enformasyon toplumu ve iletişim çağı gibi değişik adlandırmalarla, bilginin yanı sıra iletişimin de başta çalışma yaşamı olmak üzere bütün toplumsal alanlarda özel bir önem kazandığı görüşünü öne çıkarmaktadır. Küreselleşen dünyaya ayak uydurabilecek vasıflara sahip olan bir insan modelini ortaya çıkaran esneklik paradigması ile birlikte, iletişim olgusunun yeni üretim organizasyonlarında eğitim/bilgi ile paralel bir biçimde adeta yeniden keşfedilmiş bir kavram olarak sunulmaya başladığını ve bu süreçte ilgi odağının kitle iletişim çalışmalarından hızla kişilerarası ve sözlü iletişim biçimlerine doğru kaymaya başladığını görüyoruz. Bilgi ve iletişim toplumu gibi kavramlarla öne çıkarılan bu iletişim kavrayışı, toplum yerine bireyi öne alan düşünceler ve esneklik paradigması ile doğrudan ilişkilidir ve bu yeni kavrayışlar esneklik paradigmasının

öne çıkardığı kavramlardan hareket edilerek oluşturulmaktadır. Bu çerçevede iletişim kavramının, toplumsal çatışmaların ortadan kalktığı, fırsat eşitliğine sahip, insanların doğal bir rekabet hali içinde daha iyiye ulaşmak için çaba sarf etmiş olduğu uyumlu bir kapitalist toplumsal düzenin işlerliği için bir *aracı* olarak öne çıkarılmakta olduğunu, iletişimin, bir araya getirme işlevinin sistemin etkinlikle işleyişini sağlayan en temel 'araçlardan biri' olarak yorumlandığını görüyoruz. Kişisel ve kurumsal imaj sağlama ve işletme içindeki ilişkileri düzenleme ve uyumu sağlayarak verimliliği artırma gibi temel hedeflere katkı sağlaması beklenen ve bu anlamda kendisine büyük umutlar bağlanan iletişim, giderek daha da fazla önem kazanan stratejik bir işletme ve yönetim aracı olarak görülmeye başlamıştır. Yeni yönetim anlayışında iletişimin merkezi bir önem taşımaya başladığı savıyla birlikte, iletişime aynı zamanda üretim ve yönetim ilişkilerini demokratikleştiren ve toplumsal uzlaşı sağlayan bir görev atfedilmektedir. Böylece iletişim, etkin ve verimli üretim ve yönetimi sağlayan bir işleve sahip olan aracılık faaliyeti ve çalışanları daha etkin ve verimli çalışmaya yönlendirecek bir yönetim becerisi olarak ele alınmaktadır. İmajı, yani başkaları üzerinde bırakılan izlenimi ve onları etkileme kapasitesini öne alan bir iletişim anlayışıyla, iletişim hem kişisel başarı açısından hem de kurumsal verimlilik açısından buna katkı sağlayacak bir araç olarak ele alınmakta ve iletişim becerisine sahip olanların kişisel statüsü ve gelirini yükseltebileceği düşüncesi de seslendirilerek, zihinlere işlenmeye çalışılmaktadır. Bu yorumlama biçimi iletişim ütopyalarını siyasal ve ekonomik krizden çıkış stratejileri konusundaki söylemlerin merkezine yerleştirmekte; bu çerçevede üretim ve iletişim alanları bütünleştirilmeye çalışılmakta ve bu çaba içinde ilerici bir işleve sahip olduğu varsayılan iletişimin olumlu özelliklerine ilişkin söylemler yeniden üretilmektedir.

İletişim teknolojisindeki gelişmeler eşliğinde iletişimi iyileştirme çabalarının aynı zamanda eşitliği ve demokrasiyi geliştireceği ve böylece iletişim teknolojisindeki gelişmelerin sınıfsal çatışmaları da ortadan kaldıracağı öne sürülmektedir (Mattelart, 1997: 71-72, 2001: 69). Bilgi, enformasyon ve iletişim kavramlarına verilen bu merkezi önemle birlikte sınıf temelli ideolojilerin yerini de bilgi/iletişim toplumunun yaratacağı zenginliklerin ortaya çıkaracağı gelişkin bir toplumsal yapının devralacağı düşünceleri seslendirilmektedir. Bu 'demokratik ve özgürlükçü' yeni yönetim anlayışında hem iletişim teknolojileri aracılığıyla hem de kişisel ilişkilerin yeniden önem kazanması ekseninde devrim niteliği taşıyan bu toplumsal dönüşüm süreçlerinde iletişim olgusuna hep merkezi bir yer verilmektedir. Bir anlamda sınıfın yerini alan iletişim olgusu eşliğinde öne sürülen düşünce kişisel ilişkilerin geliştirilmesi ekseninde üretim ve bölüşümle ilgili sorunların çözüme kavuşacağı ve zaten bu sorunların yapısal etmenlerden değil, bireysel etmenlerden (farklardan) kaynaklandığı yönündeki liberal görüşleri destekler niteliktedir.

İletişim devrimi ve bilgi toplumu söylemleri ilerleme ve kalkınma ideolojilerinin geride bırakıldığı bir dönemde, bundan doğan boşluğu doldurmaktadır. Bilginin piyasa tarafından biçimlendirilmesi sürecinde bil-

gi toplumu ve iletişim devrimi söylemleriyle birlikte bilgisayar teknolojisinin imkân sağladığı gelişmelerin hayatın dokusunu da değiştirmekte olduğu öne sürülerek 'bilgi ve iletişim' toplumsal gelişmeyi sağlayan bir dinamik olarak gösterilmektedir. Bugün çok önemli politik ve sosyal çekim gücüne sahip olan bu düşüncelerle birlikte bireysel başarıya/kişisel kariyere endekslenen yaklaşımlar toplumsal analizlere dayalı bakış açılarını yadsımakta birleşmektedir. Çağın gerekleri söylemi eşliğinde, koşullara uyum sağlamak için ne yapmamız gerektiğine ilişkin talimatlar barındıran bu yönetim ve iletişim anlayışı, bunun kaçınılmaz olduğu gerekçesiyle her türlü eleştirel söylemi bertaraf etmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda 'etkili iletişim' iletişimin etkin, verimli ve sorun çözücü bir yapıya sahip olduğu düşüncesine yaslanmaktadır. İletişimin sorun çözücü niteliğine olan inancın temelinde her zaman insanları bir araya getirmeyi vaat etmiş olan iletişim yoluyla anlaşmanın ve uzlaşının sağlanacağı, insanların birbirlerini daha iyi anlamalarının yolunun açılacağı ve böylece dayanışmanın ve bütünleşmenin gerçekleşmesinin mümkün olacağının düşünülmesi vardır. Bir uzlaşı aracı ve verimlilik kaynağı olarak iletişim kavrayışı, özneler arasında eşitlikçi ve özgür ilişkiler kurma pratiği anlamında bir iletişim kavrayışını dışarıda bırakmakta ve iletişimi işlevsellik sınırlamasına tabi tutmak suretiyle iletişimin alanını daraltmaktadır (Habermas, 1992: 110; Türkoğlu, 2003: 223-224).

Yeni Yönetim Paradigmalarına Geçiş ve İletişim

Yeni yönetim yaklaşımlarında küçük çalışma grupları içerisinde yarışmacılık ruhunu geliştirmek ve bireysel sorumluluğu artırmak suretiyle katılımı sağlama, performansa dayalı çalışma ilişkileri geliştirme, organizasyonun hedeflerinin çalışanlar tarafından benimsenmesi için çalışanların görev alanlarını genişletme gibi 'yeni' yaklaşımlar önerilmektedir. Yeni kavramlaştırmalarla belirginleşen bu yaklaşımlarda modernlik ve modern bürokrasi hedef alınmakta, modern ve rasyonel araç ve kavramların yetersiz kalmaya başlamış olduğu veya önemini yitirmiş olduğu temel savıyla yola çıkılmaktadır. Eski hantal merkezi yapının verimsiz, maliyetli ve yavaş çalıştığı düşüncesi ile birlikte bu yapıyı ortaya çıkaran düşünsel arka plan da tümüyle reddedilmektedir. Yeni yönetim yaklaşımlarında bireysel sorumluluğa yönelik vurgular artırılmış olup, sorumluluğun sadece üstlerin görev ve yetkisi olmadığı, herkesin sorumluluk alması ve her kademedeki çalışanların daha özerk çalışmaları gerektiği ve yeni anlayışın daha katılımcı bir model öngördüğü savı bu yaklaşımların en temel ortak bileşenlerindendir. Bilgi toplumunun, mesleki bilgi anlayışını değiştirmekte olduğu ve esnek çalışma anlayışı ile esnek uzmanlaşmayı öne çıkardığı hatta zorunlu kıldığı öne sürülmektedir. Yeni koşullara uyum sağlamanın öncelik taşıdığı ve bunun için 'iletişim becerisi' başta olmak üzere daha esnek becerilere sahip olmamız gerektiği öne sürülürken, günümüz koşullarına uyum sağlayamayanların başarısızlığı böylece kendi yeteneksizliklerine veya yeni koşullara uyum sağlayamamalarına bağlanmaktadır.

İletişim işlevlerini yönetim işlevleriyle eklemleyerek yeni organizasyon-

lara şekil veren bu anlayış, modern-bürokratik yönetim ve insan anlayışına alternatif olmak iddiasıyla yeni(lenen) bilgi dallarını ortaya çıkarmıştır. Küresel rekabette başarılı ve üstün olmak için en uygun stratejileri bulmanın ve uygulamanın zorunlu olduğunun sürekli olarak vurgulanmasıyla yenilenen stratejiler ve modeller, özellikle 1980'lerden itibaren yeni yönetim teknikleriyle ilgili eserlerde büyük bir çeşitlilik sağlamış ve bu eserlerin satışlarında çok büyük bir artış yaşanmaya başlamıştır. Pratiğe önem veren bu eserlerde yeni yaklaşımları anlatmak için kavramlar geliştirilmekte ve günümüz yöneticilerine örgüt yapılarını yenilemeleri, hiyerarşiyi azaltmaları, çalışanları güçlendirmeleri, sürekli iyileştirme için çaba sarf etmeleri ve eski yaklaşımları geride bırakarak öğrenen ve uygulayan birer örgüt meydana getirmeye çalışmaları salık verilmektedir. Burada hem yayınlarla hem derslerle hem de hizmet-içi eğitim faaliyetleriyle çalışanların öğrenme ve araştırma yeterliliği yanında iletişim becerilerinin geliştirilmesi sağlanarak onlara sorun çözme gücü kazandırılması amaçlanmaktadır. Sorun çözme gücüne ve becerisine kavuşan çalışanların mal ve hizmet üretmek, büyüme ve gelişme sağlamaya katkıda bulunabildikleri ölçüde kariyer basamaklarında hızla ilerleyecekleri vaat edilmekte ve 'yönetimde insan ilişkilerinin önemi' gibi başlık ve alt-başlıklar ile birlikte insanların düşünce ve davranışlarının üretim ve satışı destekleyici bir tarzda yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada, yeni yönetim retoriğinin öne çıkardığı 'yeni' kavramlar, yönetim anlayışı ve tekniklerinin savları eleştirel bir değerlendirmeye tabi tutulmuş ve yeni bilgi dallarının ve ileri bir aşamayı temsil ettiği varsayılan 'yeni' kavramların genel insan ve toplum anlayışının ve bunların içinde yer alan iletişim kavrayışının genel hatları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Toplam Kalite Yönetimi (TKY): *Total Quality Management*

Kaliteye verilen önem yeni yönetim ve insan anlayışının en önemli bileşenlerinden birisi olup, kalite, bireylerin daha kaliteli hizmet bekledikleri savıyla, yeni yönetim yaklaşımları tarafından bir değer standardı olarak önemli bir amaç haline getirilmiştir. Daha önce hammadde ve üretilen malla ilgili alanda kullanılan dar anlamlı bir kavram olan kalite ilkesi, son yıllarda tüm kurumlarda ve hatta gündelik yaşam alanlarında kullanılmaktadır. Bu çerçevede, toplam kalite yönetimi felsefesi, birçok ülkede kurumların gündemine uzun süreden beri girmiş ve yeni bir bilgi dalı olarak kurumsallaşmaya başlamıştır. Öncelikle özel sektör için geliştirilen bu yönetim anlayışının daha sonra tüm organizasyonlar için uygulanabileceği ileri sürülmüştür (Yıldırım, 2000). Toplam Kalite Yönetimi, bazı yazarlar tarafından değerler, kültürel anlayış ve düşünce yapısını değiştirmeyi öngören bir yönetim teorisi olmanın yanında bir sistem olmanın ötesinde bir düşünce ve yaşam tarzı olarak sunulmaktadır. Yönetim teorileri arasında yerini alan ve öne çıkan Toplam Kalite Yönetimi, sürekli geliştirmeyi ve iyileştirmeyi amaçlayan, örgütün bir bütün olarak etkinliğini ve gerekli esnekliğe ulaşmasını sağlayarak kaliteyi artıran ve müşteri memnuniyetini sağlayarak işletmelerin rekabet gücünü geliştiren çağdaş bir yönetim biçimi olarak tanımlanmaktadır (Peker, 1993: 49-51). Toplam Kalite Yönetimi-

ni sürekli gelişme, müşteri odaklı olma, hataları önlemeye yönelik denetim, takım çalışması ve sayısal değerlendirmeler kapsamında tanımlamanın yeterli olmayacağı vurgulanmakta, toplam kalite yönetiminin aynı zamanda her alanda kaliteye önem ve öncelik verme, kurumsallaşma, huzurlu bir çalışma ortamı yaratma için iletişimi teşvik etmek ve bir "örgüt" kültürü oluşturarak çalışanlar için bu örgüt kültürünü bir yaşam felsefesi ve bir yaşam biçimi haline getirmek gibi işlevleri olduğu vurgulanmaktadır. Kısaca, kalitenin sadece bir yönetim tarzı değil, yaşam biçimi olduğu söylenmekte, kalite anlayışının sadece işyerinde değil yaşamın her alanında etkin olması gerektiği savı öne sürülmektedir (Aguayo, 1994; Kavrakoğlu, 1994; Özevren, 1996; Şimşek, 2004, Özen, 1995, 2000). Günümüzde TKY işletmelerde ve kamu yönetiminde geçerli bir yönetim bilgisi olarak kurumsallaştığı gibi, eğitim de dâhil olmak üzere her alanda kaliteyi artırmak için çalışılmakta, üniversitelerde dersler verilmekte, kalite komisyonları kurulmakta, kurullar oluşturulmakta, sürekli toplantılar yapılmakta ve üniversiteler dâhil kurumlarda yıllık kalite hedefleri belirlenerek kalite artışı için çalışmalar yapılmakta ve bunun için önemli zaman ve kaynak tahsis edilmektedir. Bu öğretilerde kurumlarda kalite artışı bu kurumların en önemli hedefi olarak gösterilmektedir. Öte yandan kalite söyleminin gündelik yaşama da yansımaları vardır ve özellikle eğitimli kesimler tarafından benimsenen bu kalite felsefesi adı altında, "kaliteli insan", "kaliteli yaşam", "kaliteli zaman geçirmek" vb. seçkinci söylemlerle makaleler ve kitaplar yazılmasının yanı sıra, kalite felsefesinin, özellikle seçkin çevrelerde, gündelik konuşmalara da sirayet ettiği görülmektedir. Kültürel bir forma da dönüşen kalite anlayışının merkezinde ise iletişim olgusu yer almaktadır (Çeşitçioğlu, 2003; Çetin, 2004).

İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY): *Human Resources Management*

1980'li yıllardan itibaren yönetim düşüncesinde yaşanan önemli değişikliklerle birlikte personel yönetimi konusundaki çalışmalarda da değişimlerin zorunlu olduğu ve çalışanların rekabet için bir avantaj olarak görülmesiyle çalışanlara yatırıma geçildiği ve bu değişimin, personel yönetiminden insan kaynakları yönetimi olarak adlandırılan düşünceye geçişi işaret ettiği öne sürülmektedir. Kurumların yeniden yapılandırılması çerçevesindeki bürokratik personel yönetimi anlayışına karşı ortaya çıkarılan insan kaynakları yönetimi kavramıyla insan unsurunun daha çok hesaba katıldığı bir değişimin gerçekleştirildiği öne sürülmektedir. Bu değişimle gerçekleştirilmek istenen en önemli hedef, çalışanların yeniliklere karşı direncini ve muhtemel çatışma ve rahatsızlıkları ortadan kaldırarak onların yeniliklere ve işyerlerine uyumunu artırmaktır (Du Gay, 2002). Böylece İKY, çalışanların çalışma istek ve motivasyonunu artırarak daha verimli bir çalışma ortamı sağlayacaktır. İnsan kaynakları yönetiminde odak, bireylerin gelişiminin sağlanması ve bir ortak organizasyon-örgüt kültürünün oluşturularak çalışanların örgüte bu yolla bağlılıklarının sağlanmasıdır.

Diğer üretim araçları ile birlikte insanı da üretim sürecinin bir unsuru olmaktan öteye kaynak olarak değerlendiren İKY yaklaşımı motivasyon, işçi alı-

mı, eğitimi, rekabet ve kalite gibi kavramları ön plana çıkarmakta ve geleneksel endüstri ilişkilerinden farklı olarak İKY'de çalışanlar ile yöneticiler arasında çıkar farklılığı olmadığı savunulmaktadır (Yıldırım, 2000). Bu çerçevede kurallar yoluyla davranışların denetlenmesi yerine insan davranışları üzerindeki bilgileri etkin kullanarak çalışanların motivasyonunu sağlamak öne çıkarılmaktadır.[2] İşyerinde sürekli öğrenmenin rekabet dünyasının anahtar kavramlarından biri haline gelmekte olduğu düşüncesiyle hareket eden İKY yaklaşımı, hizmet-içi eğitim çalışmalarını geliştirmeye ve sürekli kılmaya yönelmektedir. Başarısızlıkları risk almayan kariyer sistemine bağlayan yeni liberal anlayışın getirdiği bu performans odaklı yaklaşımın bileşenleri performansa dayalı esnek ücretlendirme, iş güvencesinden yoksunluk ve performansın ölçümüdür. Bu ölçümün yapılabilmesi için sayısallaştırma ve kalite yönergeleri tarafından hizmetin ölçülebilirliği belli kriterlere bağlanmaya çalışılmaktadır. İKY yaklaşımında, işçi-işveren ilişkilerinde bireysellik ön plana çıkarılmış, ücret farklılaşmasına gidilmeye başlanmış ve çalışanlar arasında rekabet yoğunlaştırılmıştır. Bunun yanı sıra İKY yaklaşımında, esnek çalışma anlayışı ve esnek uzmanlaşma kavramları da öne çıkarılmaktadır.

Günümüzde İnsan Kaynakları Yönetimi, TKY gibi, işletmelerde ve kamu yönetiminde geçerli bir yönetim bilgisi olarak kurumsallaşmış ve personel yönetimi adı altındaki birimler, çağa uyum sağlanmış olduğunun bir göstergesi olarak insan kaynakları departmanları olarak örgütlenmeye başlamıştır. İnsan kaynakları birimleri işe alımdan işe son vermeye, çalışanların ücretlerini belirlemekten ödül ve ceza sistemlerini işletmeye ve de özellikle çalışanların bilgi ve becerilerini artırmak için hizmet-içi eğitim gibi kapsamlı çalışmaları yürütmektedir.

Bu çalışmada TKY ve İKY konularında işletme ve kamu yönetimi ders kitaplarından başlayarak bir tarama yapılmış, bunun yanı sıra kurumlarda eğitim materyali olarak kullanılan kitaplar, konu ile ilgili yazılan tezler, kalite ve insan kaynakları ile ilgili dergiler ve makaleler taranarak TKY ve İKY felsefelerinin dayandığı noktalar ve arka planı ile birlikte, özellikle, TKY ve İKY öğretilerinin ve yaklaşımlarının iletişimle bağlantıları ele alınarak nasıl bir iletişim anlayışına sahip olduğu niteliksel bir analiz yapılarak ortaya konmaya çalışılmıştır (Aguayo, 1994; Kavrakoğlu, 1994; Özevren, 1996; Şimşek, 2004; Koç Grubu, 1999; Şişe-Cam, 1998; MEB, 2005; Açıkel, 2011; Yarımkaya, 2011; Şahin, 2011; Ülsever, 2005; Akıncı, 1994 ve 1999). Bu yaklaşımların öne çıkardığı kavramlar çerçevesinde müşteri odaklılık, stratejik yönetim, esneklik ve liderlik konusunda yazılan kitaplar ve tezler seçilerek incelenmiş; yeni yönetim teknikleri, iletişim

[2] Kaynak (*resource*) terimi sanayi için yararlı girdilerin araştırılması anlamında kullanılan bir kavram olduğundan, insanı kaynak olarak tanımlamak da onu mal ya da hizmet üretimi için bir girdi olarak ele almak anlamını taşıdığı gibi buradan bir kaynak olarak insanın da işlenebilir olduğu sonucu çıkarılabilir. İnsanı ya da başka bir şeyi 'kaynak' olarak nitelemek, Sachs'ın (1989: 29) belirttiği gibi, insana dışarıdan yapılan müdahaleleri meşru kılmak, özneliğini/kuruculuğunu inkâr etmektir.

becerileri ve iş süreçlerinde iletişim odaklı kitaplar ve tezler de incelememiz kapsamında değerlendirilmiştir (TİSK, 1994; MESS, 1998, Koç Grubu, 1999; Doğan, 1999; Balkız, 2002; Coşkuner, 1994; Mısırlıoğlu, 1997). Bu yaklaşımların her birinin kullandığı kavramların diğerine atıfta bulunarak söylemlerinin meşruluğunu güçlendirmeye çalıştığını da eklemeliyiz.

Yeni Yönetim Yaklaşımlarının Öne Çıkardığı Kavramlar ve İletişim

Yeni yönetim anlayışlarının gerçekleştirmek istedikleri hedefler, onların belli kavramlar etrafında odaklanması sonucunu doğurmaktadır. Bu kavram ve olgular, yeni yönetim anlayışının hedeflerini göstermesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda 'yönelişler' ya da 'yeni yönelimler' adını vereceğimiz bu yeni kavram ve olgular ile birlikte odaklanılan ve yaygınlaştırılmak istenen ve ekonomik başarıya yönelen bu kavramlar, başta 'etkinlik' ve verimlilik olmak üzere, tüketim süreçlerinin yeni dönemde öne çıkmasının açık bir ifadesi olarak 'müşteri odaklılık', yönetim ve ekonomik faaliyette çıktılara yönelişi ifade eden bir kavram olarak 'sonuca yönelmiş yönetim', bireysel rekabeti öne alan ve toplumsal statüyü ve bireysel servet artışını hedefleme anlamında 'kariyer odaklılık' gibi kavramlar olduğu ve bu bilgi dallarının bu kavramlardan oluşan ortak bir kavram setini kullandığı görülmektedir.

Odak: Müşteri Odaklılık, Sonuç Odaklılık ve Kariyer Odaklılık

Yeni işletme teknikleri ile ilgili kitaplarda kalite, insan kaynakları ve yönetim üzerine ilk söylenen, her organizasyonun en temel amacının etkin ve verimli olmak olduğudur. Bu çerçevede verimlilik kıt kaynakları en iyi biçimde kullanarak 'başarı'ya ulaşma derecesi olarak, etkinlik ise koşullara ve çevreye uyum sağlama yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Etkinlik ve verimlilik sözcükleri incelediğimiz bütün kaynaklarda en çok öne çıkan vurgu olmasının yanı sıra, iletişimin etkinlik ve verimlilik için seferber edilmesi gerektiği, bunun başarının yanı sıra refah ve mutluluk getireceği de ısrarla vurgulanmaktadır (bkz.: Sachs, 1989; Sayyan, 1990).

Öte yandan, tüketici tercihlerinin yeni ekonomik yapılanma içerisinde öne çıkması, müşteriye odaklanma düşüncesini de yeni yönetim yazınının en önemli konu başlıklarından biri haline getirmiştir. Müşteri odaklılık, mal ve hizmet sunucularının tüketicilere/müşterilere karşı sorumluluklarındaki artışı vurgulamakta ve günümüzde hizmeti kullananlar müşteriler veya müşteri/yurttaşlar olarak kavramlaştırılmaktadır. Bireyler böylece pasif hizmet kullanıcısı olarak değil aktif müşteri olarak görülmekte ve özel sektör çalışanlarının mal ve hizmetlerin kalitesinden sorumlu olması gibi kamu çalışanlarının ve politikacıların sorumluluğu da politik sorumluluktan müşteri memnuniyetine doğru kaymaktadır. Bu çerçevede, müşteri ilişkisi, karşılıklı etkilenmeye açık bir diyalog süreci olarak değil, bir tarafın müşterisi olacak kişileri tek taraflı etkilemeye yönelik ikna çabası olarak öne çıkmaktadır.

Yeni yönetim paradigmasının temel ilkelerinden biri de yönetimin performans hedeflerine, niteliğe, etkinliğe ve verimliliğe ya da genel olarak sonuca odaklanması olup, günümüzde yönetsel odaklanmanın faaliyetlerin sonucuna doğru kaymakta olduğu öne sürülmektedir. Bu anlayış, yönetimde birimlerin, işlemlerin ve mevzuatın sadeleştirilmesini, gereksiz düzenlemelerin ortadan kaldırılmasını talep etmektedir. Sonuca yönelimli yönetim anlayışıyla, rutin bir anlayıştan sıyrılıp yaratıcılığa ağırlık vermeye öncelik tanındığı ve çalışanların sadece kurallara uygun davranmakla sorumluluklarının gereğini yerine getirmiş sayılamayacakları, yaptıkları işin sonuçlarından da sorumlu tutulacakları söylenmektedir (Eryılmaz, 2001: 207). Böylece, çalışanların sorumlulukları artırılmakta ve çalışanlar sadece işlerini yerine getirmekle değil, ürettikleri sonuçlara-çıktılara göre değerlendirilmektedir. Geleneksel yönetim modeli sonuçlardan çok usullere odaklanırken, çalışanlar verilen emirlere ve mevzuata uymakla yükümlülüklerini yerine getirmiş sayılırken, geleneksel model eleştirilerek sonuca odaklanan yönetim anlayışı savunulmaktadır. Bürokratik yönetim anlayışının kural yönelimli bir yönetim ilkesiyle şekillenmesine karşın yeni anlayış, bu anlayışın ortaya çıkardığı sorunların giderilmesi için kurallara vurguyu azaltmaktadır.

Müşteri ve sonuç odaklı bir anlayışla etkin ve verimli bir çalışma sağlanacak ve bunun ödülü de kariyer basamaklarında ilerleme ve statü artışı olacaktır. Yeni yönetim yaklaşımlarının odaklandığı en temel izleklerinden birisi kariyeri uyarıcı yapılar oluşturmaktır ve yeni yönetim yazınında çalışanların iyi bir kariyer yapabilmeleri için nelere odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır. Kariyer geliştirme ve kariyer planlama kavramlarıyla anlatılmak istenen ise, kişinin çalışma yaşamını planlaması olmaktadır (Williams, 2005: 64-66). Yeni yönetim anlayışında, kariyer ile iletişim becerileri kavramları birbirini pekiştirici biçimde birlikte kullanılmaktadır. Yeni yönetim yaklaşımlarının öne çıkarmış olduğu yeni yönelimlerin öne koyduğu hedefler, özetle, etkin ve verimli bir çalışmayla, müşteri ve sonuç odaklı yönelimlerle, kişisel kariyer ve statü elde edileceği sonucunu ortaya koymaktadır. Böylece bir yandan kurumsal başarıya katkıda bulunurken, öte yandan ise toplumsal hiyerarşide üst basamaklara çıkılıp, statü ve servete sahip olunabilir. Bunu gerçekleştirmek için yapılması gerekenler 'misyon ve vizyon' sahibi olmak, 'stratejik' düşünmek ve davranmak, 'liderlik' yeteneğine sahip olmak ve 'esneklik': esnek olmak/esnek davranabilmek olarak sıralanabilir.

Başarılı ve Mutlu Olmak İçin Sahip Olunması Gereken Nitelikler

1. Misyon ve vizyon sahibi olmak

Misyon ve vizyon kavramları, yeni yönetim yazınında kullanılan temel kavramlardır. Vizyon oluşturmak, üst yönetim faaliyetlerinin en temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmekte; vizyonlar ise kurumların en temel faaliyetlerinin neler olduğunun açıkça görülmesini sağlama özelliğiyle ifade edilmektedir. Vizyon, "mevcut gerçekler, umutlar, hayaller, tehlike ve fırsatların bir araya gel-

mesi ile oluşan geleceğin tanımlanması için bilinmeyene doğru bir bakış", başka bir deyişle, bilinmeyen ufka bakış, ufku görebilme, önceden kestirebilme ve ona göre hareket edebilme potansiyeli olarak tanımlanmaktadır. Yönetim yazınında vizyon kavramı bir kurumun uzun dönemde gerçekleştirmeyi hedeflediği sonuçları ifade etmektedir (Zel, 1997: 73). Sözcük anlamı olarak bir kişi ya da topluluğun üstlenmiş olduğu, yerine getirilecek özel (kutsal) görev anlamı taşıyan misyon kavramı ise, bir örgütü diğerlerinden ayıran kapsamlı ve kendine özgü amacı olarak ifade edilmektedir (Şimşek, 2004: 130).

Vizyon ve misyon, mistik çağrışımları olan kavramlardır. Vizyonlar yaratıcıdan gelen ve özellikle seçilmiş karizmatik şahsiyetlere devredilerek insanlara davranışlarını değiştirmeyi sağlayan öğretiler anlamındadır. Misyon ise, bir kişinin daha üst, kutsal bir otorite ya da doğrudan yaratıcı tarafından özel bir hedefi gerçekleştirmek için görevlendirilmiş olmasını işaret etmektedir (Pattison, 1997: 70). Mistik çağrışımlarla yüklü bu kutsal görev çağrıları, ücretli çalışanların çalışma faaliyetinin rasyonel boyutlarını geriye iterek, onların kendilerini sanki kutsal bir amacı gerçekleştirmek için çalışan insanlar gibi görmelerini sağlama amacına yöneliktir. Böylece yeni yönetim yaklaşımlarında insanlardan kendilerini 'kutsal' işletme amaçlarına adamaları talep edilmekte ve ancak böyle başarılı olunabileceği zihinlere nakşedilmeye çalışılmaktadır. Vizyon ve misyonların etkin bir biçimde işlemesi ve kabul edilmesi için de etkili iletişime ve "etkili iletişim sağlayan liderlere" gereksinim olduğu da sıklıkla vurgulanmaktadır.

2. Liderlik

Bir kurumun, çalışma ekiplerinin yönetimi ve koordinasyonunu sağlayarak o kurumun etkin çalışması çerçevesinde 'liderlik' kavramı yeni yönetim retoriğinin öne çıkarmış olduğu kavramların en önemlilerinden birisidir. Yeni yönetim yaklaşımlarında bürokratik yönetim biçiminde, otorite, disiplin, emir ve talimatlara dayalı yöneticiliğin yerini, çalışanlarla iş birliği yapan, onlara destek ve yardım sağlayan yeni bir liderlik anlayışının aldığı öne sürülmekte ve liderlerin işin vizyonunu oluşturma, bunları çalışanlara anlatma, çalışanlarla müşterileri birleştirme ve çalışanlarını güçlendiren bir ortam yaratma gibi 'önemli' işlevleri olduğu öne sürülmektedir. Katılımcı yönetimin gereği olarak otorite yerine daha çok etki ve iletişim kavramlarını kullanmayı öngören bu liderlik kavrayışı çalışanlara, onları yönlendirerek yardımcı olmayı öngörmektedir. Bu savlardan hareketle 'demokratikleştiren' bir yönelim olarak sunulan liderlik yaklaşımını yaygınlaştırmak amacıyla birçok ülkede, yoğun biçimde yöneticilerin liderlik yeteneğini geliştirici programlar oluşturulmaktadır. Bu programlarda liderlik konusunda yapılan en önemli vurgu, insanları etkileme ve yönlendirme kapasitesinin geliştirilmesi çerçevesinde iletişim becerilerinin geliştirilmesi olmaktadır. Yeni yönetim modellerinin başarılı olabilmesi için, yenilikleri uygulamaya geçirebilecek bilgi ve kişiliği gelişmiş ve kendisini çevresi ile bütünleştiren liderlere gereksinim duyulduğu vurguları ile birlikte liderin grup üzerindeki etkileme gücü öne çıkarılmakta, karşılaşılan engelleri ortadan kaldırmak, çalışanları güdülemek ve ortak bir *vizyon* belirlemek için iyi yetişmiş

ve kendini geliştirmiş güçlü liderlere gereksinim duyulduğu kesintisiz olarak vurgulanmaktadır. Liderler, yeni fikirlere açık, bunları uygulama arayışı içinde olan ve sürekli öğrenen, gelişen ve ileri teknoloji kullanan gelişkin/nitelikli bireyleri ortak bir amaç çerçevesinde koordine etme yeteneğine sahip kişiler olarak resmedilmektedir (bkz.: Peker, 1993: 77-78; Zel, 1997; Dicleli, 1999; Clark, 1996). Yeni yönetim retoriğinin ekip çalışması vurgusu, liderlere çalışanlarına karşı bir *coach* (antrenör) gibi davranmalarını ve bu yolla ekip üyelerini motive etmelerini salık vermektedir. Bilgi aktarıcı ve komut verici olmaktan çok 'yönlendirici kılavuz' olması ve çalışanları yargılayıcı değil, destekleyici/teşvik edici bir tavır alması beklenen lider figürü yönetime demokratik bir görünüm kazandırmaktadır.

Bir ekibe liderlik yapabilmek için gerekli vasıfların başında, çalışanlarını emir vermeden yönlendirebilecek ve motive edecek bir tarza sahip olmak gelmekte ve liderlik vasıflarına sahip olabilmek karizma sahibi olmayı gerektirmektedir.[3] Liderler için bir özgürlük alanı olarak betimlenen kurallara bağlı olmama ile birlikte yönetimde hızlı karar verme ve etkin bir yönetim sağlama amacına hizmet edilmesi hedeflenmektedir. Sadece yöneticilerin özgürlük alanını genişleten kurallara bağlı olmama hali, ekonomik verimlilik ve etkinlik ölçütlerine göre çalışanlarla ve üretim faaliyetiyle ilgili kararları alan ve uygulayan karizmatik liderlik anlayışını öne çıkarırken, katılımın tersine çalışanların tümüyle karar alma süreçlerinden dışlanması yönelimini işaret etmektedir.[4]

[3] Yeni yönetim retoriğinde sıklıkla kullanılan ve özellikle liderlik becerisi açısından ulaşılması gereken bir hedef olarak gösterilen karizma kavramı, daha çok dinsel ya da politik bir önderin ruhsal gücü sayesinde kendisine izleyiciler çektiği çekiciliği betimlemektedir. Karizma, taraftarları ve destekçileri tarafından bir öndere olağanüstü kişisel yetenekleri sayesinde atfedilen bir özellik olup, karizmatik liderlik kavramı kitlelerin bir misyonla yüklü olduklarına inandıkları liderleri ile özdeşleşmesi ve onların işaret ettiği yolu akıl ölçüleri ile değerlendirmeden, inançla kayıtsız şartsız takip etmelerini işaret etmektedir. Liderin sahip olduğu karizma rutinliği ve durağanlığı kıran ve kitleleri mobilize eden etrafında bütünleşilen mistik bir güçtür. Karizmatik liderlerin bu etkileri yasal bir güce, statü ve mevki ya da ekonomik güce değil, onlara atfedilen üstün kişisel özelliklere dayanmaktadır. Bu özellikleri sayesinde karizmatik önderler kitleleri sürüklemekte, takip edilecek yol için onların gönüllü katılımcılar olmasını ve insanların bir misyon için kendilerini adamalarını sağlamaktadır (Williams, 2005). Karizmatik liderliği sağlayan en önemli özellikler ise günümüzde adına iletişim becerileri denilen dış görünüm, kişisel imaj ve insanları etkileyen konuşma ve hareket biçimleridir. Misyon bu dünyada gerçekleştirmek istediğimiz kutsal amaçken, liderler ise bu kutsal amaçlara ulaşmamız için takip etmemiz gereken ulu önderlerimiz olmaktadır.

[4] İşyerinde uyulması gereken kurallar konusunda müzakere gücü elinden alınmış olan ve kendisini işyerinin verimliğine adaması beklenen çalışanların katılımından murat edilen şey bir yandan çalışanların verimlilik ve etkinliğe hizmet edebilecek düşüncelerinden ve önerilerinden yararlanmak, öte yandan bu düşünce ve önerilerini iletme imkânı sağlanan çalışanların bundan psikolojik bir doyum sağlayarak kendisine ve düşüncelerine önem verildiğini hissetmesini sağlamaktır. Bu çerçevede çalışanların katılımı mal ve hizmet

Eskinin kurallara bağlı ve emredici yöneticisinin tersine, "demokratik ve insani" bir liderlik vurgusuyla birlikte çalışanları örgütün ortak amaçlarını gerçekleştirebilmek için özverili bir çalışmaya yönlendirebilmek ve örgütü temsil edebilmek için yöneticilerde sahip olunması gerektiği vurgulanan niteliklerin başında iyi ilişkiler kurabilme ve ikna edebilme becerisi olarak iletişim becerisi gelmektedir. Eskinin, sorumluluğu üstlenen yöneticileri 'ekip çalışması' söylemi ile başarı ve başarısızlığın ekibe ait olduğu vurgusu, sorumluluğu ekibin üyeleri olan çalışanlara yüklemesinin önünü açmaktadır. Çalışanların kendilerini sadece uygulayıcılar olarak değil, karar alma sürecinin içindeymiş gibi hissetmeleri ve kendilerini kalite sorumlusu görmeleri sağlanarak dışarıdan kontrol yerine, denetimin içselleştirilmesi öngörülmektedir (Al, 2002: 188; Zel, 1997).[5]

üretimi ve satışında daha fazla görev almak olup, bu katılım biçimi, ekonomik işlevsellik sınırlamasına tabi ve zorunlu bir katılım biçimi olmaktadır. Çalışanları koruyucu kuralların ortadan kaldırıldığı ve ağır risklere maruz kaldığı bir ortamda, böyle bir katılım biçimi çalışanlar açısından daha çok çalışmak anlamına gelmektedir.

[5] Yeni yönetim retoriğinin liderlik söyleminin öne çıkarmış olduğu iki kavramdan birisi CEO, diğeri ise Guru kavramıdır. Bir kurumun vizyonu ve misyonu doğrultusunda kurum politikalarını/stratejilerini belirleyen ve yönlendiren ve genel politika belirleme konusunda kendisine başvurulan danışman yönetici/koordinatör lider pozisyonunu temsil eden CEO kavramı (*Chief Executive Officer*) kurumun; işletmenin en üst düzey yöneticisi, şirketin tüm maddi varlığını ve geleceğini yönetme konusunda stratejik sorumluluklar üstlenmiş yönetici anlamına gelmektedir. CEO'lar, eski tabiriyle o işin duayeni (üstadı, piri) sayılan ve de hem mesleki tecrübesi hem de piyasa da uzun süre yer almaktan kaynaklanan kişisel deneyimleri ile ve geçmişte ki başarıları ile bu unvana layık görülen kişilerdir. CEO'ların en önemli görevlerinden birisi kurumsal hedeflere ulaşabilmesini sağlamak için çalışanlar arasında iş birliği oluşturmak olarak tarif edilmektedir. Bu iş birliğini oluşturmak için motivasyon, iletişim, grup davranışı gibi bilgilere ve bununla ilgili öngörülere sahip olmak işletme lideri sayılan CEO'ların sahip olması gereken en önemli nitelikler olarak sayılmaktadır (bkz.: Koçel, 1998). CEO'ların liderlik özelliklerinin stratejik düşünme, iyi iletişim kurma, güvenilirlik, insan odaklı ve tutkulu olma olarak sıralandığını görüyoruz. İnsan odaklılık ve iyi iletişim gibi özellikler liderlerin sahip olması gereken sosyal beceriler olarak resmedilmektedir. Sanskritçe ruhani lider, pir, üstat ya da manevi öğretmen anlamına gelen Guru sözcüğünün de son yıllarda yönetim alanında sıkça kullanıldığını görüyoruz. 'Yönetim Gurusu' terimi ise, ruhani rehberlik eden yönetim danışmanı anlamında kullanmakta olup, yeni yönetim yazını guru kelimesini alanında yeni fikirler ve perspektifler öneren kişi olarak tarif etmektedir (Özen, 1999: 98). Zengin bir pratik deneyime sahip olduğu varsayılarak bu deneyimlerine başvurulma gereksinimi duyulan guruların üretmiş oldukları bilgi bu pratik deneyimlere yaslanarak uygulayıcıların beklentilerine uygun olan, uygulamaya yönelik reçeteler ve kılavuzlar şeklinde bilgi olmaktadır. Bu akımın temsilcileri tarafından uygulamaya yönelik olarak üretilen, değişimi öngördüğü varsayılan, sorun çözümüne (sonuca) odaklı kılavuzlar ve reçetelerin uygulayıcılar tarafından büyük rağbet görmektedir. Bu makalede sözü edilen toplam kalite yönetimi, kurum (örgüt) kültürü, esnek organizasyon, stratejik yönetim, insan kaynakları yaklaşımı ve liderlik gibi anlayışlar ve modeller bu reçete ve kılavuzların başlıcalarıdır.

3. Stratejik yönetim, stratejik iletişim ve stratejik iletişim yönetmeni

Strateji sözcüğü Türkçede içinden çıkılması güç olan durumları bertaraf etmek ve mücadeleyi kazanmak için plan yapmak ve bu planı uygulamak anlamında kullanılmaktadır. Sevk etme, yönetme, gütme gibi anlamlarının yanı sıra Türkçede esas itibarıyla askeri bir terim olarak yer etmiş olan strateji kavramı, kısaca, 'savaş yönetme sanatı' anlamını taşımaktadır. Ayrıca, belirli bir amaca ulaşmak için kullanılan yollar, uygulanan yöntemler olarak da tanımlanabilecek olan strateji kavramı, hedefe ulaşmak için amaçlar ve araçlar arasındaki dengenin kurulması olarak da ifade edilmektedir. Strateji için anahtar kavram hedef olup, stratejik yönetim dendiğinde ise, buradan hareketle, belirlenmiş hedeflere ulaşmamızı engellemek üzere yolumuza çıkanları yanıltmak da dâhil olmak üzere, izlenecek yol ve yöntemleri anlatmaktadır (Akad, 2001: 13-16). Günümüz yeni yönetim yazınında sıklıkla kullanılmakta olan strateji kavramı ile bir kurumun hedeflerine ulaşması için özel politikalar saptama ve bu hedeflerin ve amaçların başarılması için bunları en uygun şekilde uygulama süreci kastedilmektedir. Strateji kavramının özellikle yönetim alanında eskiden beri kullanıldığını ve yeni yönetim yazınında stratejik yönetimle ilgili yayınların hızla çoğaldığını ve günümüzde iletişimin önem kazandığı savı ile birlikte de stratejik iletişim ve stratejik iletişim yönetimi gibi yeni kavramlar da ortaya çıktığını görüyoruz.

Günümüzde stratejik yönetim anlayışında anahtarın iletişim olduğu yönetim bilimci ve strateji danışmanları tarafından sıklıkla vurgulanmaktadır. Yönetici ve çalışanların diyalog içinde olmasının ve sürece dâhil olmasının stratejinin ayrılmaz öğesi olduğu ve organizasyonun hedeflerine ulaşabilmesi için iletişimin gücünün dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir. İletişimin, yöneticilerin başarısı ve kurumların etkinliği için en önemli role sahip süreçlerden biri olduğuna işaret edilerek stratejik iletişim ya da stratejik iletişim planlaması ve koordinasyonu gibi kavramlar ile iletişim süreçlerinin tasarlanması, denetlenmesi ve arzu edilen başarıyı sağlamak üzere işe koşulması için alınan önlemleri işaret etmektedir. Stratejik iletişim yönetimi kavramı ile kurumun misyon ve vizyonu doğrultusunda uzun vadede gerçekleştirilmek istenen sonuçlar için iş birliği içinde hareket edilmesini sağlayacak planlar oluşturmak anlaşılmaktadır (bkz.: Koç Grubu, 1999).

4.Esneklik: Esnek organizasyon/esnek insan

Esnek üretim modeline geçiş ile birlikte sözü edilen değişim, geçmişin üretim biçimleri ve sosyal devletin katı-bürokratik-hiyerarşik organizasyon yapısının yerine daha esnek bir organizasyon yapısının öne çıkmasıdır. Bu esnek yapılanma içinde işçilerin karar alma süreçlerine katılımının artmakta olduğu, bunun da onların kurumsal hedeflere uyumunu geliştirdiği ve böylece bir bütün olarak performansın yükseldiği vurgulanmaktadır. Yoğun rekabetin şekillendirmiş olduğu bir dünyada ayakta kalıp başarılı olmanın, katı kurallara

ve ilkelere dayalı bir anlayışla mümkün olmadığı savından hareketle, koşullara göre kendini yenileyebilen ve sürekli değişen koşullara uyum sağlayıp bu koşulları rekabetle avantaja dönüştürebilmek için esnek bir biçimde hareket edebilen kurumlar ve kişiler, esneklik ile biçimlenen anlayışın temelini oluşturmaktadır. Burada ilkelerin ve kuralların esnetilebileceği fikri ve sürekli değişim olgusu birleştirildiği ve kalıcı ve ilkeli bir kurum ve kişilik yapısı oluşturmanın dışlanan bir tarz olduğu görülmektedir. Koşullara uyum sağlamayı amaçlayan çalışanların bu uyumlanmayı sağlamak için dış koşulları sürekli izlemeleri, her duruma uyarlanabilecek kapasiteye sahip olmak için gerektiğinde ilkelerinin olmaması ya da olabildiğince esnetilebilmesi, esnek kişilik özelliklerine sahip olmaları gerektiği 'katılığa karşı esneklik' söylemiyle vurgulanmakta ve esnek niteliklere sahip olmamızın, toplumsal sorun ve çatışmaları ortadan kaldırarak daha barışçı toplumsal ilişkiler kurmamızın önünü açacağı vurgulanmaktadır (bkz.: TİSK, 1994; Balkız, 2002 ve Belek, 2004).

Yeni yönetim yaklaşımlarının ortaya çıkardığı bir başka alan örgüt: organizasyon ile ilgili gelişen yazın ve ortaya atılan yeni kavramlardır. 1950'li yıllarda büyük ölçüde psikolojiden yararlanarak oluşturulan bireysel ve 'örgütsel davranışlar' ile ilgili öğretilerin yeni yaklaşımlar ile bir sentezinin yapılarak sunulduğu bu yeni yönetim söyleminde, örgüt (kurum) kültürü, ekip çalışması ve uyumlu bir ekip çalışmasını yürütebilmek için örgütsel iletişime önem verilmesi gerektiği savı öne çıkarılmaktadır. Bu yeni organizasyon kültürü anlayışının; insanların katılımını teşvik edici, onların karar alma süreçlerinin ve dolayısıyla kurumun bir parçası olmalarını sağlayıcı daha eşitlikçi ve katılımcı ilişki biçimlerini öne çıkardığı ve böylece insanların özgürlük alanlarını genişletmiş olduğu gibi kurumları da demokratikleştirdiği öne sürülmektedir.

Organize İşler

Yeni organizasyonlar: Örgüt kültürü ve örgütsel iletişim[6]

Örgüt kültürü çalışanlar ve yöneticiler arasında bir rekabet bulunmadığına, bir örgütün ortak amaçlar ve ortak bir hedefi gerçekleştirmek üzere bir araya gelen insanlardan oluştuğuna dair bir organizasyon: örgüt tanımından yola çıkmakta olup, örgüt veya kurum kültürü, ortak amaç ya da hedefleri gerçekleştirmek için bir kurumun bütün üyeleri arasında tam bir uyum olması anlayışına dayanmaktadır. Bu bağlamda örgüt veya kurum kelimeleri yeğlenmekte olup, örgüt sözcüğüyle, çalışanların ortak bir hedefi gerçekleştirmek için gönüllü olarak bir araya gelmiş ve bunun için iş birliği ve dayanışma içinde faaliyet gösteren insanlar olarak görülmesi sağlanmaya çalışılmakta; kurum sözcüğüyle de kurumsallaşmaya ve böylece ciddi, güvenilir, ilkeleri ve kuralları

[6] Örgütsel davranış, örgüt kültürü ve örgütsel iletişim başlıklarındaki örgüt ve örgütsel kelimeleri "organization" ve "organizational" kelimelerinin Türkçe karşılığı olarak üretilen kavramlardır.

olan bir kuruluş olmaya atıf yapılmaktadır. Değişimi sağlayacak olan örgüt: kurum kültürü ya da örgüt geliştirme üzerinde yoğunlaşan yeni söylemler, karar almayı etkin kılmayı, örgüt-içi iletişimi geliştirmeyi, bireylerin motivasyon ve tatmin düzeylerini yükseltmeyi, örgütsel faaliyetlerin her aşamasında katılımı sağlamayı ve bu şekilde verimli, etkili ve sürekli öğrenen ve kendini geliştiren bir örgüt yaratmayı amaçladıklarını öne sürmektedirler. Kendi kendini yöneten takımlar ve öğrenen örgütler konusundaki yaklaşımlar TKY ve İKY felsefeleri ile ortak bir bağlama sahiptir. Çalışanların ortak inanç ve fikirlere sahip olması, kurumlarda lider ve kahramanların varlığı, birtakım tören ve hareketler ile anlatılan öykü, masal ve efsaneler örgüt/kurum kültürünün unsurları olarak sıralanmaktadır. Güçlü bir kurum kültürünün yaratılması ve geliştirilmesi için kurum üyelerini motive ve kontrol etmede kurumun ortak değerlerinin oluşturulması, bu ortak değerlere bağlılığın inançlar ve kabuller ile sağlanması ve böylece kuruma/örgüte bağlılık duygularının artırılması istenmektedir (bkz.: Özdevecioğlu, 1996; Akıncı, 1998).

Kurum/örgüt kültürünün geliştirilmesinde değiştirilmesi gereken en temel unsurlardan birinin iletişim olduğu ve kişilerarası ilişki, etkileşim ve iletişimin (Klein ve Ritti, 1980) geliştirilebilmesi için de ast-üst ilişkilerinin esnetilmesi gerektiği öne sürülmektedir. Çalışma takımlarının kendi kendini yöneten çalışma ekipleri olarak iş birliği ve iletişimi kolaylaştırmak için küçük gruplar halinde örgütlenmesi ve bu ekiplerin paylaşımcı bir yapıya sahip olması gerektiği vurgusu da öne çıkarılmaktadır. Paylaşımcı, katılımcı ve demokratik bir ekip çalışması vurgusuyla çalışanların yaptıkları iş üzerinde denetleyici oldukları duyumsaması sağlanmaya çalışılmaktadır. Örgütsel davranış gibi eski bilgi dallarından ve insan ilişkileri yaklaşımından devşirilen bilgilerle ortaya çıkarılan 'örgütsel iletişim' gibi yeni bilgi dalları da bu gelişimin sonuçlarından biridir. Örgütsel iletişimin örgüt içindeki formel ve informel iletişim kanalları ve biçimlerinden oluştuğu varsayılmakta ve günümüzde formel iletişim biçimlerinin yanı sıra insan unsuruna verilen önem çerçevesinde informel iletişim kanallarının da örgüt içi iletişimde önem kazandığı ve yöneticilerin bu informel kanalları değerlendirmesi gerektiği sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, sorumluluğun yanı sıra başarı ve başarısızlığın da takıma ait olduğu söylenerek takımın bütün üyelerinin aynı motivasyonla hareket etmesi ve sorumluluk ve risk alması beklenmektedir. Böylece yöneticiler otoriter karar alıcı olmak görünümünden uzak durup sorumluluğu çalışanlarla paylaşmak vurgusunu öne çıkarırken, yetkilerini devretmeden sorumluluğun büyük kısmını çalışanlara devretmektedirler. İletişim, aracılık, takım koçluğu ve kolaylaştırıcılık gibi liderlere ait olduğu/olması gerektiği varsayılan esnek yönetim becerilerine yapılan vurguyla da iktidar ilişkileri gizlenmekte ve işyerinde lider/yöneticilerin bu esnek becerilere/vasıflara ya da işlevlere sahip olduğunun vurgulanması ilişkilere demokratik bir görünüm kazandırmaktadır. Kısacası, iletişim ve ekip çalışması üzerindeki vurgular çalışanlar üzerindeki iktidarı görünmez kılmaktadır.

Çalışanların iş doyumu, motivasyonu ve örgüte bağlılıkları açısından diğer bütün politika ve stratejilerin önünde geldiği savunularak bir örgütün değişik unsurları arasında işbirliği, yüksek dayanışma, koordinasyon, çalışanlar arasında iyi ilişkiler kurma ve böylece uyumlu olmalarının sağlanmasının iletişime bağlı olduğu düşüncesinden hareket edilmekte, etkin iletişimin sağlanması çalışanların verimi ile birlikte örgütsel etkililiğin de artacağı vurgulanarak, örgütlerin "iletişimden yararlanması" gerektiği vurgulanmaktadır. Örgüt yöneticilerinin "iletişim becerilerini kullanabildikleri" ölçüde başarılı veya başarısız oldukları ve bu becerilerin yönetici rolünün ayrılmaz bir parçası olduğu da işaret edilmektedir (Munter, 1987: 4). Mal ve hizmet üretiminde 'toplam kalitenin' artırılması ve korunması gerektiği vurgusu ile birlikte yönetimde kaliteyi sağlamanın en önemli aracının iletişim olduğu vurgulanmakta ve çalışanlar arasında iletişimi iyileştirme görevinin de yöneticilere düştüğü söylenmektedir. Bu anlamda ürün ve hizmetleri pazarlama yetisi de geliştirilmesi gereken iletişim becerileri arasında sayılmaktadır. Müşteri odaklılık müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını bilmek ve bu bilgiden hareketle müşteri ile iletişim halinde olmak olarak resmedilirken, bütünleşik pazarlama iletişimi kavramının çerçevesini de müşteri ve satış odaklılık, stratejik yaklaşım, toplam kalite yönetimi, kurum kültürü, kurum imajı, insan kaynakları yönetimi, kriz yönetimi gibi kavram ve bu kavramlar çerçevesinde ortaya konulan çabaların oluşturduğu vurgulanırken, iletişim profesyonellerinin işlerin koordinasyonu ve yürütülmesinde görev almalarının önemi vurgulanmaktadır (Bozkurt, 2000: 17).

Yeni Yönetim Yaklaşımlarının İletişim Anlayışının Değerlendirilmesi

Yeni yönetim yaklaşımlarının odağında iletişimin olduğunu ve başta TKY ve İKY olmak üzere bütün yeni yönetim modelleri ve anlayışlarının eğitim ve yetiştirme programlarını kurumsallaştırma, çatışmadan uzak/huzurlu bir çalışma ortamı yaratmak için iletişimi teşvik etme düşüncesinde ortaklaşmış olduğunu görüyoruz. İletişim becerilerinin gelişkin olması bu çatışmaların ortadan kaldırılması için insan ilişkilerini geliştirme olarak anlaşılır iken, eğitim ve gelişim programlarını kurumsallaştırma çabaları çalışanların kurum kültürünü benimseyerek kurumsal amaç ve hedefleri gerçekleştirmek için işbirliği ve uyum içinde çalışmasını sağlamak üzere yapılmakta ve bu eğitim çalışmalarında eğitimin içeriğinden çok motivasyon sağlayıcı ritüeller önem taşımakta, eğitimin içeriği ise kuramsal ve mesleki bilgilerden çok törensel (gösteri, imaj) niteliği ağır basan öğretilerden oluşmaktadır. Gösteri/görünüm niteliğinin öne çıkarılması, iletişim olgusuyla birleştirilerek kişilerin kurumlarını temsil edici davranış biçimlerini benimsemesi için pratikte yararlı olduğu düşünülen bütün söz, eylem, dış görünüm, bakış, duruş biçimleri ile ilgili kılavuzlar oluşturulmasıyla gerçekleşmektedir.

Günümüzde yaygınlaştırılmaya çalışılan bu düşünme, eyleme, davranış ve görünme biçimleri ile ilgili öğretilerin; sadece üretim ve satış ile sınırlı kalmadığını, ekonomik ilişkiler alanından görece özerk sayılan yaşam alanlarında da

yaygınlaştırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Yeni kişisel ve örgütsel gelişim stratejilerinin odağında yer alan iletişim; bir yandan da insani ilişkilerin geliştirilerek çatışmaları sona erdirici, uyum sağlayıcı, sorun çözücü boyutu ile ele alınarak kurumlar içinde iş birliği ve uyum içerisinde çalışmanın anahtarı olarak sunulmaktadır.

Bu çerçevede seslendirilen içe dönüş ve iç uyum düşüncesi piyasacı ilişkiler ve mahrem yaşamımız dışındaki dünyaya ve toplumsal ilişkilere kapalı olmayı işaret etmekte olup, bu anlayış kendimize ve işimize zarar veren toplumsal ilişki biçimlerinden kendimizi yalıtmak suretiyle gelişebileceğimizi ve başarıya ulaşabileceğimizi varsaymaktadır. Böyle bir anlayış içerisinde iletişim olgusunun kapsamı kişiler için yüksek gelir ve bununla bağlantılı olarak toplumsal statü ve prestij kazanmak için gerekli olan görünüm ve edinilmesi gereken ikna edici becerileriyle sınırlandırılmaktadır. Kurumsal iletişimin kapsamı ise, işyerinde iş birliği içinde uyumlu çalışmayı sağlamak için insanlar arasındaki ilişkileri geliştirmek, mal ve ürünlerin satışı için ikna becerilerinin kullanılması ve kurumsal imaja önem verilmesiyle sınırlandırılmaktadır. Kısaca, yeni yönetim retoriğinde iletişim etkinlik ve verimliliği esas alan bir işlevsellik sınırlamasına tabi tutulmaktadır. Buna karşın bütün yeni üretim ve yönetim modelleri, çalışma hayatını insanileştirdiklerini, demokratikleştirdiklerini, böylece çalışma hayatına barış ve uyum getirdiklerini ve bunun yanı sıra çalışanların özgürlük alanlarını, daha önce hiç görülmedik bir biçimde genişlettiklerini ve yeni yönetim modelleriyle birlikte emeğin de nitelikli hale geldiğini öne sürmektedirler.

Küreselleşme ve bilgi toplumu söylemleri eşliğinde yepyeni bir döneme girildiği yönündeki parlak söylevleri reddeden karşı savlar ise, üretim örgütlenmesinde süregelen dönüşümün iddia edildiği gibi önceki rejimlere karşı ve alternatif olmak bir yana, onları yoğunlaştıran uygulamalar olduğu konusunda birleşmektedirler. Değişik söylemler içinde hükmünü sürdüren ve özellikle iletişim teknolojisinin gelişmesine bağlanan umutlardan beslenen bu yaklaşımlara eleştirel yaklaşan düşünceler, salık verilen işlevsel esnekliğin her işte kullanılabilen emek gücü anlamına gelmekte olduğunu ve bunun da gelirleri giderek azalan çalışanların sorumluluklarının ve yüklendikleri işlerin çoğalması anlamına geldiğini vurgulamaktadırlar. Çalışanların bilgi-becerilerinde söz konusu edilen artışın dağılımının da, kendi özel bilgi ve becerilerini işe katmalarının da eşitlikçi olmadığı ve çalışanların iş tanımlarının yine üst-yönetim tarafından belirlenmekte olduğu işaret edilerek eleştirilmektedir. Gelişmeler emeği daha da çok metalaştırmakta ve yeni yönetim yaklaşımları çalışanları vasıfsızlaştırmakta, iş sürecinin ve istihdam piyasasının koşulları da bu vasıfsızlaşmayı ağırlaştırmaktadır (bkz.: Sennett, 1999: 35; Mandel, 1975: 259-265). Sennett'in (2002: 10) vurgulamış olduğu gibi, "katı bürokrasi biçimleri eleştirilip risk almaya vurgu yapılarak esnekliğin insanlara kendi yaşamlarını şekillendirmede daha fazla özgürlük tanıdığı" söylemine karşın, yeni ekonomik düzen, çalışanlara özgürleşme getirmemekte, "sadece geçmişin yürürlükten kaldırılmış kurallarının yerine yeni kontrol biçimlerini getirmektedir". Yöneticiler ve çalışanlar arasındaki farklılıklar azalmak bir yana

giderek artmakta, emir süreçleri ve raporlama faaliyetleri azalmak bir yana artarak devam etmektedir. Bu çerçevede iş sürecinde artmış olduğu söylenen eşitlikçi ilişki biçimleri ve demokratik katılım/katılımlı yönetim, çalışanların karar süreçlerine dâhil edilmeleri de sadece bir sahte görünümden doğan yanılsamadan ibarettir. Çalışanların sorumlulukları ve görevleri artırılmış, buna karşılık karar alma süreçlerindeki rol, üst-yönetim ve işverenlere bırakılmıştır.

Öte yandan bilgi ve becerilerin piyasa emrine tahsis edilmesi, özgürce gelişime destek değil engel olmakta ve piyasa baskısı altında insanların toplumun tümünün yararına sunulabilecek gerçek yaratıcı kabiliyet ve yeteneklerin körelmesine yol açmaktadır. 'Takım ruhu', 'şirket ailesi' gibi söylemlerle beslenen yeni bir kültür oluşturma çabalarının yöneticiler ve çalışanlar arasında yüksek etkileşim sağladığına ve çalışanların karar alma süreçlerine katıldığına dair öne sürülen söylemlerin bir gerçekliği olmadığı vurgulanmaktadır. Bu sahte demokratik görünümler ile yeni kapitalizmde iktidar ilişkileri örtük kalmakta ve "modern yönetim retoriği (…) çalışanları kendi kendilerinin yönetici failleri olduklarına inandırarak" (Sennett, 1999: 36) onların üzerlerindeki iktidarı gizlemektedir. Çalışanların uyumlu ve itaatkar olmalarını gözeten bu esnek üretim modelinde çalışanların çok amaçlı, çok işlevli olmaları esas olduğu için, çalışmanın artık düzenli bir etkinlik ve işin bir gelecek olmaktan çıktığını ve bu yeni çalışma koşullarında meslek kavramının giderek anlamsızlaşmaya başladığını işaret eden eleştirel değerlendirmeler, "yeni kapitalizmin işin değerini azaltmış olduğu ve kısa vadeli hale gelen iş ile birlikte işin kişisel amaçlar için bir referans noktası olmaktan çıkmaya başladığını, istikrarlı toplumsal ilişkiler kurma aracı olarak da işin, anlamını yitirmekte olduğunu" öne sürmektedirler (Braverman, 1974: 1-5; Sennett, 1999: 31).

Yeni insan kaynakları rejimi işgücünün kendi içindeki rekabetini şiddetlendirerek maliyetini düşürmüş ve ücretler arasındaki kutuplaşmayı tırmandırmıştır. Esnek üretim ile çalışma saatlerinin esnekleştirilmesi, bir çalışma hakkından ziyade, eşitsiz biçimde dağılan ve çok sınırlı miktarda olan bir ayrıcalıktır ve bu ayrıcalık çoğu yönetici olan gözde çalışanlara aittir (Sennett, 2002: 60). Reel ücretler ve gelir dağılımı analizlerine baktığımızda esneklik döneminde reel ücretlerin düşüşü ve gelir dağılımındaki artan eşitsizlikler bu düşünceleri doğrulamaktadır. Bu koşullarda iyi bir iş bulmak isteyen çoğu genç insanın hedefi, ayrıcalıklı azınlığa dâhil olmak için aşırı risk almaktır. Zaman ve mekân sınırlamalarının çalışanların lehine ortadan kalktığını, çalışma saatlerinin azaldığı, yeni dönemde kâr amacının yerini çoklu amaçların aldığı yönündeki savların da hiçbir nesnel temeli yoktur. Mesleksizleşme, ücretsizleşme ve mesleki örgütsüzleştirme durmadan değişen iş bölümü bünyesinde işlevsizleşme, çalışanları topluma eklemlendikleri organlardan da yoksun bırakmaktadır. Gelir dağılımını düzenleyen kuralların ve mesleki kurumların, toplu pazarlık/sözleşme gibi işlerliklerin erimesi de buna eklenince çalışanlar arasındaki dayanışma iyice çözülmektedir. Sonuç, "çatışmaların çözümlediği ve karşılıklı tavizlerin müzakere edildiği bir toplumsal dokuyu artık resmedemeyen sendika ve siyasal partilerin, dolayısıyla kolektif dayanışma ile birlikte

hak arayışı anlamında politikanın, meşruiyet kaybıdır" (Braverman, 1974; Artun, 1999: 25-28).

Sonuç

İnsani ve toplumsal iletişimin temel unsurları anlamları paylaşma süreci olarak ortaklaşma ve paylaşmayı içermekte ve sadece etkileme ve ikna odaklı olmayı değil, etkileşime açık olmayı (karşılıklılığı) işaret etmektedir. İletişim sürecine katılım gönüllülük esasına ve katılanların eşit katılımı/eşit söz hakkına dayanmalı ve iletişime katılan herkesi eşdeğer olarak kabul etmek, dışlama süreçlerine maruz bırakmamak için farklılıklara karşı önyargılı olmama, farklı sesleri bastırmama esas olmalıdır. Statü ve bilgi/beceri farklarının iletişim sürecine tesir etmemesi için ve gücün ve seçkinciliğin iletişime engel olmasını/iletişimi tahrif etmesini önlemek için önlemler alınmalıdır. Bu eşitlikçi katılım süreci sınırlamalara tabi tutulmamalı ve katılımcılara eşit söz hakkı sağlanmalıdır. Buna karşılık yeni yönetim yaklaşımları demokratik, özgürlükçü, eşitlikçi, katılımcı, paylaşımcı, uyum ve iş birliğine dayanan bir iletişim anlayışının sahip olduklarını öne sürmelerine karşın, çalışanların piyasa dinamiklerini benimsemesini sağlamayı öne alan, böylece sistem dünyasında olduğu kadar gündelik yaşamda da insanların mevcut sisteme uyumunu ve katkıda bulunmasını esas alan yaklaşımlardır.

Yeni yönetim yaklaşımları tarafından günümüzde iletişimin öne çıkarılan unsurlarına baktığımızda iletişimin başarılı olmak ve öne çıkmak için edinilmesi/geliştirilmesi gereken öğrenilebilir, eğitimle sağlanabilir ve geliştirilebilir bir 'beceri' olarak tarif edilmekte olduğunu görüyoruz. Bu çerçevede deneyim aktarımına daha çok önem verilerek, kuramsal bilgi ve analiz yerine pratik bilgi ve becerilerin gelişiminin ve aktarımının esas olduğunu görüyoruz. İletişimin böylece bir teknik beceri olarak öne çıkarılması diyalog yerine monoloğu, etkileşim yerine etkili olmayı ve ikna kabiliyetini, ortaklaşa alınan karar anlamında mutabakat yerine var olan (verili) koşullara uyum sağlama bilgisini/becerisini öne almaktadır. Pratik hedeflere ulaşmada, verimlilik ve etkinlik sağlamada yararlanılabilecek bir araç olarak resmedilen iletişim becerileri, önceden belirlenmiş verili ilişkilerin yeniden üretimini sağlamak için etkin bir *araç* olarak belirmektedir. Bu çerçevede iletişim insanları belirli hedeflere yönlendirmede etkin bir yöntem olarak, barışçıl bir güdüleme ve uyum sağlama aracı olarak ele alınmaktadır. Bu da uzlaşı yerine retoriksel becerilerin öne çıkması sonucunu doğurmaktadır. İletişimin kişisel ve kurumsal amaçları gerçekleştirmek, ekonomik etkinlik ve verimlilik sağlamak için yararlanılabilir bir kaynak olduğu düşüncesi ile birlikte toplumsal ve politik düşünmek ve davranmak zaman ve verim kaybı, işlevsizlik, durgunluk gibi gerekçelerle kaçınılması gereken bir tutum olarak gösterilmektedir. Bu da işlevselliği olmayan söz söyleme ve mutabakata varma edimlerine gereksiz süreçler olarak bakılmasını getirmektedir. Bireysel başarıyı getireceği varsayılan ekonomik düşünmek ve davranmayı öne

çıkarmayı salık veren bu yaklaşımlar, böylece, toplumsal ve politik düşünme ve davranmayı devre dışı bırakmaya çalışmaktadırlar. Politik süreçler yetenekli liderler kıstasına indirgenmekte ve becerikli/akıllı yöneticiler bizi kurtaracak söylemiyle demokrasinin değil teknokrasinin öne çıkması ve böylece insanların verili sistem içinde tabi oldukları eşitsiz ve özgür olmayan ilişkiler meşrulaştırılmaktadır. Yetenekli insanların önderliğine dayalı bir seçkincilik böylece öne çıkmakta ve bu insanlar arasındaki eşitsiz ilişkilerden ve yapıdan kaynaklanan beceri farklarının (iletişim becerileri başta olmak üzere) meşru kabul edilişi sonucunu doğurmaktadır. Bu çerçevede eşitsizlik ve özgürlük kaybı ekonomik verimlilik sağlanabilmesi adına göz ardı edilebilmektedir.

Bu insan, toplum ve iletişim anlayışlarının günümüzde sadece çalışma hayatında değil, bütün günlük pratiklerimizde etkin olduğunu ve bu öğretilerin hem politik alanda hem de yaşam dünyalarımız üzerinde egemen düşünce ve davranış haline dönüştüğünü, bu bağlamda da sistem dünyasının yaşam dünyamızı sömürgeleştirdiğini söyleyebiliriz (bkz.: Habermas, 1991, 41-43, 1993: 30). Bu çerçevede çalışma yaşamı sadece bir üretim ve geçim sağlama alanı olmaktan çıkarak giderek hayatın odağı haline gelirken, gündelik yaşam da daha çok kalite, vizyon, misyon, karizma vb. iş odaklı terimlerle betimlenmektedir. Bu yeni yönetim anlayışında öne çıkan bilişim, yönetişim vs. kavramlar çerçevesinde de iletişime, var olan sistemin daha etkin ve verimli bir biçimde işlemesini sağlamak için aracı olma ve aradaki bağlantı kopukluklarını giderme görevi verilmektedir.

Son olarak, olası krizleri çözmek ve yönetmek üzere geliştirilen bu yaklaşım ve stratejilerin bütün dünyada yönetim alanında yaşanan krizleri çözmek bir yana derinleştirmiş olduğunu ve yangını söndürmek bir yana yangını körüklemekte olduğunu söyleyebiliriz. Buna rağmen, özellikle stratejik iletişim ve liderlik gibi kavramlar eşliğinde bu yaklaşımlar hâlâ kriz yönetimi için en uygun reçeteler olarak piyasaya sürülmekte ve yeni liberal yaklaşımlar hâlâ geçerli ve alternatifsiz yaklaşımlar olduklarını iddia etmektedirler. Oysa bu yaklaşımların kriz çözmek bir yana yeni krizlere yol açtıkları görmezden gelinmektedir. Dünyanın ciddi bir beka sorunu ile karşı karşıya kaldığını gösteren salgınlar, afetler ve gerçek bir felaket olarak beliren iklim krizi tüm alanlarda olduğu gibi yönetim ve iletişim alanlarında da artık eskiyen ve tedavülden kalkması gereken insanı nesneleştirme ve sömürmeye dayalı ve de tümüyle iş odaklı bu iletişim ve yönetim anlayışlarının tam tersi yönelimlere sahip yeni iletişim ve yönetim anlayışlarıyla yer değiştirmesi, doğa, insan ve emek odaklı toplumcu iletişim yaklaşımlarının bunların yerine geçmesi acil bir ihtiyaçtır.

Kaynakça

Açıkel, C. (2011). *Eğitim kurumlarında toplam kalite yönetimi anlayışı: Karaman milli eğitim müdürlüğünde bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aguayo, R. (1994). *Dr. Deming Japon mucizesinin mimarı* (Y. K. Tunçbilek, çev.). İstanbul: Form Yayınları.

Akad, M. T. (2001). *Strateji üzerine*. İstanbul: Kastaş Yayınları.

Akıncı, Z. B. (1994). *İnsan kaynakları yönetiminin etkinliğinde iletişim* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı

---------- (1998). *Kurum kültürü ve örgütsel iletişim*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Aksoy, A. ve Robins, K. (1997). Önümüzdeki yol: Yeni iletişim coğrafyasına karşı direniş nerden gelecek?. *Defter*, 29, 74-84.

Al, H. (2002). *Bilgi toplumu ve kamu yönetiminde paradigma değişimi*. Sakarya: Bilim Adamı Yayınları.

Artun, A. (1999). *Fordizm ve mühendisin dönüşümü*. Ankara: TMMOB Yayını.

Balkız, Ö. I. (2002). *Küreselleşme ve esnek yönetim: Değişen iş organizasyonları üzerine bir inceleme* (Yayımlanmamış doktora tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.

Beck, U. (1992). *Risk society*. London: Sage Publications.

Belek, İ. (2004). *Esnek üretim, derin sömürü*. Ankara: NK Yayınları.

Bozkurt, İ. (2000). *Bütünleşik pazarlama iletişimi*. Ankara: Kapital Yayınları.

Braverman, H. (1974). *Labor and capital. The degradation of work in the 20th century*. London: Monthly Review Press.

Castel, R. (2004). *Sosyal güvensizlik* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Clark, F. (1996). *Leadership for quality*. NewYork: Mc Graw-Hill Book Company.

Coşkuner, A. (1994). *İletişim becerisini geliştirme eğitiminin işgörenlerin iletişim çatışmalarına girme eğilimlerine, yalnızlık düzeylerine ve iş doyumlarına etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Çelik, M. ve Akkaya, Y. (1999). *Türkiye'de endüstri ilişkileri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Çeşitçioğlu, M. (2003). *Kaliteli insan*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Çetin, K. (2004). TKY felsefesi ve temel unsurları. *Milli Eğitim Dergisi,* 155-156, Yaz-Güz, Ankara.

Dalay, İ. (2001). *Yönetim ve organizasyon: İlkeler, teoriler ve stratejiler*. Adapazarı: Sakarya Üniversitesi Yayınları.

Dicleli, Z. (Yay. Haz.) (1999). *Liderlik: Harward business rewiew dergisinden seçmeler* (M. Tüzel, çev.). İstanbul: M.E.S.S. Yayını.

Doğan, S. (1999). *Yöneticilik ve vizyona dayalı liderlik* (Yayımlanmamış doktora tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Drucker, P. F. (1995a). *Gelecek için yönetim* (F. Üçcan, çev.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

---------- (1995b). *Değişim çağının yönetimi* (Z. Dicleli, çev.). İstanbul: Türk Henkel Dergisi Yayını.

Du Gay, P. (2002). *Bürokrasiye övgü* (E. Yıldırım, Ş. Çalış, S. Bayraktar ve İ. Haşlak, çev.). Sakarya: Değişim Yayınları.

Eryılmaz, B. (2001). *Kamu yönetimi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Habermas, J. (1991). *Moral consciouness and communicative action*. Massachusetts: MIT Press.

---------- (1992). *Rasyonel bir topluma doğru: Öğrenci protestosu, bilim ve siyaset* (A. Çiğdem ve M. Küçük, çev.). Ankara: Vadi Yayınları.

---------- (1993). *İdeoloji olarak teknik ve bilim* (M. Tüzel, çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin durumu* (S. Savran, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Kavrakoğlu, İ. (1994). *Toplam kalite yönetimi*. İstanbul: Kal-Der Yayını.

Klein, S. M. ve Ritti, R. R. (1980). *Understanding organizational behaviour*. Boston: Kent Publishing Company.

Koç Grubu (1999). *Müşteri ve kalite odaklı stratejik yönetim*. İstanbul: Koç Holding Yayını.

Koçel, T. (1998). *İşletme yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

Mandel, E. (1975). *Late capitalism*. London: New Left Boks.

Mattelart, A. (1997). Ezeli bir vaat: İletişim cennetleri (E. Peker, çev.). *Defter*, 29, Kış, 69-73.

---------- (2001). *İletişimin dünyasallaşması* (H. Yücel, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

MEB (2005). *Eğitimde kalite ödülü el kitabı* (K. Çetin, yay. haz.) Ankara: MEB Yayınları.

M.E.S.S. (1998). *Yeni yönetim teknikleri*. İstanbul: M.E.S.S. Yayını.

Mısırlıoğlu, G. (1997). *Yönetsel ve örgütsel etkililiği sağlamada bir yönetim aracı olarak iletişim* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Munter, M. (1987). *Business communication: Strategy and skill*. New Jersey: Printice Hall Int.

Özdevecioğlu, M. (1996). *"Organizasyon kültürü", stratejik yönetim ve liderlik* (M. Özel, haz.). İstanbul: İz Yayıncılık.

Özen, Ş. (1995). Kamu yönetimi yazınımız ve örgütler-yönetim çalışma alanı: Tehlikeli ilişkiler. *Kamu Yönetimi Disiplini Sempozyumu Bildirileri*, TODAİE, Ankara, 1, 71-96.

---------- (1999). Türkiye'deki guru söylemi modasının nedenleri. *Ankara Üniversitesi S.B.F. Dergisi*, *54*(1), 97-121.

---------- (2000). Kurumsal kuram ışığında toplam kalite yönetimi'nin Türkiye'de yayılım sürecinin dinamikleri. *8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 25-27 Mayıs, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi.

Özevren, M. (1996). *Toplam kalite yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Pattison, S. (1997). *The faith of the managers*. London: Consell.

Peker, Ö. (1993). Toplam kalite yönetiminin eğitim sistemine uygulanabilirliği. *Amme İdaresi Dergisi*, 27, 63-78.

Sachs, W. (1989). Global verimlilik tapınması. *Birikim*, 6, Ekim.

Sayyan, S. (1990). *İşletmelerde verimlilik ve verimlilik artırılmasına ilişkin bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sennett, R. (1999). *Yeni kapitalizm* (M. Gökçen, çev.). *Defter*, 35, 31-45.

---------- (2002). *Karakter aşınması: Yeni kapitalizmde işin kişilik üzerine etkileri* (B. Yıldırım, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Şahin, Ç. E. (2011). *Beşeri sermaye ve insan kaynakları: eleştirel bir yaklaşım*. İstanbul: Tan Yayınları.

Şimşek, M. (2004). *Toplam kalite yönetimi*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Şişe-Cam (1984). *Kalite çemberleri eğitim el kitabı*. Nisan.

T.İ.S.K. (1994). *Çalışma hayatında esneklik*. Mayıs.

Türkoğlu, N. (2003). *Kitle iletişimi ve kültür*. İstanbul: Naos Yayınları.

Ülsever, C. (2005). *21. yüzyılda insan yönetimi üretimin temel kaynağı insana yeni bir bakış*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Wernick, A. (1997). *Promosyon kültürü* (M. Küçük, çev.). İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Williams, R. (2005). *Anahtar sözcükler* (S. Kılıç, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yarımkaya, A. (yay. haz.) (2011). *İnsan kaynakları yönetimi*. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası Yayınları.

Yentürk, N. (1993). Postfordist gelişmeler ve dünya iktisadi iş bölümünün geleceği. *Toplum ve Bilim*, Bahar, 56-61.

Yıldırım, E. (2000). Türkiye'de toplam kalite yönetimi uygulamalarının işçiler ve endüstri ilişkileri üzerindeki etkileri. *Toplum ve Bilim*, 86, Güz, 260-280.

Zel, U. (1997). Harekete geçirici liderlik ve işe yönelik liderlik. *Verimlilik Dergisi*, *Milli Prodüktivite Merkezi Yayını*, *97*(4).

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

ARAŞTIRMA MAKALESİ

ONLINE (ÇEVRİM İÇİ) ARABULUCULUK: ARABULUCULARIN SOSYAL MEDYA KULLANMA DENEYİMİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA*

Erol İLHAN, Sultan BAYRAM*****

Gönderim Tarihi: 26.03.2021 - Kabul Tarihi: 30.09.2021

İlhan, E. ve Bayram, S. (2021). Online (çevrim içi) arabuluculuk: Arabulucuların sosyal medya kullanma deneyimi üzerine bir çalışma. *Etkileşim*, 8, 64-88. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.138

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Bu çalışmada internet üzerinden iletişimin yükselen yönüne ve covid pandemisi ile evlere kapanan insanlar için online iletişimin vazgeçilmez olduğuna vurgu yapılmıştır. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözmenin sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu herkes tarafından kabul görmüştür. Covid pandemisi sürecinde Türkiye'deki arabulucular da dünyadaki benzerleri gibi online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmışlardır. Bu durum çevre dostu online arabuluculuk yönteminin hem kolay erişilebilir hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Çalışmada, kişilerarası çatışmaların çözümünde rol alan arabulucu ve müzakerecilerin oluşturduğu *Facebook* topluluk sayfaları üzerinden yapılan paylaşımlar, içerik analizi tekniğiyle incelenmiştir. Buna paralel olarak, arabulucuların sürece, sosyal medyadaki paylaşımlara ve kadın arabulucuların rolüne ilişkin bakış açıları nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, arabulucuların *Facebook* üzerinden etkileşimde bulunarak, hareketsiz sosyalleştikleri diğer yandan arabuluculuk sürecinde kadının rol almasının, görüşme ortamını yumuşattığı, çözüme ve uygulanabilir anlaşmalara varma olasılığını da artırdığı görülmüştür. Ayrıca Covid-19 salgını ile evlere kapanan birey ve gruplar için online (çevrim içi) iletişimin vazgeçilmez olduğu açık bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: uyuşmazlık çözümü, arabuluculuk, *Facebook*, hareketsiz sosyalleşme, çevrim içi arabuluculuk.

** Bu çalışma Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı'nda 2019'da tamamlanan "Sosyal etkileşimde yeni medyanın rolü: Arabulucuların Facebook topluluk sayfaları kullanımı üzerine bir araştırma" başlıklı tezden türetilmiştir.*

** Doçent Doktor, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, erol.ilhan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9428-4611

*** Avukat-Arabulucu, Yüksek Lisans Mezunu, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, sultanbayram3@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8338-0851

RESEARCH ARTICLE

ONLINE MEDIATION: A STUDY ON EXPERIENCE OF MEDIATOR'S USE OF SOCIAL MEDIA*

Erol İLHAN, Sultan BAYRAM*****

Received: 26.03.2021 - Accepted: 30.09.2021

İlhan, E. ve Bayram, S. (2021). Online (çevrim içi) arabuluculuk: Arabulucuların sosyal medya kullanma deneyimi üzerine bir çalışma. *Etkileşim*, 8, 64-88. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.138

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

In this study, it is emphasized that the communication over internet is surging and online communication is inevitable for people who were under lockdown due to Covid-19 pandemic. Today, it is widely accepted that mediation is a sustainable, efficient and cost-effective way to resolve conflicts and other disputes. During the Covid-19 pandemic, mediators in Turkey have made a quick shift to online mediation, as their counterparts in the world. This situation has indicated that the environmentally friendly online mediation method can also be both easily accessible and highly effective. In this study, the posts on mediators' and negotiators' *Facebook* community pages taking part in the resolution of disputes were analyzed by content analysis technique. In this line, the mediators' perspective on the process, social media postings and the role of female mediators were analyzed through the interview technique. As a result of the study, it is seen that the mediators are socializing through interaction via *Facebook* without any movement and the women's involvement in the mediation process softened the negotiation environment and increased the possibility of reaching a solution and applicable agreements. In addition, it has clearly emerged that online communication is indispensable for individuals and groups who are confined to their homes due to the Covid-19 pandemic.

Keywords: disagreement resolution, mediation, *Facebook*, still socialization, online mediation.

** This study is derived from the thesis titled "The role of new media in social interaction: A research on using Facebook community pages" completed in 2019 at Department of Journalism of Ankara Hacı Bayram Veli University Institute of Graduate Programs.*

** Associate Professor/PhD, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, erol.ilhan@hbv.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9428-4611
*** Lawyer-Mediator, Postgraduate, Ankara Hacı Bayram Veli University, Institute of Graduate Programs, sultanbayram3@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8338-0851

Giriş

Yeni medya, kullanıcılarına bilgisayar, tablet ve mobil telefonlar üzerinden gerçekleşen bir iletişim olanağı sunmaktadır. Sosyal medya üzerinden gerçekleşen bu iletişim süreci "hareketsiz toplumsallaşma" (Binark vd. 2007: 161) olarak adlandırılmaktadır. Yaşanan bu deneyim sanal olsa da gerçeklikten bağımsız değildir. Bireyler, eğlenmek, bilgi edinmek, deneyim paylaşımında bulunmak amacıyla sosyal medyayı kullanmaktadırlar.

Çeşitli araştırmalar, bireylerin sosyal medya ortamında kendisine benzeyen, ortak bir dil kullanabildikleri ve çoğunlukla çevrim dışı yaşamda ilişkide oldukları bireyler ve gruplarla bir araya geldiğini göstermektedir. Yeni medya ortamında bireylerin yoğun olarak kendilerine benzer alışkanlıklara, görüş, duygu ve düşüncelere sahip bireylere ulaşarak benlik sunumunda bulundukları (Goffman, 2009: 85) görülmektedir. Mosco'ya (2009: 24) göre bireyler sosyal medya aracılığıyla benlik sunumunu ekonomik kaygılarla toplumsal kontrol ve hayatta kalma çabası için yapmaktadırlar. Dijck (2016: 176-177) ise benlik sunumunun bunlara ek olarak tek taraflı popülerlik ve hırs için yapıldığını ifade etmektedir.

Yeni olarak isimlendirilen bilgisayar temelli iletişim toplumsal etkileşimin mekânsal ve zamansal sınırlarını yıkarak, kullanıcılarına daha katılımcı bir yaşam olanağı sunmaktadır (Timisi, 2003: 139). İnternet ve çevrim içi sanal iletişim ve etkileşim arabulucuların hayatını kolaylaştıran önemli uygulamalardan biridir. Çevrim içi dünyada içerik üretimi yapan toplulukların amacı, kullanıcıların sahip oldukları içeriklerin birbirleriyle paylaşılmasını sağlamaktır (Özata, 2013: 86). Arabulucular da *Facebook* üzerinden birbirleriyle sürekli etkileşim halinde bilgi ve döküman paylaşımında bulunmaktadır. Yine Covid pandemisi sürecinde Türkiye'nin dört bir tarafındaki yaklaşık 15.000 arabulucu uzman arabuluculuk eğitimlerine online olarak katılmıştır. Pandemi koşullarında yüze yüze gerçekleştirilemeyen arabuluculuk toplantıları, telekonferans, *WhatsApp* ve *Zoom* üzerinden yapılarak; neredeyse her şeyin durduğu bu dönemde arabuluculuk görüşmelerinin aksamadan yürütülmesi sağlanmıştır.

