

2025 Bahar, Cilt 16 – Sayı 30
Spring 2025, Volume 16 – Issue 30



GLOBAL MEDIA JOURNAL

Turkish Edition

GMJ-TR

ISSN 1309-7601

PUBLISHER



Yeditepe University



Global Media Journal Turkish Edition

ISSN 1309 – 7601

GMJ-TR

Global Media Journal Turkish Edition (GMJ-TR),
 cret talep etmeyen, açık erişimli ve  evrimi i olarak yılda iki kere yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

Global Media Journal Turkish Edition (GMJ-TR),
is an international peer-reviewed and an open-access journal published online twice a year.

Sahibi / Owner

Yeditepe Üniversitesi / Yeditepe University

Yazışma Adresi / Correspondence Address

 n n  Mah. Kayışda ı Cad. 326A 26 Ağustos Yerleşimi 34755 Ataşehir – İstanbul

İletişim / Contact

+90 216 578 06 46

Ayşe şipal U ur

globalmediajournaltr@yeditepe.edu.tr

Yayın T r  / Publication Type

Yaygın S reli / Periodical

Dizinler / Indexing and Abstracting

EBSCOHost

Proquest

EuroPUB

ERIH PLUS

Makalelerin bilimsel ve etik kurallara uygunlu u yazarların sorumlulu undadır. /
The authors' responsibility is to comply with the articles with scientific and ethical rules.

Yayın dili Türkçe ve İngilizce'dir.
The publication languages of the journal are Turkish and English.

DERGİ KURULLARI / JOURNAL BOARDS

DERGİ YAZI KURULU / EDITORIAL MANAGEMENT

Baş Editör / Editor-in-Chief

Prof. Dr. Pelin HÜRMERİÇ
[Yeditepe University, Istanbul]

Alan Editörleri / Section Editors

Assist. Prof. Elif KARAKOÇ KESKİN, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Lecturer Gökmen KAYA, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Editör Yardımcıları / Assistant Editor

Rsch. Assist. Ahmet Necati GÜL, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Emre KAYIN, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Çağla COŞAR, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Seda AVCI, PhD (c)
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Melikşah AKSU
[Yeditepe University, Istanbul]

Dil Editörü / Language Editor

Assoc. Prof. Sharif ABDUNNUR, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Rsch. Assist. Özgür NÖMER, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Mizanpaj ve Web Editörü / Layout and Website Editor

Rsch. Assist. Melikşah AKSU
[Yeditepe University, Istanbul]

Vera Sabiha Karahan
[Yeditepe University, Istanbul]

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Billur ÜLGER
[Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Pelin HÜRMERİÇ
[Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Hasan AKBULUT
[Istanbul University, Istanbul]

Prof. Dr. Ayşe Ceyda ILGAZ BÜYÜKBAKKAL
[Istanbul University, Istanbul]

Prof. Dr. Erkan SAKA
[Bilgi University, Istanbul]

Assoc. Prof. Candan ÇELİK ELMER, PhD
[Central Lancashire University, Preston, UK]

Paul ELMER, PhD
[Westminster Business School, London, UK]

Assoc. Prof. Burcu PEKSEVGİN, PhD
[Volda University, Volda, Norway]

İdil ENGİNDENİZ, PhD
[Galatasaray University, Istanbul]

Nazlı ÇETİN GÜNDOĞDU, PhD
[Yeditepe University, Istanbul]

Barış KARA, PhD
[Galatasaray University, Istanbul]

Hitay YÜKSEKER, PhD
[York University, Toronto, CA]

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Yahya R. KAMALIPOUR
[Founder of GMJ]

Prof. Dr. Mehmet DURMAN
[Rector / Yeditepe University, Istanbul]

Prof. Dr. Angela SCHORR
[University of Siegen, Germany]

Prof. Dr. Lars NYRE
[University of Bergen, Norway]

Prof. Dr. Miyase CHRISTENSEN
[Stockholm University, Sweden]

Prof. Dr. Bülent YILMAZ
[Hacettepe University, Ankara]

Prof. Dr. Chuck BRAITHWAITE
[Westminster Business School, London, UK]

Prof. Dr. David A. VICTOR
[University of Eastern Michigan, Ypsilanti – MI]

Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN
[Istinye University, Istanbul]

Prof. Dr. Dawn BRAITHWAITE
[University of Nebraska–Lincoln, Lincoln – NE]

Prof. Emeritus Rogério SANTOS
[Universidade Católica, Portugal]

Prof. Dr. Debby ANDREWS
[Delaware University, Newark – DE]

Dr. Senior Faculty Lec. James ARCHIBALD
[McGill University, CA]

Prof. Emeritus Tom Fox AVERILL
[Washburn University, KS. USA]

Prof. Dr. Ulaş Başar GEZGİN
[Istanbul Galata University, Istanbul]

Prof. Dr. Phil HOLCOMB
[San Diego State University, CA]

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Editörümüzden / From the Editor

V - X

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLES

Turkish Media History from the Perspective of Cyclical History:
Ibn Khaldûn's Ideas and Communication Studies

*Döngüsel Tarih Perspektifinden Türk Medya Tarihi:
İbn Haldun'un Fikirleri ve İletişim Çalışmaları*

Özgür Yılmaz

1 - 17

Sağlık İletişimi Kapsamında Madde Bağımlılığı Kampanyaları
Üzerine Bir İnceleme

*An Analysis of Substance Addiction Campaigns
within the Scope of Health Communication*

Özlem Aksoy & İlknur Doğu Öztürk

18 - 45

The Construction of Social Discourse Towards Syrians on
Social Media During Crisis Situations: A Study on the 2024 Kayseri Events

*Kriz Durumlarında Suriyelilere Yönelik Toplumsal Söylemin
Sosyal Medyada İnşası: 2024 Kayseri Olayları Üzerine Bir Araştırma*

Memet Arslan

46 - 75

Koku Deneyimi ve Duyusal Yöntemler Aracılığıyla
Kentsel Mekânı Yeniden Düşünmek

*Rethinking Urban Space through
Olfactory Experience and Sensory Methods*

Beyda Kırıcı

76 - 97

Post-Kapitalist Özne ve İletişimin Dönüşümü:
Performans, Dolaşım ve Direniş

*The Post-Capitalist Subject and the Transformation of Communication:
Performance, Circulation, and Resistance*

Dursun Can Şimşek

98 - 114

Editörümüzden,

GMJ-TR'nin 2025 Bahar sayısında, günümüz iletişim dünyasını farklı boyutlarıyla irdeleyen beş değerli makaleyi sizlerle buluşturuyoruz. Bu çalışmalar; iletişimin ekonomi politiği, sağlık iletişimi, nefret söylemi, kentsel mekânda koku deneyimi ve dijital platformlardaki iletişim pratikleri gibi geniş bir tematik yelpazeyi kapsıyor.

Sayımızın ilk makalesi Özgür Yılmaz tarafından kaleme alınan "Döngüsel Tarih Perspektifinden Türk Medya Tarihi: İbn Haldun'un Fikirleri ve İletişim Çalışmaları" başlıklı çalışmadır. Bu araştırma, Türk medya tarihini İbn Haldûn'un döngüsel tarih teorisi çerçevesinde analiz etmekte, değişen siyasi rejimler altında medya özgürlüğü ile baskı arasındaki tekrar eden dalgalanmalara odaklanmaktadır. Tarih-sel-karşılaştırmalı ve yorumsamacı bir yöntemle yürütülen araştırmada, Mütareke dönemi (1918-1923), Demokrat Parti dönemi (1950-1960) ve 1971 askeri muhtırası sonrası dönemler incelenerek basın özgürlüklerinin genişlemesi ve daralmasındaki temel mekanizmalar ve tekrar eden örüntüler belirlenmiştir. Çalışma bulguları, rıza üretimi, kontrol ve baskı aşamalarından oluşan döngüsel örüntünün, Türk medya tarihinde sürekli tekrarlandığını ve Halduncu hanedan döngüleriyle yorumlandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışma, medya döngüsü modelini önererek tarihsel kuram ile iletişimin politik ekonomisi arasında yeni bir analitik çerçeve sunmakta ve Türkiye'de basın özgürlüğünün hala rejim ihtiyaçlarına bağlı ve kırılgan olduğunu, bu döngülerin dijital çağda da sürdüğünü göstermektedir.

İkinci makalemiz, Özlem Aksoy ve İlknur Doğu Öztürk tarafından hazırlanan "Sağlık İletişimi Kapsamında Madde Bağımlılığı Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışmadır. Araştırma, sağlık iletişimi kapsamında madde bağımlılığı ile mücadelede kullanılan kamu spotlarını göstergebilimsel açıdan incelemektedir. Çalışmada, 2020-2024 yılları arasında Sağlık Bakanlığı ve Yeşilay tarafından yayınlanan ve desteklenen beş kamu spotu göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle analiz edilmiş, Pierce ve Saussure'ün kuramsal çerçevesi doğrultusunda hareket edilerek insan, mekân, renk, müzik ve slogan gibi göstergeler değerlendirilerek düz ve yan anlamlar tespit edilmiştir. Çalışma bulguları kapsamında, dramatik etkiyi arttıran duygusal mesaj iletirken uyuşturucu bağımlılığı ile mücadele edilen kamu spotlarında yalnızlık ve korku temalarının, sigara kamu spotlarında aile bağlarının ve sorumlulukların, alkol kamu spotlarında ise hukuki sorumlulukların ön plana çıkarıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Üçüncü makalemiz, Memet Arslan tarafından kaleme alınan "Kriz Durumlarında Suriyelilere Yönelik Toplumsal Söylemin Sosyal Medyada İnşası: 2024 Kayseri Olayları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmadır. Çalışma, 30 Haziran 2024'te, bir çocuğun Suriyeli olduğu iddia edilen bir kişi tarafından istismar edildiğine dair iddiaların kamuoyunda yayılmasıyla başlayan ve yerel halkın Suriyelilere yönelik tepkilerinin şiddet eylemlerine dönüşerek toplumsal bir krize yol açtığı Kayseri olaylarını ele almaktadır. Çalışma kapsamında, Ekşi Sözlük platformu araştırma sahası olarak belirlenmiş ve platformda beş farklı başlık altında yer alan toplam 1,568 entry

kelime bulutu analizi, tematik analiz ve duygu analizi teknikleri kullanılarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Duygu analizi sonucunda, olumsuz sınıflandırılan entry'lere Nefret Söylemi Yoğunluk Ölçeği uygulanmıştır. Kelime bulutu analizinden elde edilen bulgular, olayların "kimlik, güvenlik ve siyaset" ekseninde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Tematik analiz sonuçlarına göre, en sık gözlemlenen temalar göçmen karşıtlığı, mevcut göç politikalarına yönelik eleştiriler ve ırkçılık olarak belirlenmiştir. Ayrıca, Suriyelilere yönelik saldırıları destekleyen ve olumsuz olarak sınıflandırılan ifadelerin yoğunlukta olduğu ve bu tür söylemlerin Nefret Söylemi Yoğunluk Ölçeği kapsamında "4. Seviye: Şeytanlaştırma ve İnsandışılaştırma" ile "5. Seviye: Şiddet" kategorilerinde belirgin biçimde yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırma bulguları, kriz durumlarında Suriyelilere yönelik toplumsal söylemin sosyal medyada ırkçılık, zenofobi ve nefret söylemi çerçevesinde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Dördüncü makalemiz, Beyda Kırıcı tarafında yazılan "Koku Deneyimi ve Duyusal Yöntemler Aracılığıyla Kentsel Mekânı Yeniden Düşünmek" başlıklı derleme çalışmadır. Çalışma, kentsel mekânın yalnızca fiziksel ya da görsel yollarla değil; gündelik pratikler, duyular ve hafıza aracılığıyla da üretildiği fikrinden hareketle, Henri Lefebvre'in mekânsal üçlemesi (algılanan, tasarlanan, yaşanan mekân) ile Michel de Certeau'nun gündelik yaşam pratiklerine ilişkin strateji-taktik ayrımını bir araya getirerek, duyulara dayalı bilgi üretiminin temsile dayalı kent planlama yaklaşımlarına karşı sunduğu eleştirel potansiyeli ele almaktadır. Bu bağlamda çalışma, söz konusu eleştirel kuramsal çerçeveyi, mekânsal üretimin temsili ve deneyimsel boyutları arasındaki gerilimleri açığa çıkaran smellwalking (koku yürüyüşü) ve smellmapping (koku haritalama) gibi duyusal yöntemleri kapsayan araştırmalar üzerinden tartışmaktadır. Çalışma, görsel merkeziliğin hâkim olduğu modernist kent planlama anlayışına karşı, beden, hafıza ve duyu temelli alternatif bilgi biçimlerinin nasıl bir eleştirel açıklık sunduğuna odaklanmakta; kent deneyiminin daha bütüncül ve çoğul bir biçimde kavranmasına yönelik duyusal bir zemin önermektedir.

Sayımızın son makalesi ise Dursun Can Şimşek tarafından hazırlanan "Dijital Kapitalist Özne ve İletişimin Dönüşümü: Performans, Dolaşım ve Direniş" başlıklı derleme çalışmadır. Çalışma, post-kapitalist çağda öznenin dijital iletişim pratikleri içinde nasıl yeniden inşa edildiğini eleştirel bir kuramsal perspektiften ele almaktadır. Çalışmada, Jodi Dean'ın "iletişimsel kapitalizm", Byung-Chul Han'ın "performans toplumu" ve Shoshana Zuboff'un "gözetim kapitalizmi" kavramları çerçevesinde iletişimin anlam üretiminden ziyade dolaşım, veri üretimi ve algoritmik performans mantığına tabi olduğu yönünde bir kavramsal tartışma yürütülmektedir. Çalışma, iletişimin özgürleşme aracı olmaktan çıkarak zorunlu bir performans pratiğine evrildiğini vurgulamakta, ancak bu rejimin mutlak olmadığını; sessizlik, geri çekilme, dijital yavaşlık ve alternatif platformlar gibi mikro düzeyde direniş biçimlerinin var olabileceğinin altını çizmektedir. Ek olarak çalışmada, iletişimin yalnızca teknik bir araç değil; politik, varoluşsal ve etik bir mesele olarak yeniden düşünülmesi gerek-

tiği aktarılmakta ve iletişim pratiği, platform kapitalizmi bağlamında yeniden konumlandırılmaktadır.

Bu sayıda yer alan makalelerin, iletişim çalışmaları alanına değerli katkılar sunacağına inanıyor ve okuyucularımız için ufuk aıcı tartişmalar yaratmasını umuyoruz.

İlginiz ve desteğiniz için teşekkr ederiz.

Prof. Dr. Pelin Hrmeri

From the Editor,

In the Spring 2025 issue of GMJ-TR, we present five insightful articles that explore various dimensions of today's communication landscape. These contributions span a broad thematic range, including the political economy of communication, health communication, hate speech, olfactory experience in urban spaces, and communicative practices on digital platforms.

The first article in this issue, titled "Turkish Media History from the Perspective of Cyclical History: Ibn Khaldûn's Ideas and Communication Studies", is authored by Özgür Yılmaz. This study analyzes Turkish media history through the lens of Ibn Khaldun's cyclical theory of history, focusing on the recurring fluctuations between media freedom and repression under shifting political regimes. Employing a historical-comparative and interpretive methodology, the research examines the Armistice era (1918–1923), the Democrat Party era (1950–1960), and the aftermath of the 1971 military memorandum period to identify the key mechanisms and recurring patterns in the expansion and contraction of press freedoms. The findings reveal a cyclical pattern—comprising stages of consent production, control, and repression—that has repeatedly manifested throughout Turkish media history and can be interpreted through Khaldunian dynastic cycles. Furthermore, by proposing a media cycle model, the study offers a novel analytical framework that bridges historical theory and the political economy of communication, demonstrating that press freedom in Türkiye remains contingent upon regime imperatives and continues to exhibit fragility in the digital age.

The second article, authored by Özlem Aksoy and İlknur Doğu Öztürk, is titled "An Analysis of Public Service Announcements on Substance Addiction within the Scope of Health Communication." This study examines public service announcements (PSAs) used in the fight against substance addiction within the framework of health communication, employing a semiotic approach. Five PSAs released and supported by the Turkish Ministry of Health and the Green Crescent between 2020 and 2024 are analyzed using semiotic analysis based on the theoretical frameworks of Peirce and Saussure. Through the evaluation of signs such as human figures, settings, colors, music, and slogans, both denotative and connotative meanings are identified. The findings indicate that PSAs addressing drug addiction predominantly employ themes of loneliness and fear to convey emotionally charged, dramatic messages. In contrast, anti-smoking PSAs emphasize family ties and personal responsibility, while anti-alcohol PSAs foreground themes of legal accountability.

The third article, authored by Memet Arslan, is titled "The Construction of Social Discourse Towards Syrians on Social Media During Crisis Situations: A Study on the 2024 Kayseri Events." This study examines the Kayseri incidents, which began on June 30, 2024, following public allegations that a child had been abused by an individual allegedly of Syrian origin. These claims triggered a wave of public outrage that escalated into violent acts targeting Syrians, culminating in a broader societal

crisis. The research focuses on the online platform Ekşi Sözlük. A total of 1,568 entries across five different discussion threads were analyzed using content analysis methods, including word cloud analysis, thematic analysis, and sentiment analysis. Entries classified as negative were further subjected to the Hate Speech Intensity Scale. The word cloud analysis revealed that the discourse surrounding the events concentrated on themes of identity, security, and politics. Thematic analysis identified anti-immigrant sentiment, criticism of current migration policies, and racism as the most frequently recurring themes. Furthermore, a significant number of negative entries supported attacks against Syrians and were found to align with the upper levels of the Hate Speech Intensity Scale—specifically, Level 4: Demonizing and Dehumanizing and Level 5: Violence. The study's findings demonstrate that, during crises, public discourse about Syrians on social media tends to be shaped by racism, xenophobia, and hate speech.

The fourth article, a review study authored by Beyda Kırcı, is titled “Rethinking Urban Space through Olfactory Experience and Sensory Methods.” Anchored in the notion that urban space is produced not only through physical or visual means but also via everyday practices, sensory experiences, and memory, the study brings together Henri Lefebvre’s spatial triad (perceived, conceived, and lived space) and Michel de Certeau’s distinction between strategies and tactics in everyday life. It explores the critical potential of sensory knowledge production in challenging representational approaches to urban planning. Within this framework, the study discusses this critical theoretical perspective through research employing sensory methodologies such as smellwalking and smellmapping, which reveal the tensions between the representational and experiential dimensions of spatial production. It focuses on how embodied, memory-based, and sensory forms of knowledge offer a critical alternative to the visually centered logic of modernist urban planning. Ultimately, the study advocates for a sensory foundation that enables a more holistic and pluralistic understanding of urban experience.

The final article in this issue, authored by Dursun Can Şimşek, is a review study titled “The Digital Capitalist Subject and the Transformation of Communication: Performance, Circulation, and Resistance.” This study critically examines how the subject is reconstituted within digital communication practices in the post-capitalist era. Drawing on Jodi Dean’s concept of communicative capitalism, Byung-Chul Han’s notion of the performance society, and Shoshana Zuboff’s surveillance capitalism, the study engages in a theoretical discussion that shifts the focus of communication from meaning-making to circulation, data production, and algorithm-driven performance. The article argues that communication has evolved from a tool of emancipation into a compulsory practice of performativity. However, it also emphasizes that this regime is not absolute; micro-level forms of resistance—such as silence, withdrawal, digital slowness, and the use of alternative platforms—remain possible. Furthermore, the study asserts that communication should be rethought not merely as a technical tool but as a political, existential, and ethical concern,

ism.

We believe that the articles featured in this issue will make valuable contributions to the field of communication studies and foster thought-provoking discussions for our readers.

Thank you for your interest and continued support.

Prof. Dr. Pelin Hürmeriç



Turkish Media History from the Perspective of Cyclical History: Ibn Khaldûn's Ideas and Communication Studies

Döngüsel Tarih Perspektifinden Türk Medya Tarihi: İbn Haldun'un Fikirleri ve İletişim Çalışmaları

Özgür YILMAZ¹ 

¹ Dr. Öğr. Gör., İbn Haldun Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, ozguryilmaz955@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3020-8550

ABSTRACT

This article analyzes Turkish media history through the framework of Ibn Khaldûn's cyclical theory of history, focusing on the recurrent oscillation between media liberalization and repression under shifting political regimes. The study addresses the central question: How has press freedom in Türkiye been shaped by cyclical dynamics of consent, control, and coercion in relation to political power? Using a historical-comparative and interpretive methodology, the research systematically investigates three critical periods—the Armistice era (1918–1923), the Democrat Party era (1950–1960), and the aftermath of the 1971 military memorandum. Both primary sources (such as period newspapers and legislative texts) and secondary sources (scholarly works) are analyzed thematically to identify the underlying mechanisms and recurring patterns in the expansion and contraction of press freedoms. The findings demonstrate that each political regime, regardless of ideology, initially tolerates or promotes pluralism in the media to generate public consent and strengthen legitimacy. As power becomes consolidated, mechanisms of control—including legal constraints, economic patronage, and administrative pressure—begin to restrict journalistic autonomy. In the face of growing dissent or perceived threats, regimes ultimately turn to overt coercion, such as censorship, legal prosecution, or direct violence against journalists. This cyclical pattern—consent production, control, and coercion—repeats throughout Turkish media history and is interpreted through the Khaldûnian lens of dynastic cycles. By proposing and applying the media cycle model, the article presents an original analytical framework that links historical theory with the political economy of communication, concluding that press freedom in Türkiye remains contingent and vulnerable, shaped by recurring cycles that continue in the digital era.

Keywords: Cyclical history, press freedom, political economy of communication, Ibn Khaldûn, Turkish media, authoritarianism

ÖZ

Bu makale, Türk medya tarihini İbn Haldûn'un döngüsel tarih teorisi çerçevesinde analiz etmekte, değişen siyasi rejimler altında medya özgürlüğü ile baskı arasındaki tekrar eden dalgalanmalara odaklanmaktadır. Çalışmanın temel sorusu şudur: Türkiye'de basın özgürlüğü, siyasal iktidarlara ilişkili olarak rıza üretimi, kontrol ve baskı döngüleriyle nasıl şekillenmiştir? Tarihsel-karşılaştırmalı ve yorumsamacı bir yöntemle yürütülen çalışmada, üç kritik dönem—Mütareke dönemi (1918–1923), Demokrat Parti dönemi (1950–1960) ve 1971 askeri muhtırası sonrası—sistematiğin biçiminde incelenmiştir. Dönemin gazeteleri ve yasal belgeler gibi birincil, akademik çalışmalar gibi ikincil kaynaklar tematik olarak analiz edilerek basın özgürlüklerinin genişlemesi ve daralmasındaki temel mekanizmalar ve tekrar eden örüntüler belirlenmiştir. Bulgular, her siyasi rejimin ideolojisinden bağımsız olarak başlangıçta medya çoğulculuğunu rıza ve meşruiyet üretmek için teşvik ettiğini; ancak iktidarın konsolide olmasıyla birlikte, yasal kısıtlamalar, ekonomik patronaj ve idari baskı yoluyla gazetecilik özerkliğinin sınırlandığını göstermektedir. Muhalefetin güçlenmesi veya tehdit algısının artmasıyla, rejimler en sonunda sansür, yasal kovuşturma ya da gazetecilere doğrudan şiddet gibi açık baskı yöntemlerine yönelmektedir. Rıza üretimi, kontrol ve baskı aşamalarından oluşan bu döngüsel örüntü, Türk medya tarihinde sürekli tekrarlanmakta ve Halduncu hanedan döngüleriyle yorumlanmaktadır. Makale, medya döngüsü modelini önerip uygulayarak, tarihsel kuram ile iletişimin politik ekonomisi arasında yeni bir analitik çerçeve sunmakta ve Türkiye'de basın özgürlüğünün hala rejim ihtiyaçlarına bağlı ve kırılgan olduğunu, bu döngülerin dijital çağda da sürdüğünü göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Döngüsel tarih, basın özgürlüğü, iletişimin politik ekonomisi, İbn Haldun, Türk medyası, otoriterlik

Gönderim/Received: 07.05.2025

Düzeltilme/Revised: 02.06.2025

Kabul/Accepted: 11.06.2025

Atıf / Citation: Yılmaz, Ö. (2025). Turkish Media History from the Perspective of Cyclical History: Ibn Khaldûn's Ideas and Communication Studies. Global Media Journal Turkish Edition, 16(30), 1-17

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Introduction

This study was initially inspired by recent discussions surrounding Ibn Khaldūn's contributions to the Political Economy of Communication, particularly his early theorization of communication as a productive, socially embedded activity. As highlighted by Christian Fuchs (2024, pp. 742-743), Khaldūn's *Muqaddimah* offers a foundational understanding of communication as a craft tied to labour, ideology, and social organization—elements that remain crucial in the analysis of digital capitalism. His differentiation between face-to-face and mediated communication, his proto-labour theory of value, and his recognition of class-based exploitation continue to resonate in contemporary critiques of media systems. These insights shaped the conceptual underpinnings of this study, especially in its attempt to frame video games not only as cultural products but also as ideological environments where class, identity, and symbolic power are negotiated through ludic and visual structures.

This article aims to examine how the cyclical dynamics theorized by Ibn Khaldūn can be applied to the history of press freedom in Türkiye, highlighting the recurring oscillation between liberalization and repression across different political regimes. The central problem addressed is the lack of a historical framework that explains why periods of media pluralism and suppression tend to recur rather than progress linearly, particularly in the context of Turkish media. By situating the analysis within Khaldūn's cyclical model, this study seeks to illuminate the structural and ideological factors that underlie these persistent cycles. Accordingly, this study seeks to answer the following research question: How has press freedom in Turkish media history been shaped through cyclical relations with political power?

In Türkiye, these temporal rhythms are not random but embedded in the structural transformations of political regimes. Periods of media freedom often emerge during transitions, when new governments seek to legitimize their authority by granting expressive liberties. However, as institutional power consolidates and opposition voices become more organized, regimes tend to revert to censorship, coercion, and surveillance. These alternating "seasons" of openness and repression form a patterned continuity across different historical moments, echoing Khaldūn's notion of rise, maturity, and decline in dynastic cycles.

This article focuses on three critical junctures to analyse how these cycles unfold in Turkish media history. The first is the Armistice period (1918–1923) when the collapse of the Ottoman Empire and Allied occupation created a pluralistic yet precarious press landscape. Leftist, Islamist, liberal, and nationalist newspapers coexisted in a fragmented public sphere. However, with the consolidation of Republican authority, especially after the 1925 Sheikh Said Rebellion, the state redefined the boundaries of press freedom through the Law on the Maintenance of Order. Socialist publications like *Kurtuluş* and *Aydınlık*, once tolerated, were swiftly suppressed—signaling the end of a short-lived season of pluralism.

The second episode examines the Democrat Party era (1950–1960), initially celebrated for its break with single-party rule and its promises of democratization. Early on, the DP's approach to media reflected a liberal orientation, supporting pluralism and journalistic autonomy. Yet, as political opposition mounted and economic instability grew, the government adopted restrictive press laws, criminalized dissent, and institutionalized patronage systems favouring pro-government media. These developments culminated in a clientelist media order, paving the way for military intervention in 1960. Ironically, the National Unity Committee, which initially promised a new democratic order, gradually reverted to practices of selective press control—repeating the familiar pattern of permission followed by punishment.

The third case is the period surrounding the 1971 military memorandum, which reveals the structural entrenchment of media suppression within the apparatus of national security. The attempted coup of March 9, led by left-Kemalist officers, and the subsequent crackdown on journalists and intellectuals—including the torture of İlhan Selçuk at Ziverbey Mansion—marked a new phase of authoritarian control under the guise of technocratic governance. Here, media freedom was no longer merely constrained by formal censorship; it became subject to extra-legal violence and surveillance, expanding the repertoire of state power over communication. This period exemplifies how the seasonal logic of repression intensifies over time, with each cycle narrowing the scope for oppositional media and normalizing the intertwining of ideology and coercion.

Taken together, these episodes illustrate that media history in Türkiye does not follow a linear trajectory of liberalization or decline, but rather a cyclical pattern shaped by both structural change and ideological contestation. The Khaldûnian model allows us to see the press not only as a reflection of political power but as an active terrain where legitimacy is constructed, challenged, and reconstituted. In tracing these cycles, the article emphasizes that the historical fate of media in Türkiye remains bound to shifting “seasons” of rule—periods of consent followed by phases of consolidation and repression.

Approach: Khaldûn's Cyclical History

In the study, Ibn Khaldûn's cyclical history approach is used as a method. Ibn Khaldûn's historical epistemology offers a foundational perspective for understanding ideological formations in digital media. His distinction between sensory-cognitive and intuitive-intellectual knowledge highlights a critical stance toward established historical narratives. According to Khaldûn, sensory perception forms the basis of cognition, providing raw material for general ideas, which must constantly be verified through experience and compared with reality. This emphasis on empirical scrutiny over dogmatic acceptance laid the groundwork for a form

of historical realism. Khaldûn divided history into two phases—nomadic and sedentary—framing a structural tension between society and the state. In the nomadic phase, social organization is based on spontaneous cohesion and the voluntary acceptance of authority. In the sedentary phase, governance operates through institutionalized power and coercion. Despite working with a limited historical dataset, primarily drawn from Berber tribes and Arab dynasties in North Africa, Khaldûn formulated sharp theoretical insights. His observations suggested that political authority is grounded in economic capacity and that the dynamic interaction between these forces determines the trajectory of history. This framework reveals parallels with modern critiques of ideology, particularly in how digital platforms mediate power relations. Khaldûn's recognition of the symbolic and material foundations of political order resonates with contemporary concerns about cultural production, ideological reproduction, and the commodification of communication. His thought thus remains relevant for interpreting how digital media, including video games, become sites of ideological negotiation where history, identity, and power are gamified and contested (Seidler, 2020, pp. 259–267).

Ibn Khaldûn completed his three-volume work *Muqaddimah* in 1375 as the introductory section of his larger historiographical project, *Kitāb al- Ibar*. In this foundational text, he proposed a layered understanding of history. For Ibn Khaldûn, the outer or apparent meaning of history pertains to recording the changes in human conditions, territorial expansion, and the rise and fall of power. However, the inner meaning lies in the analytical inquiry into causality—the underlying reasons for events and the structural dynamics of civilizations. He criticized previous Muslim historians, such as al-Waqidi and al-Masudi, for reproducing unverifiable accounts without critical scrutiny, emphasizing that history must be grounded in rational analysis and empirical plausibility. Ibn Khaldûn's approach marked a significant departure by treating history as a knowledge domain governed by specific principles, including social laws, climate conditions, and the dynamics of belief systems. He proposed a cyclical theory of political development, where states pass through five stages: foundation, consolidation, expansion, stagnation, and decline. These cycles are driven by the strength of *asabiyyah*—a form of social cohesion that gradually weakens as societies move from nomadic to sedentary life. His analysis of geographical determinism, tribal dynamics, and the sociopolitical consequences of luxury and overcentralisation provided a proto-sociological perspective that

would influence thinkers such as Vico, Michelet, and Comte. Thus, Ibn Khaldûn's cyclical theory of history and his rigorous epistemological method continue to offer a profound lens for analysing the evolution and decline of political and cultural systems (Karaca, 2022, pp. 91-94).

Ibn Khaldûn's cyclical theory of history outlines five distinct stages in the rise and fall of states. The initial phase, often referred to as the "victory" stage, begins when a group defeats its rivals and gains dominance, although formal state structures have not yet been fully established. This is followed by the "authoritarianism" phase, in which the ruler consolidates power and governs unilaterally, marking the formation of a fully institutionalized state. The third stage, called the "prosperity" phase, is characterized by political stability, luxury, and cultural flourishing. Intellectual and artistic advancements thrive, and the population enjoys comfort and peace. The fourth phase, the "tranquillity" stage, is marked by a conservative effort to preserve the status quo established by previous rulers, with a sense of complacency and overreliance on inherited governance. Finally, the "extravagance" stage signals the onset of decline. Resources are squandered, unqualified individuals are placed in positions of power, and the military weakens. As indulgence increases and expenses exceed revenues, internal decay sets in and external threats grow. This decadence paves the way for the resurgence of a more austere and disciplined tribal group, which overthrows the decaying state, initiating the cycle anew. The model reflects Ibn Khaldûn's belief that civilizational cycles are shaped by patterns of solidarity, power, decline, and renewal (Çiftçi & Yılmaz, 2013, p. 87).

Ibn Khaldûn's classification of sciences reflects a complex and evolving understanding of intellectual inquiry, particularly about his conception of history (tārīkh) and the science of human civilization (ilm al- umrān). Although some scholars argue that he did not explicitly place history and umrān within the realm of rational or philosophical sciences, a closer reading of his statements reveals that he considered them part of the domain of intellectual investigation. While adopting an Aristotelian framework for the classification of sciences, Ibn Khaldûn deviates from it by omitting practical philosophy, which creates ambiguity in situating umrān and history. However, if umrān is seen as empirical and investigative, and history as theoretical, then both can be understood as forming a dual structure that bridges theory and practice. This perspective implies the need for a reorganization of the traditional taxonomy of sciences to accommodate these

fields. Furthermore, since Ibn Khaldūn sharply criticizes earlier historians for lacking methodological rigor and promotes critical scrutiny based on social laws and contextual causality, his approach signals the emergence of a new scientific method in historiography. Consequently, some scholars propose a third category in the classification of sciences, distinct from both rational and religious sciences, which they call "civil sciences," encompassing history, politics, sociology, and economics. This reclassification highlights Ibn Khaldūn's contribution not only to Islamic intellectual tradition but also to the foundational thinking of the modern social sciences (Akyol, 2011, p. 53).