Araştırmada örneklem olarak seçilen arabulucuların kurduğu *Arabulucu, Arabulucu ve Uzlaştırma, Global Mediators Network (GMN) Türkiye ve Türkiye Arabulucular Platformu* gibi grupların *Facebook* topluluk sayfalarındaki paylaşımları içerik analizi tekniğiyle incelenerek, söz konusu paylaşımların bu gruplarda yer alan bireylerin sosyalleşmelerine etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Arabulucu, uyuşmazlık tarafları arasında iletişimi sağlayarak onların kendi kararlarını vermelerine yardımcı olan uzman üçüncü kişidir. Arabuluculuk Türkiye için yeni bir mesleki alandır. Türkiye'deki arabulucular henüz bir birlik veya oda yapılanması altında örgütlenememişlerdir. Arabulucular bu eksikliği sosyal medya aracılığıyla, özellikle *Facebook* ve *WhatsApp* üzerinden birbirleriyle iletişimde/etkileşimde bulunarak gidermeye çalışmaktadırlar.

Arabulucular *Facebook* sayfalarında paylaşımlar yaparak, birbirlerini çeşitli toplantı ve eğitimlerden haberdar etmektedirler. Bu paylaşımların amacı, top-

lantı ve eğitimlere en yüksek seviyede katılımı sağlamak, arabulucuların bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmaları ve kendi alanlarında yetkinleşmelerine katkı sunmaktır. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; toplantılar, eğitimler, mevzuattaki güncel gelişmeler, yargı kararları, Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın (ADB) duyuruları ile ilgili gelişmeleri kolayca takip edebilmektedirler. Kısacası arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabuluculuk alanındaki gelişmelerden anında haberdar olmakta, internetin hipermentinsellik özelliğinden faydalanarak haberin kaynağına linklerle ulaşarak daha fazla bilgiye kısa sürede ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

Araştırmada örneklem olarak, müzakere, arabuluculuk ve uzlaştırma alanında çalışan süreç yöneticilerinin, oluşturduğu *Facebook* topluluk sayfalarındaki 1 Aralık 2018 - 30 Nisan 2019 tarihleri arasındaki paylaşımlar kodlama cetvelinde yer alan çözümleme yönergesine göre kodlanmıştır. Bu tarihlerin seçilmesi tesadüfi değildir. Arabuluculuk, önce 6325 sayılı Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu ile ihtiyari olarak hayatımıza girmiştir. Ardından dava şartı (zorunlu arabuluculuk) 1 Ocak 2018 tarihinden itibaren işçi-işveren uyuşmazlığında, 1 Ocak 2019 tarihinden itibaren de konusu bir miktar paranın ödenmesi olan ticari uyuşmazlıklar ve son olarak da 28 Temmuz 2020 tarihli 7251 Sayılı Kanun ile tüketici uyuşmazlıkları da dava şartı arabuluculuk kapsamına alınmıştır. Arabulucuların mevzuattaki bu yeni düzenlemelere hazırlıklı olmaları için, Arabuluculuk Daire Başkanlığı ve arabulucular tarafından incelemeye konu edilen bu beş aylık süreçte, gerek arabuluculara yönelik, gerekse uyuşmazlık taraflarına yönelik pek çok eğitim, toplantı ve seminerler düzenlenmiştir. Bu süreçte yapılan bilgilendirme toplantıları grup yöneticisi konumundaki arabulucular tarafından sosyal medya aracılığıyla, özellikle *Facebook* üzerinden bazen canlı olarak arabuluculara anında ulaştırılmıştır. Arabulucular evlerinde, iş yerlerinde bilgisayar ve mobil telefonlardan bu toplantıları takip ederek, hareketsiz toplumsallaşma deneyimini yaşamışlardır.

Topluluk *Facebook* sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, fotoğraf ve video dosyalarının göründüğü bir alana sahiptir. İncelemeye konu edilen *Facebook* sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Araştırmada ana konu başlığı hukuk olup alt konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir.

İnternete ilişkin akademik araştırmaların, internet ara yüzünde veri toplamada karşılaşılan sorunlar sebebiyle, genelde nicel değil, nitel yöntemlere dayandığı görülmektedir. (Kim ve Weaver, 2002'den akt. Narin, 2015: 138). Çevrim içi anketler internet temelli nicel çalışmalara kolaylık sağlasa da örneklem seçimi, kodlama, birimselleştirilmenin güç olması, hipermetinsellik ve internet içeriklerinin çok çabuk değişmesi nedeniyle bu alanda çalışmayı zorlaştırmak-

tadır. Yine içerik analizine konu edilen internet metinlerini saklamak, kopyalamak başlı başına bir sorundur. Ayrıca kullanıcıların üre-tüketici (*prosumer)* (Laughey, 2010: 66-67) konumunda olmaları, kullanıcı türevli içeriklerle (*user created content*) web sayfasında içeriğin değişimi, yeniden inşası, veri toplanması ve içerik analizini güçleştirmektedir.

İçerik analizi tekniği bir metin içerisinde geçen karakteristiklerin ne sıklıkla tekrar ettiğine, hangi tutumla sunulduğuna dair mesajların biçimsel özelliğini saptamak amacıyla kullanılmaktadır. İçerik analizi açık içeriklerin çözümlenmesini sağlayan sistematik bir araştırma tekniğidir. Bir yandan nicel anlamda bilgi verir, diğer yandan nitel çözümleme tekniği yanıyla nitel çözümlemeye olanak verir.

Arabuluculukla ilgili seçilen dört farklı *Facebook* topluluk sayfasında 1 Aralık 2018 - 30 Nisan 2019 tarihleri arasında yayımlanan içerikler üzerinde, kodlama cetveli kullanılarak şu sorulardan hareketle analiz yapılmıştır: Hangi *Facebook* sayfası daha aktiftir? İçerikler reklam içermekte midir? İçeriklerde linklere (dâhili ve harici) yer verilmekte midir? Sayfada üretilen içeriklerin cinsiyete göre dağılımı nasıldır? Farklı *Facebook* sayfalarında hep aynı içerikler mi dolaşmaktadır? Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın duyuruları sayfalarda daha mı fazla oranda paylaşılmaktadır?

Araştırma aynı zamanda örneklem kapsamına alınan kişilerle yapılan görüşmelerle de desteklenmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme formuna, alanda çalışan arabuluculardan oluşan 10 katılımcının verdiği yanıtlar değerlendirmeye tabi tutulmuş, arabulucuların süreç ve sosyal medyadaki paylaşımlara ilişkin bakış açıları, yetkinlikleri ve kadın arabulucuların rolü ile ilgili durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır.

Araştırma, bu konuda yapılmış daha önceki çalışmalardan farklı olarak, hukuk disiplini dışında, arabulucularla ilgili yeni medyada yapılan ilk çalışmadır. Çalışmada ülkemizde faaliyet gösteren arabulucuların kurdukları *Facebook* topluluk sayfalarını ne derece etkin kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Buna ek olarak arabuluculuk ve cinsiyet arasındaki ilişki, özellikle kadınların arabuluculuk sürecindeki performansları, bu durumun sürece ve sonuca etkisi ile ilgili bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu konuda Türkiye'de bu güne kadar yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Amerika'daki araştırmalardan elde edilen veriler ile bu çalışmadan elde edilen veriler karşılaştırılmıştır.

Uyuşmazlık Çözümünde İletişimin Önemi ve Sosyal Medyada Etkileşim

Gelişen teknoloji ile iletişim kurma biçimimiz de değişmiştir. Başta bilgisayar olmak üzere, farklı teknolojilerin günlük hayatımızın her alanında kullanılmaya başlandığı 21. yüzyılda, iletişim kurmak için teknolojinin araçlarına ihtiyaç duymaktayız. Bu yeni iletişim biçimi çevrim içi iletişim (*online communication*) olarak tanımlanmaktadır. Çevrim içi iletişim, çeşitli küresel ya da bilgisayarlar arası ağları kullanarak, insanların yer ve zaman sınırı olmaksızın, ev veya iş yer-

lerinde birbirleriyle iletişim kurmak, görsel veya işitsel veri dosyalarını transfer etmelerine olanak sağlamaktadır. Çevrim içi iletişim sosyal ilişkilerimizi de değiştirmiştir. Eskiden fiziksel olarak bir arada gerçekleştirilen sosyal etkileşim artık sanal ortamda da gerçekleşmektedir. Uzaktan iletişim kurulmasına izin veren yapısı nedeniyle çevrim içi iletişim tercih edilmektedir. *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Myspace* gibi sanal ortamlar, kişilerarası etkileşimi sağlamaktadır (Jenkins, 2006: 24-290).

Etkileşim kavramı, yeni medyayı, geleneksel medyadan ayıran en temel özelliktir. Yeni medyanın sahip olduğu etkileşim özelliği, kullanıcı bireyleri pasif alıcı durumundan uzaklaştırarak daha aktif bir konuma yönlendirmiştir. Geleneksel medyada izleyici, okuyucu, dinleyici olarak tanımlanan bireyler yeni medyada kullanıcı (üre-tüketici) olarak tanımlanmaktadır (Laughey, 2010: 66-67).

Çatışma/uyuşmazlık hayatın her alanında yer almaktadır. Uyuşmazlıkları iletişim ve etkileşimde bulunarak çözmek mümkündür. Uyuşmazlık, çatışma çözüm alanının belirleyicisi olan "iletişim, herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımladığı bir insan etkinliğidir. İletişim yüze yüz konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir vs. listeye sonsuz sayıda ekleme yapılabilir" (Fiske, 1996: 15).

İnsan sosyal bir varlıktır. İletişim insan olmanın ön koşuludur. Blumer'e göre insan, sembollerle, öğrendikleriyle iletişim kurar ve en yaygın sembol sistemi dildir. Dilsel semboller, insanların karşılıklı anlaşma yoluyla önem ya da anlam verdiği rastgele sesler ve fiziksel jestleri ifade etmektedir (akt. Berg ve Lume, 2015: 26-27). İletişim insanla başlayıp devam eden ve insan var oldukça farklılaşsa da devam edecek olan bir süreçtir (Küçük, 2015: 4).

Şiddetsiz iletişim sözcüğünü Gandi'nin "şiddetsizlik" (*nonviolence*) sözünden esinlenerek "şiddetten arındığında yüreğimizde doğal olarak var olan şefkat hali" anlamında kullandığını belirten Rosenberg (2003: 18), "hayatı daha güzel kılmak için ne yapabiliriz" sorusuna yanıt bulmak için yola çıktığını; "şiddetsiz iletişimin, zorlayıcı şartlar altında bile insanca davranma yeteneğimizi güçlendirecek dil ve iletişim becerileri üzerine kurulu" olduğunu belirtir. Lazar'a (2001: 49) göre de iletişim bir süreçtir, ne düzeyde gerçekleşirse gerçekleşsin, iletişimin her düzeyinde ortaklaşma ve paylaşım vardır.

Arabulucu için, iletişim, etkileşim, kültür ilişkisi önemlidir ve yetkin bir arabulucunun bu farkındalığa sahip olması beklenmektedir. Günümüzde tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de, arabuluculuk uyuşmazlıkların çözümünde tercih edilen, arabulucunun rehberliğinde tarafların birbiriyle eşit ve karşılıklı iletişimini önceleyen, dostane bir uyuşmazlık çözüm yöntemidir. Arabuluculuk klasik mahkeme yargılamasına göre hızlı, ekonomik, tarafların iradesinin ve etkileşimin ön planda olduğu bir süreçtir. Klasik arabuluculuk sisteminde, arabulucu bağımsız ve tarafsız, iletişim ve müzakere konusunda yetkin, uzman üçüncü kişi olarak tarafları bir masa etrafında bir araya getirerek, yüz yüze ile-

tişim kurmaları ve kendi yaratıcı çözümlerini bulmaları için onlara eşlik eden kolaylaştırıcı rolündedir. Arabuluculuğun esnek ve taraf iradesiyle şekillenen bir süreç olması, arabuluculuk görüşmelerinin kayıt altına alınmasının zorunlu olmaması, ortaya çıkacak anlaşmanın taraflar isterlerse kağıda dökülmek zorunda olunmaması, Covid pandemisi öncesinde de online arabuluculuğun tüm dünyada yaygın kullanımını mümkün kılmıştır. Salgın ile birlikte online arabuluculuk daha da tercih edilir olmuştur.

Yükselen Değer Olarak Online Arabuluculuk

Dijital çağda online arabuluculuk pek çok ülkede kullanılmaktadır. Covid-19 pandemisi ile tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de online arabuluculuk yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Online arabuluculukta standart yüz yüze arabuluculuktan farklı olarak taraflar arasındaki iletişim, teknoloji tarafından desteklenir. Taraflar konum ve mekândan bağımsız olarak evlerinin veya kendi iş yerlerinin konforunda arabuluculuk toplantılarına katılabilirler. Tarafların, danışmanların (vekillerinin) ve arabulucunun birbirine çok uzak lokasyonlarda bulunması sorunu, online arabuluculukta kolaylıkla aşılabilmektedir.

Yine Covid pandemisi döneminde *Zoom* programı üzerinden arabuluculara yönelik uzmanlık eğitimleri gerçekleştirilmiştir. Farklı illerdeki pek çok arabulucu, kendilerine uzak şehirlerdeki üniversitelerden ve uygulama eğitimi veren arabuluculardan online eğitimler almışlardır. Arabulucular bilgisayar temelli iletişimle toplumsal etkileşimin mekânsal ve zamansal sınırlarını yıkarak etkileşimde bulunmuşlardır.

Sosyal medya ortamında Türkiye'deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın pek çok yerindeki arabulucularla, topluluklarla karşılıklı etkileşimde bulunmaktadırlar. Bu durum Türkiye'deki arabulucuların vizyonunun gelişmesine de katkı sunmaktadır. Arabuluculuk Topluluğu tüm dünyanın karşı karşıya olduğu küresel iklim sorununa katkı sunmak için harekete geçmiştir. "Yeşil Tahkim Taahhüdünü" (*Take the Green Pledge*) kabul eden ve dünya çapında örgütlenen Arabuluculuk Topluluğu (WOMACC, ty.), iklim değişikliği sorununa, arabuluculuk yoluyla nasıl katkı sunulacağını tartışmaya başlamıştır.

Covid pandemisi sürecinde dünyadaki birçok arabulucu online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmıştır. Bu durum çevre dostu arabuluculuk yollarının hem kolay erişilebilir, hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Arabuluculuk Topluluğu bugüne kadar 40'dan fazla ülkede 300 arabulucunun imzaladığı taahhüdü 5 Kasım 2021 tarihinde yapacağı online etkinliğe kadar 1.000 imzacıya çıkarmayı hedeflemektedir. Bu taahhüt, her bir arabulucunun yürüttüğü arabuluculuğun iklim üzerindeki etkisini azaltmak için, Covid pandemisi sırasında ve sonrasında atabileceği somut adımları özetlemektedir. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözmenin sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu kanıtlanmıştır. Online arabuluculuk ise arabuluculuğun çevre dostu yönüne dikkat çekmektedir.

Arabulucuların Kurduğu *Facebook* Topluluk Sayfalarına İlişkin İçerik Analizi

Araştırmada örneklem olarak alınan *Arabulucu*, *Arabuluculuk ve Uzlaştırma*, *GMN Türkiye ve Türkiye Arabulucular Platformu Facebook* topluluk sayfalarındaki paylaşımlardan analiz formundaki başlıklara göre elde edilen veriler değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Öncelikle her sayfanın genel görünümü ile ilgili aktarım yapılmıştır. Araştırmanın amacı, ülkemizde faaliyet gösteren arabulucuların kurdukları *Facebook* sayfalarını ne derece etkin kullandıklarının değerlendirilmesidir. Örneklem olarak alınan *Facebook* topluluk sayfaları alfabetik sıraya göre aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

Görsel 1. Arabulucu Facebook topluluk sayfası kapak resmi

Görsel 2. Arabulucu ve Uzlaştırma Facebook topluluk sayfası kapak resmi

Görsel 3. GMN Türkiye Facebook topluluk sayfası kapak resmi

Görsel 4. Türkiye Arabulucular Platformu Facebook topluluk sayfası kapak resmi

Facebook sayfalarının karşılaştırmalı analizi

Araştırma kapsamında incelenen toplam içerik sayısı 227'dir. Bu içeriklerin *Facebook* sayfalarına göre dağılımı, aşağıdaki çizelgede karşılaştırılmaktadır.

Tablo 1. Facebook sayfalarındaki paylaşımların dağılımı.

***Facebook* sayfası**	**Sayı**	**Yüzde**
Arabulucu	105	44,30
Arabulucu ve Uzlaştırma	49	24,89
GMN Türkiye	30	12,65
Türkiye Arabulucular Platformu	43	18,14
Toplam	**227**	**100**

Tablo 1'de çalışma kapsamında incelenen dört *Facebook* sayfasında 01.12.2018- 30.04.2019 tarihleri arasında toplam 227 içerik paylaşılmıştır. İncelenen *Facebook* sayfalarından en fazla içerik *Arabulucu* sayfasında (105 içerik, %44,30) paylaşılmıştır. Daha sonra sırasıyla; *Arabulucu ve Uzlaştırma* (49 içerik, %24,89), *Türkiye Arabulucular Platformu* (43 içerik, %18,14) ve *GMN Türkiye* (30 içerik, %12,65) sayfalarında paylaşımlar yapılmıştır.

Tablo 2. Facebook sayfalarının üye sayısı.

Sayfa	**Üye Sayısı**	**Yüzde**
Arabulucu	5578	%58,43
Arabulucu ve Uzlaştırma	2376	%24,89
Gmn Türkiye	653	% 6,84
Türkiye Arabulucu. Platformu	939	% 9,83
Toplam	**9546**	**%100**

Tablo 2'de görüldüğü gibi *Arabulucu* sayfası en kalabalık (5578 üye, %58,43) sayfadır. Bu sayfayı sırasıyla, *Arabulucu ve Uzlaştırma* (2376 üye, %24,89), *Tür-*

kiye Arabulucu Platformu (939 üye, %9,83) ve *GMN Türkiye* (653 üye, % 6,84) takip etmektedir.

Tablo 3. Facebook sayfalarında paylaşım yapan kadın ve erkek sayısı.

İçeriği Paylaşan	Sayı	Yüzde
Kadın	148	65,19
Erkek	79	34,80
Toplam	**227**	**100**

Facebook sayfalarında paylaşım yapan kadınların sayısı (148, %65,19) erkeklerin sayısının (79, %34,80) yaklaşık iki katıdır. Buradan hareketle *Facebook* sayfalarında paylaşım yapan kadınların daha ağırlıkta ve aktif olduğu söylenebilir.

Facebook sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, resim ve video dosyalarının göründüğü bir alana sahiptir. *Facebook* sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Arabulucuların kurduğu *Facebook* topluluk sayfaları incelemeye konu edildiğinden hukuk ana başlık olarak kabul edilmiştir. Konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir. Değerlendirme yapılırken her paylaşım analiz edilmiş olup, en az bir konu ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 4. Facebook sayfalarında en fazla paylaşılan konular.

Konular	Paylaşım sayısı
Eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşım	67
Toplantı-panel-sempozyum	63
ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları	23
İnternet Haberi	20
Reklam	40
Diğer	14
Toplam	**227**

Facebook sayfalarında en çok paylaşılan içeriklerin konu başlıklarının karşılaştırıldığı yukarıdaki çizelgede, en çok işlenen konunun eğitim (67, %29,51)

olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla toplantı-panel-sempozyum (63, %27,75), reklam (40, %17,62), ADB duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları (23, %8,37), internet haberleri (20, %8,1) ile diğer (14, %6,16) başlıkların takip ettiği görülmektedir. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; hukuki dokümanlar, toplantılar ve eğitimler hakkındaki bilgi aktarımıyla diğer arabulucularla direkt olarak iletişim kurmayı hedeflemektedirler. Ayrıca arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla, arabuluculuk alanındaki gelişmelerden hızla haberdar olmakta, bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

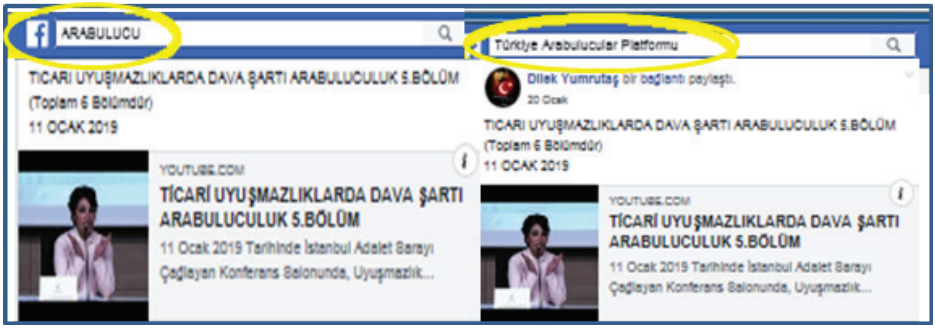
Günümüzde internet önemli bir reklam aracı haline gelmiştir. Çok sayıda araştırmada; çevrim içi dünyada yer alan reklamların, geleneksel medyada yer alan reklamlara göre daha fazla hatırlandığı ifade edilmektedir. Yine internet ortamında asıl paylaşılan konu başlığı ile reklam ayrımının giderek bulanıklaşmasına ilişkin çalışmaların literatürde yer aldığı, reklamın haberin içeriğinde ya da haberin konuşlandığı bölümde karşımıza çıktığına ilişkin (Becker ve Olsen'den akt. Narin, 2015: 135) bulgulara rastlandığı tespit edilmiştir. Aşağıdaki çizelgede incelemeye konu edilen *Facebook* sayfalarındaki reklam içeriklerine ilişkin dağılım verilmektedir:

Tablo 5. Facebook sayfalarında paylaşılan reklamların dağılımı.

***Facebook* Sayfası**	**Sınava Hazırlı Kitabı**	**Arabuluculuk Eğitimi**	**Müzakere Süpervizyon**	**Toplam**
Arabulucu	4	9	-	13
Arabulucu ve Uzlaştırma	6	8	-	14
GMN Türkiye	-	2	7	9
Türkiye Arabulucu Platformu	2	2	-	4
Toplam	**12**	**21**	**7**	**40**

Facebook sayfalarındaki reklam içeriklerinin paylaşım sayıları *Tablo 5*'teki gibidir. Reklamların içeriği; sınava hazırlık kitabı, arabuluculuk eğitimi ve müzakere/süpervizyon başlıklarından oluşmaktadır. En fazla paylaşımın *Arabulucu* sitesinde yapıldığı, onu *Arabulucu ve Uzlaştırma* ve *GMN Türkiye*'nin takip ettiği görülmektedir. *Türkiye Arabulucular Platformu*'nda ise diğer üç siteye göre daha az sayıda reklam içerikli paylaşım yapıldığı saptanmıştır.

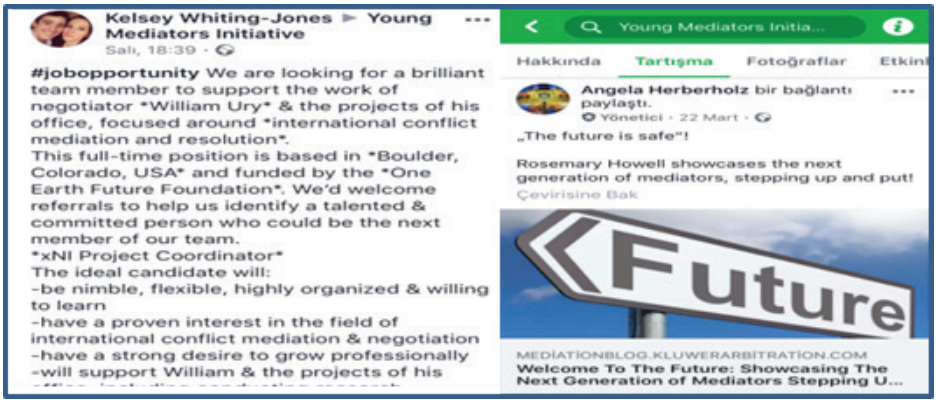
Görsel 5. Farklı Facebook sayfalarında aynı içeriklerin paylaşımı



Görsel 5'teki içerik, aynı tarihte *Arabulucu* ve *Türkiye Arabulucular Platformu Facebook* sayfalarında da paylaşılmıştır. Bu araştırma kapsamında soruları yanıtlayan katılımcıların da belirttiği gibi, *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar zaman zaman birbirinin tekrarı niteliğinde olup, bunun sayfalardaki hareketliliği sağlamak amacıyla yapıldığı düşünülmektedir.

Arabulucu sayfasında paylaşımların yarıdan fazlasının (51, %48,57) grup yöneticileri tarafından yapıldığı görülmektedir. *Arabulucu ve Uzlaştırma* sayfasında yönetici Ergüler'in paylaşımları (35, %71,42) toplam paylaşımların (49) yaklaşık dörtte üçünü oluşturmaktadır. *Türkiye Arabulucular Platformunda* sayfa yöneticisi Yumrutaş'ın paylaşımları (33, %75,74) toplam (43) paylaşımın dörtte üçünden fazlasını kapsamaktadır. *GMN Türkiye*'deki paylaşımların tümünün sayfa yöneticisi tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu durum sayfadaki paylaşımların, sayfa yöneticileri tarafından hareketliliği sağlamak amacıyla yapıldığı savını doğrulamaktadır. Çalışma kapsamında incelenen *Facebook* topluluk sayfalarının üyeleri olan arabulucuların daha çok izleyici konumunda kaldıkları ve beklenen düzeyde içerek üretmedikleri görülmüştür.

Görsel 6. Uluslararası arabulucuların kurduğu Facebook topluluk sayfası örneği: Young Mediators Initiative (YMI)



İncelemeye konu edilen dört *Facebook* topluluk sayfasından sadece *GMN Türkiye* sayfasının hedef kitlesinin Türkiye coğrafyası ile sınırlı olmadığı, uluslararası arabulucu ve müzakerecilere hitap ettiği görülmüştür. *GMN Türkiye Facebook* sayfasında yöneticinin zaman zaman arabuluculuk ve müzakere ile ilgili yazdığı makaleleri de paylaştığı görülmektedir (Güner, 2019). Türkiye ve uluslararası arabulucular *Facebook* topluluk sayfalarını kıyaslamak amacıyla *International Mediation Institute* (IMI) tarafından oluşturulan, sayfa yöneticiliğini Angela Herberholz'un yaptığı *Young Mediators Initiative* (YMI) *Facebook* grup sayfası da incelenmiştir. Herkese açık olan bu grupta dünyanın dört bir yanındaki 943 arabulucunun birbiriyle etkileşim halinde olduğu görülmektedir. Bu sayfadaki paylaşımların makale ağırlıklı olduğu ve harici link kullanımı ile makale yazarının sayfasına okuyucuyu yönlendirdiği görülmektedir.

Deneyimli arabulucuların ilgili, alana yeni giren arabuluculara mentörlük yaptıkları gözlenmiştir. Harvard İlkeli Müzakere Okulunun kurucusu Roger Fisher ile birlikte dünyanın en çok okunan *Evet Boyun Eğmeden Anlaşmaya Varmak* kitabının yazarı, William Ury ofisinin projelerini desteklemek için, iyi bir takım üyesi proje koordinatörü aradıklarına dair iş ilanının bu sayfada yayımlandığı görülmektedir. Sayfanın yeni üyesi eğer isterse kendi arabuluculuk deneyimini, çektiği kısa bir video ile grup üyeleriyle paylaşmaktadır. Sayfanın uzandığı linklerde online kütüphane hizmeti sunulmakta, uluslararası yarışmalar, eğitimler ve organizasyonlar bu siteden duyurulmaktadır (Young Mediator, 2019).

Çalışma kapsamında incelenen Türkiyeli arabulucuların kurduğu *Facebook* topluluk sayfalarından oldukça farklı olan bu sayfada; sayfa yöneticisi ve üyelerinin karşılıklı etkileşim halinde oldukları görülmektedir. Uluslararası arenada dünyanın dört bir yanındaki arabulucular zaman ve mekân sınırı olmaksızın bu sayfa aracılığıyla birbirlerinin çalışmalarından haberdar olmaktadırlar. Bu paylaşımların online dünyayla sınırlı kalmadığı, pek çok uluslararası yarışma, toplantı, eğitim düzenlendiği tespit edilmiştir. Örneğin 14-20 Ekim Arabuluculuk Haftası etkinlikleri kapsamında arabulucuların fiziksel olarak bir araya geldikleri ve küresel çapta sosyalleştikleri gözlenmektedir.

Katılımcıların arabuluculuk süreci ile ilgili tespit ve değerlendirmeleri

Bu araştırmada aynı zamanda derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak, yarı yapılandırmış görüşme formu ile alanda çalışan 10 katılımcının, sürece, sosyal medyadaki paylaşımlara ve kadının arabuluculuk sürecindeki rolüne ilişkin bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır[1].

Görüşme formu *WhatsApp* veya e-mail yoluyla 14 kadın ve 7 erkek olmak üzere toplam 21 kişiye gönderilmiştir. Ancak, 1 erkek, 9 kadın, toplam 10 katılımcı soru formunu yanıtlamıştır. 10 katılımcının, yarı yapılandırılmış görüşme

1 Çalışmanın etik kurul onayı E-11054618-302.08.01-37301 sayı numarası ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan alınmıştır.

formuna kişisel durumları ile ilgili verdikleri yanıtlar tablo haline getirilmiştir.

Tablo 6. Katılımcılara ilişkin bilgiler

Kendini Tanımlama Biçimi	Cinsiyet	Mesleki Tecrübe	Yaş	Eğitim
K1 Avukat/Arabulucu	Kadın	27 yıl	52	Lisans
K2 Arabulucu	Erkek	18 yıl		Yüksek Lisans
K3 Avukat-Arabulucu Eğitmen –Yazar	Kadın	10 yıl	31	Lisanüstü
K4 Avukat-Arabulucu	Kadın	33 yıl	54	Üniversite
K5 Avukat-Arabulucu	Kadın	25 yıl	49	Lisans (Hukuk Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstrisi)
K6 Avukat-Arabulucu	Kadın	25 yıl	48	Üniversite
K7 Avukat	Kadın	31 yıl		Üniversite
K8 Avukat-Arabulucu-Eğitmen	Kadın	27 yıl	49	Yüksek Lisans
K9 Avukat/Arabulucu	Kadın	Avukatlıkta 30	53	Üniversite
K10 Avukat-Arabulucu	Kadın	20 yıl	45	Üniversite

Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin adalete erişime etkisi

Moore'a (2016: 69) göre, dünyada arabuluculuk uygulamaları değişim ihtiyacından doğmuştur. Türkiye'de ise uyuşmazlıkların çözüme kavuşturulması, esas olarak devlete ait bir görev olarak kabul edilmektedir. *K1* bu durumu şöyle ifade etmektedir:

> Bir hukuki ilişkinin tarafları arasında bir anlaşmazlık çıktığında başvurulacak birinci ve asıl yolun devlet mahkemeleri olduğu taraflarca kabul edilmektedir. Bu durum "mahkemelerin aşırı iş yükü ile karşı karşıya kalmalarına, yargılamanın uzun sürmesine neden olmaktadır. Adil yargılanma hakkının bir unsuru olan makul sürede yargılama ilkesine aykırılık teşkil etmektedir. İşte bu nedenlerle, devlet yargısına alternatif oluşturan tahkim yargısının dışında, uyuşmazlıkların çözümünde kısaca Alternative Dispute Resolution (ADR) olarak anılan alternatif uyuşmazlık

> çözüm yöntemleri tercih edilmeye başlanmıştır. Alternatif uyuşmazlık çözüm yolları bağımsız, tarafsız ve objektif bir üçüncü kişinin, aralarında uyuşmazlık bulunan tarafları bir araya getirerek, ortaklaşa bir çözüm bulmaları konusunda iletişim kurmalarını sağladığı ve aralarındaki uyuşmazlığı ya kendi kendilerine çözmeleri için onlara yardımcı olduğu ya da somut olayın özelliklerine göre taraflarla fikir birliğine varabilecekleri çözüm önerileri sunduğu, tamamen gönüllülük esasına göre işlerlik kazanan ve devlet mahkemelerinde gerçekleşen yargılamaya göre seçimlik bir yol olarak uygulama alanı bulan uyuşmazlık çözüm yollarının bütünüdür.

K1 bu ifadeleri kullanarak, arabuluculuk sürecini ana hatları ile açıklamıştır. Görünen o ki ADR'nin tanımı ile ilgili fikir birliği olsa da Türkiye'de ve dünyada ADR ve arabuluculuğun tercih edilme nedenleri arasında ciddi bir fark vardır. Arabuluculuk gelişen, değişen dünyanın ihtiyacı olarak kabul görmüş ve desteklenmiştir. Türkiye'de ise taraflar geç gelen adaletten şikâyetçi olsalar da değişim talep etmemişlerdir. Devlet 2012 yılında Hukuk Uyuşmazlıklarında Arabuluculuk Kanunu'nu (HAUK) çıkartarak, Türk toplumunu arabuluculuk ve uzlaşı kültürü ile tanıştırmıştır. Katılımcılar alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin kazanımları ve tercih edilmesi gerektiği konusunda hemfikirdirler.

Bir yaşam becerisi: Uyuşmazlık yönetimi ve çözüm yöntemi

Katılımcıların hepsi çatışma/uyuşmazlık yönetimi sürecinin öğrenilebilen bir süreç olduğunu belirtmişlerdir. *K10* devamla:

> (…) uyuşmazlık/çatışma yönetimi kesinlikle öğrenilebilir bir süreçtir. Öfke kontrolü, etkili dinleme, çatışma çözme teknikleri ile ilgili eğitim alan kişiler çatışma çözmede başarılı olabilirler. Fakat bu eğitim zaman ve emek gerektirir. Şiddet nasıl öğrenilebilen bir davranışsa barış ve uzlaşma da öğrenilebilen bir davranıştır.

derken, *K2*'ye göre uyuşmazlık çözüm sürecinin yönetimi "altyapıda algoritma alt yapısı ve yaratıcılık ister". *K3*, akran arabuluculuğunun bunun için iyi bir örnek olduğunu ve davranışın tekrarlandıkça benimseneceğini ifade etmektedir. *K4*, bilimsel çalışmalardan yararlanarak kişinin çatışma sürecini yönetecek yetkinliğe ulaşacağını, *K5* "eğitim ve deneyimin önemli" olduğuna dikkat çekmektedir. *K8* de çatışma analizi ve yönetimi konusunda ders veren bir eğitmen olarak insanoğlunun içinde bu yeteneğin olduğuna tanıklık ettiğini belirtmektedir. *K7*'ye göre "kişisel yetenekler de etkilidir", *K9*'a göre ise bu süreç "bitmeyen, devam eden öğrenme halidir." (Boulding'den akt. Akyıldız, 2018 : 255) de çatışma yönetimini öğrenilebilir bir gelişim süreci olarak kabul eder. Çatışma yönetiminin iki ayağı vardır: Yıkıcı çatışma süreçlerinin kontrolü ve kıtlığın ekonomik, politik ve sosyal gelişmeler ile azaltılması. Bir çocuğun büyürken kullandığı kaba gücün yerini fikri çatışmalara bırakması gibi, toplumda da bireysel silahsızlanma ve düellonun ortadan kalkması, dövüşerek sorunları çözmenin tüm toplumlarda yok olması gibi sosyal öğrenmenin daha centilmence bir yöne evrildiğini belirtmektedir. Çatışma yönetiminin diğer ayağında tarafların algıları, değer sistemleri ve davranış biçimleri önemli faktörlerdir. Ciddi çıkar çatışmaları olan durumlarda taraflar birbirlerini doğru algılamaya

çalıştığında, çatışma kontrol altına alınabilmektedir. Birbirine dostça yaklaşan taraflar birbirlerini anlamaya ve birbirlerine daha az zarar vermeye eğilimlidir (Akyıldız, 2018: 255).

Alanda çalışan araştırmacıların ve katılımcıların da belirttiği gibi akran arabuluculuk eğitimleri ile çatışmalarını barışçıl yöntemlerle çözmeyi erkenden öğrenen öğrenciler, bunları yaşam becerisine dönüştürecekler ve ileride de kullanabileceklerdir. Ortaokul ve lise düzeyinde uygulanan akran arabuluculuk eğitimleri ile çatışmalarını birbirleriyle konuşarak çözmeyi öğrenen bugünün gençleri yarının yetişkinlerinin, bu süreci içselleştirecekleri ve sorunlarını konuşarak çözmeyi tercih eden barışçıl bir toplumun temelini atacakları umut edilmektedir.

Kendi kararını verme özgürlüğü: sorumluluk alma

Tüm görüşmeciler, "herkes kendisini etkileyecek kararlara katılmak ister" önermesine katıldıklarını belirtmişlerdir. *K1* ve *K4* diğerlerinden farklı olarak bu konudaki çekincelerini benzer sözcüklerle ifade etmişlerdir:

> Toplumda alışılmış olan ve süregelen bir otorite ve otoriteye uyma durumu varsa, kolaycılığı tercih eden kişiler bu döngünün içinden çıkmak istemeyebilir. Bir toplumda kişisel ve bireysel gelişim talebi arttıkça ve insanlar kendi problemleriyle yüzleşip kararlarını vermenin ve kararlarına uymanın sorumluluğunu almak istedikçe alternatif uyuşmazlık çözüm yolları giderek artan bir ivmede tercih edilecektir, demektedirler.

K3 ise:

> Artık şirketler de, kişiler de maksimum fayda minimum bütçe ile en kısa zamanda sonuca ulaşmak istiyorlar. Elbette bunu yaparken amaç kendi kararlarını kendi ihtiyaçları doğrultusunda vermektir. Alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemleri bu konuda oldukça etkilidir. Bir günde bir uyuşmazlığı çözmek varken yıllarca süren ve gerilimi tırmandıran davalara artık kimse katlanmak istememektedir.

şeklinde görüş bildirerek, şirketler için bu önermenin önemine vurgu yapmıştır. *K6*:

> Her birey kendisiyle ilgili sorunları ve kendi ihtiyaçlarını en iyi kendisi bilebileceğinden, bu sorunların çözümünde de kendi iradesinin belirleyici olmasını istemektedir. İnsan doğasında bulunan özgürlük ruhu zorlamalara karşı her zaman temkinli yaklaşmayı öngörmektedir. Teknoloji çağında dünyanın en uzak noktasındaki gelişmelerden insanlar bir tuşla haberdar olmaktadır. Bu durum insanların hak ve yükümlülükleriyle ilgili olarak başkalarının zorla kabul ettireceği kararlardan ziyade alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerini tercih etmelerine neden olmaktadır.

diyerek, dijital iletişim çağında alternatif uyuşmazlık çözüm yöntemlerinin önemine dikkat çekmiştir. *K8,* eğitmen olarak edindiği deneyimi bizimle paylaşarak, "insanın, değişime açık, ancak değiştirilmeye kapalı" olduğunu belirtmektedir. *K9,* kararın sürdürülebilirliği için, kişinin kendi kararını vermiş olmasının önemli olduğunu belirtmektedir. Aksi takdirde bu durumun başka

bir çatışmaya da yol açabileceğini ifade etmektedir. *K10*, bir özleminden bahsedercesine, *"*demokratik toplum kültürü geliştikçe ve kişisel ve toplumsal ekonomik refah seviyesi yükseldikçe kişilerin uyuşmazlıklarını kendi buldukları çözümlerle sonlandırmak isteyeceklerini düşündüğünü*"* söylemektedir.

Arabulucuların sosyal medyada etkileşimi

Sosyal medyadaki bu paylaşımlar hem yeni bir meslek olan arabuluculuk için, hem de toplumsal farkındalığı artırmak için önemlidir. Ancak katılımcıların da vurguladığı gibi sosyal medyadaki paylaşımlar, metin ve makale derinliğinden yoksun olup, daha çok başlık şeklindedir. Eğitim ve toplantı duyuruları reklam içermektedir. Katılımcılar, Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın duyuru ve paylaşımlarını değerli bulup takdir etmektedirler.

Katılımcılar sosyal medya paylaşımlarını takip ettiklerini, *K1* ise arabuluculuğu destekleyenler kadar arabuluculuğa karşı çıkan ve çoğunluğu avukatlardan oluşan bir grubun olduğunu ve bunu görmenin kendisi için çok üzücü olduğunu belirtmektedir. *K5*, eleştirel bir dille şu ifadeyi aktarmaktadır:

> Sosyal ve görsel medyada bu konuda çok paylaşım var ama içi boş paylaşımlar daha çok. Paylaşımdan çok reklam kokan ve ego tatmini sağlayan paylaşımlar, seminerler, konferanslar, merkez ve arabulucuların kendi reklamlarını yapmasından, egolarını tatmin etmekten öteye gitmiyor. Bu konuda Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı'nın çalışmalarını övgüye değer buluyorum. Dergilere ağırlık verilmeli, ama reklam kokmayan dergilere… Son zamanlarda bir dergi çıkarıldı. Bu heyecan verici bir gelişme (Öncü Arabulucu Dergisi).

K8, paylaşımları yurtdışı örnekleri ile mukayese ettiğinde genel olarak başarılı bulmadığını, ifade etmektedir. *K9* "yeni düşünceler oluşturan, ilham veren türden paylaşımları faydalı bulduğunu, ancak çok sayıda tekrar eden ifadeler" olduğunu belirtmektedir.

Küreselleşen dünyada, Türkiye'deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın dört bir yanındaki arabulucularla etkileşim halindedir. Sosyal medya sayesinde dünyanın dört bir yanındaki arabulucular birbirlerinin yaptıklarından haberdar olmakta, bu da herkesin birbirini gözetlediği bir küresel köyle karşı karşıya olduğumuz sonucuna doğru bizi götürmektedir (McLuhan, 2001).

Arabuluculuk sürecinde kadının rolü

Arabulucunun kadın olması, *K3*'e göre kadın bakış açısı ve kolaylaştırıcılığıyla çoğu zaman tarafları rahatlatır, tehdit algısı oluşturmaz. Bu da tarafların, sorunu çözmeye odaklanmaları için büyük bir fırsattır. *K4*, kadınla barışı aynı karede gördüğünü şöyle ifade etmektedir:

> Kanaatimce bir yerde barış önemseniyorsa kadın orada mutlaka etkindir. Zira kadının barışa daha yatkın olduğu kanaatindeyim. Kadın kendinin farkına vardığı andan itibaren toplumda anne-babası, kardeşleri, eşi-hayat arkadaşı, çocukları, iş ve sosyal

> çevresi gibi etkileşimde olduğu her grupta denge unsuru olmak üzere kodlanmakta ve bence zaten doğası da buna uygun. Çünkü anne içgüdüsü ile koruma ve kollama, mutlu olma ve mutlu etme gibi güdüleri baskın. Bu nedenle barışçıl yöntemlerin etkin uygulanmasında kadına çok iş düşmektedir.

K6 da, *K4*'e paralel görüş bildirmekle birlikte bu durumun olumsuz taraflarına da dikkat çekmektedir:

> Genelleme yapmak istemem; kadınların genel olarak iletişim kurma konusunda daha istekli, tarafların duygu durumunu ya da beklentilerini takip etme konusunda belki annelik içgüdüsünün verdiği bir özellikle daha farkında olabileceklerini düşünüyorum. Bu durumun dezavantajlarına da dikkat çekmek isterim, kadın arabulucunun çatışma anındaki tepkiler konusunda biraz daha uzlaşmacı bir yaklaşım sergileme ihtimali daha yüksek olduğundan tarafların yüzde yüz kazanacakları olasılıkları gözden kaçırmaları da mümkün olabilir. İletişimi yumuşatma konusunda faydalı olabilir, ihtiyaçları ve duyguları tespit konusunda da daha rahat diyaloğu destekleyebilir.

K10 ise görüşlerini:

> (…) çatışmaların barışçıl yöntemlerle çözümünde kadının rolü önemlidir. Kadın ruhunun inceliği, uzlaşmacı kimliği ve sosyal olayları analiz kabiliyeti kadınların arabuluculukta daha başarılı olabileceği sonucuna bizi götürebilir. Kadın bakış açısı, kadınların toplumsal statü ve rollerinin farkına vararak pozitif ayrımcılık yapılması, yasal mevzuatın kadın lehine yorumlanmasını sağlayacaktır. Nihai amacı toplumsal cinsiyet eşitliği olan pozitif ayrımcılık, yani kadın bakış açısı toplumsal gelişmişlik düzeyini artırıcı, çağdaş ve özgüveni yüksek bir toplum haline gelmemize yardımcı olabilecektir.

şeklinde ifade etmektedir.

Sonuç

Araştırma kapsamında incelenen *Facebook* topluluk sayfalarındaki içeriklerden elde edilen bulgulara göre, arabulucuların ortak bir dil (hukuk) kullandıkları ve ortak bir amaç etrafında birleştikleri bireyler ve gruplarla sosyal medya üzerinden iletişimde/etkileşimde bulundukları tespit edilmiştir.

Küreselleşen dünyada, Türkiye'deki arabulucular sadece birbirleriyle değil, dünyanın dört bir yanındaki arabulucularla da etkileşim halindedirler. Sosyal medya sayesinde dünyanın dört bir yanındaki arabulucular birbirlerinin yaptıklarından haberdar olmakta, bu durum bizi herkesin birbirini gözetlediği bir küresel köyle karşı karşıya olduğumuz sonucuna götürmektedir.

Örneklem olarak alınan dört *Facebook* topluluk sayfasında araştırmaya konu edilen beş aylık zaman diliminde toplam 227 paylaşım yapıldığı saptanmıştır. Bu sayfalardan ilki olan *Arabulucu* sayfasında 105 (%44,33), *Arabuluculuk ve Uzlaştırma* sayfasında 49 (%24,89), *Türkiye Arabulucular Platformu* sayfasında 43 (%18,14) ve *GMN Türkiye*'de ise 30 (%12,65) paylaşım yapılmıştır. Tüm sayfalarda paylaşım yapan kadın sayısı (148, %65,19) erkek sayısının (79,

%34,80) yaklaşık iki katıdır.

Facebook sayfalarının duvar bölümü, sayfayı görebilme yetkisi olan kişiler, ağ arkadaşları ve grup üyeleri tarafından çevrim dışı olarak gönderilen mesaj, resim ve video dosyalarının göründüğü bir alana sahiptir. *Facebook* sayfalarının duvarında yer alan mesajlar konu başlıklarına göre kodlanmıştır. Ana konu başlığı hukuk olup alt konu başlıkları; toplantı-panel-sempozyum, eğitim duyurusu ya da eğitimin yapıldığına ilişkin paylaşımlar, ADB (Arabuluculuk Daire Başkanlığı) duyuruları-yasal mevzuat-yargı kararları, internet haberleri, reklamlar ve diğerleri olarak kategorize edilmiştir. En fazla paylaşılan konu başlığı eğitimdir (67, %29,51). Onu toplantılara ilişkin paylaşımlar (63, %27,75) takip etmektedir.

Arabulucular *Facebook* sayfalarında paylaşımlar yaparak toplantı ve eğitimlerden birbirlerini haberdar etmektedirler. Bu paylaşımların amacı, toplantı ve eğitimlere en yüksek seviyede katılımı sağlamak, arabulucuların bilgi ve deneyim alışverişinde bulunmaları ve yetkinleşmelerine katkı sun-maktır. *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabulucular; toplantılar, eğitimler, mevzuattaki son güncel gelişmeler, yargı kararları, ADB'nin son duyuruları ile ilgili gelişmeleri kolayca takip edebilmektedirler. Kısacası arabulucular *Facebook* sayfalarındaki paylaşımlar aracılığıyla arabuluculuk alanındaki gelişmelerden anında haberdar olmakta, internetin hipermetinsellik özelliğinden faydalanarak haberin kaynağına linklerle ulaşarak daha fazla bilgiye kısa sürede ulaşabilmekte ve karşılaştırma yapabilmektedirler.

Örneklem dâhilinde incelenen arabuluculuk *Facebook* sayfalarında daha çok eğitim ve toplantı ile ilgili paylaşımların yapıldığı, toplantılara ilişkin videoların zaman zaman canlı yayınla arabulucuların erişimine sunulduğu görülmüştür. Bunu arabuluculukla ilgili mevzuattaki değişiklikler (23, %8,37) ve internet haberleri (20,%8,1) ile ilgili paylaşımlar takip etmektedir. Aynı zamanda katılımcıların da ifade ettiği gibi, yeni bir meslek mensubu olan arabulucular, bu konudaki bilgi ve deneyim eksikliğini gidermek için eğitimlere katılmakta, kendilerini bireysel olarak yetkinleştirmeye çalışmaktadırlar. Katılımcı arabulucular hem meslekte yetkinleşmek için hem de uzlaşı kültürü konusunda farkındalık yarattığını düşündükleri için *Facebook* sayfalarındaki paylaşımları merakla beklediklerini ve ilgiyle takip ettiklerini belirtmişlerdir. Fakat katılımcılara göre, incelemeye konu edilen *Facebook* sayfasındaki paylaşımlar genelde birbirinin benzeri, makale derinliğinden yoksun, başlıktan ibaret olup, reklam amacıyla yapıldığı izlenimi vermektedir. İçerik analizine göre de aynı içeriklerin tekrar tekrar paylaşıldığı tespit edilmiştir. Diğer yandan bu paylaşımlar sayesinde her bir arabulucu uygulamada tereddütte düştüğü konularla ilgili sorularına sosyal medya üzerinden anında yanıt bulabilmektedir. Bu durum arabuluculuk uygulamalarında yeknesaklığa yol açmaktadır.

İncelenen tüm sayfalardaki reklam içeren paylaşım sayısı 40'tır (%17,18). *Facebook* topluluk sayfalarında arabuluculuk temel eğitimleri, uzmanlık eğitimleri, müzakere başlıklı eğitimlerle ilgili paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiş-

tir. Eğitim ile reklamın iç içe geçtiği ve paylaşımın eğitim mi yoksa reklam mı olduğu konusunun tartışmalı olduğu görülmektedir. *Facebook* sayfalarındaki eğitimle ilgili paylaşımların, eğitim içeriği görünümündeki reklam olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte diğer sayfalardan farklı olarak *Türkiye Arabulucular Platformu* sayfasında enerji hukukundan, sigorta, lojistik, fikri mülkiyet, müzakere vb. pratiğe yönelik atölye çalışmalarına ilişkin pek çok ücretsiz toplantı ve eğitim duyurusu yapıldığı görülmüştür. Bu etkinlikler ücretli olmayıp, bilgi ve deneyim paylaşımına yönelik aktarımlar olarak kabul edilmiş, reklam olarak değerlendirilmemiştir.

Toplantı ve eğitimler genellikle İstanbul (63, %27,75) ve Ankara'da (35, %15,41) yoğunlaşmaktadır. *GMN Türkiye*'nin hedef kitlesinin Türkiye coğrafyası ile sınırlı olmadığı, bunun yerine uluslararası arabulucu ve müzakerecilere hitap ettiği görülmüştür.

Facebook sayfalarında link paylaşımlarının yaygın olduğu tespit edilmiştir. Ana sayfada ayrıntılı bilgiye daha az yer verilmekte olup, dâhili linkle daha kapsamlı bilgiye ulaşılması sağlanmaktadır. Harici link çoğunlukla etkinliği yapan dernek ya da merkezin sayfasına (35, %32,40) okuyucuyu yönlendirmektedir. Paylaşımların kaynağı çoğunlukla birden fazla kişi olup, arabulucu, eğitmen, bürokrat ve/veya siyasetçilerdir.

Facebook sayfalarında sıklıkla kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımında bulundukları saptanmıştır. Fotoğraf ve video içeren paylaşımlar iletilen mesajları daha ilgi çekici bir hale dönüştürerek kullanıcılara mesajın daha hızlı iletilmesini sağlamaktadır. *Facebook* sayfaları arasında en çok fotoğraf ve videoya yer veren sayfanın *Arabulucu* (47, %28,31) olduğu gözlenmiştir. Sadece bir farkla *Türkiye Arabulucu Platformu* (46, %27,71) en çok görsel içerik üreten ikinci *Facebook* sayfası olarak dikkat çekmiştir. *Arabulucu ve Uzlaştırma* sayfası (43, %25,90) bu anlamda üçüncü sırada yer alırken *GMN Türkiye* sayfası son sırada (30, %18,07) kalmıştır.

Facebook topluluk sayfaları arasında en çok beğeni alan paylaşım, ticari uyuşmazlıklarda arabuluculuğun dava şartı olarak kabul edildiğine ilişkin 06.12.2018 tarihli *Arabulucu* sayfasında yapılan paylaşımdır (155 beğeni). En çok tıklanan video ise 11.01.2019 tarihli *Türkiye Arabulucular Platformu*'nun videosu olup, 1909 kez izlenmiştir. Ticari uyuşmazlıkta arabuluculuğun dava şartı olarak kabul edilmesinin ardından İstanbul Adliye Sarayında yapılan panel *Facebook*'tan canlı yayınla paylaşılmıştır. Uygulamada yer alan Türkiye'nin dört bir yanındaki arabulucular aynı anda evlerinde, iş yerlerinde bu etkinliği izlemişlerdir. Bu durumun hareketsiz toplumsallaşmaya iyi bir örnek oluşturduğu, düşünülmektedir.

Arabulucu sayfasının uzlaştırma ve arabuluculukla ile ilgili popüler internet haberlerini ve mevzuat değişikliklerini genelde ilk paylaşan *Facebook* sayfası olduğu tespit edilmiştir. Arabulucu sayfasında özellikle arabuluculuk ve uzlaştırma ile ilgili ünlülerin isimlerinin geçtiği internet haberleri ile ilgili paylaşım-

ların yapıldığı gözlenmektedir. Bu sayfada arabuluculuğa karşı olan ve sosyal medyayı ya da internet haberlerini bu amaçla kullananlara ilişkin paylaşımların da yapıldığı gözlenmiştir. Sayfa yöneticisi Demir'e göre arabuluculuğa saldıranlar bilmediklerinden ya da yanlış bildiklerinden ön yargılı yaklaşmaktadırlar. Demir'in bu tespiti yarı yapılandırılmış soru formuna yanıt veren katılımcılar tarafından da benzer ifadelerle dile getirilmiştir.

Çalışma kapsamında incelenen dört *Facebook* topluluk sayfasında sayfa yöneticileri dışındaki eğitimlerde rol alan arabulucular ve müzakerecilerden oluşan sayıları 50 ile 100 arasında değişen grup üyelerinin, *Facebook*'un yer bildirimi uygulamasını kullanarak rol aldıkları eğitimlerden kareler paylaşarak, alandaki kimliklerini (benlik sunumu) sosyal medya aracılığıyla sundukları görülmektedir. *Facebook* sayfalarında içerikleri üreten kişilerin genelde aynı olduğu tespit edilmiştir. *Facebook* sayfa yöneticilerinin arabuluculuk alanında baştan beri görülen ve bu konuda emek veren kişiler olduğu gözlemlenmiştir. Gerçek dünyada da genelde bu kişilerin arabuluculukla ilgili toplantı, panel ya da eğitimlerde rol aldıkları tespit edilmiştir.

Facebook topluluk sayfalarının üyelerinin çoğunluğunun sayfaları etkin bir şekilde kullanmadıkları ve izleyici konumunda kaldıkları tespit edilmiştir. Sayfalardaki paylaşımlar yoğun olarak sayfa yöneticileri tarafından gerçekleştirilmiştir. Topluluk sayfa kullanıcılarının *Facebook* aracılığıyla etkileşim halinde oldukları, hareketsiz toplumsallaştıkları düşünülmüş olsa da araştırma sonuçları bu varsayımı doğrulamamıştır. Bu konuda kıyaslama yapmak için incelenen uluslararası topluluk sayfası olan *Young Mediators Initiative*'de (YMI) hareketsiz toplumsallaşma örneğinin daha belirgin şekilde gerçekleştiği görülmektedir. YMI'de arabulucuların iletişim için sosyal medyayı etkin bir şekilde kullandığı gözlemlenmektedir. Deneyimli arabulucuların genç arabuluculara mentorluk yaptıkları, özellikle gençlere yönelik uluslararası pek çok yarışma düzenlendiği, üniversitelerin genç arabuluculara yönelik ücretsiz veya ücretli eğitim programları düzenledikleri, sayfada iş ilanlarına yer verdikleri görülmektedir.

Araştırmaya konu edilen beş aylık zaman dilimi içerisinde tespit edilen 227 içerikten 148'ini (%65,19) kadınlar paylaşmıştır. 653 üyesi olan *GMN Türkiye*'nin 488, 939 üyesi olan *Türkiye Arabulucular Platformu*'nun 319 üyesi kadındır. *GMN Türkiye* sayfasında müzakere topluluğu eğitimleri için kadınlara burs verilebileceği, güçlü ve girişimci kadın kimliğinin ön plana çıkarıldığı görülmektedir. ADB sayfası istatistiklerindeki 2013 yılı sınavını kazanan arabulucuların yaklaşık yarısı (%50) kadındır. Ancak kadınların karar mekanizmalarında yeterince yer almadıkları gözlenmektedir.

Çalışma kapsamında kadın katılımcılardan elde edilen bulgular, Amerika'da kadınların arabuluculuk sürecindeki rolü ile ilgili yapılan araştırma sonuçlarıyla uyuşmaktadır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre kadınlar ve erkeklerin uzlaştırmadaki başarısı aynı olup, tek fark kadınların biraz daha etkili olduğuna ilişkindir. Farkın istatistiksel olarak çok önemli olmadığı, ancak araştırmaya göre kadınların daha bağlayıcı sonuçlara ulaşmayı başardıkları tespit edilmiştir. Yine *Cobb Arabuluculuk* tarafından 2006-2007 yılları arasında yürütülen zorun-

lu 'Alternatif Anlaşmazlık Çözümü' programında 578 arabuluculuk davasının 300'ünde kadınların arabuluculuk yaptıkları, %62 başarı elde ettikleri; erkeklerin ise 278 davadaki başarısının %42,4 olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaların ve bu çalışmanın neticesine göre arabuluculuk sürecinde kadının varlığı ortamı yumuşatmakta, tarafların masada kalmalarına, çözüme ve uygulanabilir anlaşmalara varma olasılığının artmasına vesile olmaktadır.

Araştırmada arabulucuların sosyal medya üzerinden hareketsiz toplumsallaştığı kabul edilse de, fiziksel olarak gerçek dünyada bir araya gelemeyen arabulucuların kendi örgütlü yapılarını kurmalarının çok da mümkün olmadığı gözlenmektedir. Bulgulara göre arabulucuların sosyal medya üzerinden toplumsallaştığı kabul edilse de fiziksel olarak bir araya gelmedikleri sürece ortak eylemde bulunma olasılıklarının zayıf olduğu düşünülmektedir.

Hem *Facebook* topluluk sayfalarının incelenmesinden elde edilen bulgular, hem de nitel soru formunu yanıtlayan arabuluculara göre; arabuluculuk mesleğinin tanımının yapılması, hak ve yükümlüklerinin yasal güvenceye kavuşması için yakın zamanda mesleki örgütlenmeye gidilmesi bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Son iki yıl içinde arabulucu dernekleri ve arabuluculuk merkezleri çalıştaylarını düzenleyen arabulucuların bu ihtiyacın farkında oldukları ve bunun için harekete geçtikleri tespit edilmiştir.

Son olarak Türkiye'de özellikle kadına ve çocuğa yönelik şiddetin tırmandığı günümüzde şiddetsiz iletişimi, barış dilini kullanarak sorunlarımızı çözmeyi öğrenmek bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Üniversite ve Barolar gibi toplumsal değişimde misyon yüklenmesi gereken kurumların, sadece arabuluculuk eğitimlerinde yer almasının yeterli olmadığı görülmektedir. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde kurulmuş olan Anlaşmazlık Çözümü Araştırma ve Uygulama Merkezinin (AÇMER), akran arabuluculuk projelerinden, İngilizce Anlaşmazlık Çözümü Yüksek Lisans Programına kadar anlaşmazlık çözümü ile ilgili pek çok çalışmayı hayata geçirerek, bu alandaki önemli bir boşluğu doldurduğu görülmektedir. Ankara Arabulucular Derneği, İzmir Arabulucular Derneği, Arabulucu Gönüllüleri Derneği ve son olarak AKRANDER'in ortaokul ve liselerde uygulanmasına destek oldukları akran arabuluculuk projeleri ile uzlaşı kültürünün toplumda yaygınlaşmasında etkin bir şekilde rol aldıkları görülmektedir.

Toplumsal uzlaşının yaygınlaşması, sorunları konuşarak, müzakere ederek çözme kültürünün yerleşmesi için sadece Adalet Bakanlığı Arabuluculuk Daire Başkanlığı ve arabulucuların bireysel çabalarının yeterli olmadığı görülmektedir. Önemli olan tüm tarafların sürece dâhil olması **ü**niversiteler, Türkiye Barolar Birliği ve baroların, arabulucu olmayan avukatların hem arabulucularla, hem Arabuluculuk Daire Başkanlığı ile iş birliği yapmaları gerekmektedir. ADR ve arabuluculuğun nihai amacı bireyin adalete erişimini kolaylaştırmak, memnuniyeti sağlamaktır. Bu işbirliklerinin arabuluculukla ilgili toplumsal farkındalığın artmasına ve uzlaşı kültürünün yaygınlaşmasına katkı sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmada internet üzerinden iletişimin yükselen yönüne de vurgu yapılırken, Covid-19 salgını ile evlere kapanan insanlar için online iletişimin ne kadar vazgeçilmez olduğu ortaya çıkmıştır. Günümüzde arabuluculuğun anlaşmazlıkları ve diğer farklılıkları çözmenin sürdürülebilir, verimli ve uygun maliyetli yolu olduğu görülmüştür. Salgın sürecinde Türkiye'deki arabulucular da dünyadaki benzerleri gibi online arabuluculuğa hızlı bir geçiş yapmışlardır. Bu durum çevre dostu arabuluculuk yollarının hem kolay erişebilir, hem de oldukça etkili olabileceğini göstermiştir. Günümüzde küresel ısınmanın yarattığı sonuçları acı bir şekilde yangınlar ve sel felaketleri ile tecrübe eden dünyamız için küçük bir katkı da olsa online arabuluculuğun çevre dostu yönünü ön plana çıkararak, online arabuluculuğun kullanılmasını teşvik etmek daha da önem kazanmaktadır.

Kaynakça

Akyıldız, N. (2018). Ek olarak: Elise Boulding: Barış kültürü ve aile çalışmaları. E. Büyükakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (259-26). Ankara: Adres Yayınları.

Arabulucu (2019). https://www.facebook.com/groups/arabulucu/ (topluluk sayfası). 21 Mart 2019.

Arabuluculuk ve Uzlaştırma - Talya Mediasyon (2019). https://www.facebook.com/groups/400994849955387/ (topluluk sayfası). 29 Mart 2019.

Avşar, Z. (2012). *Ombudsman/İyi yönetilen Türkiye için kamu hakemi*. İstanbul: Hayat Yayınları.

Aydın, C. H. (2015). Çevrimiçi iletişim. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (138-155). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Baym, N. K. ve Boyd, D. (2012). Socially mediated publicness: An introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *56*(3), 320-329.

Berg, L. B. ve Lune, H. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (H. Aydın, çev. ve ed.). Konya: Eğitim Yayınevi.

Beriker, N. ve Bozkur, S. (2018). Daniel Druckman. E. Büyükakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (319-334). Ankara: Adres Yayınları.

Bilgin, K. R. (2018). Johan Galtung. E. Büyükakıncı (ed.), *Barış çalışmaları* (175-207). Ankara: Adres Yayınları.

Binark, M. ve Bayraktutan, S. G. (2007). Tekno günlüklerdeki çok(lu) sessiz yaşamlar: Yeni medyanın sessiz enstürmanları-Yeni orta sınıf gençlik. M. Binark (der.), *Yeni medya çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Castells, M. (2008). *Ağ toplumunun yükselişi-Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Dick, J. v. (2016). Senin gibi kullanıcılar mı? Kullanıcı türevli içerikteki failliği kuram-

laştırmak (B. Ayaz, çev.). H. Hülür ve C. Yaşın (ed.), *Yeni medya kullanıcının yükselişi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Erol, M. (2018). *Türk hukukunda arabuluculuk teşkilatlanması*. Ankara: Adalet Yayınevi.

Fisher, R. Ury, W. ve Patton, B. (2012). *Evet boyun eğmeden anlaşmaya varmak* (F. Güven Burakreis, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Fiske, J. (1996). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

GMN Türkiye (2019). https://www.facebook.com/groups/gmnturkiye/ (topluluk sayfası). 21 Mart 2019.

Goffman, E. (2009). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar). İstanbul: Metis Yayınları.

Güner, D. K. (2019). Mediation was not always an alternative. https://www.imimediation.org/2019/06/05/mediation-was-not-always-an-alternative/. 10 Haziran 2019.

Ildır, G. (2003). *Alternatif uyuşmazlık çözümü: Medeni yargıya alternatif yöntemler*. Ankara.

İlhan, E. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2018). Türkiye'de YouTube yayıncılığı ve YouTuber olmak. *AHBVÜ İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 47. http://iletisimdergisi.hacibayram.edu.tr. 9 Mayıs 2019.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture-Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Kekeç, E. K. (2016). *Arabuluculuk yoluyla uyuşmazlık çözümünde temel aşamalar ve taktikler*. Ankara: Adalet Yayınevi.

Küçük, M. (2015). İletişim kavramı ve iletişim süreci. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (2-19). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Laughey, D. (2010). *Medya çalışmaları teoriler ve yaklaşımlar* (A. Toprak, çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lazar, J. (2001). *İletişim bilimi* (C. Arık, çev.). Ankara: Vadi Yayınları.

McLuhan, M. (2001). *Gutenberg galaksisi* (G. Çağalı Güven, çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Moore, C. W. (2016). *Arabuluculuk süreci* (T. Kaçmaz ve A. Türnüklü, çev. ve ed.) Ankara: Nobel Yayıncılık.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. Büyük Britanya: Sage Publication.

Narin, F. B. (2015). *İnternet gazeteciliğinde hipermetinsellik Türkiye örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Oğuz, T. (2015). Grup iletişimi ve örgüt içi iletişim. E. N. Orhon ve U. Eriş (ed.), *İletişim bilgisi* (94-115). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişimin kültürel işlevleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Özata, F. Z. (2013). Sosyal medya platformları. M. C. Öztürk (ed). *Dijital iletişim ve yeni medya* (76-99). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Özbek, M. S. (2012). *Türk yargı sisteminde çok seçenekli adliyeler*. http://www.arabulucu.com/makaleler. 2 Mayıs 2017.

---------- (2013). *Alternatif uyuşmazlık çözümü*. Ankara: Yetkin Yayınları.

Rosenberg, M. B. (2016). *Şiddetsiz iletişim (*L. H. Ergun, çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.

Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: Görülüyorum öyleyse varım*!. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Türkiye Arabulucular Platformu (2019). https://www.facebook.com/groups/282362145247596 (topluluk sayfası). (Erişim 21 Mart 2019).

WOMACC (tarih yok). Take the green pledge. https://womacc.org.

Young Mediator (2019). https://www.facebook.com/groups/youngmediator/ (topluluk sayfası). 24 Mart 2019.

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onam formu imzalatılmıştır.
Etik Kurul Onayı: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 10/08/2021 tarih ve E-11054618-302.08.01-37301 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.
Yazar katkı oranları: Erol İlhan (%50), Sultan Bayram (%50).

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.
Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from Ankara Hacı Bayram Veli University Ethics Committee with report number E-11054618-302.08.01-37301 on 10/08/2021.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.
Author contribution rate: Erol İlhan (50%), Sultan Bayram (50%).

RESEARCH ARTICLE

A CRITICAL ANALYSIS OF THE PUBLIC SPHERE IN THE DIGITAL AGE: THE CASE OF THE PETROCARIBE CHALLENGE MOVEMENT

Marc-Henry PIERRE*, Mehmet GÜZEL**

Received: 30.07.2021 - Accepted: 30.09.2021

Pierre, M. H. and Güzel, M. (2021). A critical analysis of the public sphere in the digital age: The case of the petrocaribe challange movement. *Etkileşim*, 8, 90-107.
doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.139

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

While studies that address the relationship between social media and social movements generally use the functionalist paradigm, the critical analysis of the public sphere in the era of distributed media emphasizes the importance of political economy and political communication. Based on the critical political economy analysis of distributed media, this study examined the *Twitter*-mediated protest "Petrocaribe Challenge" in relation to a possible political public sphere in Haiti. To this end, a qualitative method based on critical discourse analysis was used in the study. Also, 163 *tweets* purposely selected by the researchers were analyzed. The research findings showed that the *Twitter*-mediated Petrocaribe Challenge is a political protest with no leadership and a significant lack of online engagement and communication. Besides, the study found that in a political sphere characterized by extreme social inequalities, universal participation is crucial to the formation of a critical public sphere. Although most educated people in Haiti use social media, the majority of Haitians do not have access to these online platforms, which goes against the principles of the public sphere. While the findings of the present study do not allow for generalization, they make up a significant contribution to the critical analysis of social media as a public sphere.

Keywords: Petrocaribe challenge, digital media, the public sphere, political communication, political economy.

* Ph.D. Student, Sakarya University, Institute of Social Sciences,
marc-henry.pierre@ogr.sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8007-0599
** Assistant Professor/PhD, Sakarya University, Faculty of Communication,
mehmetguzel@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9557-1911

ARAŞTIRMA MAKALESİ

DİJİTAL ÇAĞDA KAMUSAL ALANIN ELEŞTİREL BİR ANALİZİ: PETROCARİBE CHALLENGE HAREKETİ ÖRNEĞİ

Marc-Henry PIERRE*, Mehmet GÜZEL**

Gönderim Tarihi: 30.07.2021 – Kabul Tarihi:30.09.2021

Pierre, M. H. and Güzel, M. (2021). A critical analysis of the public sphere in the digital age: The case of the petrocaribe challange movement. *Etkileşim*, 8, 90-107.
doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.139

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Sosyal medya ve toplumsal hareketler arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmalar genellikle işlevselci paradigmayı kullanırken, dağıtık medya döneminde kamusal alanın eleştirel analizi, ekonomi politiğin ve siyasi iletişimin önemini vurgulamaktadır. Dağıtık medyanın eleştirel ekonomi politik analizinden yola çıkan bu çalışma, *Twitter* merkezli bir protesto olan "Petrocaribe Challenge"ı Haiti'deki olası bir siyasal kamusal alanla ilişkili olarak analiz etmiştir. Bu amaçla çalışmada, eleştirel söylem analizine dayanan nitel bir yöntem kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından amaçlı olarak seçilen 163 *tweet* analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, *Twitter* tabanlı Petrocaribe Challenge'ın, liderlikten yoksun, önemli bir katılım ve iletişim eksikliği olan politik bir protesto olduğunu göstermiştir. Ayrıca, çalışma aşırı sosyal eşitsizliklerle karakterize edilen politik bir alanda, evrensel katılımın kritik bir kamusal alanın oluşturulması için çok önemli olduğunu ortaya koymuştur. Haiti'de çoğunlukla eğitimli insanlar sosyal medyaya erişirken, bu durum çevrimiçi etkileşimlerin kamusal alan ilkelerine aykırı bir biçimde nüfusun çoğunluğunun dışarıda kaldığını göstermektedir. Bu çalışmanın, Haiti'deki siyasal kamusal alana dair bulgulardan yola çıkarak makro genellemelere imkan vermese de sosyal medyanın kamusal bir alan olarak eleştirel analizine anlamlı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Petrocaribe challenge, dijital medya, kamusal alan, siyasal iletişim, ekonomi politik.

* Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
marc-henry.pierre@ogr.sakarya.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8007-0599
** Doktor Öğretim Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
mehmetguzel@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9557-1911

Introduction

In the constitutional states, political communication circulates between three authorities, which are political power, media, and public opinion (Habermas, 2006: 411-412). These authorities carry out the process of communication in the public sphere through speech acts. Political authority is at the center of the political system, in parties, parliaments, courts, and committees. It creates an institutionalized discourse and negotiation where political agendas, forensic findings, official guidelines, policies, and regulations are decided. As for the media, they make up a wide platform in which public opinion is formed. Public opinion is made of citizens from different sectors of civil society. Thus, the interactions between political power, media, and public opinion constitute an activity of political communication, which takes place in the public sphere under the rule of law. Habermas emphasizes that the public sphere contributes to political legitimacy by producing political discussions of general interest (Habermas, 2006: 411-412). However, in peripheral countries like Haiti, the illusion of democracy is staged by the manipulation of political discussion platforms. Thus, the public sphere is the expression of social contradictions and power relations in a given society. In the capitalistic relations of production, the public sphere serves the interests of capital to the detriment of public opinion.

The emergence of social media has changed the dynamics of power relations between citizens and the state. Based on utopian technological determinism, social media makes up a critical platform for the masses. In their book *Mediactivism*, Cardon and Granjon (2010) stress that the masses are liberated through social media. The citizen on social networks speaks without being invited. He unabashedly reveals himself to create new social bonds. They also produce information without relying on others. They define the subjects they want to discuss (Cardon and Granjon, 2010: 11). In the same vein, Johannessen (2013) regards social media as a public sphere that allows rational discussion and increases knowledge on how to establish areas that facilitate negotiation. This approach to social media as a public sphere is one-dimensional as it emphasizes political communication while ignoring the political economy of social media. Habermas (1989) argues that political communication and political economy are two main aspects of the public sphere. The political economy of social media draws attention to capital and to those who are exploited by it. Thus, mediated communication lacks the defining features of deliberation and may contribute to a generalized alienation of citizens from politics (Habermas, 2006: 414). Based on these two dimensions of public space, Fuchs (2014) suggests a dialectical analysis of technology and society. This allows us to see the causal relationship between media and society as multidimensional and complex: a medium has multiple, at least two potential effects on society and on social systems that may contradict each other.

In his analysis of the 2011 Egyptian revolution, Fuchs warns against the essentialist role attributed to social media. According to Fuchs, instead of

causing revolutions and social change, social media rather makes up a mirror of the power structures and models of exploitation of contemporary society in which capitalist interests predominantly shape the Internet (Fuchs, 2014: 102). In the context of Haiti, the reconstruction of social media as a public sphere falls within the dialectical approach. Indeed, a social movement called "Petrocaribe Challenge" started on *Twitter* in August 2018. On August 14, 2018, Gilbert Mirabeau, a Haitian filmmaker, posted on *Twitter* a photo of himself blindfolded, holding a piece of cardboard on which could be read the following question in Haitian Creole: "Kot Kòb Petwo Karibe A[1]?". The *tweet* carried thousands of *retweet*s and comments. Since then, riots demanding the impeachment of the Haitian president have taken place in Haiti and Haitian communities living abroad. This popular movement took place in the sphere of social media and calls for structural transformation in the Haitian political system.

The Petrocaribe Challenge movement questions the accountability of the Haitian political authorities. The movement started as a demand for accountability as regards the Petrocaribe fund, then turned into a call for a complete change in the system. Based on the assumption that the public sphere makes up a platform characterized by political communication and the political economy, this paper addresses two heuristic questions relating to the case of Haiti: How does the *Twitter*-mediated Petrocaribe Challenge relate to the political public sphere? What are the implications of internet-mediated political actions for democracy? This study aims to reconstruct the concept of the public sphere in the context of the *Twiter*-mediated movement Petrocaribe Challenge. The study aims to assess the concept of visibility on *Twitter* and the power relations behind such visibility. Based on a critical analysis of the political economy of *Twitter*, this paper aims to reconstruct Habermas' concept of the public sphere in the Haitian political sphere.

Selective Literature related to Social media and The Public Sphere

Although various studies have already addressed the public sphere in the

[1] In English: "Where is the Petrocaribe Fund?" Petrocaribe is an alliance between the Caribbean countries and Venezuela, the largest exporter of Latin American crude oil, allowing them to buy oil from the latter on preferential terms of payment. This alliance was created in June 2005 and currently includes 18 countries. The savings from this agreement were meant to finance sustainable social projects and strategic investments to help develop the poorest country in the Western Hemisphere. During the summer of 2018, many young people mobilized via social media behind the hashtag #PetrocaribeChallenge, to organize events and sit-ins in Port-au-Prince. Objective: to demand an audit. Gradually, the Haitian diaspora demands accountability in several megacities around the world: in New York, Montreal, Miami or Paris. The hashtag used everywhere is "where is the Petrocaribe fund?" The mobilization around the "Petrocaribe affair", has turned into a mass demonstration since February 7, 2019, requesting not only the resignation of the President of the Republic but also a change of system.

age of social media, they mostly focus on social media as a sphere that allows political communication. Thus, the critical political economy which questions the property and the control of the content shared on social media is frequently overlooked. In a study on online political communication in Norway, Johannessen (2013) addresses social media as a public sphere. In the context of low voter turnout, low political participation, and lack of interest in politics, the study revealed that social media is a tool that can help regain political participation through rational discussions. The research findings showed that social media is a complex socio-technical phenomenon whose use depends on technical and cultural factors. Also, it was revealed that despite their complexity, social media can be used to increase political participation, thereby collective deliberation. However, the study overlooks factors like property and control which play a major role in the process of meaning construction through social media. In the same perspective, Dahlberg-Grundberg (2016) explores the geographic implications of using digital media for political activism. Based on semi-structured interviews, content analysis, and social media analysis, the study examines four social movements as four case studies. The findings showed that social media played a positive role in the transnationalization of the protests.

González (2016) analyzes the use of social networks in the context of new social movements for peace in Mexico. The study examines how social movements have been theoretically transformed to contribute to the discussion on the role of new communication technologies in redefining social movements and their potential to transform traditional political practices. The study also addresses the potential power of social media to expand political participation and influence political decisions. The results showed that social movements for peace in Mexico contribute to the creation of communication strategies to create a greater community of alliances and solidarity. The results also demonstrated that social media represent a platform allowing activists to choose and build their own stories.

In his study on social media and social movements, Adamoli (2012) critically analyzes the massive use of *Facebook* to advocate for food activism. The study combines three closely related theoretical perspectives. First, the study examines the influence of *Facebook* through Habermas' concept of the public sphere by focusing on food activism in the United States. Second, Castells' network analysis was used to analyze the impact of virtual relationships on online and offline travel. Third, the study draws on leadership theory to understand how it is manifested on *Facebook*. The results showed that while *Facebook* has privacy issues, its strength lies in its functionality to reach heterogeneous networks to build communities.

Pierre-Louis (2012) suggests a hermeneutic analysis of political communication and the public sphere in Haiti. Based on Habermas' theory of communicative action, the study makes up an analysis of the speech acts of

two political radio programs in which politicians speak regularly. The research aimed to address the possible relationship between Haitian political discourse and Habermas' concept of the public sphere. The results showed that the Haitian political public sphere is characterized by manipulation and populism. Therefore, unlike Habermas' communicative action, Haitian political discourse is an instrumental action. Pierre-Louis (2012) concludes that political discourse characterized by manipulation is an obstacle to collective deliberation.

The existing literature views social media as a platform that enables political participation and strengthens social movements. This study subscribes to the idea that social media somewhat changes the dynamics of human communication. However, the current analysis aims to address the inequalities hidden behind the lack of access to social media. This paper assumes that poor access to social media sustains unbalanced power relations and hinders a critical public sphere.

In the public sphere theory, Habermas analyzes the degeneration of the bourgeois public sphere with the emergence of a critical public sphere capable of judging the actions of political power. The public sphere makes up a network of content, positions, and ideas. Thus, communication flows are filtered and synthesized to focus on public opinion, grouped according to a specific theme (Habermas, 1997: 60). Habermas attributes a central role to rational discussions in the political organization of society. Relying on popular sovereignty as the procedure, Habermas (1997) introduces the concept of the political public sphere as the core of a theory of democracy. Hence, public debates make up a principle of legitimacy disseminated by the public sphere. In the present study, the concept of the public sphere refers to the political interactions that address problems of general interest.

According to Kaplan (2014), social media is defined as a group of internet-based applications that are built on the ideological and technological foundations of Web 2.0 and enable the creation and modification of user-generated content. Social media is generally analyzed within a functionalist or critical approach. The functionalist approach regards social media from the perspective of use and gratifications. Thus, Caplan et al. (2007) argue that communication technologies are used for personal, educational, and commercial reasons. Therefore, the user of social media generally seeks information, social connection, and entertainment (Caplan et al, 2007: 42). In contrast, the critical approach regards social media as platforms that sustain power relations and reduce popular resistance. The following section discusses the critical political economy of the media.

The Critical Political Economy of the Media

The present paper uses the critical political economy of the media, which is rooted in the critical theory of the Frankfurt School. Adorno's analysis

of the culture industry holds that late capitalism turns media products into light entertainment which eventually benefits the large corporations (Adorno, 1964: 13). It is generally admitted that the political economy of communication appeared in the 1960s and 1970s (Miège, 2004: 47). However, despite the contributions of a few important authors, there is no significant study covering all the theoretical approaches to the political economy of media and communication. Some theorists hold the idea of the political economy of mass communication (Murdock and Golding, 1973; Garnham, 1990). Some others opt for the political economy of political communication (Bouquillion and Combès, 2007; Wasko, 2014; Mosco, 2009). Some others claim the political economy of the media (Hardy, 2014; Winseck and Jin, 2012). Seeking to unify these approaches, Curran (2014) argues the critical stance of these theories makes up their common denominator.

Mosco (2009) defines political economy as the study of social relations, in particular power relations. These power relations constitute the production, distribution, and consumption of resources, including the resources of mutual communication. The political economy of communication constitutes a social exchange of meaning, whose result is a sign of a social relationship. From this point of view, communication is more than a transfer of data or information; it is the social production of meaning that makes relationships possible. Thus, the political economy focuses on the social forces that contribute to the formation of communication channels and the range of messages conveyed through these channels (Mosco, 2009: 2). Therefore, communication is a socially constructed process. According to Herman and Chomsky (1988), the political economy analyzes information produced by mass media as a means of generating consent. From this perspective, advertising competition increased and the boundaries between the editorial and advertising sections are weakened. Thus, media content is controlled by capital, often transnational capital. In this sense, Herman and Chomsky (1988) point out that media editorial staff has been integrated more broadly into international institutional empires.

The authors mentioned above, although critical, address the political economy of the media through the binomial of base and superstructure. Wittel (2012) stresses that in the age of mass communication, the political economy of the media had limited interest in Marxist concepts. This academic field referred mainly to Marx's concept of base and superstructure to analyze the relationship between ownership of the means of production and questions relating to media content, ideology, manipulation, power, and democracy (Wittel, 2012). According to Wittel, the reason for this economic reductionism is that technologies and means of production were expensive in the age of mass communication. However, digital technologies have created a fundamentally different media environment. While in the era of mass media ownership of the means of production referred exclusively to the ownership of the media content, in the age of distributed media, the concept of ownership extends to

that of connectivity. The analysis of the media content is no more limited to the binominal of base and superstructure; it is rather extended to concepts such as ownership, network, and platforms that allow users to socialize, communicate and collaborate. The analysis of the media content is not only about meaning and representation, but also about controlling people's online interactions, ultimately favoring certain forms of sociability and subjectivity (Wittel, 2012: 318). Wittel suggests a critical analysis of distributed media that involves the concepts of work, value, property, and struggle. He stresses that while social media does not cause revolutions and social movements, it strengthens them. Based on Wittel's approach to distributed media, this study aims to reconstruct the concepts of ownership, value, and struggle in the context of the *Twitter*-mediated Petrocaribe Challenge movement.

Similarly, Fuchs (2014) suggests a critical political economy that focuses on the power relations behind social media. Based on the Marxist political economy, Fuchs highlights four fundamental parameters of his critical analysis: history, social integrity, moral philosophy, and praxis. The critical analysis deals with issues of power. Power belongs to those who control society, make important decisions, and set standards, rules, and dominant values. Large corporations colonize social media and dominate its attention economy (Fuchs, 2014: 102). According to Fuchs, who uses social media, what social media is used for, and what people talk about on social media are questions that obscure the power relations associated with the use of social media. It is consequently more meaningful to ask who benefits and who is the victim of the use of social media. Based on Habermas' theory of the public sphere, Fuchs suggests a critical analysis of social media that includes both the analysis of political communication and the political economy. The political economy analysis addresses factors like ownership, censorship, exclusion, and production of political content. The analytical grid of political communication includes factors like universal access, independence, and quality of political debates.

Aim and Methodology

In this study, the qualitative method was used. According to Creswell (2012), the qualitative research method studies a problem and develops a detailed understanding of a central phenomenon. The qualitative research method has a hermeneutic dimension that allows the researcher to interpret the meaning behind a text. The qualitative method used in this paper falls within the interpretive paradigm. In such an approach, the researcher is part and parcel of the phenomenon under study, unlike the positivist approach which claims that there is an objective distance between the researcher and the problem being addressed.

Aim and significance of research

This study aims to reconstruct the concept of the public sphere in the context of the *Twitter*-mediated Petrocaribe Challenge in Haiti. Thus, the paper aims to assess the concept of visibility on *Twitter* and the power relations behind such visibility. The academic significance of this work stems from the lack of studies that address the Haitian political public sphere in the context of social media.

Research questions

The research questions stem from the gap in the existing literature. The present paper aims to extend the critical analysis of the public sphere by raising two heuristic questions: How does the *Twitter*-mediated Petrocaribe Challenge relate to the political public sphere? What are the implications of internet-mediated political actions for democracy?

Scope of research and sampling

The scope of the research includes all the *tweet*s with the hashtags related to the Petrocaribe Challenge. According to Giroux and Tremblay (2009), the research sample is determined by the researcher, and the nature of the units of analysis is determined by the objectives of the research (Giroud and Tremblay, 2009: 198). The objectives of the paper are to establish the relationship between the Petrocaribe challenge movement and the public sphere, gauge the political economy of the movement, and assess the dimension of political communication of the selected *tweet*s. The sample of this study consists of 163 *tweet*s on the Petrocaribe Challenge movement selected by the researcher.

Data collection technique

The units of analysis for this study were selected by the researcher from the *Twitter* accounts of political activists using a hashtag related to the Petrocaribe Challenge.

Data analysis technique

In this study, a qualitative method including qualitative content analysis and critical discourse analysis was used. According to Berelson (1952), content analysis is a research technique that addresses the manifest content of speech acts. Nevertheless, content analysis is limited as it fails to decipher the latent meaning behind the speech acts. Therefore, the study uses the discourse analysis suggested by Van Dijk (1993) who views media content as discourse. According to Van Dijk, discourse analysis combines discourse, attitudes of

knowledge, ideologies, and the power with which other social representations are formed. Similarly, Charaudeau (2005) underlines that political discourse constitutes the mask of power. Political discourse is characterized by its power to the masses that think and act, in other words, its power to influence and manipulate the masses (Charaudeau, 2005: 43).

Research findings

This study aimed to analyze the *Twitter*-based Petrocaribe Challenge movement with respect to the concept of the public sphere. Using a qualitative methodology based on critical discourse analysis, the study examined 163 *tweet*s downloaded from https://www.vicinitas.io/ (period: December 28, 2019 - January 04, 2020). The researcher selected *tweet*s with the hashtag #KotKobPetwoKaribeA. Regarding the research questions, this article aimed to assess the dimensions of political communication and the political economy of the selected *tweet*s. *Table 1* and *Table 2* provide a visual representation of the general results. The presentation of the research findings is followed by critical discourse analysis of these findings.

Table 1. Level of information and communication of tweets relating to the Petrocaribe Challenge

Hashtag	#KobKobPetwoKaribeA
Number of *Tweet*s	163
Time period	28 December 2019 - 4 January 2020
Comments	2.4%
Retweets	79.8%
Information	17.8%
French	75.5%
Haitian Creole	24.5%

The findings showed that the *retweet*s account for about 80% of all the hashtags selected, with a low level of 2.4% of comments. Fuchs (2012) regards *retweet*s as information. From this perspective, information makes up an overall level of 87.6% of the *tweets* selected. According to McQuail (2010), communication may refer to a one-way process (information) or a two-way process (interaction). In this regard, there was real or symbolic interaction in all of the selected *tweet*s. The findings also revealed that French makes up 75.5% of the languages used in the *tweet*s. Only 24.5% of the *tweet*s used Haitian Creole. The research findings subscribe to Fuchs' (2012) understanding of *Twitter* communication, which consists primarily of one-way comments. The section below presents the main themes covered in the *tweet*s selected.

Table 2. Themes observed in the selected tweets

Themes	Examples	%
Denunciation of injustice	@ Haitian police continue to repress anti-corruption activists as anti-government protests continue.	24.1%
Call to rebellion	We are rebelling against the system. We shall win. #WhereIsThePetocaribeFund? No intimidation or any kind of dictatorship will silence us.	18.4%
Accusation	We must end corruption in Haiti. @moisejovenel, the first of the bribers and @martinejmoise, his accomplice. If we are to continue as a country, the Petrocaribe affair must be our new direction. #WhereIsThePetocaribeFund?	34.8%
Resistance and persistence	We'll stay focused. #WhereIsThePetocaribeFund? #WhereIsThePetocaribeFund? The irritating yet relevant question. As a reminder, @martinejmoise @moisejovenel, we are still waiting and we are running out of patience. No intimidation or any kind of dictatorship will silence us. #WhereIsThePetocaribeFund?	22.7%

As shown in *Table 2*, the main themes expressed in the *tweet*s are corruption, accusation, rebellion, and resistance. Accusation makes the most repeated theme with 34.8% of *tweet*s, followed by "denunciation of injustice" with 24.1%, "resistance and persistence" with 22.7%, and "call to rebellion" with 18.4 % of the selected *tweet*s. In the *tweet* below: "We must end the corruption in Haiti, @moisejovenel, the first of the bribers and @ martinejmoise, his accomplice", Haitian President Jovenel Moise and his wife Martine Moise were accused of bribery and corruption. The president and his wife were identified in the *tweet*, but they did not respond to it. The Petrocaribe movement was also described as a rebellion against the government and its allies: "Haitian police continue to repress anti-corruption activists as anti-government protests continue". The findings also revealed that the Petrocaribe challenge makes up a movement of resistance and persistence. The resistance and persistence of the protesters are expressed

in the following *tweet*s: "We will not focus", "We are still waiting and we are running out of patience", "Where is the Petrocaribe fund?", "The irritating yet relevant question". The resistance and the anger of the protesters expressed in the *tweet* are directed towards the President of Haiti.

Discussion: Critical Discourse Analysis of the Research Findings

The content analysis of the Petrocaribe Challenge movement revealed four main themes addressed by the protesters in their *tweet*s. These themes are "denunciation of injustice", "call to rebellion", "accusation", and "resistance and persistence". The present section makes up a critical analysis of the findings. Here, the findings are regarded as a discourse. According to Van Dijk (1993), critical discourse analysis makes up the analysis of power relations as discourse contributes to the reproduction of domination.

The denunciation of injustice by the protesters exposed the repressive power relations between the State and civilians through the Police. Thus, the Police which violently repressed the protests, are regarded by the protesters as a repressive state apparatus. Also, the Petrocaribe Challenge showed the antagonistic relations between internal forces in a peripheral state like Haiti. Given that the Petrocaribe fund came from Venezuela, it creates internal tensions among Haitians who regard Venezuela as a friendly nation and those who seek political approval from the United States of America. The fact that the Haitian government always felt comfortable despite the street protests and riots illustrates such approval. It should be reminded that the Petrocaribe Challenge took place in the context of a tense relationship between Venezuela and the United States of America. In a context of legitimate repression, the protesters resort to *Twitter* to make their voices heard.

Another indicator of the antagonistic relationship between the State and the citizens was revealed through *tweet*s that accused the president of Haiti, his wife, and other accomplices of squandering the Petrocaribe fund. These *tweet*s claimed that the fund was received in the name of the citizens yet used by government officials. They also revealed the relationship of distrust between the Haitian government and the citizens. Thus, accusing the government of squandering the Petrocaribe fund and denouncing injustice make up two themes closely intertwined. However, asking for the trial of the Petrocaribe fund while accusing the government officials of squandering this fund seems like an oxymoron as the Haitian judicial apparatus is controlled by the government. Because of this, the protesters called out the citizens to take to the streets. The theme "call to rebellion" revealed several *tweet*s that incite the citizens to rebellion: "we are rebelling against the system". In the protesters' *tweet*s, the concept of the system is understood as a system of injustice and repression. Considering this system, the protesters make

demonstrations and cling to the hope of change. For the protesters, the effective way to overcome the system of repression is through resistance. One *tweet* says: "no intimidation or any kind of dictatorship will silence us". From such a perspective, the Petrocaribe Challenge movement shifted from asking for accountability to asking for the resignation of the Haitian president, then from asking for the resignation of the president to requiring a system change. These shifts resulted from the importance of the ground gained by the protesters throughout their movement. This shows that the protesters' *tweet*s along with the street demonstrations make up an effective strategy of political communication. Nevertheless, how much does this political communication contribute to the formation of a political public sphere in Haiti?

Fuchs (2012) suggests that the analysis of the public sphere includes the critical political economy and political communication. In this paper, the political economy of the Petrocaribe Challenge was conducted first. Secondly, the analysis of the Petrocaribe challenge as political communication was performed. The critical political economy Petrocaribe challenge reconstructed the concepts of ownership, political censorship, exclusion, and content production. The analysis of political communication addressed the concepts of universal access, media independence, and political debate

The political economy of the Petrocaribe Challenge revealed a movement without leadership. Marx (1970) insists on the importance of revolutionary consciousness and revolutionary leadership for the achievement of a revolution. The lack of leadership in the Petrocaribe movement stems from the protesters' distrust of traditional politicians who have always exploited popular riots to their interests. Besides, the absence of revolutionary direction stems from the social contradictions that seal the Haitian society. The subjectivity of the actors outweighs the intersubjectivity among them. Habermas (2006) emphasizes the role of intersubjectivity, which makes up rational discussions that lead to praxis. When a social movement becomes praxis, it carries the dimensions necessary for a revolution.

Regarding censorship, there are no legal restrictions on Internet access in Haiti. Regarding the concept of ownership, the movement used *Twitter* as a means of communication. Fuchs (2012) regards *Twitter* as a platform that favors capital accumulation. *Twitter* sustains its imbalanced power relations through asymmetric visibility. Haiti owes the Petrocaribe fund to Venezuela, which is considered one of Haiti's best political allies. However, in January 2019, the United States had Haiti's support to vote against a second term for Venezuelan President, Nicolas Maduro. In return, the United States showed its support for the current Haitian government. They even threatened to deny visas for some Haitian opposition leaders. American support for the Haitian president is an expression of how power and capital manipulate democracy.

Unlike Adamoli's (2012) study, which praises social media as an effective platform for political activism, the current analysis supports Morozov's (2009) view of online activism as a lack of social participation. As a result, the political economy of the Petrocaribe Challenge revealed a movement without leadership, thereby not strong enough to face capital that eventually dictates the meaning and direction of online interactions. Considering that *Twitter* is a profit-driven platform, they do not have much to gain from social movements that aim to overthrow the dominant social order.

The second dimension of the analysis of the public sphere refers to political communication as an interactive process. The analysis of political communication questions universal access, the independence of the media used, and the quality of political debate. Regarding this study, the degree of political communication of the Petrocaribe movement is rather low. Thus, the Petrocaribe movement sustains the idea that *Twitter* is an elitist platform. The selected data showed that French was used in more than 75% of the selected *tweet*s. While Haitian Creole is the mother tongue of all Haitians, only 5% of the population is fluent in French. The use of French refers to the exclusion of those who do not speak French. Unlike Johannessen (2013), who views social media as a tool that can help regain political participation, this study argues that social media reinforces social inequalities between educated and uneducated citizens. The French language is a legacy of Haiti's colonial past. Being the language of the colonist, French is regarded as an indicator of social status and social differentiation in Haiti. From the perspective of the public sphere, 5% of the population cannot deliberate collectively. On the contrary, the absence of the majority of the population in online discussions can only reproduce the bourgeois public sphere.

Another condition for effective political communication in the public sphere is universal access to the means of communication. According to CONATEL (2016), Internet penetration in Haiti reached 13% in 2016, with 1,5 million users. Thus, limited internet access creates an obstacle to the formation of a political public sphere on social media. Unlike the existing literature that highlights the importance of social media in empowering social movements, the critical analysis of the Petrocaribe Challenge revealed a lack of access and participation in internet-mediated political interactions. Habermas stresses that universal access and participation make up fundamental conditions for the public sphere. The critical analysis of the Petrocaribe challenge revealed low access to social media and a lack of political interactions. Besides, the absence of leadership denotes a lack of consensus among the protesters. Consensus makes up the ultimate goal of the discussions that occur in the public sphere. Lack of leadership often causes popular uprisings to be exploited by political discourse. Pierre-Louis (2012) stresses that populist political rhetoric is an obstacle to the formation of the public sphere in Haiti's political environment.

Despite the street riots that followed the first *tweet*, the present study revealed that *Twitter* does not foster social movements.

Conclusion

This study analyzed the *Twitter*-based Petrocaribe Challenge movement in the context of Habermas' concept of the public sphere. From a critical point of view, the analysis of the public sphere includes the political economy and political communication. The political economy of the Petrocaribe stems from *Twitter*'s political economy. *Twitter* is a profit-oriented microblog used mostly for entertainment and information. Thus, *Twitter*'s audience makes up both consumers and commodities to the benefit of capital. Access to *Twitter* is based on education level and access to the Internet. In a country like Haiti, where internet access is very low, social media fails to be a channel that enables intersubjective actions. The political economy of the Petrocaribe Challenge revealed that *Twitter* is an elitist platform. The critical analysis of the *Twitter*-based Petrocaribe Challenge revealed a movement that excluded the majority of the Haitian population as most of the selected *tweet*s are written in French. Petrocaribe Challenge is also characterized by a lack of communication. Despite the political content of the *tweet*s, the lack of comments and reactions to the *tweet*s hinders communication between protesters.

The present analysis holds that the Petrocaribe Challenge is a *Twitter*-mediated political movement that does not meet the criteria of the political public sphere. The study subscribes to the critical view of *Twitter* as a bourgeois platform that goes against the principles of the critical public sphere. However, the reconstruction of the selected *tweet*s showed that *Twitter* makes up an information channel that allowed the protesters to raise awareness about the movement. Nonetheless, social media protests cannot lead to a system change unless they are expressed in a consistent revolutionary project. In the case of the Petrocaribe Challenge, it can be assumed that the majority of protesters who took to the streets do not use *Twitter*, although the movement started on *Twitter*. *Twitter*'s unpopular character goes against the principles of a social movement. Although the use of *Twitter* helped increase awareness of the problems raised by the protesters, this platform mostly fosters passive forms of activism. Although social media can strengthen popular protests, revolutions cannot be carried out without revolutionary consciousness and revolutionary direction. The political use of *Twitter* in the context of Haiti reflects exclusion and lack of access. Admittedly, the Petrocaribe Challenge constitutes a movement geared towards a system change in Haiti, not for visibility on social media. However, a system change cannot occur on *Twitter*, but in social struggles for justice and equality. Social justice and equality imply universal access to education and all social rights. Thus, social awareness and

political participation are crucial in addressing the social contradictions that perpetuate a highly unequal Haitian society. The formation of the Haitian political public sphere requires rational discussions about exclusion, social injustice, and corruption.

Without being a breakthrough in the field of political communication, this paper subscribes to the critical analysis of the public sphere in the era of social media. Although limited in both scope and time, the study makes up a prolegomenon to further analyses of the public sphere in Haiti. Given the complexity of the Petrocaribe Challenge as a social phenomenon, future research should use a larger sample size. Besides, further investigations should include mixed methods of social network analysis, surveys, and interviews to increase the generalizability of the findings. Also, since most social scientists subscribe to a functionalist approach to social media, future research should include the critical political economy and political communication in the analysis of the public sphere. Finally, as social phenomena occur in different spaces and times, researchers should pay attention to the cultural, political, and economic contexts in which online platforms are used.

References

Adamoli, G. C. E. (2012). *Social media and social movements: A critical analysis of audience's use of Facebook to advocate food activism offline* (Unpublished PhD thesis). Florida State University, USA. http://diginole.lib.fsu.edu/islandora/object/fsu%3A183217.

Adorno, T. W. (1964). L'industrie culturelle. *Communications*, *3*(3), 12-18.

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Michigan: Free Press

Bouquillion, P. and Combès, Y. (2007). *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Paris: Éditions L'Harmattan.

Caplan, S. E., Perse E. M. and Gennaria, J. E. (2007). Computer-mediated technology and social interaction. C. A. Lin and D. J. Atkin (eds.), Communication, technology and social change. Theory and implications. London: LEA Publishers.

Cardon, D. and Granjon, F. (2010). *Médiactivistes*. Paris: Les Presses de Sciences Po.

Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.

CONATEL (2016). Tableau de bord du secteur de la téléphonie mobile. *Statistiques des Télécommunications*. http://www.conatel.gouv.ht/sites/default/files/TABLEAU_DE_BORD%20%281%29.pdf. 25 October 2020.

Creswell, J.W. (2012). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston, MA: Pearson.

Dahlber-Grundberg, M. (2016). *Digital media and the transnationalization of protests* (Unpublished Ph.D. thesis). Umea University, Sweden. https://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:895571/FULLTEXT01.pdf.

Fuchs, C. (2012). The political economy of privacy on Facebook. *Television & New Media*, *13*(2), 139-159. doi:10.1177/1527476411415699.

Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. London: SAGE Publications.

Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. London: SAGE Publications.

Giroux, S. and Tremblay, G. (2009). *Méthodologies des sciences humaines. La recherche en action*. Québec: Renouveau pédagogique.

Gonzáles, L. A. G. (2016). *New social movements and social networking sites' uses: Mexicans' mobilization for peace in Mexico* (Unpublished Ph.D. thesis). Nottingham Trent University, Nottingham. https://core.ac.uk/download/pdf/46664584.pdf.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.

---------- (1997). *L'espace public: Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoisea*. (M. Buhot, trans.). Launey, Paris: Payot.

---------- (2006). Political communication in media and society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16, 411-426. doi:10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x.

Herman, E. S. and Chomsky, N. (1988*). Manufacturing consent. The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books. https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/Marx_Contribution_to_the_Critique_of_Political_Economy.pdf.

Johannessen, M. R. (2012). *Social media as public sphere. An exploratory study of online political communication in Norway* (Unpublished Ph.D. thesis). University of Adger, Kristiansand. https://uia.brage.unit.no/uia-xmlui/handle/11250/139746.

Kaplan, A. M. (2014). Social media, definition and history. R. Alhaji and J. Rokne (eds.), *Encyclopedia of social network analysis and mining*. New York: Springer.

Marx, K. (1970). *A contribution to the critique of political economy*. Moscow: Progress Publishers.

Miège, B. (2004). L'économie politique de la communication. *Hermès, La Revue*, *1*(38), 46-54.

Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. London: SAGE.

Morozov, E. (2009). The brave new world of slacktivism. *Foreign Policy*. http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism. 18 February 2021.

Murdock, G. and Golding, P. (1973). For a political economy of mass communication.

Socialist Register, 10, 205–234.

Pierre-Louis, L. R. (2012). *Communication et espace public. Une reconstruction à travers l'espace public politique haïtien*. Louvan-la-Neuve: Presses Universitaires de Louvain.

Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, *4*(2), 249-283.

Wasko, J. (2014). The study of the political economy of the media in the twenty-first century. *International Journal of Media and Cultural Politics*, *10*(3), 259–271. doi: 10.1386/macp.10.3.259_1.

Wittel, A. (2012). Digital Marx: Toward a political economy of distributed media. *TripleC*, *10*(2), 313-333.

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.
Author Contribution Rate: Marc-Henry PIERRE (50%), Mehmet GÜZEL (50%).

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.
Yazar katkı oranı: Marc-Henry PIERRE (%50), Mehmet GÜZEL (%50).

ARAŞTIRMA MAKALESİ

NEOLİBERAL TOPLUMSAL DİNAMİKLER EKSENİNDE KENTSEL MEKÂNLARIN KURGUSU: KARAKÖY ÖRNEĞİ*

Burcu AKSU, Cem TUTAR*****

Gönderim Tarihi: 12.08.2021 – Kabul Tarihi: 30.09.2021

Aksu, B. ve Tutar, C. (2021). Neoliberal toplumsal dinamikler ekseninde kentsel mekânların kurgusu: Karaköy örneği. *Etkileşim*, 8, 108-130. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.140

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Sosyo-ekonomik ve kültürel alanlarda geçmişin toplumsal formlarından farklı bir örgütlenme tarzına sahip olan neoliberalizm ekonomik alanda post-fordist üretim süreçlerine ve sermaye birikim rejimlerine işaret ederken, toplumsal alanda bireyin ön plana alındığı tüketim ekonomisiyle ilişkilendirilmektedir. Tüketim kültürü altında kentsel mekânların neoliberal dönemde kapitalist dinamiklerce şekillendirilmesi sürecinde medya teknolojileri ön plana çıkmaktadır. Günümüzde gerek konvansiyonel gerekse yeni medya teknolojileri vasıtasıyla yapılandırılan bir kültürel alan içerisinde mekâna ilişkin bilgi kapitalist sistemin değerleri üzerinden inşa edilmektedir. Tüketim kültürünün mekânsal pratikler ve yaşam tarzları üzerinden kurguladığı egemen değerler medya üzerinden meşrulaştırılırken söz konusu alana ilişkin norm ve değerler sistemi bireylerin gündelik hayat pratiklerinde somutlaşmaktadır. Bu çalışma 'Kültürel Kuram'dan hareketle kentsel mekân, insan ve medya alanı arasındaki etkileşim sürecini diyalojik bir yaklaşımla irdelemektedir. Neo-Marksist perspektiften hareketle mekânın toplumsal üretim sürecine odaklanan çalışma aynı zamanda praksisin bir parçası olan kültürel alan içerisinde günümüzde kentsel mekânları tanımlamak için kullanılan küresel kent olgusunun altında yatan sosyo-ekonomik ve politik dinamikleri tartışmak amacındadır. Bu bağlamda amaca yönelik bir örneklem oluşturularak tespit edilen mekânlar nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak eleştirel perspektiften yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: neoliberalizm, kentsel mekân, küresel kent, tüketim kültürü, medya, Karaköy.

** Makale, 2021 yılında Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalında Dr. Öğr. Üyesi Cem Tutar danışmanlığında hazırlanan "Neoliberal Dönemde Kentsel Mekânların Tüketimi: Küresel Kent Kurgusu Örneği Olarak Karaköy" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.*

** Yüksek Lisans Mezunu, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, burcuaksuuu@outlook.com, ORCID: 0000-0002-3119-3533
*** Dr. Öğretim Üyesi, Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, cem.tutar@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4547-6171

RESEARCH ARTICLE

ESTABLISHMENT OF URBAN SPACES IN THE CENTERLINE OF NEOLIBERALISM SOCIETAL DYNAMICS: CASE STUDY OF KARAKÖY*

Burcu AKSU, Cem TUTAR*****

Received: 12.08.2021 – Accapted: 30.09.2021

Aksu, B. ve Tutar, C. (2021). Neoliberal toplumsal dinamikler ekseninde kentsel mekânların kurgusu: Karaköy örneği. *Etkileşim*, 8, 108-130. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.140

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

Having an organization style in the socio-economic and cultural areas which is quite different from the societal forms of the past, neoliberalism, while referring to post-Fordist production processes and capital accumulation regimes within economic area, is further associated with the consumption economy foregrounding the individuals in the societal area. Media technologies come into prominence within the process in where the urban spaces are given form by the capitalist dynamics within the neoliberal period. At the present time, information related to the space within the cultural area structured by means of both the conventional and the new media technologies is built through the values of the capitalist system. While the dominant values established by the consumption culture through the spatial practices and lifestyles are justified and legitimized, the system of norms and values related to the space in question is concretized in the daily life practices of the individuals. This study scrutinizes the interaction process among the urban space, people and the media through a dialogical approach with reference to the 'Culture Theory'. Focusing on the social production process of space with a neo-Marxist approach, this study further aims to discuss the socio-economic and political dynamics underlying the global city phenomenon, used to define the urban spaces in our modern times, within the cultural space, which is also a part of praxis at the same time. In this context, the spaces identified by establishing an objective-oriented sampling have been interpreted by applying the qualitative content analysis method through the critical perspective.

Keywords: neoliberalism, urban space, global city, consumption culture, media, Karaköy.

** The article was derived from the master thesis titled "The Consumption of Urban Spaces in the Neoliberal Period: Karaköy as an Example of Global Urban Fiction" which was written under the supervision of Cem TUTAR, PhD FC / Visual Communication Design Department, in 2021*

** Postgraduate, Institute of Social Sciences, Üsküdar University,
burcuaksuuu@outlook.com, ORCID: 0000-0002-3119-3533
*** Assistant Professor/PhD, Üsküdar University, Faculty of Communication,
cem.tutar@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4547-6171

Giriş

Tarihsel süreç içerisinde kapitalist sistemin tanımlanması ve dönemselleştirilmesine ilişkin farklı görüşler söz konusudur. Bazı araştırmacılar kapitalizmi Antik Yunan ya da Roma İmparatorluğu dönemine kadar dayandırırken bazıları ise Orta Çağ ya da 19. yüzyıl Endüstri Devrimi'ni kapitalizmin başlangıcı olarak tanımlamaktadır. Kapitalizmin ekonomik hayatın önermiş olduğu tüm yatırım ve gelişme olanaklarını kabul etmediği, bununla birlikte kapitalizmin gelişim stratejilerinin bulunduğu konjonktüre göre farklılık gösterdiği görülmektedir (Braudel, 2017: 355). Fransız *Annales Okulu* teorisyenlerinden olan Fernand Braudel'in belirttiği gibi kapitalizm tarih boyunca dönemin sosyo-teknik ve politik dinamikleri ekseninde kendisini oluşturarak, dönüştürmüş bir iktisadi, toplumsal ve kültürel yapılanma şeklidir. Kapitalizm, dönemsel olarak yeni stratejiler oluşturarak gelişme ve ilerleme göstermektedir.

David Harvey, kapitalizmin gelişim aşamasının bir parçası olan neoliberalizmin öncelikle siyasal ekonomik uygulamalar teorisi olduğunu belirtir. Aynı zamanda insanın refah seviyesini yükseltmenin en etkili yolunun kuvvetli özel mülkiyet hakları, serbest pazar ve serbest zanaatin fikir olarak benimsenmesi sonucu girişimlerin bireysel olarak yapılması, hürriyet ve yeteneklerin özgür bırakılması olduğunu ifade etmektedir. Devlet bu süreçte önce bu uygulamalara denk bir şekilde kurumsal plan oluşturup sonrasında o planı korumak zorundadır. 1970'li yıllardan itibaren gerek siyasal ekonomik fikirler ile gerekse uygulamalarda neoliberalizm görüşüne doğru büyük bir yönelim olduğu görülmektedir (2015: 10). Dolayısıyla sosyo-ekonomik ve kültürel alanda kendisinden önceki dönemlerden farklı bir örgütlenme tarzına sahip olan neoliberalizm kavramı ekonomik alanda esnek üretim ve sermaye süreçlerine işaret ederken, toplumsal ve kültürel alanda ise bireyin ön plana alındığı tüketim ekonomisiyle karakterize olmaktadır.

Neoliberalleşmenin yaygınlık kazandığı yıllar olan 1960'ların sonuyla birlikte kent çalışmaları alanında kentsel mekânı tüketim etkinliği üzerinden tanımlayan postmodern kent teorileri yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Neo-Marksist Fransız teorisyen Henri Lefebvre'nin çalışmalarını ele alarak onları yeniden yorumlayan bu 'Yeni Marksçı[1] Kent Teorisyenleri' arasında yer alan David Harvey, Edward Soja ve Manuel Castells gibi teorisyenler tüketim temelinde kentsel mekânı yeniden tanımlamışlardır. Bu dönemle birlikte postmodern kent teorisi ön plana çıkarken 1980'li yılların başında küresel kent ve dünya kenti tanımlamaları ilgili yazın alanına kazandırılmıştır. Küresel kent teorisi kentsel

[1] Yeni Marksçı *Kent Teorisyenleri* kuramsal çıkış noktası olarak Neo-Marksist perspektifi kabul ederek bu görüş açısını kent çalışmalarına uygulayan bir grup teorisyeni ifade etmektedir. Bu bağlamda Marksist teorinin eleştirisiyle çalışmalarına başlayan ve mekâna dayalı bir praksis felsefesi ortaya koyan Henri Lefebvre'nin çalışmaları 1970'li yıllarda küreselleşme eğilimlerini de göz önüne alan David Harvey, Manuel Castells, John Logan ve Harvey Molotch gibi teorisyenlerce yeniden ele alınmıştır. Söz konusu teorisyenler dönemin yeni sosyo-ekonomik ve politik dinamiklerini de dikkate alarak kökenleri Marksist teoriye dayanan ancak yeni bir eleştirel coğrafya okumasını gerçekleştirmişlerdir.

alandaki kültürel etkinlikler üzerinden tüketim ekonomisine işaret ederken kentsel mekân kapitalist saiklerce yeniden üretilmektedir.

Bu çalışma, 1980'li yıllarla birlikte küreselleşme dalgasının bir parçası olarak küresel kent olarak kurgulanan İstanbul'un Karaköy semtinin mekânsal dönüşümüne odaklanmaktadır. Bu bağlamda 2000'li yılların başıyla birlikte Karaköy semtinde yaşanan mutenalaştırma çalışmaları bağlamında yaratılan küresel kent imgesi tüketim ekonomisi üzerinden işlerlik kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, tüketim kültürü içerisinde yaşanan mekânsal dönüşümle mekân-insan etkileşimi içerisinde söz konusu bölgenin eleştirel perspektiften irdelenmesidir.

Çalışmada sosyoloji alanında mekân kavramının sosyal bilimlerde araştırma nesnesi haline gelmesinde öncü rolü bulunan Henri Lefebvre'nin ve 'Yeni Marksçı Kent Teorisyenleri'nin görüşleri kentsel alanı anlamak için kuramsal çerçeve olarak kabul edilmiştir. Ayrıca mekân-insan ve medya arasındaki diyalojik etkileşim süreci 'Kültürel Kuram'dan hareketle yorumlanarak çalışmaya ilişkin bir paradigma oluşturulmuştur.

Kapitalizmin Gelişim Stratejileri Bağlamında Neoliberal Dönemi Tanımlamak

Kapitalizm kavramının tarihsel arka planının tanımlanması, anlam kazanmasına yardımcı olan kapital ve kapitalist kavramları üzerinden sağlanabilir (Braudel, 2020: 48). Lucien Febvre, kapitalizm kelimesinin ortaya gecikmeli olarak çıktığını, çok uzun zamandan beri *capital* (sermaye), *capitaux* (sermayeler) ve *capitalistes* (kapitalistler) kelimelerinin kullanılmakta olduğunu belirtir. Bu kelimeler dünyaya kapitalizmden daha önce gelmiştir (1995: 62). Bu bağlamda, kapitalizmin tarihini anlayabilmek için öncelikle kapital ve kapitalist kavramlarına değinmek gerekmektedir.

Kapital kelimesine etimolojik olarak baktığımızda, aşağı Latince'nin *caput* yani baş kelimesinden türetilen bir kelime olarak 12. ve 13. yüzyıllara gelindiğinde mal stoku ve paranın faizi anlamına dönüştüğü görülmektedir. Kelimenin kesin bir tanıma ulaşamamasının nedeni o dönemde skolastiklerin, ahlakçıların ve hukukçuların tartışmalarının önceliğinin; alacaklının bir zarara uğrama olasılığı taşıması üzerine olan tefecilik ve faiz üzerinde yoğunlaşmaları olmasıdır. Kelimenin yaratılması, evcilleştirilmesi ve olgunlaşması tartışmalarda merkezi bir konuma sahip olan İtalya'da gerçekleşmiştir. Kelimenin ticari bir şirketin sermayesi anlamında kullanılması 1283'ten itibaren görülmektedir (Braudel, 2017: 203). Kapitalin elle tutulabilir, görülebilir bir gerçekliği vardır, devamlı bir şekilde etkili ve basitçe ayırt edilebilmektedir (Braudel, 2020: 48). Fernand Braudel, Orta Çağ Avrupasında üretim ve tüketim arasında yer alan pazar yerlerini emtia ve malın değiş tokuş mekânları olarak tanımlarken kapital kavramı gittikçe para ekonomisi içerisinde bu sürecin bir parçası haline gelmiştir. Kısacası kapital sermaye olarak durağan bir servetten fazlasına sürekli hareket

halindeki para akışına doğru değişim göstermiştir.

Kapitalizm, yaşamın olmazsa olmaz gereksinimlerine gelene kadar hizmet ve ürünlerin kazanç sağlamak için üretildiği, insanın çalışma gücünün dahi pazarda satılan bir mal değeri taşıdığı ve bunun sonucunda tüm ekonomik katılımcıların pazara tabi olduğu bir sistem olma özelliği taşımaktadır. Bu durum, sadece çalışma güçlerini bir fiyat bedelinde kullanmak durumunda olan işçiler için geçerli değil, hem çalışma gücüyle birlikte girdilerin satın alınması hem de üretilmiş olan mallardan kazanç sağlamak amacıyla satılmasında pazara bağlı olan kapitalistler için de geçerli bir durumdur (Wood, 2003: 10). Sürekli birikim kapitalizmin devinimliliğinin vazgeçilmez unsurudur. Bir malın sermaye haline gelmesi sadece kazanç sağlamak ve birikim yaratmak için kullanıldığında olmaktadır. Sahipleri tarafından tümüyle tüketilen kazanç, kapitalizme özel bir durum değildir. Yatırıma yönelik olması kazancın kapitalist özelliğidir (Fülberth, 2018: 23). Marx bu durumu 'artı-değer teorisi' altında tartışıp kapitalistin kazançtan elde ettiği artı değerin bir kısmını yeni yatırımlara yönlendirerek etki alanını genişlettiğini vurgulamaktadır.

Braudel, kapitalizmin dorukta olan veya doruğa kadar gitmiş olan ekonomik etkinliklerin bir sonucu olduğu görüşündedir. Kapitalizmin maddi yaşam ile piyasanın dengeli olan iktisadı altında yatan iki niteliği bulunmakta ve güçlü bir kazanç bölgesini simgelemektedir (2020: 104). Kapitalizm, bulunduğu dönemlerin özelliklerini dikkate alarak o döneme uygun yaşayış biçimlerini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda Marksist bir bakış açısından tarihsel materyalist bir süreç olduğu söylenebilir. Dönemin sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı kapitalizmin şeklini belirlerken diyalektik bir süreç içerisinde kapitalizm de toplumsal alanı değiştirip dönüştürmektedir.

Neoliberalizm ise, başına almış olduğu 'neo' ekiyle birlikte klasik liberalizmden dönüşmüş ve zamanın şartlarına uyum sağlamıştır. Genellikle paradigmalar ortaya çıktıktan sonra gelişerek değişime uğramaktadır. Neoliberalizm ve liberalizm arasındaki farkın ortaya konulması için kullanılmış olan 'neo' kelime anlamı olarak yeni, yakında olan veya modern anlamlarına gelmektedir. Dolayısıyla neoliberalizm kavramını anlayabilmek için öncelikle liberalizmi anlamak gerekmektedir. Liberalizmin temelini özgürlük ve bireycilik oluşturmakta ve iki kavramın birlikte analiz edilmesiyle bireysel haklar ve özgürlükler konusu ortaya çıkmaktadır. Eşitlik, anayasacılık, çoğulculuk, sınırlı ve tarafsız devlet gibi diğer liberal ilkelerin hepsinin ortaya çıkma nedeni, bireysel haklar ve özgürlüklere ışık tutmaktır. Bu ilkeler arasında karşılıklı bağımlılığın bulunmasından dolayı biri olmadan diğeri de olmamaktadır (Yıldırım, 2019: 21, 24). Görüldüğü üzere liberalizm kavramının siyaset felsefesi içerisinden gelişen bir kavramdır.

Liberalizmin ortaya çıkışı muhafazakârlık ile arasındaki dengenin sağlanması amacıyla olmuştur. Liberalizm öncüleri ise kavramın muhafazakârlık görüşünün meydan okumalarına karşı sert bir tepki olarak ortaya çıktığı görüşündedir (Wallerstein, 2000: 48-49). 1968'de dünyayı sarsan öğrenci hareketleri ifade ve seçme hürriyetlerinin kısmen de olsa genişletilmesi arayışıyla

hayat bulmuştur (Harvey, 2015: 13). 1968 olayları liberal ideolojinin de dünya sisteminin jeo-kültüründeki baskınlığını sarsmıştır. Bu nedenle liberalizmin 19. yüzyıldaki zaferinin kapatmış olduğu ya da kamusal tartışmanın kenarlarına sürmüş olduğu soruları yeniden gündeme getirdiği görülmektedir. Hem dünya Sağı hem de dünya Solu tekrar liberal merkezden uzaklaşmıştır. Liberalizm 1968'de tamamen ortadan kalkmasa da jeo-kültürün belirleyici ideolojisi olma rolünü kaybetmiştir (Wallerstein, 2003: 134-135).

Neoliberalleşme süreci beraberinde pek çok yaratıcı yıkımı da getirmektedir. Bu yıkımlar sadece önceki kurumsal çerçeveler ve iktidarlar olmamakta, aynı zamanda işbölümleri, yaşam şekilleri, teknoloji birliktelikleri, refah hizmetleri, sosyal ilişkiler, ifade biçimleri, üreme etkinlikleri, en dipte olan alışkanlıklar ile toprağa bağlılıklar da yıkıma uğramaktadır (Harvey, 2015: 11). Kısacası yeni gelen dönemle birlikte toplumsal yapının dinamiklerinde ve insanların yaşayış biçimlerinde de değişim görülmektedir.

Neoliberalizmin başlangıç noktası 1970'lerin sonu ile 1980'lerin başında Thatcher ve Reagan'ın dünya siyasetinde yükseldiği zaman olarak kabul edilmektedir. 1979 yılında Thatcher seçildiğinde, ekonomik büyüme düşükken işsizlik ve enflasyon yüksektir. Stagflasyon olarak adlandırılan bu durum, 1970'ler ve 1980'lerin başında gelişmiş kapitalist ülkeleri alt üst etmiştir. Thatcher hükümeti İngiliz devleti ve ekonomisini radikal bir şekilde dönüştürmüştür. Hükümetin özelleştirme programı yoluyla en önemli dönüşümlerden biri gerçekleşmiştir. Hükümet varlıklarının özel sektöre satışını içeren bu dönüşüm, kamudan çıkarma olarak adlandırılmıştır. Thatcher, özelleştirme sürecini 'popüler kapitalizm' olarak tanımlamaktadır. Thatcher, *Ekonomik İşler Enstitüsü* gibi neoliberal düşünce kuruluşlarına yakın ve önde gelen neoliberal entelektüellerin hayranıdır (Cahill ve Konings, 2019: 41, 54-55).

Neoliberalizm kavramının dünyadaki eşit olmayan şekilde coğrafi gelişimi, şüphesiz ki yanında birden fazla sonuç getiren aynı zamanda yığınla kargaşa ve kafa karışıklığı içeren karmaşık bir süreçten oluşmaktadır (Harvey, 2015: 17). Sennett'e göre de eşitsizlik modern ekonominin yumuşak karnı haline gelmekte ve pek çok biçimde bu durum görünürlük kazanmaktadır. Bunlar; üst düzey yöneticilere ödenen muazzam tazminatlar, şirketin en tepesinde olanla en altında olanın ücretleri arasındaki uçurumun artması, seçkinlerin gelirine oranla orta gelir katmanlarında yaşanan durgunluktur. Kazananın her şeyi almış olduğu rekabet türü, çok büyük maddi eşitsizlikleri de üretmektedir (Sennett, 2017: 44). Sennett ve Harvey, neoliberalizmin toplumsal yaşam ve özellikle ekonomik iş yaşamı üzerindeki etkilerini ayrıntılı bir şekilde analiz etmiştir. Dünya üzerindeki topoğrafyada yaratılan eşitsiz gelişim modeli özellikle iş yaşamında ücretler arası derin farklar ve güvensiz bir iş yaşamı ile karakterize olmaktadır.

Neoliberalizmin en temel özelliklerine baktığımızda; devlet sektörünün özelleştirilmesi, ticarileştirilmesi ve düzenlemelerden arındırılması başı çekmektedir. Uluslararası finans sermayesinin uluslararası merkezi olarak 'şehir'

desteklenmekte ve geliştirilmektedir. Piyasa güçleri iç ve dış yatırımlar yoluyla kuvvetlendirilmekte ve küçük işletme sektörü desteklenmektedir. Son olarak; sendikalara yasal kısıtlamaların getirilmesi, zorunlu eğitim programlarının artması, piyasa merkezli toplumsal güvenlik programları ve iş adamlarının sorunlarını kendilerinin çözebilmesini hedefleyen çeşitli düşük maliyet planları yoluyla kapitalist esnekliğin genişletilmesidir (Jessop, 2005: 242). Neoliberalizm, kapitalizmin temel kurumsal özelliklerini yeni ve tarihsel olarak özgül yollardan kullanmayı içermektedir (Cahill ve Konings, 2019:157). Neoliberal kapitalist sistemin tanımlayıcı özelliğinin ulus devlet yapısının ötesinde gerçekleşen esnek üretim ve birikim süreçleri, kârın maksimizasyonu doğrultusunda tüketimin kültür endüstrileri üzerinden yaygınlaştırılması ve politik alanda yaşanan yönelim kaybı olduğu görülmektedir. Küresel piyasa ekonomisi içerisinde öne çıkan kentsel mekânlar bu dönemin ayırt edici özelliğidir. Bu bağlamda kentsel mekânlar bir yandan sermayenin mekânsal birikim rejiminin bir parçası olarak neoliberal sistemi desteklerken diğer yandan bu alanlarda dolaşıma giren kültürel içerikler söz konusu sistemin yeniden üretim sürecini sağlamaktadır.

Neoliberal Dönemde Kentsel Mekânların Üretim ve Yeniden Üretim Süreci

1970'lerden bugüne kadar jeopolitik teoriye ilgi, mahal estetiğinin yeniden canlanması ve mekânsallığa ait sorunların tekrar incelenmesi için taleplerin arttığı görülmektedir. Fordizm'den esnek birikime geçiş, üretim kısmında farklı düzenleme biçimleriyle teknolojilerin hızlı bir şekilde planlanması ve uygulanması sonucunda gerçekleşmektedir. Üretim sürecinde dönemin gerektirdiği teknolojiler içerisinde geçiş sürecinin hızlanmasıyla birlikte, genel olarak toplumsal alan ve tüketim etkinliklerini içeren kültürel alan da kapitalizm tarafından ivmelendirilmiştir. Esnek birikimin özelliklerinden birisi de görünüşte bir dizi toplumsal coğrafi olan nitelikleri kullanarak kendine ait olan total mantığın içsel özelliklerle tekrar oluşturulmasıdır. Kapitalistlerin dünya genelinin oluşumunu sağlayan mekânsal biçimde değişen özelliklere karşı gitgide daha anlayışlı duruma gelmeleriyle birlikte, mekânların egemenliğini oluşturan iktidarlarla halklar için yüksek kademede hareketli olan kapitale ilgi artmıştır (Harvey, 2019: 317-318, 328-329). Piyasada yaşanan değişimler kentsel mekânın üretim sürecinde farklılıklar yaratmaktadır. Neoliberal ekonomik sistemin zaman ve mekân örgütlenmesi olan kentsel mekânların üretimi kapitalist sistem tarafından fiziki topoğrafyanın ve üzerindeki insan ilişkileri organizasyonunun planlanması şeklinde gerçekleşmektedir.

Komünist Manifesto'da Marx ve Engels, burjuvazinin bütün üretim araçlarını hızla geliştirerek ve aynı zamanda iletişim ile ulaşımı sonsuz kolaylaştırarak en barbar ulusların bile uygarlığa çekildiğini belirtmektedir. Burjuvazinin kendisini tek tipleştirilmiş bir yaşam şekli olarak sunması sürecinde oluşturduğu üretim ve yaşam şeklini küreselleştirmesi öne çıkmaktadır. Bununla birlikte burjuvazi, kırlarda hâkim olan bir nebze özgür yaşam biçimini de şehirlerin egemenliği altına sokarak devasa şehirler oluşturmaktadır. Kırsal nüfus şehirlilere

istinaden azalırken kitleler kırsal yaşamdan koparılmıştır. Burjuvazi, mülkiyet, nüfus ve üretim araçlarının dağınık oluşunu sırasıyla ortadan kaldırmaktadır. Üretim araçları merkezileşmekte ve mülkiyeti az sayıdaki insanın elinde yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla politik merkezileşme sağlanmakta ve bununla birlikte yasaları, çıkarları, gümrükleri ve hükümetleri farklı, bağımsız, sadece anlaşmaları olan vilayetler, yalnız bir yasa, ulus, hükümet, ulusal sınıf çıkarı ve gümrük sınırına sıkıştırılmaktadır (2012: 25-26). Marx ve Engels'in çalışmalarında kentsel mekânlar ayrıcalıklı bir araştırma nesnesi olmamasına rağmen endüstriyel üretim sisteminin kentlerde yoğunlaşması ve kırdan kente göç sürecinde kentsel alanlarda ortaya çıkan işçi sınıfının burjuvazi karşısında tarihin itici gücü olduğunun belirtilmesi nedeniyle kentsel yaşam ve iş formları toplumsal çözümlemelerinin merkezinde yer almaktadır.

Mekân, emekte ve mülkiyet ilişkilerinde, üstyapıların yani kurumların işleyişinde ortaya çıkmakta ve şekillenerek eşitsiz bir şekilde ama her yerde görülmektedir. Mekânın üretimi, üretim tarzında hâkim olamaz ancak pratiğin bakış açılarını düzenleyerek, özellikle de bir pratik içinde birleştirerek bunları birbirine bağlamaktadır. Toplumsal mekân neden ve sonuç olmak üzere üretim tarzına müdahalede bulunsa da, aynı zamanda bu üretim tarzıyla birlikte değişmektedir. Mekânın toplumlarla birlikte değişen bir tarihi bulunur. Bununla birlikte zihinsel olanla kültürel olanı, toplumsalla tarihseli birbirine bağlamaktadır. Aynı zamanda farklı, bilinmeyen mekânların, kıtalar veya dünyanın keşfedilmesi, toplumlara göre mekânların yapısal bileşenlerinin bir bütün olarak düzenlenmesinin üretimi ve bununla birlikte manzaranın, eserlerin, dekoru ve anıtsallığıyla beraber kentin oluşturulması gibi karmaşık bir ilerleme oluşturmaktadır. Bu durum gelişimsel ve doğuşla birlikte her ne kadar genetik olarak işlese de belli bir mantaliteye dayanmaktadır. Bu zihinsel form, aynı zamanlı olanın özelliğinin genel görünüşüdür; zira mekânsal düzenlemeler, farklı zekaların birleşimine dayanmaktadır (Lefebvre, 2019: 25). Bu bağlamda, her mekân her dönemde kendi mekânsal pratiklerini yaratmakta ve toplumlarla birlikte tarihi de değişmektedir. Yani Marksist anlamda bir praksis sürecinde gerçeklik kazanan mekânsal pratikler aynı zamanda diyalektik bir sürecin ürünü olarak tarihsel materyalizmin bir parçasıdırlar. Dönüşen sosyo-ekonomik ve politik dinamikler ve teknik olanaklar mekânın özgül oluşum sürecini nitelemektedir.

Modernitenin tarihi ve geçmişi kabaca tasfiye edişi günümüzde çok eşitsiz bir şekilde sürmektedir. Kimi ülkeler her alanda sanayileşmeyi engelleyerek, sanayi mekânının ve mekân temsilinin altüst ettiği kendi konutlarını, geleneklerini, temsil mekânlarını korumaktadır. Çok modern olan diğer ülkelerde ise konutlar, geleneksel mekân ve ona eşlik eden şey, gelenekler ve temsiller değişmeden korunmaya çalışılmaktadır. Modern dünyanın kendisini kapitalizm ve modernite ekseninde yeniden ele almak gerekir. Mekânın üretiminin hammaddesi, tikel nesneler için olduğu gibi, özel bir malzeme değil bu doğanın kendisidir. Doğa günümüzde ürüne dönüştürülmüş ve belirli bir alanla sınırlandırılmıştır. Mekânın tarihinin olması mekânın, dönemsel, toplumsal, üretim tarzı ve ilişkileri bakımından özgüllüklerinin olması anlamına gelirken burjuva

tarafından yaratılan ve egemen olunan topluma ait mekân öne çıkmaktadır (Lefebvre, 2019: 144-145, 148). Lefebvre, mekânın üretim sürecinde kapitalizmi itici güç olarak tanımlayarak Marksist düşünceden aldığı üretim güçleri ve ilişkileri sürecinde mekânın dönüştüğünü vurgulamaktadır. Bu bağlamda kapitalist sistemin işleyişi içinde nesnelleşerek meta haline gelen mekânsal pratikler toplumsal ve kültürel sistemin yeniden üretimini sağlamaktadır.

Kentsel alan ve bölgelerin düzenlenmesi, işlev, mekân ve öğelerin alan üzerindeki yan yana olmalarına indirgenmektedir. İşlevler ve kesimler karar merkezlerine sıkı sıkıya tabi olmakta ve homojenlik doğadan, kırsal çevreden ve tarihten gelen farklılıklara baskın çıkmaktadır. Şehir ya da şehirden geriye kalan şeyler, öğelerin birleşimi ve toplamına benzeyecek şekilde inşa edilmekte ve elden geçirilmektedir. Ancak bileşim bu şekilde algılandığında, öngörüldüğünde ve tasarlandığında bileşenleri birbirinden ayırmak güçleşmekte ve bütünlükler algılanırken farklılıklar gözden yitirilmektedir. Kentsel olarak görülmediği için cepheden ve dolaylı olarak saldırıya uğrayan, kemirilen ve aşındırılan kentselin yapıt ve sahiplenme nitelikleri kaybolmaktadır. Yalnızca, kısıtlamalar, daimi bir yerinden olma hali içinde alana yansımakta ve bununla birlikte konut açısından gündelik hayatın bölünmesi ve düzenlenmesi, yaygın otomobil kullanımı, hareketlilik, kitle iletişim araçlarının etkisi, bireyleri ve grupları doğal alandan ve gruptan koparmaktadır. Komşuluğun silikleşmesi, mahallenin küçülmesi semt sakinlerinin, yerlerin ve anların niteliksel farklılıklarının artık öneminin kalmamasıyla birlikte, buyruk ve işaretlerle dolu, geometrik izotopiye yönelen bir mekân içinde oradan oraya gidip durmaktadırlar. Kuşkusuz bu eski biçimlerin kaçınılmaz çözülme sürecidir. Sembollerin, anıtların, sahiplenmelerin, üslupların, zaman ve ritimlerin, geleneksel şehrin farklı ve nitelikli mekânlarının yerine hiçbir şey geçmemesinden dolayı gündelik hayatın yoksulluğunu, küçümsemeyi, zihinsel ve toplumsal sefaleti üretmektedir (Lefebvre, 2020: 95-96). Kısacası, kent toplumunda sosyal alanda yaşanan değişim ve farklılaşma sürecinde eski biçimlerin çözülmesiyle birlikte görünürlük kazanan kentli yeni yaşam formları zorlukları da üretmektedir. Kentsel mekânın rasyonalize edilmiş üretimi gündelik hayatı da bürokratik süreçler içerisine sıkıştırarak gündelik olanın yaratıcı olan kısmını sekteye uğratmaktadır.

David Harvey, kenti karmaşık bir sosyal fenomen olarak tanımlamaktadır. Kenti oluşturan yapıların çok yönlülüğü bu girift halin nedenidir. Aynı zamanda kentsel mekânı anlamak için kullanılan kavramsallaştırmaların yetersizliği aşırı uzmanlaşmış, parçalı bilimsel anlayışın bir parçası olarak görünürlük kazanmaktadır. Kent hakkında oluşturulan herhangi bir genel kuram, kentin yüklendiği mekânsal biçimle kentteki toplumsal süreçleri bağdaştırmak durumundadır. Kentin anlaşılması için en uygun kavramlar bütünü, coğrafi ve toplumsal imgelemi kapsayacak şekilde oluşturulmalıdır. Davranışın toplumsal olarak kentin belirli coğrafya ve belirli mekânsal biçimi kazanmasıyla ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Mekânsal biçim bir kere oluşturulduğunda, toplumsal süreçte ilerlemenin kurumsallaştırılması ve belli bir oranda da belirlemeye eğilimli olacağı kabul edilmelidir. Bununla birlikte toplumsal süreçlerde yaşanan kar-

maşıklıklarla başa çıkılmasını sağlayacak stratejilerin dengeli kılınması ve birleştirilmesi için doğru kavramların oluşturulması gerekmektedir (2019: 27-28, 32). David Harvey, kent teorisinde kapitalist sistemin gelişmesinde itici gücü olan dünya üzerindeki bazı bölgelerde yığılmış olan sermaye birikim süreçlerine dikkat çekmektedir. Küresel çapta sermayenin akışkanlığına koşut bir şekilde ortaya çıkan bu meta, nesne ve kapital merkezleri çağdaş kapitalizmin itici gücü durumunda olan mekânsal pratikleri üretmektedir.

Günümüzde kentlerin yeni gereksinimleri karşılayabilmesi için farklı mimari formlar ve kent tasarımları hedeflenmektedir. 1970'li yıllardan başlayarak günümüze kadar süren kentsel girişimcilik ve kentler arasındaki rekabet sürecinde kentsel mekânların seyirlik bir nesne haline getirilmesi için yapılan imaj çalışmaları ve bu mekânların tüketimine ilişkin pratikler ön plana çıkarken mekâna ilişkin tüm bu tasarruflar sermayenin küreselleşmesi için aracı bir form görevi üstlenmektedir. Belirli bir şekilde pozitif özellikler barından bir yer imajının oluşturulabilmesi için teatrallik ve seyirlik gösterinin örgütlenmesi, tarihsel alıntılamanın, yüzeylerin, üslupların ve süslemenin çeşitlendirilmesinin eklektik bir karışımı yoluyla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Yapıbozumculuk, postmodern akımın önemli bir kısmının sıradan olarak popülerleşmiş, teslimiyetçi ve cafcaflı bir mimari üretmesine karşın, avangard ve elit mimari pratiğin ilerleme alanını, 1930 tarihlerinde Rus yapımcılarına ait modernizmin aktif yapıbozumu aracılığıyla elde etmeye çabalamaktadır. Günümüzde kentsel ve mimari tasarım pratiğinde egemen olan düşünceler, parçalanma, kurgu, eklektizm, kolaj, tüm bunlarla iç içe geçmiş olan bir karmaşa ve gelip geçicilik duygusu şeklinde varlığını göstermektedir. Bununla birlikte burada, edebiyat, sanat, psikoloji, felsefe, sosyal teori gibi farklı alanlarda var olan fikir ve pratiklerle ortaklıklar paylaşan çok şey de bulunmaktadır (Harvey, 2019: 115-116, 118-119). Kısacası, seyirlik kentsel mekânların oluşumuna neden olan kente imaj kazandırma süreci, sermaye kazanımı ve birikimi için bir araç olma özelliği göstermektedir. Kültür endüstrileri ve medya tarafından yapılandırılan bu alanda toplumsal ve kültürel alan bütünsel bir gösteri söylemi içerisinde kapitalist sistem tarafından üretilmektedir.

David Harvey *Yeni Emperyalizm* adlı eserinde, kapitalizmin sürekli bir şekilde kendisine ait etkinliklerde kolaylık sağlayacak coğrafi mekânlar aradığını belirtmekte ve 'yaratıcı yıkım' etkinliğinin tarihine değinmektedir (2019: 92-93). Bu bağlamda mekânsal düzenlemeler yapılırken eski olanın yerine zamanın gerektirdiği özellikleri taşıyan yeni düzenlemeler yapılmaktadır. Yapılan düzenlemeler özellikle dünya üzerinde kapitalin yoğunlaştığı büyük metropollerde görünürlük kazanmaktadır. Bu çalışma içinde ele alınan Karaköy, İstanbul'un küresel kent imgesinin dolaşıma sokulduğu merkezlerden biridir. Harvey'in yaratıcı yıkım olarak adlandırdığı süreç İstanbul'un küresel dünyaya açılan Karaköy gibi pek çok semtini yeniden tasarlayarak görsel bir imgelem içerisinden onu yeniden üretmektedir.

David Harvey, yeni bir kuramsal bakış açısı oluştururken coğrafyanın mekânsal düzenlemedeki rolünü temel olarak görmüştür ancak diğer disiplinlerle ilişki içerisinde olarak yeni bir kuram geliştirilebileceği görüşündedir. Özellikle *Sosyal Adalet ve Şehir* (2019) adlı eserinde detaylı olarak yedi bölümde kentsel mekânı sürekli üzerine katarak ve geliştirerek her bölümde farklı yönden irdelemiştir. Mekân coğrafyasının ekonomi-politiğinin anlaşılmasında elverişli kuramsal bir çerçeve sunan Harvey, özellikle küresel neoliberal toplumun sosyo-ekonomik ve politik dinamiklerinin eşitsiz doğası altında toplumsal mekânın nasıl şekillendiğini ortaya koymuştur. Bu çalışmada ele alınan tüketim etkinlikleri temelinde yaratılan küresel kent merkezlerinin anlaşılması için Harvey'in düşünceleri öncü konumdadır.

Tüketim İdeolojisi Ekseninde Kentsel Mekânların Farklılaşma Süreci

Günümüzde çevremizdeki nesnelerin, maddi ürünlerin, hizmetlerin fazlalaştırılmasıyla oluşturulan ve insan türünün ekolojisinde bir evrim gerçekleştiren akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçekliği bulunmaktadır. Bolluk içinde olan insanlar, tüm zamanlarda olduğu gibi artık başka insanlar tarafından değil, daha çok nesneler tarafından kuşatılmış durumdadır. Gündelik alışveriş bu insanlar tarafından eskiden benzerlerinin yaptığı alışverişe benzememekte, artık istatiksel olarak yükselen bir eğriye göre mal ve iletilerin edinilmesi, algılanması ve güdümlenmesi biçimini taşımaktadır (Baudrillard, 2020: 15). Tüketim toplumu kapitalist sistemin dinamikleri içerisinde kendisini oluşturmakta ve dönemsel olarak anlamsal bütünlüğü de değişmektedir. Tüketim toplumu kavramının sosyolojik bakış açısıyla ele alınması insanların sahip olduğu statülerin, göstergelerin ve kültürel alanın genişlemesi sonucunda gerçekleşmektedir. Özellikle kentsel mekânlarda yoğunlaşan tüketim etkinliği bir yandan kentsel mekândaki meta ve nesne fazlalığına gönderme yaparken diğer yandan kentin bizatihi kendisinin tüketimine işaret etmektedir. Böylelikle kent bütünsel bir tüketim söyleminin öznesi konumuna yükselmektedir.

Tüketim toplumu kavramı sosyo-kültürel ve ekonomik bir fenomendir. Tüketimin ilk akla gelen ekonomik göstergelerinin dışında toplumsal ve kültürel boyutu da söz konusudur. Bu bağlamda söz konusu kavram tarihten, antropolojiye, sosyolojiden psikolojiye geniş bir bilim alanıyla ilişkilidir. Tüketim kavramı üzerine yazılan lüteratürde ilk akla gelen düşünürlerden biri Thorstein Veblen'dir. Sosyolojik tahayyülünde Veblen, kavramın tarihsel, antropolojik ve toplumsal boyutlarını aylak sınıflar kavramsallaştırması üzerinden derinlemesine tartışmıştır. Veblen'e göre, tüketimde yaşanan farklılaşma süreci maddi güç olarak kabul edilebilecek para ekonomisine dayalı kapitalist bir toplum toplum formundan önceki zamanlara yağmacılık kültürünün ilk evrelerine dayanmaktadır. Malların tüketiminde yaşanan en ilkel farklılaşma törensel karakterlidir. Zenginliğin göstergesi olarak tüketimden faydalanılması türemiş büyüme şeklinde sınıflandırılmaktadır (Veblen, 2005: 57-58). Bu durumda

tüketimin farklılaşmasının zamansal olarak başlangıcının yağmacı kültürün ilk aşamalarına kadar geri götürülebildiği görülmektedir. Tarihsel ve antropolojik bir kökeni olan farklılaşma istencinin tüketim kültürü içerisinde ayırt edici bir yanı vardır. Tüketim toplumunda gerek tüketim nesneleri gerekse bu nesnelerin yer aldığı mekânsal pratikler toplumsal farklılaşma istencinin bir parçası olarak görünürlük kazanmaktadır. Kitlesel üretim ve tüketim sisteminden sonra ortaya çıkarak bireysel tüketim ve gündelik hayatta kimlik ekseninde farklılaşmanın aracı olan kentsel mekânlar kapitalist sistemin işleyişinde lokomotif güç konumundadır.

Baudrillard tüketim etkinliğinin aynı zamanda kapitalist toplumun psiko-sosyal yapısıyla ilişkili olduğunu belirterek metaların kullanılmasıyla alınan bireysel haz, mutluluk ve tatminin bütünsel bir söylem oluşturduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda tüketim toplumsal sistemdeki eşitsizlikleri doğallaştırma ya da gizleme gibi bir işleve sahiptir. Bu konuda Baudrillard'a göre ihtiyaçlarla ilgili her söylem mutluluğa duyulan doğal eğilime sahip bir antropolojiye dayanmaktadır. İhtiyaçlar kavramının eşitliğin gizemli sistemi içinde refah kavramıyla dayanışma içinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte ihtiyaçlar güven veren bir erekler dünyasını betimlemekte ve doğacı olan bu antropoloji, evrensel bir eşitlik teminatına zemin oluşturmaktadır. İhtiyaç ve refahın birbirini tamamlayıcı nitelikteki söylemleri, eşitsizliğin tarihsel ve toplumsal nesnel belirleyenlerinin ortadan kalkmasına ve silinmesine yönelik etkili bir ideolojik işleve sahip olmaktadır (2020: 51, 53). Dolayısıyla ihtiyaçların karşılanabilmesi için mutluluk kavramı en temel bileşeni oluşturmakta ve ihtiyaç ile refah birleşerek dayanışma içine girmektedir. Tüketim toplumunun mutluluk söylemi *fun morality* içerisinde kapitalist sistemin yapısal eşitsizlikleri de görünmez kılınmaktadır.

1980'lerle birlikte büyük küresel süreçlerin organizasyonunda üretici hizmetleri, finansal işlemler ve her ikisinin de gerektirdiği karmaşık pazarlar, merkezi olan bir faaliyet katmanı oluşturmuştur. Hizmet sektörüne ve finansmana geçişle birlikte küresel ekonominin bileşimindeki dönüşümün belli üretim, hizmet, pazarlama ve inovasyon türleri için büyük şehirlerde toplandığı görülmektedir. Buna ek olarak birleşmelerin, satın almaların ve finansal işlemlerin uluslararasılaştırılması ile şehirler, yönetim ve koordinasyon, yatırım sermayesinin artırılması, konsolidasyonu ve uluslararası bir emlak piyasasının oluşumu için tarafsız merkezler haline getirilmektedir (Sassen, 1991: 85). Kapitalizmin beraberinde getirmiş olduğu tüketim ideolojisinin küreselleşme sürecinde kentsel mekânların dönüşümünde ve mekânsal farklılaşmalarda oldukça önemli bir konumda olduğu görülmektedir.

'Mutenalaştırma' ve 'gelişim' ya da Türkiye'de ifade bulmuş şekliyle 'kentsel dönüşüm' kentte sergilenmiş olan en temel ve kârlı oyunun adıdır. 1980'den itibaren kentin, özellikle de kamu arazisinin kentsel yapılanışı hızlı bir şekilde gayrimenkule dönüşerek çeşitli sayıda inşa edilmiş yapı ortaya çıkarmaktadır.

Bunlar, çok katlı lüks konutlar, güvenlikli siteler, ofis kuleleri, alışveriş ve eğlence merkezleri ve beş yıldızlı otellerden yollara, parklara, kentsel altyapıya ve sosyal konut komplekslerine kadar uzanmaktadır (Soysal, 2011: 390-391). Kültürel miras sergileri nostaljiyi tüketime uygun bir şekilde konumlandırmaya yönelik bir girişimken, mutenalaştırmanın bir başka doğal uzantısı olan 'tasarım kent' ise, şimdiyi yakalamanın ve gelecek için yapılan yarışta yer kapmanın bir aracı olarak görülmektedir. Yenilik, yaratıcılık ve becerilere yönelik neoliberal ve Avrupalı önermelerden gücünü alan bu araç, en belirgin ifadesini giderek etkinliği artan 'yaratıcı endüstriler' uygulamaları ve söylemlerinde bulmaktadır. Tasarım ve kent kelimelerinin yan yana kullanılması kültür, hayat ve kentin fiziksel düzenleme ve planlamasında tasarım ve tasarımcıya son dönemlerde verilen değere ilişkin içerimler barındırmaktadır. Bu açıdan söz konusu kent örneği olarak İstanbul, köprüleri, sokakları ve binalarıyla her türden tasarımda film, sosyal teori, reklam, fotoğraf, dans, internet ağı, müzik, tüketim malları ve kentsel planlamada hayata geçirilen mekânsal bir kavrama ve deneyime tekabül etmektedir. İstanbul'da tasarım mekânlar görmek için ünlü mimarların kente gelmesini beklemeye gerek yoktur. Çünkü kent kendi geleceğini marka olmakta aradıkça, her geçen gün daha fazla bir şekilde tasarım mekânları gündelik hayata dâhil olmaktadır. İstanbul kent rehberine yakın zamanda tarz ve tasarıma gösterilen özene kendini adamış olarak eklenen *Style City İstanbul'*da restoran, lüks kafe ve butikleriyle yeni inşa edilen *Fransız Sokağı*, *Galata*, *Cihangir* gibi birçok mekân sıralanabilmektedir (Soysal, 2011: 394). Levent Soysal'ın ayrıntılı bir şekilde tanımladığı gibi İstanbul, küresel kent metaforu içerisinde tasarım kent olarak kapitalist sistem tarafından imgesel bir gerçeklik olarak üretilmektedir. Birbiriyle bütünleşmiş bir medya alanı içerisinde yaratılan eklektik imajlar televizüel alanda ya da yazılı basında yer alırken kentin fiziki topoğrafyası üzerine yaratılan mevzi planlar kapitalist sistemin saikleri ekseninde kentsel mekânı bir farklılaşma unsuru olarak sunmaktadır.

Gösteri kent ise metropol merkezlerinde kamusal alanların yeniden düzenlenmesi ve aynı zamanda halka açık gösterilerin çoğalmasını ifade etmektedir. Kentle bütünleşen yeni bir performans türünün de doğuşunu belirten 'gösteri kent'te büyüğüyle küçüğüyle gösteri niteliği taşıyan etkinliklerin bütünü çağdaş metropolün güncel kültürel dokusunu oluşturmakta, ona bir kültürel incelik ve yaratıcılık kazandırarak, çoğunlukla toplumsal dayanışma ve ortaklık ruhunun oluşmasına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Seyahat etmenin kolaylaşması ve medya ilgisinin artmasıyla birlikte kamu mekânlarını süsleyen gösteriler, özellikle de görkemli boyutlara ulaşabilenler çağdaş metropol düzeninin tanımlayıcı ve ayrılmaz birer parçası haline gelmektedir. Bu mekânlar yeni tüketim ekonomilerinin taleplerine ve çağdaş yaşam tarzlarına hitap etmek suretiyle kentin adının markalaşmasına hammadde sağlamaktadır (Soysal, 2011: 395). Bu bağlamda İstanbul'da yaşanan dönüşümde birden çok eşzamanlı süreç bulunmaktadır. Bir yandan kentsel mekânların tasarlanması söz konusuyken diğer yandan medya üzerinden yapılandırılan kültürel alanda ya-

ratılan bir etkileşim tipi olarak tüketicilik yaygınlaştırılmaktadır. Aynı zamanda tüm bu yapıyı besler nitelikte kentsel mekânı bir gösteri nesnesi haline getiren tasarım kent ve gösteri kent uygulamaları hayat bulmaktadır.

Tüketim düşüncesinden alışveriş mağazalarının oluşturduğu caddeye doğru bir yönelim yaşanmaktadır. Kültür nesneleri ve izleyenler arasında bazı ayrımlar dağılmakta ve sonuç olarak postmodernizm temsiliyetler ile gerçeklik arasındaki ilişkiyi sorunsallaştırmaktadır. Bunun nedeni göstergelerin ve imajların gittikçe daha fazla tüketilmesidir. Turizmde tüketilmiş olan, görsel göstergeler ve bazı durumlarda simulakrum yani benzetimdir ve görünüş olarak turist şeklinde davranılmasa da, yine bunlar tüketilmektedir. Aynı zamanda turizm, fiziksel olarak inşa edilmiş çevrelerin görsel tüketimiyle ve birçok zamanda da buraların yerel insanlarıyla oldukça ilgilidir. Görsel olarak tüketimden söz edilebilmesi için, turistlerin bakmaya çabaladıkları mekânları ve yerleri tüketmiş olduklarını ve silip süpürdüklerini ileri sürmek gerekmektedir (Urry, 2018: 223, 284). Bu bağlamda tüketim temelli yaşanan mekânsal farklılaşmalarda ve mekânın tüketimi noktasında görsel göstergelerin, imajların ve ambiyansın tüketimi turistler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Küresel kent kavramı toplumsal mekânın küresel düzeyde tüketim ekonomisi içerisinden tanımlanmasının bir parçasıdır. Hizmet ve medya sektörlerinin ekonomik yapılanma içerisinde öne çıktığı küresel kentlerde mekânsal farklılaşmaya eşlik eden tüketim hiyerarşisindeki farklılaşma gündelik hayat içerisinde tabakalaşmanın sebebi olarak öne çıkmaktadır. Kapitalizmin enformasyonel bir hale büründüğü günümüzde sosyo-ekonomik sistemin devamlılığı açısından küresel kentler mal, hizmet, sermaye ve imge akışının merkezleri konumundadır.

Karaköy, kentsel dönüşüm planlamaları sonucunda sokakları, caddeleri, yeni inşa edilen kafe ve restoranları, otelleri ve liman bölgesinin düzenlenmesiyle yeni bir görünüme kavuşmuştur. Küresel kent kurgusunun ana hatlarını oluşturan hizmet sektörünün gelişimi Karaköy'de kendisine önemli bir yer bulmuştur. Medya ise, mekânların tüketici için dolaşıma sokulması noktasında kilit öneme sahiptir. Tüketim toplumunun zevk, eğlence ve arzularını tatmin etmek için bu mekânları tercih etmesinin ve yönlendirilmesinin sağlanması medya aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Kentsel Mekânların Kapitalist Örgütlenme Sürecinde Karaköy Semtinin İdeolojik Analizi

Araştırmanın yöntemi

Bu çalışma metodolojik olarak eleştirel paradigma içerisinde yer almaktadır. Bu bağlamda sosyoloji alanında mekân kavramının sosyal bilimlerde araştırma nesnesi haline gelmesinde öncü rolü bulunan Henri Lefebvre'nin ve 'Yeni

Marksçı Kent Teorisyenleri'nin görüşleri kentsel alanı anlamak için kavramsal çerçeve olarak kabul edilmiştir. Ayrıca mekân-insan ve medya arasındaki diyalojik etkileşim süreci 'Kültürel Kuram'dan hareketle yorumlanarak çalışmaya ilişkin bir analitik bakış açısı oluşturulmuştur.

Araştırmanın evrenini İstanbul'un Karaköy semti oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise araştırmanın amacına uygun olarak son yıllarda belirgin olarak kentsel dönüşümün ve mekânsal farklılaşmaların yaşandığı Karaköy semtine bağlı Kemankeş Karamustafa Paşa Mahallesinde, amaçlı örneklem tekniği ile seçilmiş olan *Pitane*, *Osmanlızadeler Karaköy 1879*, *Lava Store*, *Karaköy Çınar Restaurant* ve *Ropi Karaköy* olmak üzere beş mekân oluşturmaktadır.

Araştırmada derinlemesine görüşme formu üzerinden gerçekleştirilen 'nitel içerik analizi' tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda yarı yapılandırılmış görüşme[2] soruları üzerinden elde edilen veriler çalışmanın kuramsal bakış açısından elde edilen bilgiler ile soyutlandıktan sonra ulaşılan bulgular üzerinden değerlendirilmiştir. Aynı zamanda araştırmada Nitel Araştırma desenleri içerisinden bir topluluk ya da kültür grubunun yaşam şeklini tanımlamaya çalışan etnografik bir yöntem temelinde 'yarı yapılandırılmış görüşme' soruları[3] ile tüketime eklemlenmiş kentsel mekânlar eleştirel bir çerçevede değerlendirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada yarı yapılandırılmış sorular üzerinden tüketim mekânla-

[2] *Yarı Yapılandırılmış Görüşme* hem yapılandırılmış hem de yapılandırılmamış görüşmenin özelliklerini kısmen taşımaktadır. Sorular önceden hazırlanmış olsa bile, görüşme sırasında yeni sorular yöneltilebilmekte ve işlevsiz kalan sorular çıkartılabilmektedir. Bu görüşme türüne saha çalışmalarında kullanılan açık ve kapalı sorulardan oluşan önceden hazırlanmış olan formlarla yapılan görüşmeler de girmektedir (Bal, 2014: 233).

[3] **1:** Mekân açarken Karaköy'ü tercih etmenizde sizin için önemli olan etkenler nelerdir? Karaköy'ün bir ticaret merkezi olarak anılması ve kentsel planlamalarda yapılan yenilikler mekânınızı açarken nasıl bir etki yarattı?

2: Mekânınızın temsil ettiği bir simge var mı? Mekânınızı açtıktan sonra yaşadığınız deneyimlere göre değişiklikler yaptınız mı? Yaptıysanız bu değişiklikler nelerdir?

3: Piyasa da yaşanan dalgalanmalar sizi nasıl etkiledi? Karaköy dışında başka bir ilçede olsaydınız da aynı oranda etkileneceğinizi düşünüyor musunuz?

4: Mekânın iç dizaynını tasarlarken nelerden yararlandınız? Örnek aldığınız bir mekân tasarımı oldu mu?

5: Müşterilerinizin bu mekânı tercih etmedeki nedeni size göre nedir? Müşterilerinizin sizi tercih etmesinde mekânınızın tasarımı (ambiyansı) etkili oluyor mu?

6: Müşterileriniz sizin için ne ifade ediyor? Müşterilerin hangi ihtiyaçlarını karşıladığınızı düşünüyorsunuz? Hizmet anlayışınız nedir?

7: Mekânınızın tanıtımını yaparken hangi medya araçlarından yararlanıyorsunuz? Görsel olarak mekânınızın tanıtımını yapıyor musunuz? Sosyal medyada yaptığınız paylaşımlar müşterilerinizi arttırıyor mu? (Müşterileri mekâna çekme konusunda nasıl bir etki yaratıyor?)

8: Müşteri profiliniz kimlerden oluşmaktadır? Turistler mekânınızı tercih ediyor mu? Turistler müşterilerinizin ne kadarlık bir kısmını oluşturuyor?

rının sahipleriyle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır[4]. Mekân sahipleriyle yapılan görüşmeler sonrasında katılımcılardan izin alınarak alınan ses kayıtları deşifre edilerek çalışmanın kuramsal çerçevesi içerisinde analiz edilerek değerlendirmesi yapılmıştır. Bu bağlamda görüşülen beş tüketim mekânının sahibiyle yapılmış olan görüşmelerde alınmış olan toplam 58 dakika 10 saniyelik ses kaydı deşifre edilmiştir.

Araştırmanın bulguları

Kentsel mekânın üretimi sürecinde Karaköy semti ve sosyo-ekonomik dinamikler

David Harvey, *Postmodernliğin Durumu* adlı eserinde *esnek birikim* kavramını ele alarak emek süreçlerinin, işgücü pazarı, üretilen ürün ve tüketim biçimleri yönünden esnekliğe yaslandığını belirtmektedir. Esnek birikimin temelini oluşturan özelliklerden biri ise yeni üretim alanlarının, yeni piyasaların ortaya çıkması, finans hizmetlerinde yeni yöntemlerin oluşması ve hepsinden önemli olarak teknolojik, örgütsel ve ticari, yeniliklerin hareketliliğinin büyük oranda hızının artmasıdır. Yaşanan gelişmeler sonucunda hizmet sektörü olarak anılan alanda istihdam hızla yükselmeye başlamıştır (2019: 170). Bu bağlamda İstanbul Karaköy'de tasarım ve el yapımı ürünler üzerine 2015 yılında açılan *Pitane* adlı mekânın sahibi Nalan Ç., mekânı Karaköy'de açma nedenlerini şu şekilde ifade etmektedir:

> İlk etapta bizim için en önemli cazip kısım Karaköy'ün bir turist merkezi olmasıydı. İkincisi ise turizmle birlikte cruise gemilerinin buraya yanaşıyor olması lazımdı. 2015 itibariyle cruise gemileri iptal oldu. Sonraki yaşanan ekonomik kriz vs. şu an hala cruise gemileriyle ilgili turizm yapılmıyor ama buranın en önemli ayağı turizmle ilgili olan cruise gemileri ve beklenen Galataport'tur. Karaköy'ün en hızlı dönüşümünü sağlayan şey 20 yıldır gündemde olan Galataport projesidir. O yüzden bizim için cazip olan, turizm merkezi olmasıydı. Bir de eskiyle yeninin iç içe geçerek dönüştüğü en önemli yer olarak İstanbul'un kalbi olması.

Karaköy tarihsel olarak bakıldığında bir liman bölgesi ve ticaret merkezidir. Galataport projesi ise yapımı devam eden ve Karaköy'de turizmin gelişimine büyük katkı sağlayacak bir projedir. Karaköy'de mekânsal dönüşümün gerçekleşmesi ve yeni hizmet alanlarının oluşmasında Galataport projesinin oldukça etkili olduğu görülmektedir. Osmanlı tatlıları üzerine kurulu ve 22 şubeye sahip olan Karaköy'de 2019 yılında açılmış olan *Osmanlızadeler Karaköy 1879* adlı mekânın sahibi Oktay D. ise Karaköy'ü tercih etmesini şu şekil-

[4] Görüşmeler gerçekleştirilmeden önce *Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurul Başkanlığı*'na başvuru yapılarak çalışma için etik kurul onayı alınmıştır. Mekân sahipleriyle yapılacak görüşmeler öncesinde akademik çalışma kapsamında mülakat yapılan mekân sahiplerinin ve işletmelerinin isimlerinin sadece bu bilimsel çalışma içinde kullanılacağına dair bilgilendirme yapılarak yazılı onayları alınmış ve etik kurul başkanlığına iletilmiştir. Bu çalışma kapsamında ele alınan ticari işletmeler yalnızca amaçlı örneklem içerisinde araştırma sorusuyla ilişkileri nedeniyle örnekleme dâhil edilmişlerdir.

de açıklamaktadır:

> Burası yıllardır aslında turizm bölgesi, turistlerin uğrak noktası. Burası İstanbul'un kalbi aslında, tarihi çok eskilere dayanıyor. Cenevizlilerden yat limanlarına kadar liman şehirleri olarak gözüküyor burası. Turistler de bunları çok fazla öngörerek buraya geliyor, dokusunu ve tarihini görmek istiyor, Galata Kulesi çok büyük etken. Sonuç olarak konum olarak her şeye müsait bir yer burası. Kentsel planlamalarda burayı tercih etmemizde etkili oldu.

Farklı temalarda açılmış olan her iki mekân sahibinin de Karaköy'ün İstanbul'un kalbi olduğu görüşüne sahip olması dikkat çekmektedir. David Harvey'in kapitalist gelişmenin bir parçası olarak gördüğü 'birikim rejimi'nin kentsel mekânda somutlaşmış örneklerinden birini sunan Karaköy'ün kapitalizmin gelişim aşamalarına koşut bir şekilde her zaman ticaretin ve kültürel etkileşimin merkezi olduğu görülmektedir. Kafe olarak hizmet veren ve 2019 yılında açılan *Ropi Karaköy* adlı mekânın sahibi Talip Ö. ise mekânı açarken Karaköy'ü tercih etme nedenlerini şu şekilde belirtmektedir:

> Burası sadece Türkiye'ye ait bir yer değil global bir yer olduğu için ve tarihi bir özelliği olmasından, tarihi yarımadanın içinde bulunmasından dolayı ve turistik bir bölge olduğu için sadece bizim değil dünya insanlarının bildiği bir bölge olması Karaköy'de mekân açmamızda etkili oldu. Kültürel ağırlıklı ve ticari olarak da beklentilerden dolayı burayı tercih ettik. Bu bölge kentsel planlamalarda yeterli değil Avrupa'daki düzenlemeler gibi yapılmıyor, tarihsel özelliğinden dolayı hak ettiği şekilde değerlendirilmiyor bence.

Ropi Karaköy adlı mekânın sahibi mekânı tercih etme nedenlerini Karaköy'ün küresel anlamda kültürel ve tarihi olma özelliğiyle yabancıların ilgisini çeken bir bölgede olması olarak belirtmektedir. Karaköy'deki kentsel dönüşümün yetersiz olduğuna dikkat çekerek hak ettiği değeri görmediğini ifade etmektedir. David Harvey, yeni kültürel duyarlılıkların biçimlenmesi açısından her şeyden önce mimari çevrenin vazgeçilmez bir şekilde karışık olan kent yaşamına ait şartlardan biri olduğunu belirtmektedir (2019: 85). Bu bağlamda mekân tasarımının detaylarını *Pitane* adlı mekânın sahibi Nalan Ç. şu şekilde belirtmektedir:

> Adımız bir kadın ismi, bir amazon kraliçesinin ismi ve tarihte Roma döneminde bir Antik City'nin ismi. O yüzden de tasarlarken de ilk başta yaptığımız işte, tasarımlarımızın kaynağı olan renkler, çiçekler bunlardan faydalanıyoruz. Bire bir örnek aldığımız bir mekân tasarımı yok ama bugüne kadar yaptığımız iş nedeniyle birçok yerden etkilenmişizdir. Ama yani direkt şuradan diyebileceğim hiçbir yer yok çünkü hiçbir yerde olmayan bir dükkân burası, hepsi bize ait olan şeyler.

Pitane adlı mekânın tasarımı yapılırken mekânın simgesi olarak da kabul edilen çiçekler, tasarımın ana hatlarını oluştururken etkili olmuştur. Mekân tasarımı, çiçek motifleri ve bu motiflerin kullanılmasına ilham veren Roma tarihi göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmiştir. Satılan ürünler özgün parçalar olduğu için mekân tasarımı da bu özgünlüğe göre yapılmıştır. *Lava Store*'dan Ali T.A. ise mekânın tasarımıyla ilgili şunları ifade etmektedir:

> Binanın dokusu mekânın iç dizaynını tasarlarken oldukça uygundu. Buradaki eski binaların çoğu metruk binalar. Mekânın kendi dokusunu korumaya çalıştık. Tavan yüksekliği bize biraz hacim verdi biraz ferahlık kattı. Ürünlerin sunumuna göre dizayn ettik. Mekânı dizayn ederken örnek aldığımız bir tasarım olmadı, kendi fikirlerimizle dizayn ettik.

Lava Store, tarihi bir bina olma özelliği göstermektedir ve mekânın duvarları tuğlalarla kaplıdır. Mekân tasarımı gerçekleştirilirken de bu görsellikten yararlanılarak mekânın yaratmış olduğu atmosfer korunmaya çalışılmıştır. Tavan yüksekliğinin mekâna ferah bir hava katması gibi mekânın sunmuş olduğu olanaklardan yararlanılmıştır. Aynı zamanda mekânda sunulan ürünlere göre de mekânın iç tasarımında düzenlemeler yapılmaktadır.

Katılımcıların aktardıkları bilgilerden tarihi bir geçmişe sahip olan Karaköy'ün mekânsal pratikler bağlamında yeniden üretildiği ortaya çıkmaktadır. Geçmişin yaratıcı bir yıkım projesi içerisinde yeniden canlandırılması ya da bir mekân replikası şeklindeki üretimler tüketim ekonomisinin işlemesine yönelik stratejiler olarak yorumlanabilir. Böylece bütünsel bir söylem içerisinde hem söz konusu mekânlar kendi içlerinde tüketim ekonomisine eklemlenirken hem de Karaköy semti küresel dünya ile entegre yapısı içerisinde tüketim ideolojisi içerisinden tanımlanmaktadır.

Tüketim ideolojisinin kentsel mekânlara yerleşmesi sürecinde Karaköy semti ve kültürel dinamikler

Jean Baudrillard *Tüketim Toplumu* adlı eserinde, "bugün tüm çevremizde nesnelerin, hizmetlerin, maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş ve insan türünün ekolojisinde bir tür temel dönüşüm oluşturan akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçekliği var" (2020: 15) görüşünün altını çizmektedir. Tüketim toplumu kapitalist sistemin dinamikleri içerisinde kendisini oluşturmakta ve dönemsel olarak anlamsal bütünlüğü de değişmektedir. Bu bağlamda kentsel mekâna tüketim ideolojisinin yerleşmesi sürecinde Karaköy'de müşterilerinin mekânlarını tercih etmesindeki nedenleri *Pitane* adlı mekânın sahibi Nalan Ç. şu şekilde belirtmektedir:

> Kendilerini mutlu hissettikleri için tercih ediyorlar. Mekânın tasarımı etkili, çünkü içeriye girdikten sonra bir masal dünyasında olduklarını hissediyorlar.

Pitane, mutluluk kavramının müşteriler için önemli olduğu görüşündedir. Aynı zamanda mekânda oluşturulan atmosfer de müşterilerin mekânı tercih etmesinde önemli olan bir diğer faktördür. Baudrillard'a göre tüketim düşüncesinin oluşmasına neden olan büyülü bir düşünce, günlük yaşamın ise yönlendirilmesine neden olan olağanüstü bir zihniyet bulunmaktadır. Refah ve bolluk aslında yalnızca mutluluk göstergelerinin birikiminden oluşmaktadır (2013: 23). Baudrillard bu durumu aynı zamanda tüketim kültürü içerisinde yaratılan "fun-system" bir başka deyişle haz zorlamasıyla ilişkilendirmektedir. Toplumsal olarak yapılandırılan tüketim etkinlikleri bireyleri kültürel alanda çerçeve-

lerken yaratılan mutluluk söyleminin baskıcı doğası insanları gündelik hayat pratikleri içerisinde bir haz zorlaması içine sokmaktadır. *Osmanlızadeler Karaköy 1879* adlı mekânın sahibi Oktay D. ise müşterilerin mekânını tercih etme nedenlerini şu şekilde ifade etmektedir:

> Burası standardın dışında aslında çok renk karmaşası yoktur bizde. Led ışıklar, neon ışıklar yoktur. Çağımızın gereksinimleri olarak görülen şeylerin dışında müşteriler, farklı olduğumuz için bizi tercih ediyorlar. Müşteri potansiyeline sahibim ben de loş ışıklı, ledli yerler, güllü çiçekli yerler oraları tercih etme dışında turistler buralara alışkın olduğu için şu anda eski yapıları seviyorlar. Eski yapıları merak ediyorlar. Cenevizlilerden kalma bina burası, ne kadar güzel diye düşünüyorlar, tarihini çok merak ediyorlar, bizim etkileşimimiz de budur. Mekânın ambiyansı müşterilerin gelmesi konusunda etkili oluyor.

Osmanlızadeler Karaköy 1879, standartların dışında bir atmosfere ve mekânsal tasarıma sahip olduğu için mekân sahibine göre, özellikle turistlerin ilgisini çekmekte ve mekânlarının tercih edilmesine neden olmaktadır. Tüketim ideolojisinin mekâna yansıtılmasında müşterilerin tepkileri ve ilgilerini çeken mekân tasarımları kullanılmaktadır. Turistlerin, tüketim alanlarını tercih ederken aynı şeylerden ziyade farklı olan şeylere ilgisi temel olarak kullanılmıştır. Mekânsal farklılaşma sürecinin bireysel farklılaşma sürecine eşlik ettiği görülmektedir. Farklılaşmalar temelinde dışsallaşan üslup ve tarzlar tüketim mekânlarının fiziksel ortamında görünürlük kazanmaktadır.

Küresel kent kurgusunun en temel bileşenini oluşturan hizmet sektörünün gelişimi ise, tüketicinin rahatlığı ve mutluluğu ön planda tutularak alanında uzmanlaşan kişiler tarafından üretilen ürünlerle sağlanmaktadır. *Lava Store* adlı mekândan Ali T. A. ise müşterilerle olan ilişkilerini ve hizmet anlayışlarını şu şekilde ifade etmektedir:

> Ticari amaçla kurulmuş bir işletme burası ama bizde özellikle müşteri memnuniyeti hat safhada, burada tutunabilmek için. Bizim hedef kitlemiz tamamen yurtdışından gelen müşteriler olduğu için büyük resim de bizim için ülkeye giren dövizi ifade ediyor. Burası biraz lüks tüketime giriyor. Müşteriler için psikolojik tatmini karşılıyoruz diyebiliriz. Bizim yeme içme günlük sabit ihtiyaçlar üzerine değil de daha ziyade lüks ürünlerimiz olduğu için burada ego tatmini oluyor. Müşteri memnuniyetini her şeyin önünde tutuyoruz.

Lava Store ticari amaçla kurulan bir işletme olarak Karaköy'de tutunabilmek için müşteri memnuniyetini ön planda tutmaktadır. Tüketiciler olarak yurt dışından gelen müşteriler hedef kitleyi oluşturduğu için ülkeye giren döviz de mekân için önemlidir. Mekânın, temel ihtiyaçlardan ziyade lüks tüketim ürünlerine sahip olmasından dolayı tüketicilere psikolojik olarak ego tatmini sunduğu belirtilmektedir. *Lava Store*, Karaköy'de küresel kent kurgusu bağlamında hizmet veren mekânlardan biridir. Mekânsal farklılaşma sürecinde yaratılan seçkin ya da niş merkezler tüketim toplumunun tabakalaşmış sosyal yapısı içerisinde ayırt edici bir yer olarak öne çıkmaktadır. Kitleden çok belirli zevklere ve duyarlılıklara sahip toplumsal gruplar için yaratılan bu mekânsal pratikler aynı zamanda gündelik hayat içerisindeki ayrımların görünür hale geldiği, statü, gösteriş ya da lüks teması altında tüketici etkinlikler içerisinde yeni toplum-

sallaşma şekillerine olanak tanıyan yerlerdir.