In the words of Ibn Khaldūn, cyclical history can be put forward as follows: "The life of a dynasty is like the life of a person: it grows up to a certain age, then stagnates, and then enters a phase of decline" (Khaldun, 2022, p. 259). This historical approach can be read as a method as follows: An event (in this study, the history of media in Türkiye) can be read in the stages of birth, development, and extinction. However, when this event is interpreted from the perspective of oppression, it can be seen oppositely, that is, in the dialectics of freedom granted to media outlets by political powers.

Methodology

This study adopts a historical-comparative analysis to investigate the cyclical patterns of press freedom in Türkiye. The research is based on qualitative content analysis of primary sources (such as period newspapers, legislative texts, and official decrees) and secondary sources (scholarly articles, historical monographs). Three major historical periods (Armistice Period, Democrat Party era, and the post-1971 military memorandum period) are purposefully selected due to their significance in reflecting shifts in media-state relations. Data are coded thematically to identify recurring patterns of liberalization and repression. The analytical framework draws upon Ibn Khaldūn's cyclical model, interpreting historical episodes through the lens of stages such as foundation, consolidation, and decline. This methodological approach enables the integration of historiographical theory with the political economy of communication.

Although the article is primarily theoretical and interpretive in character, its methodological underpinnings are made explicit in order to provide transparency and analytical rigor. The selection of periods is based on their exemplary nature in illustrating cyclical transformations in media-state relations, while the range of

sources—combining both secondary literature and primary historical documents—ensures the empirical robustness of the analysis. The study employs a purposive sampling strategy to focus on the most relevant historical episodes and systematically codes these periods for indicators of consent production, control, and coercion. The interpretive approach is justified given the aim to understand not only the surface events but also the underlying structural logics, institutional mechanisms, and ideological dynamics that drive the recurring cycles of press freedom and repression in Turkish media history.

Despite significant research on press freedom and political transitions, there is a lack of a cyclical, process-oriented framework that systematically explains how media institutions oscillate between phases of openness and repression in response to shifts in regime power. Drawing inspiration from Ibn Khaldûn’s cyclical theory of history, this study proposes the Media Cycle Model, a dynamic framework for understanding the repeated transitions between media liberalization and restriction.

The rationale for adopting Ibn Khaldûn’s approach is that it provides a non-linear, process-based lens for interpreting the persistent oscillations between pluralism and repression, moving beyond linear modernization narratives. The cyclical framework makes it possible to conceptualize and compare historical episodes as patterned cycles—each involving stages of initial liberalization, increasing control, and eventual coercion—rather than as isolated or exceptional cases. This model thus addresses an important gap in the literature and provides a transferable analytical tool for the study of media and regime dynamics in comparable settings.

In this study, each of the selected historical periods is examined as a distinct cycle in which Ibn Khaldûn’s five-stage model—victory, authoritarianism, prosperity, stagnation, and decline—can be identified. Rather than assigning a single historical period to a single Khaldûnian stage, the analysis demonstrates that each period contains its own internal cycle that mirrors these five stages. This comparative approach allows for the identification of recurring patterns in the evolution of press freedom across different political contexts in Türkiye. By applying the full Khaldûnian cycle to each episode—the Armistice Period, the Democrat Party era, and the post-1971 military memorandum period—the study highlights how phases of pluralism and liberalization are regularly succeeded by increasing control, con-

solidation, and ultimately repression and decline, before the emergence of a new cycle. This perspective not only strengthens the theoretical foundation of the article but also demonstrates the explanatory value of cyclical analysis in understanding the shifting relationship between media and political power in Turkish history.

The model consists of three interrelated phases that together constitute the cyclical dynamics of media–state relations. The first phase, consent production, emerges during the early or transitional periods of a regime, when governments allow and even encourage pluralism in the media sphere. During this stage, press freedom is instrumentalized to legitimize authority and generate public consent, fostering an environment of apparent liberalization and openness. As the regime moves into the phase of control, it gradually imposes restrictions on the press, often through regulatory measures, economic patronage, or administrative limitations. These mechanisms serve to subtly curb oppositional voices while maintaining the outward appearance of media freedom. Finally, in the phase of coercion, when dissent intensifies or the stability of the regime is perceived to be under threat, more overt forms of repression are deployed. This stage is characterized by direct censorship, the implementation of legal sanctions, the imprisonment of journalists, or even the use of physical violence against media actors. Together, these phases form a recurring cycle in which each new period or regime tends to repeat the trajectory from initial liberalization, through increasing control, to outright coercion. Each new regime or power shift tends to reset the process, moving from initial liberalization (consent) toward eventual repression (coercion). Throughout, economic, and legal instruments function as the main levers for transitioning between stages. This cyclical model addresses a significant gap in the literature, which often treats media liberalization or repression as linear or exceptional. By conceptualizing media history as a series of patterned cycles, the model illuminates the structural logic that underpins both recurring moments of press freedom and their subsequent curtailment. It also provides a transferable analytical tool for comparative studies in other contexts marked by authoritarian tendencies or unstable democratization.

Media History and Pressures in Türkiye

The historical trajectory of media in Türkiye is marked by recurring cycles of liberalization and repression, reflecting the shifting dynamics between power and public discourse. This section examines three pivotal periods to explore how successive regimes have instrumentalized media freedom as a tool for political legiti-

macy, only to curtail it when dissent grew threatening. The first episode concerns the Armistice years (1918–1922) and the early Republican period, during which diverse ideological voices—including the socialist press—briefly flourished before being suppressed under the consolidation of the Kemalist state. The second focus-es on the early 1960s, when the 1960 military coup opened a window for media liberalization in the lead-up to the Justice Party's political rise. The final episode centres on the 1971 military memorandum, a moment when the illusion of press freedom collapsed into overt authoritarianism. In each case, initial expansions of media liberty served to generate public consent, but this was swiftly followed by increasing control as ruling powers sought to monopolize political narratives and suppress alternative voices. Each section was examined within the context of the three stages determined in the context of the media cycle.

Armistice Period (1918–1922)

Consent Production: The Armistice period marked a phase of intense pluralism in the media landscape. Istanbul became a center for diverse political and ideological publications. Newspapers supporting the National Struggle, such as *İleri*, *Yeni Gün*, *Akşam*, and *Vakit*, coexisted with anti-resistance outlets like *Peyam-ı Sabah* and *Alemdar*. Other periodicals, including *Tasvir-i Efkâr* and *Tevhid-i Efkâr*, took more nuanced positions. Radical voices also found space, with *Sebilürreşad* representing hardline Islamism and *Aydınlık* giving voice to the communist left (Topuz, 2003, p. 98). The emergence of *Kurtuluş* and the foundation of the Turkish Socialist Party of Workers and Peasants illustrate the left's organizational and intellectual momentum during this period (Çavdar, 2004, p. 235). This pluralism was facilitated by the absence of strong central authority and the ongoing contest for political power, creating an open—if precarious—media environment.

Control: As the National Resistance movement consolidated power, the environment began to change. The republican government and Ankara authorities gradually implemented legal and economic controls on the press. Support was extended to pro-Kuvayi Milliye newspapers through material aid, exemptions from military service, and privileged access to resources. At the same time, opposition and leftist publications faced increasing scrutiny and bureaucratic obstacles (Tamer, 2010, p. 25). In Anatolia, technical limitations and financial hardship further restricted the press, even as it was mobilized in support of the national cause.

Coercion: The turning point came with the Sheikh Said Rebellion and the subsequent enactment of the Law on the Maintenance of Order (*Takrir-i Sükûn*) in 1925. This legislation gave the government sweeping powers to suppress dissent and directly target the press. Article 1, in particular, allowed broad and discretionary intervention. Publications sympathetic to opposition movements, especially those in Istanbul and from the socialist left, were banned and their editors prosecuted (Özgen, 2000, p. 20). The law marked the transition from relative openness to sys-

tematic repression, as the new regime prioritized consolidation and ideological control over media pluralism.

Democrat Party

Consent Production: The shift to multi-party politics after 1946 created new opportunities for press freedom in Türkiye. The amendment of the 1931 Press Law's notorious Article 50 limited the government's power to shut down newspapers and transferred some authority to the judiciary. This resulted in a surge of new publications and increased journalistic pluralism. The early Democrat Party (DP) years raised hopes for liberal reforms. Prime Minister Adnan Menderes publicly promised to protect press freedom, framing it as central to democracy and political rights (Cakir & Yavalar, 2017, pp. 258–260). Opposition figures such as Celal Bayar and Menderes himself positioned press freedom as essential for democratic progress.

Control: However, these reforms were soon limited. After the DP took power in 1950, the government began to set clearer boundaries for media autonomy. Criticism against the new press law emerged, especially from the opposition newspaper *Ulus* and the Turkish Journalists' Association, who argued that the proposed bill retained illiberal features (Emre Kaya, 2010, p. 94). In practice, the DP government increased state intervention in media through amendments and new regulations. The Second Menderes Government made clear that certain activities were not protected as freedom of thought. In 1953 and 1954, the government introduced laws that allowed prosecution for insulting ministers and criminalized defamation and "false news," often without granting journalists the right to prove their claims (Yıldız, 1996, pp. 491–492). Economic instruments also became tools of control: the state monopolized newsprint imports and advertisement distribution, creating a dependency among newspapers.

Coercion: By the mid-1950s, tensions between the government and the press escalated. Laws passed in 1954 and 1956 sharply restricted journalistic freedom. The DP increasingly differentiated between pro-government and opposition newspapers in the allocation of resources and access to state funds. Journalists critical of the regime faced legal persecution, imprisonment, and the closure of their publications (Arik, 2010, pp. 301–302). After the 1960 military coup, investigations revealed systematic favoritism: government-aligned newspapers received disproportionate official advertisement revenue, while critics were excluded and pressured (Ökte, 2023, p. 272). The DP era ended with the press under heavy legal and economic pressure, its pluralism stifled by both subtle and overt repression.

The Process Leading to the 1971 Coup

Consent Production: After the May 27, 1960, military intervention, the National Unity Committee (NUC) adopted an initially liberal approach to the media. Drawing on the rhetoric that "the remedy for the problems caused by press freedom is more

press freedom,” the Committee took visible steps to expand media liberty. Previously banned newspapers were reopened, and journalists imprisoned under anti-democratic laws were released. These measures were welcomed by international observers and reinforced by new constitutional articles, which established press freedom as a fundamental right. The NUC’s policies initially encouraged the press to function as an independent actor in the process of democratic reconstruction, and the liberal atmosphere inspired demands for further reforms (Şahin, 2023, pp. 728-730).

Control: However, this liberal phase was short-lived. The 1961 Constitution’s protections began to erode as the decade progressed. Although the number of press-related lawsuits dropped in the early 1960s, by the end of the decade prosecutions surged dramatically, signalling the re-emergence of repressive tendencies. Economic pressures also shaped the media landscape. Newspapers, often financially unsustainable, became increasingly dependent on state subsidies and commercial advertisements. As a result, large capital groups and business interests gained more influence over the press. This corporate concentration blurred the boundaries between press autonomy and political patronage, leading to the consolidation of a “third sector” in the economy—where the Hürriyet press empire and others dominated (Koloğlu, 2006, pp. 133-135).

Coercion: The cycle culminated in a return to overt repression during and after the March 12, 1971, military memorandum. The military, reacting to perceived threats from the left and to failed coup attempts, imposed widespread restrictions on rights and dissolved or banned numerous progressive organizations and publications. Journalists, intellectuals, and dissidents were arrested, tortured, and in some cases executed, as seen in the fates of Deniz Gezmiş, Mahir Çayan, and their comrades (Özsever, 2025). The Ziverbey Mansion became a notorious symbol of state violence against the press: Cumhuriyet columnist İlhan Selçuk, among many others, was detained and tortured as part of the regime’s broader campaign to silence oppositional voices. These events marked a decisive turn toward authoritarian consolidation and demonstrated the fragility of press freedom in times of political crisis (Özsever, 2024).

Table 1: Cyclical Mechanisms in Three Historical Periods

Period	Consent Production	Control Mechanisms	Economic Instruments	Legal Regulations
Armistice Period	Pluralism, tolerance for diverse voices, support for nationalist press	Suppression of opposition after consolidation, censorship	Material support for pro-government press	Law on the Maintenance of Order (1925)
Democrat Party Era (1950–60)	Democrat Party Era (1950–60)	Democrat Party Era (1950–60)	Democrat Party Era (1950–60)	Democrat Party Era (1950–60)
Post-1971 Military Period	Post-1971 Military Period	Post-1971 Military Period	Post-1971 Military Period	Post-1971 Military Period

Discussion

The trajectory of press freedom in modern Turkish history reveals a recurrent pattern: political regimes initially extend liberties to cultivate public consent and legitimacy but gradually resort to coercive control when faced with dissent. This dialectic between freedom and repression underscores the instrumental role of the press in regime consolidation and the precariousness of journalistic autonomy under shifting political orders.

The Armistice period clearly illustrates this cyclical dynamic. During the collapse of the empire and foreign occupation, Istanbul became home to a vibrant press scene. Nationalist, liberal, Islamist, and socialist publications all found space to operate. The lack of a strong central authority enabled this diversity, but it also reflected deep political uncertainty. When the Republican government consolidated its power and confronted threats such as the Sheikh Said Rebellion, it responded by passing the Law on the Maintenance of Order (1925). This law sharply limited press freedom, using national security as justification. A similar pattern occurred during the Democrat Party era. The DP initially promoted press freedom as part of its democratic agenda. However, over time, the government imposed restrictive laws and targeted oppositional media. This led to the rise of a clientelist media system. Newspapers supportive of the regime received state benefits, while critical outlets faced censorship, legal action, and economic pressure.

The 1960 military intervention also reveals the unstable nature of press free-

dom. Although the National Unity Committee promoted liberal reforms and constitutional guarantees for the media, these promises proved fragile. As media became more politicized and ideological divisions deepened, press laws were applied selectively. Economic pressure and targeted repression increased. By the late 1960s, legal protections for the press often failed in practice. Courts and the bureaucracy worked together to suppress dissent. At the same time, wealthy business groups took control of major newspapers. This shift blurred the distinction between an independent press and politically dependent media.

The 1971 military memorandum marks a turning point where the repression of the press became both systematic and symbolic. The torture of İlhan Selçuk at Ziverbey Mansion represents more than an isolated case of state violence—it reflects the extent to which regimes perceive independent journalism as a threat to ideological hegemony. Under the guise of restoring order, the state targeted journalists, intellectuals, and political activists, using extra-legal mechanisms to reshape public discourse. The military's indirect rule through technocratic governance underscored a central paradox: even as constitutional norms remained formally intact, authoritarian practices flourished beneath the surface.

This historical sequence aligns with Ibn Khaldûn's cyclical theory of political development, in which regimes evolve through stages of foundation, consolidation, prosperity, stagnation, and decline. In Khaldûnian terms, the initial extension of press freedom may be understood as a strategy of producing public consent to strengthen legitimacy in the foundational or transitional phases of power. Yet as states move into the consolidation and stagnation phases, they increasingly perceive dissenting voices as threats to the established order. This triggers mechanisms of control, whether through legal reforms, economic marginalization, or outright coercion. The Turkish case exemplifies how press freedom becomes an index of political maturity and fragility alike—offered generously in times of regime formation and withdrawn harshly under pressures of dissent and instability.

Thus, across multiple regimes—monarchical, parliamentary, and military—a consistent logic emerges: press freedom is tolerated only as far as it aligns with dominant political interests. Once dissent threatens to mobilize alternative narratives or challenge institutional authority, repression ensues. The Turkish experience therefore illustrates how media freedoms are not merely legal entitlements but are deeply embedded in the political economy of power, ideological production, and social control. Each historical phase studied here reaffirms that regimes, regardless of their ideological orientation, tend to oscillate between liberalization and restriction, using the press as both a vehicle for legitimacy and an object of suppression. In this regard, the history of press-state relations in Türkiye is less a linear progression toward freedom than a cyclical pattern of consent, consolidation, and coercion.

This cyclical pattern, first observed in early Republican and multiparty periods, continues to resonate in the contemporary era. The 2000s and beyond—particularly under the AKP government—have witnessed both liberalizing legal reforms and intensified mechanisms of control and coercion over the media. While EU harmonization laws in the early 2000s led to partial expansions of press freedom, subsequent years have been marked by renewed cycles of economic patronage, regulatory restrictions, criminal prosecutions of journalists, state intervention in media ownership (Topuz & Yaşar, 2020, pp. 117–132). The rise of digital platforms and social media initially opened new spaces for pluralism and dissent; however, government responses have included new forms of censorship, expanded legal sanctions, mass layoffs, and pervasive self-censorship. As a result, contemporary Turkish media demonstrates that the Khaldūnian cycle of consent, control, and coercion remains highly relevant, with each new phase of liberalization followed by increasingly sophisticated methods of repression and consolidation of power—now also extending into the digital sphere. This enduring pattern underscores the persistent structural and ideological dynamics that continue to shape press freedom in Türkiye.

Conclusion

This study has examined the history of press-state relations in Türkiye through the lens of Ibn Khaldūn's cyclical theory of history, proposing that media freedom operates not as a linear progression toward democratic idealism, but as a patterned oscillation between liberty and repression. Drawing from Khaldūn's historiographical method and his model of dynastic rise and decline, the article has demonstrated how each political regime in Türkiye—from the late Ottoman Armistice years to the military-dominated 1970s—has followed a recurring logic: freedom is extended to produce consent during formative or transitional phases, only to be gradually withdrawn as political authority stabilizes and dissent threatens the existing order.

These findings reveal that media institutions in Türkiye have long been situated within a precarious terrain shaped by ideological reproduction and political consolidation. Press freedom functions less as a stable entitlement and more as a contingent privilege, granted and revoked according to the needs of hegemonic governance. While periods such as the early 1960s or post-1950 elections initially created opportunities for vibrant journalistic pluralism, they gave way to mechanisms of censorship, patronage, and even state-sanctioned violence—as starkly illustrated by the torture of journalists like İlhan Selçuk in the aftermath of the 12 March intervention.

By integrating Khaldūn's cyclical insights with the political economy of communication, this article argues that Turkish media history is best understood as a

temporally recursive structure, marked by the dialectic of consent and coercion. The implications extend beyond Türkiye: in an age of digital capitalism, algorithmic governance, and platformized propaganda, understanding the cyclical nature of media freedoms—how they emerge, flourish, and recede—remains vital to safeguarding communicative democracy. Just as Khaldûn emphasized the importance of empirical scrutiny in the writing of history, contemporary media studies must remain attentive to the structural conditions that underlie both the promises and the betrayals of press freedom.

Kaynakça

- Akyol, A. (2011). İbn Haldun'un ilim anlayışında felsefe ve tarih tasavvuru. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(20), 29–59.
- Arık, M. B. (2010). Mizah ve karikatür. In N. Güngör (Ed.), *Cumhuriyet döneminde iletişim: Kuramlar, politikalar*. Siyasal Kitabevi.
- Cakir, H., & Yavalar, D. (2017). Demokrat Parti iktidarı ve basın. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 257–270.
- Çavdar, T. (2004). Türkiye'nin demokrasi tarihi 1839–1950 (3rd Press). İmge.
- Çiftçi, A., & Yılmaz, N. (2013). İbn Haldun'un siyaset teorisi ve siyasal sistem sınıflandırması. *Turkish Studies*, 8(8), 127–140.
- Emre Kaya, A. E. (2010). Demokrat Parti döneminde basın-iktidar ilişkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(39), 93–118.
- Fuchs, C. (2024). Ibn Khaldun and the political economy of communication in the age of digital capitalism. *Critical Sociology*, 50(4–5), 727–745.
- Gurnaz, H. (2019). 27 Mayıs'tan 12 Mart'a Türkiye'deki darbe teşebbüsleri ve basın (Master's thesis, Aksaray University).
- Haldun, İ. (2022). *Mukaddime: Evrensel tarihe ve toplum bilimlerine giriş* (C. Aydın, Trans., 2nd ed.). Timaş.
- Karaca, E. A. (2022). İbn Haldun ve döngüsel tarih felsefesi. *Tarihçi*, 2(3), 87–95.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. yüzyıla basın tarihi*. Pozitif Yayınları.
- Ökte, S. K. (2023). Demokrat Parti döneminde basınla ilişkiler çerçevesinde “resmî ilan ve reklam” uygulamaları (1950–1960). *Atatürk Yolu Dergisi*, (72), 240–277.
- Özgen, M. (2000). Türkiye’de basının gelişimi ve sorunları. Doğan Ofset.
- Özsever, A. (2024). 12 Mart'ın işkencehanesi: Ziverbey Köşkü. *İstDergi*. <https://www.istdergi.com/sehir/mekan/12-martin-iskencehanesi-ziverbey-kosku> Accessed: 02.06.2025.
- Özsever, A. (2025). Bir darbe düşü: 9 Mart '71. *Sol Haber*. <https://haber.sol.org.tr/haber/bir-darbe-dusu-9-mart-71-396643> Accessed: 02.06.2025.
- Seidler, G. L. (2020). Doğu'da siyasal düşünce: Doğu dünyasının ortaya çıkışı (M. Tunçay, Trans.). *Tarih Vakfı Yurt Yayınları*.

- Şahin, D. (2023). 27 Mayıs 1960 askeri darbesi ve basın (1960–1965). *History Studies*, 15(4), 723–741.
- Tamer, A. (2010). Kuvayi Milliye'nin sesi: İrade-i Milliye ve Hakimiyet-i Milliye. N. Güngör (Ed.), *Cumhuriyet döneminde iletişim: Kuramlar, politikalar. Siyasal Kitabevi*.
- Topuz, H. (2003). II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi. *Remzi Kitabevi*.
- Topuz, H. & Yaşar, R. (2020). *Yakın Dönem Türk Basın Tarihi*. NotaBene.
- Yıldız, N. (1996). Demokrat Parti iktidarı (1950–1960) ve basın. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 51(1), 481–505.



Sağlık İletişimi Kapsamında Madde Bağımlılığı Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme¹

*An Analysis of Public Service Announcements on
Substance Addiction within the Scope of Health Communication*

Özlem AKSOY¹ İlknur DOĞU ÖZTÜRK²

¹ Yüksek Lisans Bölümü Öğrencisi, Doğuş Üniversitesi, İletişim Bilimleri, ozlemorhann@hotmail.com
ORCID: 0009 0009 7943 1949

² Doç. Dr., Doğuş Üniversitesi, MYO, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı, iozturk@dogus.edu.tr,
ORCID: 0000-0001-6459-0845

ÖZ

Günlük yaşam pratikleri içinde farklı şekil ve düzeylerde karşımıza çıkan iletişim, sağlık alanında da etkili bir uygulama alanı yaratmıştır. Sağlık konusunda tüm paydaşlar arasında bilgi paylaşımını, farkındalık yaratılmasını ve davranış değişikliğini amaçlayan sağlık iletişiminin önemli konularından biri de madde bağımlılığıdır. Bağımlılıkla mücadele kapsamında pek çok iletişim uygulaması ile birlikte kamu spotları da yayınlanmaktadır. Özellikle sigara, alkol ve uyuşturucu gibi yaygın bağımlılık türlerine karşı hazırlanan kamu spotları, kamuoyuna etkili mesajlar ileterek farkındalık yaratmayı hedeflemektedir. Bu çalışma, sağlık iletişimi kapsamında madde bağımlılığı ile mücadelede kullanılan kamu spotlarını göstergebilimsel açıdan incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, tüm bağımlılık türlerinde kamu spotlarının incelenmesi açısından literatüre katkı sağlamaktadır ve bu nedenle önem taşımaktadır. Bağımlılığın bireysel görünen ama aile ve toplum üzerinde etkili bir sorun olduğunu vurgulayan araştırma, sistemli, hedef odaklı, duygusal mesaj ileten kamu spotlarının bağımlılık ile mücadele için önemli bir araç olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda, 2020-2024 yılları arasında Sağlık Bakanlığı ve Yeşilay tarafından yayınlanan ve desteklenen beş kamu spotu seçilmiş ve göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmada, Pierce ve Saussure'ün kuramsal çerçevesi doğrultusunda hareket edilerek insan, mekân, renk, müzik ve slogan gibi göstergeler değerlendirilerek düz ve yan anlamlar tespit edilmiştir. İnceleme sonucunda dramatik etkiyi arttıran duygusal mesaj iletiren uyuşturucu bağımlılığı ile mücadele edilen kamu spotlarında yalnızlık ve korku temalarının, sigara kamu spotlarında aile bağlarının ve sorumlulukların, alkol kamu spotlarında ise hukuki sorumlulukların ön plana çıkarıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık iletişimi, bağımlılık, madde bağımlılığı, kamu spotu, göstergebilim

ABSTRACT

Communication, which appears in various forms and levels in daily life practices, has created an effective area of application in the field of health as well. One of the key topics of health communication, which aims to share information, raise awareness, and promote behavior change among all stakeholders, is substance addiction. As part of the fight against addiction, many communication practices, including public service announcements (PSAs), are being implemented. Especially PSAs prepared against common types of addiction such as smoking, alcohol, and drug use aim to raise awareness by delivering effective messages to the public. This study aims to examine PSAs used in the fight against substance addiction within the scope of health communication from a semiotic perspective. It contributes to the literature by analyzing PSAs related to all types of addiction and is therefore significant. Emphasizing that addiction appears as an individual issue but also affects families and society, the study argues that systematic, target-oriented PSAs with emotional messages are important tools in combating addiction. Within this scope, five PSAs published and supported by the Ministry of Health and the Green Crescent between 2020 and 2024 were selected and analyzed using semiotic analysis. Guided by the theoretical framework of Peirce and Saussure, indicators such as human, space, color, music, and slogans were evaluated to identify denotative and connotative meanings. As a result, loneliness and fear were emphasized in drug-related PSAs, family ties and responsibilities in smoking-related PSAs, and legal responsibilities in alcohol-related PSAs.

Keywords: Health communication, addiction, substance addiction, public service announcement, semiotics

¹ Bu makale Özlem Orhan'ın Doç. Dr. İlknur Doğu Öztürk Danışmanlığında tamamladığı "Sağlık İletişimi Kapsamında Madde Bağımlılığı Kampanyaları: Sağlık Bakanlığı Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Gönderim/Received: 08.04.2025

Düzeltilme/Revised: 18.05.2025

Kabul/Accepted: 18.06.2025

Atıf / Citation: Aksoy, Ö. & Doğu Öztürk İ. (2025). Sağlık İletişimi Kapsamında Madde Bağımlılığı Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme. Global Media Journal Turkish Edition, 16(30), 18-45

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

Communication deeply influences all aspects of daily life and thus creates application areas across various systems, including law, education, politics, and health. One of these application areas is health communication. Health communication aims not only to move away from disease but also to protect health, ensure individuals' access to health-related information, raise awareness, and promote positive behavioral change (Okay, 2016). Within this framework, substance addiction, like many other health issues, emerges as a critical focus in health communication campaigns. Substance addiction poses a threat to both individual and public health and is thus a problem that requires active intervention. One of the key components of health communication campaigns is public service announcements (PSAs). PSAs aim to reach large audiences, raise awareness, and foster consciousness and behavioral change. Particularly in the fight against widespread health issues such as tobacco, alcohol, and drug addiction, PSAs have proven to be effective tools (Koçak & Bulduklu, 2010). This study analyzes five PSAs published between 2020 and 2024 as part of campaigns run by the Ministry of Health and the Turkish Green Crescent Society. The study aims to uncover the denotative and connotative meanings of the indicators (human, setting, music, color, slogan) used in these PSAs and to assess their societal impact. Theoretical grounding is based on Ferdinand de Saussure's signifier-signified distinction and Charles Sanders Peirce's triadic model of sign-object-interpretant (Rifat, 2009; Civelek, 2020). Roland Barthes' concepts of denotation and connotation were also employed in the analysis (İmrik Tanyıldızı & Acar, 2019). A qualitative research design was adopted, and the sample consists of five PSAs accessed through the official websites of the Ministry of Health and Green Crescent, as well as YouTube. The analyzed PSAs include: "Başarabilirsin" (two versions), "Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz – The Facts About Smoking," "Yeşilay Quit Smoking App," and "The Strings Are in Your Hands – Say No to Alcohol." In the PSAs addressing drug addiction ("Başarabilirsin"), themes such as loneliness, fear, darkness, and despair are depicted through male characters. The settings include dark homes, hospitals, and rehabilitation centers. The use of black and grey tones, dramatic music, and emotional narration supports a fear appeal strategy (Burç, Başakçı & Koçer, 2021). In the PSAs focused on smoking, family bonds and the emotional impact on children are foregrounded. One PSA emphasizes the societal consequences of smoking-related deaths, while another shows a little girl emotionally appealing to her parents to quit smoking. The slogans ("While They Win, We Lose" and "You Can Quit") are short, striking, and directive (Çalış Zeğerek, 2020). The PSA titled "The Strings Are in Your Hands – Say No to Alcohol" focuses on the legal and social consequences of alcohol use, such as traffic accidents, death, and imprisonment. A thick rope symbolically illustrates the loss of control experienced by the addicted individual, pulling the character through different locations. The use of brown and muted colors is associated with loss and deterioration (İzgören, 2010). In conclusion, these PSAs serve not only as informative tools but also play a motivational and action-oriented role. They em-

phasize that addiction is not just an individual issue but one with deep family and societal implications. Through fear appeals, emotional connection, and presenting actionable solutions, the signs and symbols used in these PSAs align with the core objectives of health communication. It is recommended that future studies conduct audience reception analyses to evaluate the effectiveness of these PSAs and improve the design of future health communication campaigns accordingly.

Giriş

İletişimin gücünün ve yarattığı etkilerin büyüklüğünün yadsınamayacağı uygulama alanlarından biri sağlık olmuştur. Etkili iletişimin ortaya çıkaracağı davranış değişiklikleri sağlık iletişimi açısından önemli bir amaç niteliği taşımaktadır. Sağlık alanında iletişim, sağlık konularındaki mesleki ve toplumsal bilgileri aktarmak, hasta-doktor ilişkisi kurmak ve sürdürmek, hastalıkların çözümü için iş birliği sağlamak, farkındalık ve teşvik çalışmaları ile kitlelere erişmek gibi nedenlerle aktif olarak kullanılmaktadır. Sağlık iletişiminde kitlesel erişim amacıyla kullanımına başvuru alan araçlardan biri de kamu spotlarıdır. Kamu spotları, dikkat çekilmesi gereken önemli konuların hedef kitlelerine hızlı ve kolay bir şekilde duyurulmasını ve hedeflenen geri bildirimlerin alınmasını sağlayabilmektedir.

Sağlık iletişimi kampanyaları, insanların tıbbi konularda gerek duyulan bilgilere kolaylıkla ulaşabilmesini, hasta veya hasta yakınlarının bilgilendirilmesini, potansiyel hasta olan sağlıklı insanların farkındalık kazanmasını sağlamayı ve hastaları hızla harekete geçirerek onlarda olumlu davranış değişikliği oluşturma temeliyle ilerlemektedir. Bu kapsamda kampanya yapılan önemli sağlık iletişimi konularından birisi de madde bağımlılığıdır. Bu sorun ülkemizin en büyük ve tehlikeli sorunlarından biri hâline gelmiştir. Soruna yönelik iletişim çalışmalarının önemli olduğu görüşü ile mevcut çalışmaları incelemek, öneride bulunmak ve sağlık iletişimi ile literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda yaygın bağımlılık sorunları olan sigara, alkol ve uyuşturucu madde bağımlılığı ile mücadele amacıyla gerçekleştirilen kamu spotları incelenmiştir. Örneklem olarak 2020-2024 yılları arasında uyuşturucu bağımlılığı, sigara bağımlılığı ve alkol bağımlılığı ile mücadele amacıyla Sağlık Bakanlığı ve Yeşilay tarafından yayınlanan ve desteklenen beş kamu spotu seçilmiştir. Söz konusu kamu spotlarına Sağlık Bakanlığı ve Yeşilay web siteleri ve Youtube platformundan ulaşılmıştır. Zaman kısıtı bağlamında iki uyuşturucu bağımlılığı kamu spotu, iki sigara bağımlılığı kamu spotu ve bir alkol bağımlılığı kamu spotu göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmada, Saussure ve Peirce'in çalışmalarıyla ortaya çıkan göstergebilimin anlamlandırma yaklaşımından yararlanılmıştır.

Saussure, gösterge ve gösterilen şeklinde iki anlamlandırma süreci üzerinde durmaktadır. Göstergelerin ortak, uzlaşmaya varılabilecek bir anlamı olduğunu savunan Saussure, göstergelerin zihinde oluşturduğu anlamı dahil etmemektedir. Peirce ise bu iki anlamlandırma sürecine yorumlama kısmını dahil etmektedir. Peirce'in sürecinde yorumlamanın dahil olmasıyla ortaya çıkan görüşlerin, kişilerin

tecrübelerine göre değişkenlik göstereceği ortaya atılmıştır (Gülada, 2019). Kişiler yaşamları boyunca çok fazla göstergelerle karşılaşmaktadırlar. Yaşamın her anında karşılaşmanın mümkün olduğu bu göstergelerin hepsinde belirli mesajlar bulunmakta, mesajlar kişilerin yaşamlarına göre şekillenmekte ve değişebilmektedir. Her mesajdan çıkarılacak anlam ise aynı olmamaktadır. Göstergebilim, mesajların anlamlandırmasının göstergeler ile yapılmasını sağlamaktadır. Yapılan bu anlamlandırmalar, göstergebilimin odaklandığı kısmı yani gösterileni ortaya çıkarmaktır (Arpa & Çakı, 2018).