Küreselleşme ve beraberinde getirmiş olduğu kapitalizmin yeniden yapılanması ve enformasyon teknolojisi devrimi ağ toplumu olarak yeni bir toplum biçimini ortaya çıkarmaktadır (Castells, 2006: 3). Manuel Castells, bu düşüncelerini ilerleterek özellikle 1990'lı yılların başından itibaren enformasyon, bilgi teknolojileri, imaj ve kültürel içeriklerin dolaşıma girdiği yeni bir kapitalist dönemden bahsetmektedir. 'Enformasyonel kapitalizm' olarak anılan bu dönemle birlikte kitle iletişim araçlarının sunduğu içerikler bağlamında hizmet ve kültür endüstrilerinin gelişimi görünürlük kazanmıştır. Teknolojide yaşanan gelişmelere paralel olarak günümüzde görsel kültüre dayanan medya ve beraberinde getirmiş olduğu yeni medya pratikleri kentsel mekânda görme rejiminin baskınlığı altında tüketim sistemine eklemlenmektedir. Mekânların tüketicilerle etkileşimi noktasında medya ve sosyal medya araçlarından yararlanmak konusunda *Pitane* adlı mekânın sahibi Nalan Ç. şu ifadelere yer vermektedir:

> Bizim kendi sosyal medya hesabımız olan *Instagram*, web sitemiz, bazen ara ara yaptığımız röportajlar, dergiler, gazeteler yayın kısmında buraları kullanıyoruz. Sosyal medyada yaptığımız paylaşımlar müşterilerin artmasında etkili oluyor, özellikle de *Instagram*.

Pitane, mekânlarının tanıtımını yaparken farklı medya platformlarından yararlanmaktadır. Özellikle görsel öğelere dayalı *Instagram* hesaplarının tüketicinin ilgisini çekme konusunda oldukça etkili olduğunu belirtmektedir. Beğeninin satılmasını hedefleyerek hesaplarından görselliğe dayanan paylaşımlar yapılması mekânın tüketici sayısını arttırmaktadır.

Paul Virilio, *Enformasyon Bombası* adlı eserinde, 19. yüzyıla ait basit *duyuru*, 20. yüzyıla ait ihtiyaçları kışkırtan *reklam* ve 21. yüzyılın ise tamamen *iletişim* olmaya hazırlandığını belirtmektedir (2003: 21). Bu bağlamda görüşülen mekânların verdiği bilgiler göz önünde bulundurulduğunda gıda üzerine kurulu olan mekânlar piyasada yaşanan değişimler ve ekonomik nedenlerden dolayı sosyal medya kullanımında aktif olmadıklarını belirtmektedir. Tasarım üzerine kurulu olan mekânlar ise sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmakta ve tüketicinin ilgisini çekerek mekânı ziyaret etmelerini sağlamaktadır. Tasarım temalı mekânlar Galataport projesi kapsamında Karaköy'ün değerleneceği üzerine düşünülerek, planlamalar yapılarak açılmış olan mekânlardır. Burada mekânın kapitalist saiklerle hem üretimi hem de tüketimi eş zamanlı işlemektedir. Sistemin kendisini yeniden üretmesi sürecinde hem genelde Karaköy'ün küresel kent İstanbul'un bir semti olarak tasarımı hem de özelde ele alınan mekânların kendilerini kapitalist sistemin üretim ve tüketim sistemleri içerisinde tanımlamaları etken olmaktadır.

Sonuç

Küresel kent kavramı toplumsal mekânın küresel düzeyde tüketim ekonomisi içerisinden tanımlanmasının bir parçasıdır. Hizmet ve medya sektörlerinin eko-

nomik yapılanma içerisinde öne çıktığı küresel kentlerde mekânsal farklılaşmaya eşlik eden tüketim hiyerarşisindeki farklılaşma gündelik hayat içerisinde tabakalaşmanın sebebi olarak öne çıkmaktadır. Kapitalizmin enformasyonel bir hale büründüğü günümüzde sosyo-ekonomik sistemin devamlılığı açısından küresel kentler mal, hizmet, sermaye ve imge akışının merkezleri konumundadır. Küresel kent olarak kurgulanan Karaköy'de ise turizm ve hizmet sektörünün gelişimi mekânsal pratiklerde görünürlük kazanmaktadır.

Mutenalaştırma çalışmaları kapsamında semtlerdeki yıkım ve yenileme planları İstanbul'un bir vitrin olarak tasarlanması ve sunulmasında oldukça önemlidir. Kentsel mekânın dönüşüm sürecinde Karaköy'de piyasada yaşanan değişimlere bağlı olarak mekânsal düzenlemelerin yapılması dönemsel olarak belirlenen hedef kitleye ve mekânda sunulan ürünlere göre değişiklik göstermektedir. İstanbul'da yaşanan dönüşüm, kentsel mekânların tasarlanması ve medya aracılığıyla görsel unsurlara yer verilerek pazarlanması sürecinde tasarım kent ve gösteri kent temalarında mutenalaştırma çalışmalarını kapsamaktadır. Karaköy'de de bu bağlamda yapılan planlama projelerinde kentsel alanda mekânsal farklılaşma süreci görünürlük kazanmaktadır.

Karaköy popüler kültürün içerisinde tüketim ekonomisine eklemlenmiş bir mekânsal pratik olarak öne çıkmaktadır. Dergi, gazete haberi ya da *blog* benzeri tüm platformlarda tarihsel öneme sahip bir mekânın tüketim kültürünün güncel eğilimleri üzerinden tanımlanması ilgi çekicidir. Tüketim sosyolojisi alanına ait birçok söylem Karaköy örneğinde bir araya gelmektedir; bir yanda mekânsal pratiklerin fiziksel tüketimi ve farklı tüketim deneyimleri bulunurken diğer yanda yaratılan eklektik mekânsal pratikler içerisinden mekânın tasarımsal boyutta tüketimi ve ambiyansın içselleştirmesi süreci bireysel düzlemde beraber işlemektedir.

Bu çalışmada küresel kent kurgusunun bir örneğini oluşturan Karaköy semti ilgili kuramsal perspektif üzerinden irdelenmiş ve küresel kentin taşımış olduğu özelliklere sahip olduğu görülmüştür. Bölgedeki hizmet sektörünün gelişimi, tüketicilerin ve turistlerin mekânları deneyimlemeleri için verilen önem ve mekân tasarımlarında profesyonel ya da kişisel zevklerin kullanılarak farklılaştırma yaratılması ilk göze çarpan öğelerdir. Ayrıca tüm mekân tasarımlarında ve tüketim sürecinde görsel öğelerin ön planda olması Karaköy'ün tüketim ekonomisi içerisinde pazarlanmasına yönelik bir çabanın sonucu olarak yorumlanabilir. Semtin dönemin güncel beğeni ve eğilimleri içerisinde yeniden üretim sürecinde medya işlevsel bir konumda durmaktadır. Neoliberal dönemde kentsel mekânların üretim ve tüketim süreçlerinde kapitalist sistemin hem mekânsal pratikleri hem de bu pratikler içerisindeki toplumsal ve kültürel yaşamı aynı doğrultuda rasyonel olarak planlayıp yönettiği görülmektedir.

Kaynakça

Bal, H. (2014). *Sosyolojide yöntem ve araştırma teknikleri.* Ankara: Sentez Yayınları.

Baudrillard, J. (2013). *Amerika* (O. Adanır, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

----------(2020). *Tüketim toplumu* (O. Adanır, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Braudel, F. (2017). *Maddi uygarlık mübadele oyunları* (M. A. Kılıçbay, çev.). Ankara: İmge Kitabevi.

----------(2020). *Kapitalizmin kısa tarihi* (İ. Yerguz, çev.). İstanbul: Say Yayınları.

Cahill, D. ve Konings, M. (2019). *Neoliberalizm* (O. Orhangazi, çev.). Ankara: Ütopya Yayınevi.

Castells, M. (2006). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür ikinci cilt: Kimliğin gücü* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Febvre, L. (1995). *Uygarlık, kapitalizm ve kapitalistler* (M. A. Kılıçbay, çev.). Ankara: İmge Kitabevi.

Fülberth, G. (2018). *Kapitalizmin kısa tarihi* (S. Usta, çev.). İstanbul: Yordam Kitap.

Harvey, D. (2015). *Neoliberalizmin kısa tarihi* (A. Onacak, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

----------(2019). *Yeni emperyalizm* (A. N. Bingöl, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

----------(2019). *Postmodernliğin durumu* (S. Savran, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

----------(2019). *Sosyal adalet ve şehir* (M. Moralı, çev.). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Jessop, B. (2005). *Hegemonya, post-fordizm ve küreselleşme ekseninde kapitalist devlet* (B. Yarar ve A. Özkazanç, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Lefebvre, H. (2019). *Mekânın üretimi* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

----------(2020). *Şehir hakkı.* (I. Ergüden, çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.

Marx, K. ve Engels, F. (2012). *Komünist manifesto* (İ. Bahar, ed.). İstanbul: Sayfa Yayınları.

Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo.* Princeton New Jersey: Princeton University Press.

Sennett, R. (2017). *Yeni kapitalizmin kültürü* (A. Onocak, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Soysal, L. (2011). Kentin geleceği/gelecekleri: Yeni yüzyıla uyumlu İstanbul. D. Göktürk, L.Soysal ve İ. Türeli (eds.), *İstanbul nereye? Küresel kent, kültür, Avrupa* (380-400). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Urry, J. (2018). *Mekânları tüketmek* (R. G. Öğdül, çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Wallerstein, I. (2000). *Bildiğimiz dünyanın sonu: Yirmi birinci yüzyılın sosyal bilimi* (T. Birkan, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

----------(2003). *Liberalizmden sonra* (E. Öz, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Wood, E. M. (2003). *Kapitalizmin kökeni geniş bir bakış.* (A. C. Aşkın, çev.). Ankara: Epos Yayınları.

Veblen, T. (2005). *Aylak sınıfın teorisi* (Z. Gültekin, ve C. Atay, çev.). İstanbul: Babil Yayınları.

Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası* (K. Şahin, çev.). İstanbul: Metis Yayınları.

Yıldırım, C. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de neoliberalizm.* İstanbul: Ketebe Yayınları.

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onam formu imzalatılmıştır.
Etik Kurul Onayı: T.C. Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurul Başkanlığı'nın 30/04/2021 tarih ve 61351342/Nisan 2021-93 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.
Yazar katkı oranları: Burcu Aksu (%50), Cem Tutar (%50).

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent.
Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from Uskudar University Non-Entrepreneurial Ethics Committee with report number 61351342/Nisan 2021-93 on 30/04/2021.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.
Author contribution rate: Burcu Aksu (50%), Cem Tutar (50%).

ARAŞTIRMA MAKALESİ

"SAÇMA OLAN AŞKIMIZMIŞ"* : *ARABESK* VE DEĞİŞEN SEYİRCİ PSİKOLOJİSİ**

Seçkin SEVİM*, Bilgen AYDIN SEVİM******

Gönderim Tarihi: 11.08.2021 - Kabul Tarihi: 22.09.2021

Sevim, S. ve Aydın Sevim, B. (2021). "Saçma Olan Aşkımızmış": *Arabesk* ve Değişen Seyirci Psikolojisi. *Etkileşim*, 8, 132-158. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.141

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Ertem Eğilmez (1929-1989), seyircinin nabzını tutma konusunda sıra dışı bir yeteneğe sahipti. Eğilmez, sinemacılık kariyerinin ilk yıllarındaki kısa süreli bocalamadan sonra *Sürtük* (1965) filmiyle büyük bir çıkış yakaladı. Bu başarıyı 1970'li yıllar boyunca sürdürdü. Aile seyircisi sinema salonlarından uzaklaşınca Yeşilçam'ın çarkları bu kez lümpen seyircilerin beklentilerini karşılamak için dönmeye başladı. 1970'li yılların ikinci yarısına damga vuran yerli seks filmlerinin üretimi, 12 Eylül Askerî Darbesi ile birdenbire sona erdi. Ortaya çıkan boşluğu arabesk filmler doldurdu. Eğilmez, 1980'li yıllarda müzik ve film piyasasına hâkim olan arabesk furyasını son filmi *Arabesk*'te (1989) kıyasıya eleştirdi. Bu çalışmada, *Arabesk* filmi sinemasal söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın amacı, *Arabesk* filminin, seyir zevki gelişmiş, arabesk kültüre ve Yeşilçam melodramlarına mesafeli duran potansiyel bir seyirci kitlesini açığa çıkardığını ortaya koymaktır. Yeşilçam'ın sonunu ilan eden *Arabesk* filmi, yeni bir sinemanın ve yeni bir seyirci psikolojisinin miladı olur. Geçmişte ebeveynlerinin gözyaşı döktüğü hikâyelere kahkahalarla gülen bu seyirci, klasik Yeşilçam seyircisinden oldukça farklıdır. Mağduriyet söylemini ve kendine acımayı reddetme, fail olma ve kendi sorunlarını çözebilme bu seyirci kitlesinin temel psikolojik özellikleridir.

Anahtar Kelimeler: Yeşilçam, *Arabesk*, absürt komedi, seyirci psikolojisi.

** Arabesk (1989) filminde Müjde ile Şener karakterleri arasında geçen bir konuşmadan alınmıştır.*

*** Bu çalışma, özet olarak 4th Cultural Informatics, Communication & Media Studies Conference Proceedings E-book'ta yayımlanmıştır.*

***Doçent Doktor, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
seckinsevim75@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5992-8645
****Doktor Öğretim Üyesi, Sakarya Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
bsevim@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3799-1173

RESEARCH ARTICLE

"IT WAS OUR LOVE THAT WAS RIDICULOUS"* : *ARABESK* AND CHANGING AUDIENCE PSYCHOLOGY**

Seçkin SEVİM*, Bilgen AYDIN SEVİM******

Received: 11.08.2021 - Accepted: 22.09.2021

Sevim, S. ve Aydın Sevim, B. (2021). "Saçma Olan Aşkımızmış": *Arabesk* ve Değişen Seyirci Psikolojisi. *Etkileşim*, 8, 132-158. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.141

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

Ertem Eğilmez (1929-1989) had an extraordinary ability to feel the pulse of the audience. After a short period of fluctuation in the first years of his film-making career, Eğilmez made a big breakthrough with *Sürtük* (1965). He maintained this success throughout the 1970s. As the family audience held back from the movie theaters, the wheels of Yeşilçam started to turn to meet the expectations of the lumpen audience this time. Production of sex movies that marked the second half of the 1970s were cut off suddenly by the 1980 Turkish Military Coup d'état. The emergent gap was filled by arabesque films. Eğilmez fiercely criticized the arabesque trend that dominated in the music and film markets in the 1980s in his latest film *Arabesk* (1989). *Arabesk* were examined by the method of cinematic discourse analysis in this study. This study aims to put forward that *Arabesk* revealed a potential audience that has a good taste in films and stays away from arabesque culture and Yeşilçam melodramas. *Arabesk*, which announced the end of Yeşilçam, became the turning point of a new cinema and a new audience psychology. This audience, who laughs at the stories that their parents shed tears in the past, is quite different from the classical Yeşilçam audience. The rejection of victimization discourse and self-pity, being an actor and being able to solve their own problems are the main psychological characteristics of this audience.

Keywords: Yeşilçam, *Arabesk*, absurd comedy, audience psychology.

** It is taken from a conversation between Müjde and Şener in Arabesk (1989).*

*** This study has been published as an abstract in the 4th Cultural Informatics, Communication & Media Studies Conference Proceedings E-book.*

***Associate Professor/PhD, Marmara University, Faculty of Fine Arts, seckinsevim75@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5992-8645
****Assistant Professor/PhD, Sakarya University, Faculty of Art, Design and Architecture, bsevim@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3799-1173

Giriş

"Hep pembe dünyalar gösterdim. Burada günah çıkarıyorum."
Ertem Eğilmez (akt. Çakmakçı, 2019: 150)

Ertem Eğilmez (1929-1989), 1980'li yıllarda müzik ve film piyasasına hâkim olan arabesk furyasını son filmi *Arabesk*'te (1989) kıyasıya eleştirir. Bir zamanlar kendisinin de sıkça başvurduğu Yeşilçam Sineması'nın klişelerini cesurca parodileştirir. Giovanni Scognamillo (1998: 442), Arzu Film ekibinin espri anlayışıyla şekillenen *Arabesk*'in bir "taşlama sorgulama" niteliği taşıdığını ve Eğilmez'in geçmişin melodramlarını bir komediye dönüştürdüğünü dile getirir. Sinemasal anlatımı ve popüler içeriği açısından tartışma konusu olan *Arabesk* filmi seyirci ve gişe rekoru kırar (Dikiciler, 2002: 77; Scognamillo, 1998: 442).

Türk Sineması'nda ekol yaratan az sayıdaki yönetmenden biri olan Eğilmez'in *Arabesk* filmi ile yakaladığı başarının arkasında seyircinin psikolojisini iyi çözümlemiş olması yatmaktadır. Nezih Erdoğan'ın (2001: 219) da ifade ettiği gibi, "Herhangi bir sinemayı, bir ulusun, bir auteur'ün ya da bir türün sinemasını seyircisiyle vardığı mutabakat, hatta düştüğü ihtilafları belirlemeden tümüyle anlamak hiçbir zaman mümkün olmayacaktır". Ne var ki Türk Sineması, insan psikolojisiyle iletişim kurmayı başaramamış bir sinemadır (Sözen, 2009: 146). Yerli sinema, Türk toplumunun ya da insanının duygularını gerektiği şekilde işleyememiştir (Engin, 1965: 5). Eğilmez, sergilediği performansla bu eleştirilerin dışında kalmayı başarmıştır. 1980'li yıllarda ciddi bir dönüşüm geçiren toplumun ruhunu keşfetmek için yeni yollar aramıştır (Çevikalp, 2007: 61).

Arabesk filmi Yeşilçam melodramlarının ölüm ilanıdır. *Arabesk*'le birlikte "melodramatik kip" Yeşilçam'ın parodisi olarak kullanılmaya başlanır (Akbulut, 2008: 114). Yeşilçam melodramlarının yarattığı "mağduriyet hikâyesi" (Gürbilek, 2008: 10), *Arabesk* filminde absürt bir komediye dönüşür. Bu noktada Nurdan Gürbilek'in (2008) de ortaya koyduğu gibi, "patetik" ile "trajik" kavramları arasındaki farkı dikkate almak gerekir. Patetikte "daha baştan kaderin sillesini yemiş" olanın acısı, trajikte ise "kadere başkaldıran kahramanın bu seçimi yüzünden çektiği acı" belirleyicidir (2008: 59). Bireyin doğaya yansıttığı yoğun duygular "patetik yanılgı[1]" yaratır: "Ağlayan ırmak" ve "zalim gece" gibi (2008: 53). Eğilmez, *Arabesk*'te bu patetik bireyin eleştirisini yapar. Abartılı ve inandırıcı olmayan *pathos*'un alanından gülünç ve basmakalıp *bathos*'a kayılır (Gürbilek, 2008: 60). Gürbilek'in (2008) "gözü yaşlı melodramları abartarak taklit eden 'alaylı-patetik'" (70) dediği bir durum ortaya çıkar. *Arabesk*'in seyircisi, Yeşilçam'ın masalsı dünyasıyla avunabilecek bir seyirci değildir. Yeşilçam'ın tipik anlatılarına gülen, genç, deneyimli ve eleştirel bir kitledir (Scognamillo, 2011: 341). Giovanni Scognamillo (1998: 427-428), bu yeni sinemanın yeni kitlesi hakkında şu öngörülerde bulunur:

Acaba yeni bir sinemanın yeni ve çağdaş, deneylere açık seyircisi oluşmadı mı? Hiç

[1] İlk olarak on dokuzuncu yüzyılda İngiliz eleştirmen John Ruskin tarafından kullanılan bu kavram, insanın doğa ve cansız nesnelere karşı hissettiklerinin onların özelliğiymiş gibi yansıtılması anlamındadır. (Gürbilek, 2008: 53).

kuşkusuz ki oluştu, daha doğrusu harekete geçti, çünkü zaten vardı, ama bir çeşit pasif direnişin içindeydi. Bu seyirci kendisine uygun ürün verildiğinde, eğlence sunulduğunda, hareketli masal anlatıldığında (*Arabesk*, *Amerikalı*, *İstanbul Kanatlarımın Altında*, *Eşkıya*, *Ağır Roman*) veya dinsel duygularına seslenildiğinde (*Minyeli Abdullah*, *Yalnız Değilsiniz*, *Bize Nasıl Kıydınız?*) her zaman hazır ve nazırdır.

Ertem Eğilmez'in *Arabesk* filmini seyirci psikolojisi bağlamında ele alan bu çalışma, Türkiye'de sinema seyircisi profilinin dönüşümü konusundaki literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Sinemasal söylem çözümlemesi yönteminin kullanıldığı bu çalışmanın amacı, *Arabesk* filminin, seyir zevki gelişmiş, arabesk kültüre ve Yeşilçam melodramlarına mesafeli duran potansiyel bir seyirci kitlesini açığa çıkardığını ortaya koymaktır. Bu çerçevede cevabı aranan sorular şunlardır:

1. Yeşilçam aile seyircisinin özellikleri nelerdir?
2. *Arabesk* filminin gösterime girdiği dönemde seyirciden gördüğü yoğun ilgi neyin göstergesidir?
3. *Arabesk* filmine ilgi gösteren seyirci kitlesinin temel psikolojik özellikleri nelerdir?
4. Yeşilçam aile seyircisi ile *Arabesk* filminin seyirci kitlesi arasındaki belli başlı farklılıklar nelerdir?

Çalışmanın kuramsal çerçevesini, "Yeşilçam aile seyircisinin psikolojisi", "Ertem Eğilmez'in sıra dışı yeteneği" ve "Yeşilçam'ın derinleşen krizi" eksenindeki değerlendirmeler oluşturmaktadır.

Yeşilçam Aile Seyircisinin Psikolojisi

1960'lı yıllarda Yeşilçam'a altın çağını yaşatan aile seyircisidir. Giovanni Scognamillo (1998: 427), 1950-1960 yılları arasında bu seyirci kitlesinin orta sınıf olduğunu, genelde kırsal alanda yaşayanlardan ve ailelerden oluştuğunu ifade eder. Atıf Yılmaz'ın "Bir erkek sinemaya tek başına gider, bir kadın bütün mahalleyi götürür."[2] ifadesi, kadın seyircilerin bir hedef kitle olarak önemini ortaya koyar. Yeşilçam'ın duayen senaristlerinden Bülent Oran, bir söyleşide "Kadınlar, yaşamın yükünü sırtlarında taşıyan, genelde ihmal edilmiş, çocuklarının peşinde koşturan; mutfak, çamaşır ve diğer ev işlerinden bıkıp usanan kişilerdi ve sinema onlar için, iki saatçik de olsa, dertlerini unuttukları bir 'düş'ler salonuydu." (F. Oran, 1998: 96) şeklindeki ifadesiyle dönemin kadın seyircisinin özelliklerini sıralar. Nitekim Yeşilçam filmlerindeki "fedakâr kadın" (Akbulut, 2008: 15) imgesi de kadın seyircinin profili ile uyumludur. Yeşilçam Sineması'nda senaryoların içeriği seyircinin kadına bakışını belirler (Sevim, 2019b: 72): "Yalnızca tek erkek sever. Tek erkeğin olur. Başkası el süremez. Sürerse filim yatar. Ama böyle olmasını isteyen seyirciler arasında dokunulmamış kadın yok

[2] Neşe Kaplan (2004), *Aile Sineması Yılları 1960'lar* adlı çalışmasının arka kapağında bu ifadeye yer verir.

mu? Dolu elbet. Fakat gene de perdede seyrettiği kadından örnek davranışlar bekler" (B. Oran, 1973: 24).

Dönemin aile seyircisi yerli sinemayla sıcak bir ilişki kurar (F. Oran, 1998: 97). İnsanlar samimi bir ortamda izledikleri bu filmlere sanki kendi evlerindeymiş gibi tepki verirler: "Yazlık sinemalarda izlenilen filmlerde güzel şeyler oldu mu bir alkış tufanı kopardı. Herkesin yüzünde masum bir gülümseme oluşur ve sevinçten yanındakine sarılırdı. Kötü şeyler oldu mu sesler yükselmeye başlardı" (H. Yağcı, 2020: para. 3).

Resim 1. Yeşilçam seyircisi (Yağcı, 2020)

Engin Ayça (1985: 82), halkın talebine dayanan bir sinema olan Yeşilçam'da seyircinin genel eğilimlerinin hesaplanarak filmler üretildiğini vurgular: "Filmin üretimini, ekonomik açıdan besleyen seyirciler, yani halk yığınları, kültürel bakımdan da damgasını bu filmlere doğal olarak basmıştır. Bu nedenle, seyircilerin kültürel konumlarını irdelemek, Türk filmlerini anlamakta ve nitelendirmekte ilk adımlar olmalıdır". Serpil Kırel (2012), seyircinin beklentisinin Yeşilçam hikâyelerinin oluşumundaki etkisine dikkat çeker. "Tanıdıklık" ve "aşinalık" kilit kavramlardır. Seyircinin kendini güvende hissetmeye ve her şeyin aynı kaldığını bilmeye ihtiyacı vardır (117-118).

Yeşilçam'ın önde gelen senaristlerinden Safa Önal (2014), "Eğer onlara istediklerini, gördüklerini, yaşadıklarını, hissettiklerini, kendi doğrularını aktarmasanız size kapanırlardı. Ama kapanmadılar. Demek ki onlarla beraber baktım ben... Doğru baktım..." sözleriyle seyirci beğenisiyle ilgili öngörülerinde başarılı olduğunu ortaya koyar. Bülent Oran da Safa Önal gibi seyirci kitlesinin psikolojisini yakalamaya özel bir önem vermiştir. Bülent Oran (1973: 21), sinema eleştirmenlerinin yerli filmlerin düzeyinin düşüklüğü konusunda senaryo yazarlarını sorumlu tutmalarına şu sözlerle karşılık verir:

> Doğru, güzel istek bunlar, ama sanıldığı kadar da kolay değil. Koskoca bir devletin, koca bir eğitim ordusunun ve ileri görüşlü düşünürlerimizin yapmaları gereken bir görevi, yalnızca Yeşilçam'dan, yapımcı ve senaryocudan beklemek ne dereceye kadar doğru bilemiyorum, iyi bir film elbette yapılacak bizde, inanıyorum buna. Ama bu bir aşama, zaman ve ortam sorunudur her şeyden önce. Anadolu'da köylüye çarık yerine rugan ayakkabı satamıyorsak, alışılmış düzeni bir anda kırıp hem sanat yönü üstün hem para getirecek filmi yapmak şimdilik sanıldığı kadar kolay değil.

Sözlü kültüre yaslanan Yeşilçam Sineması, "okuma yazma alışkanlığının zayıf olduğu bir toplumda kitlelerin hayatla bağını kuruyor ve geleneksel dünya görüşünü onaylayan hikâyeler anlatıyordu" (Aydın Sevim, 2016: 32). Rahime Sezgin (2002) de halkın ortak kültürünün sinema sayesinde oluştuğuna, Safa Önal ve Bülent Oran'ın hayallerinin toplumu etkilediğine dikkat çeker: "Pelikülde hayat bulan fakir ama gururlu âşık tiplemeleri, karakter zaaflarından arınmışlıklarıyla takdir topladı yıllarca. Sevgilisi için ölümü bile göze alabilecek olan yakışıklı karakterler genç kızların rüyalarını süsledi. Zengin adam ise genelde kötü olanı temsil etti" (63). Sezgin (2002), Sezen Aksu'nun "Hiçbir zaman zengin birini sevemedim çünkü bana hep Türk filmlerindeki kötü zengin adamları hatırlattılar." (64) sözünü dönemin melodram kalıplarının kitlelerin bilinçaltındaki yansıması olarak değerlendirir.

Melodram, yalnızca Yeşilçam Sineması'nın değil, başta Hollywood Sineması olmak üzere geniş kitlelere ulaşan pek çok ülke sinemasının beslendiği temel türlerden biridir. Carla Marcantonio'ya (2015: 1) göre, duyularımızın katılımını sağlayan bir tür olarak melodram, gözyaşlarına boğulmaktan öfkemizi dizginlemeye, umudu kamçılamaktan empati ve adalet duygumuzu harekete geçirmeye kadar pek çok işleve sahiptir. Bunun için melodram yaşadığımız dünyaya ilişkin bir anlayış üretmenin kalıcı aracıdır (2015: 1). Seyircinin melodramla kurduğu duygusal bağ, bir tür suç ortaklığıdır ve bireyleri toplumların aktif birer katılımcısı kılar (2015: 1). Özellikle aile ilişkileri ve talihsiz âşıklar etrafındaki olay örgülerinde melodramatik unsurlar net biçimde görülür (Elsaesser, 1991: 70).

Hasan Akbulut (2012), Yeşilçam Sineması'nın oyunculuk, görsel-işitsel düzenlemeler ve diyaloglar açısından abartılı özellikler taşıdığına vurgu yapar. Melodramın her şeyi anlatmak konusundaki ısrarı müzik ve mizansenle de ortaya konulur (2012: 16). Filmdeki karakterlerin haykırması ya da hüngür hüngür ağlaması da bu yüzdendir (Akbulut, 2008: 14). Oğuz Adanır (2012: 11), çocukluk yıllarında seyrettiği melodramlardan belleğinde kalan tek izin salondaki "hıçkırık ve ağlama sesleri" olduğunu söyler. Dilek Tunalı (2006: 44), melodramlarda seyircinin özdeşleştiği bir duygu durumu yaratıldığını, birbirine âşık kadın ve erkek karakterlerin engelleri aşmak zorunda kaldıklarını, aralarındaki "yanlış anlama"lardan dolayı birbirlerinden uzaklaşan karakterlerin "tesadüf eseri" bu yanlış anlaşılmaları giderdiklerini ve hayatlarının sonuna dek "mutlu olma ideali" yaratıldığını ifade eder.

Yeşilçam'da "mutlak iyilerin mutlak kötülerle karşı karşıya geldiği ve sonuçta daima iyilerin kazandığı, masalsı ve melodramatik hikâyeler" (Sevim, 2015: 214) seyirci kitlesinin ortak beğenisidir. Melodramlar, "Bu kötü neden kötü?" şeklindeki sorgulamalardan yoksundur (Akbulut, 2008: 13). Nijat Özön (1995), "Yeşilçam Sineması" kavramsallaştırmasının Türk Sineması'ndaki tüm olumsuzlukların bir simgesi olduğunu şu sözlerle vurgular: "Karagözdeki kadar kalıplaşmış tipler, kalıp öyküler, kalıp durumlar, ağdalı melodramlar, çapraşık entrikalar, akıl almaz rastlantılar, gözyaşı ticareti, yoksul kız-zengin oğlan ya da tersi, ağa-yoksul sevgililer üçgeni, kitabi konuşmalar, beyaz ya da pembe

diziler, din ticareti...” (1995: 32). Özön (1995: 146-147), film adları ve konuları ile sinemadaki eğilimler arasında bir bağlantı kurulabileceğini iddia eder. Bunun için 1958 yılına kadar yapılan 676 film adından 311’ini sınıflandırır (1995: 147). Bu filmlerden 254’ü “acı, ıstırap, gözyaşı ve kader” kelimelerini içermektedir (1995: 151). Bu da Türk Sineması’nda melodramların ne kadar önemli bir yer tuttuğunu gösterir. Bülent Oran, seyircinin bol gözyaşı dökmesinde “insanı güldürürken ani bir çalımla ağlatmanın etkisi”ne işaret eder (Türk, 2004: 225). Tülay Çelik’in (2021: 21) ifade ettiği gibi, seyircinin bu tür filmleri seyretmek üzere sinemaya gitmesi için filmlerin adı dahi yeterli olmuştur. Adında “kader” geçen filmlere odaklanan Çelik, seyircinin henüz filmi seyretmeden bu melodramatik evrene teslim olduğunu ileri sürer (2021: 21).

Özön (1995: 139-140), sinemacıları melodrama sevk edenin seyirciyi kolay yoldan yakalamak olduğunu iddia eder ve melodram alışkanlığını sağlam bir sinema yapıtı üretmek isteyen sinemacının en büyük düşmanı olarak görür. Yeşilçam melodramları bir “kaçış sineması” (1995: 158) yaratır. Özön (1995: 159), denetleme ve yapımcı zihniyetinin yanı sıra sektörün işleyişinden kaynaklanan baskılar ve kültürel geri kalmışlığın da kaçış sinemasının örneklerinin çoğalmasına yol açtığını ifade eder. Özön’e (1995: 159) göre, “Anadolu böyle istiyor!” denilerek üretilen filmlerin niteliksizliği mazur gösterilir. Dağıtımcılar ve salon sahipleri, seyirciyi belli oyuncu ve senaryo kalıplarına yönlendirir (1995: 46). Özön (1995: 46), tüm bunlara sektörün istikrarsız ekonomik koşullarını da ekler. Dilek Kaya Mutlu (2001: 214), seyircilerin homojen bir yapı olarak düşünülmesine karşı çıkarak “halkın gerçekleri” gibi genelgeçer nitelendirmelerin “gölge kavramlar”a dönüştüğüne vurgu yapar. Tanju Akerson (1965: 63) da yapımcı ve yönetmenlerin düzmece bir seyirci sorunu yarattıklarını, aslında sorunu seyircide değil, kendilerinde aramaları gerektiğini ileri sürer. Akerson (1965: 63), yerli sinemacıların yarattıkları bu illüzyonu “seyirci psikozu” olarak isimlendirir.

Giovanni Scognamillo (2011: 200), Türk Sineması’nın kurtulması ve Türk seyircisinin daha iyi filmler görmesi için sinema yazarlarına ve eleştirmenlerine ağır bir sorumluluk düştüğünü dile getirir. İyi senaryolardan yoksun, teknik açıdan yetersiz, kültür düzeyi düşük bir sektör ve Amerikan filmlerinin etkisi altındaki yerli sinema seyircisini Türk Sineması’nın gelişiminin önündeki engeller olarak görür (2011: 216). Yeşilçam’ın hedef kitlesi, fazla eğitimli olmayan, eleştirellikten yoksun, sinemadaki gerçekliğe teslim olan naif seyircilerdir (2011: 296). Bu anlamda Yeşilçam, daha çok duygu yüklü, klişelere dayalı, kolay anlaşılır, dram ile melodramı harmanlayan bir sinemadır (2011: 296).

Türk seyircisinin kişiliği üzerine değerlendirmeler yapan Hasan Gürdal, Davit Fresko ve Suat Karantay (1967: 19), seyirci beğenisinin yükseltilmesi meselesinin eğitimle ilgili olduğuna işaret ederler. Dönemin seyircisiyle ilgili bir nabız yoklaması yapılmadığını, seyirciye gideceği filmi seçme konusunda pek de hak tanınmadığını ve ne verilirse onu kabul eden bir seyirci kitlesi ön yargısıyla hareket edildiğini ileri sürerler (1967: 15).

Vecdi Sayar (1982: 53), "Türkiye'de Sinema Seyircisinin Gelişimi" başlıklı açık oturumda film eleştirmenlerinin sinema konusundaki bilgi ve birikimlerinin artırılmasıyla seyircinin beğeni düzeyinin yükseltilebileceğini ifade eder. Türk Sineması'nın kurtuluşunun kalıpları değiştirmekle mümkün olduğunu savunan Giovanni Scognamillo'ya (1998: 424) göre, kaybedilen seyirci kitlesini tekrar sinemaya çekmek ya da yerine yeni bir seyirci kuşağı yaratmak gerekir.

Ertem Eğilmez'in Sıra Dışı Yeteneği

Babıali'de uzun yıllara dayalı bir yayıncılık tecrübesi olan Ertem Eğilmez, seyircinin nabzını tutma konusunda sıra dışı bir yeteneğe sahiptir. Eğilmez, yetenekli gençlerle tecrübeli sinemacıları bir araya getiren üretken bir ekip kurar. Arzu Film ekibi, o zaman Gümüşsuyu'nda bulunan ofiste toplanıp sabahtan akşama kadar eğlenceli bir ortamda çalışarak birçok projeye imza atar (Göl, 2015: 81).

Resim 2. Ertem Eğilmez'in senaryo okulu (Deniz, 2018)

Arzu Film, 1960'tan 1987 yılına kadar 94 film yapar (Dikiciler, 2002: 26). Arzu Film'in bu başarısının temelinde bugün benzerine pek rastlanmayan bir kolektif çalışma ve üretim süreci yatar (2002: 32). Osman Dikiciler'e (2002: 8) göre, "okul kimliğine bürünmüş son derece özel yapısıyla sinemamıza çok sayıda oyuncu, senarist ve yönetmenin yetişmesine katkıda bulunan 'Arzu Film', sadece bu özelliği ile dahi Türk sinemasında oldukça önemli ve saygın bir yere sahiptir". Eğilmez, sinemacılık kariyerinin ilk yıllarındaki kısa süreli bocalamadan sonra klasik bir Yeşilçam melodramı olan *Sürtük* (1965) filmiyle büyük bir çıkış yakalar. Başrollerini Türkan Şoray ve Cüneyt Arkın'ın paylaştığı bu filmin Hülya Koçyiğit ve Göksel Arsoy'lu renkli versiyonunu 1970 yılında çeker. Eğilmez, yönetmen ve yapımcı olarak sektörde tutunma çabasının bir sonucu olan bu durumu şu sözlerle ifade eder: "Aynı filmi iki kere çekmek, çok acı bir şey oluyor, bir ıstırap" (1974: 17).

Eğilmez, *Sürtük* (1965) ile yakaladığı başarıyı -gişede hayal kırıklığı yaratan *Canım Kardeşim* (1973) filmini istisna kabul edersek- 1970'li yıllar boyunca sürdürür. Bu dönem aynı zamanda yerli sinemadaki krizin giderek derinleştiği

yıllardır. Eğilmez, 1970'lerin kaotik Türkiye'sinde *Hababam Sınıfı* serisini geniş bir seyirci kitlesiyle buluşturur. "Halkın beğenisiyle ve değerleriyle bağlantı kurabilmiş nadir yönetmenlerden biri" olan Eğilmez, komedi ile duygusallığı kesiştirmeyi başarır (Sayıcı, 2015: 26). Bir yandan şartlara duyarlı, bir yandan da şartları zorlayan Eğilmez'in sineması, yerli sinemanın özelliklerini yansıttığı gibi sinema anlayışını da değiştirir (2015: 26). Arzu Film tarafından 1970'li yılların ikinci yarısında üretilen *Bizim Aile* (1975), *Gülen Gözler* (1977) ve *Neşeli Günler* (1978) gibi santimantal aile komedileri bugün de ilgiyle izlenen filmler arasındadır (Sevim, 2019a). Ertem Eğilmez, insanların yarınından endişe ettiği ve sinemadan uzaklaştığı bir dönemde toplumun psikolojisini çok iyi anlamış; kitlelere umut, iyimserlik ve empati duygusu aşılayan filmler yapmış; aile seyircisini sinema salonlarına çekmeyi başarmıştır (Sevim, 2019a). Arzu Film'in güldürüye yaklaşımını "gerçekçi", "doğal" ve "nesnel" olarak nitelendiren Dikiciler'e (2002: 30) göre, bu ekolün ürettiği karakterler oldukça doğaldır ve umutsuzluğu değil, mücadele etmeyi tercih ederler. Alim Şerif Onaran (1994: 185), Amerikan Sineması'nda güçlü olanı alt eden gözü pek küçük insanları anlatan Frank Capra'nın ortaya koyduğu güldürü tarzını Türk Sineması'na getiren kişinin Ertem Eğilmez olduğunu ifade eder.

Sibel Öz (2020: 124), Eğilmez'in Yeşilçam'ın mevcut "yıldız sistemi"ni değiştirme becerisine dikkat çeker. Eğilmez, içlerinde Adile Naşit, Ayşen Gruda, Ergin Orbey, Halit Akçatepe, Kemal Sunal, Metin Akpınar, Müjde Ar, Münir Özkul, Şener Şen, Tarık Akan ve Zeki Alasya gibi isimlerin yer aldığı yıldız oyuncuları bir araya getiren filmleri sinemamıza kazandırmıştır. Eğilmez'i unutulmaz kılan, Yeşilçam seyircisinin nabzını tutmaktaki başarısı ve ortalama seyircinin kültürüne yaslanmaktaki yeteneği olmuştur (2020: 131).

Arzu Film, 1980'li yıllarda da önemli projelere imza atmasına rağmen bir duraklama dönemine girer. Erler Film ortaklığıyla çekilen *Arabesk* (1989), Eğilmez'in "vasiyet filmi" olarak kabul edilir (Scognamillo, 1998: 442). Eğilmez, hasta yatağından *Arabesk* filmini yönettiği dönemde de Arzu Film'de yakaladığı sinerjiyi sürdürmeye çalışır.

Resim 3. Ertem Eğilmez'in Arabesk çekimleri (Uluer, 2021)

Arabesk filminin prodüksiyon süreci filmin kendisi kadar absürt durumlar içerir. Eğilmez, Aytekin Çakmakçı'ya filmin görüntü yönetmenliğini teklif ettiği görüşmede hikâyenin maddeler hâlinde özetlendiği bir peçete kâğıdı verir: "1) Şener'le Müjde köyden ayrılır. 2) Kamyoncu Müjde'ye tecavüz eder. 3) Tecavüzcüler kahvesi. 4) Hapishane. 5) Gazinocular kralı Şener'i assolist yapar" (Çakmakçı, 2019: 148). Çakmakçı (2019: 148), *Arabesk*'i ortada bir senaryo yokken çekmeye başladıklarını ve hastalığı yüzünden prodüksiyon sürecinin önemli bir kısmında sette bulunamayan Eğilmez'in verdiği talimatları yerine getirdiklerini ifade eder.

Türker İnanoğlu, Eğilmez'in *Arabesk* projesi için yüzlerce arabesk kaset dinlediğini ve bir o kadar da arabesk film izlediğini dile getirir (Pekman, 2010: 58). İnanoğlu'nun ifadesiyle "Bir türlü kavuşamayan iki sevgilinin trajikomik öyküsünü konu alan *Arabesk*'te, Türk sinemasının iş unsuru olarak kullandığı bütün öğeler senaryoya yansıtıldı" (Akt. Pekman, 2010: 58). Eğilmez, bu filmde köyden kente göç etmiş, henüz şehirli olamamış ve modernleşme sancıları çeken bir toplumun psikolojisini başarıyla yakalar. Cankut Şamlı (1990: 75), "Bin seyirci sinemada çocuklar gibi şendik, bin seyirci o gün dev gibi bir arabesk seyrettik." sözleriyle bu filmin Türk Sineması tarihinde bir dönüm noktası olduğuna dikkat çeker. Şamlı'ya (1990: 75) göre, "1971'de 'Bir Teselli Ver' ile başlayan arabesk türünün 18 yıllık serüveni Ertem Eğilmez'in *Arabesk*'inde özetlenmiştir". Bu anlamda film, "Gerçek bir arabesk antolojisi"dir (1990: 75). Kurtuluş Kayalı (1994: 41), *Arabesk*'in başarısını Eğilmez'in 1980 sonrasındaki kitleyle bağlantı noktalarını iyi kavramasının bir sonucu olarak görür.

Aytekin Çakmakçı (2019: 150), Eğilmez'in *Arabesk* filmi aracılığıyla kendi sinemacılık geçmişiyle hesaplaştığını vurgular. Çakmakçı, Eğilmez'in "Bu, benim hayatımın kolajı" (…). Finali dramatik bitiriyorum. (…) Ama giderken de günah çıkarıyorum. Çünkü halkı aldattım. Hep pembe dünyalar gösterdim. Burada günah çıkarıyorum." (2019: 150) sözlerini aktarır. Çakmakçı, hastalığının ağırlaştığı dönemde Eğilmez'i hayata bağlayanın bu projeyi gerçekleştirme arzusu olduğunu dile getirir. Nitekim Eğilmez, *Arabesk*'in montajı tamamlandıktan üç ay sonra vefat eder. Çakmakçı'nın (2019: 150), "*Arabesk* filmini herkes komedi diye çok beğeniyor, çok gülüyor, defalarca da izliyor. Ama aslında *Arabesk* trajikomedidir, yani Türk toplumunu birebir anlatır. 'Gülerim ağlanacak hâlimize'nin yorumudur." açıklaması, *Arabesk* filminin yerli sinemadaki yerini seyirci psikolojisi açısından yeniden düşünmemizi sağlar.

Yeşilçam'ın Derinleşen Krizi

1970'ler yerli sinemada krizin derinleştiği yıllardır. Türkiye'deki siyasal çatışmalar, insanları gelecek konusunda endişeye sevk etmiş, Kıbrıs Barış Harekâtı (1974) ülkedeki siyasi ve ekonomik krizin derinleşmesine yol açmış, peşinden gelen ekonomik ambargo ise hayat pahalılığını körüklemiştir (Sevim, 2019a). Film maliyetlerinin yükselmesi sonrasında bilet fiyatlarının artması, sinemayı aileler için pahalı bir eğlence hâline getirmiştir (Sevim, 2019a). 1970'li yılların

ikinci yarısında yaygınlaşan televizyon, ailelerin sinema salonlarından uzaklaşmasını hızlandırmıştır (Abisel, 2005: 113). Atillâ Dorsay (1996: 216) yaşanan dönüşümü şu sözlerle yorumlar:

> Türk sinemasının ayağının altındaki toprak sanki kayıyordu. O geleneksel, o vefalı ve sadık seyirci yok olmuştu. Aslında yok olmamıştı, sadece evine kapanmış ve sayıları gitgide artan yerli-yabancı filmleri ve pembe dizileri artık küçük ekrandan izlemekle yetinir olmuştu. Daha çağdaş, daha kentli, daha modern ve daha hali-vakti yerinde bir seyirci kesimi sinemaya gittiğinde kesinlikle yabancı filmleri tercih ediyor, yerli filmlerin yüzüne bile bakmıyordu.

Aile seyircisi zamanla sinema salonlarından uzaklaşınca Yeşilçam'ın çarkları bu kez lümpen seyircilerin beklentilerini karşılamak için dönmeye başlamıştır. Dorsay'ın (1989: 17) da vurguladığı gibi, henüz birkaç yıl önce kadın göğsünün sansürlendiği bir sinema düzeninden Beyoğlu'nun göbeğinde pornografik filmlerin gösterildiği bir ortama geçilmiştir. Şükran Kuyucak Esen (2010: 133-134), bu dönemi, bir yandan o tarihe kadar benzeri görülmemiş derecede muhalif bir tavır içeren siyasal filmler, bir yandan da kalitesiz seks güldürülerinin yapıldığı bir "karşıtlıklar dönemi" olarak nitelendirir. Düşük maliyetli seks filmlerinin piyasaya hâkim olmasıyla birlikte kadın seyirci sinemadan tamamen uzaklaşır, yerini erkek seyirciye bırakır (Abisel, 2005: 75; Kaplan, 2004: 45-46). 1970'li yılların ikinci yarısına damga vuran yerli seks filmlerinin üretimi, 12 Eylül Askerî Darbesi ile birdenbire sona erer. Video teknolojisinin devreye girmesi ve Almanya'daki gurbetçilerin yarattığı taleple birlikte yükselişe geçen arabesk filmler, can çekişen Yeşilçam'ın bir süre daha hayatta kalmasını sağlar.

Nurdan Gürbilek (2001: 25), 1970'lerde doğan, ancak adı 1980'lerde konan arabeskin neye karşılık geldiğini şu sözlerle anlatır:

> 80'lerde arabesk, büyük şehre sızmaya çalışan taşralı kalabalığın sesini duyurma, kendini kabul ettirme, görüntüler piyasasında kendine bir yer edinme, girdiği yabancı kültür içinde yönünü bulma, onu bozma ve kendine benzetme isteğinin adı olduğu kadar, büyük şehrin "asıl" sahiplerinin bu yabancılar akınını geri püskürtme, öncelikle de adlandırma çabasının da adıydı.

Arabesk, büyük şehre gelen ancak köyüne geri dönme imkânı olmayan ne köylü ne de şehirli olabilmiş kitlelere hitap eder (Gürbilek, 2001: 33). Gürbilek, George Simmel'in "yabancı" kavramına referans vererek bu kitleyi "bugün gelip yarın kalan" (2001: 33) olarak nitelendirir. Nazife Güngör (1993: 20) de köy ve kente özgü yaşam tarzının karşı karşıya gelmesinin yarattığı karmaşıklığa "arabesk" adının yakıştırıldığını dile getirir. Murat Belge (1997: 347), kültürümüzde aslolan hüznün arabesk ile devam ettiğini ve giderek daha yoğun bir kederin öne çıktığını ifade eder. Belge'nin (1997: 347) "acılı" olarak tabir ettiği arabesk müzik, insanları kendi iç dünyalarına ve dertlerine yönlendirir. İstekleri yerine getirilemeyen bu kitle kadere sarılır (1997: 355). Vadullah Taş'a (2010: 297) göre, Türk seyircisi acıklı filmleri, gözyaşı dökmeyi ve başkalarının dertlerini görüp kendi dertleri için şükretmeyi sever.

Meral Özbek (1991: 115), arabeskteki gelenekselliğin bir "duygusallık et-

hosu" olarak var olduğunu ileri sürer: "Bu duygusallık ethosu, gündelik hayatın yeni sorunlarını aşina kılmanın aracını oluştururken, aynı zamanda gündelik hayat pratiğine direnmenin de bir yolu olmaktadır" (1991: 115). Arabesk değerler devrimci ruhu içten içe korozyona uğratır. Arabesk kültür, kitlelere var olan düzenin değiştirilemeyeceği inancını empoze eder.

Nesrin Tan Akbulut (2021: 32), arabesk şarkıları düzensizlikten haksızlığa, hayal kırıklığından engellenmeye kadar pek çok özelliği barındıran gerilimli bir dünya imgesi olarak nitelendirir. Bu şarkılarda yineleme ile sloganlara sık rastlanmakta ve mesaj alıcı kitlenin özelliklerine uygun biçimde sunulmaktadır (2021: 32). Düşük bir eğitim düzeyine hitap eden bu müzik anlayışında "ölümle son bulacak çözümsüzlüğü" görmek mümkündür (2021: 32).

Oya Yağcı (2020: 132), bu "acılı" ve "umutsuz" şarkıların bir yandan duygusallık talep ettiğini, bir yandan da şansa bırakılmış bir kurtuluş vaadi taşıdığını vurgular. Bu anlamda Yağcı, Yeşilçam Sineması'nın "duygu ekonomisi"ne dayandığını ve bu ekonominin kırsal kesimden kente göç ile ilişkilendirilebileceğini öne sürer (2020: 133).

Arabesk tartışmalarına entelektüel kesimin olumsuz bir anlam yüklediğini ifade eden Martin Stokes'a (2011: 117-118) göre, "Arabesk Türk devletinin 'modern' olma çabalarının acı verici sınırlarını ortaya koymaktaydı". Stokes (2020: 17), giderek bozulan bir şehri tanımlayan arabeskin âşıkların yalnızlığına, kötü sonlarına ve karmaşık duygu dünyalarına karşılık geldiğini ifade eder. Bireyleri kendi kaderlerine ve yaşadıkları dünyaya lanet okumaya çağıran arabesk, yalnızca bir müzik formu değil, bir "antikültür"dür (2020: 17).

Arabeski merkez ve çevre ilişkileri bağlamında değerlendiren Anıl Sayan (2020: 94) ise daha önce yok sayılan arabeskin 1980'li yıllarda devlet eliyle merkezileştirildiğini ileri sürer. Arabesk bir şarkının Turgut Özal'ın seçim kampanyalarından birinde siyasal iletişim aracı olarak kullanılmasını örnek verir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 1989'da gerçekleştirdiği *1. Müzik Kongresi* kapsamında "acısız, kahırsız ve dertsiz bir arabeskin üretilmesi"ne dair ortak bir karar alındığını hatırlatır (2020: 95).

Yöntem

Ertem Eğilmez, *Arabesk* (1989) filminde geçmişte kendisinin de sıkça başvurduğu Yeşilçam Sineması'nın klişelerini cesurca parodileştirmiştir. *Arabesk*, o zamana kadar Türk Sineması'nda örneği olmayan öncü bir girişimdir. Bu çalışmada *Arabesk* filmi, nitel araştırmanın örneklem seçimine uygun biçimde aykırı olarak nitelendirilebilecek bir duruma karşılık geldiği için seçilmiş ve sinemasal söylem çözümlemesi (*cinematic discourse analysis*) yöntemiyle incelenmiştir. Sinemasal söylem; kurmaca anlatının sözlü, sözsüz, işitsel ve görsel bileşenlerini bir araya getiren sinema diline atıfta bulunur (Chepinchikj ve Thompson,

2016: 1). Bu kavram, tüm sinemasal temsil, anlamlandırma ve iletişim kiplerini kapsar (2016: 1). *Arabesk* filmi, sinemasal söylem çözümlemesinin beraberinde getirdiği çok kodlu yapı dikkate alınarak üç ana kategori altında incelenmiştir: "Yeşilçam melodramlarının parodileştirilmesi", "arabesk kültürün eleştirisi" ve "yerli sinemada absürt komedinin miladı".

Bulgular ve Yorum

Arabesk (1989) filminde, yüzlerce Yeşilçam melodramında işlenen bir motif olan "ağa kızı *Müjde* ile yanaşma oğlu *Şener*'in aşkı" anlatılır. Eğilmez, *Arabesk*'te 1965 ve 1970 yıllarında iki versiyonunu çektiği *Sürtük*[3] filmine gönderme yapar. Eğilmez'in 1965 yılında çektiği siyah beyaz versiyonda başrolleri Türkan Şoray ve Cüneyt Arkın paylaşırken, 1970 yılındaki renkli versiyonda Hülya Koçyiğit ve Göksel Arsoy başrollerdedir. Her iki filmde de kötü adamı Ekrem Bora canlandırır. Ertem Eğilmez'in büyük bir çıkış yapmasını sağlayan *Sürtük*, her anlamda Yeşilçam'ın kodlarını temsil eden bir yapımdır. *Arabesk* filmindeki sözlü, sözsüz, işitsel ve görsel verilerden elde edilen bulgular, çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan "Yeşilçam aile seyircisinin psikolojisi", "Ertem Eğilmez'in sıra dışı yeteneği" ve "Yeşilçam Sineması'nın derinleşen krizi" çerçevesinde yorumlanmıştır.

Yeşilçam Melodramlarının Parodileştirilmesi

Ertem Eğilmez, bir zamanlar kendisinin de sıkça başvurduğu Yeşilçam Sineması'nın klişelerini *Arabesk* filminde cesurca parodileştirmiştir. *Arabesk*'te otuzlu yaşlardaki Müjde Ar ile kırklı yaşlardaki Şener Şen seyircinin karşısına köylü âşıklar olarak çıkar. Eğilmez, filmin açılış sahnesinden itibaren Yeşilçam melodramlarına yönelik eleştirel bir yaklaşım ortaya koyar. Film, Yeşilçam yapımlarından aşina olduğumuz bir anlatıcı ses olan Agâh Hün'ün "Sizlere az sonra büyük, çok büyük, belki de en büyük bir aşkın öyküsünü anlatacağım. Ferhat ile Şirin, Leyla ile Mecnun, Kerem ile Aslı'nın aşkları bile hiç kalırdı bu aşkın yanında. Ağa kızı *Müjde* ile yanaşma oğlu *Şener*'in aşkıdır bu." sözleri ile başlar. Bu başlangıç, seyirciyi melodramların abartılı duygu dünyasına dahil eder.

Filmin açılış sahnesinde çocukluk çağındaki *Müjde* ve *Şener*'i bir fidanın başında görürüz. *Müjde*, birlikte diktikleri fidanı kastederek "Bu fidan yaşadıkça aşkımız da ebediyete kadar yaşayacak değil mi *Şener*? Beni hep seveceksin değil mi *Şener*?" diye sorar. *Şener* de "Elbette seveceğim." diye

[3] Bernard Shaw'un 1913 yılında kaleme aldığı *Pygmalion* oyunu, Mahmut Yesari tarafından *Sürtük* adıyla sahneye uyarlanır ve ilk kez Adolf Körner tarafından 1942 yılında beyaz perdeye aktarılır (Onaran, 1994: 89; Eğilmez, 1974: 18). George Cukor'un yönetmenliğini yaptığı *My Fair Lady* (1964) filmi de *Pygmalion*'un müzikal bir uyarlamasıdır (Teksoy, 2005: 256).

cevap verir. Bunun üzerine *Müjde*, *Şener*'in onu sevdiğini söylemesini ister ve *Şener*'in göğsüne yaslanır. Sonra da "Senin için ölüyorum." sözünü tekrar etmesini bekler. *Şener*, cümleyi tekrar eder. *Müjde*, "Beni kollarına al!" diye devam eder. *Şener*, bu cümleyi de tekrarlar. *Müjde*, "Söyleme yap!" diyerek sinirlenir. *Şener*, "Olmaz *Müjde*! Ellerim kirli ama aşkım tertemiz." karşılığını verir. *Müjde*, "Bu temiz aşkta bizi kimse ayıramaz değil mi *Şener*?" diye sorar. *Şener*, "Öyle canım." karşılığını verir. Bu sırada bir çocuk -*Kaya*- onları bir ağacın arkasından gizlice izlemektedir. Açılış sahnesindeki bu diyaloglar, sözlü kültüre dayalı Yeşilçam melodramlarının santimantalizmini alaya alır.

Bir sonraki sahnede âşıklar ve onları gizlice izleyen çocuk yetişkin hâlleriyle görülür. *Müjde*, "Ağacımızın dalları birbirine kavuştu; ama biz hâlâ birbirimize kavuşamadık *Şener*." diyerek sevgilisine duyduğu özlemi patetik bir şekilde ifade eder. *Müjde*, *Şener*'le bir araya gelmelerine babasının engel olacağından çekinmektedir. *Şener*'in verdiği cevapla Yeşilçam melodramlarında âşıkların kavuşmasını engelleyen kötü karakter klişesi ile alay edilir: "Sevenlerin arasına girecek kadar hıyar değildir baban!". İlk sahnede olduğu gibi bu sahnede de âşıkları yine gizlice dinleyen *Kaya*, *Müjde*'nin babası olan ağaya duyduklarını anlatır. Duruma sinirlenen *Ağa*, "Sen beni hıyar mı zannettin?" diyerek *Şener*'i tokatlar. *Ağa*'dan onay alamayacaklarını anlayan âşıklar birlikte kaçmayı planlar. *Kaya*, her zamanki gibi bu plandan da haberdar olur ve âşıkları *Ağa*'ya ispiyonlar. *Ağa*, *Şener*'e Yeşilçam melodramlarının olmazsa olmaz klişeleri arasında yer alan bir sahnede kızından ayrılması için para teklif eder. *Şener*, *Ağa*'nın oyununa gelmez; teklif edilen parayı reddeder. Ne var ki konuşmanın tamamını dinlemeyen *Müjde*, *Şener*'in teklif edilen parayı kabul ettiğini zanneder. Bu sahnede Yeşilçam melodramlarında sıklıkla rastlanan bir "yanlış anlaşılma" yaşanır. *Müjde*, *Şener*'e para teklif edildiğine tanık olmuş ama onun teklifi reddettiğini görmemiştir. *Şener*, olup bitenleri *Müjde*'nin yanlış anladığını, çalıştığı gazinodaki tuvalet bekçisi kadından aradan epey zaman geçtikten sonra tesadüfen öğrenecektir.

Resim 4. Yanlış anlaşılan Şener (Eğilmez, 1989)

Şener'i yanlış anlayan *Müjde*, buluşup kaçmayı planladıkları yere gitmez ve ona bir ayrılık mektubu gönderir. *Müjde*, mektupta *Şener*'i kandırdığını ve aslında ona âşık olmadığını yazmıştır. Mektubu okuyan *Şener*'in saçları bir anda ağarır. *Şener*, içinde bulunduğu duygu durumunu "Bahtım kararırken saçlarım ağardı." sözleri ile dile getirir. Bu sahnedeki beden dili, tonlama, diyalog ve saçların aniden beyazlaması ile öne çıkan görsellik, Yeşilçam melodramlarının abartılı duygusallığına yöneltilen bir eleştiri mahiyetindedir.

Müjde, *Kaya* ile zorla evlendirilmek istenince üstünde gelinliğiyle evden kaçar. Yolda yaşlı bir kamyon şoförüyle karşılaşır. Başta babacan bir tavırla davranan adam sonra gerçek niyetini belli eder. *Müjde*'nin "Delirdin mi? Babam yaşında adamsın!" sözüne "Bu devirde babana bile güvenmeyeceksin!" diye karşılık verir. *Müjde*, kamyon şoföründen sonra bir grup gence rastlar. *Müjde*'ye onlar da tecavüz eder. *Müjde*, üstü başı perişan hâlde bir kahveye girip İstanbul'un nerede olduğunu sorar. Kahvedeki erkekler de *Müjde*'ye tecavüz eder. Peş peşe yaşanan bu tecavüzler, Yeşilçam melodramlarındaki kadın başkarakterin cinsel dokunulmazlığını alay konusu hâline getirir.

Şener'in İstanbul yolculuğu da Müjde'nin macerasını aratmayacak tuhaflıkları içinde barındırır. Gecenin karanlığında ıssız bir dağ yolunda şarkı söyleyerek yürüyen *Şener*, arabasıyla birdenbire ortaya çıkan gazinocular kralı *Ekrem*'le karşılaşır. *Şener*'in sesini beğenen *Ekrem* ona kartını uzatarak iş teklif eder: "Bana gel. Seni gazinoya çıkartacağım". *Şener*, İstanbul'a varır varmaz soluğu *Ekrem*'in mekânında alır. Yeşilçam melodramlarında başroldeki kadın ya da erkek oyuncunun bir gazino patronu tarafından keşfedilip şöhrete ve zenginliğe kavuşması vazgeçilmez klişelerden biridir.

Müjde, sonunda İstanbul'a ulaşır. Kapısını çaldığı ev bir genelevdir. Orada *Şener*'in çıkardığı bir plağı dinler; onu sesinden tanır. Efkârlanıp ağlamaya başlar. Genelevdeki kadınlardan birinin *Müjde*'yi teselli ederken söylediği sözler oldukça anlamlıdır: "Gözyaşlarını bu kadar kolay harcama!". Bu sahnede, gözyaşı selinin duygusal dalgalanmalara eşlik ettiği Yeşilçam melodramlarına eleştirel bir gönderme yapılmaktadır. Bir gün geneleve *İsmail* adında zengin bir müşteri gelir. *İsmail*, *Müjde*'den hoşlanır. *Müjde*, *İsmail*'e başından geçenleri anlatır. *İsmail* gözyaşlarını tutamaz. "Yanlış anlamazsan eğer seni evimin kadını yapmak istiyorum." diyerek *Müjde*'ye yeni bir hayat teklif eder. Bu sekansta, Yeşilçam melodramlarından aşina olduğumuz neden-sonuç ilişkisi zayıf bir olay örgüsü karşımıza çıkmaktadır. Âdeta masalsı bir atmosferde geçen olaylar inandırıcılıktan yoksundur. Eğilmez, *Arabesk*'te Yeşilçam melodramlarında sıkça karşılaşılan hafıza kaybı, körlük ve tövbekâr olma gibi klişeleri parodileştirmiştir.

Resim 5. Aşk acısıyla kör olan Şener (Eğilmez, 1989)

Filmin sonuna yakın bir sahnede *Müjde*'yle *Şener*, *Ekrem*'den kurtulmak için Anadolu turnesine çıkmaya karar verir. *Müjde*, hazırlanmak için eve geldiğinde *Ekrem*'le karşılaşır. *Ekrem*, *Şener*'i öldürmekle tehdit ederek *Müjde*'yi gitmekten vazgeçirir. *Müjde*, buluşma yeri olan tren garına gelmeyince *Şener*, *Ekrem*'in evine gider. Orada *Müjde* ile yüzleşir. *Müjde*'nin *Şener*'e söylediği şu sözler, *Sürtük* (1970) filminde *Naciye*'nin *Ferdi'*ye söylediği sözlerle bire bir aynıdır:

> Artık seni sevmiyorum. Ben alıştım böyle yaşamaya. Vazgeçemem artık. Sen bana bu hayatı veremezsin. Öyleyse bana niye bu kadar yüz verdin diyeceksin. Ekrem'i kıskandırmak için yaptım. Oldu bak. O da beni seviyor. Üstelik parası, şöhreti, her şeyi var. Sana gelince dipsiz kile boş ambar.

Kandırıldığını ve aşağılandığını düşünen *Şener*, *Müjde*'ye hakaret edip oradan uzaklaşır. Sevdiği zarar görmesin diye onu kendinden uzaklaştırmak için rol yapıp yalan söyleyen "fedakâr âşık", Yeşilçam melodramlarının gözde klişelerinden biridir. Fedakâr âşık klişesi, hemen ardından gelen "Bedenime sahip olabilirsin ama ruhuma asla!" klişesiyle tamamlanır. *Şener*'in gidişiyle yıkılan *Müjde*, kendini çaresizce *Ekrem*'e teslim eder: "Kalbim ruhum onun, sana kala kala bu bedenim kaldı. Al işte seninim!". Sonunda *Müjde* ile *Şener*'in aşkının saflığı ve büyüklüğü kötü adamı bile insafa getirir. *Ekrem*, *Müjde*'den af dileyerek âşıkların arasından çekilir. Eğilmez, *Arabesk*'te benzerini ancak masallarda görebileceğimiz bu naif çözümle çatışmayı sonuçlandırarak parodiyi tamamlar.

Arabesk Kültürün Eleştirisi

Ertem Eğilmez, 1980'li yıllarda müzik ve film piyasasına hâkim olan arabesk furyasını son filmi *Arabesk*'te kıyasıya eleştirir. Murat Belge'nin (1997: 346) "kaderli kısmetli" olarak nitelendirdiği arabesk müziğin temaları, Yeşilçam melodramlarının konularından pek de farklı değildir. *Arabesk* filmi için sözlerini Aysel Gürel'in yazdığı ve müziklerini Atilla Özdemiroğlu'nun yaptığı şarkılar, Ertem Eğilmez'in arabesk kültüre yönelik eleştirel bakış açısının pekiştirici unsurları olarak işlev görür. Köyünden ayrılıp büyük şehrin yolunu tutan *Şener*'in

bir bilinmeze doğru yaptığı yolculuk sırasında söylediği şarkının sözleri şu şekildedir: "Bilemem ben sever miyim? / Bilemem ben yaşar mıyım? / Bilemem ben ölür müyüm? / Bilemem / Bilemem". Nurdan Gürbilek'in (2001: 25) vurguladığı gibi, 1980'lerde adı konan arabesk müzik, taşralı kalabalıkların büyük şehirlerde kendine bir yer bulma çabasına karşılık gelir.

Resim 6. Gazinoda sahneye çıkan Şener (Eğilmez, 1989)

Gürbilek'in (2001: 34) farklı kültür ve zamanların bir aradalığı olarak yorumladığı arabesk aslında "hiç kimsenin müziği"dir. *Şener*'in, gazinoda sahne aldığı ilk gece söylediği şarkının sözleri bunun bir örneğidir: "Soldu sarardı gül tenim / Bağrıma bir hançer yedim / Alın yazımmış bu benim / Olsun artık ümidim var". Bir yanda ıstırap, bir yanda ümit vardır. *Şener*, canı yanan bir âşık olarak "Kaderin cilvesine / Feleğin sillesine / Bahtsızın öfkesine isyankârım" diye seslendikçe *Müjde* gözyaşlarına boğulur. Şarkıdaki bu isyan, gündelik yaşamın zorluklarına karşı ayakta durmanın bir yolu olur (Özbek, 1991: 115).

Düğün gecesi *Müjde*'nin kaçtığını öğrenen babası, *Müjde'nin annesini* evden kovar. *Müjde'nin annesi* de kızıyla benzer deneyimleri yaşayarak İstanbul'a ulaşır. *Müjde*, bu durumu "Napalım biz kadınların kaderi bu…" şeklinde yorumlar. Bu sahne, erkek egemen ve cinselliğe aç bir toplumun kadınlara yönelik tutumunun bir eleştirisidir. Bu "kader"in değiştirilemezliği, Belge'nin de (1997: 355) dikkat çektiği gibi, istekleri yerine getirilemeyen bir kitlenin psikolojisine karşılık gelmektedir. Eğilmez, Yeşilçam melodramlarının ve arabesk kültürün temel dayanağı olan kaderciliği (*fatalizm*) kıyasıya eleştirir.

Şener'in işlemediği bir cinayet yüzünden hapse düştüğü sahnede koğuştakilerle arasında geçenler de arabesk kültürün bir eleştirisi olarak sunulur. Koğuştakiler, *Şener*'in tüm parasına el koymakla kalmaz, *Müjde*'den kalan son hatıra olan fotoğrafı da alırlar. Bunun üzerine *Şener*, "Yeter!" diye bağırır. Fonda bir arabesk müzik çalmaya başlar. Şarkının "Dokunmayın bana! / Dokunmayın yarama! / Zaten bitmiş tükenmişim / Ruhum kara / Zindan kara" şeklindeki sözleri, *Şener*'i koğuştakilerle aynı frekansta buluşturur. Koğuştakiler, bu çağrıya hep bir ağızdan "Aşk olsun! / Aşk olsun! / Bil ki aşklar gelir geçer / Yeter ki muhabbet olsun" sözleriyle cevap verir. Böylece arabesk müziğin inşa ettiği kendine acıma dili, melodramlarda da görülen bir "suç ortaklığı"na (Marcanto-

nio, 2015: 1) dönüşür. *Şener*, "Çektiğim çileleri Ferhat bile çekmedi!" diyerek şikâyetlenmenin dozunu artırır. Bu, yalnız kendine acıma değil, acındırmanın da dilidir. Farklı toplumsal kesimlerden mahkûmlar aynı duygu durumunda birleşirler. Hep bir ağızdan söyledikleri şarkıyla *Şener*'e eşlik ederler:

> Aşk çarpınca böyle çarpar / Aşkın gözü kör olur / Gelen vurur giden vurur / Neylesin kader vurur / Kimler geldi kimler geçti / Biz çıkmadık kafesten / Leşler verdik leşler serdik / Bizdik dışarda düzen / Hak yolunda yürür iken / Düştük mapusa birden / Çelme yedik çelme taktık / Hesap soruldu bizden.

Müjde de *Şener* gibi kendine acıyan bir dil kullanır:

> Yalnız akan sular gibi / Tozlu taşlı yollar gibi / Kara yaslı dullar gibi / Terk edildim / Terk edildim / Elim kolum bağlı kaldı / Açılmadan çıktı falım / Çıkmaz sokak dört bir yanım / Terk edildim / Terk edildim.

Nesrin Tan Akbulut'un (2021) işaret ettiği gibi, arabesk şarkılardaki bu tür tekrarlar eğitim düzeyi düşük bir kitle için anlaşılır mesajlar üretilmesine hizmet eder. Bu mesajların alıcı kitlesi "ölümle son bulan bir çözümsüzlüğü" (2021: 32) deneyimlemeye açıktır.

Müjde'nin onu *Ekrem*'le aldattığını düşünen *Şener*, kendini çöllere vurur. Duygularını yine arabesk bir şarkı ile dile getirir:

> Aman! / Bu ne acı! / Bu ne keder! / Bu ne sancı! / Yalan / Yalan dünya / Yalan sevgi / Aşklar yalan / Görmeseydi gözlerim / Görmeseydi gözlerim / Gözlerim / Yetmedi mi gördüklerim / Kör olaydı gözlerim / Allah'ım kör et beni! / Allah'ım kör et beni!

Bu kederli yakarış karşılık bulur. *Şener* çöllere düşüp kör olur.

Resim 7. Çöllere düşen Şener (Eğilmez, 1989)

Oya Yağcı'nın (2020) vurguladığı gibi, "acılı ve umutsuz" arabesk müzikte bir tür "duygu ekonomisi" işler. Bu anlamda, bir yandan duygusallığın talep edildiği, bir yandan da şansa bırakılmış bir kurtuluşun temenni edildiği görülür (2020: 132).

Ekrem'in adamları tarafından kurşun yağmuruna tutulan *Şener*'in ameliyat sonrasında kendine geldikten sonra hastane odasında diline pelesenk ettiği "Terk edildim" şarkısı, aynı odayı paylaştığı kişiye sinir krizi geçirtecek kadar

karamsar mesajlar içerir. *Şener*'le aynı mekânı paylaşma talihsizliğini yaşayan genç adam ancak iğne ile sakinleştirilir. Eğilmez, bu sahnede arabesk kültürün karamsar mesajlarına sürekli olarak maruz kalmanın psikolojiyi olumsuz yönde etkilediğini gözler önüne serer. Filmde yaşanan her istenmeyen durum karşısında arabesk şarkılar imdada yetişir. Eğilmez, fail olmanın reddedildiği bu dünyayı eleştirir. *Şener*'in dinlediği "Hastayım iyileştir beni!" şarkısı ise devayı sürekli başkalarından bekleyen bir zihniyeti hedef alır. Gürbilek'in (2008: 10) "mağduriyet hikâyesi" olarak nitelendirdiği bir algılama biçimi ortaya çıkar. Bu şarkı sözlerinde karşılık bulan söylem, kurban olmayı seçen bir bireyin psikolojisini yansıtmaktadır.

Yerli Sinemada Absürt Komedinin Miladı

Arabesk, Türk Sineması'nda o zamana kadar benzeri olmayan cesur bir absürt komedi örneğidir. Ertem Eğilmez, seyircinin yıllarca gözyaşı döktüğü Yeşilçam melodramlarının aslında bir absürt mizah kaynağı olduğunu dehasıyla fark etmiştir. *Arabesk*'te Gürbilek'in "gözü yaşlı melodramları abartarak taklit eden 'alaylı-patetik'" (2008: 70) dediği durum gözlemlenir. Eğilmez, bu "patetik yanılgı"nın (2008: 53) üzerine gider.

Müjde ile *Şener*'i her fırsatta ayırmaya çalışan *Kaya*'nın *İsmail*'i bıçaklaması, cinayet aletini orta yerde bırakıp perdenin arkasına gizlenmesi, o esnada *Şener*'in gelip yerdeki bıçağı alması, *Müjde*'yle *Şener*'in *İsmail*'in öldüğünü fark etmeleri, polislerin sanki kapının arkasındaymış gibi hemen içeri girmeleri, suçun *Şener*'in üstüne kalması ve hapse düşmesi bir absürt olaylar silsilesidir.

Resim 8. Cinayetle suçlanan Şener (Eğilmez, 1989)

Bu sahnenin başında "Bundan sonra gözümün gördüğüne değil, senin söylediklerine inanacağım." diyen *Müjde*, *İsmail*'i *Şener*'in öldürdüğüne kolayca ikna olur. Hatta "Gördüklerime mi inanayım yoksa sana mı?" şeklinde bir tepki göstererek birbiriyle çelişen sözler sarf eder.

Haksız yere hüküm giyen *Şener* hapisten tünel kazarak kaçar. Gazinocular kralı *Ekrem*'in karşısına siyasi mahkûmların giydiği bir tulumla çıkar. *Ekrem*, *Şener*'i ancak kafasındaki bareti çıkarınca tanır. Bu sırada içeri giren *Müjde*,

Şener'e "Pis katil!" diye tepki gösterir. *Ekrem*, *Müjde* ile *Şener*'in ortak bir geçmişleri olduğunu anlar. *Şener*'in burada sarf ettiği "Galiba birbirimizi hiç tanıyamamışız!" repliği, Yeşilçam melodramlarında sıkça başvurulan bir klişeyi akla getirir. *Kaya'*nın, kuliste karşılaştığı *Müjde*'ye *İsmail'*i öldürdüğünü itiraf etmesi filmin en absürt sahnelerinden biridir. Daha önce âşık olduğu adamın sözüne inanmayan *Müjde*'nin *Kaya*'nın bu itirafıyla yeniden *Şener*'e dönmesi saçma denecek kadar hızlı bir şekilde gerçekleşir. *Şener*, "Beni affet sevgilim, gerçeği şimdi öğrendim." sözleriyle kendini savunan *Müjde*'ye "Sana gördüklerine inanma demiştim." cevabını verir.

Bu barışmadan sonra Hintliler gibi giyinmiş *Müjde* ile *Şener* ormanlık bir alanda dans edip şarkı söyler. Bu kez "aşkın sihirli elleri"ni hisseder ve sevdanın "kara" değil "pembe" olduğu inancıyla şarkılarını bir geminin güvertesinde söylemeyi sürdürürler. Sonrasında keman eşliğinde romantik bir akşam yemeği yedikleri sahnede *Şener* birdenbire öksürmeye başlar. *Müjde*, *Şener*'den bir doktora görünmesini ister. *Şener*, ertesi gün muayene olduğu *Doktor*'a "Yaşayacak mıyım?" diye sorar. *Doktor* ise gülerek "Maalesef helvanızı yiyeceğiz. (…) Şu üç günlük dünyada üç günlük ömrünüz kalmış!" şeklinde durumun ciddiyetiyle bağdaşmayan bir cevap verir. *Şener*, bu gerçeği *Müjde*'ye nasıl söyleyeceğini düşünür. *Müjde*'nin üzülmemesi için hemşireden yardım ister: "Ölüme mahkûm bu aşk kurbanına son bir iyilikte bulunur musunuz?". *Şener*, hemşireyle el ele tutuşup eve gelir. *Müjde*, *Şener*'in yanında hemşireyi görünce telaşlanır. *Şener*, hiçbir sağlık sorununun olmadığını; ama ona veda etmeye geldiğini söyler. Güya amansız bir hastalığa yakalanan *Şener*, *Müjde*'yi kendinden uzaklaştırmak için bir mizansen kurmuştur. Hayatı mahvolmasın diye sevdiğini kendisinden soğutur. Bu sahnede *Müjde* ile *Şener* arasındaki diyaloglar filmin absürt komedi dozunu iyice artırır:

Şener: Yıldırım aşkı nedir bilir misin?

Müjde: Neler saçmalıyorsun sen?

Şener: Saçma olan aşkımızmış *Müjde*. *Sema Hemşire*'yi tanıdıktan sonra gerçek aşkın ne olduğunu anladım. *Sema*'yı seviyorum *Müjde*. O da beni seviyor. Öyle değil mi canım?

Sema: Evet…

Müjde: Demek aşkımız bir yalandı *Şener*.

Şener: Yalanmış *Müjde (ağlamaklı)*

Müjde: İğreniyorum senden. Hadi git! Git! Ne olur git! *(ağlayarak)*

Şener: Peki… Elveda *Müjde*…

Müjde: *(Ağlar)*

Şener: Çok teşekkür ederim. Bu iyiliğinizi hiç unutmayacağım. *(alçak sesle)*

Sema: Rica ederim. Âşıkları korumak hemşirelerin görevidir. *(alçak sesle)*

Fedakâr âşığın bir Yeşilçam klişesi olan bu davranışı, sarf ettiği sözler ve mizansendeki uyumsuzluk absürt bir mizah yaratır. *Müjde*, *Şener*'in vedasından sonra canına kıymak üzereyken birlikte sahne aldığı çalgıcılar gelir. *Müjde*, *Şener*'in onu sevdiğini, ancak ölümcül bir hastalığa yakalandığını ve üç günlük ömrünün kaldığını çalgıcılardan öğrenir. *Müjde* bunun üzerine Âşıklar Tepesi'ne gider. Orada gördüğü mezarın *Şener*'e ait olduğunu düşünerek "Beni bırakıp nerelere gittin? (….) Ölürken yanında olmama neden izin vermedin?" diye ağlamaya başlar. *Şener* çıkagelince hortlak gördüğünü zanneder. Aniden bir duygu durumundan başka bir duygu durumuna geçilir. "Doktorların her dediğine inanılmaz ki! Ben sadece bir tek doktorun dediğine inanırım." diyen *Müjde*, *Şener*'i yine aynı doktora götürür. *Doktor*, *Şener*'i aradıklarını, bir yanlışlık olduğunu ve filmlerin karıştığını söyler. *Şener*'in yapılan idrar tahlillerine göre üç aylık hamile olduğu bilgisini verir. Bu sahnede, Yeşilçam melodramlarında sık sık karşımıza çıkan bilimsel gerçeklerle bağdaşmayan açıklamalar absürt komedi unsuru olarak kullanılmıştır.

Bir başka sahnede *Şener*, *Müjde* ile *Ekrem*'in öpüştüğünü görünce kahrından çöllere düşüp kör olur. Hikâye, Yeşilçam melodramlarının akla ilk gelen klişelerinden biriyle devam eder. *Şener*, kör bir kemancı olarak meyhanelerde şarkı söylemeye başlar. *Müjde*'nin birlikte çalıştığı çalgıcıları bu kez *Şener*'e eşlik ederken görürüz. *Zurnacı Münir*, *Şener*'in bir hemşireye ihtiyacı olduğunu söyler. Hemşire kılığına giren *Müjde*'yi *Şener*'in karşısına çıkarırlar. *Müjde*'nin sesini tanıyan *Şener*, abartılı jest ve mimiklerle "Bu ses! Bu ses! Olamaz! Ben bu sesi tanıyorum. Bu *Müjde*'nin sesi. Çıkarın onu buradan!" diye bağırır. *Müjde*, *Şener*'i *Müjgan Hemşire* olduğuna ikna etmek için "Beni biri ile karıştırdı galiba." diye karşılık verir. Onu yanlış anlayan *Şener*, "Kırıştıran sensin!" diye tersler. *Zurnacı Münir*, "Sakin ol evladım. Ses sese benzer." diyerek *Şener*'i teskin etmeye çalışır. Kendini *Müjgan Hemşire* olarak tanıtan *Müjde*, gözleri görmeyen *Şener*'e nüfus cüzdanını göstermeye çalışır. *Şener* de kör olduğu hâlde "İşte *Müjde* yazıyor burada." diye ısrar eder. *Müjgan Hemşire* ve *Zurnacı Münir*, mantık hataları ile dolu bu absürt diyaloglardan sonra *Şener*'i ikna etmeyi başarırlar. *Şener*, ona kötü davrandığı için *Müjgan Hemşire*'den özür diler. Geçmişte yaşadıklarından dolayı kadınlardan nefret ettiğini söyler. *Müjde*, bir an rol yaptığını unutarak *Şener*'i aldatmadığını, *Ekrem*'in ona zorla sahip olmak istediğini söyler. O kargaşada *Şener*'e bir araba çarpar. *Şener* yeniden görmeye başlar; ancak bu kez *Müjde* kör olmuştur. Bu sekansta her şey duygusal patlamalar şeklinde yaşanır ve olayların mantığı saçma derecesinde zorlanır.

Bir sonraki sahnede *Şener*'le *Müjde*'yi birlikte türbe ziyareti yaparken görürüz. *Şener*, *Müjde*'nin yeniden görebilmesi için dua eder. Duası hemen kabul olur. *Müjde*, türbede "Ziyarete mum dikmek yasaktır!" uyarısını okuyunca gözlerinin açıldığını fark ederler. Çok sevinirler. Birlikte köye dönmeye karar verirler. *Kaya*, onları bu kez imam kılığında dinlemektedir. Kendini "iyilerin can düşmanı" olarak tanıtan *Kaya*, *Ekrem*'e *Şener*'in yerini bildiğini söyler. *Ekrem*'in adamları, bir mekânda piyanist şantörlük yapan *Şener*'i bulur. *Ekrem*, *Şener*'den *Müjde*'yi bırakmasını ister. *Şener*, bu isteği reddedince dayak yer. Perişan va-

ziyette eve dönen *Şener*, *Müjde*'ye önce kendisine bir araba çarptığını, sonra kendi kendini dövdüğünü söyler. Bu saçma cevaplar *Müjde*'yi ikna etmez. *Şener*'in *Ekrem*'in hışmına uğradığını anlar. Çare olarak yine birlikte köye dönmeye karar verirler. Ne var ki *Şener*, "bugün gelip yarın kalan"dır (Gürbilek, 2001: 33). Tren garında bu kez gişe memuru kılığına giren *Kaya*, *Müjde* ile *Şener*'in kaçacaklarını *Ekrem*'e haber verir. *Ekrem*, adamlarına *Şener*'i öldürmelerini emreder. *Şener* defalarca kurşunlanır. Son derece absürt bir ameliyat sahnesinde kurşunların bir kısmını ağzından çıkarır. Yediği onca kurşuna rağmen mucizevi biçimde hayatta kalmasını aşkına borçlu olduğunu dile getirir.

Resim 9. Yediği kurşunları ağzından çıkaran Şener (Eğilmez, 1989)

Müjde, ameliyathaneden çıkan beyaz önlüklü adama *Şener*'in yaşayıp yaşayamayacağını sorar. Adam kendisinin bir berber olduğunu, başhekimi tıraş ederken biraz kestiğini, ama yaşayacağını söyler. Sonrasında *Müjde*'nin karşısına doktor kılığında çıkan *Kaya*, *Şener*'in öldüğü yalanını atar. *Müjde*, kılık değiştiren *Kaya*'yı tanıyamamıştır. Ameliyat sonrasında hafızasını kaybeden *Şener* de gazinoda şarkı söyleyen *Müjde*'yi tanıyamaz. *Müjde*, ona "*Şener*!" diye hitap edince adının "*Dündar*" olduğu karşılığını verir. Sinirlenen *Müjde*, *Şener*'i "Saçmalama!" diyerek tokatlar. Yediği tokat *Şener*'in hafızasını yerine getirir.

Filmin sonunda yer alan nikâh sahnesinde Yeşilçam melodramlarında sıkça yer verilen bir başka klişe kullanılmıştır. *Müjde*, "Durun siz kardeşsiniz!" diyerek *Şener*'le evlenmelerine engel olmaya çalışan babasına "Artık bize engel olamazsın!" sözleriyle karşı çıkar. *Babası* ise "Engel olan ben değilim kızım, Tanrı!" diye cevap verir. *Müjde* ile *Şener*, ona inanmazlar. *Müjde'nin babası*, "Yıllar önce baban askere giderken ananı bana emanet etmişti. Bir gece usulcacık odasına süzüldüm ve ananı…" diyerek *Şener*'i gerçek babası olduğuna ikna etmeye çalışır. Bu sırada *Müjde'nin annesi* söze karışır. Düğün günü zurnacıdan etkilendiğini ve *Müjde*'nin gerçek babasının *Zurnacı Münir* olduğunu söyler. Başkarakterlerin önünde artık bir engel kalmadığını düşündüğümüz sırada bu kez nikâh memuru kılığındaki *Kaya* devreye girer. *Şener*'i öldürmek için silahına davranır. *Ekrem* de âşıkları korumak için silahını çeker; ancak *Kaya* daha hızlı davranıp *Ekrem*'i vurur. *Şener* de *Kaya*'yı vurur. Filmin ilk sahnesinde karşımıza çıkan anlatıcı ses Agâh Hün, filmin sonunda yeniden ortaya çıkıp şu açıklamayı yapar:

"Kötü kaderin bu çocuklara oynadığı oyun burada bitti sanıyorsanız yanılıyorsunuz". *Müjde*, *Şener*'i hapisten çıkana kadar beklemiş ama yine kavuşamamışlardır. Araya başka engeller girmiştir: "Başlarından iki yangın, dört zelzele, bir uçak kazası ve üç sel felaketi geçti. Bir kez tam birleşecekken üzerlerine çığ düştü. Araya giren adamları ve kadınları saymıyorum bile".

Âşıklar bir Yeşilçam filmine konu olan ünlü şarkıdaki gibi "senede bir gün" buluşurlar. İkisi de çok yaşlanmıştır. Tam kavuşacakları sırada tekerlekli sandalyeden düşerler. *Şener*, "Bu dünyada bedenlerimiz kavuşmadı; ama her büyük aşk gibi ruhlarımız öbür dünyada birleşecek." temennisinde bulunur. Yeşilçam melodramlarında sevenlerin bu dünyada olmasa bile öteki dünyada mutlaka kavuşacakları inancı, *Arabesk* filminde absürt bir yorumla sunulur. *Müjde* ile *Şener*'in ruhları gökyüzüne yükseldikten sonra *Kaya* yeniden ortaya çıkar ve onları aşağı iter. Âşıklar tam kavuştuk dedikleri anda feleğin sillesini yeniden yemiştir. *Arabesk*'te Yeşilçam melodramlarının olmazsa olmazı "mutlu son" yerini "kötü son"a bırakır.

Sonuç ve Değerlendirme

Ertem Eğilmez, *Arabesk* (1989) filmiyle büyük bir riski göze alarak o güne dek Yeşilçam'da örneği görülmemiş bir absürt komediye imza atmıştır. Gösterime girdiği dönemde geniş bir seyirci kitlesi ile buluşan film; seyir zevki gelişmiş, arabesk kültüre ve Yeşilçam melodramlarına mesafeli duran potansiyel bir seyirci kitlesini açığa çıkarmıştır. Ortaya çıkan sonuç Ertem Eğilmez için bile şaşırtıcı olmuştur: "Ama doğrusu bu kadar süper bir başarıyı ben de beklemiyordum. Ben şöyle düşünüyordum, artık genç nesil, protein neslidir, benim filmime gençler gelir. Tahminim de doğru çıktı, hepsi geldi" (akt. Çakmakçı, 2019: 156). Geçmişte ebeveynlerinin gözyaşı döktüğü hikâyelere kahkahalarla gülen bu seyirci kitlesi, klasik Yeşilçam seyircisinden oldukça farklıdır. Giovanni Scognamillo'ya (1998: 427-428) göre, "pasif direniş" hâlindeki kitle uyanmıştır. Mağduriyet söylemini ve kendine acımayı reddetme, fail olma ve kendi sorunlarını çözebilme bu seyirci kitlesinin temel psikolojik özellikleridir.

Eğilmez, *Arabesk* filminde Nijat Özön'ün (1995: 32) "gözyaşı ticareti" olarak nitelendirdiği Yeşilçam melodramları ile hesaplaşmaya girişir. Eğilmez'in iki kez çektiği *Sürtük* (1965; 1970) filmi de bu tarz yapımlardandır. *Sürtük* filminin parodisi olarak kurulan *Arabesk*, tesadüflerin yön verdiği sıçramalarla ilerleyen, Yeşilçam melodramlarının klişelerini uç noktasına kadar götüren, saçmalığa varacak kadar inandırıcılıktan yoksun ve son derece şizofrenik bir anlatıdır. Eğilmez, geçmişte yaptığı filmlerle halkı aldattığını; *Arabesk* filminde ise günah çıkardığını açıkça dile getirmiştir (akt. Çakmakçı, 2019: 150). *Arabesk*, yalnızca Eğilmez'in yönetmenliğini ve yapımcılığını üstlendiği filmlerin değil, tüm Yeşilçam Sineması'nın bir muhasebesi niteliğindedir.

Yeşilçam'ın sonunu ilan eden *Arabesk* filmi, yeni bir sinemanın ve yeni bir seyirci psikolojisinin miladı olur. Yeşilçam melodramlarını parodileştiren ve

arabesk kültürü eleştiren *Arabesk* filminin seyirciden gördüğü yoğun ilgi yeni bir sinemanın yolunu açar. Şerif Gören'in *Amerikalı* (1993), Sinan Çetin'in *Berlin in Berlin* (1993), Mustafa Altıoklar'ın *İstanbul Kanatlarımın Altında* (1996) ve Yavuz Turgul'un *Eşkıya* (1996) filmleri, bu yeni sinemanın kilometre taşlarıdır. Son dönemde sayıları giderek artan *Leyla ile Mecnun* (2011-2013), *Sağ Salim* (2012), *İşler Güçler* (2012-2013) ve *Cinayet Süsü* (2019) gibi yapımlar, *Arabesk*'in izinden giden absürt komedi örnekleridir.

Kaynakça

Abisel, N. (2005). *Türk Sineması üzerine yazılar*. İstanbul: Phoenix Yayınevi.

Adanır, O. (2012). *İlkel toplumdan melodramlar evrenine*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Akbulut, H. (2008). *Kadına melodram yakışır: Türk melodram sinemasında kadın imgeleri*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

---------- (2012). *Yeşilçam'dan Yeni Türk Sinemasına melodramatik imgelem*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.

Akerson, T. (1965). Türk Sinemasında seyirci psikozu. *Film*, 2/3, 54-55/63.

Ayça, E. (1985). Türk Sinemasının kimliği. *Videosinema*, 9, 82-83.

Aydın Sevim, B. (2016). "Bir zamanlar fakir ama gururlu bir genç vardı": Televizyon dizilerinde sözlü kültür mirası. *Millî Folklor*, 109, 31-43.

Belge, M. (1997). *Tarihten güncelliğe*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Chepinchikj, N. ve Thompson, C. (2016). Analysing cinematic discourse using conversation analysis. *Discourse, Context and Media*, 14, 40-53. http://dx.doi.org/10.1016/j.dcm.2016.09.001i.

Çakmakçı, A. (2019). *Güneşe lamba yakan adam*. İstanbul: İmge Kitabevi.

Çelik, T. (2021). Yeşilçam Sinemasında kökensel bir nitelik olarak kader teması: Modernleşme kaygılarından melodramın şefkatli kollarına. *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-23.

Çevikalp, A. (2007). Türk Sinemasını belgeleyenler: Arzu Film. *Cinemascope*, 9, 58-61.

Deniz, T. (2 Temmuz 2018). Eğilmez'in senaryo okulu [Fotoğraf]. https://www.tsa.org.tr/tr/yazi/yazidetay/433/ertem-egilmez%E2%80%99in-senaryo-okulu. 4 Ağustos 2021.

Dikiciler, O. (2002). *Arzu Film ekolü*. Ankara: Antalya Büyükşehir Belediyesi Yayınları.

Dorsay, A. (1989). *Sinemamızın umut yılları: 70-80 arası Türk Sinemasına bakışlar*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

Dorsay, A. (1996). Türk Sineması 1995: Yarı karamsar, yarı iyimser bir bakış dene-

mesi (212-217). *Türk Sineması üzerine düşünceler*. (S. M. Dinçer, der.). Ankara: Doruk Yayımcılık.

Eğilmez, E. (Yapımcı ve Yönetmen). (1965). *Sürtük*. [Sinema filmi]. Türkiye: Arzu Film.

---------- (Yapımcı ve Yönetmen). (1970). *Sürtük*. [Sinema filmi]. Türkiye: Arzu Film.

---------- (1974). Ertem Eğilmez'le konuşma. *Yedinci Sanat*, 12, 16-33.

---------- (Yapımcı ve Yönetmen). (1989). *Arabesk*. [Sinema filmi]. Türkiye: Arzu Film ve Erler Film.

Elsaesser, T. (1991). Tales of sound and fury: Observations on the family melodrama (68-92). *Imitation of life a reader on film&television melodrama* (M. Landy, edit.). Detroit, Michagen: Wayne State University Press.

Engin, İ. (1965). Türk Sinemasında konu. *Sinema 65*, 1, 4-5.

Erdoğan, N. (2001). Üç Seyirci: Popüler eğlence biçimlerinin alımlanması üzerine notlar. D. Derman (haz.), *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 2* (219-239). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Göl, B. (2015). Ertem Eğilmez'in evi. *Altyazı'nın Gayrı Resmî ve Resimli Türkiye Sinema Sözlüğü*, *150*, 81.

Güngör, N. (1993). *Arabesk: Sosyokültürel açıdan arabesk müzik*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Gürbilek, N. (2001). *Vitrinde yaşamak. 1980'lerin kültürel iklimi*. İstanbul: Metis Yayınları.

---------- (2008). *Mağdurun dili*. İstanbul: Metis Yayınları.

Gürdal, H., Fresko, D. ve Karantay, S. (1967). Türkiye'de sinema seyircisi. *Görüntü*, 3, 15-19.

Kaplan, N. (2004). *Aile sineması yılları 1960'lar*. İstanbul: Es Yayınları.

Kaya Mutlu, D. (2001). Türk Sineması ne? Türk seyircisi kim?: Altmışlı yılların Türk Sineması üzerine düşüncelerine/kavgalarına bir bakış. D. Derman (haz.), *Türk Film Araştırmalarında Yeni yönelimler 2* (201-218). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Kayalı, K. (1994). *Yönetmenler çerçevesinde Türk Sineması*. Ankara: Ayyıldız Yayınları.

Kırel, S. (2012). *Kültürel çalışmalar ve sinema*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Kuyucak Esen, Ş. (2010). *Türk Sinemasının kilometre taşları: Dönemler ve yönetmenler*. İstanbul: Agora Kitaplığı.

Marcantonio, C. (2015). *Global melodrama: Nation, body, and history in contemporary film*. London: Palgrave Macmillan.

Onaran, A. Ş. (1994). *Türk Sineması (I. Cilt)*. İstanbul: Kitle Yayınları.

Oran, B. (1973). Senaryo yazarı Bülent Oran'la bir konuşma. *Yedinci Sanat*, 3, 15-26.

Oran, F. (1998). Kitleler şakaya gelmiyordu. *Sinerama*, 5, 96-98.

Önal, S. (21 Ocak 2014). Safa Önal, Yeşilçam'ın efsane senaristi anlatıyor. *TV5 Akşama Doğru programı* [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=RgmdEdq_sf0. 15 Temmuz 2021.

Öz, S. (2020). *Oyuncu / Yeşilçam yıldız sisteminde bir anti-yıldız: Adile Naşit*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özbek, M. (1991). *Popüler kültür ve Orhan Gencebay arabeski*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özön, N. (1995). *Karagözden sinemaya Türk Sineması ve sorunları (I. Cilt)*. İstanbul: Kitle Yayınları.

Pekman, C. (2010). Filim bir adam Ertem Eğilmez. C. Pekman (der.). *Filim bir adam Ertem Eğilmez* (1-66). İstanbul: Agora Kitaplığı.

Sayan, A. (2020). Merkez-çevre ilişkileri bağlamında soylulaşan arabesk. S. Öz ve İ. Afacan (haz.), *Müzikte, sinemada ve edebiyatta 2000 Sonrası arabesk yeniden* (89-101). İstanbul: Notabene Yayınları.

Sayar, V. (1982). Türkiye'de sinema seyircisinin gelişimi. [Açık Oturum]. (S. Kalafatoğlu, yön.). *Sanat Olayı*, 18, 48.

Sayıcı, F. (2015). Türk Sinemasında Arzu Film ekolü ve önemi. *Film Arası*, 52, 24-27.

Scognamillo, G. (1998). *Türk Sinema tarihi (1896-1997)*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

---------- (2011). *Giovanni Scognamillo'nun gözüyle Yeşilçam*. B. Saydam (haz.), İstanbul: Küre Yayınları.

Sevim, S. (2015). "Bedenime sahip olabilirsin ama ruhuma asla!": Yeşilçam Sineması'ndaki melodramatik kalıpları sorgulamak. *Doğu Batı*, 18(72), 213-253.

---------- (2019a). Ertem Eğilmez filmlerinde pozitif psikoloji: *Neşeli Günler*. [Özet bildiri]. *3. Avrasya Pozitif Psikoloji Kongresi*. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi.

---------- (2019b). *Yeşilçam Sineması'nda senaristlik: Bülent Oran, Safa Önal ve Sadık Şendil örnekleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sezgin, R. (2002). Altın çağın senaristleri. *Aksiyon,* 399, 62-64.

Sözen, M. (2009). Doğu anlatı gelenekleri ve Türk Sinemasının aidiyeti. *Bilig*, 50, 131-152.

Stokes, M. (2011). *Aşk cumhuriyeti: Türk popüler müziğinde kültürel mahrem* (H. Doğrul, çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

---------- (2020). *Türkiye'de arabesk olayı* (H. Eryılmaz, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Şamlı, C. (1990). *"Ben aslında hiçbir filmin aleyhine yazmam"*. İstanbul: Özgür Yayın Dağıtım.

Tan Akbulut, N. (2021). *Arabesk kültür ve sinema*. İstanbul: Klaros Yayınları.

Taş, V. (2010). *Orhan Gencebay filmlerini anlatıyor*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Teksoy, R. (2005). *Rekin Teksoy'un sinema tarihi (Cilt 1)*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Tunalı, D. (2006). *Batıdan doğuya, Hollywood'dan Yeşilçam'a melodram: 'Zihniyet ve kültür etkileşimleri çerçevesinde Yeşilçam Melodramı'na Bakış'*. İstanbul: Aşina Kitaplar.

Türk, İ. (2004). *Senaryo: Bülent Oran*. İstanbul: Dergâh Yayınları.

Uluer, U. (2021). Ertem Eğilmez'in Arabesk çekimleri [Fotoğraf]. https://sinematikyesilcam.com/2018/04/kisa-kisa-yesilcam-tarihi-3/ertem-egilmez-arabesk-cekimleri/. 4 Ağustos 2021.

Yağcı, H. (2020). Yeşilçamın kötü adamları. https://ahsuyesilcam.com/yesilcamin-kotu-adamlari-ahsuyesilcam-com.html/. 5 Mart 2020.

Yağcı, O. (2020). Duygu ekonomisinin yinelenen formu olarak arabesk ve sinema. S. Öz ve İ. Afacan (haz). *Müzikte, sinemada ve edebiyatta 2000 sonrası arabesk yeniden* (131-148). İstanbul: Notabene Yayınları.

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.
Yazar katkı oranları: S. Sevim (%50), B. Aydın Sevim (%50).

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.
Author contribution rate: S. Sevim (50%), B. Aydın Sevim (50%).

ARAŞTIRMA MAKALESİ

SOSYAL MEDYADA PROPAGANDA MODELİNİN KARŞILIĞI: GÖZETİMİN TÜKETİMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Anıl DURMUŞAHMET**

Gönderim Tarihi: 05.07.2021 - Kabul Tarihi: 23.08.2021

Durmuşahmet, A. (2021). Sosyal medyada propaganda modelinin karşılığı: Gözetimin tüketimi üzerine bir inceleme. *Etkileşim*, 8, 160-184. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.142

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Propaganda modeli, medyanın eleştirel ekonomi politiği kapsamında, medyanın rıza üretimini kitlede nasıl sağladığını ele almaktadır. Model içerisinde yer alan beş haber süzgeci, bu üretimin gerçekleşmesi için medyanın gerçekleştirdiği işlemlerin sistemini ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın temel sorunsalı sosyal medyadaki rıza üretiminde de aynı düzenin geçerli olup olmadığıdır. Çalışmada gözetim kavramının sosyal medya aracılığıyla nasıl metalaştırılarak tüketilebilir bir nesne haline geldiği; sosyal medyanın pek çok farklı alan ile olan girift yapısı kapsamında ele alınmıştır. Çalışma eleştirel paradigmadan hareketle materyalist tarih kuramına dayandırılmış ve deskriptif (betimleyici) yöntem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, çalışma: (i) propaganda modelinin sosyal medyadaki karşılığını, (ii) sosyal medya ile ilişkili olmak üzere ekonomi politiğin analizini ve (iii) sosyal medyada aracılı gözetim ve büyük veri kavramlarının işleyiş sürecini ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, eleştirel ekonomi politik, rıza imalatı, gözetim, büyük veri.

** Bu çalışma "Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde Yeni Medyanın Büyük Veri Üzerinden İncelenmesi" başlıklı 2019 tarihli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.*

** Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
anildurmusahmet@gmail.com, 0000-0003-3601-188X

RESEARCH ARTICLE

THE PROPAGANDA MODEL ON SOCIAL MEDIA: A REVIEW ON THE CONSUMPTION OF SURVEILLANCE*

Anıl DURMUŞAHMET**

Received: 05.07.2021 - Accepted: 23.08.2021

Durmuşahmet, A. (2021). Sosyal medyada propaganda modelinin karşılığı: Gözetimin tüketimi üzerine bir inceleme. *Etkileşim*, 8, 160-184. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.142

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

The propaganda model, within the scope of the media's critical political economy, deals with how the media provides the production of consent in the mass. The five news filters included in the model reveal the system of operations performed by the media to realize this production. The main problem of this study is whether the same order is valid in the production of consent in social media. In the study, how the concept of surveillance has become a consumable object by being commodified through social media is discussed within the scope of the intricate structure of social media with many different fields. The study is based on the theory of historical materialism and the critical paradigm, and was carried out using the descriptive method. In this context, the study deals with: (i) the social media counterpart of the propaganda model, (ii) the analysis of political economy concerning social media, and (iii) the working process of the concepts of mediated surveillance and big data in social media.

Keywords: social media, critical political economy, manufacturing consent, surveillance, big data.

** This article is derived from the master's thesis titled "Analysis of New Media on Big Data in the Perspective of Political Economy".*

** Ph.D. Student, İstanbul University, Institute of Social Sciences, anildurmusahmet@gmail.com, 0000-0003-3601-188X

Giriş

Toplumların, belirli güçlerin istekleri doğrultusunda bilinçli olarak yapılandırıldığı fikrine dayanan tarihsel materyalist kuramı temel alarak şekillendirilen bu çalışmada, eleştirel ekonomi politik perspektifiyle geleneksel medya ile sosyal medyanın insan hayatına olan etkileri ve temel çalışma prensiplerinin üzerinde durulmaktadır. Marx'ın Engels ile ortaya koyduğu, bahsi geçen kuramlarında, yapılandırılmış bir gelecek tahayyülü ile maddesel bir dünya tasavvur edilmektedir (Slattery, 2017: 102-103; Touchard, 2015: 633). Bu maddesel dünya, tüketim dinamikleri üzerine şekillenmiş; medyanın güçlü etkisi ile zaman içerisinde tıpkı Foucault'nun da belirttiği, gözetime dayalı ve disipline edilmiş panoptik bir topluma zemin hazırlamıştır. Panoptik toplum, güçlü bir gözetim devletini ortaya koymakla kalmaz, aynı zamanda konsensüsü kendiliğinden şekillendiren bir rızayı ve rıza tarafından güvence altına alınmış bir gözetimi de meşru kılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, tarihsel materyalist görüş, bugünün sıradanlaştırılmış gözetimini ve bu gözetimin insan hayatındaki yerini incelemede yol gösterici bir işleve sahip olmaktadır.

Çalışma kapsamında tarihsel materyalizmde görülen yapılandırılmış toplum dinamiklerinin bir şekilde kendini yenileyen sisteme sahip olduğu düşüncesi çerçevesinde gözetimin tüketilmesi üzerinde durulmaktadır. Feodal dönemde bulunan toprak sahiplerinin gücü, zamanla burjuva sınıfına geçerken; bugün aynı güç, internete bir noktada hükmettiği varsayılabilecek birkaç şirketin1 elindedir. Bir diğer ifadeyle kapital her dönem el değiştirse de ona sahip olanlar her zaman söz sahibi olmaya devam etmiştir.

Sosyal medyanın eleştirel ekonomi politiği pek çok kuram ve kuramcı tarafından ele alınırken bu çalışmada amaç; gözetim kavramının tüketilmesi ve tüketimin gerçekleştirilebilir kılınmasını sağlayan sosyal medyanın girift yapısını ve büyük veriyi; 'yeni' bir kitle medyası bağlamında ele almaktır. Bu yeni kitle medyası esasen televizyonu eleştirerek internet ortamında yine kendisi gibi olanları bularak yankı odalarını ortaya çıkaran kullanıcılarını meydana getiren ve sanıldığı kadar öz-kişisel ol(a)mayan sosyal medyadır.

Noam Chomsky ve Edward Herman'ın ortaya koydukları "Rızanın İmalatı" (üretimi) olarak bilinen 'propaganda modeli'nin sosyal medyadaki karşılığı, model içerisindeki beş süzgeç bağlamında incelenmiştir. Yüksek lisans tezinden üretilen bu çalışmada gözetim kavramının sosyal medya aracılığıyla nasıl maddeleştirilerek tüketilebilir bir nesne haline geldiği; sosyal medyanın pek çok farklı alan ile olan girift yapısı kapsamında ele alınmıştır.

Medyada Rıza Üretimi

Marx, toplumu ve dünyayı anlamanın ötesinde, değiştirmeyi amaçlarken; "hümanite sadece ulaşabileceği amaçların peşinden gider" (Touchard, 2015: 635)

[1] 'Big Tech' olarak bilinen beş şirket özellikle diğer şirketlere oranla yoğun şekilde öne çıkmaktadır; *Amazon, Apple, Facebook, Alphabet* (*Google*), *Microsoft* (Eavis ve Lohr, 2020).

diyerek kendiliğinden sınır konulan bir özgürlüğe2, ulaşılabilir amaçlara ve hümanitenin tahayyül yeteneğine dikkati çekmektedir. Marx'a göre toplumun her şeyden çok aydınlanmaya (bilinçli bir gelişmeye) ihtiyacı vardır. Bu aydınlanma, özgürlüğü açığa çıkarırken; topluma da bilincini geri kazandıracaktır. Konu dahilinde Marx'ın bu görüşü ele alınacak olunursa, medyanın tarih boyunca toplum üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Medya, yukarıda belirtilen insanlığın ulaşabileceği amaçları, bugün büyük ölçüde kendi güçlü etkileri aracılığıyla belirleyebilecek, dönüştürebilecek ve yeniden yapılandırabilecek bir güce sahip hale gelmiştir. Böylece Horkheimer'ın (1998) "akıl tutulması"-na uğramış insan fikrini akılda tutmak ve düşünme yetisini kaybetmemiş, ama onu doğru şekilde[3] kullanma gereğini hissetmediği düşünülen bir toplumun ortaya çıktığı yönündeki medyanın eleştirel ekonomi politiği görüşünü anlamak mümkün olmaktadır. Söz konusu toplumun, medya aracılığıyla kendisine gösterilmiş olana kolayca ikna olduğu; sorgulama yetilerinden yoksun bırakılmış bir şekilde rıza gösterdiği kabul görmektedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005; Herman ve Chomsky, 2017; Fuchs, 2014; Fuchs, 2016). Bu noktada medyanın eleştirel ekonomi politiği, medyanın meta ve sermaye birikimi üzerinden; mülkiyet ve sahiplik yapısını, medya kurumlarının diğer kurumlar ile olan işleyişini ele alan bir disiplin olarak rıza üretiminin nasıl gerçekleştiği konusunda bir kılavuz işlevine sahiptir. Medyanın ekonomi politiğinin kılavuzluğunda tarihsel materyalist görüş ekseninde ilerleyecek olursak; öncelikle kitle medyasını ele almak gerekmektedir.

Golding ve Murdock (2014: 56), kitle medyasının gelişmesinde; şirket menzilinin genişlemesi, metalaşma, devlet ve hükümet müdahalesinin rolü-

[2] Sınır konulmuş bir özgürlük düşüncesi ikinci bölümde ele alınacak olan gözetim ve sosyal medya içinde oldukça önemli bir noktadır. Özgürlük, Oxford sözlüğünde (2020) genel anlamda "herhangi bir koşulla sınırlanmama, zorlamaya, kısıtlamaya bağlı olmaksızın düşünme ve davranma durumu"; felsefi anlamda ise "insanın, her türlü dış etkiden bağımsız olarak kendi istencine, kendi düşüncesine göre karar vermesi durumu" olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamaya benzer şekilde Marx'ın fikrinde de sınırsız bir özgürlüğün var olamayacağı ve bu özgürlüğün her zaman maddi koşullar ile ilintili şekilde var olabileceğini söylemek mümkündür. Marx ve Engels (2013: 53), tarihsel akış içerisinde egemen sınıf düşünceleri ile bu egemen sınıfın kendisini (kültürel altyapısı ve maddi koşulları) birlikte düşünerek ele alınmasını savunarak aksi halde aristokrasinin onur ve sadakatle; burjuvazinin ise özgürlük ve egemenlik kavramlarıyla egemenliğe sahip olduğunu söylemenin mümkün olacağını düşünürler. Oysa, her bir egemen kendinden bir önceki egemenin eksik gördükleri ve aşırı buldukları yanları değişime uğratarak egemen haline gelirken, özgürlük düşüncesi de egemen olmak isteyen çevrenin kendi isteklerini toplumun istekleri olduğuna ikna etme sürecinde üretilmektedir. Kişisel anlamda bir özgürlük ise sadece topluluk içerisinde ve egemen çevrenin topluma tanıdığı imkânlar doğrultusunda söz konusu olabilmektedir (Marx ve Engels, 2013: 75).

[3] Horkheimer ve bağlı bulunduğu Frankfurt Okulu teorisyenleri başta olmak üzere, Marksist perspektifteki pek çok düşünüre göre doğru düşünce diyalektik bir şekilde kurulur. Bu diyalektik iletişim kişiye eleştirel bir bakışı ve de sorgulama bilincini kazandırmaktadır.

ne vurgu yaparak medyanın eleştirel ekonomi politiğine ilişkin esasları ortaya koymaktadırlar. Şirket menzilinin genişlemesi tek sesliliğe (tekelleşme); metalaşma ve tekelleşme ise özgürlüğün sınırlarını belirlemeye yol açmaktadır.

Kitle medyası tartışmalarında, medyadan önce kitle kavramı gelmektedir. Kitle kavramı ise ilk anda yığın ve kalabalığı, yani heterojen ya da homojen bir güruhu çağrıştırmaktadır. Bu da Antik Yunan'da Platon'un demokrasi eleştirilerine dek geriye götürülebilecek tarihi içerisinde genel kanı negatif ve gerici bir düşünceyi ifade etmektedir (Karadoğan Doruk, 2015: 91). Bunun nedeni ise, özellikle Le Bon'da (2014) ne yapacağı belli olmayan, kontrol edilmediğinde ihtilallere[4] sebebiyet verebilecek kadar tehlikeli bir kalabalığın, onu oluşturan bireylerin, kendi belleklerinden bağımsız; bu yığına özel geliştirdiği "düşün yapısıdır". Düşün yapısı ise özellikle teksesli bir medyanın varlığıyla mümkün olmaktadır. Böylece toplumu oluşturan her birey, bir diğerine benzeyerek kaybolacaktır. Bireylerin kalabalık içinde kaybolması Tocqueville, Burckhardt, Gasset ve Benda'da negatif karşılık bulmaktadır (Karadoğan Doruk, 2015: 90-102). Gasset (1992), cemiyet içerisindeki iki dinamik parçadan söz ederken, kitleyi azınlık olarak aydın bir düşünen topluluğu ile özel vasıflardan uzak bir topluluk ya da bir araya gelme hali olarak tanımlar. Marcuse (2010) ve Horkheimer (1998), medya karşısında akıl tutulmasına uğramış, ideolojilere boyun eğmiş, tek boyutlu insanlardan meydana gelen karanlık bir toplum tahayyülünün gerçekleştiğinin altını çizerler. Dolayısıyla kitle medyasını hedef kitlesi olarak "kitle", ekonomi politik perspektifte de benzer şekilde değerlendirilir ve bu değerlendirmede önemli olan, bireyin kitlenin bir parçası dahi olsa ideolojik manipülasyonlara uğramasını engelleyebilmektir.

Ekonomi politik kapsamında ideoloji, en geniş anlamıyla, toplumda kontrol ve mücadele ile ilgili fikir kümelerine (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 237) işaret etmektedir. İdeoloji olmadan herhangi bir iletişim aracında, herhangi bir şekilde medya işlevi yerine getirmek mümkün olmamaktadır. Burada Frankfurt Okulu teorisyenleri ile Gramsci, Althusser ve Mills gibi isimlerin, altyapının, üstyapıyı belirleyerek vakti geldiğinde kapitalizmi ortadan kaldıracağı fikrini reddetmesini hatırlamak önemlidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005). Çünkü bugün de devam eden görüş, üstyapının medyanın uyguladığı manipülatif düzenin, kitlenin olan bitenin gerçek yüzünü görebilmesi için, gerekli olan ortamın oluşumuna izin vermediği üzerinedir. Bir diğer ifadeyle bugünün genel görüşü mülkiyet sahiplerinin istediği doğrultuda hareket eden medyanın kitlede gerekli uyanışın harekete geçmesine sebep olabilecek koşulları engelleyecek olmasıdır.

Marx'a göre, doğallaştırma, tarihselleştirme ve ebedileştirme bir ideolojinin olmazsa olmazlarıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 237). Dolayısıyla ideolojiler, toplumsal hayatın gelişimini mantıksal bir çerçeveye oturtarak, birbi-

[4] Le Bon'a göre Fransız İhtilali'nin ardında kitlede yaşanan değişimi fark edememiş bir saray bulunur (2014: 110-111).

ri ile uyuşan aynı seslerin yükseldiği bir ortamda kitleden olumlu bir karşılık görmektedir. Yine medyayı devletin ideolojik aygıtları içerisinde görerek, ideolojinin insanı ya da daha doğru bir ifadeyle özneyi nasıl kurduğu ile ilgilenen Althusser'e (2000: 57) göre bir yapı olarak ideoloji, Gramsci'nin rıza kavramının da devreye girmesiyle birlikte özneyi sistemin çarklarını döndüren bir anahtar konumuna getirmektedir (2000: 40-64).

İdeoloji aktarımı bağlamında tekelleşme ekonomi politikte oldukça önemlidir. Az önce de belirtildiği üzere medyada gittikçe azalan bir çoğulcu bakıştan söz edilmektedir. Tekelleşme konusunu yeni teknolojiler üzerinden ele alan Bagdikian *Yeni Medya Tekeli* (2004) adlı eserinde, başta internet olmak üzere yeni teknolojilerde tekel mücadelenin "nasıl küresel boyuta ulaştığından"; dünya genelinde faaliyet gösteren büyük firmalar özelinde mali yapılanma, finans ve hâkimiyet gibi konu başlıkları aracılığıyla bahsetmektedir. Ayrıca medya şirketleri tarafından oluşturulan tekelci sistemin eşitsiz bir düzen getirdiğini de dile getirmektedir. Çünkü dijital ortamda büyük çaplı yayın ve içerik sunabilmek için gereken mali ve teknolojik altyapının yüksek ekonomik güç gerektirmesi, bu alana hâkim olan şirketlerin azlığına, yine bu alana hâkim olan ülkelerin sınırlılığına ve buradan hareketle de bu şirket ve ülkelerin sözlerinin geçmesine, diğer ülke ve küçük şirketlerin ise sadece küçük pay ve rollere sahip olmasına neden olmaktadır.

The Digital Sublime eseriyle yeni medyanın ekonomi politik analizini yapan Mosco (2004: 5), toplumsal ilişkilerin, güç ilişkilerinin ve iletişim alanına dair üretim ve dağıtımına yönelik çalışmaların yaratım sürecini açıklayabilmek adına en doğru yaklaşımın ekonomi politik perspektif olduğunu söylemektedir. Bunun en önemli sebeplerinden biri dile ilişkindir. Geleneksel medyaya yönelik önemli bir eleştiriyi dile getiren Marcuse (2010: 84-85), medyada kullanılan dilin düşünceyi engellediğini savunmaktadır. Buradaki engel, Smyth'in Eisenberg'den ödünç aldığı "bilinç endüstrisi" kavramı ile açıklanabilir; Smyth, Eisenberg'in aksine maddi değer anlamını yükleyerek sahibinin ortaya koyduğu düşünsel ve ideolojik sınırları ortadan kaldırırken Fuchs (2012'den akt. Güngör, 2016: 162) dilin yeni bir rızayı ortaya koyabileceğine işaret eder. Smyth bilinç endüstrisinin dil aracılığıyla insanları belirli şekilde düşünmeye yönlendirdiğini savunur. Yine aynı şekilde Schiller, zihin yönlendirenler olarak medyayı kastederek, düşüncenin iyi planlanmış bir zihin oyunu aracılığıyla değiştirildiğini/yönlendirildiğini savunmaktadır (2018: 9-18). Paul Freir bu zihin manipülasyonunu "bir çeşit fetih aracı" olarak nitelemektedir (Schiller, 2018: 9). Her yanı medya ile çevrelenmiş günümüz insanı, bu ortam içerisinde açık/kapalı pek çok ürün/tüketime yönlendirildiğinden zihnine çeşitli ideolojiler aktarılır. Böylece Garnham'ın dediği şekilde, kapitalist toplumlarda medya aracılığıyla kültürün endüstrileşmesinin, üretim ve tüketim sürecine etkileri daha kesin-net şekilde belli olur. Garnham, medyanın kültür ile ilgili olduğu kadar ekonomi ile de ilgili olduğunu ve iki tarafın birlikte değerlendirilmesi gerektiğini savunurken,

salt egemen sınıfın ideolojik bir aygıtı ya da ekonomik güçlerin elinde bir araç olamayacağını belirtir (Garnham, 2000: 39-62). Buradan hareketle medyadaki konsensüsü ve propaganda modelini detaylandırmak daha doğru olacaktır.

Medyada Konsensüsü İnşa Etmek ve Propaganda Modeli

Medya, doğru bir okuma yapıldığı takdirde, sürekli olarak bir halkla ilişkiler çabası içerisindedir. Kitlede rıza üretimi gerçekleştirmek üzere tasarlanmış medya, aslında halkla ilişkilerin sadece belirli bir plan doğrultusunda değil de (Chomsky, 2012a); belirli noktalarda bizatihi varoluşla gelen başat bir aktör konumunda olduğunu da gösteren klasik dönem işlevsel yaklaşım dâhilindeki halkla ilişkiler düşüncesini bugün de hâlâ devam ettirmektedir[5]. Susskind ve Atamer, "bir grup veya kuruluş tarafından hemen hemen herkesin rıza göstereceği ortak bir anlaşmaya varmak ve sonra da bu anlaşmayı başarılı bir şekilde uygulamak için bir yol" (Susskind ve Atamer, 2016: 33) olarak tanımladıkları konsensüs inşasında aynı zamanda halkla ilişkilere yakın bir anlatımda bulunmuşlardır. 'Propaganda Modeli' de bir anlamda bu tanımda geçen durumların bizzat sistematikleştirilmiş hali olarak yorumlanabilmektedir. Bir diğer ifadeyle gerek konsensüsün inşasında gerekse rızanın üretilmesinde esas mesele; gizli bir halkla ilişkiler pratiğini uygulamaktır. Benzer şekilde yine halkla ilişkilere eleştirel bir perspektifle yaklaşan Erdoğan; "halkla ilişkiler, gerçeği iletişimle inşa ve yeniden-inşa eden bir ikna ve beyin yönetim işidir" (2014: 10) ve "halkla ilişkilerin egemen anlatısı, güçlülerin var oluş ve ilişkilerinde kendini meşrulaştırması ve pazarlamasının bir parçasıdır" (2014: 69) şeklinde tanımladığı halkla ilişkiler faaliyetini rıza üretimine ve konsensüse yakın bir şekilde izah etmektedir. Buradan hareketle geleneksel medya ya da kitle medyasının köktenci bir genelleme ile Chomsky ve Herman'ın (2017; Chomsky, 2012a: 3-32) bakış açısı kapsamında 'gücün halkla ilişkileri'ni yaptığını söylemek mümkündür.

'Propaganda Modeli' kapsamında toplumda başat bir aktör olarak görülen medya, seçkinlerin sözcüsü görevini üstlenmektedir. Bunun yanında sözü edilen seçkinler, medyanın da asli görevi olarak kabul gören halkı doğru bilgilendirme işlevini yerine getirmemesinde olduğu gibi, toplumu bilinçlendirme görevini yerine getirmek yerine; kendi çıkarları doğrultusunda toplumu manipüle etmeyi amaçlamaktadır (Chomsky, 2012a; Herman ve Chomsky, 2017). Medya, toplumu seçkinlerin fikirleri doğrultusunda biçimlendirmekte; toplumu bilgi-

[5] Alanının ilk ortaya çıktığı dönemde yaygın şekilde kullanılan yaklaşımda; kamuları ve iletişimi örgütsel amaçları gerçekleştirmek için gerekli araç olarak görülen halkla ilişkiler, bu süreçte medya kanalları ile kurum arasındaki çıkar ilişkisine dayalı bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım dâhilinde amaç kitle ile bir ilişki oluşturmaktan ziyade örgüt çıkarlarına yönelik olacak (Çakar Mengü, 2012: 11) şekilde kitlede değişim yaratmak yani konsensüsü inşa etmektir.

lendirme ve haberdar etme işlevlerini, beş süzgeçten[6] geçirerek, toplum yerine güç çevrelerine, yani iktidar sahiplerine yönelik bir tutumla gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla medya, söz konusu tarafta yer aldığı sürece, kendisi herhangi bir yeni talimata uymadan, yine kendisi tarafından otomatikleştirilmiş bir sistem (otokontrol) dâhilinde çalışmaktadır (Chomsky, 2012b: 272). Bir başka deyişle medya, kitlede gerçekleştirdiği ve gerçekleştireceği rıza üretimini, aslen, kitlenin çıkarları yerine kendi çıkarlarını korumak amacıyla; "toplumun daha düşünceli üyeleri", "entelektüeller", "kanaat önderleri" sayılan kişilerin fikirlerinin aktarımı yoluyla gerçekleştirmekte ve "demokratik sistemde gerekli yanılsamalar zorla" dayatılamayacağı için de kitlenin rızasının açıkça alındığından emin olmak zorundadır (Chomsky, 2012b: 71). Bu nedenle de medya kurumları içerisinde rol alacak her bir editör, gazeteci vd. personelin, kurum ve kurumun etkileşim halindeki güç gruplarıyla uyumlu olacak şekilde, haber değeri, kriter ve önceliklerini içselleştirmiş olmaları beklenirken (Herman ve Chomsky, 2017: 16), rızanın üretilmesi sürecinde halkın/kitlenin bir zorlama hissine kapılmaması da oldukça önemli bir konudur.

Mosco ve Fuchs (2019), Golding ve Murdock'un kitle medyası için gerçekleştirdiği ekonomi politik esasları sosyal medya için güncellerken, Marx'ın fikir ve öğretilerinin bu "yeni" medya düzeni ile yeniden değerlendirilmesi gerektiğini; onu yeni baştan okumanın ve özde topyekûn bu sosyal medyada yer alan herkesin "yeni bir kitle medyası"nın bir şekilde içine düşerek ücretsiz işçileri haline geldiklerini söylemektedirler (Fuchs, 2018: 72; Cohen, 2019: 62-65). Ne sosyal medyada ne de geneli itibarıyla internette bireyin özgür olmadığı yönündeki açıklamalarda; geleneksel medyada ve Orwelyel distopyalarda dahi alışık olunmayan bir gözetime aczedilmiş toplumun seyrinde madde ve tüketime bağımlılığın izlerini görmek mümkün olur. Oysaki Castells ya da Dijk'in bakış açısıyla bir okuma yapıldığında ağ toplumunun bir hüneri olan sosyal medya, iletişimi kolaylaştırıp sınırları ve zamana bağımlılığı yıkarak özgürlüğü vaat ederken, gerçekte bunun tam tersi bir durum gözlenmektedir.

Sosyal Medyada Rızanın Üretimi ve Gözetim

Bir medya organı, yayınları itibarıyla iyiden iyiye gözetim altına alınmış bir toplumun ve onun yapısal unsurları olan siyasetin, hukukun, ekonominin ve de kültürün haber formatındaki görünümlerinden ibarettir. Sözü edilen gözetim; normal koşullar altında gözetlenmekten rahatsızlık duyacak olan kitlenin, kendi rızasıyla gözetlemesi/gözetlenmesi ve gerekli tüm bilgileri de yine kendi rızası ile sunmasıdır. Günümüzde gözetimin sıradanlaştığı bir dünya tasavvuru

[6] Bu süzgeçler çalışmanın araştırma bölümünde detaylıca ele alınacağı için burada sadece isimlerine yer verilecektir. Süzgeçler sırasıyla: Kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyeti ve kar yönelimi: *birinci süzgeç*; iş yapmak için reklamcılık ruhsatı: *ikinci süzgeç*; kitle medyasının haber kaynakları: *üçüncü süzgeç*; tepki üretimi ve zorlayıcılar: *dördüncü süzgeç*; bir denetim mekanizması olarak anti-komünizm: *beşinci süzgeç* şeklindedir.

artık ürkütücü bir durum olmaktan çıkarak, kabul edilir bir hale bürünmüştür. Çünkü bireyin sosyal medya hesaplarını açtığı sırada onay verdiği "Kullanıcı Sözleşmesi" metni, yapılacak olan gözetimin boyutlarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte katılımcılar, tıpkı kitle medyasında ve kültüründe olduğu gibi çoğunluğa ayak uydurmak amacıyla itiraz ya da ret haklarını kullanmamaktadırlar. Herman ve Chomsky (2017) için toplum içerisinde sıradanlaşan gözetim, uzun süreli ve sürekli süzgeçlerden geçerek sunulan medyanın sonucudur. Dolayısıyla gözetim kavramını medya boyutuyla ele alabilmek için öncelikle medyayı, bir önceki bölümde ele alınan "kitleyi kontrol" pratiği ve bu bölümde ele alınacak gözetimi de disipline edilmiş toplumun iktidar tasavvuru olarak "gözetim devleti" boyutuyla ele almak gerekmektedir. Konunun daha iyi anlaşılması adına, tarihsel bir bakış açısıyla ele alınacak olursa, bu defa devlet katkısıyla ortaya çıkan internet ve gözetim çalışmaları ve yine benzer şekilde kitleyi kontrol altında tutma pahasına yeri geldiğinde ödün verebilen bir medya da konu içerisine dâhil olmaktadır.

Gözetim Devleti Uygulamaları

Gözetim devleti fikrini 1700'lü yıllardan 1990'lı yıllara kadar ele alan Dandeker (1990), modern toplum yapısının devlete, gözetim ve disipline edici bir görevi yeni bir güç pratiği olarak sunduğundan bahsederek, disiplinin özellikle bürokratik ortam aracılığıyla sosyal hayata tesir ettiğini ifade etmektedir. Benzer ifadelere Foucault'nun *Hapishanenin Doğuşu* (1992) eserinde de rastlamak olanaklıyken, Deleuze'ün (2019), Foucault'nun disiplin toplumu tanımlamasının geride kaldığı ve artık bir kontrol-denetim toplumundan bahsetmek gerektiği yönündeki düşüncesini hatırlamak burada önemlidir. Deleuze'ün bu yorumu Radcliff'in (2001) çalışmasıyla daha da anlam kazanmaktadır. Radcliff (2001: 36), insan mutluluğunun ekonomi politiğini ele alırken, Weber'in, kapitalizm için ortaya koyduğu insan ruhunun "demir kafesi" tasvirinden yola çıkmakta ve pazarı bir hapishaneye benzetmektedir. Bir çeşit hapishane olarak pazar, insan mutluluğunun kontrol altında tutulmaya çalışıldığı bir işleyiştir ve bunu demokratik sürecin olağan bir durumu olarak gösteren devletin karşıtı yönde bir hüner sergilemektedir. Margetts (2003) ise gözetim devleti konusunu hükümetler ve yöneticilik boyutuyla ele almaktadır. Enformasyon toplumunun bir kapitalist gözetim toplumu olduğundan ve gerek Amerika gerekse Britanya'da hükümetlerin bilgi teknolojilerini kontrol altında tutarak güçlü bir gözetim faaliyeti süreci yürüttüklerinden bahseder.

Günümüzde gözetim devletine ilişkin ilginç görüşler ortaya koyan düşünürlerden biri de Agar'dır. *Government Machine* isimli eseriyle Agar (2003) devletin gözetimci yanını bilgisayarın evrimi üzerinden ele alır. Agar, özellikle internetin bir milli istihbarat, savunma ve kurumlar arası iletişimi sağlama aracı olarak geliştirildiğini ve kullanıma girdiğini savunur. Bu açıdan Mattelard

(2012) da Agar'ın düşüncelerine yakın görüşler ortaya koyar. Mattelard'a göre, ilk etapta Amerika'nın milli güvenliği için ortaya çıkan bu teknolojiler, bugün de halen aynı amaçla kullanılmaktadırlar. Burada Jeremy Bentham'ın, kardeşi Samuel Bentham ile birlikte tüm detaylarını tasarladığı, başta garipsenmiş panoptik hapishane modeli fikrini, Foucault'nun revize etmesinden önce merkezdeki gözlemcilerin, etraflarına dizilmiş mahkûmları gözetlediği haliyle bir kez daha hatırlayalım. Zira Bentham, panoptikon beklediği etkiyi görmediğinde, siyasi örgütlenmeyi rasyonel şekilde davranacak bir sistem olarak yeniden tasarlamaya başlayarak (Agar, 2003: 28) sosyal panoptikon fikrine de katkı sağlamıştır. Bu yeni sistem içerisinde ise iki önemli bileşen bulunmaktaydı; bilgi ve denge. Bu iki bileşen mimari olarak panoptikon fikrinin temelinde yatmaktadır. Sosyal panoptikon fikrinde ise bilginin tek taraflılığı üzerinde bir dengesizlik yer alırken, çoğunluğun bu dengesizliği görmesi engellenmeye çalışılmaktadır. Benzer şekilde temsili bir demokrasi önerisinde de bulunan Bentham'a göre yönetimin fikrinin toplumun fikri olması gerekiyordu. Yine içinde bulunduğu döneme göre oldukça radikal olan bu fikri bugünün toplumunun ve devlet idaresinin temeli olarak kabul edilebilmektedir (Agar, 2003).

Bentham, panoptikonu, "bugüne kadar örneği olmayan, zihin üzerinde, zihinsel iktidar elde eden yeni bir yöntem" (Mattelart, 2012: 13) olarak tanımlamaktadır, ancak, esasen 1975 yılında Foucault'nun *Hapishanenin Doğuşu* eseri ile "gözetim toplumu" fikrini ortaya koymasıyla sözü edilen yöntem tam olarak ifade edilebilmiştir. "Panoptikon'un bugün de toplum üzerinde iktidar uygulayan disiplin, toplumun paradigmasının derin, katı tabanını oluşturduğunu" (Mattelart, 2012: 14) söylemek özellikle internet ve onun çalışma prensiplerinden biri olan büyük veri düşünüldüğünde halen ve bir açıdan tamamen mümkündür. Çünkü yukarıda Agar ve Mattelart üzerinden ele alınan Bentham ve Foucault'nun görüşleri hatırlandığında bilgi ve denge panoptikonun temelinde yer almanın yanında onun güçlü olmasını da sağlayan bileşenlerdir. Bu açıdan ele alındığında büyük veri, bilginin belirli ellerde toplanarak denge görünümünü gerektiği ölçüde ortaya koymaktadır. Gözetim yine internet teknolojileriyle ortaya çıkan enformasyon kapitalizminin etki ve güç alanını dahi belirli ölçülerde zayıflatarak gözetim devletini güçlendirirken (Poe, 2019: 322), bu haliyle hayatın içerisinde yer almaktadır ve bu hayatın içerisinde oluş hali de geçmişten günümüze atılmış doğru adımların bir sonucu olarak da tarihsel materyalist görüşü destekler niteliktedir.

Gözetim Toplumunda Yeni Bir Pratik: Büyük Veri

Castells, gelişen teknolojiler ışığında ortaya çıkan yeni toplumun dört değişkenli bir paradigma etrafında şekillendiğinden bahsetmektedir. Paradigmayı oluşturan değişkenlerden ilki bu toplumda hammaddenin bilgi olması; ikincisi yeni teknolojilerin yayılması; üçüncüsü ağ kurma mantığı ile ilerleyen ilişki kü-

meleri ve enformasyon teknolojilerini kullanan sistem ve paradigmanın sürekli olarak güncelleyerek yeniyi üretmesidir (Castells, 2008). Castells'in bahsettiği bu yeni toplum, yeni bir medya alışkanlığını da bahsi geçen teknolojik gelişmeler ışığında kazanırken; Toffler'ın "prosumer" (üre-tüketici) dediği kullanıcı şekline bürünmüştür (2008). Toffler (2008: 8), Üçüncü Dalga içerisinde ele aldığı prosumer kavramının; üçüncü dünyanın zaman içerisinde, geçmiş dönemlerden çok daha farklı ekonomik ve kültürel dinamikleri de getireceğini söylemektedir. Bu doğrultuda 'ruhu eğitmek için bedeni evcilleştirme' açısından "gözetime" odaklanan Foucault'ya göre (Mattelart, 2012: 15) özne hem üreten hem de tüketen olarak, kendisini, tükettikçe var olacağına inandırmaktadır. Tüketim, bugün özellikle sosyal medyanın, insan hayatının büyük bir kısmına hâkim olduğu günümüz koşullarında gözetimi de içerecek şekilde genişlemiştir. Foucault'nun görüşleri çerçevesinde ilerleyecek olursak; insanlık, üçüncü dünyanın kurulmasıyla birlikte Bentham'ın tasarımı panoptikonu zihinlerde gerçek kılmış ve kendi hapishanelerini yaratmıştır. Foucault'nun "hapishane ile insan kendini birine karşı güvenceye almaktadır" (Foucault, 1992b: 186) sözü, sosyal medyanın günlük hayata etkileri düşünüldüğünde çok da şaşırtıcı olmamaktadır. Bunun yanında insanın sosyal medya ile bir özgürleşme çabası içerisine girmesi; tam tersi şekilde onun sosyal hapishanelerin bir tutsağı haline gelmesine sebebiyet vermektedir.

Foucault'nun disiplin iktidarında, gözetleme etkin ve başat bir aktördür. Bu aktörün kontrolü, yenidünya düzeninde başta internet ve sosyal medyanın bir nevi çalışma prensibi olan büyük verinin elindedir. Böylece kurulan yeni iktidar biçiminde, iktidar gücü ve alanı insan zihinlerine işlemektedir. Çünkü büyük veri burada ele alınacağı üzere aslında sanal ayak izleri olarak düşünülebilir. Bu da iktidarın kontrol etme arzusu bağlamında, Virilio'nun "dünyaya sahip olmak, bir bölgeyi elde tutmak; aynı zamanda onu koruyabilmek ve savunabilmek için en iyi gözetim araçlarına sahip olmak gerekir" (Virilio, 1998: 24) sözünü hatırlatarak büyük verinin güç çevrelerinin gözündeki değerini ortaya koyabilmektedir. Yakın tarih boyunca kitleyi, medya aracılığıyla elinde tutmayı amaçlayan güç çevreleri, bu yeni iktidar biçimine; teknoloji şirketlerinin elinde tekelleşen sosyal medya ve internetin sayesinde kavuşmuştur. Buradan hareketle büyük veri kavramını ele almak, sosyal medyadaki gözetimi daha iyi kavramaya olanak sağlayacaktır.

Tim Bernays Lee; "gelecek hâlâ geçmişten çok daha büyük. İnternetin gücünü henüz görmedik" şeklindeki açıklamasıyla, internet ile ilgili hâlâ büyük ve açığa çıkmamış yenilik ve gelişmelere işaret eder (Mosco, 2017: 175). 2005 yılında *O'Reilly Media*'dan Roger Magoulas tarafından, medya ve internette, geleneksel verilerin karmaşıklığı ve boyutu göz önüne alınarak yönetilememesine dikkat çekilerek kullanılan "Büyük Veri" kavramının temeli 2001 yılında *Meta Group* adlı bir bilişim teknolojisi şirketinde çalışan Doug Laney tarafından, veri yönetiminin işlersiz kılınmasına neden olan üç unsura dikkat çeken

yazısı ile atılmıştır. Daha sonra büyük verinin üç V'si olarak literatüre geçen; hacim (*Volumes*), hız (*Velocity*) ve çeşitlilik (*Variety*) kavramları büyük verinin ana bileşenleri olarak kabul edilmiştir. Özellikle hacim ve bu hacmin (bilgi oranının) bilgisayar depolama kapasitesinde büyük bir oranı ifade eden Petabyte'a ulaşması büyük verinin başlangıç noktası olarak kabul görmüştür (Ergen, 2018: 54-55).

Becoming Digital eserinde Mosco, "bir sonraki internet" tanımlamasında geleceğe bir atıfla, şimdiden beş şirketin (*Big-Tech*) yönetimindeki internet konusunda karamsar olmanın sıra dışılıktan uzak, son derece makul gözüktüğünün, çünkü *Big-Tech* olarak bilinen bu beş şirketin daha şimdiden zihinleri kontrol ederek, geleneksel medyayı geride bıraktığının altını çizer (2017: 175). İnsan bedeninin ve zihninin de metalaştırıldığından bahseden Mosco bu metaların algoritmalara tabi tutulmasıyla zehirli bir e-atık çöplüğüne dönüşmeye başlayacağını söyler (Mosco, 2017: 175-177). Büyük veri üzerinden kendi seçkinlik sınıfını kuran Big-Tech hem internette hem de sosyal medyada sadece kendilerinin hükmüne izin veren yeni bir iktidar kurarken, Mosco'nun bahsettiği gibi sanal dünyada bir çöplüğü de inşa etmektedir. Bu çöplük büyük veri kapsamında sürekli çeşitli algoritmalar aracılığıyla damıtılıyor olsa da hiç kullanılmayan, ancak enerji harcayan büyük bir yığın da kenarda beklemektedir (Mosco, 2017).

Büyük veri kavramı, internetteki her bir hamlenin, araştırmanın kayıt altına alınmasıyla kullanıcıya, kişiye özel sonuçlar sunmayı sağlarken; hem *Google* gibi arama motorlarının çalışma prensibini hem de *Amazon*, *Instagram* vb. uygulamaların asıl gelirlerini elde etmesini (Marr, 2019) ve *Cambridge Analytica - Facebook* krizinde olduğu gibi psikolojik bir etki mekanizması ile insanı tümden ikna etmeyi sağlamaktadır. "Mahremiyet, küçük veri devrinde esas zorlu işimizdi. Büyük veri devrinde ise hür iradeyi, ahlaki seçimleri, insani istekleri ve insanın benliğini korumak olacak" diyen Cukier'den (2014) hareketle; yeni iktidarın gözetim dinamiklerinin artık toplum tarafından kabul edildiğini ve önemli olanın bu gözetim hamleleri sonucunda kişiye özel reklam ve her türlü ikna çalışmasına karşı dikkatli olması gerektiğini vurgulayalım.

Medyanın ekonomi politiği üzerine çalışmaları ile tanınan Mosco, 'büyük veri'den, 'çalkantılı bir dünya' [*turbulent world*]da gözetim için en iyi yöntem olarak bahsederken; bulut kültürü olarak yeni bir kültürün doğduğundan ve bu noktada insanlığın özgür irade ve benliği anlamında mahremiyetine daha çok ehemmiyet vermesi gerektiğinden bahsetmektedir (Mosco, 2014: 175-226). Bu ehemmiyet özellikle Brexit ve Trump Başkanlık Kampanyası sürecindeki *Cambridge Analytica*'nın çalışmaları düşünüldüğünde daha da önem kazanmaktadır. Gözetim kapitalizmi şeklinde tanımlanan; insan deneyimini davranış değişikliğine dönüştürerek piyasaya ham madde olarak gözetimi; makine öğrenmesi ve yazılımlar yoluyla işleyerek, politik, ekonomik ve sosyal kararlar vermesinin sağlandığı bu yeni kapitalist düzenin (Zuboff, 2019) en önemli ör-

neklerinden birisi olan *Cambridge Analytica* dosyası[7] büyük veri ve sosyal medyanın her türlü gözetsel ve ikna çabalarının ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.

Gözetim ve medya konusunu toparlayacak olursak; en başta Amerika'da ulusal güvenlik, iyiyi kötüden ayırmak şeklindeki amaçlar doğrultusunda ortaya çıkan kitleleri gözetleme işi; ikna stratejileri sayesinde sürekli olarak özel çıkarlarla evrensel değerleri, özgürlük ile güvenliği, gerçeklerle yalanları, şeffaflıkla gizliliği karıştırarak, onları sıradan anlamlarından başka yöne çevirecek ve o anlamların etrafında dolaşacak kelimelerle bu dikotomiyi belirtmesine yol açmış durumdadır (Mattelart, 2012: 76). Gözetim ve sosyal medya gerek kurdukları yeni iktidar tarzları gerekse toplum üzerindeki etkileri göz önüne alındığında Mosco'nun (2009) Mills'in "iktidar seçkinleri" sınıflandırmasından hareketle tanımladığı medya seçkinlerinden ayrı bir sınıflandırmayı da zaman içerisinde hak edecek gibi gözükmektedir. Bu durum özellikle Mosco ve Chomsky'nin seçkinlik kavramına bakış açıları kapsamında, bir sonraki bölümde ele alınacak sosyal medyanın girift yapısı kapsamında 'Propaganda Modeli'nin sosyal medyadaki karşılığı incelemesinde de açıkça ortaya çıkmaktadır.

'Propaganda Modeli'nin Sosyal Medyada Karşılığı Olarak Girift Bir Tasarı: Gözetimin Tüketimi

Rızanın üretimi resmi olarak bireylerin oy verme hakkına sahip olmaları ve çeşitli erklerin bu oyu etkileme sürecini oluşturmaktadır. Oy verme hakkının anlamı, rıza üreten ve bireyi istenen yönde davranmaya itecek şekilde tercih ve tutumlarda değişikliği yapılandıran erk tarafından ortadan kaldırılır. Bununla birlikte gerek rızanın üretimi gerekse 'Propaganda Modeli', sadece seçimler ve oy rızası alma amacından çıkarak bütün bir medyayı ve medyadaki reklam/halkla ilişkiler çalışmalarını kapsayacak şekilde genişlemiştir. Çünkü medya tekelleştikçe, güç çok daha sınırlı ellerde toplanmaya başlayarak daha da dar bir perspektifin aktarıcısı konumuna gelmektedir (Chomsky ve Herman, 2017). 'Propaganda Modeli'nin sosyal medyadaki karşılığının, model içerisindeki beş süzgeç bağlamında incelendiği bu çalışma yüksek lisans tezinden üretilirken; tezin savunulduğu 2019 Haziran ile bu makale çalışmasının yürütüldüğü 2021 yazı arasındaki gelişmelere göre belirli revizelerde bulunulmuştur.

Araştırmanın yöntemi

Çalışmada gözetim kavramının sosyal medya aracılığıyla nasıl maddeleştirilerek tüketilebilir bir nesne haline geldiği; sosyal medyanın pek çok farklı alan

[7] Sosyal medya veri analitiği şirketi olarak *Cambridge Analytica*, 2016 Amerika Başkanlık Seçimleri ile Brexit referandumuna; vatandaşların *Facebook* üzerinden elde ettikleri verileri doğrultusunda düzenledikleri reklam kampanyasını yürüten (Cadwalladr ve Graham-Harrison, 2018: 6-7; Isaak ve Hanna, 2018: 56- 59) ve eski CEO'su Nix tarafından da davranış değiştirme ajansı olarak tanımlanan bir şirkettir.

ile olan girift yapısı kapsamında nitel içerik analizi türlerinden olan betimsel analizle ele alınmıştır.

Nitel içerik analizi, belirli kavram ve kategoriler içerisinde birbiriyle uyumlu verilerin, okuyucuya anlamlı gelecek şekilde organize edilerek yorumlanmasını sağlayan bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Benzer şekilde yine bir başka yaklaşımda da içerik analizi yığın şeklindeki yayınların filtrelenip kategorize edilerek değerlendirilmesi olarak ele alınmaktadır (Falkingham ve Reeves: 1998). Nitel içerik analizi türlerinden birisi olarak ele alınabilecek olan betimsel analiz ise; araştırma, olay, obje ve varlıkların, yine kurum, grup ve çeşitli alanların ne olduğunu yorumlayan, betimleyen bir araştırma yöntemidir. Yöntem sayesinde nicel ve diğer nitel araştırmalarda arada kalmış ve değerlendirilemeyecek olan toplumsal anlayış, gruplama ile ilgili verilerin değerlendirilmesi kolaylaşır. Araştırma alanı ile ilgili anlayış geliştirme, gruplama ve filtreleme olanağı oluşturarak sağlıklı bir ilişki oluşturulur (Kaptan, 1998). Bu yöntemde gözlem, kayıt ve olaylar arasındaki ilişkilerin tespit ve kontrol edilebilen değişmez ilkeler üzerinde genellemeye varma ve tasvir etme söz konusu mümkün olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

Herman ve Chomsky çalışmalarında, rıza üretiminin gerçekleşmesi için medyada yayınlanacak içeriklerin beş haber süzgecinden geçmesi gerekliliğinin üzerinde dururken, bu süzgeçler gerek geleneksel anlamdaki medyada gerekse sosyal medyada ekonomik ve politik iş birliklerini ortaya koymaktadır. Bahsi geçen süzgeçler sırasıyla; "kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyeti ve kazanç yönelimi"; "iş yapmak için reklamcılık ruhsatı"; "kitle medyasının haber kaynakları"; "tepki üretimi ve zorlayıcılar"; "bir denetim mekanizması olarak anti-komünizm" şeklindedir. Çalışmada, süzgeçlerin sosyal medyadaki karşılıkları da göz önünde bulundurulacak şekilde bazı değişikliklere de gidilmiştir.

Medyada mülkiyet ve sahiplik yapısı

'Propaganda Modeli'ndeki ilk süzgeç: 'kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyeti ve kazanç yönelimi'dir. Bu süzgeç, medyada var olan eleştirel ve doğrucu öz yapının, iktidar sahipleri tarafından bir tehdit olarak algılanarak, medya üzerinde baskı kurulmaya çalışılmasını konu alır. Özellikle televizyonun öneminin artmasıyla birlikte ruhsat ve izin alma gibi yenilikler ile sistem, medya şirketlerini hükümete daha yakın olmaya iterken; medyadaki sahipliğin de muhalif bir tabandan giderek daha muhafazakâr bir iktidar yanlısı sahipliğe yönelimini sağlamaktadır. Hükümetler, bu teknik ve hukuki gücü, medyayı denetlemek ve hizaya getirmek için bir baskı aracı olarak kullanmaktadırlar (Herman ve Chomsky, 2017: 73-84).

Chomsky ve Herman'ın ilk süzgeci zenginlik ve güç yoğunlaşması üzerine bir tekelleşmeyi ele alır. Aynı durum hem sosyal medyada hem de internet or-

tamının genelinde görülür. Sosyal medya şirketleri pazara yeni bir medya kanalı girdiğinde ve kitlelerin beğenisiyle karşılaştığında onu satın alma eğilimi üzerine gitmektedir. Örnek olarak *Facebook*, hem *WhatsApp*'ı (Olson, 2014) hem de *Instagram*'ı (Rodriguez, 2019) kendi bünyesine eklemiş; *Snapchat* için de aynı satın almayı düşünmesine karşın başarılı olamayınca (NTV, 2016), *Snapchat*'i mağdur duruma getirecek çeşitli hamlelerde bulunmuştur (Sputnik, 2019; Papuççiyan, 2017).

Facebook üzerinden ilerleyecek olursak; şirket büyük veri anlamında *Google* ile dünyadaki en büyük güçlerden birisi olarak kabul görmektedir. *Cambridge Analytica* skandalının arka planında, bu şirketin *Facebook* üzerinden elde ettiği veriler üzerine kişiye özel reklamcılık kampanyası (Nix, 2016) sağlamış olmaları ve bunu aslında geçmişte Afrika, Güney Amerika ve Asya bölgesindeki çeşitli ülkeler ile *Brexit* referandumunda da uygulamış olmaları (Amer ve Noujaim, 2019); sosyal medyadaki rıza üretiminin ne kadar etkili ve başarılı olabileceğinin yanında, demokratik süreçlerin tehlike altında olduğunu da ortaya çıkarmaktadır (Carroll, 2019). Bunun yanı sıra süreç içerisinde aktif rol almış olan Kaiser'in açıklamalarına göre, hukuk böylesi bir gözetim karşısında kişiyi koruyabilecek hakları henüz içermemektedir ve bu yüzden *#ownyourdata* hareketi (2018) ve "veri hakları yeni insan haklarıdır" yaklaşımı oldukça önemlidir (Amer ve Noujaim, 2019). Bir diğer taraftan geleneksel medya şirketlerinin, asli amacının içerik üretmek iken sosyal medyadaki şirket ve şirket sahiplerinin teknoloji şirketi olmaları ve kendi medyalarını en azından geleneksel medyada olduğu gibi üretmiyor olmaları da önemli bir engeldir (Mosco, 2017).

Sosyal medyanın ekonomi politiği konusunda önemli çalışmaları olan Fuchs, *Facebook* ve *Google*'ın medyadan ziyade kişinin emeğini sömüren gözetim araçları olduğunu söylerken (Fuchs, 2015), Morozov da internet ve sosyal medyanın özgürlük olarak vadettiklerinin aslında karanlıkta kalmış bir görünmeyen yüzünün de kendi mülkiyetlerine yarayacak şekilde kullanıcıların bilgilerinden faydalandığını ve bunun da gözetim kültürünü güçlendirerek yeni bir Orwelyel sürecin başlangıcına işaret ettiğini söylemektedir (Morozov, 2011). Hem Fuchs'un hem de Morozov'un benzer ifadeleri ve yukarıda bahsedilenler ışığında 'Propaganda Modeli'nin ilk süzgeci olarak mülkiyet ve sahiplik yapısının sosyal medyada da korunduğunu ve özellikle 'Big-Tech'in, tamamı sosyal medya aracı olmamasına karşın; geleneksel medyada benzeri görülmemiş bir gözetim ile kullanıcılarını kuşattığını, ayrıca kendi fikir ve doktrinleri doğrultusunda da rıza üretimini gerçekleştirdiklerini söylemek mümkündür. Bu noktada dünyanın pek çok noktasından, teknoloji alanında çalışan kişilerin 'Big-Tech' olarak bilinen beş şirkete yönelik çeşitli düzenlemelerin yapılmasının gerekliliğinin altını çizdiğini belirtelim (Shen, 2020). Yine bir başka uyarı ve düzenleme gerekliliğine dikkat çeken isim; bir önceki Amerikan Başkanlık Seçimlerinde, Trump'a yenilen Hillary Clinton, Zuckerberg'in, demokrasiye verdiği zararın

bedelini en ağır şekilde ödemesi gerekliliğinden bahsetmektedir (Cadwalladr, 2019).

Kişiye özel reklamcılık: Reklamcılık ruhsatı

Reklam verenler, 'Propaganda Modeli' dâhilinde, hükümetlere yakın egemen çıkar çevreleri olarak değerlendirilmektedir. Medya içeriğinin ve haberlerin seçiminde reklam verenler ilk elden etki sağlar. Muhalif yayınlar yerine iktidarı ve çıkar çevrelerini destekleyen yayınlar seçilerek, yayın dağılımında muhalif yayınların yok olması sağlanmaktadır. Reklamın gücü televizyonlar için daha da önemlidir. Reklam veren şirketler televizyon yayınlarında kendi aleyhlerindeki hiçbir içeriğe izin vermezler, çıkarlarına uygun olan içerikleri ise sonuna kadar desteklerler. İşçi sınıfının medyası ve radikal medya desteklenmez. Egemen çevreler, kendilerine muhalif olan ya da eleştirel yayınlara reklam vermezler (Herman ve Chomsky, 2017: 84-88). Bir medyanın ayakta kalabilmesinde en önemli ekonomik gelir kaynağı olarak görülen reklamlar, medyanın belkemiğini oluştururken tıpkı mülkiyet sahiplerinin egemen çevrelerle olan yakın ilişkisindeki gibi burada da onların çıkarlarına uygun hareket edilmesi beklenmektedir. Teknoloji şirketlerinin kontrolündeki sosyal medyada da reklamlar en önemli gelir kapısıdır. Çünkü akla gelebilecek her türden sosyal medya ücretsizdir. Bu ücretsizlik aslında Fuchs'un (2018) *Google* kapitalizminde üstünde durduğu haliyle kişinin emeğinin karşılığıdır. Kullanıcılar, medyada ne kadar çok vakit geçirirse; *Facebook*, *Google* vb. uygulamalar için o kadar çok veri kaydı gerçekleşir. En nihai doğru sonuçları çıkarabilecek algoritmalar da bu verileri kullandığı için; sosyal medyanın ücretsiz olması bir aldatmacadan öte değildir (Cohen, 2019: 55-59). Büyük verinin işlem gücü üzerine Vermont ve Adelaide üniversitelerinde gerçekleştirilen araştırma, sosyal medyada reklamın gücünü ortaya çıkarmaktadır.

Vermont ve Adelaide Üniversitelerince yapılan bir araştırmaya göre *Facebook* ve *Twitter*'ın, bu mecralara üye olunmasa bile insanların özel hayatlarına dair oldukça detaylı verilere oluşabildikleri ortaya çıkmıştır. Aynı araştırma, bu mecraların insanların sosyal medyada kimlerle etkileşime geçtiğini, kimlerle görüştüklerini tahmin ederek bir sonraki söz ya da hamlelerini kestirebildiklerini ortaya çıkarmıştır. Araştırmada 13.905 *Twitter* kullanıcısının herkese açık 30 milyondan fazla paylaşımı analiz edilmiştir. Araştırmayı yürütenlerden Jim Bagrow, "(…) sosyal medya platformlarında mahremiyetinizi tek başınıza kontrol edemezsiniz. Bu konuda arkadaşlarınıza da iş düşüyor" ifadelerini kullanarak, esasen sosyal medyadaki gözetim faaliyetinin etkinliğini ve erişimini sergilemektedir (Griffin, 2019).

Privacy International isimli İngiltere merkezli bir sivil toplum örgütü 2018 yılının sonunda yayınladığı bir raporda *Android* işletim sistemi için üretilen uygulamalar üzerinden *Facebook*'un nasıl gözetleme işini icra ettiği ve kullanıcı-

yı hiçbir şekilde bilgilendirmeden (her uygulamanın indirildikten ya da hesap açılırken kabul edilmesi beklenen sözleşmede de yazmayan) bazı çok hassas verileri de nasıl topladığı aktarılıyor. *Google Play Store*'da en çok indirilen 1000 uygulama ile gerçekleştirilen çalışmaya göre her iki *Android* uygulamasından birisi *Facebook*'un takip sistemini içermektedir (Sabancı, 2019). Başka yazılımcılar tarafından geliştirilen ve başka firmalara ait olan uygulamalar *Facebook SDK* adı verilen bir araç aracılığıyla *Facebook*'un bilgi toplamasına olanak sunmaktadır. *Facebook*, giderek daha agresif bir şekilde veri toplamaya ve bunları olabildiğince çeşitli kaynaklardan alarak veri deposunu daha da zenginleştirmektedir. Uygulama geliştirenler için sağlanan bu platform ile de bu konuda ciddi bir aşama kaydeden *Facebook* bu sayede alacağı minimum miktardaki veriyle bile oldukça değerli veri işleme bilgisine sahip olmaktadır (Sabancı, 2019). Burada önemli olan nokta, *Facebook*'un sosyal medya dâhilinde olmayan uygulamalardan dahi kendi sistemindeki reklamlar için hangi kullanıcıların seçileceğine yönelik veriler elde edebilmesidir. Bu noktada *Cambridge Analytica* skandalında da *Facebook* verilerinin kullanıldığının ve Cadwalladr'ın Brexit sürecini incelemek için gittiği bir kasabadaki, *Facebook* kullanıcılarının gördüğü reklam benzeri içerikler sayesinde Brexit'in gerçekleşmesi yönünde oy kullandıklarının ortaya çıkması durumun özetini oldukça net bir şekilde sunmaktadır (Cadwalladr, 2019).

Cadwalladr'a göre Brexit referandumu aslında sandıklarda değil, *Facebook*'ta gerçekleşmiştir. *Facebook*'ta var olan haber akışı kişiye özel, yani benzersizdir ki bu noktada aynı evin içerisindeki kişilerin bile akışları birbirinden neredeyse tamamen farklıdır. Bu da araştırma yapmayı imkânsız hale getirmektedir. Kimin hangi reklamı gördüğü bu noktada sırdır (Cadwalladr, 2019).

Tüm bunların ötesinde ise artık internet denildiğinde, akla sadece birkaç şirketin gelmesi bu sorunun asıl kaynağıdır. Özellikle *Google*, *Facebook* ve *Amazon* dijital dünyayı kendi kârları için şekillendirme konusunda oldukça ısrarcı bir tavır sergilemekte ve önlerinde onları gerçekten engelleyebilecek bir alternatif şu an için bulunmamaktadır.

Doğru habere erişim

Medya günlük üretimini gerçekleştirmek için düzenli ve güvenilir hammaddeye ihtiyaç duyarken, haberler belli bir zaman dilimi içinde üretilmek ve sunulmak zorundadır. Haber ham maddesinin kolay ve düşük maliyetle elde edilmesi de yine medyanın önemle üstünde durduğu bir konudur ve haber kaynakları arasında hükümet ve sermaye sahibi çevreler ön sırada yer alır. Günlük düzenli ve güvenilir haber hammaddesine ihtiyaç duyan medya, bu ihtiyacını hükümet ve şirket kaynaklarından karşılar. Resmi kaynakların iddialarını aktarmak, haberde nesnellik ilkesinin de bir gereği sayılır. Ayrıca güvenilir kaynaklardan haber almak, kolay ve düşük maliyetli olması sebebiyle gazetecinin işini

kolaylaştırır. Kişiler olayları egemen çevrelerin yaklaşımları ekseninde yorumlayarak, halkı ikna etmiş olur (Herman ve Chomsky, 2017: 88-95). Klasik medya düzenindeki bu işleyiş sosyal medyada hem daha kolay hem de daha karmaşık bir hal almıştır. Daha kolaydır çünkü siyasiler, ünlüler ve de aydınlar sosyal medya içerisinde yer alarak kendi içeriklerini paylaşırlar. Ayrıca diğer kullanıcılar ile etkileşime girerek çok daha etkili bir iletişim sağlanabilir. Bununla birlikte karmaşık ve tehlikelidir çünkü bot hesaplar, 'deepfake[8]' içerikler, *fake-news* (sahte haberler) vb. daha pek çok sosyal medyaya özgü durum bulunur.

Siyasi eğilimler, muhakeme yeteneğini fazlasıyla etkilemektedir. Bu etkilenme ile karşıt görüşler birbiri ile çatışarak çözüm üretimini geciktirmektedir. *Twitter*'da Mayıs 2016 ile Mart 2017 tarihleri arasında paylaşılan 14 milyon *tweet* ve 400 bin makalenin analizinden oluşan ve *Nature Communications* dergisinde yayımlanan bir çalışma otomatikleştirilmiş *Twitter* hesaplarının yanlış bilgi dağılımında oynadığı rolü ortaya çıkarmıştır. Çalışmada kaynak güvenilirliği ile ilgili olarak 'Politifact' tarzı yanıltıcı bilgi yayan sitelerin listesini yapan sitelerden de yararlanılmıştır. Çalışmadaki hesapların sadece %6'sı bot hesap olmasına karşın *Twitter*'da yer alan düşük güvenilirliği olan kaynakların paylaşımlarının %34'ünün yayılmasından bu bot hesapların sorumlu olduğu görülmüştür (Funke, 2018). Indiana Üniversitesi'nde Enformatik ve Bilgisayar Bilimi Bölümü profesörü ve bu çalışmanın başkanı olan Filippo Menczer'in Poynter'a yollanan basın açıklamasında dediği üzere: "Bu çalışma, çevrimiçi yayılan yanlış bilgiye botların ciddi katkısı olduğuna işaret ettiği kadar bu mesajların ne kadar hızlı yayılabildiğini de gösteriyor". Brezilya'daki bir teyit projesi olan Aos Fatos'un direktörü Nalon bot hesaplar ve yanlış bilginin yayılımına karşı, "Bence yanlış bilgi yayılımını engellemenin tek yolu yapay zekâ ve biz bu işi yapan botlar tasarlamalıyız" şeklinde konuşmuştur (Funke, 2018).

Yapılan araştırmalar sonucunda görülmektedir ki özellikle bir felaket sırasında, kişi bir *tweet* atıyor veya bir *tweet*'i *retweet* ediyorsa bu büyük ihtimalle yalan bir haber ya da görseldir. Buffalo Üniversitesi tarafından yürütülen araştırmada Sandy Kasırgası ve Boston Maratonu bombalı saldırıları boyunca gönderilen 20 binden fazla *tweet* incelenmiştir. *Natural Hazards* isimli dergide yayımlanan bulgularda atılan *tweet*lerin %86 ile %91'inin yanlış haber yaydığı ortaya konulmuştur (Dellinger, 2018)

Avrupa Konseyi tarafından, Claire Wardle ve Hossein Derakhshan tarafından hazırlanan bir makaleye göre, 'yalan haber' ve bilgi kirliliği üç tanım aracılığıyla incelenebilir: *dis-information*, *mis-information*, *mal-information* (Wardle ve Derakhshan, 2017). Bilgi kirliliğinin üç türü olan dis-information, mis-information ve mal-information kavramları, içeriğin amacına göre değişkenlik göstermektedir. *Dis-information* (dezenformasyon) kötü niyet yani zarar verme

[8] Kimi zaman gerçek bir görüntü üzerine sonradan eklenmiş ses kayıtları; kimi zamansa tamamen yapay zekâ tarafından üretilmiş görüntü ve sesler aracılığıyla sahte yayınlar oluşturmak (Sample, 2020).

amacı ile yanlış bilginin yayımını anlatmakta kullanılan (Wardle ve Derakhshan, 2017: 12) ve Türkçede de yaygın kullanılan tek bilgi kirliliği kavramıdır. *Mis-information* (mizenformasyon) iyi niyetli yani yanlışlıkla yayılan yanlış bilgiden meydana gelmektedir. Bu bilgi türü yanlış bilgiyi istemeden de olsa yaydığı için içerisinde dezenformasyonu da barındırmaktadır Son bilgi kirliliği ise henüz ne Türkçe ne de diğer dillerde köklü sözlüklere girmemiş olan *mal-information*'dur. Bu kez diğer bilgi kirliliklerinden farklı olarak doğru bilginin zarar verme amacıyla yayılması söz konusudur (Wardle ve Derakhshan, 2017: 20). Kavram, raporun yazarlarından olan Hossein Derakhshan'ın belirttiğine göre bu rapor ile literatüre kazandırılmıştır. *Wikileaks* bu anlamda en önemli örnek olarak karşımıza çıkarken, ünlülerin vb. kişilerin zaman zaman medyaya yansıyan ya da bizzat kendilerinin yayımladığı görsel ve video içerikler buna örnek olarak gösterilebilir. Burada esas önemli olan nokta materyalin ne zaman kötü anlamda değer taşıyacağıdır.

Sonuç itibarıyla sosyal medyada haber kaynakları, geleneksel medyaya oranla çok daha karmaşık ve yanıltıcıdır. Bu noktada sosyal medyanın girift yapısının etkisi büyüktür. Sosyal medyada görülen, gerçekliğin yalan ile olan girift yapısı; genel anlamda kullanıcıların fark edemeyeceği pek çok yalan, yanıltıcı şekilde düzenlenmiş manipülatif ve kimi zaman da doğru bir içeriğin yanlış bir bağlam dâhilinde insanlar üzerinde algı yönetimi yapmak adına kullanılmasıdır. Bu da aslında Habermas'tan yola çıkarak iletişim ve emeğin etkileşimi ile doğru bir toplumsal hayatın kurulabileceğini söyleyen Fuchs'un; iletişimin yeni dinamikleri kapsamında söz konusu fikirden uzaklaşılmasına neden olduğu yönündeki çıkarımına yol açmaktadır. Aksi durumda, yani iletişimin emekle çevrelendiği bir durumda ise iletişimsel eylem denen düzgün bir diyalojik iletişimin kurulduğu ve toplumsal sorunların kolaylıkla çözülebildiği bir toplum ortaya çıkması muhtemeldir (Fuchs, 2016: 186).

Tepki üretimi ve zorlayıcılık

Geleneksel medyada tepki, yayınlanan içeriğe çeşitli yollarla gösterilebilir. İzleyici ya da okuyucunun yayın kuruluşuna telefon etmesi, dilekçe vermesi, dava açması yanında geniş çaplı tepkiler de söz konusuyken, sosyal medyada durum oldukça kolaya indirgenmiştir. Artık hemen her program, dizi ve bültenin kendine ait bir sosyal medyası bulunmakta, ayrıca her bir bölümü için de ayrı bir *hashtag* (#) belirlenmektedir. İşte izleyiciler ve takipçiler artık bu yollar üzerinden tepkilerini gösterebilmektedirler.

Tepki bireysel ya da örgütlü gruplar tarafından oluşturulabilirken, tepki gösterenlerin sayısı oranında da medya tarafından bir karşılık bulmak mümkün olmaktadır. ABD'de özellikle bu tür tepkileri organize etmeye yönelik kuruluşlar bulunmaktadır. Bunların bir kısmı medya gözetleme, medya araştırma gibi konuları çalışmaktadır (Herman ve Chomsky, 2017: 95-98). Bunun yanında

sosyal medyadaki bu tepki üretimi ve zorlayıcılar konusunda Fuchs, ideolojik emek kavramından bahsetmektedir (2016: 63-64). Bu kavram dâhilinde tepki üretimini ele alacak olursak, kişiler kendi ideolojilerinin ve /fikirlerinin yayılması için çaba sarf ederken; tam tersi şekilde, kendi görüşlerine ters düşecek görüşlere de tepki göstermektedirler. Tepki üretimi konusu sosyal medyada özellikle *Twitter'*da 'trend topic list (tt list/popüler konular)' şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda Fuchs'un da belirttiği gibi bir ideolojide, emeği veren üre-tüketiciler kendi fikirlerini dayatmaya çalışarak bir rıza beklentisine girmektedirler.

Denetim mekanizmaları

Herman ve Chomsky'ye göre anti-komünizm Amerika için ulusal bir denetim mekanizması haline gelmiştir. Anti-komünist denetim mekanizması, sistem aracılığıyla kitle iletişim araçları üzerinde esaslı bir etki sağlar (Herman ve Chomsky, 2017: 98-101). Bu süzgeç sosyal medyada tam tersi şekilde bulunur. Çünkü çalışmalar göstermiştir ki, sosyal medya Karl Marx ve özellikle onun emek kavramının yeniden ele alındığı bir ortam yaratmıştır (Morozov, 2011; Fuchs, 2014; Mosco ve Fuchs, 2019). Her ne kadar sosyal medya şirketleri kapitalist düzenin bugünkü iktidarını ellerinde bulunduruyor olsalar da kendi kurdukları düzenin içerisindeki katılımcılar bunun tersi bir düzene doğru evrilmektedir.

Sonuç

Medyanın eleştirel ekonomi politiği, mülkiyet ve sahiplik yapısı üzerine şekillenen bir çalışma alanıdır. Medyadaki haberlerin ve olayların üretimini ve maruz kalan kitlenin rıza üretiminin gerçekleşmesi şeklini ele almaktadır. Bu kapsamda çalışma içerisinde Chomsky ve Herman'ın 'Propaganda Modeli' ele alınmış ve bu modelin sosyal medyadaki işlerliği analiz edilmiştir. Model kapsamında analiz edilen beş süzgeç, ele alınacak haber yelpazesini daraltırken, farklı medya kanallarından da benzer mülkiyete sahip olmalarından kaynaklı olarak aynı/benzer sesler yükselmesine sebep olmaktadır.

Mülkiyet ve sahiplik sorunu sosyal medyada kendisini geleneksel medyaya oranla çok daha güçlü ve aktif şekilde göstermektedir. Çünkü bir noktada sosyal medya olarak bildiğimiz uygulamalar, esasen teknoloji şirketleridir ve bu bağlamda denetime tabi tutularak medya denetimlerinden kolayca kurtulabilmektedirler. 'Big-Tech' olarak bilinen beş şirketin pazarda çok büyük bir paya sahip olması onları tekele dönüştürmekte ve *Cambridge Analytica* durumunda da görüldüğü üzere demokratik sürece bizatihi etki eden süreçleri yönetebilmesi, sosyal medyanın ve söz konusu şirketlerin daha güçlü ve etkili bir denetime tabi tutulması gerekliliğini ortaya koymuştur.

'Big-Tech' ve *Cambridge Analytica* benzeri ajansların kullandığı büyük veri analizi ve analiz sonucunda ortaya çıkardıkları psikografikler, sosyal medyanın en büyük maddi kaynaklarından birisini oluştururken, bireyi ikna etme sürecinde geçmiş teknik ve pratiklerden çok daha etkili olmalarının yolunu açmaktadır. Böylelikle seçimler de dâhil olmak üzere toplumu ilgilendiren hemen her alan ve konuda bu az sayıdaki kurum etkin görev almaya başlamakta ve bunu toplumdan gizlemektedir. İşte böylesi geri planda yürütülen ancak toplumu ilgilendiren bir meselenin tıpkı daha önce geleneksel medya için yapıldığı gibi eleştirel ekonomi politik perspektifle incelenmeye alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

'Propaganda Modeli' ve modeli oluşturan haber süzgeçleri kılavuzluğunda sosyal medyada egemen - güç çevrelerinin kişiyi ikna sürecinde ne tür pratiklerden yararlandığı incelenirken, beş haber süzgecinin de sosyal medyada da kendisine karşılık bulduğu, özellikle reklam ve haber kaynakları açısından durumun çok daha etkin olduğu, ancak içerikleri ve arka planında dönen ilişkiler açısından oldukça karmaşıklaştığı görülmüştür. Süzgeçler içerisinde yer alan antikomünizm inancının sosyal medya kapsamında tam olarak yer almayan tek süzgeç olması haricinde diğer dört süzgeç varlığını daha güçlü ve etkin biçimde sürdürmektedir. Antikomünizme yönelik inancın etkisini kaybetmesi konusunda ise sosyal medyanın yer yer komünal bir düzen oluşu, yardımlaşmayı ve birlik oluşu desteklemesi örnek olarak gösterilebilmektedir. Bununla birlikte çalışmada da ele alındığı şekilde antikomünizm, geleneksel medya için bir denetim mekanizmasıyken, bugün sosyal medyada farklı denetim mekanizmalarının olduğu ve mekanizmaların kontrolünün bizzat sosyal medya algoritmalarının kendisi olduğunu söylemek mümkündür. Medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısına dayalı tekelleşme nedeniyle reklamlar için meta haline gelen insanlar tıpkı geleneksel medyada olduğu gibi burada da gözetlenmektedir. Hatta sosyal medya olarak nitelendirilen şirketlerin esasen teknoloji şirketi olmaları duruma daha da ticari bakmalarına neden olmaktadır.

Kaynakça

Agar, J. (2003). *The government machine a revolutionary history of the computer*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Althusser, L. (2000). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (Y. Alp ve M. Özışık, çev.). İstanbul: İletişim.

Amer, K. ve Noujaim, N. (Yön.). (2019). *The great hack* [Sinema Filmi].

Bagdikian, B. H. (2004). *New media monopoly*. Boston: Beacon Press.