Sağlık iletişimi alanında bu çalışma için seçilen kamu spotlarında bulunan göstergeler ortaya çıkarılarak bunların anlamlandırması yapılmış, gösterilenlerin neler olduğu ve içerdiği mesajlar belirlenmiştir. Çalışma, sigara, uyuşturucu ve alkol bağımlılığıyla mücadelede kullanılan kamu spotlarının detaylı incelenmesi yoluyla; farkındalık yaratma ve fayda sağlama unsurlarını dikkate alarak, mesaj içeriklerinin analizinden elde edilen sonuçlar açısından önem taşımaktadır. Çalışma ayrıca gelecekte yapılacak iletişim kampanyalarına yönelik öneriler getirmesi açısından da önemlidir. Bu doğrultuda araştırmanın, literatüre getirilecek benzer araştırmalara örnek olması ve bu araştırmalar arasında karşılaştırmalar yapılabilmesine olanak sağlaması açısından da literatüre katkıda bulunması hedeflenmiştir.

Kavramsal Çerçeve: Sağlık İletişimi Bağlamında Madde Bağımlılığıyla Mücadelede İletişim Süreci ve Etkileri

Genel anlamına baktığımızda iletişim, “Verici denilen bir kutupla alıcı diye anılan bir kutup arasındaki bilgi alışverişi ya da aktarımı, kısaca bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma sürecidir.” (Mutlu, 1988, s. 148). İletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi sonucunda elde edilen tüm karşılıklar bu sürecin doğru ilerlemesinin hayatımızdaki önemini göstermektedir. Sosyal yaşamın her alanında bireyler toplumun diğer üyeleriyle etkileşim hâlinindedir. İlişkilerde, iş ortamında, ailede ve sosyal çevrede başarıyı organize etmede, mutluluğu veya mutsuzluğu belirlemede iletişimin çok büyük etkisi bulunmaktadır (Vural, 2014).

Bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması süreci olan iletişim olgusu insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanların öğrenme ve bilme gereksinimleri ise radyo, televizyon, gazete, dergi, kitap, reklam, telefon, telgraf ve internet temelli araçlar sayesinde karşılanmaktadır. Bu araçlar herhangi bir bilgiyi, kısa sürede geniş kitlelere hızlı bir biçimde ulaştırabildikleri için günlük yaşamda önemli bir yere sahiptir. Günümüzde çok sayıda insan ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişmeler hakkında bilgi edinebilmek amacıyla kitle iletişim araçlarından faydalanmaktadır (İlgaz Büyükbaykal, 2012, s. 71). “Araç mesajdır” cümlesi ile global köy vurgusu yapan McLuhan, kaynağın kendisinin dahi mesaj olduğu vurgusu yapar. Kitle iletişim araçlarının toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini inceleyen McLuhan (1964), medyayı insanın herhangi bir uzantısı olarak tanımlar ve “mesaj”ı da bir aracın ölçek, hız veya modelde yarattığı değişim olarak açıklar. Ona göre iletinin içeriği tümüyle önemsiz değildir ancak bir mecranın kullanım biçimi kişisel ve toplumsal

dinamikleri dönüştürmektedir. Yani “Araç iletidir” sözüyle mecranın iletildiği içeriğin değil aynı zamanda kullanımının da belirleyici olduğunu işaret etmektedir. Böylece iletişim araçları etkisi ve içeriği dışında yarattığı değişim gücü ile de önem taşımaktadır (Lodhia, 2018, s. 2).

Geleneksel iletişim süreçlerinin unsurları kitle iletişim süreçlerinde de vardır ancak kitle iletişiminde kullanılan araçların, gönderilen mesaj ve bilgilerin içeriği ve hedeflenen kişiler açısından farklılıkları ve özellikleri bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla iletişim, bireyler arasındaki iletişimi kapsamamaktadır. Topluluk içerisinde homojen olmayan ve bireysel özellikleri belli olan kitlelere, bu amaca yönelik tasarlanmış araçlarla hitap edilmektedir. İletişim hem geleneksel araçlarla hem de yeni medya araçlarıyla kurulmaktadır. Bu iletişim süreci belli amaca yönelik sistemsel bir yaklaşımla ilerlemektedir. Kurumlar, gönderici konumundayken alıcı da farklılaşmaktadır. Alıcı izleyici, okuyucu ve dinleyici konumunda olmaktadır (Atabek & Dağtaş, 1998). Bugün bu alıcılar aynı zamanda içerik üreticisi de olan sosyal medya gibi araçları kullananları da ifade etmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri anlık, zamandan bağımsız, iki yönlü iletişim olanakları ile birlikte geleneksel iletişim araçlarının özelliklerine sahiptir. Ayrıca geleneksel araçların kullanımını da kolaylaştırmıştır. Dünyanın herhangi bir yerinde bulunan insanlar birbiriyle kolaylıkla iletişim kurabilir hâle gelmiştir. Gazete ve dergilere dijital ortamlarda ulaşabilmek, televizyonu bilgisayarlardan, telefonlardan izleyebilmek, müziklere her yerden ulaşabilmek ve onları indirebilmek, kütüphanelerdeki kitaplara sanal ortamlarda ulaşabilmek, eğitimleri online olarak tamamlayabilmek, dünya üzerinde bulunan mağazaların birçoğuna ulaşp online olarak alışveriş yapabilmek, banka, fatura ödemeleri gibi işlemleri de online yapabilmek gibi sayıca çok fazla olan bu ve benzeri işlemler teknolojik gelişmeler sonucunda gelen dijitalleşme sayesinde yaşamımızı kolaylaştırmıştır (Çağlayandereli & Arslan, 2016). Hem iletişim hem de dijitalleşmenin kolaylaştırıcı etkisinin yansıdığı bir alan olarak sağlık sektörü de dikkat çekmektedir. Sağlık kavramı insan hakları kapsamında değerlendirilir. Her insanın doğuştan sahip olduğu bir hak olan yaşam hakkı ve özgürlük hakları sağlık ile ilişkilidir. Bu haklar, kanunlar çerçevesinde korunan kişinin doğduğu günden itibaren varlık kazanan haklardır. Dünya Sağlık Örgütü (1998, s.1) sağlık kavramını hem hastalık ve sakatlığın olmayışı hem de fiziksel, ruhsal ve sosyal iyilik hâli olarak tanımlamıştır. Sağlık, her toplumda ve her kültürde aynı şekilde işlenmemekte; her toplumun, her kültürün kendine özel yaşamı, durumu, felsefesi olduğundan bir yerde sağlıklı olarak adlandırılan bir kişi farklı bir yerde hasta konumunda olabilmektedir. Bu durum ülkelerin yaşam standartlarından da doğrudan etkilenmektedir (Okay, 2016). Sağlık kavramını anlamak için kavramın zıddı olan hastalık kavramını irdelemek yerinde olacaktır.

“Hastalık” (disease), toplumsal veya psikolojik açıdan kabul edilen ya da edilmeyen, organizmanın anormal durumudur. “Sağlıksızlık” (sickness) ise, sağlıkta

meydana gelen bozulmayı ifade eder. Sağlıksız olma durumu, rahatsızlık ve hastalık gibi durumları kapsayan daha genel bir terimdir (Helman 1981, Read 1966'den akt. Kaplan, 2016). Türkçede de benzer şekilde hastalık ve rahatsızlık kavramları farklı şekillerde kullanılmakta ve farklı anlamlar taşımaktadır. Hastalık genel olarak, kişinin vücudunda normal şekilde ilerlemeyen bazı bozuklukların ortaya çıkmasıyla vücudun işleyişinde değişken olan etkenleri temsil ederken normale dönmeyi sağlayacak tedavileri gerektirmektedir. Rahatsızlık ise kişinin kendisini herhangi bir bozukluk olmadan iyi hissetmemesiyle bile ortaya çıkabilmektedir (Lupton'dan akt. Sezgin, 2010). Sağlıklı hâlden hastalığa geçilmesinin birden çok nedeni bulunmaktadır. Bu hasta olma durumunu, doğru tedaviyle birlikte hekim-hasta ve hasta yakını iletişimi, medya, sağlık iletişimi kampanyaları da etkilemektedir. Hastalık ve rahatsızlık psikolojisinin içerisinde olan bireylerin kişiler arası, grup ya da kitle iletişim çalışmalarının etkisine kapılarak tedavinin doğru ya da yanlış ilerlemesine ilişkin kararlar alması ve uygulaması olası görülmektedir. Bu durum ise sağlık konusunda iletişimi ön plana çıkarmaktadır. Sağlık iletişimi, sağlık konusuyla ilgili kişi veya grupların, ilgili hedef gruplarına yönelik gerçekleştirmiş olduğu iletişim şeklidir (Okay, 2016, s. 11). Tabak (2006, s. 29) ise sağlık iletişimini kişiler arası iletişim düzeyinde ele alarak "bireyler arasında sağlıkla ilgili olarak oluşan etkileşim ve işlemlere iletişim ve kavram ve kuramların uygulanması" şeklinde tanımlamış bireylerin sağlık konularıyla ilgili etkileşiminin önemine dikkat çekmiştir. Günümüzün sağlık iletişimi, hastalığa yakalanmanın önlenmesini, sağlık alanındaki bilinmesi gereken konuların anlatılmasını, tıbbi hizmetlerin üretimini ve pazarlamasını, tıbbi tüketicilerin iyileştirme süreçlerini, tedavilerin neler olduğunu ve tıbbi bakımların nitelikleriyle alakalı bilgilerin, süreçlerin işleyişlerini aktaran ve gerekli eğitimlerin alınmasını da sağlayan ilkeleri kapsamaktadır (Koçak & Bulduklu, 2010). Bu geniş kapsamda bilgiler sağlık iletişimi amacıyla dergi, gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel araçlarla birlikte yeni medya araçlarını içerecek şekilde ve bütünsel olarak kullanılabilir. Sağlık iletişimi kapsamında yapılan kampanyalar, sağlık iletişimiyle oluşturulması beklenen olumlu davranış değişikliklerinin desteklenmesi ve farkındalık yaratılması adına önemli yer teşkil etmektedir. Sağlık iletişiminin etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla yapılan kampanyalar, hasta ve hasta yakınları için hayati öneme sahip olabilmekte ve insanların bilinçlenmesini, sağlık konularında farkındalık yaratılmasını sağlamaktadır.

Önlem alınabilecek, önüne geçilebilecek tüm sağlık sorunlarının öğrenilip harekete geçilmesi bu sayede yaygın bir hâle gelmektedir. Sağlık iletişimi kampanyaları gerçekleştirilirken kullanılan davranış değişikliği oluşumunu destekleyen belli başlı modeller ve teoriler bulunmaktadır. Tüm bu teori ve modellerin ana teması hemen hemen benzer olmakla birlikte ortak bir amaç uğrunda ilerlemektedirler. Burada sağlık iletişiminde davranış ve tutumları etkileyen ortak teori ve modeller Okay (2016) tarafından Davranışsal Yönelimler-Niyetler, Nedene Dayalı Eylem-Akla Dayalı Eylem Teorisi, Planlanmış Davranış Teorisi, Değişim Aşamaları, Sağlık İnancı Modeli, Tüketici Enformasyon İşleme Süreci, Sosyal Bilişsel Teori, Örgütsel-Kurumsal Değişim Teorisi, Toplumsal Organizasyon Teorisi, Yeniliklerin Yayıl-

ması Teorisi, Stratejik Planlama Modeli, PRECEDE-PROCEED İlerleme Modeli, İhtiyaçlar-Etki Temelli Planlama Modeli şeklinde sıralanmıştır. Kullanılan her modelin uygulama şekli ve süreci kendine has bir şekilde ilerlese de ortak payda sağlığın geliştirilmesi, sağlık sorunlarının ortadan kaldırılması, sağlık konularının önemine dikkat çekilmesi ve farkındalık yaratılması adına sağlığın iyileştirilmesi için yapılan iletişim kampanyalarını kapsamaktadır. Sağlık iletişimi kampanyaları hayati önem taşıırken, bu kampanyalar arasında özellikle bağımlılık konusuna yönelik olanlar dikkat çekmektedir.

Toplumumuzda büyük bir sağlık sorunu hâline gelmiş olan bağımlılığın birçok şekli bulunmaktadır. Bağımlılık, kişilerin tüm hayat akışını etkileyen, aile hayatı, iş hayatı, eğitim hayatı ve sosyal hayat gibi yaşamın her alanında sorun yaratabilecek sebepleri doğuran bir sağlık sorunu kaynağıdır. Dünyaya gelen her kişinin karşılaşabilme ihtimalinin olduğu bağımlılık, insanın bağlanma duygusunu da aktive ederek yaşadığı eksikliklerle ortaya çıkan, kişinin hayatına giren ve kolay kolay da gitmeyen bir hastalıktır (Demirci & Engin, 2017). Özellikle madde bağımlılığı büyük bir toplumsal sağlık problemi hâline gelmiştir. Her geçen gün artan vakalar ve önüne geçilemeyen durumlarla birlikte madde bağımlılığı tehlikeli bir durum arz etmektedir.

Sağlık alanında yapılan kamu spotları ile toplumsal bir sorun niteliği olan bağımlılıkla mücadele edilmektedir. “Bağımlılık; bir nesne ya da kişiye aşırı istek duyulması, kişinin kendi iradesini kaybederek başka bir nesnenin ya da kişinin güdümünde olması durumudur” (Kariper, 2020). Herhangi bir konuda bağımlı olan birey kendi davranışlarına hâkim olamamakta, özgürlüğünü kaybetmekte ve bunu kendi elleriyle yapmaktadır. Bağımlılık bireyin kendisinin veya sosyal çevresinin etkileriyle dönüştüğü bu bağımlı birey olma hâli davranış ve kararlardaki kontrolü kaybetmeye götürmektedir. Kişi bağımlı bir hâle geldikten sonra tek başına bu durumun içerisinden çıkmak güç bir hâl almaktadır. Bireylerde görülen bu bağımlılık türlerinde kişinin kendisini kurtarmak için yapabileceği en önemli şey yardım talep edebilmektir. Bağımlı olunan maddeler çeşitlilik göstermektedir. Bağımlılık türleri ise oyun, kumar, internet, alışveriş, seks, alkol, sigara ve uyuşturucu gibi madde bağımlılığından oluşmaktadır (Kariper, 2020). Bağımlılık türlerinden biri olan madde bağımlılığı dünyada ve ülkemizde ciddi bir problem hâline gelmiştir. Kişisel ve toplumsal hayatı tehdit eden madde bağımlılığı, yaşamın kalitesini; ahlak, eğitim ve sağlık düzeylerini oldukça olumsuz bir şekilde etkilemektedir. Bu tür bağımlılıklar büyük oranda gençler arasında sık görülmektedir. Gençler açısından etki alanı daha büyük olan madde bağımlılığı önüne geçilmesi gereken bir sağlık sorunudur (Başkurt, 2003).

Madde bağımlılığı kavramındaki madde; alkol, sigara, uyuşturucu gibi bireyin bağımlı bir hâle gelmesine neden olan etken içerikteki zararlı ürünleri kapsamaktadır. Kişilerin bu maddeleri almalarıyla birlikte kontrol kaybı başlar. Birey bu maddeye bağımlı hâle gelerek hayatının temeline maddeyi koymaktadır. Maddeye ulaşmak hayat amacına dönüşmektedir. Bu nesnelere bağımlılığın başlamasıyla

birlikte kişilerin bedensel ve psikolojik problemler yaşatan eksiklikler hissetmesine madde bağımlılığı denilebilmektedir (Demirci & Eker, 2017). Madde kullanımının devam etmesi ve bağımlılığın sürdürülmesine sebep olan iki unsur vardır. Bunlar tolerans ve yoksunluktur. Madde bağımlısı kişinin maddeye olan toleransının oluşmasıyla dozajını gittikçe yükseltmesi ve sürekli madde kullanan bir kişinin maddeyi bırakmak için harekete geçtiğinde yoksunluk belirtileri göstermesi, eksiklik çekmesi, maddeyi aramasıdır (Kariper, 2020). Bağımlılığın oluşmasında ve buna bağlı nedenlerde risk ve koruyucu unsurların birbirlerini etkilemesi, çeşitli kişilik özellikleri ile sosyal risklerin birleşimi, yaşanan yer ve sosyal çevrelerden dışlanma gibi birden çok etken bulunmaktadır. Buradan hareketle, madde bağımlılığına yol açan nedenlerle, kişiyi madde bağımlılığından uzaklaştıran etkenler iç içe geçebilmekte ve madde bağımlılığı tedavisinde karmaşık bir süreçte sebebiyet verebilmektedir. Madde bağımlılığı tedavisinde yalnızca bireysel ve ailesel davranışlara odaklanmak kısa vadede etkili olabilirken, profesyonel sağlık desteği almak çok daha etkili bir çözüm sunabilmektedir (Polat, 2014, s. 143). Madde bağımlılığının çeşitleri arasında sigara, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı dikkat çekici şekilde ön plana çıkmaktadır.

Dünyada en yaygın kullanılan madde olan sigara, ölüm sebeplerinde ikinci sırada bulunan bir bağımlılık türüdür (Kariper, 2020). Bağımlılık türleri arasında en yüksek orana sahip olmasına, çoğu hastalığın kök nedeni olduğu bilinmesine rağmen yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Sigara, alkol ve uyuşturucu maddelerine nazaran daha zararsız bir madde olarak görülüp, ulaşımının kolay olmasıyla daha yaygın tüketilen bir madde olsa da diğer maddeler gibi oldukça zararlıdır ve sağlığı olumsuz etkilemektedir (Başkurt, 2003). Sigara kullanan insanların kullanmayan insanlara nazaran diğer zararlı maddelere karşı dirençleri daha düşük olmakta ve bağımlı olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu varsayılmaktadır (Kariper, 2020). Sigaraya bağımlı olan bireylerin sigara içme isteklerini dikkat dağınıklığı, gerginlik, stres gibi psikolojik sebepler tetiklese de sigara içerisinde bulunan etken madde nikotin, bireylerin psikolojisini büyük bir şekilde etkilemekte ve kullanımı tetiklemektedir (Başkurt, 2003).

Birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de alkol kullanımının oranı oldukça yüksektir ve bu oranın kapsam alanı genelde gençleri içine almaktadır. Alkolün insan bedeni üzerinde yapmış olduğu etkiler çeşitli uyuşturucularla benzerlik gösterebilmekte ve vücuda zararları aynı olabilmektedir. Alkol maddesi, merkezi sinir sistemini etkileyerek düzeni bozmakta, algılama, düşünme, duygu bozukluğu gibi etkiler yaratarak zihin ve ruh dengesini değiştirmektedir. Alkol kullanan bireyler adına en net özellikler kişinin dayanıklılığının az ve gücünün yetersiz olmasıdır. Bu özelliklere sahip bireylerin kaygı duyma oranları daha yüksek olduğu gibi bu kaygıları azaltması da kolay olmamaktadır. Bu özelliklere sahip bireylerin hayatında oluşan sorunlarla baş etmesi daha güç olmakta ve bağımlı bireylere dönüşme potansiyelleri yüksek olmaktadır. Alkol almak için heyecanlı, tutkulu bir kişiliğe sahip olma, duygusal ve psikolojik zayıflık, tatmin olmama, hayattan beklentilerinin karşılanmaması gibi durumlar etken olabilmektedir (Başkurt, 2003).

Emniyet Genel Müdürlüğü'nün sağladığı genel verilere göre Türkiye'de tehlikeli boyutta olmasa da uyuşturucu kullanımında artış olduğu anlaşılmaktadır. Alkol maddesi bağımlılığı kapsamında yer alan gençler, uyuşturucu maddelerinin kullanımında da kapsam alanında olmaktadır. "Gençler arasında en çok kullanılan maddeler esrar (%13), eroin ve kokain (%1), ekstazy ve amfetamin gibi uyuşturucular (%4), keyif verici haplar (%4), tiner ve balıdır." Eroin ise uyuşturucu maddeler arasında bağımlı olmaya daha yatkın olunan bir madde olarak yer almaktadır. Bu maddeye bağımlı olma durumu oldukça yüksektir. Miktarı ve deneme sıklığıyla bağımlılık oranı tehlikeli olan bu maddenin farklı şekillerde burun ve koldan enjekte gibi yollarla kullanımı mümkündür (Başkurt, 2003, s. 80-81). Bu üç bağımlılık türünde de etken maddeler merak duygusu, sosyal çevre ve dikkat çekme gibi fiziksel ve psikolojik durumları kapsamaktadır. 2023 yılına bakıldığında Türkiye'de uyuşturucu kapsamında gerçekleşen 252.000'e yakın suç türlerinin dağılımı şu şekildedir: %82,6 oranında kullanım amaçlı bulundurma ve satın alma, %15,1 oranında uyuşturucu madde imal etme ve uyuşturucu ticareti, %1,9 oranında denetleme kanununa muhalefet, %0,3 oranında uyuşturucu madde kullanımına teşvik etme, %0,1 oranında kanuna muhalefet şeklindedir (Emniyet Genel Müdürlüğü, 2024). Uyuşturucu madde kullananların %23'ü arkadaş ısrarı, %12,3'ü kişisel sorunlar ve %11,3'ü ise aile içi sorunlar nedeniyle uyuşturucuya başladığı tespit edilmiştir (Doğu Öztürk ve Sabırcan, 2020, s. 35). Bağımlılıkla mücadelede iletişim araçlarının faydası olduğu kadar bağımlılığın yayılmasına yol açan zararları da olabilmektedir. İnternet sayesinde varlığı ortaya çıkan dijital platformlarda toplumları ve bireyleri madde kullanımına yönelik teşvik edebilen paylaşımlar yapılabilmektedir. Madde bağımlılığında risk oranı yüksek olan uyuşturucu maddelerin satışlarının Facebook, Instagram, X, Snapchat, Telegram gibi dijital platformlarda yapılabildiği gözlemlenmektedir. Bu durum 'NarkoMarketing' olarak adlandırılmaktadır. Uyuşturucu pazarlama anlamına da gelen bu satışın boyutu, satışı sağlayan kişilerin kimliklerini rahatça gizleyebilmeleri ve anonim göründüklerinden yakalanma korkularının olmaması nedeniyle birlikte her geçen gün ciddi anlamda artmakta ve kontrolden çıkmaktadır (Bahar, 2018).

Bağımlılıkta iletişim sürecinde aile içi iletişim oldukça büyük önem taşımaktadır. Ailelerinde kendilerini güvende hissedenden bireylerin bağımlı olmamaları, bağımlı olsalar da davranış değişikliğine gidebilmeleri daha mümkün olabilmektedir. Bağımlılıkta iletişim sürecinde bir diğer önemli konu toplumsal iletişimdir. Toplumsal iletişim, her bireyin içerisinde bulunmak durumunda olduğu çevrede etkin olmaktadır. Bireylerin çevresinden etkilenecek bir kitle düşüncesiyle hareket etmeleri özellikle güven duydukları bir çevreyle bunu yapmaları mümkündür. Özellikle çocukluktan itibaren yakın çevrede görülen madde kullanımı çocuklar ve gençler adına kullanımı kolay bir şeymiş gibi görünebilmektedir. Bu da bireyler adına madde kullanımını kolaylaştırabilmektedir (Bahar, 2018). Bağımlılıkta iletişim sürecinin en sağlıklı şekilde yürütülebilmesi için bilinçli olunması, profesyonel bir

destek alınması önem taşımakta ve iletişimin etkisi bağımlılıkla mücadelenin başarısı için ayırt edici olabilmektedir.

Metodoloji

Devlet, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının tanıtım ve reklam çalışmalarının televizyon ve radyolarda yayını için yüksek bütçeler gerekmektedir. Bu nedenle dünyada ve Türkiye’de kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının kamu yararı taşıyan mesajlarının, radyo ve televizyonlarda ücretsiz yer alması sağlanarak kamuyla buluşmasına olanak veren düzenlemeler yapılmıştır (Bilgiç, 2016, s. 27). Medyanın gücünden faydalanmak isteyen kamu yetkilileri görüntü ve ses teknolojisini kullanarak ticari bir amaç taşımayan; kamuoyuna duyuru, bilgilendirme, farkındalığı arttırma gibi olumlu davranış değişikliklerini gerçekleştirmeye yönelik olan kamu spotlarından faydalanmaya başlamışlardır (Öztürk, 2020, s. 171). Sağlık Bakanlığı bağımlılıkla mücadelede kampanyalarının görünürlüğünü arttırmak amacıyla kampanya kapsamında hazırladığı kamu spotlarını hem kurumsal web sitesinde paylaşmakta hem de sosyal medya kanalları aracılığıyla yayılmasını sağlamaktadır. Sağlık Bakanlığının kampanyalarını destekleyen önemli bir sivil toplum örgütü ise Yeşilay’dır. Yeşilay, kamu yararına çalışmakta olan sivil toplum kuruluşlarından biridir. Sigara, alkol, uyuşturucu gibi çeşitli bağımlılık türlerinin sorunlarıyla mücadele etme amacıyla, toplumun bu tür zararlı maddelerden korunması ve farkındalık yaratılması adına çalışmalar gerçekleştiren bir sivil toplum kuruluşudur.

Öncelikle iki kurumun da web siteleri incelenmiş ve bağımlılık kampanyaları kapsamında en güncel kamu spotları çalışma kapsamına dahil edilerek sıralanmıştır. Böylece 2020-2024 yılları arasında yayınlanmış bir alkol bağımlılığı kamu spotu, iki sigara bağımlılığı ile mücadele amaçlı kamu spotu ve en güncel iki uyuşturucu bağımlılığına yönelik kamu spotu analiz edilmek üzere seçilmiştir. Alkol bağımlılığı için bir tane kamu spotu seçilmesinin nedeni son yayınlanan kamu spotlarında sağlık bakanlığı logosunun bulunmamasıdır. Sağlık Bakanlığı tarafından desteklenen, bakanlık logosunun kullanıldığı kamu spotları çalışma kapsamına alınmıştır. Çalışmanın örneklem alanına ve sınırlılıklarına uygun olarak bir adet alkol bağımlılığı kamu spotu tespit edilmiş ve çalışma kapsamına alınmıştır. Seçilen tüm kamu spotlarına hem kurumların resmî web sitelerinden hem de video paylaşım sitesi Youtube platformundan erişilebilmektedir. Zaman kısıtı dikkate alınarak çalışma kapsamına alınan sağlık iletişimi kampanyalarındaki kamu spotları, ön plana çıkardıkları unsurların düz ve yan anlamları açısından göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle incelenmiştir.

Göstergebilim, Fransızca “Semiotique”, “Semiologie” sözcüklerinden türemiştir ve göstergeleri inceleyen bilim dalı anlamına gelmektedir (Rıfat, 2009). Göstergebilim terimini ortaya çıkaran ilk kişi John Locke’tur. İngiliz bir filozof olan John Locke göstergebilimden ilk kez “semeiotike” terimini ortaya atarak bahsetmiştir. Semiyotik terimi “göstergeler öğretisi” olarak adlandırılmıştır. Locke, bilimde

Üç ana branştan birinin semiyotik olması gerektiğini öne sürmüştür (Çeken & Arslan, 2016). Genel anlamıyla gösterge, kendisi dışında herhangi bir şeyi simgeleyen ve simgelediği şeyin yerini alabilecek olan her türlü şekil, olgu, nesne gibi anlamları temsil etmektedir. Bu bakımdan kelimeler, semboller, işaretler vb. gösterge sayılabilir. Dilsel göstergeler, sesli ve kavramsal olarak iki şekilde olabilmektedir. Dilbilimciler, gösterenin ses ya da seslerin birleşimi olduğunu, gösterilenin ise kavramı temsil ettiğini öne sürmüşlerdir (Rıfat, 2009). İnsanların giyim tarzından kullandıkları dile, vücut dillerinden kullandıkları nesnelere kadar iletişim sürecinin hemen hemen her unsurunun anlam yarattığı göz önüne alındığında göstergebilimin sanat, mimarlık, kitle iletişimi gibi pek çok bilim ve alanda çözüm sağlayan analiz yöntemi olarak kullanılması mümkün olmaktadır (Öztürk, 2020).

Göstergebilimin temelleri, Amerikalı filozof C. Sanders Peirce ve İsviçreli dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından atılmıştır. Peirce ve Saussure, 20. yüzyılın başlarında hemen hemen aynı zamanlarda birbirlerinden habersiz olarak göstergebilimin öncüsü olmuşlardır (İmrik Tanyıldızı & Acar, 2019). Peirce göstergebilimi "salt dilbilgisi", "gerçek anlamıyla mantık", "salt sözbilim" olarak üçe ayırmaktadır. Peirce'in en önemli üçlü ayrımlarından biri "gösterge", "yorumlayan" ve "nesne" kavramlarıdır (Rıfat, 2009, s. 31). Bu üçlü ayırım ile Peirce göstergenin bir kişide yarattığı göstergeyi yorumlaması ve bu yorumlanan şeyin ilk göstergenin yorumlanmış hali olduğu ve bunun bir nesnenin yerini tuttuğunu varsaymaktadır. Peirce'in bir başka üçlüğü ise "görüntüsel gösterge(ikon)", "belirti" ve "simge"dir (Rıfat, 2009, s. 31). Peirce, ikondan bahsederken benzerlik kelimesini sürekli olarak tekrarlamaktadır. Bu durum, ikonun temsil ettiği göstergeye olan benzerliğini çağrıştırmak, ikonun temsil ettiği şeye fiziksel olarak benzediğini vurgulamaktadır. Peirce'in bahsettiği bu ikona örnek olarak bir fotoğraf verilebilir. Fotoğraf, görüntüsel göstergenin fiziksel temsili olabilmektedir. Belirti ise yorumlayanla birleşmektedir. Belirtide verilmek istenen ileti yorumlarla ortaya çıkabilmektedir. Örneğin bir duman belirtisi beraberinde, yangını ya da ateş yakıldığı düşüncesini ortaya çıkarabilmektedir. Simge ise yine belirtideki gibi yorumlamayı temsil ederken aynı zamanda genel bir kanının ortaya çıkardığı düşüncüyü de temsil edebilmektedir. Örneğin bir terazi düşünüldüğünde karşılığında bir dengeyi, eşitliği ve adaleti çağrıştırmaları mümkün olacaktır (Özmağas, 2009, s. 39).

Peirce Amerika'da mantığa dayalı göstergebilimin temellerini attığını varsayarken, Saussure ise toplumsal ve ruhsal olarak kuramın içerisinde birleşilmesi gerektiğini varsayarak Avrupa'da göstergebilimin daha ilerleyen zamanlarda kurulması gereken bir bilim dalı olduğunu ileri sürmektedir (Rıfat, 2009). Saussure'ın ölümü öğrencilerinin, hocalarının ders notlarını birleştirmesiyle dilbilim kitabının ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (Civelek, 2020, s. 776). Saussure, "Kavram ile işitimi imgesini birleştirerek buna gösterge demiş ve bütünü belirtmek için gösterge sözcüğünü, kavram yerine gösterilen sözcüğünü ve işitimi imgesi yerine gösteren sözcüğünü benimsemeyi önermektedir." (Ünal, 2016, s. 385). Saussure'un gösterileni zihnimizdeki soyut kavramken, gösteren somut olarak dışa vurduğumuz

kavramlar olmaktadır. Dil üzerindeki kültür öğelerinin, algılanması ve yorumlanması ortak paylaşımlarla ilişkilendirilmektedir (Civelek, 2020, s. 776).

Peirce ve Saussure'dan sonra göstergebilimin gelişmesi devam etmiştir ve göstergebilim alanında sıklıkla örneklem olarak alınan film, reklam, afiş gibi çalışmalarda kullanılan yaklaşımlardan olan düzanlam ve yananlam yaklaşımları Roland Barthes'ın Saussure'un tanımını geliştirmesiyle ortaya çıkmıştır. Roland Barthes, Saussure'un göstergebilim tanımına, anlamlandırmada düzanlam ve yananlam formatını getirmiştir. Düzanlam, gösterenin kendisini temsil ederken, yananlam gösterileni temsil etmektedir (İmrik Tanyıldızı & Acar, 2019). Araştırmada, Saussure gösterge ve gösterilen şeklinde iki anlamlandırma süreci ve Peirce bu iki anlamlandırma sürecine yorumlama kısmını dahil etmesi ile çalışmanın yaklaşımını ve temelini oluşturmaktadır.

“Başarabilirsin”, “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri”, “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” ve “Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” Kamu Spotlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi

Çalışmada ilk olarak incelenen “Başarabilirsin” kamu spotları uyuşturucu bağımlılığıyla mücadele amacıyla yayınlanmıştır. Kamu spotları, ALO 191 Uyuşturucu ile Mücadele Danışma ve Destek Hattı'nı tanıtmayı amaçlamaktadır. 2022 yılında Sağlık Bakanlığı web sitesinde yayınlanan “Başarabilirsin” adlı iki kamu spotu çalışma kapsamında incelenmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2022).

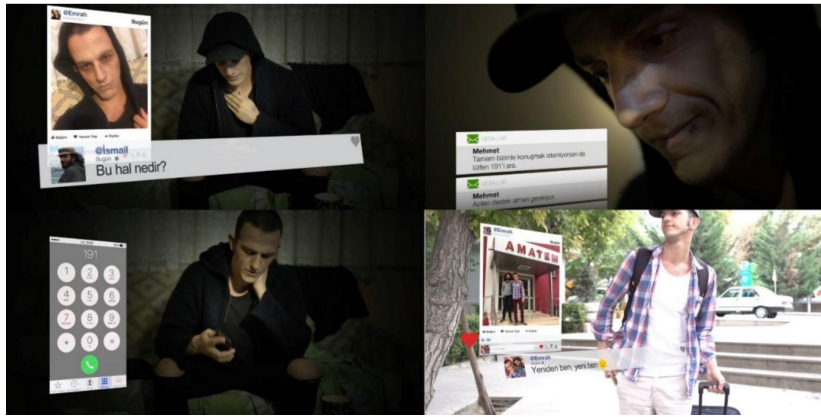
Çalışma kapsamında bir madde bağımlılığı çeşidi olarak kabul edilen sigara bağımlılığı ile mücadele amaçlı kamu spotları da incelenmiştir. Yeşilay'ın Bırakabilirsin uygulamasının tanıtımı için Youtube platformundan ulaşılan ve Sağlık Bakanlığı profilinden 2 yıl önce yayınlanan “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” (Sağlık Bakanlığı, 2023) ve Sağlık Bakanlığı profilinden 2 yıl önce yayınlanan “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” (Sağlık Bakanlığı, 2023) adlı iki kamu spotu çözümlenmiştir.

Çalışmada alkol bağımlılığıyla mücadele kamu spotları da incelenmiştir. 2020 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından desteklenerek Yeşilay tarafından yayınlanan “Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” (Türkiye Yeşilay Cemiyeti, 2020) adlı kamu spotu analiz edilmiştir. Türkiye Yeşilay Cemiyeti profilinden 5 yıl önce yayınlanan kamu spotuna Youtube platformundan ulaşılmıştır.

Başarabilirsin” Kamu Spotlarının Betimsel Özellikleri: Sağlık iletişimi kampanyası kapsamında son iki yıl içinde yayınlandığı için araştırma kapsamına alınan kamu spotlarından ilk yayınlananın süresi 1 dakika 59 saniye, ikinci kamu spotunun süresi ise 45 saniyedir. Kampanya kapsamında kamu spotlarının ikisinde de erkek karakter kullanımına başvurulmuştur. Uyuşturucu madde bağımlısı iki erkek karakterin bu bağımlılığın sonucunda yaşadığı olumsuzluklar hikâyeleştirilerek anlatılmıştır.

İlk kamu spotu, telefonun çalma sesi ile başlamaktadır. Üzerinde çeşitli madde bulunan masada duran telefon çalmaktadır. Telefon evde oturan madde bağımlısı bireye aittir. Telefon yanıtsız bırakılır ve bağımlı bireyi canlandıran oyuncu telefon bildirimlerini kontrol ederken görülür. Sahne geniş açıda bir çekime geçer ve bağımlı kişi ekranda siyah kıyafetleriyle, şapka üzerine kıyafetinin kapüşonunu takmış bir hâlde karanlık basık bir ev ortamında dağınık bir koltukta otururken gösterilir. Bağımlı genç, telefonunda eski sağlıklı hâlini yansıtan, geçmiş yaşamını hatırlatan fotoğraflarına bakmaktadır. Ekranda bu sahneler yer alırken aynı anda işitsel unsur olarak gerilim müziği de duyulmaktadır. Bağımlı olduğunu yansıtan karanlık ve bunalımlı paylaşımlarına baktığı sırada erkek karakterin stres ve gerginlik yaşadığı gösterilmekte, müziğin yarattığı atmosferle bu mesaj pekiştirilmektedir.

Şekil 1. “Başarabilirsin” adlı kamu spotundaki ilk kampanyadan sahneler



Bağımlı olduğu anlaşılan erkek karakter son sahnede yüzünde yaralar ve göz altı morluklarını gösteren paylaşımına bakmakta ve bu paylaşımına çevresini oluşturanların yaptığı endişeli yorumları okumaktadır. Sonrasında da elleri titreyerek, telefonunda ALO 191 Uyuşturucu ile Mücadele Danışma ve Destek Hattı'nın numarasını çevirdiği gösterilir. Ekranda arka fonu beyaz olan bir sahne belirir. Beyaz ekrana “İyi günler, Sağlık Bakanlığı ALO 191 Uyuşturucu ile Mücadele Danışma ve Destek Hattı İsmim Ceyda Nasıl Yardımcı Olabilirim?” cümlesi yansıtılır. Bu cümle aynı anda dış ses tarafından da seslendirilir. Kamu spotu filminin son sahnesinde ana karakteri daha rahat ve beyaz tonlarındaki kıyafetleriyle elindeki valizini iterken gösterilir. Karakter bu sırada duraksar, telefonundan eski paylaşımlarını silerken görülür. Geride bıraktıklarını telefonundan silerek “Alkol ve Uyuşturucu Madde Bağımlıları Tedavi ve Araştırma Merkezi (AMATEM)”in önünde çekildiği fotoğrafı yükler ve bağımlılıkla mücadelesi sonucunda yaşadığı sevinç izleyenlere gösterilir. Çevresinin paylaşımına yaptığı olumlu ve destekleyici mesajlar ekranda belirir. Filmin sonunda Sağlık Bakanlığının logosu ve ALO 191 destek hattı yazısı ekrana gelir.

İkinci “Başarabilirsin” Kamu spotunda da ana karakter bir erkektir. Ana karak-

terin evinden çıktığı sahne ile başlayan kamu spotunda karakterin bağımlı olduğu, uyuşturucu satıcılarının yanına giderek alışveriş yaparken gösterildiği sahnede hemen anlaşılır. Bu iki sahnenin görüntüsüne fonda seslendirmesi yapılan “Bazen kendini yalnız ve kaybolmuş hissedersin” cümlesi eşlik eder. Bir sonraki sahnede bu bağımlı erkek, karanlık bir odada sandalyede elleri bağlı şekilde otururken görülmektedir. Yüzünde yaralar, göz altında morluklarla ellerini iplerden kurtarmaya çalışmaktadır. Bu sahne gösterilmeye devam ederken “Seni bekleyen tehlikeleri görmezden gelirsın” cümlesi arka fonda seslendirilir ve bir sonraki sahnede erkek karakterin yolda yürürken bir anda yere düşüp bayıldığı ve birinin yardıma gelip telefonuyla yardım istediği sahne gösterilir. Bu esnada “Kanına karışan zehir seni karanlığa hapseder” cümlesi ile sahne geçişi gerçekleştirilirken kamu spotunda bağımlılık hikâyesi anlatılan karakterin karanlık oda sahnesinde elleri bağlı hâli tekrar görülür.

Şekil 2. “Başarabilirsin” adlı kamu spotundaki ikinci kampanyadan sahneler



Kamu spotunun bir sonraki sahnesinde ambulansın dışı ve içi görülür. Arkada kalp ritim cihazının sesi gerilim müziğiyle birlikte yankılanarak erkek karaktere ambulans içerisinde ilk müdahale gösterilir. Sonraki sahne hastanede geçmektedir. Acil kapısında doktorun, bağımlının aile bireyleri olduğu anlaşılan bir kadın ve erkeğe durumu izah ettiği izlenir. Kadın, başını ellerinin arasına alarak yere çöker ve kadın karaktere destek olan erkek karakter gösterilir. ALO 191 Uyuşturucu ile Mücadele Danışma ve Destek Hattı’nın logosu ekranda gösterilerek bu logonun arkasında tüm bu sahneler siyah beyaz olarak geri sardırılarak, ilk sahneye, erkek karakterinin evinden çıktığı sahneye gelinir. Erkek karakter ilk sahnedeki gibi uyuşturucu temin etmek için evden çıkmak yerine cebinden telefonunu çıkararak destek hattını arar. Bu değişiklik filmin sonunu değiştirecek bir davranış olarak ekranda yer alır. Filmin sonunda Sağlık Bakanlığının logosu ve ALO 191 destek hattı logosu ekrana gelir.

“Başarabilirsin” Kamu Spotlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi

İki kamu spotunda da insan göstergesinin göstereni erkek oyuncular olmuştur. Uyuşturucu bağımlısı erkek birey ilk kamu spotunda yalnız, karamsar ve korkak bir hâlde izleyiciye yansıtılmıştır. İkinci kamu spotunda ise karamsarlık ve kararsızlık duyguları erkek oyuncu üzerinde hâkimdir. İki kamu spotunda da erkek oyuncu kullanılmış olsa da kadınlar da uyuşturucu madde bağımlılığı sorunu ile mücadele etmektedir. Madde bağımlılığının bir cinsiyeti bulunmamaktadır. Erkeklerin uyuşturucu madde kullanım oranı kadınlara göre daha fazla olsa da kadınlar arasında da uyuşturucu madde kullanımında artış olduğu gözlemlenmektedir. Kadınlar, cinsel istismar başta olmak üzere travmatik olaylara maruz kalmakta ve bu durumların uyuşturucu madde kullanımını, daha fazla tetiklediği varsayılmaktadır (Saçaklı ve Odabaş, 2023, s. 45).

Tablo 1. “Başarabilirsin” kamu spotlarının göstergebilimsel çözümü

GÖSTERGE	GÖSTEREN		GÖSTERİLEN	
	1	2	1	2
İnsan	Erkek	Erkek	Yalnız, Karamsar, Korkak	Karamsar, Kararsız
Mekân	Ev, Amatör	Kapı önü, Sokak, Hastane	Kasvet, Yalnızlık, Umut	Tehlike, Bağımlılık
Müzik	Gerilim	Gerilim, Dram	Tehlike	Tehlike, Üzüntü
Slogan	“Başarabilirsin”	“Başarabilirsin”	Teşvik	Teşvik
Renk	Siyah, Gri	Siyah, Gri	Karanlık	Karanlık

İki kamu spotunda aktarılan hikâye ve insan göstergeleri, bağımlı bireyin genel olarak yalnız olduğunu ve bu yalnızlığın bağımlılık sorununu güçlendirdiği görülmektedir. İlk kamu spotunda, karamsar bir hâlde geldiği durumu sorgulayan fakat madde kullanımına da devam ettiği gösterilen bireyin, karamsarlığının korkuya dönüştüğü yansıtılmaktadır. Korku çekiciliği reklamlarda sıklıkla kullanılan bir yöntemdir. Madde bağımlılığı kamu spotlarında kullanılan korku çekiciliği, izlerkitleyi ikna ederek harekete geçirme hedefiyle kullanılmaktadır. Madde bağımlılığının beraberinde getireceği olumsuz sonuçlar korku çekiciliği kullanılarak gösterilmekte ve bu sayede izlerkitlenin kötü alışkanlıkları bırakması hedeflenmektedir (Burç, Başakçı & Koçer, 2021). Harekete geçiren duygu olarak korku çekiciliği kullanımına başvurulmuştur. Nihayetinde korku çekiciliği kullanımıyla bireylerin

dikkati çekilerek, bu unsurlar sonucunda başlarına gelebilecek olumsuz şeyler hatırlatılmakta ve bazı davranışların önlenmesine yardımcı olunabilmektedir (Çakı ve Mazıcı, 2018, s. 292). İki kamu spotunda da insan göstergesi duygusal çekicilikten yararlanılarak aktarılmış ve bağımlılığın ne düzeyde olduğu fark etmeksizin kişi ne kadar bağımlı olursa olsun bunu değiştirebileceği gösterilmeye çalışılmıştır. Böylece duyguları yansıtan sözlü ve sözsüz iletişim unsurlarıyla hikâyedeki kahraman ile empati yapılmaya çalışıldığı izlerkitleye aktarılmaya çalışılmıştır.

“Başarabilirsin” kamu spotlarında mekân göstergesi de incelenmiş ve bu göstergenin göstereni ve gösterileni tespit edilmiştir (Tablo 1). Buna göre mekân göstergeleri ev, sokak, umudu temsil eden AMATEM ve ölümü temsil eden hastane şeklindedir. İki kamu spotunda da görüntü ve dil göstergelerinin yanı sıra müzik, slogan ve renklerden yararlanılmıştır. Kamu spotlarında müzik önemli bir göstergedir. Reklamalarda kullanılan müziklerin insan psikolojisi üzerinde olan etkileri göz ardı edilmemektedir. Kamu spotlarında da bireylerin psikolojisi üzerinde, istenilen etkiye ulaşmada ve olumlu davranış değişikliğini gerçekleştirmede etkili olma açısından, müziğe başvurulmaktadır. Kamu spotlarında kullanılan müzikler içeriğe uygun olarak seçilmekte ve izlerkitlenin müziği duyduğunda psikolojik olarak kendisini özdeşleştirebilmesi amaçlanmaktadır (Batı, 2010, s. 792).

Kamu spotlarında gösterge olarak kampanyaya adını veren slogan da incelenmiştir. Slogan kullanım alanına göre çeşitli anlam iletileri içeren ve bunların hedef kitleye kısa ve öz bir şekilde aktarılmasını sağlayan mesajlardır. Slogan, etki gücü yüksek olması ve hatırlanabilirliği ile izlerkitlede kalıcı olmayı hedefler (Çalış Zeğerek, 2020, s. 151). “Başarabilirsin” sloganı bağımlı kişilerde teşvik hissinin yaratılmasını sağlayabilmekte ve izleyicilere bağımlılıktan kurtulmanın zor olmadığı düşüncesini uyandırmaktadır.

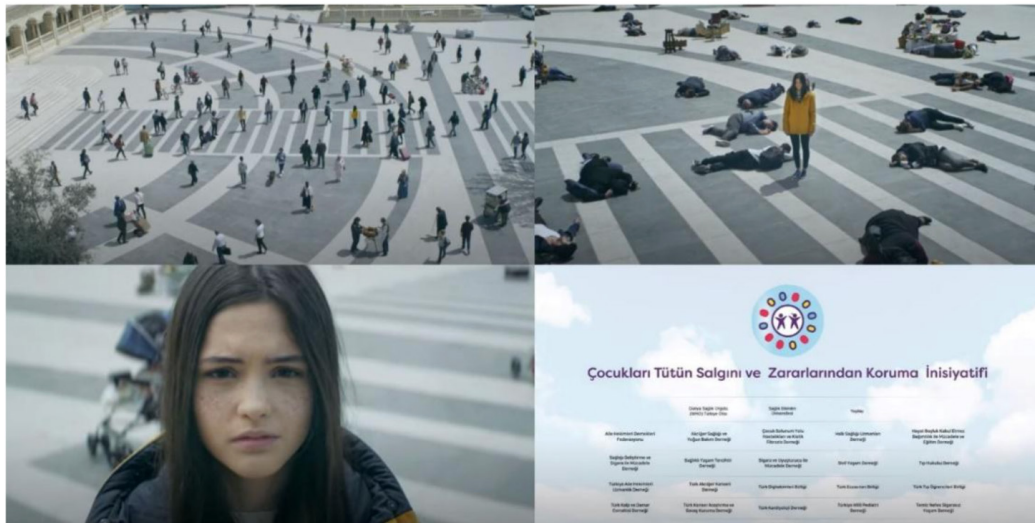
Kamu spotlarında değerlendirilen bir diğer gösterge ise renk olmuştur. Bu spotlar siyah ve gri gibi koyu renklerden oluşmaktadır. Yaşamın içerisinden gelen yaşam arzusunu hissettiren ışığın kayboluşu siyah ile çağrıştırılır. Siyah renk, ışığın gidişiyle beraberinde yaşama isteğinin gitmesini, yaşamın sonunu temsil eder (Dokumacı, 2020, s. 125-126). Filmde kullanılan bu renklerin, izlerkitleye, uyuşturucu bağımlılığının yaşamı yok edebileceği mesajını iletmek amacıyla kullanıldığı çıkarımını doğurmaktadır. Uyuşturucu bağımlılığının karanlığı ve yalnızlığı temsili bu renkler kullanılarak gösterilmeye çalışılmıştır.

İkinci kampanya filminde geçen “Bazen kendini yalnız ve kaybolmuş hissedersin”, “Seni bekleyen tehlikeleri görmezden gelirsin”, “Kanına karışan zehir seni karanlığa hapseder” söylemleriyle seslenilen izleyicilere, uyuşturucu kullanan ya da kullanılan ortamda bulunan kişilerin kendilerini empati yaparak özdeşleştirmeleri hedef alınmıştır. Bu söylemlerle uyuşturucu kullanıcıları ve kullanılan ortamda bulunan kişilere, ikna etme yöntemiyle yaklaşıldığı çıkarımında bulunmaktadır. İki kamu spotunun sonunda da destek almanın ve uyuşturucu bağımlılığından kurtulmanın zor olmadığı ve bunun için başvurulacak arama hattı ve rehabilitasyon

merkezi gösterilerek izlerkitlenin benzer duruma düşmeden, çözüm yollarına başvurabileceği gösterilmiştir. Uyuşturucu madde kullanımının yarattığı tehlike unsurlarının daha güçlü olması nedeniyle, bu iki kamu spotunda korku çekiciliği kavramının üzerinde durulduğu ve mesajın korku duygusuna seslenilerek iletildiği varsayılmaktadır. Uyuşturucu mücadele kamu spotlarından sağlık iletişimi kampanyasının, ikilik üzerine temellendirildiği anlaşılmaktadır. Karamsarlık ve umut arasında seçim yapma gücü vurgulanmaktadır. Mücadele edilmesi gereken bağımlılık sorununa sadece tespit yaparak değil aynı zamanda çözüm sunularak kampanya uygulanmıştır.

Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” ve “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” Kamu Spotlarının Betimsel Özellikleri

Şekil 3. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” adlı kamu spotundaki kampanyadan sahneler



Kamu spotlarından ilki 48 saniye, ikincisi ise 32 saniye sürmektedir. Kampanya kapsamında yayınlanan kamu spotlarında insan göstergesi genç kız, kadın, erkek ve küçük kız çocuğu şeklinde yer almıştır. İlk kamu spotunda sigara bağımlısı birden fazla insan topluluk içerisinde gösterilirken, ikinci kamu spotunda sigara bağımlısı ebeveynlere yer verilmiştir. Filmde anne ve baba rolünde izlenen iki kişinin sigara bağımlısı olduğu anlaşılmaktadır.

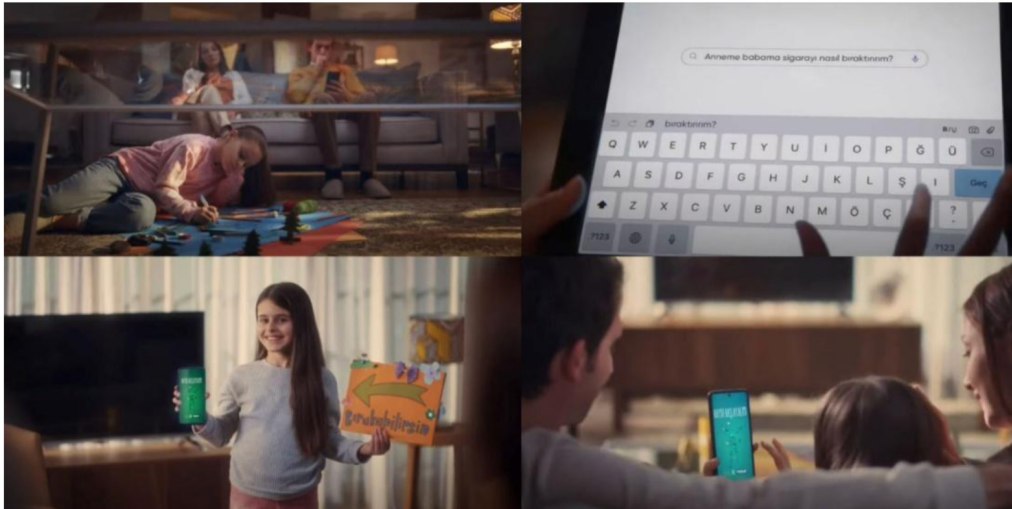
“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” adlı kamu spotu, kamusal bir açık alanda kalabalık bir insan topluluğunun günlük yaşam pratiklerini göstererek başlamaktadır. Devam eden bir sonraki sahnede günlük yaşantısını sürdüren bu bireylerin hepsinin yere düşüp bayıldığı gösterilmiştir. Gerilim müziğiyle başlayan kamu spotu “Türkiye’de her gün 300 kişi sigara yüzünden hayatını kaybediyor, bu sigara şirketleri için her gün 300 müşteri kaybı demek, sigara şirketleri kaybettikleri her müşteri yerine birini bulmak zorundalar” şeklinde istatistik

bilgisi verilerek devam etmektedir. Yere düşen insanların ellerinden kayıp giden balonları, çiçek satan bir adamın yerde çiçeklerinin üstünde yatışı, bir bebek arabasının sahipsiz kalışı ve bunun gibi birçok sahne ile bu bağımlılığın yol açtıkları gösterilmektedir.

Bir sonraki sahnede, kalabalık ortasında ayakta duran genç bir kız çocuğu görülür ve kız çocuğunun “ama ben sigara yüzünden kaybettiğim babamın yerine birini bulamadım” cümlesi duyulur. Kamu spotu, sigara şirketlerinin müşteri bulmasının kolaylığının yanında, insanların sigara bağımlılığı yüzünden ölmesine ve genç bir kız çocuğunun babasız kalmasına dikkat çekmektedir. Sahneden uzaklaşılırken arkada “Onlar kazanırken biz kaybediyoruz, çok uluslu sigara şirketleri her yıl 700 milyar dolar kazanırken, dünyada 7 milyon insan ölüyor, buna dur diyebilirsiniz” dış sesiyle sigara şirketlerinin faaliyetlerine dikkat çekilir. Bunun devamında bir sonraki karede sigaragercekleri.com web adresi, Sağlık Bakanlığı logosuyla birlikte ekrana gelir ve kamu spotu bu şekilde sonlandırılır.

Sigara bağımlılığı ile mücadele amaçlayan ve çalışma kapsamındaki diğer film “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” kamu spotudur.

Şekil 4. “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” adlı kamu spotundaki kampanyadan sahneler



Kamu spotu, bir erkek ve bir kadın karakterin öksürmesiyle başlamaktadır. Bir evin salonunda anne ve baba rolünde olan bu iki karakterin kız çocukları, halıya uzanmış resim yaparken anne ve babasının öksürmesiyle doğrulup “siz öksürünce ben çok üzülüyorum” cümlesini kurar. Arkada üzüntü hissettiren bir müzik çalmaya başlar. İkinci sahnede kız çocuğunun odasında oturmuş hâlde tabletinden “Anneme babama sigarayı nasıl bıraktırırm?” sorusunu arama motoruna yazdığı gösterilir. Çıkan sonuçlarda Yeşilay Bağımlılıkla Mücadele Merkezini bulan çocuk, anne ve babasını harekete geçirmek için çizimler yaparak ailesini “bugün bırakacaksınız”, “yapabilirsin anneciğim” ve son olarak “bırakabilirsin” yazılarıyla teşvik

eder. Daha umut dolu bir şekilde ilerleyen kamu spotunda arka fonda müzik yer alır. Çocuğun “Lütfen beni üzme, “Bırakabilirsin” uygulamasını indirin sigarayı kolayca bırakın, sağlığın ve sevdiklerin için bırakabilirsin” seslendirmesiyle anne ve babasına bırakabilirsin uygulamasını göstermesi ile kampanya filmi sonlanır. Kamu spotu, uygulama logosuyla sağ altta Sağlık Bakanlığı ve Yeşilay logosunun ekrana yansıtılmasıyla sona ermektedir.

“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” ve “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” Kamu Spotlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 2. “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz-Sigara Gerçekleri” ve “Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması” kamu spotlarının göstergebilimsel çözümlemesi

GÖSTERGE	GÖSTEREN		GÖSTERİLEN	
	1	2	1	2
İnsan	Kalabalık insan topluluğu, Çocuk	Erkek, Kadın, Çocuk	Sigara kullanan kişi sayısının fazlalığı, babasını kaybetmiş çocuk	Sigara nedeniyle öksüren anne ve baba, anne ve babası için üzülen çocuk
Mekân	Kamusal açık alan	Ev	Kalabalık	Aile ortamı
Müzik	Gerilim	Dram	Endişe	Endişeli ve üzücü halden umuda geçiş
Slogan	“Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz”	“Bırakabilirsin”	Tepki, Gerçeği gösterme	Tesvik
Renk	Griye yakın soluklaştırılmış renkler	Karışık renkler	Sigaranın hayatın renklerine etkisi	Çocuklu ailenin yaşantısı

Sigara ile ilgili incelenen ilk kamu spotunda kalabalık bir insan topluluğu gösterilmiştir. Bir anda bu kalabalıktaki insanlar yere düşer. Bu sahne ile sigara kullanan insanların her an sağlıklarından olabileceğine dikkat çekilmiştir. Kampanyanın ana karakteri olan çocuk ise yere düşen insan topluluğunun arasında ayakta duran tek kişidir. Sigara kullanımının sağlığı etkileyişinin gözler önüne serilmesiyle çocuğun üzgün ve mutsuz bir şekilde ayakta durduğu gösterilmektedir.

İkinci kamu spotunda yine insan göstergesi bir çocuk, anne ve baba olarak seçilmiştir. Sigara kullanıcısı olan anne ve babanın öksürmesiyle başlayan kamu spotunda ana karakter olan çocuk, anne babasının sağlığının bozulmasına üzüldü ve endişelenir. Mekân olarak bir meydan gösterilmiş, kamusal alanda sigaranın

zararı gösterilmiştir. İkinci kamu spotunda ise özel alan olan ev mekân göstergesidir. Böylece iki kamu spotu da sigaranın bireysel değil toplumsal zararına dikkat çekmiştir.

Kamu spotlarında izlerkitle açısından mesajın etkisini arttırmak amacıyla müzik kullanımına da başvurulmaktadır. Müzik, kişilerin yaşamlarını psikolojik ve sosyal yönden etkileyebilen bir araçtır. Bir kişinin duyduğu bir müzik ona çok fazla şey çağrıştırabilir ve çok fazla duygu yaşatabilir. Kişilerin psikolojik olarak kendilerini iyi hissetmelerini sağlayan müzik, tedavi olma amaçlı da tercih edilebilmektedir. Müziklerin altında bir anlam veya mesaj yatmasa bile kişide hissettirdiği duygular açısından anlam ve mesaj çıkarımı yapılabilir (İmrik & Haşhaş, 2020, s. 199). İncelenen bu iki kamu spotunda da dramatik bir etki yaratmak ve mesajın duygusal etkisini güçlendirmek amacıyla müzik göstergesinden yararlanılmıştır. Çocukların ebeveynlerinin sağlığı için duyduğu endişesi müzik ile desteklenerek aktarılmıştır.

Kamu spotlarında hikâyeyi biçimlendiren sloganlar da önemlidir. Sloganların uzun olmaması ve iletilmek istenen mesajı aktarımının net olması önemlidir. Sloganlar hedef kitlenin belirlenmesiyle birlikte oluşturulmalıdır (Kırkbir, Kara & Türkel, 2016, s. 296). İlk kamu spotunun sloganı “Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz” dur. Bu slogan sigara satıcılarının kazanırken, sigara kullanıcılarının sağlıklarından olup kaybettiklerini temsil etmektedir. Sigara kullanıcıları bağımlılıkları nedeniyle hayattan kopsa da sigara şirketlerinin sigara satacak başka kullanıcılar bulabildiğinin mesajını izleyiciye vermektedir. İkinci Kamu spotunun sloganı “Bırakabilirsin” dir. Bu kamu spotu “Bırakabilirsin” uygulamasını tanıtmayı ve sigara bağımlılarını destek alabilecekleri sigara bırakma uygulamasına yönlendirmeyi amaçlamaktadır.

Kamu spotları göstergesibilimsel çözümlenirken incelenen bir diğer gösterge ise renk olmuştur. Kalabalık bir insan topluluğunun yere düştüğü ilk kamu spotunda renk göstergesi konuya ve hikâyeye uygun bir şekilde griye yakın soluk renklerden oluşmaktadır. İzlerkitlelerin ilgisini renkli olan reklam filmleri, koyu renkli reklamlara göre daha çok çekmektedir (Yaman, 2014, s. 46). İnsanların sigara bağımlılığı nedeniyle hayattan kopmalarını temsil eden bu renk, sigara dumanının gri soluk dumanını hatırlatmaktadır. İkinci kamu spotunda sıcak bir aile yaşantısını temsil eden renkler daha canlı ve güçlüdür. Bir çocuğun anne ve babasının sigarayı bırakması için duyduğu endişenin ve sağlıklarına tekrar kavuşması umudunun aktarımı adına soluk renklerden, sıcak renklere geçiş yapılmış duygu değişimi renklerle tamamlanmıştır. İki kamu spotunun da ortak noktası sigara bağımlılığının özellikle çocuklara etkisi olmuştur. Renk, insan, mekân, müzik, slogan göstergelerinin tümü çocuk ve aile ilişkisi ile ilgili tehditlere odaklanmıştır.

“Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” Kamu Spotunun Betimsel Özellikleri

Bu kamu spotu, 37 saniyeden oluşmaktadır. Kamu spotu kapsamında senaryo erkek karakterin hikâyesi üzerine kurulmuştur. Çok kısa bir sahnede bir kadın ve kız çocuğu görünmektedir. Kamu spotunda, alkol bağımlısı bireyin, alkolün etkisiyle gerçekleştirdiği hareketlerin sonuçları yansıtılmıştır.

Şekil 5. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” adlı kamu spotundaki kampanyadan sahneler



“Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” kamu spotu, meyhanede ortamında bir grup erkeğin içki içip sohbet ettiği bir masada başlar. Sonra gruptan bir erkek araba anahtarını alarak masadan kalkar. Bir sonraki sahnede ise anahtara bağlı kalın bir ip yakın plan çekilerek göze çarpar. Alkollü adamın anahtarını almasıyla ip gerilir ve bir sonraki sahnede bir trafik kazası ses efekti ile birlikte trafik polisi gösterilir. İlk sahnede gerilen ip bir sonraki sahnede polis arabasının içindedir. Sahne polisin sirene basmasıyla devam eder ve denizden bir otomobil çıkarıldığı görülür. Meyhaneden ayrılan erkek karaktere, trafik polisinin alkol kontrol testi yaptığı gösterildiği bir diğer planda ise gerilmekte olan ip alkol kontrolü yapan polisin elindedir. Bu sırada sedyeyle üstü örtülü biri morga giderken ip tekrar gerilir ve kamu spotu alkol bağımlısı bireyin parmak izi verşi ve mahkeme sahneleriyle devam eder. Hâkimin tokmağını masaya vurduğunda gerilen ip ilk sahneden alkollü araç kullanacağı anlaşılan bireyin tutuklu olduğu hücrenin demir kapısına bağlanır ve kapının kapanma sesi duyulur. Gerilen ip en son sahnede alkollü sürücü nedeniyle hayatını kaybeden sürücünün evine ve geride kalan ailesine bağlanır. Alkol bağımlılığının sonuçlarını hayati yönü ve hukuki sorumlulukları ile hikâyeleştirilen kamu spotunun son sahnesinde “#İplerSeninElinde” ve sonrasında da “Alkole hayır de” sloganları ile birlikte Sağlık Bakanlığının ve Yeşilay’ın logosunun ekranda yer almasıyla son bulur.

“Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” Kamu Spotunun Göstergebilimsel Çözümlemesi

Tablo 3. “Yeşilay Alkol Kamu Spotu-İpler Senin Elinde-Alkole Hayır De!” kamu spotlarının göstergebilimsel çözümlemesi

GÖSTERGE	GÖSTEREN	GÖSTERİLEN
	1	1
İnsan	Erkek, Kadın, Çocuk	Üzgün, Pişman, Yalnız, Hayal Kırıklığı
Mekân	Meyhane, Karakol, Adliye, Hapishane, Ev	Alkollü araç kullanmanın sonu, Hapsedilme, Yalnızlık, Mutsuzluk
Müzik	Siren sesi, Dram	Hüzün, Acı
Slogan	“İpler Senin Elinde”	Tevsik, Kararlı Olma
Renk	Kahverengiye yakın soluklaştırılmış renkler	Alkol bağımlılığının yarattığı kötü sonuçların hayata yansımaları

Kamu spotunda insan göstergesinin ana karakteri erkektir. Yan karakterler kadın ve iki çocuk olarak seçilmiştir. Uyuşturucu bağımlılığı kamu spotunda olduğu gibi alkol bağımlılığı kamu spotunda da erkek karakterin bağımlı olan kişi olarak gösterilmesine rağmen alkol maddesi, cinsiyet ayrımı yapılmaksızın var olan bir bağımlılık türüdür. Kadınlarda da sıklıkla görülebilen alkol bağımlılığı, kadınların üzerinde olan baskı nedeniyle gizlenebilmektedir. Erkeklerle oranla kadınların alkol kullanımı daha kötü bir şey olarak karşılanmakta ve cinsiyetçi yaklaşımlar olabilmektedir. Kadınların bu baskıya nedeniyle kendini gizlemesi, tedavi olma durumuna da engel olmaktadır (Atlam vd., 2024). Yan karakterler olan kadın ve iki çocuk karakterin alkol bağımlısı bireyin yaşattıklarıyla ortaya çıkan hayal kırıklıkları izlerkitleyle özdeşleştirilmeye çalışılmıştır. Hayal kırıklığı, olması istenilen bir şeyin gerçekleşmediği, umut etmenin anlamsızlaştığı, beklenenin tam tersi olması, durumlarında ortaya çıkan bir duygudur. Hayal kırıklığının yaşanması kadar yaşatılması da bir o kadar kötü bir duygu yaratmaktadır (Bulut, 2019, s. 58).

Kamu spotunda kullanılan mekân göstergeleri meyhane, karakol, adliye, hapishane ve evdir. Alkolün kamu ve özel alan fark etmeden etki alanı geniş bir bağımlılık türü olduğuna dikkat çekilmektedir. Bu etkiyi daha güçlü şekilde yansıtabilmek amacıyla müzik göstergesi olarak dram müziği kullanılmıştır. Özellikle sinema ve televizyon alanlarında kullanılan müzik, bireylerin duygularında değişiklikler yaratılmak istenildiğinde tercih edilmektedir (Baydağ, 2019, s. 371). Müzik unsuru ile birlikte siren seslerinin bulunduğu sahnelerde sesin hüzün ve acı

gibi duyguların aktarılmasına ve dramatik etkiyi arttıran bir unsur olarak kullanılmasına dikkat çekmektedir. Ses unsurunun bir diğer ögesi ise hem yazılı hem dış ses yoluyla aktarılan slogan olmaktadır. Sloganlar, izleyicinin zihninde yer edinmeyi sağlamaktadır. Yansıtılmak istenen mesajın içeriğine uygun olarak seçilmektedir (Yalçinkaya, 2021, s. 248). “İpler Senin Elinde” sloganı kampanya filminin başından sonuna kadar yaşanan her şeyin bir ipe bağlı oluşuyla da sembolik olarak gösterilmiştir.