Cadwalladr, C. (Nisan 2019). Facebook's role in brexit. *Ted*. https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy#t-903329.

---------- (10 Nisan 2019). Hillary Clinton: Zuckerberg should pay price for damage to democracy. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/technology/2019/nov/04/hillary-clinton-mark-zuckerberg-pay-price-damage-democracy.

Cadwalladr, C. ve Graham-Harrison, E. (2018). The Cambridge Analytica files. *The Guardian*, *21*(2), 6-7.

Carroll, D. (Nisan 2019). Democracy under attack: One man's journey to get his data back. tedxmidatlantic. https://www.ted.com/talks/david_carroll_democracy_under_attack_one_man_s_journey_to_get_his_data_back. 5 Aralık 2019.

Castells, M. (2008). *Enformasyon çağı ekonomi, toplum ve kültür 1. cilt ağ toplumunun yükselişi* (Cilt 1) (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Chomsky, N. (2012). *İktidarı anlamak* (P. R. Mitchell ve J. Schoeffel, düz.). İstanbul: Bgst yayınları.

---------- (2012). *Medya gerçeği* (A. Yılmaz ve O. Akınhay, çev.). İstanbul: Everest.

Cohen, N. S. (2019). Bir mücadele alanı olarak kültürel iş: Freelance çalışanlar ve sömürü. V. Mosco ve C. Fuchs (der.), *Marx geri döndü medya, meta ve sermaye birikimi* (45-82). İstanbul: Notabene Yayınları.

Çakar Mengü, S. (2012). *Halkla ilişkiler bir kültür politikası.* Konya: Eğitim Yayınevi.

Dandeker, C. (1990). *Surveilance, power and modernity: Bureaucracy and discipline from 1700 to the present day.* Cambridge: Polity Press.

Deleuze, G. (2019). *Foucault* (B. Yalın ve E. Koyuncu, çev.). İstanbul: Norgunk.

Dellinger, A. (26 Mayıs 2018). Eğer bir felaket sırasında tweet atıyorsanız, muhtemelen sahte haber yayıyorsunuz. *Teyit.org*. https://teyit.org/eger-bir-felaket-sirasinda-tweet-atiyorsaniz-muhtemelen-sahte-haber-yayiyorsunuz. 10 Haziran 2021.

Eavis, P. ve Lohr, S. (19 ağustos 2020). Big tech's domination of business reaches new heights. *New York Times*. https://www.nytimes.com/2020/08/19/technology/big-tech-business-domination.html. 21 Ağustos 2021.

Erdoğan, İ. (2014). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi.* Ankara: Erk Yayınları.

Falkingham, L. T. ve Reeves, R. (1998). Context analysis a technique for analysing research in a field, applied to literature on the management of r and d at the section level. *Scientometrics*, *42*(2), 97-120.

Foucault, M. (1992a). *Hapishanenin doğuşu* (M. A. kılıçbay, çev.) Ankara: İmge Kitabevi.

---------- (1992b). *Söylemin düzeni (ders notları).* İstanbul: YKY.

Fuchs, C. (2014). *Digital labour and Karl Marx.* Newyork-London: Routledge.

---------- (2015). *Culture and economy in the age of social media.* New York: Routledge.

---------- (2016). *Critical theory of communication.* London: University of Westminster Press.

---------- (2018). Google kapitalizmi. F. Aydoğan (der.), *Yeni medya kuramları* (71-84). İstanbul: Der Yayınları.

Funke, D. (15 Aralık 2018). Yanlış bilgiye sebep olan botlar onu durdurmak için de kullanılabilir. *Teyit.org*. https://teyit.org/yanlis-bilgiye-sebep-olan-botlar-onu-durdurmak-icin-de-kullanilabilir/. 10 Haziran 2021.

Garnham, N. (2000). *Emancipation, the media and modernity arguments about the media and social theory.* New York: Oxford University Press.

Gasset, O. Y. (1992). *Kitlelerin isyanı.* İstanbul: Bedir Yayınevi.

Golding, P. ve Murdock, G. (2014). Kültür, iletişim ve ekonomi politik. S. İrvan (der.), *Medya kültür siyaset* (B. Kejanlıoğlu, çev.). (49-76). Ankara: Pharmakon.

Griffin, A. (2019). Facebook and Twitter, study finds. *Independent UK*. https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/facebook-twitter-personal-data-what-know-information-social-media-a8739376.html.

Güngör , N. (2016). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Herman , E. S. ve Chomsky, N. (2017). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği* (E. Abadoğlu, çev.). İstanbul: Bgst Yayınları.

Horkheimer, M. (1998). *Akıl tutulması*. İstanbul: Metis Yayınları.

Isaak, J. ve Hanna, M. J. (2018). User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. *Computer*, *51*(8), 56-59.

Kaiser, B. (2018). *Hukuk sizi korumaz.* https://www.youtube.com/watch?v=juwp6fhn6bc. 19 Şubat 2019.

Kaptan, S. (1998). *Bilimsel araştırma ve istatistik teknikleri*. Ankara: Tek Işık Web Ofset.

Karadoğan Doruk, E. (2015). *İknanın sosyal psikolojisi (temel kavramlar ve kuramlarıyla).* İstanbul: Derin Yayınları.

Le Bon, G. (2014). *Kitleler psikolojisi* (H. Can, çev.) Ankara: Tutku Yayınevi.

Marcuse, H. (2010). *Tek boyutlu insan.* İstanbul: İdea Yayınları.

Margetts, H. (2003). *Information technology in government Britain and America.* London ve New York: Routledge Lse.

Marr, B. (2019). *Büyük veri iş başında* (B. Gündüz, çev.) İstanbul: Mediacat.

Mattelart, A. (2012). *Gözetimin küreselleşmesi - güvenlileştirme düzeninin kökeni* (O. Gayretli ve S. E. Karacan, çev.). İstanbul: Kalkedon.

Marx, K. ve Engels, F. (2013). *Alman ideolojisi* (T. Ok ve O. Geridönmez, çev.) İstanbul: Evrensel Basım Yayın.

Morozov, E. (2011). *The net delusion - the dark side of Internet freedom.* New York:

Publicaffairs.

Mosco, V. (2004). *The digital sublime*. London: The MIT Press.

---------- (2009). *The political economy of communication*. California: Sage.

---------- (2014). *To the cloud: Big data in a turbulent world*. London: Paradigm Publishers.

---------- (2017). *Society now becoming digital toward a post-Internet society*. Binglay: Emerald Publishing.

Mosco, V. ve Fuchs, C. (der.). (2019). *Marx geri döndü - medya, meta ve sermaye birikimi* (F. Başaran, çev.). İstanbul: Notabene.

Nix, A. (27 Eylül 2016). *Cambridge analytica - the power of big data and psychographics*. https://www.youtube.com/watch?v=n8dd5avxlcc. 28 Ocak 2019.

NTV. (11 Ocak 2016). Facebook Snapchat'ten sonra o uygulamayı da satın alamadı. https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/facebooksnapchattensonra-o-uygulamayi-da-satin-alamadi,q5x2-mrsoka5d-aabsfneq/jvg2bxrnnkyl3egd-0ıqbw. 13 Haziran 2019.

Olson, P. (10 Haziran 2014). Facebook closes 19 billion dollar WhatsApp deal. *Forbes*. https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/10/06/facebook-closes-19-billion-whatsapp-deal/#5226e1125c66.

Oxford Learner's Dictionaries. (21 Ağustos 2020). Oxford Dictionary. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/.

Papuççiyan, A. (30 Mayıs 2017). Facebook'un Snapchat'ten kopyaladığı her şey. *Webrazzi*. https://webrazzi.com/2017/05/30/facebookun-snapchatten-kopyaladigi-her-sey/. 18 Mart 2019.

Poe, M. T. (2019). *İletişim tarihi (konuşmanın evriminden internete medya ve toplum)* (U. Y. Kara, çev.) istanbul: Islık.

Radcliff, B. (2001). The political economy of human happiness. K. Dowding, J. Hughes ve H. Margetts (der.), *Challenges to democracy: Ideas, involvement and instutions* (33-45). New York: Palgrave Macmillan.

Rodriguez, S. (24 Eylül 2019). As calls grow to split up Facebook, employees who were there for the ınstagram acquisition explain why the deal happened. *Cnbc Tech*. https://www.cnbc.com/2019/09/24/facebook-bought-instagram-because-it-was-scared-of-twitter-and-google.html.

Sabancı, A. (29 Ocak 2019). Facebook herkesi nasıl takip ediyor? *Journo*. https://journo.com.tr/facebook-herkesi-nasil-takip-ediyor.

Sample, I. (13 Ocak 2020). What are deepfakes - and how can yo spot them? *The Guardian*. https://www.theguardian.com/technology/2020/jan/13/what-are-deepfakes-and-how-can-you-spot-them.

Schiller, H. (2018). *Zihin yönlendirenler* (C. Cerit, çev.) İstanbul: Pınar Yayınları.

Shen, L. (4 Eylül 2020). Majority of tech employees and potential founders say big tech needs more regulation. *Fortune*. https://fortune.com/2020/09/04/majority-of-tech-employees-and-potential-founders-say-big-tech-needs-more-regulation/.

Slattery, M. (2017). *Sosyolojide temel fikirler* (Ü. Tatlıcan ve G. Demiriz, düz.). Ankara: Sentez Yayıncılık.

Sputnik. (28 Ağustos 2019). Facebook'tan Snapchat'e rakip uygulama. S*putnik*. https://sptnkne.ws/99ue.

Susskind, L. E. ve Atamer, S. A. (2016). *Konsensusun inşası* (T. Bora, düz.) İstanbul: İletişim.

TDK . (2020). https://sozluk.gov.tr/. 9 Ekim 2020.

Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga* (S. Yeniçeri, çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık.

Touchard, J. (2015). *Siyasal düşünceler tarihi* (İ. Yerguz, çev.). İstanbul: Islık.

Virilio, P. (1998). *"Military space", the virilio reader* (J. Derren, düz.) Oxford: Blackwell.

Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework.* Strasbourg: Council Of Europe.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power.* Londra: Profile Books.

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

DERLEME MAKALE

WEB ARŞİVLERİNDEKİ ÇEVRİM İÇİ GAZETELER: WEB TARİHYAZIMI VE MEDYA ARKEOLOJİSİ ÇALIŞMALARININ ARŞİV YAKLAŞIMI ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Burak ÖZYAL*

Gönderim Tarihi: 12.08.2021 – Kabul Tarihi: 22.09.2021

Özyal, B. (2021). Web arşivlerindeki çevrim içi gazeteler: Web tarihyazımı ve medya arkeolojisi çalışmalarının arşiv yaklaşımı üzerinden bir değerlendirme. *Etkileşim*, 8, 186-208. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.143

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Değişen medya ortamında giderek daha fazla içerik dijital olarak üretilip çevrim içi olarak yayımlanırken bu kapsamlı ve karmaşık ortamın nasıl arşivleneceği meselesi birçok disiplin tarafından önemli bir sorun alanı olarak görülmektedir. Bu bağlamda çevrim içi gazetelerin nasıl arşivlendiği konusu da giderek önem kazanmaktadır. Diğer yandan web arşivlerindeki çevrim içi gazetelerin medya özelliklerinin neler olduğunun ortaya konulması bu materyalleri araştırma nesnesi olarak inceleyecek olan tüm alanlar için önem taşımaktadır. İki bölüm olarak tasarlanmış olan bu çalışmada ilk olarak dijital ortamda üretilen ve çevrim içi olarak yayımlanan gazetelerin korunması konusu literatür taraması yapılarak incelenmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde gazetelerin, web arşivleri içerisinde ortaya çıkan yeni formları iki farklı araştırma yaklaşımı üzerinden ele alınmaktadır. Web arşivlerindeki çevrim içi gazetelerin yapısal özellikleri web tarihyazımı çalışmalarının web arşivlerini değerlendirme biçimi üzerinden incelenmektedir. Medya arkeolojisi çalışmaları içerisinde gelişen arşiv yaklaşımı ise teorik çerçeve olarak konumlandırılmaktadır. Web materyallerinin arşivlenmesi meselesini gazetecilik ve medya araştırmaları perspektifinden ele alan bu çalışma bir yandan konuya ilişkin kapsamlı bir alan değerlendirmesi ortaya koymayı hedeflerken diğer yandan konuya ilişkin sonraki çalışmalara katkı sunmayı amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: web arşivlerindeki çevrim içi gazeteler, web içeriklerinin korunması, dijital gazetecilik, medya arkeolojisi, web tarihyazımı.

* Araştırma Görevlisi, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
burak.ozyal@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8154-3856

REVIEW ARTICLE

ONLINE NEWSPAPERS IN WEB ARCHIVES: AN EVALUATION BASED ON THE ARCHIVE APPROACH OF WEB HISTORIOGRAPHY AND MEDIA ARCHEOLOGY STUDIES

Burak ÖZYAL*

Received: 12.08.2021 - Accepted: 22.09.2021

Özyal, B. (2021). Web arşivlerindeki çevrim içi gazeteler: Web tarihyazımı ve medya arkeolojisi çalışmalarının arşiv yaklaşımı üzerinden bir değerlendirme. *Etkileşim*, 8, 186-208. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.143

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

As more content is produced digitally and published online in a changing media environment, the issue of how to archive this comprehensive and complex environment is seen as a major problem by several disciplines. In this context, how online newspapers are archived is becoming increasingly important. On the other hand, revealing the media characteristics of online newspapers in web archives is important for all fields that will evaluate these as research objects. This two-part study first examines the issue of preserving the newspapers produced in a digital environment and published online by using the literature review method. In the second part of the study, the new forms of newspapers emerging in the web archives are discussed through two different research approaches. The structural features of online newspapers in web archives are examined in the context of how web historiography studies evaluate web archives. The archive approach that develops within the media archeology studies is positioned as a theoretical framework. This study, which addresses the issue of archiving web materials from the perspective of journalism and media research, aims to reveal a comprehensive field assessment on this topic and contribute to relevant future studies.

Keywords: online newspapers in web archives, preserving web content, digital journalism, media archeology, web historiography.

* Research Assistant, Ege University, Faculty of Communication, burak.ozyal@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8154-3856

Giriş

Web ortamında yer alan materyallerin niteliksel gelişimi ve hızla artan veri miktarı web içeriklerinin nasıl arşivleneceği sorusunun önemini çok daha güçlendirmekte olup konunun farklı disiplinler tarafından ciddi bir sorun olarak ele alınmasına neden olmaktadır. Diğer yandan geliştirilen web arşiv modelleri içerisinde geleneksel arşiv nesnesinden farklı bir medya biçiminin ortaya çıkmakta olduğu web tarihi araştırmaları tarafından (bkz.: Brügger, 2009, 2012, 2013) ortaya konmaktadır. Konunun birbirine bağlı olan her iki yönü gazetecilik araştırmaları ve gazeteleri tarihsel bir araştırma materyali olarak kullanan bilimsel çalışmalar için önem taşımaktadır. Bu çalışmada, dijital olarak üretilen ve web ortamında çevrim içi olarak yayımlanan gazetelerin arşivlenmesi ve erişime açılması meselesi, konunun her iki yönünü de kapsayacak biçimde incelenmektedir.

Çevrim içi gazetelerin arşivlenmesi üzerine gerçekleştirilen çalışmaların önemli bir bölümü dijital olarak üretilen ve web ortamında yayımlanan gazete içeriklerini "dijital doğumlu haberler" (*born digital news*) veya "dijital doğumlu içerik" (*born digital content*) olarak tanımlamaktadır (Carner vd. 2014; Moore ve Bonnet, 2015; Villanueva ve Faase, 2016; Broussard ve Boss, 2018; Ringel ve Woodall, 2019). İlgili çalışmalar bu kavramlardan dijital arşivleme faaliyetlerine konu olan nesnelerin yapısal özelliklerini açıkça belirtmek için yararlanmaktadır. Bu nedenle, yapılan çalışmalarda web üzerinde yayımlanan çevrim içi gazetelerle sonradan dijitalleştirilmiş olan basılı haber materyallerinin yapısal farklarının altını çizme eğilimi göze çarpmaktadır. Bu çalışmanın incelediği medya türü -ilgili çalışmalarda olduğu üzere- dijital olarak üretilmiş, dijital medyanın dilsel pratiklerine tabi olan ve web üzerinden yayımlanan haber materyalleri ve gazetelerdir. Materyal niteliğine yaptığı güçlü vurgu sebebiyle bu çalışmada dijital doğumlu gazeteler kavramından çevrim içi gazeteler ifadesiyle birlikte sıklıkla yararlanılmaktadır. Başka bir biçimde ifade etmek gerekirse orijinal sürümü basılı olan ancak sonradan dijitalleştirilerek çevrim içi olarak erişime sunulmuş haber içerikleri bu çalışmanın kapsamında yer almamaktadır.

Dijital materyallerin ve web içeriklerinin kayıt altına alınamadan kaybolmasının gazetecilik perspektifinden ne ifade ettiğini ortaya koymak için örnek bir olaydan bahsetmek pratik bir başlangıç olabilir. LaFrance'ın (2015) aktardığına göre *Rocky Mountain News* gazetesinden Vaughan, 1961 yılında Colorado'da bir okul otobüsü ile trenin çarpışması sonucu gerçekleşen kazayı uzun yıllar sonra yeniden araştırmaya karar vermiş, kazaya ve kazada hayatını kaybedenlerin yakınlarının yaşamlarına ait araştırmalardan oluşan bir haber serisi hazırlamıştır. 2007 yılında gazetenin web sitesinde yayımlanmaya başlayan *The Crossing* isimli otuz dört bölümlük haber serisi 2008 yılında Pulitzer ödüllerine aday gösterilmiş ancak 2009 yılında gazetenin yayıncılık faaliyetlerini durdurmasıyla web sitesi kullanılamaz hale gelmiş ve haber serisine ait tüm içerikler ortadan kaybolmuştur[1] (LaFrance, 2015). Bu örnekten hareketle çalışmanın ilk

[1] Haber serisini internet ortamında yeniden erişilebilir hale getirmek için gösterilen çabalar sonuç vermiştir. Daha fazla detay için bkz.: (LaFrance, 2015).

kesitinde dijital doğumlu gazetelerin arşivlenmesi konusu, üzerinde durulması gereken bir sorun olarak ele alınmış, yapılan literatür araştırması ile meselenin alanda hangi yönleriyle incelendiği üzerine bir çerçeve çizilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda konunun önemi, kavramsal ayrımlar ve gazetecilik odaklı uygulamalar, yapılmış olan çalışmalar üzerinden incelenmektedir. Bu çalışmanın odak noktası dijital doğumlu gazetelerin arşivlenmesine ilişkin sorunlar ve web arşivleri içerisindeki gazetelerin medya biçimselliği olduğu için başlı başına bir uzmanlık ve araştırma alanı olan web arşivleme çalışmalarının teknik boyutları çalışmanın ilgili kısmında oldukça sınırlı biçimde ele alınmaktadır.

Çalışmanın ikinci kesitinde, web arşivleri içerisindeki çevrim içi gazete formları, inceleme nesnesi tarihsel ve medya biçimsel olarak doğrudan gazeteler olmayan ancak meseleyi incelemek için teorik ve yapısal zemin sunan iki farklı yaklaşım üzerinden analiz edilmektedir. Bu bağlamda konunun içerik yönüne odaklanan veya medya çalışmalarının kapsamını aşacak biçimde teknik/mimari çözümlere eğilen araştırmalardan farklı bir yol izlenmektedir. Bu kapsamda ilk olarak web tarihyazımı çalışmalarının web arşivlerini değerlendirme biçimi incelenmektedir. Web arşivleri içerisindeki çevrim içi gazetelerin bir medya biçimi olarak nasıl değerlendirilmesi gerektiği sorusuna web tarihyazımı çalışmalarının arşiv yaklaşımı üzerinden yanıt arandığı bu kısımda aynı zamanda web arşivleri içerisinde ortaya çıkan materyallerin yapısal koşulları ele alınmaktadır. Sonraki başlıkta web arşivleri içerisindeki gazeteler medya arkeolojisi çalışmaları içerisinde gelişen arşiv yaklaşımı bağlamında teorik olarak değerlendirilmektedir. Bir başka ifade ile çalışmanın bu kesiti bütünlüklü bir medya arkeolojisi okuması yerine medya arkeolojisi alanı içerisinde konumlandırılan çalışmalarda ortaya konulan arşiv kavrayışının teorik olarak araçsal hale getirilmesine dayanmaktadır. Böylece arşiv içerisindeki gazetelerin tarihsel bir medya formu olarak nasıl okunabileceği üzerine alternatif bir teorik tartışma ortaya konulmaktadır.

Web Arşivlerinin Önemi

Web ortamı farklı nitelikte kültürel materyaller, resmi kayıtlar ve bilimsel metinlerin yanı sıra ortak bir kültürel üretim halini alan sosyal etkileşim unsurlarını içermektedir. Bu nedenle web sayfaları ve içerisindeki dijital materyaller kültürel mirasın korunması çalışmalarının öncelik verdiği unsurlar arasında yer almaktadır. Ulusal kütüphaneler ve UNESCO gibi kültürel hafızanın korunmasına ilişkin çalışmalar yapan kurumlar dijital materyallerin ve web ortamının korunması için stratejiler geliştirmektedir. Avustralya Ulusal Kütüphanesi tarafından UNESCO adına hazırlanan 2003 tarihli rapor 'dijital miras' kavramı üzerinden dijital kültürel yapının korunmasına odaklanmaktadır. "Dijital miras, gelecek nesiller için saklanması gereken kalıcı değere sahip bilgisayar tabanlı malzemelerden oluşmaktadır" (National Library of Australia, 2003: 28). Raporda yer verildiği şekliyle dijital miras içerisinde yer alan materyaller; elektronik yayınlar, web ortamında yayımlanan içerikler, resmi kayıtlar, veri tabanları, bi-

limsel araştırmalar, yazılım araçları, sözlü kültürel ve folklorik materyaller, film, müzik ve oyun gibi dijital ürünler, dijital sanat içerikleri ve eğitim materyalleri şeklinde özetlenebilir (2003: 28-30). Dijital kültürel mirasın unsurlarından birisi olarak görülen web ortamının eksik biçimde korunması veya koruma altına alınamaması web ortamındaki enformasyon çıktılarını inceleyecek olan alanlar için önemli bir sorun oluşturmaktadır.[2] Geleneksel araştırma materyallerinin büyük ölçüde dijitalleştiği web sonrası tarihsel döneme ilişkin çalışmalar yapabilmek için web arşivlerine ihtiyaç duyulacak olması (Winters, 2017: 238) farklı nitelikteki web nesnelerinin yer aldığı web arşivlerinin gelişimini önemli hale getirmektedir. Gerek bu çalışmanın sınırları içerisinde konumlandığı medya çalışmalarının gerekse farklı çalışma alanlarının web ortamı üzerine artan ilgileri, web arşivlerine duyulacak olan gereksinimin kapsamını göstermesi anlamında önemlidir.

Web arşivleme uygulamaları başlamadan önce internette yayımlanan içeriklerin büyük bir bölümü ortadan kaybolmuştur (Dowling, 2019). Bu anlamda hâlihazırda önemli miktarda verinin kaybolduğunu söylemek mümkündür. Arşivlenmemiş dijital materyalin sahip olduğu kültürel öneme dair çıkarımda bulunmak ise oldukça güçtür. Dijital materyalin kırılganlığına ve süratle ortadan kaybolmasına vurgu yaparak "dijital karanlık çağ" içerisine girmiş olduğumuzu ifade eden Kuny'nin (1997) yaklaşımı ise konunun bir diğer önemli yönüne işaret etmektedir. Dijital nesnelerin arşivlendikleri fiziksel depolama alanlarının eskimesi veya kaydedilen dosya formatının yeniden okunabilir hale gelmesini sağlayan yazılım ve donanımların ortadan kaybolması gibi problemler (Harvey, 2011: 43-44) dijital materyallerin korunmasına dair sorun başlıklarından bazılarıdır. Dijital materyallerin yapısal özelliklerinden kaynaklanan bu sorunlar web ortamının arşivlenmesi konusunun kapsamını genişletmektedir. Bu bağlamda web ortamının geçici doğasının (Adar vd. 2008: 239) yanı sıra dijital materyalin yukarıda bahsedilmiş olan yapısal sorunları nedeniyle ortaya çıkan teknik zorluklar web arşivleme çalışmalarının karşılaştığı güçlükler arasında yer almaktadır. Bu anlamda dijital materyallerin arşivlenmesi ve web içeriklerinin korunması konuları ortak sorun alanlarına sahiptir.

Web Ortamının Arşivlenmesi

Web arşivleme projelerinin 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren gelişim göstermeye başladığı görülmektedir. 1995 yılında Avustralya Ulusal Kütüphanesi'nin başlattığı PANDORA Projesi, 1996 yılında Amerika'da başlamış bir özel girişim olan İnternet Arşivi Projesi ve 1997 yılında İsveç Ulusal Kütüphanesi'nin başlattığı girişim ile birlikte web arşivleme çalışmaları ilerleme kaydetmiştir (Schneider vd. 2009: 206-207). İlerleyen yıllarda Avrupa'daki ulusal kütüphaneler de (Vlassenroot vd. 2019) konuya ilişkin çalışmalara başlamıştır.

[2] Bilimsel üretimin gerçekleştiği bir alan olarak dijital ortamın korunması başlıca bir inceleme konusunu oluşturmaktadır. Konu hakkındaki çalışmalardan birisi için bkz.: (Russell vd. 1999).

Web arşivleme konusundaki araştırmalar incelendiğinde belirli başlıkların öne çıktığı görülmektedir. Aldemir ve Oğuz (2006) web ortamının korunması konusunu web arşivleme çalışmalarında içerik seçim yaklaşımları, konuyla ilgili yasal düzenlemeler, arşivleme/koruma çalışmalarında yararlanılan teknik yöntemler ve koruma faaliyetlerinde sorumlu kurumların örnek uygulamaları üzerinden ele almaktadır. Farrell (2010: 2-3) ise web ortamının korunmasına ilişkin sorunları web içeriğinin değişim hızı, içeriğin kapsamı, veri tabanı gibi kayıtların arşivlenmesi, multimedya içeriğin toplanması, kişiselleştirilebilir içeriğin korunması, içerik seçiminin nasıl gerçekleştirileceği ve içeriğin erişime açılması gibi başlıklar altında incelemektedir.

Web arşivleme teknikleri incelendiğinde, Avrupa'daki ulusal kütüphanelerin bir bölümü ile İnternet Arşivi tarafından ortaklaşa geliştirilen ve kayıt altına aldığı web içeriklerini ISO standartlarına tabi *WARC* dosyalarına kaydeden aracın yaygın web arşivleme aracı olduğu görülmektedir (Ruest, vd. 2021, Capturing Web Content, Para 1). Nielsen'e (2016: 12-18) göre "web robotu" veya "hasat aracı" olarak ifade edilen arşivleme araçları belirlenen web adresleri üzerinden içerik hasadına başlayarak ilgili kaynak içerisinde yer alan web materyallerini ve harici/dâhili bağlantıları toplamakta, böylece web sitesini büyük ölçüde kayıt altına alabilmektedir.[3] Web sitelerinin içerdiği bağlantılarla birlikte arşivlenerek siteler arası bağlantıların kayıt altına alınabilmesi ve arşiv kayıtlarının web sitesine benzer biçimde deneyimlenebilir oluşu uygulamanın güçlü yanları içerisinde öne çıkarken, kimi koşullarda arşivlenemeyen unsurlar nedeniyle kayıtların aslına olan benzerliğinin azalması ve "zamansal tutarsızlıklar" bu arşivleme pratiğinin zayıf yönleri arasında yer almaktadır (Nielsen, 2016: 18). Web arşivleme araçlarının teknik sınırlılıkları daha fazla başlık altında değerlendirilebilir. Bu başlıklardan biri materyal yapısının web arşivleme süreçlerindeki etkisine ilişkindir. Pennock (2013: 11) web arşivleme araçlarının kayıt altına almakta sorun yaşadığı materyaller içerisinde sırasıyla "veri tabanı/dinamik içerik", "akış halindeki multimedya içerik", "yalnızca site içi aramalar ile erişilebilir olan içerik", "şifre korumalı içerik" ve "bazı *javascript* sürümlü menüleri" saymaktadır. Bu materyaller gazetelerin web sitelerinde yoğun olarak yer almaktadır. Bu çalışmalardan hareketle materyal türünün ve kayıtların niteliği üzerinde belirleyici olan web arşivleme araçlarının sınırlılıklarının çevrim içi gazetelerin arşivlenmesinde karşılaşılan sorunların temel kaynakları arasında olduğunu söylemek mümkündür.

Vlassenroot ve diğerlerinin (2019: 92) Avrupa'daki kütüphanelerin web arşivleme çalışmaları üzerine yaptıkları analiz içerik seçim yöntemi olarak "yaygın tarama" ve "seçici yaklaşım" (etkinlik veya tematik odaklı seçim) yöntemlerinin öne çıktığını göstermektedir. Çalışma bu anlamda web arşivleme uygulamalarında içerik seçim kıstaslarının ve yöntem/araç tercihlerinin amaca yönelik, yani korunması hedeflenen kaynağın özelliklerine veya koruma faaliyetlerini yürüten kurumun önceliklerine göre belirlenebildiğini ortaya koymaktadır.

[3] Araç, bağlantıları erişebildiği noktaya kadar takip ederek toplamakta ancak bu süreç web sayfasının tamamen arşivlenmesini garanti altına almamaktadır (Hale vd. 2017: 46).

Bodleian Kütüphanesi, Britanya Kütüphanesi, Cambridge Üniversitesi Kütüphanesi, İskoçya Ulusal Kütüphanesi, Galler Ulusal Kütüphanesi ve Trinity College (Dublin) işbirliğinde faaliyet gösteren Birleşik Krallık Web Arşivleri'nin (UK Web Archive, ty.-a) uygulamaları arşivleme protokolleri ve seçim sistematiğini açıklamak için önemli bir örnektir. Web sitesinde yer vermiş olduğu güncel (Nisan 2021) web arşivleme protokolleri incelendiğinde kurum amacının "Birleşik Krallık'ta yayın yapan temel web sitelerinin gelecek nesiller için toplanması, korunması ve kalıcı erişime açılması" olduğunu belirtmektedir (UK Web Archive, ty.-b). Bu amaçla. ".uk" gibi Birleşik Krallık uzantılı alan adlarına sahip web siteleri ve Birleşik Krallık uzantılı alan ismi olmamasına rağmen bölgede yayın yaptığını kuruma bildiren web sayfaları, ilgili düzenlemelere bağlı olarak arşivlenmektedir (UK Web Archive, ty.-b). Tüm web ortamını arşivlemenin teknik, ekonomik, yasal ve yönetimsel zorlukları göz önüne alındığında örnekte görülen alan merkezli arşivleme stratejilerinin web içeriklerini koruma ve kategorik biçimde erişime sunma anlamında işlevsel gözüktüğünü söylemek mümkündür. Diğer yandan içerik seçiminde yapılan tercihlerin başka içerikleri koruma faaliyetleri dışarısında bırakması kaynak yanlılığı gibi sorunlara yol açabilmektedir (Pennock, 2013: 10-11). Bu sebeple ilgili kurumlar tarafından konunun bu yönü göz önünde bulundurulmalıdır.

Web ortamında yaşanan hızlı dönüşümler web arşivleme çalışmalarının araç ve yöntemlerini sürekli yenilemesini gerektirmektedir. Örneğin yeni medyanın tanımlayıcı özelliklerinden olan katılım ve etkileşimin yükselişini temsil eden sosyal ağların temel yayın mecraları arasına girmesi nedeniyle web arşivleme çalışmalarının kapsamı genişlemiş ve içerik seçim çalışmaları arasına tarihsel bir kaynak olarak sosyal medya eklenmiştir. Sosyal medyanın çalışma dinamiklerinin farklılığı bir yandan yeni koruma stratejilerinin geliştirilmesini gerektirirken diğer yandan yasal ve etik çerçevenin nasıl kurulacağına dair tartışmaları beraberinde getirmektedir (Thomson, 2016: 4-7). İnternete bireysel erişimin artması nedeniyle web ortamında içerik üreten kaynak sayısı çoğalmıştır. Dijital medya teknolojilerinin gelişimi ise içerik üretim ve dağıtım araçlarının kapsam ve niteliğini hızla genişletmiştir. Bu nedenle web arşivleme çalışmaları kapsamında değerlendirilen web içeriklerinin veri boyutları düzenli olarak artarken arşivlenmesi gereken materyalin yapısal özellikleri sürekli değişmektedir.[4] Web ortamının materyal türünden zengin yapısı arşivleme uygulamalarını güçleştirirken bu durum hangi içeriğin arşivleneceğine dair kararların nasıl alınacağını karmaşık hale getirmektedir (Aldemir ve Oğuz, 2006: 290). Farklı disiplinlerden katkı alan ve çok yönlü bir teknik arka plana sahip olan web arşivleme çalışmaları bu başlıkta sınırlı olarak değerlendirilmiştir. Sonraki başlıkta çevrim içi gazetelerin arşivlenmesi meselesine dair yapılmış olan gazetecilik odaklı araştırmalar literatür taraması yoluyla incelenmiş olup bu çalışmaların konuyu hangi yönleriyle ele aldıklarına dair bir genel çerçeve

[4] Çevrim içi gazetelerin yapısal özellikleri de yeni teknolojilere bağlı olarak değişim göstermektedir. Bu nedenle arşivlenecek gazetelerin nasıl sınırlandırılacağı konusu ilgili çalışmalar içerisinde giderek öne çıkmaktadır.

çizilmeye çalışılmıştır.

Çevrim İçi Gazetelerin Arşivlenmesi

Toplumsal hafızanın maddi unsurlarından olan gazetelerin arşivlenmesi tarih boyunca kültürel kurumların başlıca faaliyetleri arasında yer almıştır. Tarihsel süreçte, farklı materyaller üzerine hazırlanan haber kayıtları sahip oldukları yapısal özelliklere göre koruma altına alınmaya çalışılmıştır. Bu sayede birçok toplumsal konu, üzerinden uzun yıllar geçtikten sonra yeniden incelenebilir hale gelmiştir. Basılı gazeteleri olduğu gibi koruma altına alan geleneksel yöntemler gazete kâğıdının zaman içerisinde yıpranarak ortadan kaybolması nedeniyle başarısızlığa uğramış, bu nedenle basılı gazeteler önce mikro filmlere aktartılmış, sonrasında ise PDF formatına gerçekleştirilen veri göçü ile koruma altına alınmıştır (Boss ve Broussard, 2017: 150). Ancak radyo ve televizyon gibi haber yayıncılığı araçlarının gelişimiyle birlikte haber içeriklerinin arşivlenmesi ile ilgili teknik sorunlar farklı bir boyut kazanmıştır (Weber ve Napoli, 2018: 1186). Bu anlamda haber yayıncılığı kanallarının çoğalmasıyla birlikte ilgili kurumların arşivleme uygulamalarını gözden geçirmeleri gereksinimi doğmuştur. Örneğin televizyon sinyalleri aracılığıyla veri aktarımına dayanan *teletext* yayınlarının öncüllerinden olan *Ceefax BBC* tarafından 1970'li yıllarda erişime açılmıştır (Bulck ve Moe, 2016: 16-17). Haber içeriklerinin yoğunluklu olduğu ve televizyonda görüntülenen elektronik metinlere dayanan *teletext* yayınları ilerleyen yıllarda birçok ülkede yaygın olarak hizmete sunulmuştur. Ancak bu dönemdeki *teletext* yayınlarının ne kadarının arşivlendiğine ilişkin bir tahminde bulunmak oldukça güçtür. Gazetelerin internet ile birlikte temel yayın stratejilerini çevrim içi ortam üzerine kurmaya başlamaları, gazetelerin korunması meselesine yeni bir boyut kazandırmıştır.

Web ortamında yayın yapan ilk gazetelerin önemli bir kısmı basılı gazete içeriklerini çevrim içi ortama doğrudan aktarmış olup mecraya özgün içerik üretiminin, toplam yayınlanan içerik içerisindeki payı ancak 1990'lı yılların sonuna doğru yükselmiştir (Ross ve Middleberg, 1999'dan akt. Deuze, 1999: 374). Bu durum erken dönem çevrim içi gazete yayınlarının kayıt altına alınamayan kısmına dair bazı çıkarımlar yapılmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda arşivlenmemiş olan erken dönem çevrim içi gazete yayınlarının niteliksel olarak sınırlı bir alanı oluşturduğu düşünülebilir. Web ortamındaki ilk gazetelerin multimedya fonksiyonlarının sınırlılığı, etkileşim unsurlarının zayıflığı ve haber kategorilerinin bugüne kıyasla darlığı göz önüne alındığında kayıt altına alınmayan veri hacminin de kısıtlı bir alanı oluşturduğu ileri sürülebilir. Ancak hızla gelişen web ortamıyla birlikte çevrim içi gazetelerin haber öyküleme yöntem ve araçları çeşitlilik kazanmış olup farklı materyal türlerinin haber üretiminde kullanımı artmıştır. Böylece arşivlenmesi gereken web materyalinin boyutlarında kayda değer bir artış ortaya çıkmıştır. Broussard ve Boss'a (2018: 1206-1207) göre dijital gazetelerin geleneksel gazetelerdeki gibi sınırları belli olan formlara sahip olmaması, yani materyal türünün ve yayılma

kanallarının çeşitliliği (web sitesi, sosyal medya, mobil uygulamalar vb.) haber içeriklerinin arşivlenmesini güçleştirmektedir. Günümüzdeki web sayfaları incelendiğinde görülen farklı türdeki multimedya materyaller, infografikler, canlı yayımlanan içerik, artırılmış gerçeklik uygulamaları, sosyal medya eklentileri ve kişiselleştirilebilir içerikler çevrim içi gazetelerin zengin materyal havuzunu oluşturmaktadır. Diğer yandan gazeteler bu içerik türlerinden daha fazlasına sahiptir. Gazetelerin web sayfasına okur katılımını olanaklı hale getiren alanlar, gazetelerin web sayfaları ile bütünleşik çalışan üçüncü parti uygulamalar ve reklam servislerinden kaynaklanan içerik akışı gazeteleri koruma süreçlerini çok katmanlı hale getirmektedir (Alverson vd. 2011: 8-9). Yazarların üçüncü parti uygulamalara örnek olarak gösterdiği *Google Earth* gibi servislerin yanı sıra hava durumu, ekonomi ve spor konularına ilişkin anlık veri sağlayan diğer üçüncü parti uygulamalar gazeteler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Gazetecilikte otomasyon uygulamalarının parçası olan bu sistemler aracılığıyla güncel gelişmeler gazetelerin web sitelerinde anlık olarak yayımlanmakta ve haber içerikleri otomatik olarak güncellenmektedir. Diğer yandan çevrim içi haber yayıncılarının sayısı artmaya devam etmektedir. Geleneksel yayıncılık geçmişi olan haber kuruluşlarının çevrim içi yayınları, tematik haber yayıncılığı yapan ağlar, dijital platformlar üzerinde yayın yapan gazeteciler ve mobil haber uygulamaları bu çeşitliliği sağlayan kaynaklar arasındadır. Ayrıca web ortamının önemli unsurlarından olan sosyal ağlar, okurların gazetecilik süreçlerine geniş ölçekli katılımını sağlarken bu durum arşiv materyali olarak çevrim içi gazetenin sınırlarını değiştirmiştir. Gazetelerin yayın mecraları arasında yer alan *Twitter*, *YouTube* ve *Facebook* gibi platformlar gazeteciler için haber kaynağı işlevi de görmektedir. Sosyal medyanın arşivlenmesine dair çalışmalar ise uluslararası alanda gelişimini sürdürmektedir (Yalçınkaya, 2020: 31-33). Bu çalışmalar konunun gazetecilik perspektifinden ele alınmasını sağlayacak koşulların ortaya çıkmasına yardımcı olabilir. Gazeteler web sayfaları dışında yer alan kaynaklara verdikleri bağlantılar ile kendi sınırlarını aşarak web ortamını kuşatan çok yönlü bir medya biçimi haline gelirken bu durum gazetelerin arşivlenme sürecini ve gazetelerin web arşivleri içerisindeki yapısal koşullarını etkilemektedir. Örneğin gazetenin web sitesi içerisine yerleştirilen harici bağlantılar (sosyal medya eklentisi vb.) içerisinde yer alan içerikler kaynak tarafından silindiğinde gazetenin web sayfasında yeniden görüntülenmeyeceği için haber öyküsünün bütünlüğü bozulabilmektedir.

Literatür incelendiğinde dijital haber içeriklerinin arşivlenmesine ilişkin çalışmaların (Gatenby, 2010; Carner vd., 2014; Kiisa, 2015; Hansen ve Paul, 2015; Moore ve Bonnet, 2015; Villanueva ve Faase, 2016; Boss ve Broussard, 2017; Broussard ve Boss, 2018; Weber ve Napoli, 2018; Ringel ve Woodall, 2019) giderek artmakta olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar dijital doğumlu gazetelerin arşivlenmesi sorununun mevcut durumuna, alandaki örnek uygulamalara ve sorumlu aktör tartışmalarına odaklanmaktadır. Moore ve Bonnet'ın (2015: 358) yaptıkları çalışmanın sonuçlarına göre dijital doğumlu haber materyallerini kimin koruması gerektiği sorusuna gazeteciler, araştırmacılar ve

arşiv/kütüphane çalışanlarından oluşan katılımcılar ilk sırada çoğunlukla haber kurumları yanıtını vermişlerdir. Konuya gazeteciliğin içerisinden bakan araştırmaların sonuçları bu hususta gazetelerin önemli eksikliklere sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Örneğin Ringel ve Woodall (2019: 4) inceledikleri haber kuruluşlarının büyük bölümünün web içeriklerini arşivlemek için stratejilere sahip olmadığını ve gazetelerin veri yedekleme uygulamaları ile içerik koruma faaliyetlerini eş tuttuklarını gösterirken hiçbir kurumun sosyal medya yayınlarını arşivlemediğini ortaya koymuştur. Carner vd. (2014: 15-18) yaptıkları araştırmada hem çevrim içi hem basılı yayın yapan gazetelerin %12'sinin, yalnızca çevrim içi yayın yapan gazetelerin ise %57'sinin dijital içeriklerini tamamen yedeklediklerini ortaya koyarken bu haber kurumlarının büyük bir bölümünün dijital içeriklerini korumak için yazılı stratejiler geliştirmediklerini göstermektedir. Hansen ve Paul (2015: 295-296) ise dokuzu basılı sürümü de olan toplam on çevrim içi gazete ile yaptıkları araştırmada kurumların web sitelerinin eksiksiz arşivlerine sahip olmadıklarını ortaya koyarken multimedya içeriklerin ve sosyal medya içeriklerinin etkin biçimde korunmadığı, mobil içeriklerin ve okur yorumları gibi bilgilerin yalnızca dijital doğumlu gazete tarafından kısmi olarak korunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmalar koruma faaliyetlerinin tarafı olan gazetelerin web içeriklerini arşivleme konusundaki kurumsal strateji eksikliklerini ve konuya ilişkin terminolojik yaklaşım sorunlarını göstermektedir.

Çevrim içi gazetelerin arşivlenmesi konusunda kütüphanelerin yayıncılara göre daha fazla çözüm odaklı çalışma üretmekte oldukları görülmektedir. Örneğin Avustralya Ulusal Kütüphanesi'nin Avustralya'daki web içeriklerinin korunmasına yönelik 1996 yılında başlattığı program, farklı kıstaslara göre seçilen dijital doğumlu gazeteleri 2009 yılında koruma programına almıştır (Gatenby, 2010). Program kapsamındaki gazetelerden Sydney Morning Herald'ın arşivlenme süreçlerini aktaran Gatenby'a (2010: 4-5) göre gazetenin web sitesinin ana sayfasında görüntülenen haber içerikleri günün erken saatlerinde başlayan arşivleme uygulamaları ile toplanırken kayıt altına alınan veriler kütüphanenin web sitesinde kategorik olarak erişilebilir halde yayımlanmaktadır. Kapsam, yayın yeri ve kalıcı değer gibi kıstaslara göre seçtiği ulusal gazetelerin web yayınlarının ana sayfalarını arşivleyen Estonya Ulusal Kütüphanesi ise etkinlik temelli içerik seçim yönteminden (örn. Avrupa Birliği seçimleri) sıklıkla yararlanmaktadır (Kiisa, 2015: 4-6). Ancak bu örnekteki uygulamaların seçilen gazeteleri sınırlı biçimde koruma altına aldığının altının çizilmesi önemlidir. İsveç Ulusal Kütüphanesi'nin dijital doğumlu gazeteleri 2002 yılında dâhil ettiği web arşivleme programı kapsamında seçilen gazeteler ise günde bir defa arşivlenmekte, ancak *javascript* uzantılı sayfaların arşivleme aracının etkin içerik toplamasını kimi durumlarda engellemesi nedeniyle sayfalar orijinal sürüm ile aynı yapıda toplanamamaktadır (Arvidson ve Grenholm, 2011: 3-4). Birleşik Krallık Web Arşivleri ise gazete arşivlerini üç farklı kategori altında oluşturmaktadır. Kurum, sırasıyla yalnızca web sürümleri bulunan gazeteleri, yerel haber sitelerini ve gazetelerin sosyal medya hesaplarını arşivlemektedir (UK Web Archive, ty.-c). Ancak arşivlerin eksiklikler barındırabileceğini belirten

kurum, arşiv araçlarının web sitelerinin bazı içeriklerini (etkileşimli ve dinamik içerik, site içinde arama yapılarak ulaşılabilen içerik, kimi *javascript* formları, erişim için giriş yapılmasını gerektiren içerik, *YouTube* ile bazı ses ve görüntü dosyaları) koruma altına alamayabileceğini aktarmaktadır (UK Web Archive, ty.-d). Gazetelerin web içeriklerinin arşivlenmesinde karşılaşılan sorunlar web arşivleme araçlarının sınırlılıkları ve dijital materyalin niteliği üzerinden olduğu kadar gazeteciliğin çevrim içi meslek pratikleri ve teknik özellikleri üzerinden de değerlendirilmelidir. Örneğin gazetelerin web sitelerindeki içeriklerin hızlı biçimde ortadan kaybolan çevrim içi içerik türlerinden biri olması (Pennock, 2013: 3) dijital gazetelerin dinamik yapısı ile ilişkilendirilmektedir. Bu anlamda gazetecilik uygulamalarından kaynaklanan teknik sorunların kendi içerisinde ayrı başlıklar altında değerlendirilmesi gerekmektedir. Çevrim içi gazetelerin dinamik yapıları nedeniyle arşivleme sürecinde önemli bir unsur olarak öne çıkan web sitelerinin kayıt altına alınma sıklıkları web arşivleme çalışmaları yapan kurumların arşiv yaklaşım ve modellerine göre değişmektedir. Örneğin Villanueva ve Faase (2016) farklı ülkelerin ulusal kütüphanelerinin gazete arşivleme modelleri üzerine yaptıkları çalışmada web sayfalarının kayıt altına alınma sıklıklarının birbirlerinden oldukça farklı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle çevrim içi gazetelerin korunması konusunda üzerinde uzlaşılmış olan ortak çalışma modellerinden bahsetmek oldukça güçtür.

Dijital mirasın korunmasına ilişkin çalışmaların bir diğer yönü olan dijital ortamdaki telif hakları konusu üzerinde ayrıca durmak gerekmektedir. Tarihsel süreçte basılı gazeteler kütüphaneler tarafından belirli kurallara göre arşivlenmiş ancak dijital yayıncılığın gelişimiyle birlikte konunun kapsamı genişlemiştir. Web arşivleme çalışmalarındaki en önemli sorunlardan birisi olarak bu konuyu gösteren Pennock (2013: 9) içerik sahiplerinin telif haklarına ilişkin düzenlemelerin ülke ve kurumlara göre farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Vlassenroot ve diğerleri (2019: 90-91) Avrupa'daki birçok ülkede konuya ilişkin yasal düzenlemeler geliştirilmekte olduğunu belirterek web içeriklerinin arşivlenmesinde kültürel mirası korumakla sorumlu kurumların etkinliklerinin artırılmakta olduğunu aktarmaktadır. Ancak örneklerin çoğunda, arşivlenmiş web içeriklerinin önemli bir kısmı, telif haklarıyla ilgili yasal hükümlere uymak için açık erişime sunulmamaktadır. Örneğin Birleşik Krallık Web Arşivleri bölgedeki web sitelerini, basılı olmayan materyallerin arşivlenmesine ilişkin yapılan yasal düzenlemelere bağlı olarak arşivlemekte ancak yayın sahibinden içeriği yaygın erişime açmak için izin almadığı koşullarda kayıtlara yalnızca kütüphane üzerinden erişim sunabilmekte olduğu uyarısına web sitesinde yer vermektedir (UK Web Archive, ty.-b). Bu anlamda koruma ve erişime açma süreçlerinin ilgili düzenlemeler gereği ayrıştığını söylemek mümkündür. Sonuç olarak web arşivlerinin gazete kayıtları üzerine çalışan tarihsel araştırma alanları, yeni medya araştırmaları ve gazetecilik tarihi açısından taşıdığı önem oldukça açıktır. Sonraki bölümde web tarih yazımı çalışmaları üzerinden web arşivlerindeki çevrim içi gazetelerin yapısal özellikleri değerlendirilmektedir.

Web Tarihyazımı Araştırmaları Perspektifinden Web Arşivleri ve Gazeteler

İnternet çalışmaları başta olmak üzere birçok araştırma alanı web ortamındaki içerikler üzerine çalışmalar üretmektedir. Ancak web arşivlerindeki materyalleri yeni bir medya biçimi olarak tanımlayan yaklaşımı ve ortaya koyduğu metodolojik farklılıklar ile web tarihyazımı (*web historiography*), temellerinin kesiştiği dijital tarih çalışmaları ve internet çalışmaları alanlarının ötesine geçmektedir (Brügger, 2012: 107). Bu anlamda web ortamının teknik sınırlarını tanımlayıcı bir yaklaşım ile inceleyen ve web arşivlerinin yapısal özelliklerine odaklanan web tarihyazımı, web ortamı üzerine çalışacak araştırmacılar için temel bir alan olarak konumlandırılabilir**.** Web tarihyazımı perspektifinden web sitesi kayıtları, gazetecilik gibi medya türlerinin web ortamındaki gelişiminin izlenebileceği medya tarihsel okuma alanları üretebileceği gibi web ortamının teknik gelişiminin incelenebileceği yapılar da ortaya koyabilir (Rogers, 2017: 165). Örneğin herhangi bir gazetenin 1990'lı yıllarda yayımlanmaya başlayan web sitesinin günümüze dek tutulan web arşiv kayıtları yalnızca gazetenin içeriklerinin örneklerini değil, aynı zamanda ilgili gazetenin web yayıncılığının gelişimini, daha genel bir bakışla gazeteciliğin web ortamındaki dönüşümünü veya gazetecilikten bağımsız biçimde web ortamının gelişimine ilişkin değerlendirme olanakları sunmaktadır. Analiz mecrası olarak web ortamını inceleyen ilk dönem web araştırmaları içerik öğelerine dayalı söylem çalışmaları, yapıya veya içerik analizine dayalı araştırmalar ve siteler arası bağlantıları ortaya koyan hipermetinsel analizler olarak sınıflandırılabilir (Schneider ve Foot, 2004: 116-117). Bu çalışmaların bir yapı olarak web nesnesine odaklananları ağırlıklı olarak web ortamının teknik koşulları üzerine yoğunlaşmaktadır. Web arşivlerinin nasıl araştırma ortamı haline geleceği konusu da benzer biçimde mecranın ve web materyallerinin temel yapısal özellikleri üzerinde durulmasını gerektirmektedir. Web tarihyazımı alanında öne çıkan araştırmacılardan olan Brügger (2009: 121-122) web ortamının metin, görüntü ve ses gibi maddi bileşenleri veya web sitesi/web sayfası/web nesnesi gibi katmanları üzerinden ele alınabileceğini ancak bu unsurların web arşivlerindeki kayıtları analiz etmek için yeterli olmadığını belirtmektedir. Brügger (2009: 125) bunun nedenini şu şekilde açıklamaktadır:

> Arşivlenmiş web sitesinin nasıl oluşturulduğu ve hangi arşiv içerisinde yer aldığı fark etmeksizin, web site tarihçisi bunun belirli bir zamanda canlı web ortamında yer alanın bire bir ölçeğinde aynı kopyası olmasını bekleyemez. Bunun nedeni, arşivlenen web sitesinin bir yandan aktif olarak oluşturulmuş ve öznel bir yeniden yapılanma, diğer yandan neredeyse her zaman eksik olmasıdır.

Bu yaklaşım web arşivlerindeki kayıtların orijinal içeriği temsil etme konusundaki zaaflarının altını çizerek web arşivlerinde yapılacak olan çalışmaların göz önünde bulundurması gereken belirleyici bir tespitte bulunmaktadır. Bu nedenle Brügger (2012, 2013) web sitesinin esas sürümünden ayrışan web arşiv materyallerini "yeniden doğmuş dijital materyal" (*reborn digital material*) kavramıyla açıklamaktadır. Bu materyalin ortaya çıkma koşullarını açıklayan

Brügger'e (2013: 758) göre kayıtların farklı araç ve yöntem tercihleriyle oluşturulabilmesi, arşivleme sürecinde web sitesinin güncellenen bölümlerinin kayıt altına alınamaması nedeniyle kaydın zaman ve içerik yönünden asıl sürümle gösterdiği tutarsızlıklar, arşivlenemeyen bileşenler ve kurum tarafından arşivleme sonrası gerçekleştirilen yeniden yapılandırma uygulamalarının arşiv nesnesi üzerindeki belirleyiciliği web arşiv materyallerinin orijinal kayıtlar ile ayrışmasına neden olmaktadır. Bu kavramsal ayrım ve ortaya çıkan yeni medya formu web arşiv nesnelerinin geleneksel arşiv nesnelerinden olan yapısal farklılıklarını göstermektedir. Örneğin basılı gazeteler orijinal kaydın birebir korunması (fiziki veya dijitalleştirerek koruma) esasına dayalı biçimde arşivlenmektedir. İlgili gazete kayıtlarını inceleyen bir araştırmacı için kaynağın içerik veya biçim yönünden başka bir biçimde yeniden üretilmiş olma ihtimali özel koşullar dışında oldukça zayıftır. Ancak web arşivlerindeki kayıtları benzer bir yaklaşım ile değerlendirmek güçtür. Kurumların web arşivleme yaklaşımına, arşivleme aracının özelliklerine veya ilgili web sitesinin niteliklerine göre haberin esas sürümünde yer alan canlı haber akışı, interaktif haritalar ve diğer multimedya materyaller kayıtlarda birebir olarak yer almayabilir.

Schneider ve diğerleri (2009: 206) web sayfalarının sürekli güncellenerek bir önceki ana sayfa görünümü üzerine farklı bir biçimde yeniden kurulmasına vurgu yaparak web arşiv kayıtlarının orijinal içerikten materyal niteliği yanında zamansal farklılıklar üzerinden de ayrışmakta olduğunu göstermektedir. Gazeteciliğin temel değerlerinden olan sürekli güncel olma gerekliliği üzerinden düşünüldüğünde web arşivlerindeki gazete içeriklerinin nasıl ele alınacağı önemlidir. Çevrim içi gazetelerin web sayfalarındaki alanlar internet editörleri veya otomasyona dayalı sistemler tarafından düzenli olarak güncellenmektedir. Bu anlamda çevrim içi gazeteler süreklilik gösteren döngüsel bir yapıya sahiptir. Gazetelerin hareket halindeki öğelerinin yanı sıra haber döngüsünün sürati, sürekli olarak bir süre öncekinden daha farklı bir gazetenin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Örneğin herhangi bir kaza haberinin kayıtlara giren ilk hali ile daha sonra güncellenmiş ancak kayıt altına alınmamış sürümü arasında önemli farklar söz konusu olabilir. Bu bağlamda sürekli güncellenen çevrim içi haberlerin arşiv kayıtlarındaki boşluklar içeriğin kayıtlardaki bütünlüğünü etkileyebilmektedir. Gazetelerin web sayfalarındaki bileşenler üzerinden bakıldığında ise haber galerileri sürekli değişmekte, okur yorumları içeriğe eklenmekte, otomasyona bağlı veriler (ekonomi, hava durumu vb.) anlık olarak güncellenmektedir. Yeni bir haberin siteye girmesiyle diğer içeriklerin ana sayfadaki konumu değişmekte veya kimi içerikler ana sayfadan kaldırılmaktadır. Ayrıca eski bir haber içeriği konuya dair yaşanan yeni bir gelişmeyle birlikte yeniden güncellenebilmektedir. Gazetenin linklerle yönlendirdiği dış kaynakların web içerikleri de güncellenmeye devam ederken sosyal ağlardan haber öyküsüne eklenen bağlantılar yayından kaldırılabilmektedir. Bu anlamda geleneksel arşivlerdeki belirli bir günü temsil eden sabit bir günlük gazete düşüncesi web arşivleri içerisinde değişmektedir. Avustralya örneğinde görüldüğü üzere, bazı web arşivi modellerinde seçilen gazeteler araçsal sınırlılıkların da etkisiyle

doğrudan bir günü temsil eden gazete olarak seçilebilmektedir. Ancak çevrim içi gazeteler yirmi dört saatlik zaman dilimi içerisinde sürekli değişen yüzlerce veya binlerce farklı sürümden meydana gelmekte olduğundan koruma altına alınan kaynak ilgili günün yalnızca eksik bir sureti olmaktadır. Böylece günde yalnızca bir defa olmak üzere ve sınırlı bir zaman aralığında arşivlenen herhangi bir gazetenin web sayfasının veya içerisindeki haberlerin yalnızca bir sürümü arşivlerde yer alacaktır.

Brügger (2009: 125-126) "öznel yeniden üretim" kavramı üzerinden web sitesinin hangi araçlarla toplanacağı, arşivleme sürecinde hangi materyallere odaklanılacağı, arşivleme derinliği ve sıklığı gibi tercihlerin web arşiv nesnesini ortaya çıkarttığını belirtmektedir. Web arşivlerindeki içeriğin orijinal olanın "öznel" bir temsili olduğunu belirten Brügger'in değerlendirmesi aynı web sitesinin farklı arşivlerde farklı biçimlerde var olabileceğini göstermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde çevrim içi gazetelerin web arşiv kayıtlarındaki farklılıkların, araçsal sınırlılıkların yanı sıra teknik seçimlerden kaynaklandığı ve web arşivlerindeki bu gazetelerin henüz kayıt aşamasında bir yeniden üretime tabi tutularak gazetenin orijinal sürümü ile biçimsel olarak ayrıştığı söylenebilir. Bu bağlamda aynı haber öyküsü farklı arşivlerde farklı biçimlerde yer alabilir. Bu durum karşısında farklı metodolojik yaklaşımlar söz konusudur. Örneğin Byrne (2020: 468-469) tarafından web arşivlerindeki futbol kayıtları üzerine yapılan çalışma web arşivlerinin çoklu biçimde birlikte kullanımını alternatif bir bütünlük kazandırma stratejisi olarak işlevsel hale getirmektedir. Ancak bu yaklaşım olası eksikleri tamamlama yönünde imkânlar üretmekle birlikte eldeki verinin orijinal içerikle olan nitel ve nicel benzeşme düzeyini ortaya koymak için yeterli olmamaktadır. Farklı standartlara göre oluşturulmuş web arşivlerinin benzer alanlara dair kayıtları araştırmacılar açısından tamamlayıcılık sağlayabileceği gibi karmaşıklığa da neden olabilir (Thomas vd. 2010: 14). Örneğin bir çevrim içi gazetenin farklı arşivlerde yer alan aynı güne ait farklı görünümlerinin çokluğu hangi kaydın esas alınacağı sorusunu önemli bir sorun haline getirebilir. Kayıt altına alınmış olan web sayfasında hangi unsurların eksik olduğunun bilinmemesi veya kaydın oluşturulma koşullarına ilişkin teknik detayların her koşulda erişilebilir olmaması web arşiv kayıtları üzerine çalışacak araştırmacıların kayıtların bilimsel geçerliğini nasıl sağlayacağı konusunu önemli hale getirmektedir (Costea, 2018: 25). Gazetecilik araştırmaları açısından bakıldığında kayıtların nasıl oluşturulduğuna dair verilerin erişilebilir olmadığı koşullarda yapılacak olan çalışmalar içeriğin bütünlüğü konusunda riskler taşımaktadır.[5]

Web sitelerinin bütünlüklü biçimde arşivlenmemesi konusu farklı bir yönden de değerlendirilebilir. Tonta (2020: 238-240) dijital kültürel kayıtların korunması konusu üzerine gerçekleştirdiği çalışmada yanlış belgelerin de kültürel

[5] Çalışmalarında web arşiv kayıtlarının büyük ölçüde eksik olduğunu gösteren Hale ve diğerleri (2017: 58-61) eksik içeriğin ne olduğuna ve boyutuna dair çıkarım yapmanın güç olduğunu ve bu nedenle web arşivlerinin yanlı ve doğruluğu kestirilemez bir veri alanı sunduğunu belirtmektedir.

kaydın bir unsuru olduğunun altını çizmektedir. Bu açıdan bakıldığında web arşivlerindeki gazeteler aracılığıyla yanlış veya eksik bilginin korunması aracın içerik toplama sıklığına bağlı biçimde rastlantısal olabilir. Bu durum herhangi bir haberin yanlış veya eksik olan ilk halinin arşivlenip düzeltme güncellemelerinin kayıt altına alınmaması veya düzeltilmiş haber içeriğinin arşivlenerek içeriğin ilk yayımlanan yanlış veya eksik formunun kayıt altına alınmaması biçiminde gerçekleşebilir. Basılı gazetecilikte ise habere dair düzeltmeler sonraki günlerde yayımlanarak kayıtlara girmektedir. Web arşivlerindeki gazeteler bu yönüyle arşivlerin içerik yakalama sıklığına bağlı biçimde önemli bir sorun alanı oluşturmaktadır.

Web arşivlerindeki dijital doğumlu gazetelerin web tarihyazımı açısından nasıl değerlendirilebileceğini ele alan bu başlık altında öne çıkan iki tema bir yandan gazetenin web ortamındaki biçimsel dönüşümünü gösterirken diğer yandan geleneksel arşiv kayıtlarındaki gazetelerle web arşivlerindeki çevrim içi gazeteler arasındaki ayrışmayı açıklamaktadır. Brügger'in web tarihyazımı perspektifinden hareketle açıklanan bu iki tema web arşivlerindeki kaydın içerik ve biçim yönünden esas içeriğin aynısı olmama olasılığını ve aynı web içeriğinin ayrı web arşivlerinde farklı kayıtlar halinde yer alabilmesine vurgu yapmaktadır. Bu durum gazetecilik ve medya araştırmalarının web arşivlerini kaynak güvenirliği bağlamında nasıl ele alması gerektiği sorununu ayrı bir inceleme konusu olarak ortaya koymaktadır.

Medya Arkeolojisi Perspektifinden Arşivler

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi medya çalışmalarında yeni araştırma alanlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Ağırlıklı olarak yeni medya başlığı altında toplanan bu çalışmaların bir kısmı toplumsal konulara yeni medya bağlamında odaklanırken bir diğer kısmı medya özelliklerine bağlı olarak gelişen teknik ve yapısal konulara eğilmektedir (Huhtamo ve Parikka, 2011: 1). Medya biçimsel bir temanın hâkim olduğu bu çalışmada tanımlayıcı bir araçsal okumanın ötesine geçmek adına medya arkeolojisi çalışmalarının arşivi ele alma biçiminden teorik bağlamda yararlanılmaktadır. Ancak medya arkeolojisi çalışmalarının arşivi nasıl ele aldığına geçmeden önce medya arkeolojisinin ne olduğuna kısaca değinmek gerekmektedir.

Medya araştırmaları içerisinde ağırlık kazanmaya başlayan medya arkeolojisi çalışmaları farklı medya tarihsel koşulları ve araçları merkezine alarak mevcut medya kültürlerini ve formlarını anlamanın yollarını üreten tarihsel bir okuma biçimi olarak öne çıkmaktadır (Parikka, 2017). Böylece medya arkeolojisi, yeni medya çalışmalarının incelediği nesneleri eski medya kültürel biçimleri göz ardı ederek değerlendirme eğilimlerinin aksine tarihsel bir medyalar arası yaklaşım üretmektedir (Huhtamo ve Parikka, 2011: 1-3). Bu bağlamda medya arkeolojisi merkezli çalışmalar eski ve yeni medya arasındaki kültürel veya araçsal bağları ortaya çıkartarak geleceğe ilişkin çıkarımlar yapma fırsatı üretirken ele alınan meseleye ilişkin yeni bir izlek geliştirilmesine yardımcı ol-

maktadır.[6] Bu çalışmada medya arkeolojisi çalışmaları kapsamında geliştirilen arşiv yaklaşımından yararlanılmasının iki önemli gerekçesi vardır. Bunlardan ilki ve en önemlisi medya arkeolojisi çalışmalarının arşivi ele alış biçimidir. Parikka'ya (2017: 29) göre medya arkeolojisi, çalışma sahası olarak konumlandırdığı arşivleri bir medya formu olarak kavrar ve arşivi dijital kültür, bellek ve medya çalışmalarının kesiştiği bir düzlemde araştırma nesnesi haline getirir. Bir başka ifadeyle medya arkeolojisi için arşiv, tarihsel ve epistemolojik bağlar kurarak kendisini gerçekleştirdiği maddi bir alandır. İkinci neden ise Ernst'in arşiv yaklaşımında görüleceği üzere arşivin aynı zamanda medya arkeolojisi için tarihsel bir araştırma nesnesi oluşudur. Böylece arşiv fiziki ve bürokratik sınırları belirli olan gelenekselleşmiş tarihsel bir bellek kurumu olarak değil (Parikka, 2017: 145-147), farklı teknik koşullara bağlı olarak değişen maddi alanlar olarak göz önüne alınmaktadır.

Geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş arşiv ve arşiv materyallerinin dönüşümü bağlamında önemli bir dönüm noktasıdır. Bellek araçlarının dönüşümü üzerine tarihsel bir yaklaşım geliştiren Ernst'e (2013: 122) göre Avrupa merkezli kültürel bakış için arşiv basılı materyal odaklı bir yapıyı ifade etmektedir. Bu yaklaşımı değişen medya koşulları üzerinden yeniden değerlendiren Ernst (2013: 122), basılı materyal odaklı arşivlerin içeriği tamamen "dondurma" düşüncesinin yeni medya ortamındaki enformasyonun sürekli akış hali ile uyumsuz olduğunu aktarmaktadır. Bu bakış, bellek ve medyanın yeni bir teknik düzlemde kurulan dinamik ilişkisini tarihsel bir karşılaştırmayla tartışmaya açarken medya arkeolojisinin ağırlıklı olarak odaklandığı müzik veya sinema gibi alanların dışarısındaki medya biçimleri üzerine düşünme olanakları yaratmaktadır. Önceki bölümde değinilmiş olduğu üzere web ortamı enformasyonun dinamik akışına dayanmaktadır. Bu sürecin parçası olan çevrim içi gazetelerin herhangi bir anının tüm unsurlarıyla dondurulması fikri, basılı gazetelerin aksine son sürüme ulaşmayan ve sürekli dönüşüm üzerinden anlam üreten bir yapının, Ernst'in ifade ettiği biçimiyle, geleneksel arşiv yaklaşımının nesne koruma odaklı bakışı ile ele alınmasını ifade etmektedir. Bu bağlamda sabit bir arşiv düşüncesinin web ortamının temel nitelikleriyle örtüşme olanakları tartışmalı hale gelmektedir. Bu durum Parikka'nın değişen arşiv mantığını açıklamak için verdiği örnek üzerinden farklı bir biçimde okunabilir. Parikka (2017: 148-149), Londra'da Bilim Müzesi'nde yer alan, internet üzerindeki farklı kaynaklardan gelen birbirleriyle ilgisiz metinlerin sayısı iki

[6] Huhtamo ve Parikka (2011: 2-3) arkeoloji ile medya arkeolojisinin birbirinden ayrılması gerektiğinin altını çizerek medya arkeolojisini üzerinde uzlaşılmış kavramları olan akademik bir disiplin olarak tanımlamanın güç olduğunu belirtmekte ancak kendi ifade ettikleri biçimiyle alanın "göçebeliğinin" çalışmacılar için disiplinlerarası esneklik sağlayabileceğini düşünmektedir. Bu bağlamda çalışmada web ortamında yayımlanan çevrim içi haber içeriklerin arşivlenmesi ve korunması meselesinin bir yönü olarak arşiv, medya arkeolojisinin teorileştirdiği biçimde teknik ve tarihsel koşullarına odaklanılan bir medya olarak çerçevelenmekte olup medya arkeolojisi çalışmalarının pratik işlevselliğinden yararlanılmaktadır.

yüzü geçen ekranda gösterildiği ve bir bilgisayar tarafından seslendirildiği *The Listening Post* isimli sanat yerleştirmesini medya kültürü içerisinde dönüşen bellek ve arşivleri okumanın bir yolu olarak önermektedir. Bu çalışmanın arşiv gibi bir diğer bellek kurumu olan müze içerisinde yer alması hafızanın maddi unsurlarının dönüşümünü göstermesi adına önemlidir. Enformasyonun sürece dayalı ve sürekli akış halinde olduğu dijital kültürel ortamda bellek kurumları ve medya metinlerinin geleneksel ilişkileri farklı bir biçimde yeniden kurulmaktadır (Parikka, 2017). Sürekli güncellenen ve sayısız kaynağın kesişim noktası olan çevrim içi gazetelerin belirli bir anının dondurularak korunması düşüncesi bu medya biçiminin yapısal özelliklerini sınırlamak anlamına gelmektedir. Bu bağlamda çevrim içi gazetelerin arşiv sunumları web ortamının medya karakteristiğine uygun biçimde sürekli enformasyon akışını öne çıkarmalıdır. Farklı bir biçimde ifade etmek gerekirse çevrim içi gazeteleri metodolojik olarak basılı gazeteler gibi arşivleme düşüncesinin arşivin ve arşiv nesnesi olarak gazetenin tarihsel bir medya türü olarak dönüşümünü göz ardı ettiği ileri sürülebilir.

Çevrim içi gazetelerin arşivlenmesi meselesinin, içerisinde geliştiği medya koşullarından bağımsız biçimde, yalnızca arşivleme stratejileri üzerinden değerlendirilmesi konunun materyal yapısına bağlı olan yönünün göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Materyal yapısının dönüşümü çevrim içi gazetelerin web arşivleri içerisindeki koşullarını yeniden düzenlemektedir. Web ortamındaki haberlerin 1990'lı yıllardaki yapıları ile son yıllardaki yapıları arşiv unsuru olarak aynı medya biçimini ifade etmemektedir. Bu durum yakın dönemde gelişen haber türleri üzerinden değerlendirilebilir. Dijital gazetecilik uygulamalarında giderek daha fazla yararlanılan artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve 360 derece öyküleme gibi "deneysel medya formları" haber öyküsünü okuma/izleme gibi deneyim biçimlerinin ötesine taşıyarak içeriğin birinci kişi perspektifinden tüketimine imkân vermektedir (Pavlik, 2018: 46-49). Örneğin *The Guardian* gazetesinin 360 derece video ve sanal gerçeklik tasarımlarından oluşan haber öyküleri mobil cihazların entegre edildiği *Google Cardboard* gibi sanal gerçeklik ekipmanlarıyla birlikte gazetenin mobil uygulaması üzerinden deneyimlenmektedir (*The Guardian VR*, ty.). Gazetenin yayımladığı 360 derece video öykülerden olan "Arctic 360" (Panetta, vd. 2016) başlıklı haber insanın çevreye verdiği zararları Kuzey Kutbu'nda kaydedilen 360 derece video ile kullanıcılara aktarmaktadır. Kullanıcı, kaydedilen 360 derece video aracılığıyla Kuzey Kutbu'nun farklı noktalarını hareket halindeki bir helikopter ve yolculuğunu sürdüren bir gemi içerisinden, kendi yönlendirmesine dayalı biçimde, olası tüm görüş açılarıyla deneyimlemektedir. İçeriğe arka planda devam eden seslendirme eşlik etmektedir. *The Guardian*'ın (2016) "6x9 A Virtual Experience of Solitary Confinement" başlıklı sanal gerçeklik haber öyküsü ise haber tasarımı açısından farklı bir içerik türü sunmaktadır. Dar bir hücrenin üç boyutlu olarak tasarlandığı ve 360 derece video özellikleriyle kullanıcıya sunulduğu içerik, gerçek ortam sesleri ve daha önce bu alanda yaşamış insanların ifadeleriyle desteklenen bir çalışma olarak ifade edilebilir. Giyilebilir teknolojiler aracılığıyla erişim sağlanan haber tasarımlarının gelişimi ve bu teknolojilere

bağlı olarak üretilen haberlerin günlük haber yayıncılığında yaygınlık kazanması haber deneyimini hem kullanıcı hem gazeteci açısından dönüştürmektedir. Temel multimedya gazeteciliği aşan yeni türler olarak kendisini gösteren bu örnekler arşiv materyallerinin medya biçimsel dönüşümünü gazetecilik üzerinden okumak için işlevseldir. İçeriğin akış biçimi, materyal yapısı ve materyali yeniden erişilebilir kılmanın teknik koşulu nedeniyle sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve 360 derece haber öykülerinin arşivlenmesi sıradan web içeriklerine göre daha güçtür. Üstelik farklı kişisel kullanım biçimlerine dayanan ve alternatif deneyimler üreten haber öyküsünün bütünüyle yeniden tecrübe edilebilmesi erişim sürecinde gerekli olan yardımcı uygulama ve donanımlara tekrar ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Bu anlamda çevrim içi gazeteler yeni teknoloji ve haber öyküleme biçimlerinin gelişimi nedeniyle hem arşiv biçimsel olarak hem de medya tarihsel açıdan yeniden değerlendirilmesi gereken medya türleridir.

Medya arkeolojisi eski medya ile yeni medya arasında örtük biçimde bulunan düşünsel izleri, Zielinski'nin "döngüsel" düşünme biçimiyle, yani zorunlu ilerleme fikrini ters yüz ederek sürmektedir (Parikka, 2017: 25-26). Medya kültürel koşullar ve medya kültürlerinin gerçekleşme alanı olan araçlar kesintisiz ve doğrusal bir gelişim yerine birbirine dolaylı biçimde bağlanan süreksizlikler üzerinden açıklanmaktadır. Medya arkeolojik yaklaşımın herhangi bir medya biçimini araçsal sınırlılıkları veya kullanım yaygınlığı gibi kıstasları aşacak biçimde, kendisinden önceki ve sonraki medya kültürleri ile bağlar üretmiş veya üretebilecek yapılar olarak görmesi web arşivleri üzerine farklı bir bakış ortaya konmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda web arşivlerindeki medya biçimleri ve bu çalışmada incelenmiş olan web arşivlerindeki gazeteler sınırlı medya materyalleri olduğu kadar aynı zamanda dönüşen medya ortamının kendine özgü medya biçimleri olarak değerlendirilebilir. Bu noktada medya türünün yarattığı özgünlük araçsal sınırlılıklardan ayrılmaktadır. Medya arkeolojik bir bakışla erken dönem televizyon yayıncılığı bu anlamda önemli bir örnek olarak ele alınabilir. İlk televizyon yayınlarının günün belirli bir anında, siyah-beyaz ve görüntü kalitesi farklı faktörlere göre değişen yayınları kendine özgü teknik özellikleri olan bir medya biçimi sunmaktadır. Bu yayıncılık biçimi değişen teknolojiler ile birlikte biçimsel eksiklerine vurgu yapılan bir medya haline gelmiştir. Bu bağlamda dönüşen dijital kültürün parçası olan yeni arşivlerin biçimselliği üzerine düşünmek, sürekli gelişim fikrine bağlı olarak web arşivlerinin eksik yönlerine odaklanan çalışmaların göz ardı ettiği bir noktadan konuya katkı sağlayarak web arşiv materyallerinin alternatif bir medya biçimi olarak incelenmesine yardımcı olacaktır. Web arşivlerindeki çevrim içi gazeteleri alternatif bir medya okuması ile değerlendiren bu başlık altında medya arkeolojisinin arşiv yaklaşımının farklı medya çalışmaları üzerindeki işlevselliği görülmüştür. Bu bağlamda web arşivlerindeki gazetelerin teknik sınırlılıklar ekseninde değerlendirilebileceği gibi kültür, medya ve bellek ilişkisinin dönüşen araçsal yapılarına odaklanan bir teorik yaklaşım ekseninde ele alınabileceğini söylemek mümkündür.

Sonuç

Gazeteler yaygın olarak dijital yayıncılığa geçerken web ortamında yayımlanan içeriklerin nasıl bütünlüklü biçimde arşivleneceği önemli bir sorun haline gelmiştir. Gazetecilik araştırmaları kapsamında konuya ilişkin yapılan ilk çalışmalar da ağırlıklı olarak konunun bu yönüne odaklanmaktadır. Bu nedenle bu çalışma ilk olarak dijital doğumlu gazetelerin arşivlenmesi ve erişime açılması konusuna ilişkin güncel bir literatür çalışması ortaya koyarak alandaki gelişmeleri çerçevelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde web arşivlerindeki gazetelerin bir medya biçimi ve araştırma nesnesi olarak ne ifade ettiği sorusuna web tarihyazımı yaklaşımının web arşiv nesneleri üzerine ortaya koyduğu yaklaşım üzerinden yanıt aranmıştır. Medya arkeolojisinin tarihsel bir kurum olarak arşivin dönüşümünü medya kültürü ve bellek ilişkisi üzerinden ele alan yaklaşımından ise web arşivlerindeki gazetelerin medya-teorik olarak nasıl değerlendirilebileceğini anlamak adına yararlanılmıştır. Bu bağlamda web arşivleri ve web arşivleri içerisindeki gazete formlarına ilişkin iki farklı alan üzerinden alternatif bir medya okuması yapılması hedeflenmiş olup çalışmanın sonuçları üç maddede özetlenebilir. Çalışmanın ilk kesitinde yapılan literatür çalışması üzerinden genel bir değerlendirme yapıldığında web ortamının ve dijital materyalin yapısal özelliklerinin çevrim içi gazetelerin arşivlenmesini güçleştiren en önemli faktör olduğu görülmektedir. Ayrıca konu hakkında çalışmalar yürüten kurumların web içeriklerini arşivleme faaliyetleri içerisinde öne çıkan ve ortak kabul görmüş olan modellerden bahsetmenin güç olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmanın ulaştığı ikinci sonuç web arşivlerindeki gazeteler üzerine yapılacak olan çalışmaların, bu kaynaklardan yararlanırken alanın yapısal özelliklerine derinlemesine hâkim olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Medya ve gazetecilik araştırmalarının web arşivlerini giderek daha fazla kaynak olarak kullanmak durumunda kalacakları göz önüne alındığında web arşivlerinin ve web arşivlerindeki gazetelerin yapısal özelliklerinin tanınması yapılacak çalışmaların güvenirliği adına önem taşımaktadır. Web tarihçiliği araştırmacılarının ortaya koyduğu üzere, teknik sınırlılıklar, yöntemsel ayrımlar ve materyalin esas biçimiyle eşleşme oranının göreceliği web arşivlerindeki gazetelerin klasik arşivlerdeki basılı gazeteler gibi çalışılamayacağını göstermektedir. Web ortamındaki gazeteler üzerine araştırma yapan bir araştırmacı aynı çalışmayı gazetenin web arşivlerindeki sürümü üzerinden gerçekleştirdiğinde farklı verilere ve dolayısıyla farklı sonuçlara ulaşabilir. Bu nedenle web arşivlerindeki gazetelerin yapısal özellikleri üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

Son olarak, medya arkeolojisi çalışmalarının arşivleri tarihsel ve teknik koşullarına odaklanarak ele alan yaklaşımı üzerinden web arşivlerindeki gazetelere ilişkin yapılan teorik değerlendirmenin, konuyu basılı medya kültürü merkezli okuyan ve mevcut koşulları yalnızca çözülmesi gereken sorun alanları olarak ele alan yaklaşımlara bir alternatif sunabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Çevrim içi gazetelerin arşivlenmesi konusunun ana hatlarını ortaya koymak için gerçekleştirilmiş olan literatür çalışmasının ve iki farklı alan üzerinden meseleyi değerlendiren teorik okumanın konuyu gazetecilik üzerinden inceleyecek olan sonraki çalışmalara katkı sunması hedeflenmektedir. Konunun artan önemi göz önüne alındığında yapılacak olan çalışmaların artış göstermesinin değerli olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Adar, E., Dontcheva, M., Fogarty, J. ve Weld, D. S. (2008). Zoetrope: Interacting with the ephemeral web. *UIST'08, ACM Symposium on User Interface Software and Technology*, 19-22 Ekim 2008, Monterey, 239-248. doi:10.1145/1449715.1449756.

Aldemir, A. ve Oğuz, E. S. (2006). Sayısal (dijital) kültürün korunması: Web arşivleme. *Türk Kütüphaneciliği*, 20(3), 283-312.

Alverson, J., Leetaru, K., McCargar, V., Ondracek, K., Simon, J. ve Reilly, B. (Nisan 2011). *Preserving news in the digital environment: Mapping the newspaper industry in transition*, Center for Research Libraries. https://www.digitalpreservation.gov/documents/CRL_digiNews_report_110502.pdf. 22 Nisan 2021.

Arvidson, A. ve Grenholm, O. (2011). Harvesting of online newspapers at the national library of Sweeden. H. Walravens (ed.), *Newspaper: Legal deposit and research in the digital era* (3-4). Berlin/New York: De Gruyter Saur.

Boss, K. ve Broussard, M. (2017). Challenges of archiving and preserving born digital news applications. *International Federation of Library Associations and Institutions*, *43*(2), 150-157. doi:10.1177/0340035216686355.

Broussard, M. ve Boss, K. (2018). Saving data journalism. *Digital Journalism*, *6*(9), 1206-1221. doi:10.1080/21670811.2018.1505437.

Brügger, N. (2009). Website history and the website as an object of study. *New Media & Society*, *11*(1&2), 115-132. doi:10.1177/1461444808099574.

---------- (2012). When the present web is later the past: Web historiography, digital history, and internet studies. *Historical Social Research*, *37*(4), (142), 102-117.

---------- (2013). Web historiography and internet studies: Challenges and perspectives. *New Media & Society*, *15*(5), 752-764. doi:10.1177/1461444812462852.

Bulck, H. V. D. ve Moe, H. (2016). Why media researchers don't care about teletext, H. Moe ve H. V. D. Bulck (ed.), *Teletext in Europe from the analog to the digital era*. (15-29). Göteborg: Nordicom.

Byrne, H. (2020). Reviewing football history through the UK web archive. Soccer&Society, *21*(4), 461-474. doi:10.1080/14660970.2020.1751474.

Carner, D., McCain, E. ve Zarndt, F. (2014). *Missing links: The digital news preservation discontinuity*. The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), World Library and Information Congress 2014. (1-32). https://www.ifla.org/files/assets/newspapers/Geneva_2014/s6-carner-en.pdf. 21 Mart

2021.

Costea, M.D. (2018). Report on the scholarly use of web archives. *Netlab*. http://netlab.dk/wp-content/uploads/2018/02/Costea_Report_on_the_Scholarly_Use_of_Web_Archives.pdf. 29 Mart 2021.

Deuze, M. (1999). Journalism and the web an analysis of skills and standards in an online environment. *Gazette*, *61*(5), 373-390.

Dowling, S. (2 Nisan 2019). Why there's so little left of the early internet. *BBC*. https://www.bbc.com/future/article/20190401-why-theres-so-little-left-of-the-early-internet. 23 Mart 2021.

Ernst, W. (2013). *Digital memory and the archive*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Farrell, S. (ed.) (2010). *A guide to web preservation*. UKOLN/ULCC, JISC.

Gatenby, P. (2010). *Collecting online newspapers: The national library of Australia experience with archiving the Sydney Morning Herald (smh.com.au)*. The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), World Library and Information Congress: 76th IFLA General Conference and Assembly, 10-15 Ağustos, Gothenburg, Sweeden. (1-6). https://www.ifla.org/past-wlic/2010/102-gatenby-en.pdf. 12 Kasım 2020.

Hale, S. A., Blank, G. ve Alexander, V. D. (2017). Live versus archive: Comparing a web archive to a population of web pages. N. Brügger ve R. Schroeder (ed.), *The Web as History* (45-61). London: UCL Press.

Hansen, K. A. ve Paul, N. (2015). Newspaper archives reveal major gaps in digital age. *Newspaper Research Journal, 36*(3), 290-298. doi:10.1177/0739532915600745.

Harvey, R. (2011). *Preserving digital materials*. Berlin/Boston: De Gruyter Saur.

Huhtamo, E. ve Parikka, J. (2011). *Media archeology, approaches applications and implications.* Berkeley: University of California Press.

Kiisa, K. (2015). *From historical newspaper to e-newspaper. Challenge for libraries*. The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), World Library and Information Congress 2015, Cape Town, South Africa. (1-10). http://library.ifla.org/1266/. 22 Eylül 2020.

Kuny, T. (1997). *A digital dark ages? Challenges in the preservation of electronic information*. 63RD IFLA Council and General Conference. https://archive.ifla.org/IV/ifla63/63kuny1.pdf. 5 Mart 2021.

LaFrance, A. (14 Kasım 2015). Raiders of the lost web. *The Atlantic*. https://www.theatlantic.com/technology/archive/2015/10/raiders-of-the-lost-web/409210/. 26 Ocak 2021.

Moore, J. E. ve Bonnet, J. L. (2015). Survey finds differences on preserving born-digital news. *Newspaper Research Journal*, *36* (3), 348-362. doi:10.1177/0739532915600748.

National Library of Australia (2003). Guidelines for the preservation of digital heritage. *Information Society Division United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000130071. 23 Mart 2021.

Nielsen, J. (2016). Using web archives in research-An introduction. *Netlab*. https://www.netlab.dk/wp-content/uploads/2016/10/Nielsen_Using_ Web_Archives_in_Research.pdf 12 Mart 2021.

Panetta, F., Jackson, N. ve Jones, A. (22 Aralık 2016). Arctic 360: Take a tour without doing damage. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/environment/ng-interactive/2016/dec/22/arctic-360-take-a-tour-without-doing-damage. 7 Haziran 2021.

Parikka, J. (2017). *Medya arkeolojisi nedir?* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.

Pavlik, J. V. (2018). Experiential media and transforming storytelling: A theoretical analysis. *Journal of Creative Industries and Cultural Studies, JOCIS*, 3, 46-67.

Pennock, M. (2013). Web-archiving. DPC technology watch report. *Digital Preservation Coalition*. doi: http://dx.doi.org/10.7207/twr13-01.

Ringel, S. ve Woodall, A. (2019). *A public record at risk: The dire state of news archiving in the digital age*. Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/the-dire-state-of-news-archiving-in-the-digital-age.php. 6 Eylül 2020.

Rogers, R. (2017). Doing web history with the internet archive: Screencast documentaries. *Internet Histories*, *1*(1-2), 160-172. doi:10.1080/24701475.2017.1307542.