Madde bağımlılığı kamu spotlarında olduğu gibi alkol ile mücadele eden kamu spotlarında da diğerlerinde olduğu gibi renk unsuru dikkat çekici bir şekilde gösterge olarak kullanılmıştır. Kamu spotunda kullanılan renk göstergesi kahverengiye yakın soluk renklerdir. Alkol bağımlılığının yaşattığı acı durumların sonuçları izlerkitleye cansız, koyu renklerle aktarılmaya çalışılmış ve bağımlılık nedeniyle yaşanan bu durumların renkli olan mutlu bir hayatı, acı dolu, mutsuz, renksiz bir hayata dönüştürebileceği mesajı verilmiştir. İzgören (2010, s. 179–181), kahverenginin kullanıldığı alanlarda kaçışın kolay olduğunu, kısa sürede bulunulan yerin terk edilebildiğini söyler. Kahverengi, kaybolup gitmeyi de temsil eder çünkü toprak rengidir. Kamu spotunda tercih edilen kahverenginin, alkol bağımlısı bireyin hayatının kaybolup gidişini, alkol bağımlısı birey tarafından masum bir kişinin yaşamına son verilmesini, bir ailenin hayatının yok oluşunu temsil etmesi açısından doğru renk göstergesi olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Kampanya filminde kullanılan tüm göstergeler ve göstergelerin izleyicilerde uyandırması istenen anlamları, kamu spotunun sonunda gelen “Alkole hayır de” yazısını destekler nitelikte ilerlemiştir. Yasal olması bakımından ulaşımı ve kullanımı kolay, zararsız gibi görünen alkolün etkisindeyken yaşanabilecek felaketlerin hukuki boyutuna ve yasal sorumluluklarına dikkat çekilmiştir.

Sonuç

Sağlık iletişimi alanında en etkili iletişim kurma yöntemlerinden biri sağlık alanında yapılan kamu spotlarıdır. Sağlık iletişimi kampanyaları ile kişiler üzerindeki olumsuz sağlık davranışlarının, olumlu sağlık davranışlarına çevrilmesi hedeflenmektedir. Bu hedeflenen davranış değişikliklerinin arasında madde bağımlılığı gibi yaygın ve önemli sağlık sorunlarının önüne geçilmesi adına büyük katkısı ve önemi bulunmaktadır. Bu nedenle madde bağımlılığı sorunu önemli bir sağlık iletişimi konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında da Türkiye’de sağlık iletişimi kampanyaları kapsamında yayınlanan madde bağımlılığı konulu kamu spotları göstergebilimsel olarak çözümlenmiş ve madde bağımlılığı konusunda aktarılmak istenen sembolik anlatımları oluşturan mesajların yananlamları ve düzanlamları tespit edilmiştir. Seçilen beş madde bağımlılığı kamu spotları, sağlığını korumak isteyen, bağımlılıktan kurtulmak isteyen ve hayatında olumlu davranış değişiklikleri oluşturmak isteyen insanlara verilen mesajlarla, madde bağımlısı bireyleri ikna etme ve teşvik etme hedeflerine yöneliktir. İncelenen kamu spotlarında insan,

mekân, renk, müzik ve slogan gibi göstergeler düz ve yananlamları ile değerlendirilmiştir.

Uyuşturucu bağımlılığıyla mücadeleyi amaçlayan kamu spotlarında yalnızlık temasıyla erkek göstergesinin ön plana çıktığı anlaşılmıştır. İnsan göstergelerinin çeşitlendirilerek uyuşturucu bağımlılığı sorununun farklı toplumsal roller açısından etkilerinin hikâyeleştirilerek anlatılmasının önemli olduğu anlaşılmıştır. Bağımlılık sorununun dramatik sonuçları kamu spotunda önerilen çözüm ile dengelenmiştir. Sigara bağımlılığını konu edinen kamu spotlarında aile ve çocuklar ön plana çıkarılmıştır. Aile bağları insan göstergesi olan çocuk ile ilgili mesajlarla desteklenmiştir. Alkol bağımlılığı sorununa odaklanan kamu spotunda ise bu bağımlılığın sonuçlarına karşı sorumlulukla hukuki yaptırımlarına dikkat çekilmiştir. Alkol maddesine ulaşmanın ve kullanmanın kolaylığı tıpkı sigara gibi kullanımını arttırmakta ve bağımlılığı tetiklemektedir. Bu durumun önüne geçilmesi adına kamu spotunda, kişinin alkol maddesinin etkisindeyken birinin can kaybına sebep olmasının, bunun sonucunda kararan ve hapiste son bulan hayatının izleyiciye aktarıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca alkollü kişinin yarattığı sorunun kendi ailesinin hayatını etkilemesi ve bu yaratılan zararların sonucunda yasal yükümlülüklerin bulunması da saptanmıştır. Tüm kamu spotlarında yalnızlık, aile bağlarının zarar görmesi ve özgürlükten olma gibi sonuçlar anlatılarak korku duygusuna seslenilerek ikna etme stratejisine başvurulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kamu spotlarında madde kullanımının sadece bireysel değil ailevi ve toplumsal etkisinin bulunduğu da dikkat çekilmiştir. Araştırma, kamu spotlarının yalnızca bilgi verici değil, aynı zamanda harekete geçirici bir rol oynadığını ve bağımlılıkla mücadelede etkili birer sağlık iletişimi aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada korku, yalnızlık, pişmanlık gibi duygular ön planda tutulurken çözüm önerilerinin sınırlı olduğu görülmüştür. Bu yönüyle Kanada’da yayınlanan DrugsNot4Me kampanyası ile benzerliklerin bulunduğu görülmüştür. Bu kampanya da korku ve şok yaratırken izlerkitlede ters etki yaratmıştır. Örneğin bu reklam filminde?? sokakta yaşayan gençlerin kamu spotundaki görüntü, fikir ve bilgileri nasıl anladığı, deneyimlediği ve bunlarla nasıl etkileşime girdiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Gençler kamu spotlarını suçlayıcı dili nedeniyle eleştirmiş, dışlayıcı ve yargılayıcı bulduğunu ifade etmiştir (McLean, 2011). Benzer şekilde Amerika Birleşik Devletlerinde’de “Long Way Home” adlı bir kampanya ile bağımlılıkla mücadele edilmiştir. Bu kampanya ise bireylere duygusal mesajlar ile birlikte kendine güvenme mesajı vererek davranış değişikliğini motive etmeye çalışmıştır (Palmgreen vd., 2001). Bu kampanya, korku gibi duygulara seslenmekle bireyleri destekleyen mesajların etkiyi arttıracaklarını göstermektedir. Ayrıca hedef kitlenin demografik ve kültürel özelliklerinin dikkate alınmasının, etkileşimli ve empati temelli iletişim stratejilerinin geliştirilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Yapılan çalışma izleyici alımlama analizi açısından bulgular içermemektedir. Gelecek çalışmalarda kamu spotlarının belirli odak gruplara izletilerek, alımlama analizi yapılması önerilmektedir. Bu yolla yapılacak tespitler, sağlık iletişimi kampanyaları kapsamında kamu spotları kullanımının etkisini arttırmak adına önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Arpa, M., & Çakı, C. (2018). "İş kazası diye bir şey yoktur": Kanada iş güvenliği reklamları üzerine inceleme. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 9(2), 75–87.
- Atabek, N., & Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve iletişim*. Etam Yayınları.
- Atlam, D., Çınaroğlu Asar, A., Sasman Kaylı, D., & Kırılı, U. (2024). Kadınlarda alkol ve madde bağımlılığında toplumsal ve kendini damgalama. *Bağımlılık Dergisi*, 25(3), 311–319.
- Bahar, A. (2018). Uyuşturucu madde kullanımının nedenleri ve bağımlılık oluşum sürecinde iletişimsel yaklaşımların rolü ve önemi: Polis kayıtları üzerinden olgusal bir inceleme. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (55), 1–36.
- Başkurt, İ. (2003). Gençlik, madde bağımlılığı ve korunma yolları (psiko-sosyal bir yaklaşım). *Journal of Istanbul University Faculty of Theology*, (8), 73–114.
- Batı, U. (2010). Hedef kitle davranışını etkileyen bir unsur olarak reklamlarda müzik kullanımı konusundaki yazının incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 778–808.
- Baydağ, C. (2019). Duygudurum bağlamında müzik ve insan sesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (3), 363–374.
- Bilgiç, B. (2016). Türkiye’de kamu spotu oluşum süreci ve yayın politikaları. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 25–61.
- Bulut, Ş. (2019). Yaratıcılık, dahilik ve hayal kırıklığı kavramlarının sanatçıların üretimlerine etkisinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 5(1), 52–59.
- Burç, M., Başakçı, D., & Koçer, M. (2021). Reklamlarda korku çekiciliği unsurunun kullanılması: Televizyon reklamlarına yönelik bir analiz. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 665–690.
- Civelek, M. (2020). Göstergebilimin kuramsal açıdan incelenmesine yönelik bir araştırma. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 771–784.
- Çağlayandereli, A., & Arslan, A. (Eds.). (2016). *Sosyoloji: Günlük yaşamı anlamak*. Paradigma Akademi Yayınları.

- Çakı, C., & Mazıcı, E. (2018). Adolf Hitler'in korku çekiciliği bağlamında kamu spotu reklamlarında kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 290–306.
- Çalış Zeğerek, E. (2020). Marka logo ve sloganlarının dönüşümünde gündemin belirleyiciliği: COVID-19 örneği. *Medeniyet Sanat Dergisi*, 6(2), 145–157.
- Çeken, B., & Arslan, A. A. (2016). İmgelerin göstergibilimsel çözümlenmesi: Film afişi örneği. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 507–517.
- Demirci, M., & Engin, E. (2017). Üniversite öğrencilerinin madde bağımlılığı sıklığı ve madde kullanım özellikleri. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 12(48), 63–84.
- Dokumacı, M. (2020). Renklerin insan yaşamındaki etkileri ve renklerin tarih boyunca yolculuğu. *Takvim-i Vekayi*, 8(2), 120–131.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2024). Türkiye Uyuşturucu Raporu. [https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/duyurular\(1\)/2024_uyus_raporu.pdf](https://www.narkotik.pol.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/duyurular(1)/2024_uyus_raporu.pdf)
- Gülada, M. O. (2019). Çocuk işçiliğinin önlenmesine yönelik hazırlanan kamu spotu reklamlarının göstergibilimsel analizi. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 9(1), 215–235.
- İlgaz Büyükbaykal, C. (2012). Kitle iletişim araçları ve toplumsal yaşam. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (21), 71–75.
- İmİK Tanyıldızı, N., & Acar, H. M. (2019). Sigara bağımlılığıyla mücadelede kamu spotlarının kullanımı: Sigarayı bırak hayatı bırakma kamu spotlarının göstergibilimsel çözümlemesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 151–162.
- İmİK, Ü., & Haşhaş, S. (2020). Müzik nedir ve hayatımızın neresindedir? İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi, 6(2), 196–202.
- İzgören, A. Ş. (2010). Dikkat! Vücudunuz konuşuyor. Elma Yayınevi.
- Kaplan, M. (2016). Kültürel Bir İnşa Süreci olarak Sağlık: Kavramsal ve Tarihsel Bir Bakış. *Dört Öge*(10), 11–18.
- Kariper, İ. A. (Ed.). (2020). Madde bağımlılığı: Disiplinler arası bir yaklaşım. Nobel Yayıncılık.
- Kırkbir, F., Kara, M., & Türkel, M. (2016). Pazarlama iletişimi açısından marka sloganlarının önemi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. *Akademik Bakış*

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (56), 290–302.

Koçak, A., & Bulduklu, Y. (2010). Sağlık iletişimi: Yaşlıların televizyonda yayınlanan sağlık programlarını izleme motivasyonları. *Selçuk İletişim*, 6(3), 5–17.

Lodhia, S. (2018). Is the medium the message? Advancing the research agenda on the role of communication media in sustainability reporting. *Meditari Accountancy Research*, 26(1), 2–12.

McLean, A. (2011). The politics of substance use and homelessness: Beyond blame. *Critical Public Health*, 21(3), 253–265. <https://doi.org/10.1080/09581596.2010.529421>

Mutlu, E. (1988). İletişim sözlüğü. Ark Yayınları.

Okay, A. (2016). Sağlık iletişimi. Derin Yayınları.

Özmkas, U. (2009). Charles Sanders Peirce'in gösterge kavramı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 32–45.

Öztürk, İ. D. (2020). Sağlık iletişiminde kamu spotu kullanımı: Sigara karşıtı kamu spotlarını kültürel göstergelerle okumak. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(1), 170–189.

Palmgreen, P., Donohew, L., Lorch, E. P., Hoyle, R. H., & Stephenson, M. T. (2001). Television campaigns and adolescent marijuana use: Tests of sensation seeking targeting. *American Journal of Public Health*, 91(2), 292–296. <https://doi.org/10.2105/AJPH.91.2.292>

Polat, G. (2014). Madde bağımlılığı tedavisinde sosyal hizmet mesleği. *Okmeydanı Tıp Dergisi*, 30(2), 143–148.

Rıfat, M. (2009). Göstergibilimin ABC'si. Say Yayınları.

Sabırcan, F., & Öztürk, İ. D. (2020). Sağlık iletişiminde kamu spotu kullanımı üzerine bir değerlendirme "Sen de Başarabilirsin" Kamu Spotu Örneği. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1(1), 34–51.

Saçaklı, G., & Odabaş, D. (2023). Kadınlarda madde bağımlılığı. *Advances in Women's Studies*, 5(2), 44–48.

Sezgin, D. (2010). Sağlık iletişimi paradigmaları ve Türkiye: Medyada sağlık haberlerinin analizi [Doktora tezi, Ankara Üniversitesi]. YÖK Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=zvw8E-DbIb>

diKYrfS8vI3A&no=L9CmwXx6PqFWQQ0wXL5uAg

Tabak, R. S. (2006). Sağlık iletişimi. Literatür Yayıncılık.

Ünal, M. F. (2016). Göstergibilimin serüveni. Mütefekkir, 3(6), 379–398.

Vural, İ. (2014). İletişim. Pegem Akademi Yayınları.

Yalçinkaya, N. (2021). Sloganların marka kimliğine katkısının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (47), 247–267.

Yaman, F. (2014). Reklamlarda kullanılan renkler ve gazete reklamlarının nitel analizi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (38), 44–55.

Elektronik Kaynaklar

Sağlık Bakanlığı. (2022). Başarabilirsin Kamu Spotu [Video]. Sağlık Bakanlığı. <https://sggm.saglik.gov.tr/TR-4316/yayinda-olmayan-kamu-spotlari.html>

Sağlık Bakanlığı. (2023). Onlar Kazanırken Biz Kaybediyoruz – Sigara Gerçekleri [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=vCyPQlgEjfu>

Sağlık Bakanlığı. (2023). Yeşilay Bırakabilirsin Uygulaması Kamu Spotu [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=P1fO4UYGITU>

Türkiye Yeşilay Cemiyeti. (2020). Yeşilay Alkol Kamu Spotu – #İplerSeninElinde – Alkole Hayır De [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mBjyzT8hT0Q>



The Construction of Social Discourse Towards Syrians on Social Media During Crisis Situations: A Study on the 2024 Kayseri Events

Kriz Durumlarında Suriyelilere Yönelik Toplumsal Söylemin Sosyal Medyada İnşası : 2024 Kayseri Olayları Üzerine Bir Araştırma

Memet ARSLAN¹

¹ Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, prmemetarslan@gmail.com, ORCID: 0009-0005-5488-1362

ABSTRACT

This study examines the Kayseri events, which began on June 30, 2024, following the public dissemination of allegations that a child had been abused by a person claimed to be Syrian. These allegations triggered reactions from the local population against Syrians, escalating into violent acts and ultimately leading to a societal crisis. The study aims to analyze how and in what context social discourse towards Syrians is shaped on social media platforms during crises.

Accordingly, a total of 1,568 entries under five different topics on one of the prominent online social media platforms, Ekşi Sözlük, were examined using content analysis methods, including word cloud analysis, thematic analysis, and sentiment analysis. Following the sentiment analysis, the Hate Speech Intensity Scale was applied to entries classified as negative. Findings from the word cloud analysis indicate that discussions primarily revolved around the themes of "identity, security, and politics." Thematic analysis results reveal that the most frequently observed themes were anti-immigrant sentiment (30.7%), criticisms of current migration policies (27.2%), and racism (16.4%). Moreover 82.5% of the analyzed entries were classified as negative and supportive of attacks against Syrians. These entries prominently fell under "Level 4: Demonizing and Dehumanizing (28.4%)" and "Level 5: Violence (21.3%)" categories within the Hate Speech Intensity Scale. These findings demonstrate that, during crises, social discourse towards Syrians on social media is shaped by racism, xenophobia, and hate speech.

Keywords: Migration and crisis communication, social media, Syrians, social discourse, June 30 Kayseri Events

ÖZ

Bu çalışma, 30 Haziran 2024'te, bir çocuğun Suriyeli olduğu iddia edilen bir kişi tarafından istismar edildiğine dair iddiaların kamuoyunda yayılmasıyla başlayan ve yerel halkın Suriyelilere yönelik tepkilerinin şiddet eylemlerine dönüşerek toplumsal bir krize yol açtığı Kayseri olaylarını ele almaktadır. Çalışmanın amacı, kriz durumlarında Suriyelilere yönelik toplumsal söylemin sosyal medya platformlarında nasıl ve hangi bağlamda şekillendiğini incelemektir. Bu doğrultuda, çevrimiçi sosyal medya platformlarından biri olan Ekşi Sözlük'te, beş farklı başlık altında yer alan toplam 1,568 entry kelime bulutu analizi, tematik analiz ve duygu analizi teknikleri kullanılarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Duygu analizi sonucunda, olumsuz sınıflandırılan entry'lere Nefret Söylemi Yoğunluk Ölçeği uygulanmıştır. Kelime bulutu analizinden elde edilen bulgular, olayların "kimlik, güvenlik ve siyaset" ekseninde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Tematik analiz sonuçlarına göre, en sık gözlemlenen temalar göçmen karşıtlığı (%30,7), mevcut göç politikalarına yönelik eleştiriler (%27,2) ve ırkçılık (%16,4) olarak belirlenmiştir. Ayrıca, Suriyelilere yönelik saldırıları destekleyen ve olumsuz olarak sınıflandırılan ifadelerin yoğunlukta olduğu (%82,5) ve bu tür söylemlerin Nefret Söylemi Yoğunluk Ölçeği kapsamında "4. Seviye: Şeytanlaştırma ve İnsanlaştırma (%28,4)" ile "5. Seviye: Şiddet (%21,3)" kategorilerinde belirgin biçimde yer aldığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, kriz durumlarında Suriyelilere yönelik toplumsal söylemin sosyal medyada ırkçılık, zenofobi ve nefret söylemi çerçevesinde şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göç ve kriz iletişimi, sosyal medya, Suriyeli, toplumsal söylem, 30 Haziran Kayseri Olayları

Gönderim/Received: 22.05.2025

Düzeltilme/Revised: 11.06.2025

Kabul/Accepted: 23.06.2025

Atıf / Citation: Arslan, M. (2025). The Construction of Social Discourse Towards Syrians on Social Media During Crisis Situations: A Study on the 2024 Kayseri Events
Global Media Journal Turkish Edition, 16(30), 46-75

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Introduction

Migration has emerged as a critical phenomenon at both national and international levels, generating profound social, economic, and political impacts while shaping state policies. According to the World Economic Forum's (WEF, 2024, p. 254) report, crises, conflicts, natural disasters, and other events triggering cross-border movements are expected to persist soon. Estimates from the United Nations indicate that approximately 281 million migrants exist worldwide today, constituting 3.6% of the global population. As of 2022, 117 million people had been displaced globally, with 71.2 million forced to migrate within their own countries. The number of asylum seekers increased significantly, rising from 4.1 million in 2020 to 5.4 million in 2022, marking a surge of over 30% (McAuliffe & Oucho, 2024, p. xii). Due to these ongoing mobility patterns, states continuously shape and reconstruct their migration policies.

Türkiye has faced a massive influx of migrants, particularly since April 28, 2011, due to the Syrian civil war (Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği [BMMYK], n.d.). According to data released by the Directorate General of Migration Management on December 31, 2024, the number of Syrians under temporary protection¹ in Türkiye has reached 2,901,478 (Göç İdaresi Başkanlığı [GİB], n.d.). This large-scale migration has sparked extensive debates in Turkish society across social, economic, and political domains. These debates have at times escalated into deep crises between local communities and Syrians, with the latter often being portrayed as the primary cause of these crises. This perception reinforces the framing of Syrians as “criminals” and “enemies,” further strengthening their position as the “other” in society.

In times of crisis, the role of social media has become increasingly critical. These platforms not only accelerate the flow of information but also facilitate the rapid dissemination of disinformation and hate speech (Ipsos & UNESCO, 2023). A study conducted by Vosoughi, Roy, and Aral (2018) at the MIT Media Lab demonstrated that false news spreads six times faster and reaches a broader audience than accurate news on social media platforms (p. 3). Similarly, the Digital News Report by the Reuters Institute for the Study of Journalism (2024) indicates that users are increasingly exposed to unverified and misleading content (p. 12). Such content enables the reproduction of racist and discriminatory discourse in online environments, particularly targeting vulnerable groups such as migrants (İşçi & Uludağ, 2019; Kardeş et al., 2017; Yanık, 2017; Aldemir, 2020; Öztekin, 2015). These discourses, which directly target ethnic and cultural differences, contribute to the strengthening of xenophobia within society.

This study examines the Kayseri events, which began on June 30, 2024, following the public dissemination of allegations that a child had been abused by

¹ In Türkiye, Syrians are not legally classified as refugees or asylum seekers but fall under temporary protection status. Temporary protection is defined in the Law on Foreigners and International Protection, which was adopted on April 4, 2013, and published in the Official Gazette on April 11, 2013, as follows: “Procedures and measures concerning foreigners, international protection to be provided at borders, border gates, or within Türkiye upon individual protection requests of foreigners, and urgent temporary protection for foreigners who arrive in Türkiye en masse and cannot return to their country of origin due to forced displacement.” (Türkiye Cumhuriyeti [T.C.], 2013).

a person claimed to be Syrian. These allegations triggered reactions from the local population against Syrians, escalating into violent acts and ultimately leading to a societal crisis. The primary objective of this study is to analyze how and in what context social discourse towards Syrians is shaped on social media platforms during crises. To achieve this, a total of 1,568 entries under five different threads on Ekşi Sözlük, an online social media platform, were examined using content analysis methods, including word cloud analysis, thematic analysis, and sentiment analysis. Following the sentiment analysis, the Hate Speech Intensity Scale was applied to entries classified as negative. .

The research reveals that an effective crisis communication strategy was not followed from the outset of the events in Kayseri on June 30, 2024, and that statements made by official institutions and actors regarding the incident further fueled social tensions rather than calming them. On the Ekşi Sözlük platform, exclusionary statements targeting the identity and cultural values of Syrians and other minority groups were used; these groups were criminalized through political and security-oriented discourse. This discourse led to Syrians being represented as a burden living with state support but not contributing economically, culturally, or socially. This situation has paved the way for the legitimization of growing anger and exclusionary attitudes in the public sphere, leading to the shaping of social discourse toward Syrians on social media platforms within the framework of racism, xenophobia, and hate speech during times of crisis.

Migration and Crisis Communication

In the modern era, migration—especially during times of crisis—elicits diverse and complex societal responses, making the role of communication and communication strategies crucial (de Haas et al., 2022; Dekker et al., 2018). To effectively manage such crises and minimize their impact, a well-structured migration communication policy and crisis communication strategy are essential.

Crises, by their very nature, are unexpected events that disrupt the functioning and reputation of institutions and organizations (Peltekoğlu, 2018; Hermann, 1963; Veil et al., 2011). Given the varying causes of crises, people primarily seek to understand what is happening when a crisis occurs (Coombs, 2007), and in many cases, crises stem from a lack of information (Parsons, 1996). Thus, crisis management is a process that encompasses all activities aimed at making the best decisions during a crisis (Pearson & Mitroff, 1993), preventing damage and threats caused by the crisis (Coombs, 2007), and ensuring the effective handling of the crisis process (Pearson and Clair, 1998; Mitroff et al., 1987).

There is no one-size-fits-all solution for crisis response (International Organization for Migration [IOM], 2024a, p. 12). Therefore, different intervention strategies should be developed based on the type, scale, and potential impact of the crisis. When a crisis occurs, ensuring public safety is the primary priority (Coombs, 2007;

Coombs et al., 2010). In the subsequent stages, crisis communication plays a crucial role in managing financial losses and protecting the reputation and public image of organizations (Mitroff et al., 1987).

Crisis communication encompasses the strategies and tactics employed during a crisis (Peltekoğlu, 2018). For crisis communication to be effective, information must be conveyed accurately, consistently, and in a timely manner (Coombs, 2007; Parsons, 1996; Steelman & McCaffrey, 2013), while also taking psychological factors related to migration into account (Pearson & Mitroff, 1993; Pearson & Clair, 1998). Therefore, every statement made by the authorities during a crisis must consider the sensitivities and interests of all parties involved.

During crisis periods, merely ensuring effective crisis communication is not sufficient; it is equally crucial to adopt a sustainable migration communication policy that encompasses migration processes. Consequently, for relevant actors and institutions, the primary objective should be the effective implementation of such a policy. Migration communication is a broad concept that includes all communication processes, strategies, and tools used among actors and structures² involved in migration.

Migration communication plays a crucial role in weakening the negative effects of public, political, and social media discourses related to migrants (including refugees), minimizing the harm caused by hate-driven and discriminatory political rhetoric (McAuliffe & Oucho, 2024), and ensuring that migrants' voices are heard (IOM, 2024a, p. 27). The necessity of developing migration communication policies and diversifying the tools used in this process was also highlighted during the International Dialogue on Migration (IDM) held in New York in 2024. The discussions emphasized the importance of establishing effective communication with communities and local authorities (IOM, 2023), as well as creating sustainable communication channels among key actors in transnational events and enhancing the institutional structures involved in these processes (IOM, 2024b).

Therefore, in crisis situations, the effective management of relations between migrants and local communities requires the integration and simultaneous implementation of both crisis communication and migration communication strategies.

Crisis Communication on Social Media

Web 2.0-based social media platforms are digital environments that enable users to create, share, and interact with content in either real-time or asynchronously (Kaplan & Haenlein, 2010; Carr & Hayes, 2015; Lewis, 2010). Social media encompasses various formats, including blogs, content communities, and social

² The actors and structures outlined in the Global Compact on Refugees include: "United Nations Member States; entities that are part of or affiliated with the International Red Cross and Red Crescent Movement; international organizations both within and outside the United Nations system; other humanitarian and development actors; international and regional financial institutions; regional organizations; local authorities; civil society, including faith-based organizations; academics and other experts; the private sector; the media; members of host communities; refugees themselves (United Nations [UN], 2018, p. 2)", as well as other actors involved in the migration process who are not explicitly mentioned in this framework.

networking sites (Kaplan & Haenlein, 2010). Platforms such as Facebook, X (formerly Twitter), Instagram, TikTok, and YouTube exemplify these categories (Khosravini, 2017; Kara, 2013).

Social media not only facilitates the dissemination of information but also plays a role in the rapid spread of disinformation during times of crisis (Tandoc et al., 2017; Starbird et al., 2019). In this context, social media has become a driving force in crisis communication (Coombs, 2014, p. 2). More specifically, it plays an increasingly prominent role in the social construction and deconstruction of crises (Schultz et al., 2011). Consequently, media usage is one of the key elements in crisis communication (Coombs, 2007; Parsons, 1996). On new media platforms, crises are amplified and reverberate (Ferra & Nguyen, 2017), while false rumors and misleading commentary can spread rapidly (Wang & Dong, 2017). Therefore, swift intervention is essential in crisis situations. Effectively using social media to engage with the public during a crisis is crucial for crisis response and management.

To conduct effective crisis communication on social media, it is essential to leverage the interactive features of these platforms while ensuring the accuracy of the message, the credibility of the source, and the timeliness of the response (Veil et al., 2011; Eriksson and Olsson, 2016). Additionally, pre-crisis preparations, understanding the logic and dynamics of social media, and adopting the right strategies for crisis management are key elements for effective crisis communication (Eriksson, 2018, p. 526).

The Construction of Social Discourse on Social Media

Discourse is neither neutral nor independent of power relations. According to Foucault, power and knowledge intersect within discourse and discourse itself activates power. Language and knowledge are articulated within discourse, transmitting the ideologies of power to individuals and society. In this context, language serves as a tool that facilitates the analysis of thought and these ideologies (Foucault, 2015; Foucault, 2014). It determines the modes and relations of production while encompassing class conflicts and contradictions. The linguistic and non-linguistic domains of social culture reflect the discourse of society and its way of making sense of the world (Oskay, 2015; Çoban & Özarslan, 2015). Therefore, discourse is an ideological act shaped by society and culture, reflecting power relations (Fairclough et al., 1997; van Dijk, 2015).

Actors or groups that control discourse also control minds and actions. Discourse extends beyond language to include social structures and interactions, forming a multidimensional and ideological domain where power and domination are reproduced (van Dijk, 2015, 1998). Ideology, on the other hand, manifests through material and concrete practices, which emerge through the ideological apparatuses of the state. While institutions such as the government, military, administration, police, courts, and prisons form the repressive state apparatus, ideological state apparatuses include religion, education, family, law, politics, trade

unions, media, and culture. The fundamental difference between these apparatuses lies in their operation: while repressive state apparatuses rely on coercion, ideological state apparatuses function through ideology (Althusser, 2015).

The media –particularly social media platforms, as one of the ideological state apparatuses– have become central spaces where public discourse is produced, maintained, and circulated around public events (Kou et al., 2017). At the same time, these platforms serve as arenas for political discourse and identity formation (van Dijk, 2013; Papacharissi, 2015). The way representations and interpretations are shaped, the selection of words, and the formulation of arguments on these platforms are based on societal norms and values (Kou et al., 2017). When representations in social media align with those in traditional media, they exert an even stronger polarizing effect on public discourse (Törnberg & Törnberg, 2016). Therefore, regardless of the underlying reason, a shift towards extreme and racist nationalism in social discourse contributes to the rise of populist, exclusionary, and authoritarian rhetoric (Khosravinik & Zia, 2014, p. 777).

Studies on discourse contribute to understanding how migration discourse is constructed, opening the underlying cognitive models, attitudes, and ideologies embedded within these narratives, and examining their social and political functions in society (van Dijk, 2018, p. 231).

The Construction of Social Discourse on Migrants in Social Media

The discourse on migration takes various forms. These include media discourse, which consists of traditional and new media reports, interviews, cartoons, and letters to the editor; political discourse, encompassing parliamentary debates, legislative bills, party programs, policy documents, and politicians' speeches; legal discourse, including laws, legal drafts, international agreements, and treaties; police discourse, reflected in crime reports, interrogations, and trials; educational discourse, which covers lectures, textbooks, and classroom interactions; administrative discourse, seen in interactions with officials, forms, and applications; social movement discourse, manifested in official statements, protests, slogans, and interactions among members; internet discourse, which includes websites, blogs, and online discussions; artistic discourse, expressed through novels, poetry, theater, TV shows, and films; and personal discourse, which comprises face-to-face conversations, letters, emails, and online participation (van Dijk, 2018, p. 231).

Media coverage that focuses on the negative actions of migrants or minorities tends to frame migration as a foreign invasion in headlines (van Dijk, 2015). The reinforcement of this tendency and the prejudiced attitude toward migrants is driven by media actors and those in power who shape public opinion (Goldin et al., 2022). Consequently, the framing of migrants as "illegal" or "undocumented" in political discourse can significantly influence public perceptions of migration and migrants (van Dijk, 2015).

Both traditional and new media frequently focus on the negative aspects of migration (McAuliffe & Oucho, 2024, p. 6). These media discourses negatively impact public, political, and social media narratives about migrants (including refugees) and, ultimately, influence social values and democratic systems (McAuliffe & Oucho, 2024, p. 144). Social media messages tend to have a negative tone and are often constructed within an anti-immigration discourse (Yantseva, 2020). On Twitter, one of these platforms, refugee and migrant discourse is frequently associated with crime and terrorism (Farjam et al., 2024). Studies on Facebook posts indicate that anti-immigration rhetoric is a significant part of political communication, not only among right-wing parties but also among left-wing parties when deemed necessary (Heidenreich et al., 2020; Alonso & Fonseca, 2012). On this platform, anti-immigration actors use engagement strategies to spread anti-migrant discourse, racism, and xenophobia (Ekman, 2019).

Research conducted in Türkiye highlights the widespread presence of negative content and news about Syrians on internet and social media platforms (Küçük & Koçak, 2020; Kardeş et al., 2017). Studies further suggest that Syrians are positioned as the “other” (Polat & Kaya, 2017; Şan & Abdulhakimoğulları, 2021), that public perceptions of Syrians tend to be negative (Parlak et al., 2022), and that news articles frequently frame them as a threat or an economic burden (Doğanay & Keneş, 2016). This framing and discourse reinforce the marginalization of Syrians and strengthen hate speech against them (İşçi & Uludağ, 2019).

Kayseri Events

On June 30, 2024, in the Danişmentgazi neighborhood of Kayseri, allegations that a child had been abused by a person claimed to be Syrian led to attacks on homes and businesses belonging to Syrians across the city (İnsan Hakları Derneği [İHD], 2024). In the Danişmentgazi, Osmanlı, and Selçuklu neighborhoods, groups of gathered crowds carried out attacks on vehicles and businesses owned by foreign nationals (Independent Türkçe, 2024).

The wave of violence that followed these events led to heightened tensions along the Türkiye-Syria border. The circulation of social media footage allegedly showing some Syrian groups removing Turkish flags and attacking security forces triggered protests against Syrians in various cities across Türkiye (Independent Türkçe, 2024). According to a statement from the Ministry of Interior, a total of 1,065 individuals were detained nationwide in connection with the incidents. Among them, 28 were arrested, and 187 were placed under judicial control (BBC Türkçe, 2024a). For additional media reports on the incident, see BBC Türkçe (2024b), and Euronews Türkçe (2024).

Research Methodology

This study examines the Kayseri events, which began on June 30, 2024, following the widespread circulation of allegations that a child had been abused

by a person claimed to be Syrian. These allegations led to violent reactions from the local population against Syrians, escalating into a societal crisis. The study aims to analyze how and in what context social discourse towards Syrians is shaped on social media platforms during crises. To achieve this, data was collected from Ekşi Sözlük, one of the widely used online social media platforms in Türkiye. A total of 1,568 entries under five different topics on one of the prominent online social media platforms, Ekşi Sözlük, were examined using content analysis methods, including word cloud analysis, thematic analysis, and sentiment analysis. Following the sentiment analysis, the Hate Speech Intensity Scale was applied to entries classified as negative.

Word clouds are a method used to visualize frequently occurring words within a text (Heimerl et al., 2014; Lohmann et al., 2015). The more frequently a word appears in the text, the more prominently it is displayed in the word cloud (Atens-taedt, 2012). In other words, in word clouds, importance values are represented by font size (Cui et al., 2010, p. 124). Linguistic elements and less frequently used words are excluded, allowing the representation to highlight the most significant words (McNaught & Lam, 2010). These words contribute to identifying the contexts, focal points, and discussion areas within the analyzed text.

Thematic analysis is a flexible and widely used method for identifying, analyzing, and interpreting patterns of meaning in qualitative data (Guest et al., 2012; Clarke & Braun, 2017; Braun & Clarke, 2024). It helps to explore participants' experiences, thoughts, and emotions through coding, categorization, and both inductive and deductive approaches (Alhojailan, 2012).

Sentiment analysis classifies text into positive, negative, or neutral categories using natural language processing and text mining (Wankhade et al., 2022; Mejova, 2009; Medhat et al., 2014). It can be performed at document, sentence, or aspect level. Document-level analysis evaluates the overall sentiment of a text; sentence-level analysis focuses on subjective sentences; and aspect-level analysis examines sentiments toward specific attributes (Pawar et al., 2015; Şeker, 2016). These processes help identify opinions, attitudes, and emotions (Mejova, 2009).

³ Ekşi Sözlük was chosen for this study because it provides anonymity to its contributors within the framework of freedom of expression, allowing them to freely share their thoughts. Additionally, the platform permits user-generated content to be published without prior moderation or review (Ekşi Sözlük, 2025). The open and unrestricted discussion environment of Ekşi Sözlük, which is not limited to specific topics or areas, fosters a diversity of opinions, distinguishing it from other interactive dictionary platforms (Gürel & Yakın, 2007). Moreover, according to 2024 user distribution statistics, Ekşi Sözlük users are predominantly concentrated in major metropolitan areas such as Istanbul (41.01%), Ankara (19.09%), and Izmir (11.07%). This distribution suggests that the discourse produced on this platform largely reflects national-level perspectives (Ekşi Sözlük, 2024). Given these characteristics, the selection of Ekşi Sözlük in this research serves as an important indicator in analyzing both the Kayseri events and the national discourse on Syrians.

The Hate Speech Intensity Scale⁴ was introduced by Bahador (2020) in their study Classifying and Identifying the Intensity of Hate Speech to understand, classify, and determine the intensity of hate speech. This scale, presented in Table 1, categorizes different levels of hate speech and examines its impact on democratic processes, social cohesion, and conflict prevention.

Table 1: Hate Speech Intensity Scale

Color	Title	Description	Examples
	6. Death	Rhetoric includes literal killing by group. Responses include the literal death/elimination of a group.	Killed, annihilate, destroy
	5. Violence	Rhetoric includes infliction of physical harm or metaphoric/ aspirational physical harm or death. Responses include calls for literal violence or metaphoric/aspirational physical harm or death.	Punched, raped, starved, torturing, mugging
	4. Demonizing and Dehumanizing	Rhetoric includes subhuman and superhuman characteristics. There are no responses for #4.	Rat, monkey, Nazi, demon, cancer, monster
	3. Negative Character	Rhetoric includes nonviolent characterizations and insults. There are no responses for #3.	Stupid, thief, aggressor, fake, crazy
	2. Negative Actions	Rhetoric includes negative nonviolent actions associated with the group. Responses include nonviolent actions including metaphors.	Threatened, stole, outrageous act, poor treatment, alienate
	1. Disagreement	Rhetoric includes disagreeing at the idea/belief level. Responses include challenging claims, ideas, beliefs, or trying to change their view.	False, incorrect, wrong, challenge, persuade, change minds

In this study, two independent coders and the researcher coded the data to assess reliability, which depends on the level of agreement among coder (Krippendorff, 1995; Hayes & Krippendorff, 2007; Kriependorff, 2011a). This agreement was measured using Krippendorff's Alpha Coefficient, a widely used reliability statistic for evaluating coder consistency (Kriependorff, 2011b, Bilgen & Doğan, 2017). The coefficient is calculated based on the ratio of observed and expected disagreement, where $\alpha = 1$ indicates perfect agreement and $\alpha = 0$ indicates no agreement. Values below 0.67 reflect low reliability, values between 0.67 and 0.80 moderate reliability, and values above 0.80 high reliability (Krippendorff, 1995; p.52-54). In this study, multiple themes were coded at different levels, while sentiment and hate

⁴ This scale distinguishes between rhetoric and response. Rhetoric comprises negative language, including words or phrases associated with the targeted outgroup, which may reference their past, present, or future actions or character. Response, on the other hand, encompasses proposed actions that the ingroup should undertake either in reaction to the outgroup's actions or independently of them. The earliest warning category, Disagreement, involves opposition to the ideas or beliefs of a particular group, thereby constructing an us-versus-them framework. The second early warning typology consists of rhetoric that highlights nonviolent negative actions attributed to the outgroup. The third typology includes negative characterizations and insults directed at the outgroup. The fourth category, which also belongs to the second typology, represents a more extreme form of negative characterization, involving dehumanizing and/or demonizing. The fifth and sixth categories constitute the third and most severe typology, which pertains to violence and death. The fifth category encompasses references to past, present, or future nonlethal acts of violence against outgroups, as well as figurative or intentional violence, whether lethal or nonlethal. The sixth category includes rhetorical framings that depict the outgroup as "killers" (past, present, or future), alongside responses that advocate for the elimination of the outgroup by the ingroup (Bahador, 2020).

intensity were coded at a single level. The resulting Krippendorff's Alpha was 0.936, indicating a high level of agreement among coders.

Research Limitations

This study aims to explain how social discourse toward Syrians was constructed on social media in the context of the June 30, 2024, Kayseri events through a multidisciplinary approach. However, like any research, this study has certain limitations.

First, as a cross-sectional analysis focused on a specific crisis moment, it does not capture how attitudes evolve over time. Longitudinal research could better illuminate how crises unfold and how public sentiment changes. Second, the study draws data from a single platform, which may introduce sample bias. Since platforms like X, Facebook, YouTube, and Instagram host different user profiles and discursive styles, future studies should examine multiple sources for broader insights. Additionally, the prominence of negative emotions in social media discourse may skew the sentiment analysis, as users expressing anger or hate are often more vocal than those expressing positive or neutral feelings (Milli et al., 2025; Tsugawa & Ohsaki, 2015). This could lead to an overrepresentation of negative content.

Lastly, while qualitative methods allowed for in-depth analysis, the study would benefit from being complemented by large-scale surveys and experimental designs. Such mixed-method approaches would deepen understanding of discourse dynamics and support the development of more effective migration and crisis communication strategies.

Research Findings

A total of 1,568 entries⁵ under five different discussion threads on Ekşi Sözlük,⁶ one of the online social media platforms, were analyzed using word cloud analysis, thematic analysis, and sentiment analysis. Additionally, for negative entries identified through sentiment analysis, the Hate Speech Intensity Scale was applied. The discussion threads on Ekşi Sözlük related to the June 30, 2024, Kayseri events that were analyzed in this study are as follows:

1. Allegations of a Syrian Man Raping a Young Child
2. June 30, 2024, Kayseri Events
3. Erdoğan's Statement on the Kayseri Events
4. Erdoğan's Kayseri Statement on July 1, 2024
5. Syrians Beginning to Leave Kayseri

⁵ The entries analyzed in this study were accessed on July 10, 2024

⁶ Ekşi Sözlük, as one of the digital participatory dictionaries, is an interactive social networking site that allows users to share their views and opinions on various topics. It was founded in 1999 by Sedat Kapanoğlu as part of the "sourtimes.org" website, under the slogan "Sacred Knowledge" (Ekşi Sözlük, 2019).

In terms of identity, the recurrence of terms such as “Syrian”, “Turkish”, “Arabic”, “Afghan”, “us”, “them”, “ours”, and “religion” demonstrates a clear dichotomy constructed between “us” and “them.” This indicates that ethnic and cultural identities are being used as bases for opposition. Migrants and ethnic minorities are not perceived as integral parts of society, but rather as temporary, foreign, and threatening to the community’s identity. Such a perception enables dominant cultural groups to frame migrants and minorities as inferior in ethnic and cultural terms (Kymlicka, 2020, p. 329). These groups are often depicted as morally lacking, poorly educated, and uncivilized, thereby further reinforcing feelings of fear and prejudice.

In the political dimension, the frequent mention of political actors and processes—such as “AKP”, “MHP”, “CHP”, “election”, “vote”, “government”, and “opposition”—demonstrates that migration and refugee issues are being discussed within a political framework. These findings reveal the instrumentalization of migrants within political discourse (Erbaş, 2019). Politicization is defined as the process through which a social issue gains political salience and becomes the subject of explicit political debate (de Haas et al., 2022). Accordingly, the status of migrants and refugees is instrumentalized through political structures and rhetoric. Public attitudes toward these groups, often shaped by negative sentiments, influence political discourse. In democratic systems, public opinion and government rhetoric frequently overlap, and exclusionary public attitudes are often reflected in government policies and official narratives (Maley, 2022, p. 36).

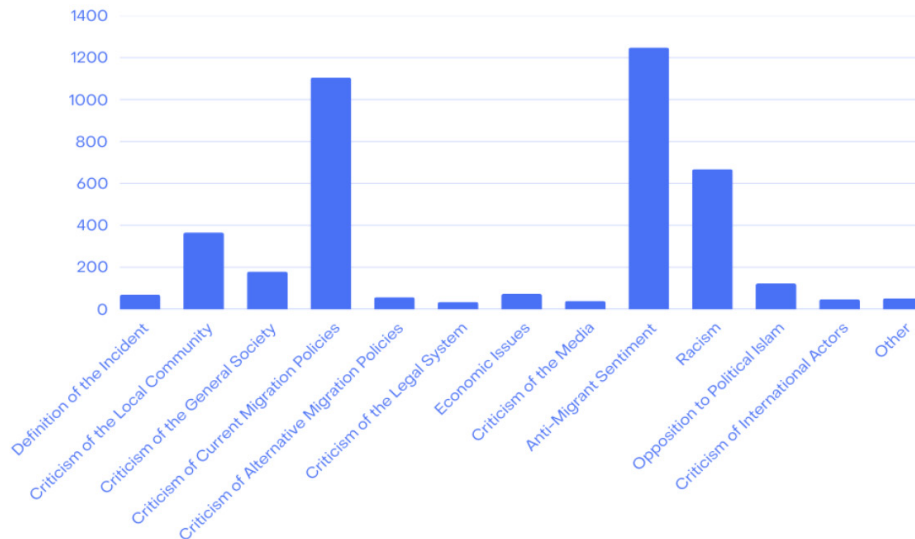
In conclusion, the social media discourse surrounding the Kayseri incidents reflects not merely individual anger or spontaneous reactions, but rather the digital reproduction of deeper processes related to security anxieties, identity threats, and political instrumentalization. The use of migrants and minority groups as political tools by those in power, accompanied by narratives portraying them as threats to the local community’s identity, contributes to dehumanizing and demonizing portrayals. These discourses, constructed around the “us versus them” dichotomy, further exacerbate social hatred and deepen crises. Such negative rhetoric can lead to the marginalization and exclusion of these groups from society.

Thematic Analysis and Findings

In the second stage of the study, thematic analysis was conducted on 1,568 entries across five different discussion threads. As a result of this analysis, 13 themes were identified: The findings from the thematic analysis are presented in Table 2 and Figure 2.

Table 2: Thematic Distribution of the Kayseri Events on Ekşi Sözlük

Reference Distribution of Themes in Entries	N	%
Definition of the Incident	69	1.7
Criticism of the Local Community	366	9
Criticism of the General Society	180	4.4
Criticism of Current Migration Policies	1105	27.2
Criticism of Alternative Migration Policies	58	1.4
Criticism of the Legal System	35	0.9
Economic Issues	73	1.8
Criticism of the Media	39	1
Anti-Migrant Sentiment	1248	30.7
Racism	668	16.4
Opposition to Political Islam	123	3
Criticism of International Actors	47	1.2
Other	52	1.3
Total Theme Distribution: 4063		
Number of Entries: 1568		

Figure 2: Thematic Distrubion of the Kayseri Events on Ekşi Sözlük

According to these findings, the most prominent themes are “anti-migrant sentiment,” “criticism of current migration policies,” and “racism.” These themes serve as strong indicators of societal attitudes and perceptions toward Syrians and migrants, while also highlighting criticisms of migration policies.

Themes such as criticism of the local community (9%), criticism of the general society (4.4%), opposition to political Islam (3%), economic issues (1.8%), criticism of alternative migration policies (1.4%), criticism of international actors (1.2%), criticism of the media (1%), and criticism of the legal system (0.9%) demonstrate that negative views toward Syrians and migrants are becoming more diverse and that social and economic concerns related to migration are increasing.

The most dominant discourse is “anti-migrant sentiment”, which constitutes 30.7% of the analyzed entries. This percentage indicates the widespread negative perception and attitude toward Syrians in Türkiye. It also suggests that Syrians face significant barriers to social integration and are at an increasing risk of exclusion and discrimination. Anti-migrant rhetoric often carries xenophobic and racist undertones (Goldin et al., 2022, p. 68). The second most frequent theme is “criticism of current migration policies” at 27.2%. This high percentage reflects strong dissatisfaction with existing migration policies and their implementation. Criticism directed toward policymakers and key actors involved in migration governance suggests a growing demand for more effective, active, and inclusive migration policies. The third most prominent theme, “racism”, appears in 16.4% of the analyzed entries, indicating that the Kayseri events have triggered ethnic-based tensions and debates. The strong presence of discrimination and prejudice in public discourse, along with racist rhetoric directly targeting Syrians’ ethnic and cultural differences, contributes to the widespread rise of xenophobia in society.

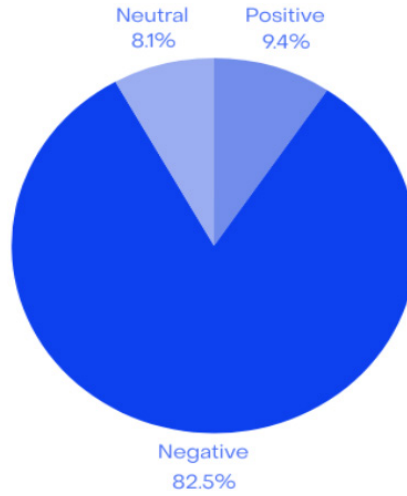
In conclusion, the findings indicating the dominance of themes such as anti-migrant sentiment, criticism of current migration policies, and racism suggest that existing migration policies are inadequate, and that negative perceptions of Syrians and migrants are widespread in society. The significant presence of anti-migrant sentiment and racism in the analyzed data demonstrates that, during crises, social discourse toward Syrians and migrants on social media platforms is shaped around negative emotions and discriminatory rhetoric.

Sentiment Analysis and Finding

In the third stage of the study, sentiment analysis was conducted on 1,568 entries across five different discussion threads. The sentiment analysis categorized the entries into three groups: positive, negative, and neutral. Entries that approved and supported the attacks on Syrians in Kayseri were classified as “negative.” Entries that opposed, condemned, or disapproved of these attacks were classified as “positive.” Entries that neither supported nor opposed the attacks were categorized as “neutral.” The findings from the sentiment analysis are presented in Table 3 and Figure 3.

Table 3: Sentiment Distribution of the Kayseri Events on Ekşi Sözlük

Distribution of Sentiment in Entries	N	%
Positive	148	9.4
Negative	1293	82.5
Neutral	127	8.1
Number of Entries: 1568		

Figure 3: Sentiment Distribution of the Kayseri Events on Ekşi Sözlük

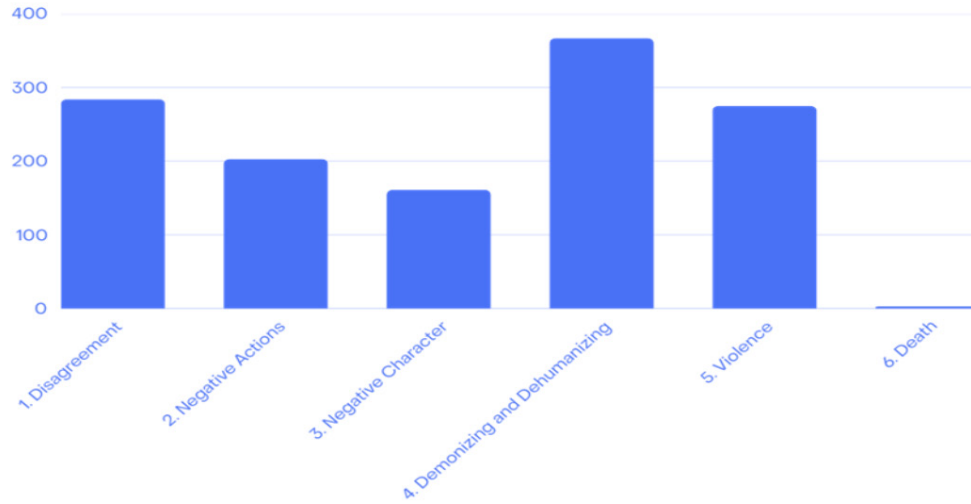
Examining the data presented in Table 3 and Figure 3, it is observed that 1,293 entries (82.5%) fall into the “negative” category, 148 entries (9.4%) into the “positive” category, and 127 entries (8.1%) into the “neutral” category.

These findings indicate that a significant portion of society supported the attacks on Syrian migrants in Kayseri. Furthermore, the results suggest that social discourse toward Syrians and migrants on social media is constructed on a foundation of racism, contributing to the spread of xenophobia.

Hate Speech Intensity Scale Analysis and Findings

In the fourth stage of the study, the Hate Speech Intensity Scale was applied to 1,293 entries classified as “negative” based on sentiment analysis. Given the predictability of strong negative reactions toward Syrians, measuring the levels of hate speech in these entries is crucial for understanding the extent to which social tensions escalate into violent rhetoric. The distribution of hate speech intensity in negative entries related to the Kayseri events is presented in Table 4 and Figure 4.

Distribution of Hate Speech in Negative Entries	N	%
6. Death	3	0.2
5. Violence	275	21.3
4. Demonizing and Dehumanizing	367	28.4
3. Negative Character	161	12.5
2. Negative Actions	203	15.7
1. Disagreement	284	22
Number of Entries: 1293		

Figure 4: Distribution of Hate Speech Related to the Kayseri Events on Ekşi Sözlük

According to these findings, the most prominent categories on the Hate Speech Intensity Scale are “Level 4: Demonizing and Dehumanizing” (28.4%) and “Level 5: Violence” (21.3%). The other levels are distributed as follows: “Level 1: Disagreement” (22%), “Level 2: Negative Actions” (15.7%), “Level 3: Negative Character” (12.5%), and “Level 6: Death” (0.2%). These results indicate that a significant portion of negative entries falls within high-intensity hate speech categories (Levels 4 and 5). Additionally, the data suggest that lower levels of hate speech also constitute a meaningful proportion of the discourse.

These findings reveal that public discourse toward Syrians on social media is largely shaped around demonizing, dehumanizing, and violence. Demonizing and dehumanizing refer to the tendency to perceive certain individuals or groups as inferior or less than human. This inclination represents an extreme form of racism that denies the humanity of others or seeks to depict them as “less human” (Arndt, 1951, as cited in de Haas et al., 2022).

Indeed, the analyzed entries frequently included derogatory and dehumanizing terms used to describe Syrians, such as “Suri,” “Arab,” “illegal,” “invader,” “savage,” “killer,” “stray dogs,” “thugs,” “unknown figures,” “thief,” “rapist,” “murderer,” “filth,” “toxic,” “harmful,” “oxygen-wasting creatures,” “occupiers,” “Bedouins,” “waste offspring,” “parasites,” and “herd of sheep.” The prevalence of such cultural,

physical, and psychological degradation narratives contributes to growing social anger and intolerance toward Syrians and migrant groups.

In conclusion, these discourses, which devalue, immoralize, marginalize, and criminalize Syrians, represent the most extreme and explicit forms of racism. Demonizing, dehumanizing, and violence-inciting rhetoric contribute to the deepening of hatred toward Syrians and migrant groups across broad segments of society, leading to increased support for anti-migrant policies. As long as such narratives persist, the recurrence of violent actions against these groups remains inevitable.

Discussion and Conclusion

Crisis communication is a process that involves various strategies aimed at calming social unrest and providing accurate public information. However, in the context of the June 30 Kayseri events, it appears that the crisis communication process was not effectively managed by relevant actors and institutions. The events began with the rapid dissemination of allegations that a child had been abused by a person claimed to be Syrian. Although these allegations had not yet been officially confirmed by authorities, their widespread circulation on social media fueled negative societal reactions toward Syrians and other migrant groups.

During this process, statements made by crisis management actors and institutions did not reduce societal tension but instead exacerbated the crisis. In particular, the explicit disclosure of both the alleged perpetrator's and victim's identities led to Syrians and other migrant groups becoming primary targets. The failure to consider the social values and sensitivities of both the local community and migrant groups in official discourse, along with the use of polarizing and exclusionary language, further deepened marginalization. This situation reinforced prejudices against Syrians and other migrant groups, paving the way for increased societal anger and the spread of discrimination.

The research revealed that Syrians cultural values, identities, and beliefs were often addressed sarcastically, portraying them as inferior and as a homogeneous group. Their individual differences were ignored, and they were framed as criminals or threats within political and security discourses. These narratives reinforced the perception that Syrians worsen societal problems and unfairly benefit from state support, fueling public anger, anti-migrant rhetoric, and prejudice.

Hate speech produced on social media often draws upon pre-existing societal inequalities and discriminatory structures (Esses et al., 2013). In this context, digital platforms not only reflect these issues but also actively contribute to their reproduction. Both digital and traditional media play a crucial role in shaping negative public perceptions of migrants (Chouliaraki & Stolic, 2017; Cottle, 2000). Although smartphones and social media tools facilitate the migration process,

they simultaneously intensify surveillance and accelerate the spread of disinformation (Moran, 2023; Emmer et al., 2016; Dekker et al., 2018; Gillespie et al., 2016).

These platforms can become spaces where xenophobic discourses are generated, leading to the stigmatization of migrants, exposing them to threats, and associating them with criminality (Mahoney et al., 2022; Leudar et al., 2008; Ponza-nesi & Leurs, 2022). In traditional media as well, Syrians and other disadvantaged groups are often represented through exclusionary, stereotypical, and negative discourses. Such modes of representation pave the way for the institutionalization of societal prejudices and the legitimization of discriminatory attitudes towards these groups (Gezik, 2022; Gölcü & Dağlı, 2017; Sunata & Yıldız, 2018).

These media representations and discourses shape social criticism of both migrants and migration policies and the actors implementing these policies. In this context, this research revealed that Syrians cultural values, identities, and beliefs were often addressed sarcastically, portraying them as inferior and as a homogeneous group. Their individual differences were ignored, and they were framed as criminals or threats within political and security discourses. These narratives reinforced the perception that Syrians worsen societal problems and unfairly benefit from state support, fueling public anger, anti-migrant rhetoric, and prejudice. A significant portion of the criticism focuses on the perception that political actors and decision-makers have neglected the migrant issue and remained indifferent to societal demands. It is particularly emphasized that uncontrolled migration policies and the economic and political decisions related to migration have been implemented without considering their impact on society. The local population in Kayseri also became a target of criticism, with these critiques often revolving around election results and political preferences. Political inconsistencies were highlighted, and direct criticisms were directed at the perceived double standards of the local community. Additionally, current migration policies and the groups that support these policies were held directly responsible for the situation.

Additionally, criticism of the government has been prominent, particularly regarding state expenditures on Syrians and asylum policies. Syrians have been framed as a political tool, with claims that the current government uses them as a voter base. Although the primary target of criticism is the government's migration policies, Syrians have been held responsible and blamed by society as a consequence of these policies. Migrants have been depicted as a group that threatens social cohesion and values, as well as an "economic burden" that is "worthless" to society. In other words, they have been positioned as a population that consumes social resources without making any contribution to the local community. As noted by Goldin et al., (2022) economic downturns, unemployment, and increasing social insecurity further reinforce anti-migrant prejudices. In societies where such insecurity intensifies, migrants face a heightened risk of violence, xenophobia, and discrimination from the host community.

In conclusion, these discourses contribute to the deterioration of social cohesion, social exclusion, and the legitimization of discrimination. Such expressions can directly or indirectly encourage and normalize violence. Therefore, the way these events are framed on social media not only fails to promote social harmony and mutual understanding but also deepens polarization and discrimination. These findings indicate that during crises, social discourse toward Syrians on social media is shaped within the frameworks of racism, xenophobia, and hate speech.

Migration and crisis communication failures are key factors driving negative discourses on social media. To prevent racism, xenophobia, and hate speech against migrants during crises, effective communication strategies are needed. Such strategies should address public concerns and promote social acceptance (Erdoğan, 2021). According to the United Nations (2018), combating misinformation and improving migration policies are essential. In this regard, one of the effective ways to prevent the spread of disinformation and hate speech is to implement practices aimed at developing critical media literacy (UNESCO, 2022). Campaigns should aim to transform public attitudes and increase awareness. Strengthening mutual understanding and using both traditional and digital media are also vital in addressing racism and discrimination (European Commission, 2020; Dennison et al., 2024).

Kaynakça

- Aldemir, A. (2020). Kötülüğün sıradanlığı ve sosyal medya: Twitter’da Suriyeli mülteciler örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 66, 200–219.
- Alhojailan, M. I. (2012). Thematic analysis: A critical review of its process and evaluation. In *WEI International European Academic Conference Proceedings* (pp. 8–21).
- Alonso, S., & Claro da Fonseca, S. (2012). Immigration, left and right. *Party Politics*, 18(6), 865–884. <https://doi.org/10.1177/1354068810393265>.
- Althusser, L. (2015). İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları (A. Tümertekin, Trans.). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Atenstaedt, R. (2012). Word cloud analysis of the BJGP. *British Journal of General Practice*, 62(596), 148. <https://doi.org/10.3399/bjgp12X630142>.
- Bahador, B. (2020). Classifying and identifying the intensity of hate speech. *Items: Insights from the Social Sciences*. Retrieved February 2, 2025, from <https://items.ssrc.org/disinformation-democracy-and-conflict-prevention/classifying-and-identifying-the-intensity-of-hate-speech/>.
- Bauman, Z. (2021). *Kapımızdaki yabancılar* (E. Barca, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BBC Türkçe. (2024a). Kayseri Olayları: Türkiye genelinde gözaltına alınan 1065 kişiden 28’i tutuklandı. BBC Türkçe. Retrieved February 15, 2025, from <https://www.bbc.com/turkce/articles/crgmzv9p2y3o>.
- BBC Türkçe. (2024b). “Suriye’nin kuzeyindeki Türkiye karşıtı eylemlerle ilgili neler biliniyor?” BBC Türkçe. Retrieved February 15, 2025, from <https://www.bbc.com/turkce/articles/cgr5284j895o>.
- Bilgen, B. Ö., & Doğan, N. (2017). Puanlayıcılar arası güvenilirlik belirleme tekniklerinin karşılaştırılması. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 8(1), 63–78. <https://doi.org/10.21031/epod.294847>.
- Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği. (n.d.). Türkiye’deki mülteciler ve sığınmacılar. Birleşmiş Milletler Mülteci Örgütü UNHCR, Retrieved March 7,

2025, from <https://www.unhcr.org/tr/kime-yardim-ediyoruz/tuerkiyede-ki-muelteciler-ve-siginmacilar>.

Braun, V., & Clarke, V. (2024). Thematic Analysis. In F. Maggino (Ed.), *The Book by Design: Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*. Cham: Springer International Publishing.

Carr, T. C., & Hayes, A. R. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. <https://doi.org/10.1080/15456870.2015.972282>

Chouliaraki, L., & Stolic, T. (2017). Rethinking media responsibility in the refugee 'crisis': a visual typology of European news. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1162–1177. <https://doi.org/10.1177/0163443717726163>

Clarke, V., & Braun, V. (2017). Thematic analysis. *The journal of positive psychology*, 12(3), 297–298. <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1262613>.

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.

Coombs, W. T. (2014). State of crisis communication: Evidence and the bleeding edge. *Research Journal of the Institute for Public Relations*, 1(1), 1–12.

Coombs, W. T., Frandsen, F., Holladay, J. S., & Johansen, W. (2010). Why a concern for apologia and crisis communication? *Corporate Communications: An International Journal*, 15(4), 337–349

Cottle, S. (2000). *Ethnic minorities & the media: Changing cultural boundaries*. McGraw-Hill Education (UK).

Cui, W., Wu, Y., Liu, S., Wei, F., Zhou, X. M., & Qu, H. (2010). Context preserving dynamic word cloud visualization. In *2010 IEEE Pacific Visualization Symposium* (pp. 121–128). IEEE. <https://doi.org/10.1109/PACIFICVIS.2010.5429600>.

Çoban, B., & Özarslan, Z. (2015). *Söylem ve ideoloji*. İstanbul: Su Yayınları.

de Haas, H., Castles, S., & Miller, M. J. (2022). *Göçler çağı: Modern dünyada uluslararası nüfus hareketleri* (B. A. Evranos, Trans.). Ankara: GAV Perspektif Yayınları.

Dekker, R., Engbersen, G., Klaver, J., & Vonk, H. (2018). Smart refugees: How Syrian asylum migrants use social media information in migration decision-making. *Social Media + Society*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056492618771111>

doi.org/10.1177/2056305118764439.

- Dennison, J., Piccoli, L., & Da Silva Carmo Duarte, M. (2024). Migration communication campaigns: The state of the practice and an open database. European Union.
- Doğanay, Ü., & Keneş, Ç. H. (2016). Yazılı basında Suriyeli 'mülteciler': Ayrımcı söylemlerin rasyonel ve duygusal gerekçelerinin inşası. *Mülkiye Dergisi*, 40(1), 143–184.
- Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606–618. <https://doi.org/10.1177/0267323119886151>.
- Ekşi Sözlük. (2019). Ekşi'nin Tarihi. Ekşi Sözlük, Retrieved February, 13, 2025, from <https://eksisozluk.com/eksinin-tarihi--5936092>.
- Ekşi Sözlük. (2024). Ekşi Sözlük'te 2024 Yılında Olan Biten. Ekşi Sözlük, Retrieved March 7, 2025, from <https://eksisozluk.com/eksi-sozlukte-2024-yilinda-olan-biten--7920895?p=1>.
- Ekşi Sözlük. (2025). Ekşi Sözlük Şeffaflık Raporları. Ekşi Sözlük, Retrieved March 7, 2025, from <https://eksisozluk.com/entry/125231929>.
- Emmer, M., Kunst, M., & Richter, C. (2020). Information seeking and communication during forced migration: An empirical analysis of refugees' digital media use and its effects on their perceptions of Germany as their target country. *Global Media and Communication*, 16(2), 167–186. <https://doi.org/10.1177/1742766520921905>
- Erbaş, H. (2019). Gidişlerden Kaçışlara Göç ve Göçmenler: Kuram. Yöntem ve Alan Yazıları. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Erdoğan, M. M. (2021). Suriyeliler Barometresi 2020: Suriyelilerle uyum içinde yaşamın çerçevesi. Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Eriksson, M. (2018). Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(5), 526–551. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1510405>.
- Eriksson, M., & Olsson, E.-K. (2016). Facebook and Twitter in crisis communication: A comparative study of crisis communication professionals and citizens.

- Journal of Contingencies and Crisis Management, 24(4), 198–208. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12116>.
- Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518–536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>
- Euronews Türkçe. (2024). Çocuk istismarı sonucu Kayseri’de Olaylar Çıktı: Suriyeli Sığınmacı Gözaltında. Euronews Türkçe, Retrieved February, 15, 2025, from <https://tr.euronews.com/2024/07/01/cocuk-istismari-sonucu-kayseride-olaylar-cikti-suriyeli-siginmaci-gozaltinda>.
- European Commission. (2020). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee, and the Committee of the Regions: Action plan on integration and inclusion 2021–2027. European Union. Retrieved February 13, 2025, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TX/T/?uri=COM%3A2020%3A758%3AFIN>.
- Fairclough, N., Mulderrig, J., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. London: Sage Publications.
- Farjam, M., & Dutceac Segesten, A. (2024). The re-mediation of legacy and new media on Twitter: A six-language comparison of the European social media discourse on migration. *Social Science Computer Review*, 42(5), 1136–1159.
- Ferra, I., & Nguyen, D. (2017). #Migrantcrisis: “Tagging” the European migration crisis on Twitter. *Journal of Communication Management*, 21(4), 411–426.
- Foucault, M. (2014). *Özne ve iktidar: Seçme yazılar 2* (O. Akinhay & I. Ergüden, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2015). *Kelimeler ve şeyler: İnsan bilimlerinin bir arkeolojisi* (M. A. Kılıç bay, Trans.). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Gezik, Z. (2022). Suriyeli göçmenlerin anaakım medyada temsili. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 135–153.
- Giddens, A. (2022). *Modernliğin sonuçları* (E. Kuşdil, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gillespie, M., Lawrence, A., Cheesman, M., Faith, B., Illiou, E., Issa, A., ... & Skleparis, D.