Ruest, N., Fritz, S., Deschamps, R., Lin, J. ve Milligan, I. (2021). From archive to analysis: Accessing web archives at scale through a cloud-based interface. *International Journal of Digital Humanities*. doi:10.1007/s42803-020-00029-6.

Russell, K., Weinberger, E. ve Stone, A. (1999). Preserving digital scholarship: The future is now. *Learning Publishing*, *12* (4), 271-280. doi:10.1087/09531519950145670.

Schneider, S. M. ve Foot, K. A. (2004). The Web as an object of study. *New Media & Society, 6*(1), 114-122. doi:10.1177/1461444804039912.

Schneider, S. M., Foot, K. A. ve Wouters, P. (2009). Web archiving as e-research. N. W. Jankowski (ed.), *E-Research transformation in scholarly practice*. (205-221). New York: Routledge.

The Guardian (2016). 6x9 A virtual experience of solitary confinement. https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement. 1 Haziran 2021.

---------- (tarih yok). The Guardian VR. https://www.theguardian.com/technology/ng-interactive/2016/nov/10/virtual-reality-by-the-guardian. 7 Haziran 2021.

Thomas, A., Meyer, E. T., Dougherty, M., van den Heuvel, C., Madsen, C. ve Wyatt, S. (2010). *Researcher engagement with web archives challenges and opportunities for investment*. London: JISC.

Thomson, S. D. (2016). Preserving social media. DPC technology watch report. *Digital Preservation Coalition*. doi: http://dx.doi.org/10.7207/twr16-01.

Tonta, Y. (2020). Dijital kültürel kaydın korunması. *Türk Kütüphaneciliği*, *34*(2), 229-248.

UK Web Archive (tarih yok-a). About us. https://www.webarchive.org.uk/en/ukwa/about. 7 Haziran 2021.

---------- (tarih yok-b). Frequently asked questions. https://www.webarchive.org.uk/en/ukwa/info/faq. 3 Nisan 2021.

---------- (tarih yok-c). News sites. https://www.webarchive.org.uk/en/ukwa/collection/138. 7 Nisan 2021.

---------- (tarih yok-d). Technical information. https://www.webarchive.org.uk/en/ukwa/info/technical. 7 Haziran 2021.

Villanueva, E. ve Faase, J. (2016). Born digital news collections: New formats, new approaches. *The International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), World Library and Information Congress 2016*, Columbus, Ohio. http://library.ifla.org/1521/1/090-villanueva-en.pdf. 19 Mart 2021.

Vlassenroot, E., Chambers, S., Di Pretoro, E., Geeraert, F., Haesendonck, G., Michel, A. ve Mechant, P. (2019). Web archives as a data resource for digital scholars. *International Journal of Digital Humanities*, 1, 85-111. doi:10.1007/s42803-019-00007-7.

Yalçınkaya, B. (2020). Geleceğin arşivlerinin inşası: Sosyal medyanın arşivlenmesi hakkında bir değerlendirme. *Bilgi Yönetimi Dergisi*, *3*(1), 25-38. doi:10.33721/by.728914.

Weber, M. S. ve Napoli, P. M. (2018). Journalism history, web archives, and new methods for understanding the evolution of digital journalism. *Digital Journalism*, *6* (9), 1186-1205. doi:10.1080/21670811.2018.1510293.

Winters, J. (2017). Coda: Web archives for humanities research - some reflections. N. Brügger ve R. Schroeder (ed.), *The Web as History* (238-249). London: UCL Press.

Etik Kurul Onayı: Etik kurul onayına ihtiyaç bulunmamaktadır.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Ethics committee approval: There is no need for ethics committee approval.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

İletişim
yorum
söyleşi
çeviri
eleştiri

MYTH TO MAGIC: INTERACTIVE SYMBOLIC MAGMA-AN INTERVIEW WITH DR. MAUREEN ELLIS

Gül Esra ATALAY*

Myth to magic: Interactive symbolic magma-An interview with Dr. Maureen Ellis. *Etkileşim*, 8, 210-227. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.144

This study complies with research and publication ethics.
Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Due to COVID-19 related school closures, many countries have been exploring alternative ways to provide continuous education using technologies such as the Internet, TV, and radio. Education systems were unprepared for this transition. Schools and universities were forced to develop distance learning systems almost immediately. Dr. Maureen Ellis is a senior research associate at University College London and associate lecturer at The Open University, UK. She had given a keynote speech at 7th International Communication Days at Üsküdar University in 2020 and the title of her speech was "Communication as Critical Global Semiotics''. We spoke to Dr. Ellis about critical realism, critical global semiotics and education during COVID-19.

**** Dr. Ellis, you were one of the keynote speakers of 7th International Communication Days at Üsküdar University in 2020 and your interdisciplinary approach was very interesting and impressive for the audience. Would you tell us about yourself and your academic works?***

Brought up in Bombay by loving parents, educated by dedicated British missionaries at a boarding school in the Western hills five hours away, mine was a naive magical faith in Go(o)dness and my mother tongue. As an Anglo-Indian, my community discounted our rich Indian 'her'itage, taking it for granted, identifying with British culture, Anglican tradition, English heritage. I only became aware of my Indian 'his'tory when I emigrated to Australia and married a member of the British Diplomatic Service. A myriad of Foreign Office postings merged a Master's in English Literature into a second MA in Applied

* Associate Professor, Üsküdar University, Faculty of Communication, gulesra.atalay@uskudar.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3377-2694

Linguistics, and eventually an Unconditional Pass PhD at the Institute of Education (IoE), London University. Teaching in primary then secondary schools led to writing Teachers Manuals, alongside textbooks for students of English as a Foreign Language (TEFL) in the Middle East and China. Returning to the UK, I produced material for the University of Cambridge Local Examinations Syndicate, then Principles and Methodology MA modules at Oxford Brookes.

Unable to have children, my missionary fervour continued; each year for the next twenty or more years, I spoke at eight to ten conferences, overseas and in the UK. The beauty of travel, tourism, migration, in fact, any cultural exchange, even good fiction, is the opportunity to switch lenses, to align with alien mindsets, to adapt perspective, to empathise with different Other(s), to identify injustices at many levels. Sensitivity to, and love of language helps enormously in these first steps towards linguistic anthropology. For instance, travel to countries where the native language has no articles, laughing at the consequences of simple questions like 'What's time?' rather than 'What's THE time?' or 'Who's Queen?' instead of 'the Queen', awakens one to the importance of context, the imposition of an assumed shared understanding, and the advantages of what initially seems like a more philosophical consideration of Time, identity or power relations! Similarly, teaching English for Specific Purposes whether for Business, Medicine, Law, … whatever, reveals distinctions obscured by mother-tongue assumptions, for example 'I like …' versus 'I am like …'; negative 'few' versus positive 'a few'; homophonic sun of man to anthropology's son of God; slippery prepositions and many more 'mysteries'.

One such revelation was the mathematical way 'Give me another' can mean 'more of the same' or Martin Buber's religiously existentialist 'Other'. Buber's 'Thou' derived from Sanskrit 'duo', meaning two, demonstrates, for me, the risk of abstraction, as in merciful Lakshmi com-merc-ially dried, secular 'lucky'. Aristotle described logos as the appeal to reason. Having seen much political and theological manipulation in my travels, a conference in Devon entitled 'Global Citizenship' roused my interest and led to a part-time PhD at the IoE. Challenged by a question at 1st-year presentations, I began attending lectures on Critical Realism (CR); meanwhile I continued teaching for the Open University. Mikhail Bakhtin's linguistic philosophy, CR's dialectical materialism, Franz Kafka's Systems theory, James Lovelock's Gaia, Michael Halliday's Systemic Functional Linguistics, a raft of Critical Theorists, Fairclough's Critical Analysis, homogenised vision and mission. In Carl Gustav Jung's use of the Indian concept of mandala or milk churn, 'milk of human kindness' turns into refined butter, rich creamy Sanskrit Khi/ghee.

Two rocky Upgrades sharpened my self-defence systems; pondering, licking one's wounds, is certainly a salve, and can yield valuable lessons. When one academic decried my submitted work as 'therapy', senior examiner Gunther

Kress, softened the blow, saying 'This is the work of someone who loves theory, and not just for this exercise, …'. Later, wishing I'd used Jungian theory to counter the initial sneer, my (re)search continued and, to this day, relates en-theos-iasm to theos, theory and therapy! I mention this to encourage readers to develop this wonderful habit of tracing linguistic metaphor, the spirit beyond words. In more theoretical terms, Bakhtin's 'stream of consciousness' or 'internally persuasive device' dynamically sustains self, amidst conflicting voices. When St Joan spoke of hearing voices, they stoned her as a witch; thank God today one can speak in these terms.

**** Critical realism is one of the main keywords of your work. What is critical realism and how did this field emerge?***

At the Institute of Education, London University, Critical Realism (CR) integrated many strands in my life. Brahmin physicist, World Scholar Roy Bhaskar's philosophical conviction of a realist ontology, a relativist epistemology, and a moral judgemental axiology reinstated individual consciousness, aatma, atomic energy, spirit as real. Jung's collective consciousness, zeitgeist, cultural host for life-long learning, confirmed Vygotsky's developmental 'zone of proximal learning' taking education beyond institutional walls; a Hindu relating individual atoms to collective atmosphere might phrase this 'Aatma is Brahma'.

Critical Realist philosophy is realised in Critical Discourse Analysis (CDA), a worthy methodology, providing we understand that 'discourse' is NOT just about language, but encompasses all communication. Logically, Critical Discourse skills should be taught by every academic; we all use language, so it makes sense for every use to be critically examined before messages are chewed, digested, and absorbed. 'Discourse' is 'this course', life itself. Discourse is about language, faith, belief, how we convert breath, theory, word (whether Bhagavatgita, Torah, Bible, Quran, GuruGranth, …) into daily practice, everyday action. Discourse studies texts, in con-text, using a critical lens. The critique here is a constructive approach, identifying criteria that you consider crucial; somewhat like a doctor specifying criteria, explicitly demarcating, delineating distinctions before declaring a patient alive or dead. CDA leads citizens to ask who is setting the criteria, who's making the decisions, who benefits in this situation, who loses by this status quo? CDA helps us identify which voices, perspectives, points of view are being neglected in any account. CDA gives us tools to spot reliable and unreliable narrators in fact and/or fiction; you may remember I shared a handout about this at Üsküdar's 2020 conference.

Reading Roy's 'East to West: Journey of a Soul', revived my small Hindi, my smattering Sanskrit, igniting fresh dignity, sparking a passionate faith in etymology. Morris Halle's 'phonological and morphological distribution', well

beyond my intellect, fired a trajectory into India's perennial philosophy, go-spelling, gospelling 'common wealth'. Five CR concepts made satisfying sense, uniting the 'innocent' poetry and prose of my life. Though far better argued in 'The Critical Global Educator', I might say a bit about each here.

i. CR's Systemic worldview, configured as seven-chakra, seven pillars of wisdom, or seven concentric circles, represents striated, stratified reality (Archer et al., 1998: 659), with intelligence, snake-like Sapiente, working its way up the spine, from physical Being to metaphysical perfection. Whether drawn as sections of a triangle, nested circles, spirals or mobius strip, like Franz Kafka's Chaos Theory or James Lovelock's Gaia, ecological truth justifies Wittgenstein's claim, 'the limits of my language mean the limits of my world' (1922/2010). As paragraphs make way for comparative parallels, parables, parabolas, paradigms, paradise, French *paradis fiscal*, like Spanish *paraiso fiscal* expose powerful ideology. Eco-linguistics, wind as breath, expression, shuns partial namings of omniscient, omnipresent omnipotentiality which fracture humanity's historically-integrated giant beanstalk of knowledge. Sanskrit Om, roughly translatable as the music of the spheres, enables early access, heaven now, here, or nowhere. A positive anthropology posits faith, hope and love as theological virtues infused in human beings at birth, enabling us to dis-/uncover, identify, define, find go(o)dness, divine DNA (Buber, 1958).

Professionals professing engagement in 'development' do well to remember the Sanskrit root 'dev' refers to Gods, divinity. Powerful ideologies, comprehensive frameworks like CR and SFS reveal potential roots, practical routes as God and human partnership. Physical/metaphysical Tao (dual/two) Ways forward deepen foundations, strengthen positions, confirm stance, enrich argument. Arg from Sanskrit 'aag' (fire) provokes an evolutionary search for meaning, as in the natural movement of a plant's leaves to sunlight or roots to water. Bakhtin's 'internally persuasive device' (Sanskrit dev/divine/duo), thirsting after truth, seeks confirmatory evidence. Trans-disciplinary education, a thematic project approach, builds systemic understanding, meaningful semantics. Relating food to family and finance; climate to conflict and crime; human trafficking to arms trade and (un)Fair trade, the purpose of research becomes not merely to prove causal structures and relations, but to improve human freedom.

Systemic vision ensures Sanskrit 'hava' (wind), Judaic YHWH, venting, mission, and later commissions, address Ultimate Majesty, karmic Justice. Peirce's Final Interpretant (1908), Nirvana, no mere venting but awake to each fresh, purposeful breath allows Christians to phrase/frame 'thy kingdom come'. Such long-term reckoning anticipates implications and consequences across time and space, history and geography. Jewish Elohi, Abd-allah slaves submitting to ineffable I AM, One whose name must not be taken in vain (Ezekiel, 20:7), acknowledge go(o)dness today. Rather than postponing

joy, John Lennon, one of the famous Beatles expressed this in his classic lyric, 'Imagine'. Systemic 'bildung' (German self-cultivation), working and walking midst great minds/spirits (Sanskrit Maha-aatma) prevents worship becoming warships as individual gain negotiates collective go(o)d. Eventually 'glocal' consciousness deftly merges international crime, intelligence, arms smuggling, drug trafficking, terrorism, money laundering, illicit financial flows, capital flight, debt to 'offshore' tax havens, as 'not only a place, a system and a process, it is also a collection of intellectual arguments' (Shaxson, 2012: 193), emergent physical/metaphysical h(e)avens.

ii. 3-Way Dialectical Materialism, like scientists' Dark Matter, affords powerful visual treatment of any semantic triangle or semiotic trinity. The thin wavy line balancing Taoism's yin/yang highlights creative potential, nuanced transitions between two extremes. The wavy middle line, serpent, sapiente, wisdom, marks individual or collective navigation between, negotiation, conversion between good/evil, tradition/innovation, poverty/wealth, comedy/tragedy, euphoria/dysphoria… any binary division. Applied to ancient or modern triumvirates- Brahma, Vishnu, Shiva; Father, Son and Holy Spirit; solids, liquids, gases; past, present, future - this shorthand heuristic allows open-ended, optimism. Shiva for instance is a powerful metaphor for death, destruction, but also cyclical ground, for instance re-forestation. Shiva is today worshipped by Hindus, Jews speak of Yeshua/Joshua and observe 'sitting Shiva' at a funeral, Quakers shiver before Mysterium Tremendum Mysterium Fascinans, phoneticians refer to the most common English sound schwa, but few appreciate how metaphors undergo change, resurrection, revival.

iii. Holism is today a concept deployed by theologians, scientists, theoretical and applied physicists, thanks to David Bohm's explaining consciousness, what I might call 'you'niverse, holography, holonymy, and early quantum theory. Bohm's (1980) 'Wholeness and the Implicate Order' confirms Mikhail Bakhtin's Biblical faith in 'word made flesh that dwells amongst us' (John, 1:14), a seminal text for linguists able to see the magnificent holographic power of words. Word, not literally as single sound, squawk, squiggle on a page, but word as expression, spirit, experiential light. Opticians talk of phoria, i.e. focused vision. Seeing human beings as metaphors, converting Promethean fire, disparate passions from dysphoria to euphoria, should make us very aware of metaphorization, how we use it, how others manage and manipulate us through their choice of metaphor. (W)holesome holistic approaches in Human, Life and Natural Sciences can potentially integrate our understanding, aligning work with self-worth and worship, everyday signs, science, consciences and consciousness. David Bohm's work inspires mathematicians, scientists, musicians, theologians and semioticians to collaborate across linguistic barriers.

Renewed respect for metaphoric power, prismatic word, leads to constant

scrutiny of all constructive and destructive energy; references to space and time, preferences of 'our' and 'we' are no longer taken-for-granted 'virgin assumptions'. As Basil Bernstein (1996:24) noted, 'Every time a discourse moves, there is space for ideology to play'. Deixis we daily, naturally, adopt in 'my school', 'my country', now/tomorrow, here/there, bring/take, … are appropriations sanctioned by convention, assumed proprietorial rights and deictic powers worth pondering. Deictic complementarity, deification, 'primordial, anterior and more fundamental than any other linguistic function' (Kirtchuk, 2008: 35) become open to analysis and review. Even the very profusion of 'water metaphors' which represent and nourish human 'streams of consciousness', if /when contemplated, can refresh respect and treatment of the 'environment' which geneticists interpret in 'terms and conditions' going back far further than most of us.

iv. Bakhtin's term for the different voices around us was 'heteroglossia', i.e. many tongues. This is not only true in life but, in any text, you can see whose voice or point of view is being presented, whose perspective is being expressed, whose interests are being neglected, ignored, or silenced. Heteroglossia also points to diverse genre and sub-genre, the many ways, multiple modes, or multimodality of being, having and doing across the globe, various languages, disciplines, cultures, geographies… Consideration of the many stake-holders, not merely shareholders in any project confirmed my global experience of voice and vocation.

Michael Halliday provided practical analytical tools that semioticians like Gunther Kress extended to colour, music, song, dance, gesture, ritual, and daily performance. So we had analytical tools for various modes and the media which are used to spread ideology, such as newspapers, radio, TV, film and sophisticated technology.

v. My fifth encouraging CR concept was Bhaskar's Transformational Model of Social Activity, faith in eudaimonia, good spirits in collective transformation. International non-governmental organisations had shown how training teachers helped convert personal transformative experience to professional transactions and political transformation. Theory spelt vital empowerment, shifting personal politeness to confident, efficacious policy critique. Academics teaching global citizens to play what Wittgenstein describes as 'language games', distinguish literary representational re-presentations from referential, reverential citation. Transparency International, Tax Justice Network, CGE, later even CGS demand financial transparency as spiritual power to make transparent causal effects. Today International Consortium of Investigative Journalists collaborations produce the Panama Papers, Pandora Papers, and FinCen files, exposing off-shore financial crime; the misuse of solitary confinement by United States immigration authorities; human rights abuses in China; failure of the medical device industry.

Empirical evidence involving questionnaires and scripted interviews with over 500 participant teachers, teacher-trainers, NGO administrators and academics, used Yrgo Engestrom's Cultural Historical Activity Theory (CHAT), an excellent framework I would recommend to researchers investigating transformative growth. The Routledge publication of 'The Critical Global Educator' (2016) reported eight recommendations based on this research. Transformed consciousness mystically integrates, 'absorption of the Divine in nature' (Buber, 1958: 145). 'He who truly goes out to meet the world goes out also to God' (ibid, 95), to 'realiz[e] the divine truth in the fullness of everyday life' (ibid, 195) where 'everything is waiting to be hallowed by you' (212).

**** How do critical realism and critical semiotics intersect?***

CGS confirmed my intuitions of conceptual congruence between CR emergence to human flourishing, and Peirce's (CP 8.314 and 8.315) semiosis of evolving final interpretants: CR's Aletheia and Semiotics' Tyche as reality unaffected by human thought; rationality as Peirce's pragmaticist reasonableness and Bhaskar's concrete universal; Peirce's pragmaticism and Bhaskar's interdependence of facts and values. Roy Bhaskar's Critical Realism relied on ancient Vedic, Taoist, Buddhist foundations for philosophic systemic ontology; Charles Sanders Peirce, generally seen as the father of Semiotics develops more recent Greek interest, expanding the critical focus on language to include all signs and symbolic interpretation. Ancient CR wisdom and SFS pragmaticism combine resources for political cohesion in critical discourse analysis.

While CR ontology may be presented as a differentiated, stratified, laminated pyramid, Peirce's three interactive Universes of Phenomenology, Science and Socio-linguistics, semiotically merge Icon, Index and Interpretant in complex maelstrom reality. While CR may portray reality in layers from physics, chemistry, biology, socio-politics and economics right up to the moral and ethical realms, and CDA may treat each in terms of genre and sub-genre, Semiotics might analyse these layers more finely in terms of semiotic domains (cyto-, bio-, zoo-, …) and sub-domains (proto-, necro-, and endo-).

Yet there are similarities too; both require trans-disciplinary collaboration in the search for Ab-solutions! We can trace a history of ideas in anthropologically rich CR and CGS approaches: The Sanskrit Khi, carried by Buddhist texts becomes the Greek Goddess Tyche (touch), Peirce's First universe, representing Chance, Spontaneity, Intuition. Taoist Taichi has the figure 8, lying on its side, representing human and cosmic interaction, as in Michelangelo painting on the Sistine Chapel, with God reaching down to touch Adam's outstretched finger. Worth noticing here is the female previously held in the Almighty's left arm, before the feminine principle was replaced by a patriarchal society.

What is important is that both CR and Systemic Functional Semiotics are looking at complex transitions, reality as transformational process, rather than static product. The tripartite consideration is Product via Process, but always questioning Purpose. This means both frameworks allow for development in positive, optimistic terms, with an important role for human understanding, agency and creativity. Both begin with the individual, CR's 'concrete singular', and Peirce's 'qualisign' and 'sinsigns'. CR processes rely on human 'positions and practices' while Semiotics studies this evolving process as synechism, contiguity, evolving immediate versus dynamic 'objects' and 'interpretants'. Both conjure human progress towards perfection, Bhaskar in terms of 'universal human flourishing', Semiotics in mediated movement to a Final Interpretant. While CDA provides conceptual and practical tools for analysis, semiotics offers Peirce's ten categories, capable of various combinations. Julian Algirdas Greimas' actant analysis, semiotic square, and modalised trajectory of signification help us track these emerging processes, as abstract nouns epitomise common, collective, proper, even pro-nouns, up and down Jacob's (metaphoric) Ladder. Concrete human universals 'texture' being to wanting and doing; virtuality/potentiality to actuality and reality; desire to competence and performance. Enonce/announcement/annunciations (Greimas, 1976) fabricate or transfigure immanent noumena to manifest phenomena.

**** What is the relevance of "critical semiotics" and "critical realism" in the age of digital media?***

Both critical realism and critical semiotics prepare citizens with practical tools to analyse multimodal discourse: the many 'languages' of Arts, Sciences, Humanities; national languages; heteroglossic 'tongues' of multitudinous arts and crafts. The wonderful potential of digital media is the accessibility of the best teachers, resources, ideas shared with ease; even poor, remote learners can enjoy world-standard libraries, art galleries, museums if equitable laws nuance copyright regulation. Critical digital skills, strategies, techniques, can be taught from kindergarten to university level. Habituated from an early age, critical lenses in every discipline shape discipleship, subjectivity, apprenticeship, the way we apprehend the world. Critical thinking forms Aristotelian hexis, Bourdieu habitus, colouring our worlds, influencing tastes, moods and modes of being, having and doing, in Semiotics' immediate and dynamic terms. As intermediaries, mindful of media and our own intermediary functioning, morality and religion are no longer insular subjects on a Friday afternoon, or Sunday morning, i-soulated from society and weekday pursuits. Art classes, music lessons, cookery clubs, science laboratories become enriched by cross-cultural curricula open to rational debate, discussion, evidence and justification. Open University's OpenLearn, and Professor Sugata Mitra's

School in the Cloud and Granny Cloud projects at Newcastle University, are good examples of fair digital access which aims to release critical creativity, Tyche spontaneity, chance, intuition, Peirce's 'musement'.

Oscillating between chaos and control, Freedom of Information and Data Protection, pure play lends itself to creative hypotheses, abduction later open to verification - 'the idea of putting together what we had never before dreamed of putting together (an idea) which flashes the new suggestion before our contemplation' (CP 5.181). Neuro-scientists refer to this 'default mental network' (DMN), as internal dialogue of ideas and images, activated by internally focused tasks such as autobiographical memory retrieval, envisioning the future, and conceiving the perspectives of others. The DMN operates using multiple interacting subsystems of the brain, importing, impacting, integrating converging nodes, connecting regions of brain cells normally 'too busy to communicate'. Synergy, synechism, chiasma beyond isolated logics or specific sciences, metaphysically grow reasonableness. Peirce's mystic 'musement' (CP 6.455, 1908) aesthetically mediates, harmoniously reconciles, sense and reason. Linking individual micro- with lofty macro-cosmos, musement connects Peirce's (1908) three universes of experience, brute actuality, and signs in unlikely ways, conducive with ideas of the 'reality of God'.

**** How do these two concepts intersect with communication and interaction?***

Understanding psyche (Greek for soul), individual and mass psychosis, as search for Herculean redeemer personality, psychotherapist Carl Gustav Jung used word association, talk remedy, today's cognitive behavioural therapy. Drawing on travels in India, Africa, correspondents in China, he explained human development, illusion, distortion, delusion, through memories, dreams and reflections. Anthropologically tracing the history of ideas, i-deal absorption, 'individuation', Jung discerned Eastern wisdom as collective unconscious heart of Western consciousness.

> Only this East is not a Tibetan monastery full of Mahatmas, but in a sense lies within us. It is from the depths of our own psychic life that new spiritual forms will arise; they will be expression of psychic forces which may help to subdue the boundless lust for prey of Aryan man (Jung, 1933: 221).

Defining 'faith' as self-to-Self realisation, trust in and loyalty to the God with/in, Jung relied on intertextual interdenominational dialectics. Uncertain whether to direct 'many well-educated patients' to the psychotherapist or clergyman, to heal 'the warring halves of the personality' (244), he concludes: 'The living spirit grows and even outgrows its earlier forms of expression; it freely chooses the men in whom it lives and who proclaim it. This living spirit is eternally renewed and pursues its goal in manifold and inconceivable ways

throughout the history of mankind. Measured against it, the names and forms which men have given it mean little enough; they are only the changing leaves and blossoms on the stem of the eternal tree'.

Socio-psychologist Erving Goffman (1969), a Canadian socio-psychologist working in casinos and asylums, with gamblers, schizophrenics and death-row prisoners, also understood mental suffering, crime, gambling, and suicide. Word as sacramental magma, universal semiotic material of inner life, means 'we repeat, when discourse is torn from reality, it is fatal for the word itself as well; words grow sickly, lose semantic depth and flexibility, the capacity to expand and renew their meanings in new living contexts' (Bakhtin, 1991: 353). Relating personal psychological self (identity/frames/face) to public sociological self (position/footings/status), Goffman's work confirms that con-fidence (literally, with faith) depends on self-esteem, inner coherence, steam with/in Bakhtin's stream of consciousness. Literal words as empty signs represent text devoid of context, prison rather than prism. A logocentric love of language liberates metaphoric word-power relating token to type, source to target, material to ethereal, mother's care to father's 'busyness'. Ability to decipher metaphor gifts humanity with super-vision, vital physical and metaphysical integrity.

**** We have been facing a global pandemic for the last one and half years. This has been a hard period for everyone, yet it is a phase of transformation for the field of education. As an academic on educational studies, how do you evaluate education during the pandemic?***

Human intelligence can convert any curse into karmic cause for advancement. Pandemic dynamics have drastically altered several domains from education, tourism and healthcare, to industry, trade and politics-testing communication and digital skills, modes and media we've taken for granted. Even the simplest technologies, tools, 'texts' of everyday exchange - door handles, pens and bank cheques, trolley hand rails have been raised to conscious con-textual concern! Bacteria, most primitive life forms, witless virus, threaten the wit of humankind. Enforced telemedicine, online optical, physio and dental care, distance education oblige handicapped Luddites like me, to channel aspiration. Unfamiliar silences allow separation of urgent from important matters; soul-searching i-solation can mean time to contemplate I-deals, to un-cover spiritual values, even perhaps to discover fresh 'con-spiracy'. Some academics, helped by Open University expertise, have devised hybrid methods; in my case, unable to enjoy an office in London, direct access to library resources, stimulating conferring and conference, the IoE use of *Microsoft Teams*, *Zoom*'s Chat facility, and researching 'Myth, Metaphor, Magi(c)' praxis help raise me, mess, message to messiahship!

In 1867, theoretical physicist James Clerk Maxwell, described a thought experiment, later referred to by Lord Kellner as 'Maxwell's Demon'. This thermodynamic model 'demon'strated g(o)od and (d)evil, CR's dialectical materialism, Taoist yin/yang. Contradictions will always be with us, but for those scientific conSciences that understand physics, electro-magnetic energy, changing forms, neural oscillations, empathic vibrations, community, trusting communication, comm-union 'as one', can overcome emerging, persisting dissonance.

'Universe-cities', living laboratories, re-presenting and challenging universal values, expose the disastrously flawed logic of severing citizens' 'literacy' and 'media studies' from active/action research (Weber and Duderstadt, 2012). Freedom to contradict and contest policy, to speak one's 'truths' on climate change, bio-diversity, human, animal and environmental rights, demand evolutionary beta-gamma scientific consilience (Wilson, 1998).

As academics, we must be sure that results we deliver, PhDs we confer, research 'subjects' funded, genomic data selected, Artificial Intelligence algorithms promoted generate genius and genre which address global issues rather than narrow national interests, short-term gains, selfish genes. Understanding the social construction of curriculum, the academic jousting for status, resources, funding, means the pandemic offers academics a chance to collaboratively reset transdisciplinary balance, nesting Jungian anima, animations, humanitarian Politics and natural Sciences with/in universally sound policy (Teilhard de Chardin, 1965).

**** I feel fortunate and delighted to be part of your book Critical Global Semiotics: Understanding Sustainable Transformational Citizenship (CGS.) Would you tell us about this international and interdisciplinary book project?***

Applied linguists treat each discourse field as language in action, social practice, everyday performance merging implicit faiths with explicit beliefs. Put simply, Semiotics is the science of signs, how meaning develops, the gradual formation of symbols. It adopts Wittgenstein's view of human endeavour as so many domains, each with its own semantics/vocabulary (paradigms, material and human resources, component structures) arranged in a syntax/grammar (syntagms, procedures, routines). CGS demonstrates transformational logogenesis, crucial driver of logocentric anthropology. Aristotle's phronesis, the application of universal principle to particular, Bourdieu's practical wisdom, even Peirce's synechism, stripped of disconcerting terminology, can be made accessible to citizens at an early age through everyday synecdoche, meronymy, and metonymy.

In 'Critical Global Semiotics: understanding sustainable transformational citizenship' (CGS), 24 authors from 13 countries applied two frameworks I'd elaborated in 'The Critical Global Educator' to 16 disciplines. Drawing on Anthropology, Architecture, Cultural Studies, Feminism, Film, Health, Law, Linguistics, Anthropology, Management, Media, Performing Arts, Pharmaceuticals, Politics, Sociology, Sustainability Education, and Urban Development, the 16 chapters reflected perspectives on/from Australia, Brazil, China, France, India, Iraq, Italy, Mexico, Rwanda, South Africa, Turkey, the UK, and the USA. Analysts used Michael Halliday's Systemic Functional Linguistics, practical frameworks extended to Multimodality, a branch of semiotics developed by Gunther Kress and others.

Dr. Atalay, Assistant Professor of Sociology and Sociology of Communication at Üsküdar University Faculty of Communication, one of the authors in Critical Global Semiotics, wrote on commercially-generated myths in 'New-age child labour in Turkey: child influencers on YouTube'. As Robert Yelle (2016) explains:

> Semiotics does not presume any absolute qualitative difference between religious and other phenomena. (...) Semiotics is as much the study of culturally effective illusions as the key to a universal science of communication. Or perhaps it must be both at the same time . . . semiotics has the potential to serve as a useful rubric for describing the differences (as well as similarities) between cultures, and to contribute to our understanding of the historical transformations grouped together under the label of 'secularization'.

Reliant on cultural memory, artefacts nestle texts into con-text, consciously or unconsciously, intuitively valued before critically evaluated. Nietzsche's 'God is Dead', like Barthes' 'Death of the Author', simply reiterate readers' independent interpretation. Connotation based on word associations within coded iconic messages, intentionally or unintentionally convey covert concepts (Barthes, 1964). Infectious social media, powerful imaginations, magically de-sign word and image, verbal weight and visual charge spark good/evil impulsive transformation. Accepting that plurality in society admits space for deliberative democracy (Habermas, 1984), Dr. Atalay identified legal lacuna: inadequate laws controlling the use of children in advertising, the cancer of consumerism, and environmental damage. Poor media literacy, absent fact-checking skills, ensure this dangerous synthetic veneer of neutrality, freedom, even joyful exuberance, escapes scrupulous scrutiny of media, mediators and intermediaries.

As global conflicts escalate, cognitive-, neuro-, psycho-, and sociolinguistics reveal pre-conceptual limbic emotion which governs myth, metaphor, schematic assumptions, linguistic presuppositions. Another author in CGS, Dr. Victoria Lindsay, writing from the British Council in Iraq, also dealt with global issues originating in the Middle East. Using computer technology for corpus

analysis of Iraqi discourse on 'countering' and 'preventing' violent extremism, she noted a generative absence of discussions which directly register 'education within the context of a key radicalisation driver' and 'a curious lack of focus on another frequently cited driver – unemployment'. '[H]ostile malevolent' portrayals have implications for 'both the Iraqi and international community'. (W)holistic, nondual 'at-one-ment' crosses divide as individuals re-cognise urgent global concerns. Lindsay's logocentric focus noted 'the development of an elitist lexicon of countering violent extremism phrases which has been developed, but not widely shared, by those working in policy and programming', as Bakhtinian addressivity, artful inclusive or exclusive tailoring of content which aligns or alienates.

CGS has many fascinating chapters from dance and music to global education, urban development, Big-pharma, and political-economy. A wide variety of analytical frameworks are demonstrated and an open-access free online website supplements the book.

**** What topics will your latest project "Myth, Metaphor and Magi(c): Consciousness, conSciences, spirituality" discuss?***

Tower of Babel limitations steer multiple intelligences to choose from the philosopher's 'love', the engineer's 'power', the scientist's 'energy', the sociologist's 'beliefs', the artist's 'beauty', the poet's 'truth', the religious' 'faith'. 'The scriptures are a form of *mythos* which have been misread for centuries as works of *logos* or history' (Tacey, 2015). Former Catholic priest Crossan states:

> My point is not that those ancient people told literal stories and we are now smart enough to take them symbolically, but that they told them symbolically and we are now dumb enough to take them literally. They knew what they were doing; we don't (Crossan and Watts, 1996: 79).

Understanding metaphors -ontological, structural, or orientational import- can help us navigate uncharted waters of consciousness. String theory, force fields, bull and bear markets affirm imagery, imagination, metaphor a-'cross' disciplinary borders. Yet today there are those manipulated to take literally 2,000-year-old messages, modified across languages, times, climes. Citizens 'catching the bus', 'taking the last train home', en-theos-iastically exclaiming 'I see what you mean', sincerely desirous of 'turning to God', should not be left to 'figure' out this metaphoric ubiquity.

Explaining the essentially metaphoric nature of thought, language, and development, cognitive linguists Lakoff and Johnson (1980: 196-197) link surface frames to deeper conceptual root metaphors, demonstrating that "most of the conceptual structure of a natural language is metaphorical",

around 90% in some datasets. Like sacred Greek amphora, metaphors store and secrete precious defining aphorisms, proverbs, idioms, wise sayings, stories, jokes, secrets that linger in hearts and minds. Activating imagination, cascading myth, memory and emotion, sensory and motor nerves, neuronal assemblies, drive future perception for better or worse. Kant (1781: 182) explains "the *schematism* of pure understanding. (…) The schema is in itself always a product of pure imagination". Experience, concepts, mind, Kant's 'blind but indispensable function of the soul', 'always stan[d] in immediate relation to the schema of imagination, as a rule for the determination of our intuition, in accordance with some specific universal concept'.

Jung's (1933) anthropological studies show that just as the human body relates to earlier life species, 'so the human psyche is likewise a product of evolution, which when followed up to its origins shows countless archaic traits'. Human imagination spells apophatic spiritual communication beyond word and image. While talk therapy articulates dreams and nightmares, Jung's concept of a 'collective unconscious' merges memories, myth, and metaphor. Studying modern man's Genesis-to-genetics search for a soul, Jung asserted it was no longer possible, necessary, nor beneficial, to read the Bible literally.

> As the highest value and supreme dominant in the psychic hierarchy, the God-image is immediately related to, or identical with, the self, and everything that happens to the God-image has an effect on the latter. Any uncertainty about the God-image causes a profound uneasiness in the self, for which reason the question is generally ignored because of its painfulness. But that does not mean that it remains unasked in the unconscious. … Stagnation in these matters is threatened in the long run with a lethal end (Jung, 2014: 109).

Metaphysical, metaphorical processes - conception, transfiguration, resurrection - transpire in the imagination, sound magnetic potential, resonant image of God (Genesis 1:26). Peirce's three universes also begin with individual phenomena, qualia sensations altering perception and prompting conception, moving individual oscillations to collective vibrations, consolidating spiritual forms (Abraham, 2021).

Open to dialectic discernment, discussion, discrimination, "second edge of consciousness" (Williams, 1983), critical realists consider fundamentalist literal second comings - dreamlike, dramatic or traumatic – frustrating obfuscation. Ancient hermits, today's Hermes, messengers of G(o)od critical faculties must collectively interpret symbolic magma, textualization. Con-textual hermeneutics differs from immediate exegesis, the former taking account of technological developments which consequently alter/altar meaning, connotation and implication (Barthes, 1972).

Academics who neglect trans-disciplinarity fracture incense/inner sense; meanwhile, neuro-immunologists (Nutma et al, 2019) seek the holy grail of consciousness, 'miracle' cross-border phenomenological/psychological

brain-wave/Way from 'hellth' to h(e)aven, healing, health. Neuro-scientist Susan Greenfield (2017: 2) questions what would satisfy: "So what would actually prove to you that some scientist, or philosopher, or even sci-fi novelist, had come up with the definitive insight into the subjective experience we call consciousness?". Global citizenship entails synechistic life-long learning, metaphoric milk-churn, mandala. (W)holistic psychology (Jung, 1965), grounded in CR's concept of the stratified embodied self, used memories, dreams, reflection and active imagination to recover Self, self-conscious participation in Soul, S-pirit o-f U-nconditional L-oving. Discovering metaphoricity, expanding spirit, citizens achieve equilibria, wisdom with/in environmental constraints, magi(c). No longer mere cognitive abstraction, metaphorization as process articulates socially embedded, embodied dynamics, ecologically enacted and extended.

Acknowledging the power of myth, this project will I hope dispel divisive, harmful myth, and raise awareness of our own capacity as spry metaphoric sprites to transform Jesuit palaeontologist Teilhard de Chardin's (1955) Christic to what I term Krishtic consciousness. Incorporating spirituality with/in scientific search, these authors may light and enlighten paths, from rites to righteousness, sanity to sainthood. The magi are symbols in the Christmas myth, wise astronomers in a story about stability, status quo, and the way simple and powerful humanity respond to the novel. Representative voices of various denominations will explore con-sciences today: neuro, natural-, human-, socio-political, panpsychic, panentheistic… mystic physicist David Bohm's 'wholistic' model of reality, totality of matter and consciousness. Cosmological metaphysics, Vedic Rta, Greek Arete, Promethean fire, excellence approaching the Ancient of days, Hebrew Eloh, Islam's Allah, One whose name must not be taken in vain demands epistemic humility, awe, and wonder. Anticipating Quantum Consciousness, subtle 'holomovement', implicit/explicit reverberations, 'active transformations' enfolding / unfolding wholeness, Bohm (1980: 198) explains, "The question of whether you want to call it God depends on what you mean by the word" (2013).

References

Abraham, R. (2021). *Vibrations and forms*. New York: Epigraph Publishing Service.

Archer, M., Bhaskar, R., Collier, A., Lawson, T. and Norrie, A. (eds.) (1998). *Critical realism: Essential readings*. London: Routledge.

Bakhtin, M. M. (1991). *Dialogic imagination: Four essays by M. M. Bakhtin* (C. Emerson and M. Holquist, trans.). Austin, TX: University of Texas Press.

Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, trans.). New York: The Noonday Press.

Bernstein, B. (1996). *Pedagogy, symbolic control and identity*. London: Taylor &

Francis.

Bhaskar, R. (2000). *From east to west: Odyssey of a soul*. London: Routledge.

Bohm, D. (1980). *Wholeness and the implicate order*. London: Routledge and Kegan Paul. http://www.gci.org.uk/Documents/DavidBohm-WholenessAndTheImplicateOrder.pdf. 6 September 2021.

---------- (2013). "Art Meets Science and Spirituality in a Changing Economy-From Fragmentation to Wholeness". Amsterdam 1990. https://www.youtube.com/watch?v=mDKB7GcHNac. Transcript: https://creativesystemsthinking.wordpress.com/2014/10/01/wholeness-a-coherent-approach-to-reality-david-bohm/. 6 September 2021.

Buber, M. (1958). *I and Thou* (R. Gregor-Smith, trans). Edinburgh: Clark.

Crossan, J. D. and R. G. Watts (1996). *Who is Jesus: Answers to your questions about the historical Jesus.* Louisville Kentucky: Westminster John Knox Press.

Engestrom, Y. (1987). *Learning by Expanding: An activity-theoretical approach to developmental research*. http://lchc.ucsd.edu/mca/Paper/Engestrom/expanding/ch1. htm.25 February 2015.

Ezekiel 20:7, *Holy Bible: King James Version*.

Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The critical study of language* (2nd edn). Harlow, UK: Pearson.

Goffman, E. (1969). *The presentation of self in everyday life*. London: Penguin

Greenfield, S. (2017). *A day in the life of the brain*. Penguin Books Ltd. Kindle Edition.

Greimas, A. J. (1976). *On meaning: Selected writings in semiotic theory* (P. J. Perron and F. H. Collins). F. H. Minneapolis: University of Minnesota.

Habermas, J. (1984). The theory of communicative action. *Volume I: Reason and the rationalization of society and volume II: Lifeworld and system: A critique of functionalist reason*. Boston, MA: Beacon Press (originally published 1981).

Halliday, M. (1985). *An introduction to functional grammar*. London and Baltimore: E. Arnold.

Jaffe, A. (1979). *C. G. Jung: Word and image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

John 1:14; *Holy Bible: King James Version*.

Jung, C. G. (1933). *Modern man in search of a Soul*. Abingdon, UK: Routledge.

---------- (1965). *Memories, dreams, reflections*. New York: Vintage.

---------- (2014). *Aion: Researches into the phenomenology of the self.* 2nd (R. F. C. Hull, ed. and trans.). London: Routledge.

Kirtchuk, P. (2008). 'LUIT: Language, a unifi ed and integrative theory'. https://hal.

archives-ouvertes.fr/hal-00545240v6/document. 17 June 2019.

Lakoff, G. and Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Nutma, E., Willison, H., Martino G. and Amor, S. (2019). Neuroimmunology - the past, present and future. *Clin Exp Immunol*, *197*(3), 278-293. doi: 10.1111/cei.13279. Epub 2019 Mar 11. PMID: 30768789; PMCID: PMC6693969.

Peirce, C. S. (1908). 'A neglected argument for the reality of god'. http://en.wikisource.org/wiki/A_Neglected_Argument_for_the_Reality_of_God. 15 May 2019. Originally published in 1908 in *Hibbert Journal*, *7*(1), 90-112, Internet Archive.

---------- (1931-1958) [1860–1913]. *Collected papers, vols. 1–8*. (C. Hartshorne, P. Weiss and A. W. Burks, eds.). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Shaxson, N. (2012). *Treasure islands: Tax havens and the men who stole the world*. London: Vintage.

Tacey, D. (2015). *Religion as metaphor: Beyond literal belief*. London: Transaction Publishers/Routledge.

Teilhard de Chardin, P. (1955). The Christic. *Global Net*. http://www.users.global-net.co.uk/~alfar2/Christic.htm.18 April 2021.

---------- (1965). *Hymn of the universe*. New York: Harper & Row.

Weber, L. E. and Duderstadt, J. J. (2012). *Global sustainability and the responsibilities of universities*. Paris: Economica.

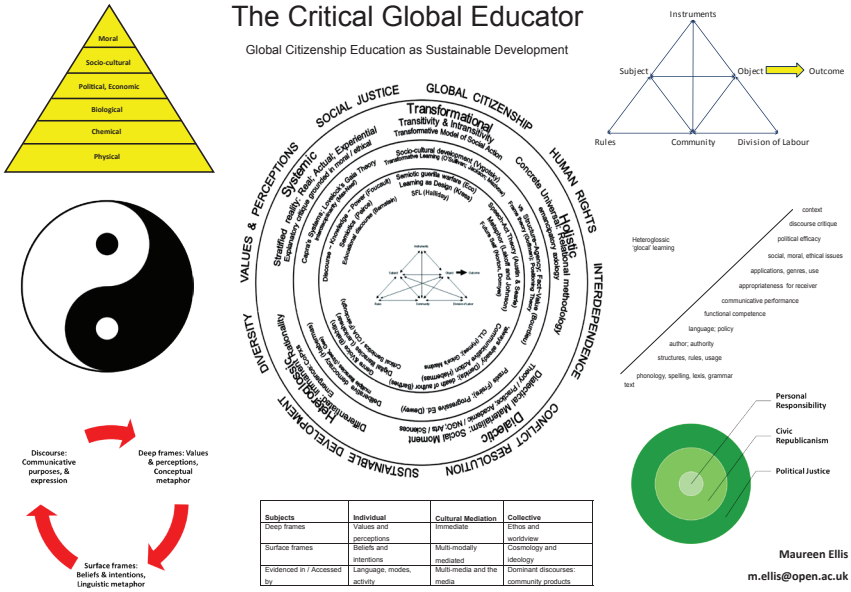
Williams, R. (1983). *Keywords: A vocabulary of culture and society* (2nd edn). London: Fontana (originally published 1976).

Wilson, E. O. (1998). *Consilience: The unity of knowledge*. New York: Alfred A. Knopf.

Wittgenstein, L. (1922/2010). *Tractatus logico-philosophicus logisch-philosophische Abhandlung*. London: Keegan Paul. (Side-by-side-by-side edn, Version 0.21, published 2010, containing original German, alongside both the Ogden–Ramsey, and Pears–McGuinness English translations).

Yelle, R. A., (2016). 'Semiotics', M. Stausberg and S. Engler (eds.) *The Oxford handbook of the study of religion*. www.oxfordhandbooks.com.libproxy.ucl.ac.uk/view/10.1093/oxfordhb/9780198729570.001.0001/oxfordhb-9780198729570-e-15.

Figure 1. The critical global educator



Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

"BİLİM İLETİŞİMİ" ÜZERİNE BİR İNCELEME

Şerife ÖZTÜRK*

Öztürk, Ş. (2021). "Bilim iletişimi" üzerine bir inceleme. *Etkileşim*, 8, 228-239.
doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.145

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study complies with research and publication ethics.

Bilim, güvenilir bilgi söz konusu olduğunda başvurulacak nihai bir referanstır, ortak yarara yöneliktir, siyasi ideolojilerin ve/veya ekonomik çıkarların ötesindedir. Modern toplumlarda, bilim dışında başvurulacak başka bir kurum yoktur (Weingart ve Guenther, 2016: 2). Bilim ve teknoloji alanlarında günümüz toplumlarındaki gelişmeler; ekonomiden politikaya, toplumsal ilişkilerden kültürel etkinliklere kadar insan yaşamının neredeyse bütün pratiklerini belirler durumdadır. Diğer taraftan modern bilim, geçmişe oranla genel halktan daha çok bağımsızlaşmıştır. Bu bağımsızlığın bir boyutu, araştırmacılar ve bilim insanları ile genel eğitimli halk arasındaki bilgi uçurumunun genişlemesinden kaynaklıdır. Diğer boyutu ise bilim insanlarının toplumdaki profesyonel rollerinin artan kurumsallaşması ve çeşitli hukuksal düzenlemelerle çerçevelenmesiyle ilişkilidir. Sıradan insanların dünyası ile bilim insanlarının dünyası arasında köprü görevi görecek ve bilimin halka veya kamuya ulaşmasını kolaylaştıracak kitaplar, gazeteler, eğitici filmler, radyo ve televizyon programları ile sunulması sorunu, yani bilimin popülerleşmesi, önemli bir konu olarak gelişmiş ülkelerin kamu politikalarının ve gelecek vizyonlarının çerçevesine dâhil olmuş; böylelikle de bilim ve medya dünyasının gündemine girmiştir (Dursun, 2010: 1).

Bilim iletişimi, iletişim alanında kavram olarak yeni olsa da çalışma sahası bakımından 19. yüzyıla kadar dayanmaktadır. Bilim iletişimi; politikacıların, araştırmacıların, akademisyenlerin ilgisini çeker, aynı zamanda da bireylerin bilimsel tartışmalara ve politikalarakatılmasını teşvik eder. Bilim iletişimi, son birkaç yıldaki kurumsal, sosyal ve teknolojik değişimlerle ve dijitalleşme ile tartışmalı hale gelmiştir (Geller, 2009: 514).

Dursun (2010: 2) bilim iletişimini değerlendirirken kapsamı oldukça geniş tutmakta; bilimsel ve teknolojik süreçleri, bu süreçlere ilişkin politikaları, bu

* Doktor, Bağımsız Araştırmacı,
serife.ozturk06@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-5035-7102

süreçleri gerçekleştiren bilim insanlarını ve diğer kurumsal yapıları sıradan insanlarla bağlantılandıran her türlü iletişim ve etkileşim süreci olarak ifade etmektedir. Bilim iletişimine ilişkin süreçler, çeşitli medya türleri ve okul eğitiminin yanı sıra seminerler, müzeler ve bilim merkezleri ile bilim kulüpleri, bilim yarışmaları, çeşitli bilim etkinlikleri ve bilim festivalleri yoluyla da geliştirilebilmektedir (Burns vd., 2003: 195).

Yukarıda özetle; bilim iletişiminin ne olduğu, aktörlerinin neler/kimler olduğu, neleri kapsadığı ile ilgili bahsedilenler *Bilim İletişimi* kitabı için kısa bir giriş ve ardyöre bilgisidir. İletişim alanında lisans ve lisansüstü öğrencileri, araştırmacılar ve akademisyenler hatta gazeteciler özellikle bilim haberciliği yapanlar için önemli bir kaynak olan *Bilim İletişimi*, Çiler Dursun ve Onur Dursun'un editörlüğünde Siyasal Kitabevi'nden çıkmıştır. Editörlerin de içinde bulunduğu 12 araştırmacı/akademisyen bilim iletişimi konusunu farklı boyutlarıyla ele alarak bu kitapla alandaki literatür eksikliği yanında bu işin mutfağında yer alanlar için de önemli birkaynak olmayı amaçlamışlardır.

Editörlerden Çiler Dursun, Ankara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü öğretim üyelerinden olup iletişim alanında çalışmaları ve çeşitli projelerde imzası bulunmaktadır. İletişim felsefesi, tekno-kültürel paradigmalar, toplumsal cinsiyet, ideoloji ve söylem kuramlarıüzerine çalışmaları bulunan Dursun, bilim iletişimi konusunda da Türkiye'de çalışan az sayıdaakademisyen/araştırmacıdan biridir. Onur Dursun ise Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü öğretim üyesidir. Kamusal alan, medya ve iletişim sosyolojisi, köşe yazarlığı gibi konularda çalışmalar yapan Dursun'un, Çiler Dursun gibi, bilim iletişimi alanındada araştırmaları bulunmaktadır.

"Bilim iletişiminden ne anlaşılmalıdır? Bilim iletişiminde alandaki uygulama nasıldır? Bilim iletişiminde akademideki uygulama nasıldır? Bilim iletişiminin unsurları, etik sorunları nelerdir? Bilim iletişiminde hangi kaynağa ne derecede güvenilebilirdir? Bilim iletişiminin pür bilgiyi aktarmada önünde engel var mıdır? Bilim özgür müdür yoksa politika ve sermaye sarmalında sıkışmış mıdır? Medyada bilim nasıl sunulmaktadır?" ve benzeri sorular kitaba başlarken akla gelen en temel sorulardır.

Kitabın "Sunuş" bölümünde editörler, bilimin ve bilimsel bilginin ne olduğuna ve rolüne ilişkin bilgi verirken bilimin mikro anlamda insan hayatında, makro olarak toplumsal yaşamdaki yerine de değinmektedir. Bilimi bilgi kurucu faaliyet olarak nitelendiren Dursun ve Dursun, bu faaliyeti yaşam ve dünya kurucu, insanı oluşturan bilgi türü olarak açıklamaktadır.Dursun ve Dursun aynı zamanda bilim iletişiminin temeli olan bilgiye ve bilginin önemine atıftabulunmaktadırlar. "Bilimin ve bilginin insan için" olduğundan yola çıkan editörler, ilerleyen satırlarda bilimin 20. yüzyıldan itibaren "iyiye yönelik olmadığı"nı, ortaya koyarken eleştirel bir tavır sergilemektedirler. Dursun ve Dursun, bu tavırlarıyla bilimin iki yüzünü de göstermektedir. Bilimin bu iki yüzünden biri yıkıcı, diğeri ise kurtarıcıdır. Bu bağlamda editörler, bilimin görünen ve görünmeyen amaçlarının farkında olarak insanın yaşamını devamettirmesi noktasında birleşmektedirler. Bilim iletişimine ilişkin dönemlere de değinilen sunuşta,"halkın bi-

limi anlamasına yönelik tek yönlü iletişim döneminden halkın bilimsel süreçlere katılmasına dönük çift yönlü, diyaloğa ve katılıma dayalı bir yaklaşıma yerini bıraktığı" ifade edilmektedir. Halkın katılımı son dönemde dijital ortamlarla gerçekleşen bir durumdur. Son olarak Dursun ve Dursun, bilim iletişiminin kapitalist sistemde sermaye-siyaset ikilemi içindebulunduğunu; ancak biat kültürüne tamamen teslim olmadığını da vurgulamaktadırlar.

Bilim iletişimi, alanların dönüşümü ve dijitalleşmeyle birlikte artık halkın katılımının kolaylaştığı, bilim insanları ve halkın birbirini dinlediği, bilim insanlarının fildişi kulelerinden çıktığı bir alan haline dönüşmesini (Trench, 2008), Dursun ve Dursun, toplumun bilimsel yenilik ve teknolojik buluşlara yakınlaşmasıyla bilime daha eleştirel, kuşkucu ve güvenilmez olarak bakmasına bağlamaktadır. Böylece halk ve bilim insanları bir konu üzerinde müzakere edebilmekte, özellikle çevrim içi platformlarda bir araya gelebilmektedirler.

Üç bölümden oluşan *Bilim İletişimi'*nin "Bilimin Toplumla İlişkisi ve Sorunları" başlıklı ilk bölümünde Adnan Gümüş, "Bilgi ve Paradigma" başlığı altında bilim iletişiminin temelini oluşturan bilim felsefesi ile kitaba giriş yapmaktadır. Konuların temelden ele alındığı bu bölümde, bilgi ile bilgi paradigması arasındaki farka dikkat çekilmektedir. Var olan bilgi ve paradigmanın aynı şey olmadığının altını çizen Gümüş, bu kavramların ayrımını yapmaktadır. Gümüş, bilginin özelliğine değinerek bilginin bilgi olmayandan farkını ortaya koyup bilimdeki temel savlar ve terimleri de bu başlık altında sunmaktadır. Bilimsel araştırmada araştırmacıların temel yöntemlerinden olan nitel ve nicel ayrımını anlatan Gümüş,kitaba bilim felsefesi kavramları ile temel oluşturmaktadır. Bilim iletişimi çalışan veya bizzat bu faaliyetin içinde bulunan araştırmacılar için bu temel kavramları bilmek aslında oldukça önemlidir. Bu konunun önemine binaen, böyle bir giriş bu konulu bir kitap için ilk adım olmuştur.

"Bilimsel Bilginin Toplumsal Siyasal Belirleyiciliği" başlığında Ömer Faik Anlı, son dönem tartışmalarda yer bulan 'post hakikat' (*post-truth*) kavramıyla bölümüne başlamakta, Gümüş gibi, bilim felsefesine bu başlık altında devam etmektedir. Bilim-bilim imgesi başlığını netleştirmeye çalışan Anlı, bilimi "insanların zihnindeki ve bunların sentezi olarak toplumsal algıdaki genel ve egemen kavranış biçimi" olarak tanımlamaktadır. Bilim ve bilim imgesi ayrımı yaparken bilim imgesinin belirleyici rolünün göz ardı edilmesinin olumsuz sonuçlar doğurabileceğinin altı çizen Anlı, post hakikatin kışkırtıcı bir sözcük olduğu vurgusunu da yapmaktadır. Anlı'nın bölüm yazısında en önemli husus, aslında evrensel bir düşünceyi ortaya koymaktadır: Dünya genelinde "bilim" ifadesinin sosyal bilimleri kapsamadığı, fizik, kimya, genetik, biyoloji, doğa bilimleri gibi alanları içine aldığı görüşünden hareketle Türkiye'de "ilim" ve "fen" ayrımı bu noktada sunulmaktadır. Anlı, ilim kelimesinin sosyal bilimler alanını, fen kelimesinin ise yukarıda bahsedilen alanları kapsadığını kaydetmektedir. Bu başlık altında, sosyal bilimler ve fen bilimleri ayrımının yapıldığı ve bundan duyulan rahatsızlık kaleme alınmış olup bu konuda sosyal bilimler alanındaki birçok bilim insanı da aynı kaygıları dile getirmektedir. Bilimin sosyal ve fen olarak ayrılması olağanken sosyal bilimin "bilim" olarak kabul edilmemesi,

bu alandaki araştırmacı ve bilim insanlarının toplumsal yaşama yaptıkları katkının göz ardı edilmesi demektir.

İlk bölümün üçüncü başlığı Çiğdem Yasemin Ünlü tarafından kaleme alınmıştır: *Şirketleşme ve Bilginin Metalaşmasının Akademi İçindeki İletişim ve Eyleme Biçimlerimize Yansımaları Üzerine*. Ünlü, bu yazısını sadece kendi içinde bulunduğu akademi dünyasını gözlemleyerek yazmasının yanında pek çok akademisyenin düşüncelerine de tercüman olmuştur. Neoliberalizmin, toplumsal her alana olduğu gibi, akademiye etkilerini tartıştığı yazısında Ünlü, üniversitelerin şirketleştiği, bilim ve bilimsel bilginin piyasalaştığı vurgusunu yapmaktadır. Kapitalist piyasa mantığının yavaş yavaş akademi içinde doğallaştırıldığını ve bilimi, bilimsel bilginin ve bilim insanlarının iktidarla olan bağlarının bu soruna neden olduğunu kaydeden Ünlü'ye göre, akademisyenlerin mesai saatleri içinde sadece üretmeye değil çoğunlukla idari işlere zaman ayırması ve sistemin bunu dayatması akademideki merak ve heyecan duyma duygularını köreltmekte, bu tür baskılarla akademideki üretim, sisteme ve neoliberal politikalara feda edilmektedir. Ünlü, atanma ve yükseltilme kriterleri içinde önemli bir aşama olan akademik dergilerde makale yayınlamayı "deadline boyunduruğu" olarak nitelemekte ve bunun akademisyenin kendini yetiştiremediği zaman yetersiz hissetmesine neden olduğunun altını çizmektedir. Bu yazıda, Ünlü'nün temas ettiği noktalar, çoğu akademisyenin içinde bulunduğu ortamı yakından görmesine neden olmaktadır. Bağımsız bir araştırmacı olarak akademideki durumu net olarak görmemi sağlayan bu yazı, bilim insanlarının sık sık hatırlaması gereken hususlara değinerek belki de akademi içinde bulunan biri olarak Ünlü'nün eleştirel tavrını da ortaya koymaktadır.

Birinci bölümün son yazısı, İlker Özdemir'e aittir. "Bilim Etiğinin Güncel Zemini" başlıklı yazısında Özdemir, etik hakkında genel bilgi vererek meslek ahlâkı ve meslek etiği kavramlarını tartışmaktadır. Teknolojinin her alandaki dönüşümde belirleyici rol üstlendiği iddialarına karşın Özdemir, etik konusunda bunu reddetmektedir. Etik açıdan belirleyicilikte teknolojinin değil irade ve niyetin olduğu savında bulunan Özdemir'e bu konuda katılmamak teknolojik determinist bir yaklaşım olur. Teknoloji, toplumsal alanların dönüşümlerini hızlandırmıştır; ancak etik konusunu bu durumun dışında bırakmak gerekir. Nasıl ki, bireylerinprensipleri varsa ve bu prensipleri uygulamak da bireyin iradesiyle mümkünken etik konuda dadurum aynıdır. Etik ile ahlâk arasındaki gerilimi de ele alan Özdemir, ahlâkın kaynağının "belli bir toplumun/kültürün değer yargıları ve geçerliliği göreli doğrular üzerine kurulu bir kavram olduğunu" ve "kültürel değerler üzerine kurulu yargılarla inşa edildiğini" vurgulamaktadır. Bilim alanındaki etik sorunlara da değinen Özdemir, bunları intihal, yazarlık hakkı sorunları, korsanlık, uydurmacılık, çoklu yayın, taraflı yayın gibi başlıklar altında sıralar. Akademideki durumu ele alan Özdemir, liyakatsiz kişilerin akademik göreve getirilmelerinden, parayla tez ve makale yazan şirketlerintürediğinden bahsederken sebeplerini eğitim eksikliği ve kariyer hırsına bağlamaktadır. "Bilimin rekabetçi koşulları"nı anlatan Özdemir, bunu içinde bulunulan küreselleşme sürecindeki rekabetçi şartlara bağlamaktadır. Özdemir'e göre

bu şartlar, akademideki etik dışı davranışları da artırmıştır. Bunun üstesinden gelmenin yolunu da sunan Özdemir, etik duruşun vazgeçilmezi olarak içtenlik ve dürüstlüğü rekabetçi şartların karşısına koymaktadır.Günümüzde akademik unvanların içinin boşaltıldığını ifade eden Özdemir, unvan ve makamlara değer katmak yerine gücünü unvan ve makamından alan bilim ve etik dışı yapılanmayı eleştirmektedir. Bilimin hakikati arama çabasının önündeki engeller olan bu baskılar, bilim insanlarını kibirli, menfaatçi, bilimi kendi tekelinde tutan insanlara dönüştürmektedir.

"Bilim İletişiminin Dinamikleri" başlıklı ikinci bölümün ilk yazısı *Yurttaş Bilimi-Katılımcı Bilim Açısından Tanımlar, Kavramlar, Konumlar* ile Ahmet Süerdem'e aittir. Yurttaş bilimi kavramını inceleyen Süerdem, bu kavramı toplum ve bilimin birleştiricisi olarak değerlendirmektedir. Yurttaş biliminin, geniş kitlelerin araştırmalara katılarak bilim okuryazarlıklarının artmasına, bazen de bilimle ilgili yönetişim süreçlerine demokratik katılım konularını kapsadığının altını çizen Süerdem yazısında, bilim okur yazarlığını ön plana alan eğitimsel tanımlarıyla katılımcı bilim bağlamında eleştirel perspektifi incelemeyi amaçlamıştır. Yurttaş bilimi veya halk tabanlı bilimin tamamen ya da kısmi olarak amatör ya da profesyonel olarak bilim insanı olmayan kişiler tarafından yürütülen araştırmalar olduğunu tekraren vurgulayan Süerdem, bilim okuryazarlığının sağlanmasının en iyi yolunun bu olduğu iddiasındadır. Süerdem, üreten tüketici (*prosumer*) kavramına vurgu yapmaktadır. Bu kavram,yeni medya uygulamalarında tüketici konumunda bulunan izleyici veya okuyucuların kendi üretimlerini yaparak aktif hale gelmesi gibi, bilimde de yurttaşların bu alanda okuryazar duruma gelmelerini ifade etmektedir. Süerdem, yurttaşların bilime katılması aracılığıyla "şirketlerin tüketicilerden topladığı bilgileri kullanarak kişiselleştirilmiş sağlık ürünleri geliştirip markalarına değer katarken ortak bir marka yurttaşlığı kimliğini de oluşturup tüketicilerin güvenini yönettikleri"ni kaydetmektedir. Teknokratik söylemlerin bilim ile toplum çıkarıarasında yapay bir ikilemin ortaya çıkmasına neden olduğunu belirten Süerdem, sorunun iddia edildiği gibi bilime siyaset karışmasının değil, ikisinin birbirine indirgenmesi olduğunu ortaya koymaktadır. Demokratik katılım açısından yurttaş biliminin önemine değinen Süerdem, uzman olmayan yurttaşların bilimsel bilginin üretimine katılmalarının iki zeminde ilerlediğini bunların birinin eğitim, diğerinin demokrasi olduğunun altını çizmektedir. Süerdem, yurttaş bilimi kavramıyla, iletişim alanındaki yurttaş haberci kavramına benzer, kavramı açıklamakta yurttaşların bilime katılım sağlamasının bilim okur yazarlığı konusunda demokratik toplumların gerekliliklerinden biri olduğunu yazısında sunmaktadır.

İkinci bölümün ikinci yazısında Serra Sezgin "Açık Bilim ve Açık Veri Dinamikleri"nde öncelikle bilimsel bir yolculuğa çıkarıyor bilim iletişimine ilgi duyanları. Bilimin geçmişten günümüze devamlı dönüşüme uğradığı, bu dönüşümlerle de farklı model ve yaklaşımlara dayandırıldığından bahisle bilimsel pratiği, bir sorunun yöntemli bir biçimde bilimsel düşünme yoluyla peşine düşmek şeklinde ifade ederken bilimsel araştırma ve yayın süreçlerini anlatır. Sezgin, üretilen çoğu bilimsel yayına ücretsiz erişim sağlanamadığına vurgu yapmakta ve bir kuruma bağlı araştırmacıların kurumları üzerinden

çalışmalara erişebildiğinin veya ücret ödeyerek indirebildiğinin; ancak bağımsız araştırmacılar için durumun sorun haline geldiğininaltını çizmektedir. Bölüm yazısında bilgiye erişimdeki eşitsizliği anlatan Sezgin, bu eşitsizliğin bilimsel üretim pratiğinin içini boşalttığını kaydetmektedir. Akademik yayın kriterleriyle ilgili bir eleştiri de yine Sezgin'in yazısında yer almaktadır. Akademik kriterleri yerine getirip fazla yayın yapma şartı, zaman kısıtı nedeniyle, araştırma makalelerinin sayısının azalmasına neden olmaktadır. Bu tür makalelerin azalması da alandaki kısır döngüye, yeni yayınların ortaya çıkmamasına neden olmaktadır. Açık bilimin dijitalleşme ile bilimin dönüşmesi olduğunu kaydeden Sezgin, açık bilimin en önemli özelliğinin kapsayıcı, şeffaf, erişilebilir, paylaşılabilir, yeniden kullanılabilir olması bağlamında bilimsel pratiğin açık olmasına vurgu yapmaktadır. Bilim insanlarının üretimine erişilemezse kapalı bir bilgi haline gelir ve toplumsal olamaz. Sezgin yazısında bu kaygısını dile getirmektedir. Bilim insanların bilimsel pratik üretme motivasyonunun yayınlarının erişilebilirliği olduğunu anlatan Sezgin, bilim dünyasındaki rekabetçi yapının yıkılabilmesi için bilim insanlarının ortak çalışma, dayanışma ve iş birliğine özendirilmesi gerekliliğini vurgular. Sezgin bilimsel araştırmalardaki onanmış rızalara ve araştırmacının etik sorumluluklarına da değinerek bilimsel üretim gerçekleştiren bilim insanları için hassas noktaların altını çizmektedir. Bilim iletişiminde son dönemin tartışılan konularından "açık veri" ve "açık bilim" kavramlarını yazısında ele alan Sezgin, bu kavramların etik boyutlarını, bilimdeki rolünü ve bilim insanlarının üretimlerinin açık veri olarak yayınlanmasının önemini ortaya koymaktadır.

İkinci bölümün son yazısına Onur Dursun, "Bilimin Krizinin Kamusal Temsilcisi Olarak Medya-Bilim, Medya ve Kamu: Hepsi Pozitif" başlığıyla insan-yapı ilişkisini ele alarak bilimsel üretimin ardyöresi olan bilimsel bilgi hakkında özet bilgiler vererek başlamaktadır. Kamusallaşan bilimsel bilginin niteliğine odaklanan Dursun, medyada temsil edilen ve sunulan bilimsel bilginin ne olduğunu ele almaktadır. Dursun da fen ve doğa bilimlerinin bilim tanımında ilk sıralarda yer aldığını ve bilimin sadece teknik olana indirgendiğini ifade etmektedir. Dursun bu sosyal bilimleri bilim içinde ikinci sırada ele alan görüşlere karşın insan ve toplum bilimlerinin de doğa bilimleri kadar temel bilim olduğunu ve kendilerine has uygulama alanları bulunduğu düşüncesini ortaya koymaktadır. Sosyal bilimlerve insan bilimlerinin uygulama alanı, çalışma sahası toplum ve insanın kendisidir. Bu alanlardayapılan çalışmalarda sonuçlar her zaman şaşırtıcı olarak karşımıza çıkar. Dursun, 20. yüzyılın ilk yarısında bilimin kültürel krize neden olduğunu bu kültürel krizin halen devam ettiğini çoğunlukla Husserl'in bilime ve bilimdeki krize ilişkin görüşlerini temel alarak ortaya koymaktadır. Avrupa'da bilim felsefeden uzaklaştıkça anti hümanist uygulamaların ortaya çıktığını kaydeden Dursun, bunu "kapitalizm ve beraberinde liberalizmin getirdiği ağır yaşam koşulları, teknolojinin hızlı gelişimi, aşırı üretim ve beraberinde tüketim baskısı, ülkelerin modernleşme çabaları ve bu bağlamda birbirleriyle girmiş oldukları savaşlar, bunların sonucunda milyonlarca insanın doğa bilimlerinin ürünü olan savaş teknolojilerinden dolayı ölmesi" ifadeleriyle görüşlerine temel oluşturan Husserl'in haklı olduğunu ortaya koymaktadır.Avrupa'da

başlayan bilimle ortaya çıkan kültürel krizin devam ettiğini sıklıkla vurgulayan Dursun, bunun artık sadece Avrupa ile sınırlı olmadığını, Türkiye de dahil olmak üzere, tüm dünyada yaşandığını ifade eder. Bu krizin çıktılarını kamusallaştırmasından ötürü medyanın dabu krizi temsil ettiğini belirten Dursun, bu krizde Avrupa Birliği'nin payı olduğunu vurgulamaktadır. Önceki bölüm yazılarının bazılarında da değinildiği ya da derinlemesine sunulduğu gibi, sosyal bilimlerin bilim kapsamının dışında tutulması halen devam eden bir sorundur Dursun'a göre. Dursun bu görüşünü Türkiye'deki isimlerinde "teknik", "teknoloji" kelimeleri geçen üniversite ve kurumları isimlerini sıralayarak ispatlamaya girişir. Bilimdeki krizin günümüzde temsilen devam ettiğini, bu temsili de medyanın gerçekleştirdiğinin altını çizen Dursun, medyanın olayları çerçevelemesi üzerinde durur. Gazetecilerin ister istemez haberlerini bağlı bulunduğu medyanın organizasyon yapısına ve bu yapının da bağlı olduğu siyasi ve iktisadi yapılara uygunlaştırarak sunduğunu belirten Dursun, medya-sermaye- siyasetin kalıplaşmış ilişkisini bir kez daha gözler önüne sermektedir. Dursun, medyanın bilim haberlerine yer vermesinin bazı sorunları da beraberinde getirdiğini, bu sorunların medyanın genel sorunları içinde değil; kendine has sorunlar olduğunun altını çizmektedir. Dursun, medyanın haberleriyle bilimin kamusal imajına katkı sağlarken aynı zamanda finansmanını dayönlendirdiğini vurgulamaktadır. Bilimin büyük çoğunlukla medya üzerinden kamusallaştığınıve medyanın sosyal bilimler alanına çok az yer ayırdığını aktaran Dursun, tüm bilimlerin medyada eşit temsil edilmediğinin altını çizerek yazısını sonlandırmaktadır. Medya dışında yada bilimde kriz olarak nitelendirilen durum dışında halkın bakış açısında da sosyal bilimler, bilim olarak nitelendirilmemektedir. Bilim dalları arasında da bu bağlamda bir eşitsizlik söz konusudur. Bilimdeki bu eşitsizliği medya, temsiliyle pekiştirmektedir.

Bilim İletişimi'nin üçüncü ve son bölümü "Bilimin Yayılımı ve Medya" başlığını taşıyor. Beş yazıdan oluşan bu bölümün ilk yazısı Seçil Utma'ya aittir. *Bilim Gazeteciliğinin Tanımı ve Tarihsel Gelişimi* başlıklı yazısında Utma, bilim gazeteciliği kavramını incelemiştir. Yazısına bilim iletişim tanımıyla başlayan Utma, ilerleyen satırlarda bilim ve teknolojinin son dönemde büyük bir hızla ilerlemesine rağmen bilimle doğrudan ilgilenmeyen, genel eğitim almış topluluğun bilimden, hem de imkânların genişliğine rağmen, giderek uzaklaştığı serzenişinde bulunmaktadır. Utma, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin halk kitlelerine ulaşmasının basın yoluyla gerçekleştiğini belirterek bilim gazeteciliğinin işlevinin bilimsel olay ve haberlerin çarpıtılmadan doğru şekilde aktarılması olduğunu ve bilim haberlerinin halka aktarılmasındaki en önemli işlevlerden birinin de halkın eleştirel bakabilme yetisinin gelişmesine katkı sağlamak olduğunu ifade etmektedir. Gazeteciler ve bilim insanları arasındaki benzerlik ve farklılığı ortaya koyan Utma gazeteciler ve bilim insanları arasındaki en önemli benzerliğin, her iki mesleğin de amacının gerçeğe ulaşmak ve gerçeği yaymak olduğunu kaydederken farkın da bu amaç için kullandıkları yöntemler olduğunu aktarmaktadır. Utma, bilim dünyası ile gazetecilerin birbirinden kopuk olduğundan dert yanmakta ve bunu ispatlayan çalışmalar olduğunu vurgulamaktadır. Bilim gazeteciliğinin Türkiye'de Avrupa'dan farklı olarak

hak ettiği yeri alamamasından yakınan Utma, medyanın gücünün farkında olan ülkelerin bilim gazeteciliğine önemli kaynaklar aktardığını, üniversite ve araştırma şirketlerinin bu konuda halkla ilişkiler uzmanı bile istihdam ettiğinin altını çizerek verilen öneme vurgu yapmaktadır. Bilim haberlerini içeriksel anlamda detaylı olmamakla birlikte inceleyen Utma, mucize tedavi yöntemleri, sağlık ve güzellik ürünleri, teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin medyada sıklıkla yer aldığının altını çizmektedir. Bu içerikler elbette ki dönemsel olarak değişkenlik göstermektedir. Covid 19 pandemisi yaşadığımız bugünlerde bu pandemiye ilişkin haberler, aşı çalışmaları, vaka sayıları gibi özellikle sağlıkla ilgili haber içerikleri sık okunanlar arasındadır. Bu durum bilim haberlerinin magazinleşmesi ve popülerleşmesi boyutunu bizlere sunmaktadır. Bilim ve teknolojinin haberleştirilme tarzındaki en önemli sorunlardan birinin bilim habercilerinin bu alandaki kavramlara ve jargona hâkim olmamasıdır. Kaynak konusunda kurum veya araştırma merkezlerinden gelen bilgilere bel bağlayan gazetecilerin kaynak araştırmaları konusundaki eksikliğini de dile getiren Utma, spekülatif başlık atmanın, kopyala-yapıştır yönteminin, bilim gazeteciliğinin temel sorunu olduğunu aktarmaktadır. Utma yazısının son kısmında basın kuruluşlarının bilim ve teknoloji haberlerini hazırlarken daha özenli ve bilinçli olmaları yolunda önerilerini de sıralamaktadır. Bilim haberciliğinin ülkemizde ilgi görmediğini de sık sık dile getiren Utma, bu durumun kamuoyunda yaratacağı sorunlar konusunda da endişelidir.

Üçüncü bölümün ikinci yazısı "Bilim Medyasının Dünyada ve Türkiye'de Görünümü" başlıklı olup Meltem Şahin tarafından kaleme alınmıştır. Türkiye'de ve dünyadaki bilim yayınlarını ele aldığı yazısında Şahin bu yayınları detaylı olarak inceleyip kronolojik sıralamaya tabi tutmuştur. Şahin çalışmasında, bilimi kendine ana konu edinen, bilimi popülerleştirme çabasında olan bilim dergileri, bilim gazeteleri, bilim televizyon kanalları, programları ve radyolarından örneklerle bilim medyasının tarihsel görünümünü aktarmayı amaçlamıştır. Dünyadan bilim medyasının görünümünü bilim dergilerini inceleyecek ele almaya başlayan Şahin, bilim konularının ve haberlerinin nasıl çerçevelendiği, hangi temsillerle sunulduğu ve bunların kimin kontrol ettiğinin önemli olduğunun altını çizmektedir. Çok fazla çalışma konusu yapılmayan radyoları da bilimsel yayın açısından ele alan Şahin, 1920'lerde başlayan radyo yayınlarında atom fiziği, biyoloji, kimya, kozmik ışınlar konularının sıradan, bilimle uğraşmayan insanlara aktarıldığını ancak radyonun zaman içinde ticarileşmesinin bilim yayınlarına olan ilgiyi azalttığını ifade etmektedir. Kitle iletişim araçları içinde hala popülaritesini devam ettiren televizyonun bilim yayınlarına yer vermesini de ele alan Şahin, televizyonun bilimin geniş kitlelere ulaşmasını sağladığını ve daha kontrol edilebilir bir alan haline getirdiğini vurgulamaktadır. Halen Türkiye'de kurulmuş tematik bir bilim televizyonu kanalı bulunmadığını kaydeden Şahin, Türkiye'de yayın yapan bilim temalı kanalların hepsinin ücretli dijital ve yabancı kaynaklı olduğunu belirtmektedir. Şahin, dijital platformlardaki 'podcast'lerin, YouTube ve internet sitelerindeki yayınların sivil toplum girişimi şeklinde olduğunu kaydederek ancak bunların henüz alternatif oluşturduğunu söylemenin mümkün olmadığını dile getirmektedir. Şahin yazısının son kısmın-

da Türkiye'de bilim yayıncılığı tarihinin çok uzun olmamasına rağmen uzun süreli yayın hayatı olan yayınların azlığına dikkat çekmektedir. Bu azlığın nedenini siyasal ortama bağlayan Şahin, Türkiye'de bilimin geniş toplumsal kesimlere bilimin anlatılması ihtiyacı olduğunu bu ihtiyacın ancak bilimsel topluluğun da bilim iletişimine katkıda bulunmaya ve yayıncılar ile iş birliği içinde olmasının önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Türkiye'de Bilim Teknoloji ve Yenilik Haberlerinin Yapısal Eğilimleri başlıklı yazısıyla Çiler Dursun, bilim haberciliğinin kapitalizmin gelişmesi ile paralel olarak popüler hale geldiğini ifade ederek, bilim haberciliğini tüm boyutlarıyla ele almıştır. Bilim haberciliği konusunda okuyucunun aklındaki soru işaretlerini giderdiği yazısında Dursun, bilim haberciliğinin esasen endüstriyel Batı ülkeleri kaynaklı olduğunu vurgular. Bilimsel gelişmelerin halka sunulmasını ekonomi politik bağlamda değerlendiren Dursun'a göre, sermaye ve siyaset ilişkisi içindeki bilim haberciliğinin yapısal sorunlarına değinmektedir. 18. yüzyılda popülerleşen bilimin öncelikle yüksek tabakadan insanların ilgisini çektiğini ve böylece bir tür moda haline geldiğini belirten Dursun, 19. yüzyıldan itibaren bilim insanlarının kendi çalışma ortamlarından daha kamusal olan laboratuvarlara geçiş yaptığını ve bu zamanda ilk bilim topluluklarının kurulmaya başladığını hatırlatmaktadır. Bu yüzyıl aynı zamanda kapitalist üretimin hız kazanmaya başladığı yıllardır. Dursun da Utma gibi, bilim insanı ve gazeteciler arasındaki benzerlik ve farklılıkları anlatmaktadır. Dursun'a göre bilim insanları hem iş birliği hem de rekabet içindedirler. Bilim insanı ile gazetecinin hakikati bulma çabası içinde olduğunu; ancak bu çabalarında farklı yöntemleri kullandıklarını, ayrıca zamanı kullanmaları açısından da birbirlerinden farklı olduklarını belirten Dursun, bu farklılığın çoğu zaman her ikisi arasında çatışmaya neden olduğunu kaydetmektedir. Bilime eleştirel yaklaşan Dursun, yazısında sıklıkla bilimin sermaye ve siyaset ilişkisi içindeki yerini ortaya koymaktadır. Bilim kuruluşlarının halkın bilim konusundaki anlayışını geliştirmek istemelerinin ardından şirketlerin, bilim kuruluşlarının hükümetlerin arasındaki iş bağlantılarının da önemli olduğuna dikkat çeken Dursun, şirketlerle bağlantılı çalışan bilim insanlarının hükümetlerin oluşturduğu çeşitli kurullarda görev aldığını, medyada görünme ve yenilikleri topluma sunma konusundaki isteklerinin bağlantılı oldukları firmaların çıkarlarını gözetiyor olmalarıyla birlikte ele alınması ve düşünülmesi gerekliliğinin altını çizmektedir. Bilim haberciliğini anlatırken gazetecilik anlayışlarını da kısaca aktaran Dursun, bu bağlamda özellikle haberciliğe ilgi duyan ve bu alanda eğitim alan öğrencilere kuramsal temel de sağlamaktadır. Dursun medyanın bilim iletişiminde yarattığı sorunları sıklıkla dile getirmektedir. Bunlardan birincisi, bilim insanının çalışma tarzı ile gazetecinin çalışma tarzı ve bilgi üretimi arasındaki hıza dayalı önemli farklar, diğeri ise dünya bilgisi olarak haber ile bilimsel bilginin çekişmesidir. Dursun, kitle medyası tarafından yapılan bilim haberlerine getirilen eleştirileri aktarırken ilk sıraya magazinleşme ve sansasyonel içeriği koymaktadır. Diğer sıralarda ise medyanın bilim iletişimindeki diğer paydaşlardan gelen düzeltmeleri yayınlamak istememesi ile medyanın bilim haberlerini yazarken takındığı olumsuz ve bilim karşıtı tutum ve negatif dil kullanımına yer veren Dursun, bu eleştirilerin

daha ilk başta gazetecilerin hangi bilim haberini seçeceği noktasında başladığının altını çizmektedir. Dursun yazısında son olarak, eleştirel haber anlayışının dünyayı görme ve dünyayla ilişkilenme tarzı bakımından büyük olanaklar içerdiği söylense de mevcut habercilik anlayışından kaynaklı bazı temsil stratejilerinin tekrar ele alınması ve farklı stratejiler geliştirilmesi gerektiğini vurgulayarak birtakım öneriler sunmaktadır. Dursun yazısında bilim haberciliğine ilişkin hususları detaylandırarak farklı boyutlarla ve eleştirel bir tavırla ele almış olup sadece bilim haberciliği değil arada küçük parçalar halinde temel gazeteciliğe ilişkin bilgiler de sunmaktadır.

Çevrimiçi Mecralarda Bilim İletişimi ve Popüler Bilim Medyası-Olanaklar, Alternatifler ve Sorunlar başlıklı Emre Canpolat'a ait bölüm yazısı, üçüncü bölümün dördüncü yazısıdır. Canpolat yazısına dijitalleşme ile her alanda olduğu gibi bilim iletişimi ve popüler bilim medyasında da dönüşümler olduğunu ifade ederek başlamaktadır. Bilim iletişiminin popüler bilim haline gelerek kitleselleşmesi ve elit zümrenin tekelinden kurtulmasıyolunda önemli bir faaliyet olduğunu belirten Canpolat, bu faaliyetin güçlenmesine çevrim içi mecraların destek sunduğunu ifade etmektedir. Canpolat dijital ortamda yayın yapan *Bilim ve Gelecek*, *Arkeofili*, *sarkac.org*'un kurucu/yetkilileriyle yaptığı görüşmeleri ve derlediği bilgileriyazısında sunmaktadır. Dijitalleşme ile bilginin dolaşım hızında, çeşitliliğinde ve kapasitesinde büyük ilerleme sağlandığını, bilim-insan ve bilim-toplum arasındaki ilişkilerin yeni bir forma kavuştuğunu ve daha önce deneyimlenmesi bile mümkün olmayan çoğu pratiğin sıradan faaliyetler haline geldiğinin altını çizen Canpolat, bilim felsefesinin iki önemli noktayı öne çıkardığını belirtmektedir. Canpolat'a göre bilim felsefesinde öne çıkan noktalar, bilimsel bilginin toplumsal pratik sınanması, diğeri ise bilimsel bilgi birikiminin insanlığın ortak faaliyetlerinin sonucunda ortaya çıkıyor olmasıdır. Canpolat'a göre bilim iletişimi sadece bilim ve halk arasındaki ilişki değildir; konunun kapsamı önce bilim insanları arasındaki ilişki, sonra bilim ve halk arasındaki ilişki, en sonra da halkın yeni medya aracılığıyla bilgiye ulaşma yollarıdır. Serra Sezgin'in yazısında bahsettiği, bilimsel bilgiye açık erişimin hem bilim insanları hem de yurttaşlar için önemli olduğunu ifade eden Canpolat, internetin yapısı gereği bilimsel bilginin sınırsızca paylaşımına olanak tanıdığını hatırlatmaktadır. Yazısında çevrim içi mecralardaki popüler bilim yayınlarını inceleyen Canpolat, çevrim içi mecrada yayın yapan geleneksel popüler bilim yayınlarının yeni medyayı nasıl kullandığını ortaya koyarak, bu medyanın yeni medyanın özelliklerinden olan etkileşim, multimedya olanaklarından yararlanmaya çalıştığını, genellikle *Twitter* ve *Facebook* gibi platformlarda okuyucu/izleyicilerin takip, beğeni ve yorum ekseninde yeni medyayı kullandığını araştırmasının sonucundan aktarmaktadır. Canpolat yazısında, geleneksel-dijital yayınların uzun ömürlü olup olamayacağı konusunu da dile getirmektedir. Canpolat'a göre geleneksel popüler bilim yayıncılığının tamamen çevrim içi ortamlara taşınması ihtimalinin gerçekleşmesi güçlü; ancak bu durumun bu tür yayınları güçlendirip güçlendiremeyeceği konusu tartışmalıdır. Canpolat yazısının son kısmında, *web 2.0*'ın etkileşime olanak vermesine rağmen çevrim içi bilim iletişimi ve yayıncılığı pratiklerinin bu

ortama henüz adapte olmadığını, katılım kısmının ise sadece beğeni, yorum ve paylaşımdan ibaret olduğunu aktarmaktadır. Canpolat popüler bilim yayınlarına saha çalışması yaparak ve çalışmanın sonuçlarını paylaşarak değinmektedir. İlgi çekici değişik bir çalışma olduğunu söyleyebilirim. Özellikle bilim iletişimi alanındaki eksikliklerin bu alanda farklı bakış açılarıyla değer kazanacağı muhakkaktır. Canpolat'ın yazısıda bu kapsamda değerlendirilebilir.