- (2016). Mapping refugee media journeys: Smartphones and social media networks.
- Goldin, I., Cameron, G., & Balarajan, M. (2022). Sıra dışı insanlar: Göç dünyamızı nasıl şekillendirdi ve geleceğimizi nasıl belirleyecek? (A. E. Pilgir, Trans.). Ankara: GAV Perspektif Yayınları.
- Göç İdaresi Başkanlığı. (n. d.). Geçici koruma. T.C. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Başkanlığı. Retrieved March, 7, 2025, from <https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638>.
- Gölcü, A., & Dağlı, A. N. (2017). Haber söyleminde 'öteki'yi aramak: Suriyeli mülteciler örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 28, 11–38.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). Applied thematic analysis. Sage Publications.
- Gürel, E., & Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern elektronik kültür. Selçuk İletişim, 4(4), 203–219.
- Hayes, A. F., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for a standard reliability measure for coding data. Communication Methods and Measures, 1(1), 77–89. <https://doi.org/10.1080/19312450709336664>.
- Heidenreich, T., Eberl, J.-M., Lind, F., & Boomgaarden, H. (2020). Political migration discourses on social media: A comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe. Journal of Ethnic and Migration Studies, 46(7), 1261–1280. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2019.1665990>.
- Heimerl, F., Lohmann, S., Lange, S., & Ertl, T. (2014, January). Word cloud explorer: Text analytics based on word clouds. In 2014 47th Hawaii international conference on system sciences (pp. 1833–1842). IEEE. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.231>.
- Hermann, C. F. (1963). Some consequences of crisis which limit the viability of organizations. Administrative science quarterly, 61–82.
- Independent Türkçe (2024). Kayseri’de Yaşanan Olaylarda ‘Örgüt’ izi. Independent Türkçe, Retrieved February, 15, 2025, from <https://www.indy-turk.com/node/736541/haber/kayseride-ya%C5%9Fan-an-olaylar-da-%C3%B6rg%C3%BCt-izi>.

International Organization for Migration (2023). International Dialogue on Migration No. 35: Leveraging Human Mobility in Support of the Sustainable Development Goals IOM, Geneva.

International Organization for Migration (2024a). IOM Strategic Plan 2024-2028. IOM, Geneva.

International Organization for Migration (2024b). First Session of the International Dialogue on Migration 2024. Facilitating Regular Pathways to a better future: Harnessing the power of migration. International Organization for Migration (IOM), Retrieved February, 13, 2025 from <https://www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/idm-ny-may-2024-executive-summary-with-statistics-mrpd-pscu-rr-integrations-clean.pdf>.

Ipsos & UNESCO. (2023). Survey on the impact of online disinformation and hate speech. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-11/unesco-ipsos-online-disinformation-hate-speech.pdf>

İLKHA (2024). Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Kayseri'deki Olaylara İlişkin Açıklama. İLKHA, Retrieved February 15, 2025, from <https://www.ilkha.com/gundem/cumhurbaskani-erdogandan-kayserideki-olaylara-iliskin-aciklama-402336>.

İnsan Hakları Derneği. (2024) Suriyelilere Yönelik Kayseri'de Yaşanan İrkçi Saldırıları Özel Raporu. İnsan Hakları Derneği, Retrieved January, 24, 2025, from <https://www.ihd.org.tr/suriyelilere-yonelik-kayseride-yasanan-irkci-saldirilar-ozel-raporu/>.

İşçi, D., & Uludağ, E. (2019). Sosyal medyada Suriyeliler algısı: YouTube sokak röportajları üzerine bir inceleme. ULISA: Uluslararası Çalışmalar Dergisi, 3(1), 1-24.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kardeş, S., Banko, Ç., & Akman, B. (2017). Sosyal medyada Suriye'li sığınmacılara yönelik algı: bir sözlük değerlendirmesi. Göç Dergisi, 4(2), 185-200. <https://doi.org/10.33182/gd.v4i2.596>.

Khosravinik, M. (2017). Social media critical discourse studies (SM-CDS). In The Routledge handbook of critical discourse studies (pp. 582-596). Routledge.

- Khosravini, M., & Zia, M. (2014). Persian nationalism, identity and anti-Arab sentiments in Iranian Facebook discourses: Critical discourse analysis and social media communication. *Journal of Language and Politics*, 13(4), 755-780. <https://doi.org/10.1075/jlp.13.4.08kho>.
- Kou, Y., Kow, Y. M., Gui, X., & Cheng, W. (2017). One social movement, two social media sites: A comparative study of public discourses. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 26, 807-836. <https://doi.org/10.1007/s10606-017-9284-y>.
- Krippendorff, K. (1995). On the reliability of unitizing continuous data. *Sociological Methodology*, 47-76. <https://doi.org/10.2307/271061>.
- Krippendorff, K. (2011a). Computing Krippendorff's alpha-reliability. Retrieved March 7, 2025, from <https://repository.upenn.edu/entities/publication/034a6030-c584-4d14-9d3d-7b7e8d16df20>.
- Krippendorff, K. (2011b). Agreement and information in the reliability of coding. *Communication methods and measures*, 5(2), 93-112.
- Küçük, O., & Koçak, M. C. (2020). İnternet ve sosyal medya haberlerinde ötekinin (Suriyeli sığınmacılar) konumlandırılışı: Konya örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(2), 275-288.
- Kymlicka, W. (2020). Çokkültürlü yurttaşlık: Azınlık haklarının liberal teorisi (A. Yılmaz, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Leudar, I., Hayes, J., Nekvapil, J., & Turner Baker, J. (2008). Hostility themes in media, community and refugee narratives. *Discourse & Society*, 19(2), 187-221. <https://doi.org/10.1177/0957926507085952>
- Lewis, B. K. (2010). Social Media And Strategic Communication: Attitudes And Perceptions Among College Students. *Public Relations Journal* 4 (3): 1-23.
- Lohmann, S., Heimerl, F., Bopp, F., Burch, M., & Ertl, T. (2015). Concentri cloud: Word cloud visualization for multiple text documents. In 2015 19th International Conference on Information Visualisation (pp. 114-120). IEEE. <https://doi.org/10.1109/iv.2015.30>.
- Mahoney, J., Le Louvier, K., Lawson, S., Bertel, D., & Ambrosetti, E. (2022). Ethical considerations in social media analytics in the context of migration: lessons learned from a Horizon 2020 project. *Research Ethics*, 18(3), 226-240.

<https://doi.org/10.1177/17470161221087542>

Maley, W. (2022). Mülteci nedir? (K. Akbaş, Trans.). Ankara: GAV Perspektif Yayınları.

McAuliffe, M., & Oucho, L. A. (2024). World migration report 2024. International Organization for Migration (IOM), Geneva.

McNaught, C., & Lam, P. (2010). Using Wordle as a supplementary research tool. *Qualitative Report*, 15(3), 630-643.

Medhat, W., Hassan, A., & Korashy, H. (2014). Sentiment analysis algorithms and applications: A survey. *Ain Shams engineering journal*, 5(4), 1093-1113. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2014.04.011>.

Mejova, Y. (2009). Sentiment analysis: An overview. University of Iowa, Computer Science Department, 5, 1-34.

Milli, S., Carroll, M., Wang, Y., Pandey, S., Zhao, S., & Dragan, A. D. (2025). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. *PNAS nexus*, 4(3), pgaf062. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgaf062>.

Milliyet. (2024). Kayseri'deki olaylarla ilgili valilik açıklama yaptı: Konu takip ediliyor. Milliyet. Retrieved February 15, 2025, from <https://www.milliyet.com.tr/gundem/kayserideki-olaylarla-ilgili-valilik-aciklama-yapti-konu-takip-ediliyor-7149084>.

Mitroff, I. I., Shrivastava, P., & Udwadia, F. E. (1987). Effective crisis management. *Academy of management Perspectives*, 1(4), 283-292. <https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275639>

Moran, C. (2023). The 'connected migrant': A scoping review. *Convergence*, 29(2), 288-307. <https://doi.org/10.1177/13548565221090480>

Oskay, Ü. (2015). Önsöz. In B. Çoban & Z. Özarslan (Ed.), *Söylem ve ideoloji*. İstanbul: Su Yayınları.

Öztekin, H. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği. *Journal of International Social Research* 8 (38): 925-936.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.

- Parlak, İ., Çakın, Ö., & Kaya, S. (2022). Sosyal medyada sığınmacı algısı: Suriyeli sığınmacıların türkçe twitter hesaplarında görünümü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 10(2), 948-983.
- Parsons, W. (1996). Crisis management. *Career development international*, 1(5), 26-28. <https://doi.org/10.1108/13620439610130614>.
- Pawar, K. K., Shrishrimal, P. P., & Deshmukh, R. R. (2015). Twitter sentiment analysis: A review. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 6(4), 957-964.
- Pearson, C. M., & Clair, J. A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of management review*, 23(1), 59-76. <https://doi.org/10.2307/259099>.
- Pearson, C. M., & Mitroff, I. I. (1993). From crisis prone to crisis prepared: A framework for crisis management. *Academy of Management Perspectives*, 7(1), 48-59.
- Peltekoğlu, F. B. (2018). *Halkla ilişkiler nedir?* İstanbul: Beta Yayınları.
- Polat, F. Ç., & Kaya, E. (2017). Bir ötekileştirme pratiği: Türkiye’de yaşayan Suriyelilere yönelik tutumlar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 38-48.
- Ponzanesi, S., & Leurs, K. (2022). Digital migration practices and the everyday. *Communication, Culture & Critique*, 15(2), 103-121. <https://doi.org/10.1093/cc/tcac016>
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024: Executive summary. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public relations review*, 37(1), 20-27. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001>.
- Seker, S. E. (2016). Duygu analizi (sentimental analysis). *YBS Ansiklopedi*, 3(3), 21-36.
- Starbird, K., Arif, A., & Wilson, T. (2019). Disinformation as collaborative work: Surfacing the participatory nature of strategic information operations. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1-26. <https://doi.org/10.1145/3321111>

doi.org/10.1145/3359229

- Steelman, T. A., & McCaffrey, S. (2013). Best practices in risk and crisis communication: Implications for natural hazards management. *Natural hazards*, 65, 683–705.
- Sunata, U., & Yıldız, E. (2018). Türk medyasında Suriyeli mültecilerin temsili. *Uygulamalı Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Dergisi*, 7(1), 129–151.
- Şan, M. K., & Abdulhakimoğulları, E. D. (2021). Suriyeli Sığınmacılarla Birlikte Yaşama Deneyimi Bağlamında Algı ve Görüşler: Twitter Üzerinden Suriyelilerin Sosyal Temsili. *Universal Journal of History and Culture*, 3(2), 209–241.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Törnberg, A., & Törnberg, P. (2016). Muslims in social media discourse: Combining topic modeling and critical discourse analysis. *Discourse, Context & Media*, 13, 132–142. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2016.04.003>.
- Tsugawa, S., & Ohsaki, H. (2015). Negative messages spread rapidly and widely on social media. In *Proceedings of the 2015 ACM on conference on online social networks* (pp. 151–160). <https://doi.org/10.1145/2817946.281796>.
- Türkiye Cumhuriyeti. (2013). Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu [Law on Foreigners and International Protection]. *Resmî Gazete*. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6458.pdf>.
- UNESCO. (2022). Journalism is a public good: World trends in freedom of expression and media development, global report 2021/2022. UNESCO.
- United Nations. (2018). Global Compact on Refugees. United Nations. Retrieved March 7, 2025, from <https://www.unhcr.org/media/global-compact-refugees-booklet>.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*.
- van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Analysis. In D. Tannen, H. E. Hamilton, & D. Schiffrin (Eds.), *The Handbook of Discourse Analysis*, New York: John Wiley &

Sons, Inc.

- van Dijk, T. A. (2018). Discourse and migration. In R. Zapata-Barrero & E. Yalaz (Eds.), *Qualitative research in European migration studies*, 227–245. Cham: Springer International Publishing.
- Veil, S. R., Buehner, T., & Palenchar, M. J. (2011). A work-in-process literature review: Incorporating social media in risk and crisis communication. *Journal of contingencies and crisis management*, 19(2), 110–122. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x>.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wang, Y., & Dong, C. (2017). Applying social media in crisis communication: A quantitative review of social media-related crisis communication research from 2009 to 2017. *International Journal of Crisis Communication*, 1(1), 29–37.
- Wankhade, M., Rao, A. C. S., & Kulkarni, C. (2022). A survey on sentiment analysis methods, applications, and challenges. *Artificial Intelligence Review*, 55(7), 5731–5780. <https://doi.org/10.1007/s10462-022-10144-1>.
- World Economic Forum. (2024). The Global Risks Report 2024. World Economic Forum. Retrieved January 24, 2025, from https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf.
- Yanık, A. (2017). Sosyal medyada yükselen nefret söyleminin temelleri. *Global Media Journal TR Edition*, Güz, 8(15), 364–383.
- Yantseva, V. (2020). Migration discourse in Sweden: Frames and sentiments in mainstream and social media. *Social Media+ Society*, 6(4). <https://doi.org/10.1177/2056305120981059>



Koku Deneyimi ve Duyusal Yöntemler Aracılığıyla Kentsel Mekânı Yeniden Düşünmek

*Rethinking Urban Space through
Olfactory Experience and Sensory Methods*

Beyda KIRCI¹ 

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Kadir Has Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Bilim Dalı; beydakirci@std.khas.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4252-1934

ÖZ

Bu derleme çalışması, kentsel mekânın yalnızca fiziksel ya da görsel yollarla değil; gündelik pratikler, duyular ve hafıza aracılığıyla da üretildiği fikrinden hareket etmektedir. Modern kent planlaması genellikle görselliğe dayalı yaklaşımları merkezine alırken, temsile dirençli bir duyu olan koku sıklıkla dışlanmaktadır. Bu bağlamda smellwalking (koku yürüyüşü) ve smellmapping (koku haritalama) gibi yöntemler, kentsel deneyimi duysal düzlemde kavramsallaştıran yenilikçi araştırma araçları olarak öne çıkmaktadır. Buradan hareketle çalışma, Henri Lefebvre'in mekânsal üçlemesi (algılanan, tasarlanan, yaşanan mekân) ile Michel de Certeau'nun gündelik yaşam pratiklerine ilişkin strateji-taktik ayrımını bir araya getirerek, duylara dayalı bilgi üretiminin temsile dayalı kent planlama yaklaşımlarına karşı sunduğu eleştirel potansiyeli ele almaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı, söz konusu eleştirel kuramsal çerçeveyi, mekânsal üretimin temsili ve deneyimsel boyutları arasındaki gerilimleri açığa çıkaran smellwalking ve smellmapping gibi duysal yöntemleri kapsayan araştırmalar üzerinden tartışmaktır. Çalışma, görsel merkeziliğin hâkim olduğu modernist kent planlama anlayışına karşı, beden, hafıza ve duyu temelli alternatif bilgi biçimlerinin nasıl bir eleştirel açıklık sunduğuna odaklanmakta; kent deneyiminin daha bütüncül ve çoğul bir biçimde kavranmasına yönelik duysal bir zemin önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Olfaktif deneyim, kentsel mekân, duysal bilgi, koku manzarası, koku yürüyüşü

ABSTRACT

This study explores how urban space is produced not only through physical forms and visual representations, but also through the senses, memory, and embodied everyday practices. While modern urban planning predominantly privileges visibility, sensory modalities such as smell—resistant to abstraction and representation—have often been excluded from our understanding of cities and marginalized within spatial discourse. In this context, smellwalking and smellmapping have emerged as innovative methods for exploring urban space through sensory experience. The study proposes a critical theoretical framework that brings together Henri Lefebvre's spatial triad (perceived, conceived, and lived space) and Michel de Certeau's distinction between strategies and tactics. Through selected case studies—including both applied and conceptual engagements with sensory methods—it investigates how alternative forms of spatial knowledge emerge at the intersection of the body, memory, and olfaction. In this sense, the article argues that sensory ways of knowing—grounded in the body, memory, and the senses—can offer a critical perspective on the visually dominated logic of modernist urban planning. It proposes a sensory framework through which urban experience can be understood in a more layered, inclusive, and pluralistic manner.

Keywords: Olfactory experience, urban space, sensory knowledge, smellscape, smellwalking

Gönderim/Received: 29.05.2025

Düzeltilme/Revised: 18.06.2025

Kabul/Accepted: 28.06.2025

Atıf / Citation: Kırıcı, B. (2025). Koku Deneyimi ve Duyusal Yöntemler Aracılığıyla Kentsel Mekânı Yeniden Düşünmek. Global Media Journal Turkish Edition, 16(30), 76-97

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

This review study builds on the premise that urban space is produced not only through the construction of physical structures or visual representations, but also through everyday practices, sensory experiences, emotions, and memory. Contemporary urban planning and regeneration policies tend to conceptualize space as a measurable and representable entity, often privileging visual aesthetics while overlooking the embodied and sensory dimensions of spatial experience. Particularly within visually dominant paradigms, the epistemological significance of the senses—especially smell—has often been marginalized due to its volatility, unrepresentability, and resistance to standardization. In this context, the study critiques dominant spatial knowledge regimes and proposes an alternative understanding of urban space rooted in sensory immersion and embodied practice.

The conceptual framework of the study is anchored in Henri Lefebvre's (2014) triadic model of spatial production—spatial practice, representations of space, and representational space. This model enables a critical reading of how lived, sensory experiences often conflict with the ideologically encoded representations that dominate urban environments. In tandem, Michel de Certeau's (1984) notion of everyday tactics is employed to explore how intuitive, non-representational spatial practices can function as subtle forms of resistance to top-down spatial strategies.

In line with these theoretical perspectives, the study engages with recent scholarship on the intersections of olfactory perception, social relations, spatial belonging, recognition, and collective memory in urban contexts. It synthesizes critical literature with creative methodological approaches such as smellwalking and smellmapping, as developed in the works of Kate McLean (2014, 2017, 2019) and Victoria Henshaw (2014), highlighting how these practices uncover alternative sensory geographies.

By mapping the intersections of smell, space, and memory, the study emphasizes the potential of olfactory experience to challenge dominant planning narratives and open new epistemological pathways. It problematizes the visual hegemony in urban design and interrogates the systematic erasure of ephemeral, sensory modes of spatial engagement.

Within this framework, the study surveys literature on sensory-based urban methodologies—particularly smellwalking and smellmapping—that facilitate the qualitative exploration of urban space beyond its visual dimensions. Case studies such as McLean's smellscape maps and Henshaw's research on urban olfaction exemplify how these methods have been applied in both artistic and ethnographic contexts.

These studies underscore the often-overlooked sensory dimensions that actively shape how individuals perceive and engage with urban environments. Bringing these works into dialogue, the study examines the epistemological and methodological openings that smell introduces to urban studies. It also reflects on

the tension between embodied, sensory ways of knowing and dominant spatial models grounded in representation, arguing that transient, bodily encounters with the city possess theoretical value that merits deeper scholarly attention.

Ultimately, the study contends that olfactory perception offers a critical counterpoint to the representational logic of modernist planning. Here, smell is positioned not merely as a sensory stimulus, but as a way of knowing—an embodied, affective form of intelligence that resists reduction yet enriches our understanding of urban life. In this regard, the study advocates for reimagining urban space through a multisensory lens—one that recognizes the body not as a passive receiver, but as an active participant in the production of spatial meaning.

Giriş

Kent, yalnızca fiziksel biçimlerden oluşmayan; toplumsal ilişkiler, ritimler, gündelik pratikler ve duyularla örülü çok katmanlı bir üretim alanıdır. Ancak modern kent planlama anlayışı bu karmaşık dokuyu, temsil edilebilir, ölçülebilir ve denetlenebilir bir forma indirgeme eğilimiyle, bedensel deneyimi ikinci plana iten yaklaşımlar tarafından şekillendirilmiştir (Zukin, 2010; Lefebvre, 2014). Şehirler, estetik müdahaleler ve simgesel yapılar aracılığıyla, belirli bir “iyi yaşam” anlatısının temsil edildiği sahnelerle dönüştürülmekte; kentsel alan, görselliğin hâkimiyetinde teatral bir düzleme indirgenmektedir (Gospodini, 2002; Harvey, 2016). Oysa, mekânın üretimi sadece fiziksel yapıları değil, toplumsal ilişkileri, gündelik devinimleri, beden duyarlarını ve duygulanımlarını da içerir. Bu bağlamda çalışmanın çıkış noktası, kentsel mekânın fiziksel unsurlarının dışında, beden yoluyla da yazılan, hissedilen ve hatırlanan çok katmanlı bir bilgi alanı olarak düşünebileceğine yönelik sorgulamaya dayanmaktadır.

Modernist ve pozitivist bilgi üretim modelleri, mekânı çoğunlukla sabit, ölçülebilir ve haritalanabilir bir form olarak temsil ederken; bedenin, duyuların ve gündelik deneyimlerin etkin olduğu ilişkisel bir boyutta, mekân akışkan, öznel ve çok katmanlı bir oluş olarak temsilin sınırlarını zorlayan bir gerçeklik düzeyi sunar (Henshaw, 2014; Lefebvre, 2014; Pink, 2015). Planlama belgeleri, estetik müdahaleler ve simgesel yapılar aracılığıyla oluşturulan mekân anlatıları, bireylerin duyuşsal ve duygulanımsal düzeyde yaşadığı kentsel gerçekliklerle her zaman örtüşmeyebilir. Bu noktada, duyular yoluyla bilgi üretimi, gözlemcinin nötr konumunu terk ederek, araştırmacının bedeni, duyuları ve duygularına refleksif bir yaklaşımla yönelmesini gerektirir. Sarah Pink’in (2015) de belirttiği gibi, bu “duyuşsal bilme biçimleri” (sensory ways of knowing), deneyimi, mekânı ve pratiği anlamada alternatif yollar açar ve klasik araştırma paradigmalarının sınırlarını sorgulayan özgün epistemolojik imkânlar sunar (s. 5).

Bahsi geçen refleksif yaklaşımdan hareketle çalışma, mekâna ilişkin duyuşsal, algısal ve bedensel yaklaşımları görünür kılmayı amaçlayan kuramsal bir derleme olarak yapılandırılmış, özellikle smellwalking (koku yürüyüşü) ve smellmapping (koku haritalama) gibi yöntemler üzerinden duyuşsal deneyimlerin alternatif bilgi

biçimleri üretmedeki potansiyeli tartışılmıştır.

Mekânı yalnızca fiziksel formlar ve temsiller üzerinden düşünmenin yetersizliğine dair gelişen bu sorgulama, mekânın üretim ilişkileri, gündelik pratikler, beden ve duyularla kurulan bağlar üzerinden çok daha katmanlı ve incelikli analizlere olanak tanıdığı fikriyle, kuramsal yönelimini Henri Lefebvre'nin (2014) mekânsal üçlemesine çevirmiştir. Lefebvre'nin (2014) önerdiği mekânsal pratik (perceived space), temsili/tasarlanan mekân (representations of space) ve yaşanan mekân (representational space) düzeyleri; mekânın, gündelik yaşamın bedensel devinimleri ve toplumsal pratikleriyle kurulan kullanım biçimlerini, teknik ve ideolojik temsiller aracılığıyla tasarlanışını, ve bireyin duyular, duygular ve belleği aracılığıyla deneyimlediği yaşantısal boyutunu bir arada düşünmeye olanak tanır.

Henri Lefebvre'in aksine Michel de Certeau (1984), mekâna ilişkin sistematik bir kuramsal model sunmaz. Bunun yerine, mekânı bireylerin gündelik yaşam içinde duyular, hafıza ve sezgiye dayalı taktiksel eylemleriyle kurdukları bir deneyim alanı olarak ele alan, parçalı bir düşünsel çerçeve ortaya koyar. Bu yaklaşımıyla, planlamanın stratejik kurgularına karşı bedensel ve sezgisel direniş biçimlerini öne çıkarır. Certeau'ya göre gündelik yaşam içerisindeki sıradan eylemler, planlanmış mekânsal düzenlemelere karşı geliştirilen yaratıcı karşı hamlelerdir. Özellikle "yürümek" eylemi, kent mekânını sürekli olarak yeniden yazan, yorumlayan ve dönüştüren bir bedensel anlatım biçimidir (de Certeau, 1984, s. 91-110). Bu tür pratikler, duyular, sezgiler ve belleğin çağrışımlarıyla şekillenen akışkan deneyim alanları üretir.

Mekâna ilişkin bu çok katmanlı düşünsel yönelimler doğrultusunda, kent mekânının yalnızca temsil ve planlama söylemleriyle değil; aynı zamanda beden duyu, belleği ve sezgileri aracılığıyla da okunabileceği öne sürülebilir. Özellikle bu çerçevede, koku, söz konusu ilişkileri görünür kılma kapasitesiyle, modernitenin sterilleştirilmiş, nesnelleştirilmiş ve homojenleştirilmiş kent tahayyülüne karşı bir eleştiri imkânı olarak değerlendirilebilir.

Nitekim, kokunun tarihi insanlık tarihi kadar eski olsa da, Batı modernitesine özgü bilgi rejimlerinde uzun süre görsel merkeziliğin gölgesinde kalmış, ölçülemezliği, temsil edilemezliği ve dile dökülememesi nedeniyle marjinalleştirilmiş bir duyuyu değerlendirilmiştir (Howes, 2005). Duyusal çalışmalar alanında Constance Classen'in (1993, 1994, 2005) çalışmaları ile Emily Cockayne (2007) ve Jonathan Reinartz (2013) gibi tarihçilerin katkıları, özellikle kentsel yaşamın gündelik tarihsel koku deneyimlerine odaklanarak literatürdeki bu sessizliği kırmaya yönelik önemli girişimlerdir. Ancak bu metinler, kokuyu çoğunlukla bireysel ya da tarihsel deneyim bağlamında ele alır. Kokunun, kent mekânını kuran temsile dayalı bilgi sistemleriyle nasıl çatıştığı ya da bu sistemlerin dışında, alternatif bir duyusal-eleştirel bilgi alanı olarak kabul edilebileceğine yönelik yaklaşımlar ise büyük ölçüde Howes (2005), Pink (2009) ve Henshaw (2014) gibi araştırmacıların çalışmalarında ele alınmaktadır.

Bu anlamda, duyusal deneyimi odağına alan mekân yaklaşımlarını görünür kılmaya yönelik bir çabayla alana katkı sunmayı amaçlayan bu çalışma, aynı

zamanda kokunun modernitenin görsel-merkezli kent tahayyülüne karşı, beden, sezgi ve hafızaya dayalı eleştirel bir bilme biçimi olarak nasıl düşünülebileceği sorusunu tartışmaya açmaktadır.

Kentsel Mekânın Kuramsal Katmanları: Tasarlanan, Yaşanan ve Algılanan Mekân

Bu çalışmanın kuramsal zemini, Henri Lefebvre'in mekânın üretimine ilişkin geliştirdiği üçlü çerçeveye dayanmaktadır. Lefebvre, mekânı sabit, nesnel ve yalnızca fiziksel bir varlık olarak değil; toplumsal ilişkiler, ideolojik temsiller ve bedensel deneyimler aracılığıyla sürekli yeniden üretilen dinamik bir toplumsal form olarak kavramsallaştırır (Lefebvre, 2014). Bu üretim süreci, birbirinden ayrı ama diyalektik ilişki içinde olan üç düzlemde işler: mekânsal pratikler (spatial practices), mekân temsilleri (representations of space) ve yaşanan mekân (representational spaces). Bu katmanlar, zamansal olarak değişken, birbiriyle gerilimli ve sürekli dönüşen, dinamik bir ilişki içindedir. Mekânın temsilleri (representations of space), mekânın planlayıcılar, teknokratlar ve yatırımcılar tarafından haritalar, imar planları ve stratejik belgeler aracılığıyla ideolojik olarak kurgulandığı düzlemi ifade eder. Bu düzlemde mekân, ölçülebilir ve düzenlenebilir bir nesneye indirgenir. Lefebvre'e göre bu temsil biçimleri, egemen üretim tarzlarının mekâna nasıl kodlandığını ve mekân üzerinden iktidarın nasıl işlediğini gösterir.

Buna karşılık, mekânsal pratikler (spatial practices), bireylerin gündelik hayat içerisindeki ritimleri, devinimleri ve alışkanlıkları yoluyla mekânı bedensel olarak kurma biçimlerini içerir. Bu düzlemde birey, mekânla ilişkisini yalnızca izleyici olarak değil, bedeninin sürekliliği ve tekrar yoluyla kurduğu deneyim üzerinden aktif biçimde üretir.

Bu bağlamda Lefebvre, öznenin mekânla kurduğu ilişkinin aynı zamanda kendi bedeniyle olan ilişkiyi de içerdiğini vurgular. Ona göre mekânsal üçlü, yalnızca kavramsal bir model değil, bedeninin duyusal ve devinimsel düzeyde deneyimlediği bir süreçtir (Lefebvre, 2014, s. 69). Mekânsal temsiller, mekân pratikleri ve yaşanan mekân, ancak bedeninin duyusal araçları — eller, uzuvlar, duyumsal organlar — aracılığıyla birbirine geçebilir hâle gelir. Bu yönüyle beden, mekân üretiminin edilgen nesnesi değil; anlam kurucu ve duyusal olarak mekâna yerleşen bir özne konumundadır.

Üçüncü katman olan yaşanan mekân, bireyin duyular, bellek, arzular ve duygulanım yoluyla mekânla kurduğu içselleştirilmiş ve anlam yüklü ilişkiyi ifade eder. Temsil edilemeyen, ölçülemeyen ama hissedilen bu düzlem, Lefebvre'e göre hem direnişin hem de alternatif bilme biçimlerinin kaynağıdır. Koku, ses, dokunma gibi duyular bu katmanın başlıca bileşenleri arasında yer alır; çünkü bu duyular, mekânla kurulan sezgisel ve bedensel ilişkiyi yeniden üretir. Modern kent planlama-

larının steril, kontrollü ve kokusuz ortamlara duyduğu yönelim (Rodaway, 1994), Lefebvre'in Ritimanaliz adlı eserinde dikkat çektiği biçimiyle, modernitenin "kokusuzluk arzusu" ile doğrudan ilişkilidir (Lefebvre, 2017, s. 68). Bu bastırma, yaşanan mekânın duysal katmanlarını silikleştiren ve duysal deneyimi dışlayan bir planlama paradigmasının ürünüdür.

Bu üçlü yapı yalnızca teorik bir ayırım değil; mekânın toplumsal, kültürel ve duysal katmanlarda nasıl üretildiğini anlamak için vazgeçilmez bir zemin sunar. Temsile dayalı mekân üretimiyle sezgisel, bedensel bilgi üretimi arasındaki bu çelişki, çalışmanın merkezinde yer alan kokunun eleştirel potansiyelini görünür kılar. Çünkü koku, temsile dirençli doğası ve belleği tetikleyen özelliğiyle yaşanan mekân ve tasarlanan mekân arasındaki gerilim ve çelişkileri açığa çıkarma potansiyelini yönelik epistemolojik bir alan açar.

Bu ayırım, kent planlamasında yalnızca görsel, temsili ya da metinsel olanın değil; bedenin duyumsadığı ve belleğin taşıdığı yaşantıların da bilgi üretiminde dikkate alınması gerektiğini gösterir. Örneğin, mekân temsilleri, planlama belgelerinde sterilize edilmiş ve kokudan arındırılmış kent imgeleriyle kurulur. Algılanan mekân, bireylerin kentsel altyapılar ve yapıları çevreyle gündelik pratikler aracılığıyla kurduğu ilişkilerden oluşur. Buna karşın, temsili mekân ise bireylerin bedenleriyle kurduğu kokusal temaslar, geçmişe dair çağrışımlar ve sezgisel yönelimlerle şekillenir. Bu üç katmanın eşzamanlı varlığı, kent deneyimini çok katmanlı hâle getirirken, modernist planlama anlayışı bu karmaşıklığı tekil bir temsile indirger.

Michel de Certeau'nun (1984) gündelik yaşam pratiklerine odaklanan yaklaşımı, Lefebvre'in hem yaşanan mekân, hem de mekânsal pratikler düzlemleriyle önemli bir kesişim yaratır. Certeau, kent mekânını yukarıdan planlanan stratejik düzenlemelere karşı, bireylerin gündelik, sezgisel ve geçici eylemleriyle "taktiksel" biçimde yeniden yazdığı bir alan olarak görür. "Strateji", iktidar konumundan üretilen, mekânı yukarıdan kurgulayan ve haritalarla sabitleyen planlama biçimidir. Buna karşılık taktikler, bedenin ve duyuların yerleşik stratejilere karşı geliştirdiği alternatif kullanım biçimleridir. Kentte yürüyen bedenin izlediği rotalar, planlı kentsel güzergâhların dışında gelişen bu taktiksel üretimin izleridir. Koku yürüyüşleri sırasında mekânla ilişkilendirme biçimlerini de bu çerçevede ele almak mümkündür. Hatırlamak, yön bulmak, kaçınmak ya da sahiplenmek gibi koku üzerinden yürütülen bu taktikler, temsile dayalı mekân bilgisinin dışına çıkan, sezgisel ve bedensel bir yazı biçimi olarak düşünülebilir. Bu anlamda, Certeau'nun düşünceleri, çalışmada önerilen duysal yöntemlerin nasıl bilgi üretebileceğine dair de kapı aralar.