Bilim İletişimi'nin son yazısı "Bilim Kurgu Sinemasında Bir Yabancılaşma Olarak Makine ve İnsan İlişkileri-Yapay Zeka ve İnsan Karşılaşması" başlığıyla Özge Nilay Erbalaban Gürbüz'ün kaleminden çıkmıştır. Gürbüz, Antik Yunan'dan itibaren her döneme insan aklının yön verdiğini belirterek yazısına başlamaktadır. Özellikle Aydınlanma Döneminin toplumsal ve kültürel yaşam değişikliğindeki en önemli rolün akıl olduğunun altını çizen Gürbüz, bunun dışında insan aklının bu dönem için burjuvazinin dünya görüşüyle uyumlu en önemli otorite kabul edildiğini de ifade etmektedir. Aklın toplumsal yaşamı şekillendirdiği dönem içinde bulunduğumuzu kaydeden Gürbüz, bu dönemi yapay zekaların tartışıldığı tekno-endüstriyel çağdaş dönem olarak ele almaktadır. Gürbüz, insanı makine olarak ele alan görüşlerden yola çıkarak "makine" olgusunu anlatmaktadır. Makinelerin doğayı bilmek ve denetim altına almak ve ilerlemenin sembolü olduğunun altını çizen Gürbüz'ün üzerinde durduğu en önemli husus, makineler ve makineleşmenin Marksizm'de karşılığını bulan türsel yabancılaşmaya neden olmasıdır. Gürbüz yazısında, makineleşmenin burjuva sınıfının iktisadi, kültürel ve siyasal konumunu belirleyen sermayesini çoğalttığını, diğer taraftan ise emek ile sermaye arasındaki çelişkiyi ortaya çıkarttığını kaydederek makineleşme konusuna eleştirel bir tavır sergiler. Emek sürecinin öznesi olan proleteryanın makineleşme ile makinelerin bağlantı kayışları haline geldiğini ve makineyle emek arasında uzlaşmaz bir karşıtlık ilişkisi doğduğunu kaydeden Gürbüz, makineleşme ile emek veren insanın edilgen bir hale geldiği ve kendi üretimine yabancılaştığı vurgusunu yapmaktadır. Marx'a göre bu durum insanın kendine yabancılaşmasıdır. Gürbüz yazısında, bilim kurgu ve yapay zekayı konu alan bilim kurgu filmlerini ve romanlarını ele almaktadır. Yapay zekayı "yabancılaşma" olarak değerlendiren Gürbüz, bilim insanının kendine yabancılaşmasına da değinir ve bilimin gündelik yaşamdan koparılıp uzmanlık alanına dönüşmesinin bilim insanının yabancılaşmasına yol açacağının altını çizerek bunun işçinin makineleşme nedeniyle kendi emeğine yabancılaşması ile aynı olduğunu belirtir. Yabancılaşmanın nasıl aşılacağı konusunda öneri getiren Gürbüz, yabancılaşmaya eleştirel bir mesafe alınması gerektiğini vurgular ve aksi durumun toplumdaki bireyleri otorite karşısında itaatkâr hale getireceği, toplumda da totaliterleşmeyi doğuracağı konusunda uyarıda bulunur. Gürbüz, bilim insanının sadece üretici güç gibi tanımlandığı, bilimin araçsallaştırıldığı toplumlarda bilim insanının da kendi uğraşına yabancılaşmasının bütün tehlikeleri içerecek bir durum oluşturacağını vurgularken, bu tehlikelerden birinin bilim insanının zekasını genel yarar için değil kişisel çıkarları için kullanması olduğunu vurgular. Bilim kurgu filmlerinde gösterilenlerin bilimi doğrudan yansıtmadığını, sadece bilimin temsili olduğunu hatırlatan Gürbüz, günümüzde bilimin savaş teknolojilerinde aldığı rolü düşündürmekte-

dir. Yapay zekayı, insan-makine uygarlığının "olağanüstü kahramanları" olarak nitelerken bu kahramanların insan yaşamına mutluluk mu, yoksa insan türünün varlığı üzerinde bazı olumsuz gelişmelere mi sebep olacağı sorusunu sorarak gelecek dönemde bunun cevabının ortaya çıkacağını vurgulamaktadır. Gürbüz yazısında, önceki başlıklarda dile getirilen endişe ve eleştirel yaklaşımları sürdürmektedir.

Bilim İletişimi, bilim iletişimi konusunda oldukça kapsamlı, farklı konu ve detaylarda bilgiler sunmaktadır. Kuramsal temelden bilgi felsefesiyle başlayan kitap, medyada, akademide, sinemada, yeni medya uygulamalarında bilimin konumunu ortaya koymaktadır. Kitabı okuduktan sonra, bilim iletişimi konusunda alana dair genel bir kanı edinmek mümkündür. Kuramsal yaklaşımlar konusunda da bilginin tazelendiği, habercilik alanında hem alan için haber pratiği üreten hem de kuramsal anlamda bu alanda eğitim gören öğrencilerin *Bilim* İletişimi'ni okuduktan sonra bu habercilik türüne ilgi duyacakları kanaati oluşmaktadır.

Kaynakça

Burns, T. W., O'Connor D. J. ve Stocklmaye, S. M. (2003). Science communication: A contemporary definition. *Public Understanding of Science*, *12* (2), 183-202.

Dursun, Ç. (2010). Dünyada bilim iletişiminin gelişimi ve farklı yaklaşımlar: Toplum için bilimden toplumda bilime. *Kurgu Online International Journal of Communication Studies*, *23*(1), 1-35.

Dursun, Ç. ve Dursun, O. (ed.) (2021). *Bilim iletişimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Geller, G. (2009). Science communication reconsidered. *Nature Biotechnology*, *27*(6), 514-518.

Trench, B. (2008). Towards an analytical framework of science communication models. https://www.researchgate.net/publication/29652305. doi: 10.1007/978-1-4020-8598-7_7. 25 Temmuz 2021.

Weingart, P. ve Guenther, L. (2016). Science communication and the issue of trust. *JCOM*, *15*(05), C01.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

İNTERNET GALAKSİSİ: İNTERNET, İŞ DÜNYASI VE TOPLUM ÜZERİNE DÜŞÜNCELER

Sema BULAT DEMİR*

Bulat Demir, S. (2021). İnternet galaksisi: İnternet, iş dünyası ve toplum üzerine düşünceler. *Etkileşim*, 8, 240-247. doi: 10.32739/etkilesim.2021.4.8.146

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.
This study complies with research and publication ethics.

İnternet Galaksisi: İnternet, İş Dünyası ve Toplum Üzerine Düşünceler adlı bu eserde, ortaya çıkışından 2000'li yılların başlarına kadarki süreçte internet teknolojisinin gelişimi aktarılmıştır. Kitabın temel konusunu, Castells'in dönemin internet teknolojisindeki gelişmelerden yola çıkarak sosyal, toplumsal ve ekonomik bağlamdaki eleştirel okumaları oluşturmaktadır. Bununla birlikte eser, okuyucuya "Milenyum Çağı" olarak adlandırılan 2000'li yılların başları ile günümüzdeki internet teknolojilerinin geldiği noktayı karşılaştırabilme imkânı sunmaktadır. Böylece internet teknolojisi aracılığıyla toplumsal yapının dönüşümü gözler önüne serilmektedir. Yeni medya, internet teknolojileri ve ağ toplumu kuramına dair yapılacak olan çalışmalarda Castells'in toplumsal yapının dönüşümüne dair bu düşünceleri temel kaynaklardan birini oluşturmakta ve literatüre katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte eserde bir iletişim aracı olarak 15. yüzyılda Batı'da yayılmaya başlayan matbaa teknolojisi ile günümüzdeki internet teknolojisi arasında bir benzerlik ilişkisi kurulmuştur. Bu perspektiften eserin başlık seçiminden de fark edilebileceği üzere Marshall McLuhan'ın Matbaa Devrimi'ne ait düşüncelerinin yer aldığı ve matbaayla birlikte toplum yapısının değişimini incelediği temel eserlerden biri olan *Gutenberg Galaksisi-Tipografik İnsanın Oluşumu* (1962) adlı eserine göndermede bulunulmuştur. Bilindiği üzere bu eserinde McLuhan, bir iletişim aracı olarak Gutenberg'in matbaasıyla birlikte sözlü kültürden yazılı kültüre geçen insanlığın dönüşümünü aktarmıştır. İncelenen eserde ise Castells, benzer şekilde bir iletişim aracı olarak kitabın yazıldığı dönemlerde emekleme sürecini yaşayan internet teknolojisini ve bu teknolojiyle birlikte ileri sürdüğü ağ toplumu kuramının doğuşunu ekonomik, sosyolojik, psikolojik ve coğrafi boyutlarıyla yorumlamıştır. Diğer bir ifade ile elektronik kültürün ortaya çıkışını çok boyutlu perspektiften incelemesi açısından eser önemli bir yer tutmaktadır. Eserde, internet teknolojile-

*Araştırma Görevlisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
semabulat@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5473-3424

rindeki dönemin yaşanan gelişmeleri örnekler eşliğinde aktarılmıştır. Bununla birlikte Castells, gelecek öngörülerini eleştirel bir bakış açısıyla sosyal, toplumsal ve ekonomik açılardan yorumlamıştır. Ayrıca eser, Castells'in literatüre kazandırmış olduğu ve birçok kuramcı tarafından kabul gören "ağ toplumu" kuramına dair yazdığı "Ağ Toplumunun Yükselişi/Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Cilt 1", "Kimliğin Gücü/Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Cilt 2" ve "Bin Yılın Sonu Enformasyon Çağı Ekonomi, Toplum ve Kültür-Cilt 3" adlı üç ciltlik eserindeki ağ toplumu kuramına dair düşüncelerini de temellendirir niteliktedir.

Türkiye ve dünyada tanınan İspanyol Sosyolog Manuel Castells tarafından *İnternet Galaksisi* kitabı, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society* orijinal adıyla 2001 yılında yayınlanmıştır. Eserin dünya çapında birçok dile çevirisi yapılmıştır. 2020 yılında Türkçeye çevrilen eserin editörlüğü Tuğba Asrak Hasdemir tarafından yapılmıştır. Bununla birlikte eser dokuz kişilik bir çeviri grubu tarafından çevrilmiştir. Kitap, açılış ve sonuç bölümleri haricinde dokuz bölümden oluşmaktadır. Bölümler sırasıyla; "Birinci Bölüm: İnternet Tarihinden Dersler", "İkinci Bölüm: İnternet Kültürü", "Üçüncü Bölüm: e-Ticaret ve Yeni Ekonomi", "Dördüncü Bölüm: Sanal Cemaatler mi Ağ Toplumu mu?", "Beşinci Bölüm: İnternetin Siyaseti I: Bilgisayar Ağı, Sivil Toplum ve Devlet", "Altıncı Bölüm: İnternetin Siyaseti II: Siber Uzayda Mahremiyet ve Özgürlük", "Yedinci Bölüm: Multimedya ve İnternet: Yakınsamanın Ötesindeki Hiper-Metin", "Sekizinci Bölüm: İnternetin Coğrafyası: Ağlarla Bağlantılanmış Mekânlar" ve "Dokuzuncu Bölüm: Küresel Perspektiften Dijital Bölünme"den oluşmaktadır.

Kitabın açılış bölümü; "Ağ Mesaj"dır. Castells'e göre, ağ, insan pratiklerinin en eski biçimleridir. Ancak internet tabanlı bilgi ağları haline gelerek yeni bir hayat biçimi ortaya çıkmıştır. Eserde ağ yani internet, bilgi çağının örgütsel formunun teknolojik temeli olarak nitelendirilmiştir. Castells'e göre internet, çok sayıda kişinin istedikleri bir zamanda küresel ölçekte ilk kez iletişim kurmasını mümkün kılan iletişim ortamıdır. Bu noktada Castells, interneti Batı'da 15. yüzyılda ortaya çıkan matbaa teknolojisinin yayılmasına benzetmektedir. Öyle ki yazar, iletişim aracı olarak dünyaya yayılan matbaayı ve insana etkilerini anlatan Marshall McLuhan'ın *Gutenberg Galaksisi* adlı eserinden yola çıkarak günümüz dünyasının ise internet tabanlı ağlar sistemi ile "İnternet Galaksisi" olduğunu belirtmiştir. Böylece eserinin başlığını oluşturmuştur. İnternetin global bir ağ gibi tüm dünyaya yayılımını aktardığı bu görüşleri yazarın ağ toplumu kuramına dair düşüncesinin de temelini oluşturduğu görülmüştür.

Birinci bölümde tarihsel süreçte dünyada internetin oluşumuna yol açan süreçler, 1960'larda ARPANET ile internetin ilk kez ortaya çıkışı ve 1990'larda *World Wide Web*'in (*www*) gelişim aşamalarına yer verilmiştir. Bölümde belirtildiği üzere Amerika'nın Sovyetler Birliği üzerinde teknolojik ve askeri üstünlük kurmak amacıyla kurulan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Projeleri Birimi (ARPA) tarafından ARPANET kurulmuştur. Bir ARPA birimi olan Bilgi İşlem Tek-

nikleri Ofisi'nin etkileşimli bilgisayarla ilgili araştırmaları sonucunda ofis için araştırma grupları arasında çevrimiçi bilgi işlem süresini paylaşmanın bir yolu olarak başarılı olmuştur. ARPANET teknolojisi ardından bilgisayar ağlarının birbirleriyle konuşabilmelerini sağlayan bir sistem olan ağlar arası protokolünü "IP" geliştirilmiştir. 1990'lara gelindiğinde ARPANET hizmet dışı bırakılmasıyla özelleştirilmeye giden yolda ilk adım olan kamusal alan için bilgisayar ağ teknolojisi ve telekomünikasyon üzerindeki kısıtlamalar kalkmıştır. 1990'larda çeşitli internet servis sağlayıcıları kurulmuştur. İnternetin dünyaya yayılması ise *World Wide Web* teknolojisinin gelişmesiyle olmuştur. Castells kitabın bu bölümünde internetin, büyük bilim, askeri araştırma ve özgürlük kültürünün kesişim noktasında doğduğunu belirtmektedir. Bu noktada bölüm, internetin ortaya çıkmasına yol açan temel dinamikleri aktarmasıyla internetin tarihsel serüvenini anlatan kaynaklardan ayrılmaktadır.

İkinci bölümde, internet kullanıcılarının ve üreticilerinin kültürü olan internet kültürü ve internet kültürünün katmanları ile bu katmanların birbirine eklemlenişinden söz edilmektedir. Castells internet kültürünü, internetin oluşması ve düzenlemesinde rol oynayan hem üreten hem de tüketen kullanıcılar, diğer adıyla üre-tüketiciler açısından incelemiştir. Buna göre internet kültürü dört katmandan oluşmaktadır; "tekno-meritokratik kültür", "hacker kültürü", "sanal cemaat kültürü" ve "girişimcilik kültürü". *Tekno-meritokratik kültürün* temellerinde akademi ve bilim yatmaktadır. Bu kültürde, teknolojik icatlar en yüksek değere sahiptir ve topluluğun üyeleri internetin tarihsel sürecinde gelişimine önemli katkılar sunmuş kişilerden oluşmaktadır. *Hacker kültürü*, internetin inşasında önemli rol oynamaktadır. Bu kültürün en önemli değeri özgürlüktür, mümkün olan her tür bilgiyi alma özgürlüğü ve *hacker*ların istediği biçimde, kanal üzerinden bu bilgiyi yeniden dağıtma özgürlüğü bulunmasıdır. *Hacker* kültürünün kökleri kurum ve örgütlere dayanmamaktadır. Örgütlenme gayriresmî bir yapıdadır. *Sanal cemaat kültürü*, içerik açısından oldukça çeşitlidir. Bu kültürde internet, yatay iletişim için kullanılan bir teknolojik araç ve ifade özgürlüğünün yeni biçimi olarak belirlenmiştir. Bu kültür, örgütlenme, kolektif eylem ve anlam inşa etme aracı olarak kendi kendine yönlendirilmiş ağ kurmanın temellerini atmıştır. *Girişimci kültür*de ise Silikon Vadisi internet endüstrisinin mihenk taşını oluşturmaktadır. Bu kültürde girişimcilerin fikirleri sermaye sahiplerine satılmaktadır. Castells, internet girişimcilerini sanat kültürüne yakın bulmaktadır. Ancak, girişimci kültürünün sanatı tek boyutludur. Bu kültürün üyeleri, teknolojide oldukça başarılı olmalarına rağmen toplumdan uzaklaşan, tüm bağlarını para etrafında geliştiren ve yaşadığı toplumdan her geçen gün gittikçe daha az haberdar olmaya başlayan bireyler olarak görülmektedir. Castells, bu bölümde belirttiği bu dört katmanın her birinin hiyerarşik katmanlardan oluştuğunu ileri sürmüştür. Bununla birlikte bu hiyerarşik katmanların da internetin özgürlük ideolojisine katkı sağladığını ifade etmiştir. Bu bağlamda Castells, internetin bu hiyerarşik katmanlar aracılığıyla özgürlükçü bir yapıda olduğunu ileri sürdüğünden internet kültürünü olumlayan bir

yaklaşımla ele aldığı söylenebilmektedir.

Kitabın üçüncü bölümünde dönemin gelişen e-ticaret sektörüyle birlikte internete bağlı olarak oluşan yeni ekonomi modelinden bahsedilmiştir. Buna göre e-ticaret, interneti iletişim ve bilgi işlemenin temel aracı olarak kullanmaktadır. Castells, internetin bu yeni iş modeline katkısını ise ölçeklenebilir olması, etkileşimli yapıda olması, yönetim esnekliğine sahip olması ve markalaşma esasına bağlı olmasından kaynaklandığını ileri sürmüştür. Bu bölümde internet temelli bu yeni ekonomi ağ işletmeleri, çalışanlar, sermaye ve piyasa değerlemesi, çalışma biçimleri, yenilik, üretkenlik ve krizler açısından incelenmiştir. Castells'e göre, yeni ekonomi yüksek verimlilik, yüksek büyüme ve olağanüstü servet tahribatı ile yüksek riski de bünyesinde barındırmaktadır. Bu ekonomide geleneksel şirketlerin kaderinin; teknolojik yenilik, iş yeniliği, imaj oluşturma gibi değerler doğrultusunda finansal piyasadaki yatırımcıları çekebilme yeteneklerine bağlı olacağı belirtilmiştir. Castells'in bu ifadelerinden yola çıkarak, ekonomi ve internet teknolojisinin birleşmesiyle ortaya çıkan e-ticaret sektörüne uyum sağlayan şirketler parlak bir geleceğe sahip görülürken; uyum sağlayamayan geleneksel şirketler ise yatırımcıları çekebildiği ölçüde gelişebilecektir ya da ticari varlığını sürdüremeyeceği söylenebilmektedir.

Dördüncü bölümde internetin bir iletişim aracı olarak ortaya çıkmasıyla bireylerin sosyal etkileşimindeki yeni gelişmeler ele alınmıştır. Castells'e göre, internetle birlikte mekân ve sosyal etkileşim arasındaki sınırlar ortadan kalkmaya başlamıştır, bu durum yeni ve seçici sosyal ilişki örüntülerine doğru evrilmiştir. Diğer taraftan Castells, interneti bir araç olarak görmektedir. Bu durumu, kullanıcıların interneti ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılaması amacıyla kullanmasına bağlamıştır. Bununla birlikte Castells, interneti tüm yönleriyle yaşamın bir uzantısına benzetmektedir. Bu noktada internette rol yapma eyleminden yola çıkarak interneti kullanan bireylerin çevrimdışı kimlikleriyle tutarlı kimlikler inşa ettiğini de düşünmektedir. Diğer taraftan eserde, gençlerin internet tabanlı sosyalleşmesinin sıklığından ve kimlik inşasına olumlu etkisinden bahsedilmiştir. Bu doğrultuda internet kullanıcılarının kullanmayanlara oranla, daha fazla etkinliğe katıldığı, edebi eser okuduğu, sinemaya gittiği, spor müsabakası izlediği ve spor yaptığı dönemin araştırma sonuçları doğrultusunda internetin sosyal etkileşime olumlu bir etkisi olduğunu belirtmiştir. Castells, sosyal etkileşimin yeni ve teknolojik kolaylıklar sayesinde gelişimini bireyin zaferi olarak nitelendirilmiştir. Bu zaferin adı da ağ toplumu olarak bildirilmiştir. Oysaki günümüzde bu görüşe çoğunlukla eleştirel bakan kuramcılar da aksi yönde görüşlerini belirtmektedir. Bu noktada internet kullanıcıları sanal kimlikler oluşturarak farklı rollere bürünmekte, sosyal ve psikolojik motivasyonlarına göre internet âlemine kendilerini gösterdikleri söylenebilmektedir. Castells'in belirttiği gibi bireylerin kendini başkalarına sunuş biçimi, internetin günlük yaşama etkisinin olumlu yönde olacağı düşünceleriyle interneti sosyal etkileşim anlamında yaşamın bir uzantısı olarak düşünmek yeterli değildir.

Beşinci bölümde internet ve sosyo-politik çalışma, temsil ve yönetim sü-

reçleri arasındaki etkileşim ele alınmıştır. Castells'e göre, internet her alanda iletişim ve örgütlenme aracı haline gelmiştir. Toplumsal hareketler ve siyasi süreçlerde de internet kullanılır olmuştur. Bu noktada Castells'e göre internet eyleme geçme, bilgilendirme, katılımcılar bulma, örgütlenme, hâkimiyet ve karşıt hâkimiyet kurma gibi amaçlar doğrultusunda kullanılan ayrıcalıklı bir araçtır. Castells'in diğer bir ifadesi ile siber âlem, insanların çeşitli hoşnutsuzluklarını, patlayan bir aksanlar kakafonisi içinde dile getirdiği küresel bir pazar yeridir. Yazara göre internet; işçi, kadın, çevresel, insan hakları, etnik kimlik, dini, milliyetçi ve çeşitli kültürel, siyasi ve toplumsal hareketlerde örgütlenme ve eyleme geçme aracı olarak kullanılmaktadır. İnternet ağ toplumunda doğmakta ve toplumsal hareketlerin vazgeçilmez bir parçasını oluşturmaktadır. Bu toplumsal hareketler de interneti dönüştürmektedir. Bu noktada internet örgütsel bir araç ve iletişim kanalı olmaktan çıkarak toplumsal dönüşüm için de kaldıraç görevi görmektedir. Diğer taraftan Castells bu bölümü *İnternetin Siyaseti* başlıklı düşünceleriyle tamamlamıştır. Bu başlıkta interneti doğrudan demokrasiyi oluşturacak bir araç olarak görmediğini de belirtmiştir. Ona göre, internet ne bir özgürlük aracı ne de tek taraflı bir tahakküm silahıdır. Sözlerini Singapur Hükümeti'nin bir tarafta yurttaşların internet kullanımını arttırmaya çalışması bir taraftan da internet servis sağlayıcılarını sansürleyerek siyasi kontrolü elde tutmaya çalışmasıyla örneklendirmiştir. Bu doğrultuda internetin, toplumsal değişimin ya da siyasi reformun yerine geçemediğini ancak yurttaşların haklarını ifade edebilmesini ve iletişim kurmasını sağlayan bir zemine sahip olması nedeniyle demokratikleşmeye büyük ölçüde katkıda bulunduğunu yinelemiştir.

Altıncı bölümde internetin özgürlük alanı mahremiyet, kontrol teknolojileri ve gözetim üzerinden değerlendirilmiştir. Castells'e göre, kullanımına başlandığı yıllarda kesintisiz bir özgürlük alanı olarak düşünülen internet 21. yüzyılda iş dünyası ve hükümetlerin ortak çıkarları doğrultusunda bir gözetim aracına dönüşmüştür. Bu noktada internet çeşitli kimliklendirme teknolojileri ile gözetim aracı olarak kullanılırken buna karşılık anonimleştiricilerin, açık kaynak kodlu yazılımlar gibi karşı gözetim teknolojilerinin ortaya çıkmasına neden olduğu ileri sürülmüştür. Bu noktada toplumların hangi yolu seçeceğinin toplumların ve kurumların kod uygulama, direnme ve değiştirme yeteneğine bağlı olduğu belirtilmiştir. Castells bu bölümdeki düşüncelerini, iki tarafın da birbirine güvenmesiyle özgürlük ortamının doğacağını ve hükümetlerin halktan, dolayısıyla da internetten korkmayı bırakmadıkça toplum özgürlüğünün savunulamayacağını belirterek tamamlamıştır.

Yedinci bölümde Castells, 2000'li yılların başında internet teknolojilerinden multimedya teknolojisinin ve hiper-metinsel yapılı internet teknolojisinin deneme çalışmaları hakkındaki durum tespitlerini ve ileriye dönük düşüncelerini ele almıştır. Bu doğrultuda Castells, internetin doğuşundan başlayarak 1990'ların başından beri devam eden internet üzerinde farklı medya ortamlarını birleştirme denemeleri olan bilgisayar ve interaktif video ile internet üzerinden video yayınlama girişiminin başarısızlıkla sonuçlandığını belirtmiş-

tir. Böylelikle günümüzdeki hiper-metinsel internet yapısının, o dönemler için geliştirilmesi gereken bir özellik olduğu görülmüştür. Bununla birlikte internet ve multimedyanın temel özelliği olan etkileşimin sağlanamamasıyla yakınsama özelliğinin gerçekleştirilemediği de belirtilmiştir. Castells, internetin farklı medyalarla yakınlaşmak yerine yeni bir iletişim ortamı olarak özgül olduğunu belirtmiştir. Ancak ileride multimedyanın gerekli altyapı sağlandıktan sonra tüm dünyaya yayılacağını da ifade etmiştir. Günümüzde de görülmektedir ki Castells'in o dönemki öngörüsündeki gibi multimedya ve buna bağlı yeni medyanın bir özelliği olan yakınsama teknolojileri tüm dünyaya yayılmıştır ve tüm elektronik cihazlarda kullanıcılar tarafından (akıllı cep telefonu, bilgisayar, akıllı saat vb.) kullanılır hale gelmiştir.

Sekizinci bölümde internet coğrafyası olarak ifade edilen ağlarla bağlantılanmış mekânlar ele alınmıştır. Castells internetin farklı mekânlarda üretilen ve yönetilen bilgi akışlarını işleyen ağ bağlantıları ve düğümlerden oluşan kendine özgü coğrafyasından bahsederek görüşlerine başlamıştır. İnternetin yapısal birimi olan ağ, akışların uzamıyla bilgi çağının bir özelliği olarak belirttiği yeni bir alan olarak değerlendirmiştir. Castells, 'ağ'ın, birbiri ile iletişim kuran bilgisayar ağlarını ve bilgisayarlı iletişim sistemleri ile mekânları birbirine bağladığını ifade etmiştir. Böylece mesafe kavramını yeniden tanımlamıştır. Bununla birlikte Castells, internetin gelişmesiyle şehirlerin ortadan kalkacağı, evden çalışma pratiklerinin insan hayatına yerleşmesiyle geleneksel işyerlerinin de yok olacağı öngörülerinde bulunmuştur. Günümüzde de Covid-19 pandemisi nedeniyle ortaya çıkan süreçte evden çalışma gibi yeni iş yapma yöntemleri Castells'in öngörülerini haklı çıkarır niteliktedir.

Dokuzuncu bölümde küresel bağlamda dijital bölünme kavramı ele alınmıştır. Castells, dijital bölünme kavramını basitçe internet eşitsizliği olarak açıklamıştır. Dijital bölünmenin nedeninin, internetin küresel anlamda hızla ve düzensiz yayılımından hareketle, internet erişimine sahip olanlar ile olmayanlar arasındaki internet eşitsizliğinin olduğunu ileri sürmüştür. Küresel anlamda internet eşitsizliğini gelişmiş olan ülkelere kıyasla gelişmekte olan ülkelerin bireysel internet kullanım seviyelerinin düşük olmasıyla açıklamıştır. Dünya nüfusunun çoğunluğunun gelişmekte olan ülkelerde yaşayan insanlardan oluştuğu düşünüldüğünde yeni kullanıcıların gelişmekte olan ülkelerdeki insanların olacağı kitapta yer alan gelecek öngörüleri arasındadır. Diğer taraftan Castells, dijital bölünmenin internet bağlantı sayısıyla değil hem bağlantı hem de bağlantı eksikliğinin sonuçlarıyla birlikte ölçümlenmesi gerektiğini belirtmiştir. İnternet olmadan gelişmenin hiçbir şekilde mümkün olamayacağının altını çizmiştir. Bu açıdan internet bilgi gücünü, bilgi üretimini ve ağ kapasitesini tüm faaliyet alanlarında dağıtan teknolojik bir araç ve organizasyon şekli olarak ifade edilmiştir. Yazar, gelişmekte olan ülkelerin de bu ağa sıkışmış durumda olduğunu belirtmiştir ve internet olmadan oluşacak gelişmeyi endüstri devrindeki elektriksiz sanayileşmeye eş değer tutmuştur. Diğer bir ifade ile Castells'e göre, internet tabanlı ekonomi ve yönetim sistemi olmadan gelişme mümkün olmamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin de internetin hızına uyum

sağlama yeteneklerini geliştirmesi gerekmektedir.

Eserin sonuç bölümünde ise ağ toplumunun zorlu yanlarından bahsedilmiştir. Castells, İnternet Galaksisi'ni yeni bir iletişim ortamı olarak tanımlamıştır. Buna göre iletişimin insan faaliyetlerinin özü olması ve internetin de toplumsal yaşamın tüm alanlarına yayılmasıyla bir değişim söz konusu olmaktadır. Castells'e göre, yeni bir sosyal form olarak ağ toplumu çeşitli şekillerde tarihe, kültüre ve kurumlara bağlı olarak insan yaşamında ortaya çıkmaktadır. Bu dönüşümün olumlu yanları olduğu kadar olumsuz yanlarının da üzerinde durulması gereken önemli bir konu olduğu sonuç bölümünde ifade edilmiştir:

Castells'e göre, birinci olumsuzluk özgürlüğün kendisidir. Bu olumsuzluk Castells tarafından internet ağlarının her şey için gerekli olan küresel, ücretsiz iletişim sağlarken, ağ altyapısının sahiplenebilir, erişimi kontrol edilebilir, kullanımı ticari, ideolojik ve politik çıkarlara hizmet edebilir yapısıyla açıklanmıştır.

İkinci zorluk, ağlardan dışlanmadır. Ağlardan dışlanma küresel bir ekonomide internet tabanlı ağlara bağlı olmanın en önemli şeylerden biri olduğu düşünüldüğünde bu imkâna sahip olmayan kişilerin yaşadığı dezavantajları ifade etmektedir.

Üçüncü büyük zorluk ise eğitimdir. Castells'e göre, gelişen internet tabanlı teknolojilerin yeni eğitim süreçlerini de beraberinde getirmesi gerekmektedir. Bu teknoloji doğrultusunda eğitimde, etkileşim, kişiselleştirme, özerk öğrenme ve düşünme kapasitesinin geliştirilmesine yönelik bir eğitim modeline ihtiyaç olduğu belirtilmiştir.

Dördüncü zorluk, yeni ekonomi modeli için kurumsal düzenlemelerde yeni esnek düzenlemelere geçilmesi gereksinimidir.

Beşinci zorluk, çevresel bozulmadır. Ağ destekli ekonomi para kazanma fırsatları için doğal kaynakların hızla sömürülmesi ve çevreye olan tahribatın artmasına neden olmaktadır. Bu noktada bu sanayi, üretim ve tüketim modeli sürdürülebilir değildir.

Altıncı ve Castells'in en önemlisi olarak gördüğü zorluk, teknolojik aşırı gelişmişlik ile kurumsal, sosyal yetersiz gelişim arasındaki çelişkidir. Bu noktada insanlığın en büyük ve en eski korkusu olan yaratılan teknolojik canavarlar korkusunun devreye girdiği ve özelikle genetik mühendisliğinde bu korku ile karşılaşıldığı ileri sürülmüştür. Bu bağlamda mikroelektronik ve biyoloji arasındaki yakınsama, her yerde bulunan sensörler ve nanoteknolojinin gelişimi göz önüne alındığında bu teknolojilerin insanlığın en büyük zorluğu oluşturacağı öngörüsünde bulunulmuştur. Castells eserini "Eğer ağlar sizin umrunuzda değilse bile, siz ağların umrundasınız. Bir toplum içinde yaşamak istediğiniz sürece, ağ toplumu ile başa çıkmak durumundasınız. Çünkü biz İnternet Galaksisi'nde yaşıyoruz" sözleriyle tamamlamıştır.

Sonuç olarak bu kitap incelemesi ile internet teknolojisi ile Castells'in ağ toplumu kuramına dair görüşlerinin oluşmasında rol oynayan faktörler gö-

rülmüştür. Castells'in genel anlamda düşünceleri, internetin toplumsal yapıyı olumlu yönde etkileyeceği, yaşamın bir uzantısı olacağı ve ağ toplumunu küresel boyutlara taşıyacağı, iş ortamı ve çalışma koşulları açısından yenilikler getireceği yönündedir. Bunun yanında Castells, internetin sadece olumlu olmadığını, birtakım zorlukları da bulunduğunu belirtmiştir. Bu noktada internet teknolojisinin yalnızca olumlu taraflarını değil; aynı zamanda olumsuz taraflarını da göz önünde bulundurmuştur. Bu durum Castells'in interneti tüm boyutlarıyla ele aldığını göstermektedir. Tüm bunlar değerlendirildiğinde Castells'in belirttiği gibi günümüzde de internetin erişim kolaylığıyla, sosyal hayat, iş yaşamı, günlük hayat, eğitim olmak üzere birçok olumlu yönü bulunmaktadır. Ancak bu teknolojiyi yalnızca olumlu olarak görmek oldukça sığ bir düşünce olacaktır. Çünkü internet tabanlı teknolojinin yayılımı bireyin mahremiyeti, kontrol mekanizmalarının artması, çeşitli güvenlik sorunları gibi konuları da beraberinde getirmektedir. Ancak internet tabanlı teknolojiler etrafımızda olduğu sürece onlardan kaçmak da mümkün değildir. Görülmektedir ki, bu yeni teknolojileri tamamen reddetmek yerine yeni medya okuryazarlığı açısından gelişim göstermek ve yeni medya okuryazarlığına sahip gelecek nesiller yetiştirmek oldukça önem teşkil etmektedir.

Kaynakça

Castells, M. (2013a). *Ağ toplumunun yükselişi / Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür-Cilt 1* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

---------- (2013b). *Bin yılın sonu / Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür-Cilt 3* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

---------- (2013c). *Kimliğin gücü / Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür-Cilt 2* (E. Kılıç, çev.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

---------- (2020). *İnternet galaksisi-İnternet, iş dünyası ve toplum üzerine düşünceler* (T. Asrak Hasdemir, çev.) . Ankara: Phoenix Yayınevi.

McLuhan, M. (2020). *Gutenberg galaksisi-Tipografik insanın oluşumu* (G. Ç. Güven, çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.

ETKİLEŞİM YAYIN POLİTİKASI

ETİK İLKELER VE PAYDAŞ SORUMLULUKLARI

Etik İlkeler

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi ***Etkileşim***, yayın etiğini 'Committee on Publication Ethics (COPE)' başta olmak üzere uluslararası düzeyde kabul gören akademik kuruluşların belirlediği standartlar çerçevesinde uygulamayı taahhüt etmektedir. Bu kapsamda, makalelerde yer alan görüş, düşünce ve yorumlardan yazarları sorumlu olup Üsküdar Üniversitesi sorumlu tutulamaz. Nefret söylemi, ayrımcılık, ötekileştirme ve benzeri etik dışı ifadeler içeren çalışmalar değerlendirmeye alınmaz. Makalelerin değerlendirilme, kabul ve yayımlanma aşamalarının tümünde bilimsel ve akademik etik anlayış esas alınır. Sahte ya da düzmece veriler kullanılması, insan veya hayvanlarla yapılan çalışmalarda etik dışı teknik/yöntemlerin uygulanması ve de referans göstermeden başka kaynaklardan alıntı yapılmasının tespiti gibi durumlarda ilgili çalışma değerlendirmeye alınmaz ve söz konusu unsurlar yazara bildirilir. Yayımlanmış olan metinler, fikri mülkiyet ve telif hakları mevzuatı esas alınarak, akademik amaçlar doğrultusunda atıf yapılarak kullanılabilir; ticari amaçlarla kısmen ya da tamamen çoğaltılamaz. ***Etkileşim***'in uygulamakta olduğu 'Etik İlkeler' aynı zamanda dergi paydaşlarının da sorumluluk alanları çerçevesinde işlerlik göstermektedir.

Etik Kurul İzni Gerektiren Çalışmalar

Etkileşim'in, ulusal ve uluslararası düzeyde geçerli akademik çalışmalar ve araştırma kuralları doğrultusunda benimsemiş olduğu etik yaklaşım çerçevesinde, yazarın ilgili kurumdan 'etik kurul izni' almasını gerektiren araştırma türleri şunlardır:

- Anket, Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırma,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dâhil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanıldığı çalışmalar,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan deneysel araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.

Ayrıca;

- Olgu sunumlarında "aydınlatılmış onam formu" alınması,
- Başkalarına ait ölçek, anket, fotoğraflar vb. görsel malzeme kullanımı için sahiplerinden izin alınması ve ilgili kısımlarda bu bilgiye yer verilmesi,

- Kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine uyulduğunun beyan edilmesi gerekmektedir.

Bu doğrultuda 'etik kurul izni'ne dair ayrıntılara makale içerisinde yer verilmesi ve 'Etik Kurul Onay Raporu'nun makalenin DergiPark üzerinden ***Etkileşim***'e gönderilmesi esnasında sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Editör Kurulu, gerek duyulduğu takdirde, yazardan bu konuda ayrıntılı bilgi isteme hakkına sahiptir. 'Etik kurul izni' gerektirdiği halde rapor sunamayan çalışmalar değerlendirmeye alınmayacaktır.

Paydaş Sorumlulukları

Yayın Kurulu/Editörler

Etkileşim bünyesinde faaliyet gösteren Yayın Kurulu/Editörler (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü, Editör, Editör Yardımcıları, Dil Editörleri, Web Editörleri, Sekreterya), dergide yayımlanan her tür içerikten sorumlu olup, ilgili maddeler doğrultusunda aşağıda belirtilen rol ve yükümlülükleri üstlenirler:

- Görev tanımları doğrultusunda hukuksal süreçlere ilişkin her tür sorumluluğu üstlenmek,
- Yazar ve okurun bilgi talebini karşılamak,
- ***Etkileşim***'in gelişimi için çaba göstermek,
- Düşünce ve ifade özgürlüğünü desteklemek,
- Nefret söylemi, ayrımcılık ve ötekileştirmenin karşısında durmak,
- Etik ilkeler ve fikri haklara saygılı olmak,
- Tüm süreçleri hesap verebilirlik ölçütlerine uygun olarak şeffaf bir şekilde yürütmek.

Hakemler

Alanlarında uzman hakemler nesnellik ve bilimsellik anlayışı doğrultusunda, akademik ve etik ilkelerden de ödün vermeksizin "kör hakemlik" usulüyle ***Etkileşim*** dergisinin değerlendirme sürecinde yer alırlar. Hakemler, makale değerlendirme sürecinde aşağıda belirtilen kurallara uymak zorundadırlar:

- Değerlendirilmek üzere kendilerine gönderilmiş olup, uzmanlık alanları dışında kalan çalışmaların dergi yönetimine bildirilmesi,
- Yazar isimlerini öğrenme ya da yazarlarla herhangi bir şekilde iletişime girme çabası içerisinde olmamak,
- Editörlerle her tür iletişimin ***Etkileşim***'in resmî elektronik kanalları üzerinden gerçekleştirilmesi,

- Makale değerlendirme sürecinin gizlilik ilkesi doğrultusunda işletilmesi,
- Makale değerlendirmede tarafsızlık ve nesnellik ilkesinden ödün verilmemesi,
- Herhangi bir çıkar çatışması olasılığında, inceleme reddi talebinde bulunulması ve durumun editörlere bildirilmesi,
- Değerlendirmenin yalnızca çalışma odaklı gerçekleştirilmesi, kişisel bakış açısı ve yaklaşım tarzı farklılıklarının değerlendirme sürecine etki etmesine izin verilmemesi,
- Makale değerlendirme raporunun akademik saygı ve nezaket sınırlarının dışına çıkılmaksızın, bilimsellik tavır ve anlayışına bağlı kalınarak hazırlanması,
- Değerlendirme sürecinde yer alan hakemlerin, derginin yayın politikasını, etik ilkelerini ve editoryal tavrını benimsemeleri gerekmektedir.

Yazarlar

Etkileşim'e makale gönderen yazarların, etik ilkeler ve yayın esaslarına uygun üretimde bulunmaları beklenmektedir. Bu bağlamda yazarların, dergi yönetiminin belirlemiş olduğu aşağıdaki kurallara uymaları gerekmektedir:

- ***Etkileşim***'e gönderilen makalenin dijital ya da basılı mecralarda yayımlanmamış olması gerekmektedir.
- ***Etkileşim***'e gönderilen makale, dergi yönetimine bilgi vermeksizin başka bir mecrada yayımlanamaz. Ancak makalenin yazar tarafından geri çekilmesi ya da ***Etkileşim***'in değerlendirme sürecinin olumsuz sonuçlanması halinde yazarın, makalesini başka bir mecrada yayımlama hakkı bulunmaktadır.
- ***Etkileşim***'de yayımlanmış olan bir makalenin başka bir mecrada tıpkı yayımı ya da basımı yapılamaz.
- Makalenin ***Etkileşim***'e gönderimi esnasında 'Etik Kurul Onay Raporu', 'Telif Devir Sözleşmesi' ve intihal oranını gösterir (*Turnitin* veya *iThenticate* üzerinden alınan) belgelerin de dergi editörlüğüne iletilmesi gerekmektedir.
- ***Etkileşim***'e gönderilen makalenin özgün çalışma niteliğinde olması, başka çalışmalardan yararlanılması durumunda akademik ve etik anlayışa uygun şekilde referans gösterilmesi ve alıntılanan eserlerin tamamının makalenin kaynakça kısmında listelenmesi gerekmektedir.
- Makaleye katkı sunmayan kişilere yazar kısmında yer verilmemesine özen gösterilmelidir.
- Makalenin hazırlanma/yayımlanma sürecinde herhangi bir finansal destek

alınması halinde bu durumun ilgili metinde açıkça belirtilmesi gerekmektedir.

- Kontrol ve/veya değerlendirme süreçlerinde makaleye ilişkin bilgi, ham veri ya da ek açıklama talep edilmesi durumunda, söz konusu verilerin ilgili birimlere iletilmesi gerekmektedir.
- Olası bir hata ya da düzeltme gerektiren durumlarda, yazarın editörlerle iletişime geçerek sürece müdahil olması gerekmektedir.
- Yazarın makaleyi geri çekme talebi yalnızca değerlendirme aşamasında kabul edilir. Derginin basım/yayım aşamasında makale geri çekme talebi kabul edilmez.
- Değerlendirme sürecine alınmış makaleler için yazar isimleri ve sorumluluk sıralaması değiştirme talepleri işleme konulmaz.
- Makaleler redaksiyon sürecine tabi tutulduktan sonra basım öncesinde son onay için yazarlara gönderilir.

ETKİLEŞİM DERGİSİ YAYIM SÜREÇ VE İLKELERİ

Yayım Süreci

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi ***Etkileşim***, ulusal hakemli bilimsel bir dergidir.

1. Dergi Editörleri ve Yayım Kurulu gönderilen makalelerin hakem sürecini başlatmadan önce 'Etik Kurul Onay Raporu', 'Telif Devir Sözleşmesi' ve intihal oranını gösterir(*Turnitin* veya *iThenticate* üzerinden alınan) belgelerle birlikte metinleri editoryal ön değerlendirmeye alır.
2. ***Etkileşim***'de "çift kör hakemlik" kuralı uygulanmaktadır. Yazar tarafından gönderilen makale editoryal ön değerlendirmenin ardından ilgili alanda uzman iki ulusal/uluslararası hakeme gönderilir.
3. Hakem raporlarının olumlu gelmesi durumunda makale yayım sürecine alınır.
4. Hakem raporlarından birinin "yayımlanabilir", diğerinin ise "yayımlanamaz" biçiminde gelmesi durumunda makale üçüncü hakeme gönderilir.
5. Her iki hakemden de "yayımlanamaz" raporu gelmesi durumunda, editör, hakem raporlarını, 'yayımlanamaz' kararıyla birlikte yazara iletir.
6. Hakem raporlarından birinin veya her ikisinin birden 'düzeltme kararı' biçiminde gelmesi durumunda makale 'düzeltme' raporlarıyla birlikte yazara iletilir. Yazarın, en geç bir ay içerisinde düzeltmeleri yaparak makaleyi dergi editörlüğüne göndermesi istenir.

7. Yazar, hakem ve Yayın Kurulu'nun gerekçeli değerlendirme, eleştiri ve önerilerini dikkate almakla yükümlüdür. Yapılan değerlendirme, eleştiri ve önerileri onaylamaması durumunda yazar, bunları dergi editörlüğüne rapor halinde iletme hakkına sahiptir.

8. Yazar tarafından düzeltme işlemi tamamlanarak dergi editörlüğüne iletilen makale, Editör ve Yayın Kurulu'nun gerekli görmesi halinde aynı hakemlere yeniden gönderilir. Bu süreçte ilgili düzeltmelerin öneriler doğrultusunda yapılıp yapılmadığına ilişkin yeni bir rapor istenebilir.

9. Makaleler, hakem değerlendirme süreçlerinin tamamlanma tarihleri doğrultusunda sıralanarak yayın listesine alınır.

10. Makaleler, yazım dillerine (Türkçe/İngilizce) göre ilgili editörler tarafından redaksiyon sürecine tabi tutulur. Makaleler, basım/yayım öncesinde son kontrol için yazarlara gönderilir.

11. Dergiye gönderilen makaleler, yayım kapsamına alınsın ya da alınmasın, yazarlara iade edilmez. Ancak yazarlar makalelerini yayım aşamasından önce, gerekçe göstererek geri çekme hakkına sahiptirler.

12. Yayımlanan makaleler için yazara herhangi bir ücret ödenmez ve de yazardan ücret talep edilmez.

13. Makaleler basılı ve dijital olmak üzere ücretsiz erişime açıktır.

Etkileşim Dergisi Yazı Kategorileri

Makaleler

Araştırma Makalesi: İletişim veya sosyal bilimler alanından bir konunun bilimsel araştırma yöntemleriyle elde edilen bulgular doğrultusunda tartışıldığı orijinal bir araştırma içeren, literatür çalışması, yöntem açıklaması ve araştırma bulgu/sonuçlarının aktarıldığı çalışmalardır

Derleme Makale: İletişim veya sosyal bilimler alanındaki bir konuya ilişkin daha önce yapılmış çalışmaların detaylı bir biçimde tarandığı, bu çalışmalardan elde edilen bilgilerin güncel literatürle birlikte yazar tarafından belirlenmiş bir eksen etrafında tartışıldığı çalışmalardır.

***Etkileşim*/Yorum**

Deneme: Yazarın kendi görüşlerinden hareketle iletişim veya sosyal bilimler alanındaki bir fikri tartıştığı, bir konunun önemini gerekçeleriyle vurguladığı çalışmalardır.

Kitap İncelemesi: Bir kitabın konu, içerik, önem bakımından incelendiği ve

değerlendirildiği çalışmalardır. Bu türde yazar(lar) kitaba ilişkin özet bilgilerin aktarımının ardından kitabın konusu ve içeriğine ilişkin değerlendirmelerde bulunarak kitabın amacı, içeriğin kapsayıcılığı, alana katkısı, eksik noktaları hususlarında eleştiriler yapar(lar).

Söyleşi: İletişim veya sosyal bilimler alanında uzman kişi/kişilerle güncel bir konuya ilişkin bakış açılarını sunmak, tartışmaları aktarmak, bu tartışmalardaki eksiklikleri belirlemek ve öneriler sunmak amacıyla yapılan çalışmalardır.

Çeviri: Orijinal metnin yazarı ile basım yerinden izin alınarak ve metne birebir bağlı kalınarak hazırlanan iletişim veya sosyal bilimler alanındaki Türkçe-İngilizce, İngilizce-Türkçe çalışmaları kapsamaktadır.

Açık Erişim Politikası

Etkileşim'in tüm sayı ve ilgili içeriklerine, Budapeşte Açık Erişim Girişimi'nin politikalarına uygun olarak internet üzerinden ücretsiz bir şekilde erişilebilmektedir. Okurlar, ticari olmayan amaçlarla, yayıncı ya da yazardan izin almadan dergi makalelerinin tam metnini okuyabilir, indirebilir, kopyalayabilir, arayabilir ve link sağlayabilir. Açık erişimli makaleler Creative Commons Alıntı-GayrıTicari-Türetilemez 4.0 Uluslararası (CC BY-NC-ND 4.0) olarak lisanslıdır.

Telif Hakları

Açık erişim anlayışını benimseyen ***Etkileşim*** dergisinde "daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış, yayıma kabul edilmemiş ve/veya değerlendirilmek üzere başka bir dergiye gönderilmemiş" çalışmalar değerlendirmeye alınır. Makalenin DergiPark üzerinden iletilmesi sürecinde yazarlar ilgili sistemde yer alan 'Telif Devir Sözleşmesi' formunu imzalı olarak yükler ve çalışmanın yayın haklarını ***Etkileşim***'e devreder. Söz konusu form aşağıdaki bilgileri içerir:

> "Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi ***Etkileşim***'e, yayımlanmak üzere gönderdiğim/gönderdiğimiz …. başlıklı çalışmanın başka bir mecra/yerde yayımlanmadığını ve yayım sürecinde bulunmadığını, çalışmanın hakem raporları sonucunda yayıma kabulü halinde bütün yayın haklarını ***Etkileşim***'e devrettiğimi beyan ederim/ederiz."

Lisans Bilgisi

Etkileşim'de yayımlanmış olan tüm metinler, fikri mülkiyet ve telif hakları mevzuatı esas alınarak, ticari olmayan amaçlar doğrultusunda, atıf yapılarak kullanılabilir; ticari amaçlarla kısmen ya da tamamen çoğaltılamaz ve türetilemez. Yazarlara ait içeriklerinin tamamı Creative Commons Alıntı-GayriTicari-Türetilemez 4.0 Uluslararası (CC BY-NC-ND 4.0) ile lisanslanmaktadır. Creative Commons'ın işaret ettiği çerçeve Etkileşim tarafından da benimsenmektedir:

Creative Commons'ın işaret ettiği çerçeve ***Etkileşim*** tarafından da benimsenmektedir:

Paylaş: Eseri her ortam veya formatta kopyalayabilir ve yeniden dağıtabilirsiniz. Lisans şartlarını yerine getirdiğiniz sürece, lisans sahibi bu özgürlükleri (belirtilen hakları) iptal edemez.

Atıf: Uygun referans vermeli, lisansa bağlantı sağlamalı ve değişiklik yapıldıysa bilgi vermelisiniz. Bunları uygun bir şekilde yerine getirebilirsiniz fakat bu, lisans sahibinin sizi ve kullanım şeklinizi onayladığını göstermez.

GayriTicari: Bu materyali ticari amaçlarla kullanamazsınız.

Türetilmez: Eğer materyali karıştırdınız, aktardınız ya da materyalin üzerine inşa ettiyseniz, değiştirilmiş materyali dağıtamazsınız.

Ek sınırlamalar yoktur: Lisansın sağladığı izinlerin kullanımını kanunen kısıtlayacak yasal koşullar ya da teknolojik önlemler uygulayamazsınız.

ETKİLEŞİM PUBLICATION POLICY

ETHICAL PRINCIPLES AND STAKEHOLDER RESPONSIBILITIES

Ethical Principles

Etkileşim (***Interaction***), the Academic Journal of Üsküdar University, Faculty of Communication (henceforth, "the journal"), undertakes to carry out publication ethics within the framework of the standards set by internationally accepted academic institutions, particularly "Committee on Publication Ethics (COPE)". In this context, the authors are responsible for the opinions, thoughts and comments in the articles and Üsküdar University cannot be held responsible. Studies containing hate speech, discrimination, marginalization and similar unethical expressions are not taken into consideration. Scientific and academic ethical understanding is based on all stages of evaluation, acceptance and publication of articles. In cases such as the use of fake or fraudulent data, the application of unethical techniques / methods in studies conducted with humans or animals, and the detection of quoting from other sources without reference; the relevant study is not evaluated, and elements mentioned above are reported to the author. The published texts can be used with reference, based on intellectual property and copyright legislation, for academic purposes. They cannot be reproduced partially or completely for commercial purposes. The 'Ethical Principles' of the journal also operate within the framework of the responsibilities of journal stakeholders.

Ethics Committee Permission

Within the framework of the ethical approach adopted by ***Etkileşim***'s nationally and internationally valid academic studies and research rules, the types of research that require the author to obtain 'ethics committee permission' from the relevant institution are as follows:

- Survey, focus group, observation, experiment, interview techniques and all kinds of research conducted with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using questionnaire,
- Studies in which humans and animals (including material / data) are used for experimental or other scientific purposes,
- Clinical research on humans,
- Experimental research on animals,
- Retrospective studies in accordance with the Law on Protection of Personal Data ("PPDL").

Also;

- To obtain "informed consent form" for case reports,
- To obtain permission from the owners for the use of scales, question-

naires, photographs and similar visual materials belonging to others and including this information in the relevant sections,

- It must be declared that intellectual and artistic works used comply with the copyright regulations.

In this regard, details of the "Ethics Committee Approval" should be included in the article and the "Ethics Committee Approval Report" should be uploaded to the system while the article is sent to ***Etkileşim*** via DergiPark. If required, the editorial board has the right to request detailed information from the author on this subject. Studies that require "Ethics Committee Approval" but do not present the report will not be evaluated.

Stakeholder Responsibilities

Editorial Board / Editors

The Editorial Board / Editors (Managing Editor, Editor, Assistant Editors, Language Editors, Web Editors, Secretariat) of ***Etkileşim*** are responsible for all kinds of content published in the journal and undertake the following roles and obligations in line with the relevant articles:

- Undertaking all kinds of responsibilities regarding legal processes in line with job descriptions,
- To provide information to the author and the reader upon request,
- To strive for the development of ***Etkileşim***,
- Supporting freedom of thought and expression,
- To stand against hate speech, discrimination and marginalization,
- To be respectful to ethical principles and intellectual rights,
- To carry out all processes transparently in accordance with accountability criteria.

Reviewers

Referees who are experts in their fields employ blind reviewing without compromising academic and ethical principles. Referees must comply with the following rules during the article evaluation process:

- Notifying the editorial board about the studies outside the field of expertise,
- Keeping author names confidential or not trying to communicate with the author,
- Conducting all kinds of communication with the editors through the offi-

cial digital channels of ***Etkileşim***,

- Carrying out the article evaluation process in line with the principle of confidentiality,
- Not compromising the principle of objectivity in evaluation,
- In the event of any conflict of interest, requesting a rejection of the review and reporting it to the editors,
- Bearing in mind that the assessment is only focused on work, and personal perspective and approach style differences are not allowed to affect the evaluation process,
- Preparing the evaluation report by adhering to the scientific attitude and understanding, without going beyond the limits of academic respect and courtesy,
- Referees involved in the evaluation process are required to adopt the journal's publishing policy, ethical principles and editorial attitude.

Authors

Authors who submit articles to ***Etkileşim*** are expected to perform in accordance with ethical principles and publication principles. In this context, authors must comply with the following rules set by the editorial board:

- The article cannot have been published in digital or printed media.
- The article cannot be published in any other medium without informing the journal management. However, if the author withdraws the article or the evaluation results negatively, the author may publish his article in another medium.
- An article published in ***Etkileşim*** cannot be just published or printed in another medium.
- During the submission process, the "Ethics Committee Approval Report", "Copyright Transfer Agreement" and the documents showing the plagiarism rate (received via *Turnitin* or *iThenticate*) should also be submitted to the editorial board.
- If the article is an original study, it should be referred to in accordance with the academic and ethical understanding in case of benefiting from other studies, and all of the cited works should be listed in the bibliography.
- Those who do not contribute to the article should not be included in the author section.
- If any financial support is received during the preparation / publication of

the article, this should be clearly stated in the relevant text.

- If information, raw data or annotation is requested regarding the article during the evaluation processes, the data should be forwarded to the relevant units.
- In cases where a possible error or correction is required, the author should be involved in the process by contacting the editors.
- The author's request to withdraw the article is accepted only at the evaluation stage. Article withdrawal requests are not accepted at the printing / publication stage of the journal.
- Requests for changing author names and order of responsibility are not processed for articles taken into the evaluation process.
- After the articles are edited, they are sent to the authors for final approval before printing.

ETKİLEŞİM JOURNAL PUBLICATION PROCESS AND PRINCIPLES

Publication Process

Üsküdar University Faculty of Communication Academic Journal ***Etkileşim*** is a national refereed scientific journal.

1. Before the review process, Editors and Editorial Board pre-evaluate the manuscripts together with the "Ethics Committee Approval Report", the "Copyright Transfer Agreement" and the documents (obtained through *Turnitin* or *iThenticate*).
2. The journal employs double-blind refereeing system. The article sent by the author is sent to two national / international referees, who are experts in the relevant field, after the editorial pre-evaluation.
3. After the evaluation and the referee report, the article is ready to be published.
4. In case of two different referee reports, the article is sent to the third referee.
5. In case of "unpublished" report from both referees, the editor submits the referee reports to the author together with the "not published" decision.
6. If one or both of the referee reports indicate correction, the article is sent to the author together with the correction reports. The author is asked to make corrections within one month at the latest and send the article to the editor of the journal.
7. The author is obliged to take into account the evaluation, criticism and suggestions of the referee and the Editorial Board. In the event that the

evaluation, criticism and suggestions are not approved, the author has the right to report them to the editor of the journal.

8. The article, which is sent to the editor of the journal after the correction process is completed by the author, is sent again to the same referees if deemed necessary by the Editor and the Editorial Board. In this process, a new report may be requested regarding whether the relevant corrections have been made in line with the recommendations.
9. The articles are listed in the publication list in line with the completion dates of the referee evaluation processes.
10. Articles are subject to the editing process by the relevant editors according to their language (Turkish / English). Articles are sent to the authors for a final check before publication.
11. Articles are not returned to the authors, regardless of whether they are included in the scope of publication or not. However, authors have the right to withdraw their manuscripts before the publication stage with a justification.
12. No fee is paid to the author and no fee is charged for the published articles.
13. Articles are available free of charge in print and digital.

Etkileşim Journal Article Categories

Articles

Research Article: These are the studies that include an original research in which a topic in the field of communication or social sciences is discussed in line with the findings obtained by scientific research methods, and where the literature study, method description and research findings / results are conveyed.

Review Article: These are studies in which previous studies on a subject in the field of communication or social sciences are reviewed in detail, and the information obtained from these studies is discussed with the current literature within a frame determined by the author.

***Etkileşim*/Comment**

Essay: These are the studies in which the author discusses an idea in the field of communication or social sciences based on his own views and emphasizes the importance of a subject with its reasons.

Book Review: These are the studies where a book is examined and evaluated in terms of subject, content and importance. Author(s), after giving some in-

formation about the book, make evaluations about the subject and content. Then they make criticisms about the purpose of the book, its content, its contribution to the field, and its missing points(s).

Interview: These are studies conducted with the experts in the field of communication or social sciences to present their perspectives on a current issue, to convey discussions, to identify the inadequacies in these discussions and to offer suggestions.

Translation: It includes Turkish-English, English-Turkish studies in the field of communication or social sciences, with the permission of publication and strictly adhering to the text.

Open Access Policy

All issues and related content of ***Etkileşim*** can be accessed free of charge on the internet in accordance with the policies of the Budapest Open Access Initiative (BOAI). Users are allowed to read, download, copy, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author for non-commercial purposes. This is in accordance with the BOAI definition of open access. The open access articles in the journal are licensed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license.

Copyright

In ***Etkileşim***, which adopts an open access approach, studies that have not been published anywhere before, not accepted for publication and /or have not been sent to another journal, are evaluated. In the process of submitting the papers via DergiPark, the authors upload the "Copyright Transfer Agreement" form in the relevant system with a signature and transfer the publication rights to ***Etkileşim***. The form contains the following information:

> "I hereby declare that the work titled … I / we have submitted is not published elsewhere and is not in the publication process. In the event that the manuscript is accepted for publication, the copyrights will be held by ***Etkileşim***, Academic Journal of Üsküdar University, Faculty of Communication."

License Notice

The published texts can be used with reference, based on intellectual property and copyright legislation, for non-commercial purposes in ***Etkileşim***. They cannot be reproduced partially or completely for commercial purposes. All content is licensed under Creative Commons Attribution NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0).

The framework pointed out by Creative Commons is adopted by ***Etkileşim***:

Share: Copy and redistribute the material in any medium or format. The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.

Attribution: You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made. You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.

NonCommercial: You may not use the material for commercial purposes.

NoDerivatives: If you remix, transform, or build upon the material, you may not distribute the modified material.

No additional restrictions: You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

YAZIM ESASLARI
BİÇİMSEL ÖZELLİKLER VE KAYNAKÇA

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi ***Etkileşim***, aşağıda belirtilen yazım kuralları doğrultusunda yayımlanmaktadır.

Biçimsel Özellikler

• Yazılarda sayfanın üst, alt, sol ve sağ kenarlarından 2,5 cm boşluk bırakılmalıdır. Makalenin gövde metni 1,5 satır aralığı, kaynakça ise 1 satır aralığı ile yazılmalıdır.

• Sayfa numaraları sağ alt köşede yer almalıdır.

• Derginin dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce yazılmış çalışmalar da yayımlanabilir. Dergiye gönderilen yazıların dil bilgisi kurallarına uygunluğu dil editörleri tarafından yapılır. Türkçe makalelerin dil bilgisi, kısaltma vb. kurallarında Türk Dil Kurumu Yazım Kılavuzu esas alınır.

• Türkçe yazılan makalelerde, makalenin giriş kısmından önce Türkçe *özet* ve ardından İngilizce *abstract*; İngilizce yazılan makalelerde ise makalenin giriş kısmından önce İngilizce *abstract* ve ardından Türkçe *özet* yer almalıdır.

• Makaleler, *öz/abstract* ve *kaynakça* dâhil 30 sayfayı geçmemelidir.

• Makalenin giriş kısmından önceki kesitini oluşturan Türkçe/İngilizce makale başlıkları, *öz/abstract*, beş *anahtar kelime/ keywords* toplamda 300 sözcüğü aşmamalıdır.

• Makale başlığının tümü ya da başlığı anlatmaya yeterli kısaltması, makalenin editöre gönderildiği elektronik postada belirtilmelidir.

• Makale başlığı (ana başlık) 14 punto, büyük harflerle, koyu renkte ve sayfaya ortalanmış şekilde yazılmalı; ara başlıklar ise koyu renk, 12 punto ve sola yaslı olup, başlıkta yer alan sözcüklerin baş harfleri büyük, diğer harfler ise küçük olarak yazılmalıdır.

• Yazar(lar)ın adı ve soyadı makalenin ana başlığının altında, ana başlığı ortalayacak biçimde ve soyadı büyük harflerle yazılarak yerleştirilmelidir. Soyadı bitiminde üst yıldız * verilerek yazara ait bilgiler (kurum bilgileri, iletişim bilgileri ve Orcid numaraları) dipnot olarak, Times New Roman ile sayfanın her iki yanına yaslanarak ve yalnızca ilk sayfada görülecek biçimde 10 punto ve 1 aralık boşlukla yazılmalıdır.

• *Öz/Abstract* başlıklarında ilk harf büyük, sola yaslı, 12 punto ve düz/bold yazı tipi kullanılmalıdır. *Öz/Abstract* metinleri ve *Anahtar Kelimeler/Keywords* düz yazı tipi, 11 punto ve 1.5 satır aralığı kullanılarak yazılmalıdır.

• Makale metni, sayfanın her iki yanına yaslanacak biçimde, Times New Roman, 12 punto ve 1.5 satır aralığı ile yazılmalı; paragraf girintisi 1,25 cm olarak tasarlanmalıdır. Metin içerisindeki başlıklardan önce bir satır boşluk bırakılmalıdır.

• Metinde aktarılan; gazete, kitap, dergi, sanat eserleri, bilgisayar oyunları, mobil uygulamalar ve marka isimleri gibi ifadeler eğik(italik) olarak yazılmalıdır.

• Dipnotlar sayfanın her iki yanına yaslanacak biçimde Times New Roman karakter ve 10 punto ile yazılmalı; 1 satır aralığı verilmeli ve dipnottan sonra bir boşluk bırakılarak başlatılmalıdır.

• Kaynakça metni 11 punto ve tek satır aralığı kullanılarak, yazılmalıdır. Eser bilgilerinin bir satırdan uzun olması durumunda sonraki satır(lar) 1,25 cm girintiyle başlatılmalıdır. Aynı yazarın birden fazla eserinin kullanıldığı durumlarda, ilk eserden sonraki tekrarlarda yazarın ismi yerine düz çizgi kullanılır.

• COPE ilkeleri ve akademik çalışma kriterleri gereği, etik kurul onayı çalışma alanına bağlı olarak alınmalı ve çalışmada detaylarıyla belirtilmelidir.

• Makalenin değerlendirilmeye alınabilmesi için *Turnitin/iThenticate* intihal raporunun %25'in altında olması gerekmektedir. Benzerlik oranı %25'i aşan makaleler değerlendirme sürecine alınmamaktadır.

Kaynak Gösterme Kuralları

• Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi ***Etkileşim***'de American Psychological Association Kuralları'nın (APA) **5.0 versiyon** metin içi kaynak gösterme yöntemi kullanılır.

• Metin içi atıflarda sırasıyla, yazar(lar)ın ad(lar)ı ve eserin yayım yılı beraber, atıf yapılan kısmın alındığı sayfa numarası da yazılarak belirtilmelidir. Örneğin, (Tarhan, 2006: 125).

• Ek bilgi niteliğinde olup; metin içerisinde verildiğinde metnin akış bütünlüğünü bozacağı düşünülen açıklama ve ayrıntılar 1, 2, 3 şeklinde numaralandırılarak sayfa altı dipnot düzenlemesiyle verilmelidir.

• Sayfa altı açıklamalara ilişkin kaynak gösteriminde de (APA); yani metin içi kaynak gösterme biçimi kullanılmalıdır.

• Yararlanılan kaynaktan yapılan ve 40 sözcüğü geçmeyen birebir alıntılar, metin içerisinde çift tırnak içinde verilir. 40 kelimeyi geçen birebir alıntılamalarda her iki taraftan eşit paragraf girintisi (sol ve sağ kenarlardan 1.25 cm) bırakılmalı ve paragraf başları 2 cm içeriden başlamalıdır. Alıntılanan metin, tırnak kullanılmadan, 10 punto ve tek satır aralığında aktarılmalıdır.

• Yazar adına metin içerisinde gönderme yapılması durumunda, kaynak gösterilirken, parantez içerisine yazarın adı tekrar yazılmayıp; yayının yılı ve

alıntı yapılan sayfa numarasının yazılması yeterlidir. Örneğin, (2006: 25).

• Gönderme yapılan eser iki yazarlı ise, her iki yazarın da soyadları belirtilmeli (Alemdar ve Erdoğan, 2001: 54); yazarlar ikiden fazlaysa, ilk yazarın soyadından sonra "*ve diğerleri*" anlamında "*vd.*" kısaltması kullanılmalıdır. (Alemdar vd. 1998: 32).

• Birden fazla kaynağa yapılan göndermeler aynı parantez içinde noktalı virgülle birbirinden ayrılarak yazılmalıdır. Örneğin, (Tokgöz, 2011: 152; Oskay, 1985: 43).

• Ardışık sayfalardan alıntı yapılması durumunda kaynak gösterimi (Baudrillard, 2004: 20, 38 ve 52) biçiminde yapılmalıdır. Aralıklı ardışık sayfalardan yapılan alıntılarda ise kaynak gösterimi (Bauman, 2012: 20-24, 48-56) biçiminde olmalıdır.

• Aynı yazara ait farklı çalışmların aynı parantezde verilmesi halinde, geçmişten güncele, yıl sırası takip edilir ve yazar soyadı göndermenin başına bir kez yazılır. Örneğin, (Güngör, 1989, 2008, 2011).

• Aynı yazarın, aynı yıl yayımlanmış birden fazla eserinin kullanılması durumunda alıntılanma sırasına göre her bir kaynak, yayın yılına a, b, c harfleri eklenerek diğerlerinden ayırt edilecek biçimde gösterilmelidir. Örneğin, (McQuail, 1987a: 55) (McQuail, 1987b: 40).

• Eserin yazarı bilinmiyorsa ya da çalışmada yazar adı belirtilmemişse alıntı yaparken parantez içinde eserin adının ilk birkaç sözcüğü kullanılır. Bu tür bir yapıta gönderme yapılırken kitabın adı eğik (italik) olarak yazılır ve ardından tarih belirtilir. Örneğin, (*Yazılı Basın Değer Zinciri Araştırması*, 2017: 23).

• Çalışmalarda birincil kaynaklara ulaşmak esastır. İkincil kaynaklar ancak orijinal kaynağa bilinen yollardan erişilemediği ve birincil kaynağın dilinin az kullanılan bir dil olması gibi istisnai durumlarda kullanılabilir. Örneğin, (Storey, 1997: 21'den akt. Güngör, 2016: 297).

• Yazarı belli olmayan elektronik kaynak, gazete haberi gibi kaynakların alan adı ve yayın tarihi belirtilmelidir. Atıf yapılan kaynağın ismi eğik (italik) olarak yazılır. Kaynağın erişilebileceği URL ise sadece kaynakçada verilmelidir. Örneğin, (*Radikal*, 23 Mart 2016).

• Sosyal medya hesaplarındaki iletilere yapılan göndermelerde ileti yazarının adı ve iletiyi yazdığı yıl belirtilmelidir. Örneğin, (Aziz, 2018).

• Metin içerisinde gönderme yapılan Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi, Başbakanlık Osmanlı Arşivi vb. arşiv belgelerine; (BCA. 30.10 / 1.2.12) ya da (BOA. DH-SYS. 65/7) örneğinde olduğu biçimde arşiv tarafından verilen numaralar ile gönderme yapılmalıdır.

• Çeviri eserlerin kaynak gösteriminde ise yazarın adı esas alınır. Çevirenin adı kaynakçada gösterilir. Örneğin, (Fiske, 1996: 25).

• Derleme kitaplardan alıntı yapılması durumunda, alıntı yapılan makalenin yazarının adına gönderme yapılması esastır. Makalenin yer aldığı derleme kitabın tam künyesi kaynakçada gösterilir. Örneğin, (Tezcan, 2017: 102).

• Ekler (belgeler), çalışmanın sonunda ek ya da belgenin içeriği hakkında kısa bir bilgi ile verilmeli; bilimsel kaynak gösterme ölçütlerine uygun biçimde kaynakçada da yer almalıdır. Tablo, şekil ve grafik gibi diğer ekler; *Ek Tablo:1*, *Ek Grafik:1*, *Ek Şekil:3* örneklerinde olduğu biçimde yazılmalıdır.

• Metin içerisinde yer alan tablo, şekil ve grafikler adlandırılarak; hangi kaynaktan alıntı yapılmışsa, tablonun, şeklin veya grafiğin hemen altında yine APA yöntemiyle mutlaka belirtilmelidir.

Kaynakçanın Düzenlenmesi

• Kaynakçada, metinde alıntı yapılan ve göndermede bulunulan kaynaklara eksiksiz olarak yer verilir.

• APA 5.0 kurallarına göre, kaynakça, eserlerin ilk yazarlarının soyadına göre alfabetik sırayla oluşturulur.

• Kaynakçada aynı yazarın birden çok eseri yer alıyorsa, eserler yayın tarihleri dikkate alınarak kendi içlerinde sıralanır. Aynı yıl içerisinde yayımlanmış birden fazla eserin kaynakçada yer alması durumunda ise, eserlerin, makaledeki alıntılanma sırasına göre harf (a, b, c, …) şeklinde verilerek listelenmesi gerekir.

• Aşağıda belirtilen kaynak gösterme biçimleri kapsamında yer almayan eserlerin kaynak gösteriminde APA'nın son versiyonu dikkate alınır.

BASILI YAYINLAR

Tek Yazarlı Kitap

Odabaşı, İ. A. (2017). *Milli sinema: Osmanlı'da sinema hayatı ve yerli üretime geçiş*. İstanbul: Dergah Yayınları.

İki Yazarlı Kitap

Kocabaş, F. ve Elden, M. (2015). *Reklamcılık: Kavramlar kararlar kurumlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Çok Yazarlı Kitap

Topsümer, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (2009). *Reklam ve halkla ilişkilerde hedef kitle*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Çeviri Kitap

Fiske, J. (1999). *Popüler kültürü anlamak* (S. İrvan, çev.). Ankara: Ark Yayınları.

Gözden Geçirilmiş ya da Genişletilmiş Baskı

Alemdar, K. (2001). *İletişim ve tarih* (Genişletilmiş 2. baskı). Ankara: Ümit Yayıncılık.

Derleme Kitap

Güngör, N. (der.). (2011). *Cumhuriyet döneminde iletişim, kurumlar-politikalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Derleme Kitapta Makale/Bölüm

Tezcan, A. (2017). Ahmet Emin Yalman. K. Alemdar (der.), *Türkiye'de kitle iletişimi dün-bugün-yarın* (102-116). Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Hakemli Dergide Makale

Baran, D. (2016). Tasarımın diyalektiği: Diyalektik kavrayışla tasarım kavramına dokunma denemesi. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *3*(2), 93-127.

Dergide Makale

Köstepen, E. (Şubat 2009). İşgalleri izlerken savaş filmi yapmak. *Altyazı Aylık Sinema Dergisi,* 81, 48-53.

Ansiklopedi/Başvuru Kitabından Bölüm ya da Yazı

Ebuzziya, Z. (1988). Basiretçi Ali Efendi. *İslâm Ansiklopedisi* (388-389). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.

Basılı Gazeteden Alıntı (Yazarlı)

Sazak, D. (4 Haziran 1997). Medyada yeni stratejiler. *Milliyet*. 17.

Basılı Gazeteden Alıntı (Yazarsız)

Hürriyet. (6 Nisan 2018). Aydın Doğan, Doğan Medya'ya veda etti. 3.

Yayınlanmamış Tez

Devrimsel, M. (2020). *Renklerin indirim algısına etkisi üzerine bir nöropazarlama araştırması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Basılı Bildiri

Tutar, C. (2019). Dijitalleşen dünyanın gündelik yaşam aktivitelerinde kendilik kaygısının yükselişi. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu,* (661-686). İstanbul: Üsküdar Üniversitesi.

ONLINE YAYINLAR

İnternette Yayınlanan DOI Atanmış Makale

West, A. (2011). Reality television and the power of dirt: Metaphor and matter. *Screen*, *52*(1), 63-77. doi:10.1093/screen/hjq050.

İnternette Yayınlanan DOI Atanmamış/Ücretsiz Erişime Sahip Makale

Haigh, M. M. ve Dardis, F. (2012). The impact of apology on organization – public relationships and perceptions of corporate social responsibility. *Public Relations Journal, 6*(1), http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2012HaighDardis.pdf. 28 Şubat 2015.

Web Sayfası/Blog Gönderisi

Bordwell, D. (18 Haziran 2013). David Koepp: Making the world movie-sized. http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/. 11 Ocak 2016.

Gazete İnternet Sitesinden Alıntı (Yazarlı)

Özgüven, F. (13 Ekim 2011). Bienal kıyısından şehre bakmak. *Radikal*. http://www.radikal.com.tr/yazarlar/fatih_ozguven/bienal_kiyisindan_sehre_bakmak-1066167. 2 Nisan 2014.

Gazete İnternet Sitesinden Alıntı (Yazarsız)

Reuters. (13 Ekim 2013). The top films at the North American box office. http://www.reuters.com/article/2013/10/13/boxoffice-chartidUSL1N0I30A520131013. 15 Nisan 2014.

Sosyal Medya Hesabından Alıntı

Aziz, A. (11 Mart 2018). https://twitter.com/ayselaziz/status/972760357545697281 (ileti). 1 Eylül 2018.

Online Sözlük

Working Class. (2014). *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Washington: CQ Press. http://search.credoreference.com/content/entry/cqpresssomedpol/working_class. 17 Aralık 2015.

Online Ansiklopedi

Friend, C. (tarih yok). Social contract theory. J. Fieser ve B. Dowden (der.), *Internet Encyclopedia of Philosophy*. http://www.iep.utm.edu/soc-cont/. 28 Haziran 2014.

Wikipedia Maddesine Atıf

Post-Structuralism. (tarih yok). *Wikipedia*. http://en.wikipedia.org/wiki/Post-structuralism. 14 Temmuz 2013.

Filme Atıf

Demirkubuz Z. (Yön.). (2006). *Kader* [Sinema Filmi]. İstanbul: D Yapım Reklamcılık ve Dağıtım A.Ş.

***YouTube* ve Diğer Video Paylaşım Siteleri**

ChallengingMedia. (4 Ekim 2006). *Representation & the media: Featuring Stuart Hall* [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=aTzMsPqssOY. 25 Aralık 2006.

AUTHOR GUIDELINES
FORMAT AND REFERENCES

Below are the paper submission rules of ***Etkileşim (Interaction)*** Üsküdar University Faculty of Communication Academic Journal.

Format Properties

• Page set up: 2,5 cm from top, bottom, both left and right. In text line spacing should be 1.5. In references, line spacing should be single.

• Page numbers should be placed at the bottom on the right.

• The main language of the journal is Turkish, contributions in English are also accepted. Revisions regarding to principles may be made by editors/ co-editors. Revisions regarding language use, punctuation and abbreviations will be based on the most recent edition of the spelling guide of Turkish Language Institution.

• For Turkish written manuscripts, there should be an English abstract followed by the Turkish abstract before the introduction part. For English written manuscripts, there should be a Turkish abstract followed by English abstract before the introduction part.

• Maximum length of the manuscripts should be 30 pages including the abstracts and references.

• Abstracts, both in Turkish and English, should be no longer than 300 words including the main title in English and Turkish and five keywords for both languages.

• Title of the article or a clear short version of the title should be indicated in the e-mail which is sent to the editor with article attached.

• The article title should be 14 point bold, centered and all in upper-case. The subtitles should be left-aligned, 12 point, bold and title case (with first letter of each word in upper-case).

• Name and surname of the author(s) should be placed under the main title, centered, and surname written in capitals. After surname, superscripted asterisk (*) should be placed and information regarding the author/authors' institutions, contact information and Orcid numbers must be written in Times New Roman 10 point and single line space that should be seen only in the first page of the article, justified in footer.

• Abstract heading should be title case, left-aligned, 12 point and bold. *Abstracts* and *Keywords* should be 11 point and 1.5 line spaced.

• Text should be justified, written in Times New Roman 12 points, 1,5 line spacing. New paragraphs should be 1,25" left indented. There should be a single space before the titles within the text.

• Expressions in the text, such as newspapers, books, magazines, artworks, computer games, mobile applications and brand names should be written in italic.

• Footnotes should be justified, written in Times New Roman 10 points, single line spacing. Text should start with a space after the footnote.

• References should be 11 point with single spacing. If the information is longer than a line, the next line(s) should start with 1,25 indent. In cases where more than one work of the same author is used, a straight line is used instead of the author's name in repetitions after the first work.

• For research in all disciplines and for research requiring an ethical committee decision regarding clinical, experimental, human and animal studies; ethics committee approval must be obtained separately.

• In order to evaluate the studies, the level of similarity should be less than 25% in *Turnitin*/*IThenticate* plagiarism report. Studies with similarity rates above 25% will not be considered.

References

• In Üsküdar University Faculty of Communication Academic Journal ***Etkileşim (Interaction)***, the only referencing method that can be used is referencing within the main text method, that is to say APA 5.0.

• Therefore, references should be mentioned within the main text by indicating author's surname, publication date and page number cited within parenthesis (Tarhan, 2006: 125).

• Extra explanations regarding the main text and other remarks should be given in footnotes. These notes should be numbered within the text as 1, 2, 3 and should be given at the end of the page with respective order and corresponding remarks.

• The footnotes for the remarks that are given at the end of the page should also be referred with referencing within the main text method, (APA).

• When quoting in the paper, if a direct quote is less than 40 words, incorporate it into your text and use quotation marks. If a direct quote is more than 40 words, make the quotation a free-standing indented block of text and do not use quotation marks. The quotation should be single spaced.

• If the author's name is given in the main text, only the publication year and page number should be given within parenthesis. (2006: 25).

• If there are two co-authors, both authors' surname should be mentioned: (Alemdar and Erdoğan, 2007: 19). If there are more than two co-authors, "et. al" should be included (Alemdar et al, 2004).

• If multiple references are made for the same subject, resources should be separated by semicolon (Geray, 2005: 31; Moran, 2006: 37).

• Consecutive pages should be referenced as (Baudrillard, 2004: 20, 38 and 52). Non-consecutive pages should be referenced as (Bauman, 2012: 20-24, 48-56).

• If multiple publications with same author and same publication year will be referenced, these publications should be differentiated by adding a, b, c, etc to the publication year, (McQuail, 1987a: 55) (McQuail, 1987b: 40).

• If the author is unknown or not mentioned, first words of the study is used in parenthesis. It should be in italic and the date should be mentioned afterwards.

• It is essential to reach primary sources, however, if can not be reached due to some hardships, the source cited should be mentioned. E.g. (Güngör, 1997: 21 as cited in Storey, 2016: 297).

• In electronic sources with no author, source's domain name and publication date should be specified (Radikal, 23 March 2016). The URL will be given only in the references.

• References to messages in social media accounts must specify the name of the writer and the year in which the message was written. For instance: (Gates, 2013).

• Archive documents such as State Archives of the Prime Ministry, Ottoman State Archives referred within the text should be specified as (BCA. 30.10 / 1.2.12) or (BOA. DH-SYS. 65/7).

• Referencing translated works, name of the author is essential, (Fiske, 1996: 25). Translator's name is specified in the references.

• If cited from an edited book, author's name of the article should be specified. Full identity of the edited book including the article should be presented in the references.

• Attachments (documents), shall be presented at the end of the text and down below should be a brief information as to the content of the document and proper citation in line with the relevant criteria. Other attachments (Table, Figure, Graphs) will be presented as Additional Table: 1, Additional Graph: 1 and Additional Figure 3 after the references.

• Figures, graphs and maps within the text should be titled right under and cited source should be given according to APA rules.

Organizing References

• The list of references should only include the resources, which were referred in the article.

• According to the APA 5.0 rules, references should be sorted alphabetically by the surname of the first authors of the sources.

• If there exists more than one work of an author with the same date in the references, expressions "a, b, c" should be used to distinguish them from each other and this should be adhered to in the references in the text and in the references section.

• The latest version of APA is taken into account for the works that are not included in the citation formats specified below.

PRINTED PUBLICATIONS

Book with One Author

Innis, H. (1950). *Empire and communication*. Oxford: Clarendon Press.

Book with Two Authors

Horkheimer, M. and Adorno, T. W. (1972). *Dialectic of enlightenment*. New York: Continuum.

Book with Multiple Authors

Leiss, W., Kline, S. and Jhally, S. (1986). *Social communication advertising*. New York: Macmillan.

Translated Book

Barthes, R. (1983). *Mythologies* (A. Lavers, trans.). New York: Hill and Wang.

Edited Book

Durham, M. and Kellner, D. (eds.). (2001). *Media and cultural studies: Keyworks*. Maiden, MA: Blackwell.

Chapter/Work in an Edited Book

Graham, A. (1996). Are you now or have you ever been? Conspiracy theory and the X-Files. D. Lavery, A. Hague and M. Cartwright (eds.), *Reading The X-Files* (52-62). Syracuse, NY: Syracuse University Press.

Article from a Peer-Reviewed Journal

Thomas, E. R. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, *3*(1), 3-37.

Magazine Article

Tseëlon, E. (1998). Fashion, fantasy and horror. *Arena*, 12, 117.

Newspaper Article with Author

Laughland, O. (7 May 2018). Fate of Iran nuclear deal at stake as UK foreign secretary heads to Washington. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/world/2018/may/06/iran-nuclear-deal-donald-trump-boris-johnson.

No Author

The Australian. (1 October 2009). Parential attitude key to healthier drinking habits. https://aifs.gov.au/publications/parenting-influences-adolescent-alcohol-use/5-parental-family-and-broader-environmental.

Unpublished Thesis / Dissertation

Montes, A. L. G. (2014). *The use and perception of English in Brazilian magazine advertisements* (Unpublished Ph.D. thesis). Arizona State University, USA.

Conference Paper/Proceedings

Strömbäck, J. and Luengo, Ó. G. (2006). Framing and election news coverage in Spain and Sweden. E. Yüksel (ed.) *4th International Symposium Communication in the Millennium* (75-86). Eskişehir, Turkey: Anadolu University.

ONLINE REFERENCES

Articles with DOI Assigned

West, A. (2011). Reality television and the power of dirt: Metaphor and matter. *Screen*, *52*(1), 63-77. doi:10.1093/screen/hjq050.

Article with no DOI Assigned/Freely Available Online

Haigh, M., Dardis, F. (2012). The impact of apology on organization – public relationships and perceptions of corporate social responsibility. *Public Relations Journal*, *6*(1), http://www.prsa.org/Intelligence/PRJournal/Documents/2012HaighDardis.pdf. 2 May 2015.

Web Page/Blog Post

Bordwell, D. (18 June 2013). David Koepp: Making the world movie-sized. http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/. 11 January 2016.

Newspaper Article (with author)

Sullivan, M. (28 July 2014). It's time to push back when government controls the message. *The New York Times*. 21 March 2017.

Newspaper Article (no author)

Reuters. (13 October 2013). The top films at the North American box office. 7 November 2014.

Citing Social Media

Gates, B. (26 February 2013). https://twitter.com/BillGates/status/306195345845665792. 1 August 2016.

Online Dictionary

Working Class. (2014). *Encyclopedia of Social Media and Politics*. Washington: CQ Press. http://search.credoreference.com/content/entry/cqpress-somedpol/working_class. 17 December 2015.

Online Encyclopedia

Friend, C. (n.d). Social Contract Theory. J. Fieser ve B. Dowden (eds.), *Internet Encyclopedia of Philosophy*. http://www.iep.utm.edu/soc-cont/. 28 June 2014.

Wiki

Post-Structuralism. (n.d). *Wikipedia*. http://en.wikipedia.org/wiki/Post-structuralism. 14 July 2013.

Audiovisual Media

Motion Picture/Video/DVD

Bernstein, R., Rae, D. and Loader, K. (Producers), Taylor-Wood, S. (Director). (2010). *Nowhere boy* [Motion picture]. UK: Icon Film Ltd.

***YouTube* video**

ChallengingMedia. (4 October 2006). Representation & the media: Featuring Stuart Hall [Video]. https://www.youtube.com/watch?v=aTzMsPqssOY. 25 December 2006.