Temsile Dayalı Mekân Üretimi

Modern kent planlaması, mekânı yalnızca teknik bir düzenleme nesnesi olarak kavramsallaştırır; bu yaklaşımda mekân, haritalarla kodlanan, projelerle ölçülen ve yönetsel belgelerle tanımlanan bir soyutlamaya indirgenir. Lefebvre'in "mekân temsilleri" olarak kavramsallaştırdığı bu düzlem, mekânın teknik-bürokratik

akıl yürütmelerle kurgulandığı, aynı zamanda da belirli ideolojik düzenlerin mekâna nüfuz ettiği bir üretim katmanını ifade eder. Bu düzlemdeki mekân, yalnızca fiziksel biçimlerin değil; aynı zamanda hâkim toplumsal ilişkilerin, ekonomik çıkarların ve simgesel güçlerin de taşıyıcısı hâline gelir.

Lefebvre, özellikle bu düzlemde egemen üretim tarzlarının mekânı nasıl biçimlendirdiğine dikkat çeker. Mekân temsilleri, kapitalist üretim ilişkileri doğrultusunda şekillendirilir; teknik bilgi, yönetsel stratejiler ve estetik normlar, mekânın deneyimden kopartılarak temsil edilebilir ve yönetilebilir bir formda yeniden üretilmesine hizmet eder (Lefebvre, 2014). Dolayısıyla mekânın üretimi, salt fiziksel ya da görsel bir düzenleme değil; yaşam biçimlerinin, toplumsal rolleri içselleştiren bir ideolojik çerçevenin yeniden tesisi anlamına gelir.

Lefebvre'e göre, bu tür temsiller yalnızca mekânsal değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler içindeki üretim tarzlarının ideolojik olarak kodlandığı yapılardır; bu nedenle mekânın temsili, yalnızca teknik değil, doğrudan politik ve kültürel bir işleve sahiptir (Lefebvre, 2014, s. 68).

Bu noktada Sharon Zukin'in (2010) "sembolik ekonomi" (symbolic economy) kavramı, mekânın temsile dayalı üretiminin kültürel ve ekonomik bağlamda nasıl işlediğini açıklamada işlevsel bir katkı sunar. Zukin'e göre kent, yalnızca mimari yapıları ve yaşam alanlarını içeren fiziksel bir yerleşim değil; ekonomik ve politik çıkarların yön verdiği söylemler aracılığıyla kültürel ve estetik değerlerin ekonomik sermayeye dönüştüğü sembolik bir sistemdir.

Yerel yönetimler, yatırımcılar ve medya aracılığıyla mahalleler belirli imgeler etrafında pazarlanmakta; bu durum, söz konusu mekânların yatırım yapılabilir ve tüketilebilir "ürünler" olarak yeniden tanımlanmasına ve homojenleştirici bir mekânsal kurguya yol açmaktadır. Estetik müdahaleler, kültürel projeler ve canlandırma stratejileri, kamusal alanı görsel olarak yeniden inşa ederken; aynı zamanda "iyi yaşam"a dair normatif bir anlatıyı da beraberinde getirir. Bu mekânsal temsillerin arka planında ise, çoğu zaman kültürel özgünlük iddiası taşıyan ve mekânın hem estetik hem de ekonomik yeniden inşasını meşrulaştıran güçlü bir söylem yer alır: "otantiklik".

Otantiklik Söylemi ve Sembolik Ekonomi: Sharon Zukin'in Yaklaşımı

Zukin'in (2010) "sembolik ekonomi" kavramı, kültürel temsillerin nasıl ekonomik sermayeye dönüştürüldüğünü ve bu dönüşümün mekânsal planlama süreçlerine nasıl yön verdiğini açıklayan eleştirel bir çerçeve sunar.

Otantiklik söylemi, tasarlanan mekân temsillerinin meşrulaştırılmasında önemli bir rol oynar. Bu söylem, mekânın geçmişle bağını kurarken aynı zamanda onu romantize ederek sermaye için cazip hâle getirir. Zukin'e (2010) göre bu süreçte, kültürel belleğe ve yerel kimliğe atıf yapan söylemler aracılığıyla kent mekânlarını nostaljik ve benzersiz gösteren bir anlatı inşa edilir. Ancak bu anlatı, çoğu zaman kültürel temsillerin ekonomik stratejilerle iç içe geçtiği ve özgünlük iddiasının

piyasa değerine dönüştüğü bir süreci yansıtır.

Kültürel özgünlük, piyasa mantığı içinde yalnızca temsiller üzerinden yeniden şekillendirilen, seçici bir temsil alanına indirgenir. Bu tür yaklaşımlar, çeşitliliği bastırır; farklılaşmayı görünmez kılar ve özgünlük söylemini metalaştırarak mekân üzerinde homojenleştirici etkiler üretir.

Zukin (2010), bu süreçte mahallelerin otantik niteliklerinin gerçek anlamda korunmadığını; aksine, bu niteliklerin sermaye odaklı bir seçicilikle biçimlendirildiğini vurgular. Tarihi mimari unsurlar, sokak sanatı ve etnik mutfaklar gibi öğeler; medya ve kültürel kurumlar aracılığıyla belirli yönleriyle öne çıkarılır ve böylece ekonomik değere dönüştürülür. Bu noktada, otantiklik pazarlanabilir bir unsura dönüşürken; kentsel planlama ve dönüşüm politikaları, kültürel temsilleri ekonomik üretimin aracı haline getirir. Bu bağlamda Zukin'in (2010) aktardığı örneklerden biri, otantikliğin ekonomik değer üretimi doğrultusunda yeniden kurgulandığı New York'un Brooklyn ilçesinde yer alan Williamsburg'dur. 1990'ların başında bu bölgeye taşınan sanatçılar, müzisyenler ve yaratıcı sınıf, terk edilmiş endüstriyel altyapısı, düşük yaşam maliyetleri ve merkeze uzaklığı nedeniyle Williamsburg'u tercih etmişti. O dönem mahalle, planlanmış bir kent alanından çok, kullanıcıların gündelik pratikleriyle biçimlenen, deneyimsel ve kolektif olarak inşa edilen bir yerdi. Yerel yaratıcı topluluklarca düzenlenen yeraltı konserleri, rave partileri ve sokak performansları, mahallenin alternatif kültürel üretim potansiyelini ortaya koyuyordu (Zukin, 2010). Ancak zamanla bu alt-kültürel yoğunluk, medya, emlak aktörleri ve yerel yönetim stratejileri aracılığıyla görünür ve dolaşıma açık hâle getirildi. Mahalle, "yaratıcılık", "cool yaşam tarzı" ve "otantik mahalle" söylemleri üzerinden yeniden tanımlandı. 2005 yılında New York Belediyesi, Williamsburg'un 170 bloğunu imara açarak endüstriyel alanların konut ve ticaret bölgelerine dönüşmesini teşvik etti. Bu müdahalelerin ardından bölge, 2000'li yılların ortasında "otantik Brooklyn cool" imajıyla küresel kültürel dolaşıma sunulan pazarlanabilir bir kent ikonuna dönüştü (Zukin, 2010, s. 45). Böylece başlangıçta yerel aktörlerinin yaratıcı gündelik pratiklerle şekillendirdiği mahalle, temsil düzeyinde estetikleştirilmiş ve metalaştırılmış bir kent ürününe evrilmiş; yaşanmış özgünlük, yatırım çekmeye dönük pazarlanabilir bir imgeye indirgenmiştir.

Zukin'in çözümlemesi, kentsel planlamada temsile dayalı mekân üretiminin nasıl hegemonik ve homojen bir kent anlatısı inşa ettiğini; bu anlatının ise kültürel çeşitliliği bastıran, sermaye odaklı bir temsili yeniden üretim mekanizmasına dönüştüğünü göstermektedir. Bu süreçte otantiklik, yerel hafızanın taşıyıcısı olmaktan çıkarak; ekonomik değer üretimi adına kurgulanan bir stratejiye dönüşür.

Stratejik Temsillerin Kentsel Dönüşüme Etkisi: 22@Barcelona Örneği

Charnock ve Ribera-Fumaz'ın (2011) 22@Barcelona projesine yönelik çözümlemesi, Lefebvre'in mekân kuramı ekseninde temsile dayalı kentsel dönüşüm pratiklerini eleştirel biçimde değerlendirir. Araştırmacılar, endüstriyel bir geçmişe sahip olan Poblenou mahallesinin, proje sürecinde geliştirilen söylemler aracılığıyla tarih-

sel kimliğinden koparıldığını ve hegemonik bir mekânsal temsil üzerinden yeniden kurgulandığını savunur. Şehir yönetimi tarafından “a new space for knowledge and people” sloganıyla tanıtılan proje, yüksek katma değerli, düzenli ve “yaratıcı üretim”e elverişli bir yaşam alanı olarak simgesel düzeyde temsil edilmiştir (Charnock & Ribera-Fumaz, 2011, s. 620). Ancak bu söylemsel çerçevenin ardında, projeyi esas olarak sermaye birikimini önceleyen bir yeniden yapılandırma süreci olarak okumak mümkündür. Yenilik, yaratıcılık ve bilgi üretimi gibi kavramlar, kültürel hafıza ve yerel kimliğin yatırım çekmeye dönük estetikleştirilmiş temsillerine indirgenmiştir. Örneğin, bazı endüstriyel yapıların yalnızca dış cephelerinin korunması, mahalleye “otantik” bir atmosfer kazandırmakta; ancak bu koruma, kolektif hafızayı yaşatmak yerine simgesel tüketime hizmet etmektedir.

Bu dönüşüm, yalnızca fiziksel mekânın değil; mekâna içkin kokular, sesler ve bedensel hatırlama biçimlerinin de silikleştiği bir yeniden yazım sürecine işaret eder. Bu bakımdan, duysal belleği kuşatan bir hafıza mekânı, planlama belgelerinde “işlevsiz bir kalıntı”ya indirgenerek projeden dışlanmaktadır (Charnock & Ribera-Fumaz, 2011, s. 620–626).

İçerdiği örüntülere bakıldığında projeyi hem Lefebvre’in (2014) tasarlanan ve yaşanan mekânlar arasındaki gerilimli ilişkisinin bir yansıması olarak, hem de Zukin’in (2010) kültürel temsiller ve sermaye ilişkileriyle açıkladığı “sembolik ekonomi” kavramı çerçevesinde değerlendirmek mümkün gözükür. Mekânın temsili, duysal ve kolektif deneyimlerin üzerini örterken; geçmişin yaşanmışlığını yatırım adına simgeleştiren, ölçülebilir ve pazarlanabilir bir kent anlatısı üretir.

Estetik Müdahale ve Kültürel Yeniden Yapılanma: Yeldeğirmeni Örneği

Mekânın temsili üretimi ile gündelik mekânsal deneyimler arasındaki uyumsuzluğun gözlemlenebileceği bir diğer örnek, 2010 itibarıyla Kadıköy Yeldeğirmeni’nde yürütülmeye başlanan kentsel canlandırma projesine ilişkindir. Kadıköy Belediyesi’nin ÇEKÜL Vakfı iş birliğiyle hayata geçirdiği bu projede, mahalledeki tarihi dokuyu korumaya ve cazibesini artırmaya yönelik çeşitli fiziksel ve estetik müdahaleler gerçekleştirilmiştir (ÇEKÜL, 2014). Proje yürütücüleri bu girişimi, “sosyal, ekonomik ve fiziksel açıdan daha sağlıklı ve yaşanabilir bir kentsel çevre” oluşturmayı amaçlayan bir girişim olarak tanımlamıştır (ÇEKÜL, t.y.).

Bu kapsamda cephe iyileştirmeleri, sokak düzenlemeleri ve tescilli yapıların restorasyonları yapılmış; 2012’de başlayan Mural İstanbul projesi ile mahalle, yerli ve uluslararası sanatçıların büyük ölçekli duvar resimleriyle donatılmıştır. 2013 yılından itibaren ise Marmaray ve Metrobüs hatlarının devreye girmesiyle birlikte, bölgeye gelen dış ziyaretçi sayısında belirgin bir artış yaşanmış; bu durum, Yeldeğirmeni’ni kentsel geçiş noktalarından biri haline getirmiştir (Karataş, 2019). Uzun yıllar atıl durumda kalan Özen Sineması, 2013 yılında restore edilerek Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK) adıyla yeniden işlevlendirilmiş ve kamusal tasarım ile kolektif üretim

temelli etkinliklere ev sahipliği yapmaya başlamıştır (ÇEKÜL, 2013). Benzer şekilde, Notre Dame du Rosaire Kilisesi de 2014 yılında restore edilerek Kadıköy Belediyesi tarafından Yeldeğirmeni Sanat adıyla çok amaçlı bir kültür merkezine dönüştürülmüş; konserler, sergiler ve atölye çalışmaları gibi etkinliklerle mahalle, açık bir kültürel alan olarak yeniden tanımlanmıştır (Karataş, 2019; Kadıköy Belediyesi, t.y.).

Tüm bu süreçte mahallenin görsel temsili, medya ve kültürel dolaşım ağları üzerinden estetikleştirilerek yaratıcı endüstrilerde çalışanlara hitap eden bir imaja dönüştürülmüştür. Bu dönüşüme paralel olarak “üçüncü dalga kahveciler” ve Airbnb konaklamalarının artışı, Yeldeğirmeni’ni Erasmus öğrencileri, kültürel üretim alanlarında çalışan profesyoneller ve geçici kullanıcılar için cazip bir mahalle haline getirmiştir (Uzgören, 2018). Ancak bu dönüşüm yalnızca fiziksel değil, sosyal yapıda da kırılmalara neden olmuş; artan kira baskısı, küçük esnafın kaybı ve mahalle kimliğinin aşınması gibi sorunlar gündeme gelmiştir (Karataş, 2019; Arısoy, 2019).

Bu dönüşüm süreci, Arısoy’un (2019) “sembolik soylulaşma” kavramıyla tanımladığı şekilde, medya ve kültürel dolaşım ağları üzerinden idealize edilmiş, kültürel üretim odaklı kişi ve geçici kullanıcılara hitap eden bir “mahalle imajı” üreterek, mekân temsilleri üzerinden yeniden planlanan ve sembolik düzeyde estetikleştirilen bir kentsel ürün haline gelmiştir. Karataş’ın (2019) 150 kişiyle gerçekleştirdiği anket çalışmasına ve Arısoy’un (2019) saha temelli analizlerine göre, söz konusu proje, bölgenin kültürel çeşitliliğini ve tarihsel dokusunu koruma iddiasını taşısa da, gündelik yaşam pratikleriyle tam anlamıyla örtüşmeyen estetik ve işlevsel bir mekânsal kurgu üretmiştir.

Bu bağlamda, Yeldeğirmeni’nde yürütülen canlandırma süreci hem Henri Lefebvre’in “temsili mekân” eleştirisini hem de Sharon Zukin’in “sembolik ekonomi” yaklaşımını somutlaştırmak açısından dikkat çekicidir. Mahallede gerçekleştirilen cephe iyileştirmeleri, duvar resimleri, Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK) ve Yeldeğirmeni Sanat gibi müdahaleler, mekânın estetik ve görsel kodlar üzerinden yeniden tanımlandığını ortaya koymaktadır. Bu dönüşüm, Zukin’in (2010) tanımladığı biçimiyle, kültürel değerlerin ekonomik getiri üretmek üzere mobilize edildiği bir temsili mekân üretimi olarak okunabilir. Ancak burada eleştirilen, kültürel sermayenin birikim aracı hâline gelmesi değil; bu birikimin, yerel halkın gündelik pratiklerini ve kolektif belleğini dışlayarak yalnızca belirli kullanıcı gruplarına hitap eden seçici ve vitrinel bir imaj üzerinden gerçekleştirilmesidir. Bu seçici temsil, geçmişin estetikleştirilebilir öğelerini görünür kılarken, mahalle sakinlerinin tarihsel hafızasını ve kültürel sürekliliğini mekânsal anlatının dışına itmektedir.

Canlandırma süreciyle birlikte mekân, kültürel üretim alanında çalışan profesyoneller ve geçici kullanıcılar için çekici kılınırken; mahallede uzun süredir var olan sosyal ilişkiler, ekonomik kırılganlıklar ve aidiyet biçimleri, planlama ve temsil pratiklerinin dışında kalmaktadır.

Yeldeğirmeni örneği, bu yönüyle Lefebvre’in (2014) “yaşanan mekân”

kavramı çerçevesinde, gündelik hayatın bedensel ve toplumsal üretiminin, estetik müdahaleler karşısında nasıl geri plana itildiğini ve mekânın deneyimsel katmanlarıyla planlama söylemleri arasında nasıl bir kopukluk ortaya çıktığını gözler önüne sermektedir.

Mekânın Sessiz Katmanları: Hafıza, Beden, Koku

Canlandırma süreçleri çoğu zaman mekânın temsili yeniden üretimini hedeflerken, bu müdahalelerin gündelik yaşamın bedensel alışkanlıkları, duygulanımsal bağları ve kolektif hafızayla nasıl çatıştığı göz ardı edilmektedir. Oysa kent, yalnızca yukarıdan planlanan değil; aynı zamanda aşağıdan, bedenle yazılan bir deneyim düzlemidir. Bu nedenle, mekânsal temsillerin çizdiği idealize edilmiş imgeler ile yerel toplulukların sezgisel, duysal ve hafızaya dayalı pratikleri çoğu zaman birbirinden uzaklaşır.

Lefebvre'in mekânsal üçlemesinde yer alan mekânsal pratikler, bireyin mekânla kurduğu ritmik, bedensel ve gündelik etkileşimleri tanımlar ve "algılanan mekân" düzlemine karşılık gelir. Yürüyüş rotaları, alışveriş düzenleri ya da sokakta oyalanma gibi rutin eylemler bu düzlemde gerçekleşir. Bu pratikler, mekânın sürekliliğini sağlarken, toplumsal normların ve mekânsal düzenin yeniden üretimini de içerir (Lefebvre, 2014). Diğer bir deyişle, bireyin gündelik hareketleri tamamen özerk değildir; planlama kararları, mekânsal organizasyonlar ve görsel kodlar bu eylemleri şekillendirir. Ancak bireyler bu temsillerle pasif bir ilişki kurmaz; bedensel alışkanlıklar, duysal deneyimler ve belleğe dayalı yönelimler aracılığıyla bu yapılarla etkileşime girer, onları dönüştürür ve yeni anlamlarla yeniden üretir.

Bu dönüşümün duygulanımsal ve sezgisel boyutlarını kavramak için Lefebvre'in mekânsal üçlemesinde yer alan üçüncü katman olan "yaşanan mekân" düzlemine başvurmak gerekir. Bu düzlem, mekânın içselleştirilmiş, duysal, sembolik ve hafızaya dayalı katmanlarını kapsar. Koku, ses, sıcaklık, sessizlik ya da kalabalık gibi duysal öğeler, bu düzlemin başlıca bileşenleri arasındadır. Lefebvre'e göre bu düzlem, çoğu zaman egemen planlama söylemleriyle çatışan ve potansiyel olarak onlara direnç gösterebilen bir alternatif deneyim alanına tekâbül eder. Koku, bu iki düzlemi (algılanan ve yaşanan mekân) eşzamanlı harekete geçirebilen nadir duylardan biridir. Çünkü hem gündelik pratiklerde bedenle algılanır hem de geçmişle kurulan bağlar ve duygular yoluyla mekânı anlam yüklü bir deneyime dönüştürür.

Bu beden-temelli okuma, Michel de Certeau'nun (1984) yürümek, yön bulmak, oyalanmak gibi gündelik pratikleri, mekânsal temsillere karşı geliştirilen taktiksel karşı-eylemler olarak ele alan yaklaşımıyla anlamlı biçimde kesişir. De Certeau'ya (1984) göre modern kent, yukarıdan bakıldığında okunabilir ve planlanabilir bir metin gibi kurulur; ancak bu şematik yapı, aşağıdan – beden ritmik hareketleri, sezgisel yönelimleri ve hafızaya dayalı stratejileri – aracılığıyla yeniden yazılır. Bireyin yürüyüş sırasında sergilediği duraksamalar, tekrarlar ve yönelimler,

hem bedensel hem de duygulanımsal bir mekân üretimini temsil eder ve planlı mekânsal anlatıların sınırlarını aşan bir katmana işaret eder.

Bu bağlamda, Śliwa ve Riach (2012) tarafından yürütülen Making Scents of Transition başlıklı çalışma, bedenın duyuşal algısı üzerinden mekâna dair bilgi üretiminin nasıl mümkün olabileceğini gösteren önemli bir örnektir. Kraków ve Varşova'da düzenlenen smellwalk uygulamaları aracılığıyla, katılımcıların geçmişe dair kokusal hafızaları ile günümüz kent ortamında algıladıkları kokular arasındaki farklar analiz edilmiştir. Katılımcılar, fırın kokusu, kilise tütsüsü ya da geleneksel pazar havası gibi geçmişe dair kokusal anılarını; günümüzde baskın hâle gelen kimyasal, sentetik kokularla karşılaştırmışlardır.

Bu farklılaşma, yalnızca geçmişe dair bir nostaljiyi değil; aynı zamanda bedenın duyuşal hafızası aracılığıyla, mekânsal değişimlerin nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini ortaya koymaktadır. Çalışma, mekânın dönüşümüne ilişkin bilgilerin yalnızca görsel veya söylemsel temsillerle değil; bedenın koklama, hatırlama ve hissetme gibi duyuşal pratikleri yoluyla da üretilebildiğini göstermekte ve bedenın, alternatif bir epistemolojik kaynak olarak kentsel bilgi üretimine nasıl katkı sağlayabileceğine dair örnek oluşturmaktadır.

Temsile Direnen Yöntemler

Bu çalışma, deneyimsel bir saha araştırmasına değil; kent deneyimini duyuşlar, beden ve hafıza üzerinden ele alan literatürü yeniden okumaya dayalı bir derleme niteliğindedir. Bu doğrultuda amaç, mekânsal deneyimin bedensel ve duyuşal boyutlarına odaklanan çalışmaları derleyip çözümleyerek, bu yaklaşımların kent planlaması ve temsile dayalı mekânsal söylemlerle nasıl kesiştiğini irdelemeyi amaçlamaktadır.

Henri Lefebvre'in (1991) "algılanan", "tasarlanan" ve "yaşanan" mekân ayrımı ile Michel de Certeau'nun (1984) gündelik pratiklere odaklanan yaklaşımı, bu çalışmada önerilen duyuşal temelli bilgi üretiminin düşünsel dayanaklarını oluşturur. Bu çerçevede mekâna, bedenle kurulan ilişkiler, gündelik devinim ve duyuşlar aracılığıyla katmanlaşan bir deneyim alanı olarak bakmayı önerir.

Bu bağlamda, David Howes'un (2005) "duyuşların epistemolojisi" kuramı ile Sarah Pink'in (2015) "duyuşal etnografi" yaklaşımı, duyuşal deneyimin "alternatif" bir bilgi kaynağı olarak nasıl ele alındığını ortaya koymakta; ayrıca bilgiye nasıl ulaşıldığı, neyin bilgi sayıldığı ve hangi bilgi biçimlerinin geçerli kabul edildiği gibi temel epistemolojik soruların yeniden değerlendirilmesine katkı sunmaktadır.

Beden ve Duyulara Dayalı Bilgi Üretimi

Mekânı yalnızca görsel temsil ve ölçülebilir form üzerinden kavrayan planlama yaklaşımlarına karşı, beden odaklı kuramlar duyuşal deneyimi alternatif bir bilgi

Üretim biçimi olarak ortaya koymaktadır. Sarah Pink'in (2015) duysal etnografi yaklaşımı, bedenın çevreyle kurduğu okduyulu ilişkinin hem bilgi üretiminde hem de meknsal anlam inşasında temel bir rol oynadığını savunur. Pink'e göre beden, çevresel uyarıcılara edilgen şekilde yanıt veren bir alıcı değil; geçmiş deneyimleri yorumlayan, duygulanımsal tepkilerle anlam üreten aktif bir öznedir. Nitekim, "meknlar, insanların bedenleri ve çoklu duyularla çevreleriyle kurdukları katılım yoluyla kurulur" (Pink, 2015, s. 113) vurgusu, meknın sabit, görselleştirilmiş bir yapı değil; hissedilen, yaşanan ve bedenle icra edilen bir süreç olduğunu ortaya koyar.

Bu çerçeveyi kültürel düzlemde genişleten isimlerden biri ise David Howes'tur. Howes'un (2005) geliştirdiği "duyuların epistemolojisi" yaklaşımı, duyuların yalnızca biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal olarak düzenlenmiş bilgi sistemleri olduğunu vurgular. Her toplum, hangi duyuların "meşru" ve "yüksek", hangilerinin "aşağı" ve bastırılması gereken olduğunu belirleyen bir duysal düzen kurar. Modernitenin bu düzeninde görme ve işitme akılcılıkla özdeşleştirilerek ön plana çıkarken; koku, tat ve dokunma gibi duyular irrasyonel, pre-modern ve kontrol dışı olarak sınıflandırılır. Kokunun kent planlamasında bastırılması da, bu görsel merkezli duysal-politik rejimin doğrudan sonucudur.

Howes ayrıca duyuların birbirinden yalıtılmış işlemediğini, aksine, birbiriyle etkileşim içinde kesişen deneyim alanları yarattığını belirtir. Koku, çoğu zaman dokunma ya da görme gibi diğer duyularla i içe geçerek algılanır ve anlam kazanır. Buna ek olarak Howes'un "emplacement" (yerleşimsellik) kavramı da mekna aidiyetin yalnızca sembolik ya da görsel temsillerle değil; bedenın duyular yoluyla çevreye yerleşmesiyle kurulduğunu ifade eder. Bu bağlamda koku, hem bireyin bedensel hafızasında, hem de kentsel kimlik ve yerleşiklik deneyiminde belirleyici bir duysal formdur. Howes'un bu yaklaşımı, duysal bilginin yalnızca kültürel olarak inşa edilmediğini; aynı zamanda sezgisel, katılımcı ve bedensel yollarla da üretildiğini gösterir.

Bu sezgisel bilme biçiminin doğasına ilişkin olarak Laura Marks (2002), "olfactory unconscious" (kokusal bilinçdışı) kavramını geliştirir ve kokunun bilinçdışı düzeyde işleyen, öngörülemez ve temsile direnen bir bilgi formu olduğunu ileri sürer. Koku, planlama söyleminde marjinalleşmiş olsa da hatırlama, aidiyet ve duygulanım gibi deneyimsel katmanlarla güçlü bağlar kurar. Lefebvre'nin (2017, s. 68) sözünü ettiği modernitenin "kokusuzluk arzusu" da kokunun bu denetim altına alınamaz doğasından kaynaklanmaktadır.

Bu noktada şu soru önem kazanır: Temsile direnen ve sezgisel biçimde işleyen bu duysal bilgi biçimi, ideolojik anlatılara ve baskın mekn tahayyüllerine nasıl direnç gösterir? Bu sorunun yanıtı, kokunun nörobiyolojik işleyişinde ve bellekteki çağrışım gücünde saklıdır.

Rachel Herz ile Jonathan Schooler tarafından yürütülen deneysel çalışmalar, koku ve tat duyularının geçmiş deneyimlerle kurdukları duysal çağrışım kapasitesine dikkat çeker (Herz & Schooler, 2002). Koku yalnızca bir anıyı tetiklemele

kalmaz; aynı zamanda o anının duygusal tonunu da bugüne taşıyarak deneyimin yeniden yaşanmasını sağlar. Bu özgün hatırlama biçiminin altında, kokunun beyindeki duygu ve bellek merkezleriyle doğrudan bağlantılı olması yatmaktadır; bu da onun diğer duyulardan farklı olarak, çağrışım gücünü hem hızlı hem de yoğun kılar (Engen & Herz, 1996).

Kokunun bu özgün çağrışım gücünü erken dönemde ele alan kuramlardan biri J. Douglas Porteous'a (1985) aittir. Porteous, kokunun yalnızca "anımsamanın bir kıvılcımı" değil; aynı zamanda mekânla kurulan duygusal bağların yeniden yapılandığı bir hafıza süreci olduğunu öne sürer. Beklenmedik bir anda duyulan tanıdık bir koku, çocukluk gibi uzak bir zamana dair anıları bugünde yeniden doğurabilir. Ancak Porteous (1985) kokunun yalnızca bireysel bir deneyim olmadığını, aynı zamanda kültürel ve toplumsal olarak da anlamlandırıldığını vurgular. Tanıdık kokular genellikle güven verici ve sıcak olarak algılanırken; yabancı kokular rahatsızlık, tedirginlik ya da dışlanmışlık hissi uyandırabilir. Bu durum, koku deneyiminin yalnızca biyolojik değil, aynı zamanda toplumsal kodlarla şekillenen bir alan olduğunu ortaya koyar. Kokular aidiyet ve yabancılaşma gibi duygusal sınırların çizilmesinde belirleyici bir rol oynayabilir.

Porteous'un (1985) ortaya koyduğu "içeriden/dışarıdan algı" ayrımı bu bağlamda dikkat çekicidir. Örneğin, kentte uzun süredir yaşayan bireyler bazı kokulara alışarak onları bilinçli olarak fark etmezken; aynı kokular, dışarıdan gelen biri için oldukça yoğun, belirgin ve hatta rahatsız edici olabilir. Böylece koku, hem yerleşiklik hem de yabancılaşma duygularını aynı anda üretebilen çok katmanlı bir duygusal araç hâline gelir.

Kokular, taşıdıkları doğrudanlık sayesinde çoğu zaman bilinçdışı düzeyde etkili olur; ani, yoğun ve söze dökülemeyen duygusal tepkiler yaratabilir. Koku ile bellek arasındaki bu güçlü bağ, bireyin yalnızca geçmişle değil; aynı zamanda o geçmişin yaşandığı mekânsal, kültürel ve toplumsal bağlamlarla da duygusal bir ilişki kurmasına olanak tanır. Bu çok katmanlı çağrışımsal kapasite, kokuyu yalnızca bir duyu değil, aynı zamanda toplumsal hafıza, mekânsal aidiyet ve kimlik deneyiminin taşıyıcısı hâline getirir.

Bu bağlamda kokunun duygusal etnografiye dahil edilmesi, kentsel yaşamın yüzeyin altına gizlenmiş dokularını – politik, kültürel ve gündelik olanı – açığa çıkarmanın bir yolu hâline gelir. Çünkü koku, sabit temsil biçimlerine direnç gösterir; bu direnç, duyularla hissedilen, bedenle yaşanan, sezgisel olarak algılanan mekânsal katmanlara dikkat çekilmesini sağlar. Koku yoluyla mekânı "okumak", haritalanabilen yüzeyin ötesine geçerek, sezgisel ve bedensel bir bilgi rejimine yönelmek anlamına gelir. Bu çerçevede smellwalking ve smellmapping gibi duygusal araştırma yöntemleri, kentsel mekânın sezgisel, bedensel ve duygusal boyutlarını anlamaya yönelik alternatif yaklaşımlar sunar.

Duyusal Haritalama Yöntemleri: Smellwalking ve Smellmapping

Smellwalking, bireylerin ya da grupların belirli bir çevrede gerçekleştirdiği, odak noktası koku olan sistematik yürüyüşlerdir. Bu yöntemin amacı, çevresel kokuların fark edilmesi, sınıflandırılması ve yorumlanması yoluyla, kentsel mekânın duyuusal katmanlarını görünür kılmaktır. Bu yaklaşım, görselliğe dayalı klasik mekânsal analizlerden farklı olarak, bedenin duyuusal deneyimini merkeze alır.

Kavramsal kökleri J. Douglas Porteous'un (1985) "smellscape" kavramına dayansa da "smellwalking" ilk kez Victoria Henshaw (2014) tarafından kentsel araştırmalarda yöntemsel bir araç olarak kullanılmıştır. Yöntem, daha sonra Kate McLean tarafından sanat ve duyuusal araştırma kesişiminde yeniden geliştirilmiş; katılımcı yürüyüşler, koku çizimleri ve koku haritalama gibi uygulamalarla genişletilerek deneysel-sanatsal bir metodolojiye dönüşmüştür (McLean, 2019).

McLean, smellwalking pratiğini farklı katılım biçimlerine göre çeşitlendirerek bireysel, eşli ya da grup yürüyüşleri gibi formlarda uygulamıştır (McLean, 2019). Bu yöntemsel esneklik, kokunun bireysel algı, sosyal etkileşim ve kolektif öğrenme gibi farklı düzlemler üzerinden kentsel mekânla ilişkilendirilmesine olanak tanır. Smellwalking sırasında koku algıları genellikle koku notları (smellnote) adındaki formlara kaydedilir. Bu formlar, kokunun adı, şiddeti, süresi, hoşluk derecesi, çağrıştırdığı anılar ve beklenen/gerçekleşen algı gibi alanlar içerir (McLean, 2019). Katılımcıların deneyim sonrası çizdiği "smellsketch"ler ise duyuusal verinin görselleştirilmesi açısından önemli bir araçtır. Bu çizimler, duyuusal deneyimi görsel ifadenin alanına taşıyarak, kokunun bedensel, zihinsel ve sosyal düzeylerde nasıl algılandığını görünür kılar; böylece bireysel izlenimlerden yola çıkan, kolektif olarak paylaşılabılır bir anlatı oluşturur. Yürüyüşler sırasında hissedilen kişisel ve zamansal koku algıları, smellmapping sürecinde hem haritalama tekniği hem de mekânsal yorumlama aracı olarak kullanılır.

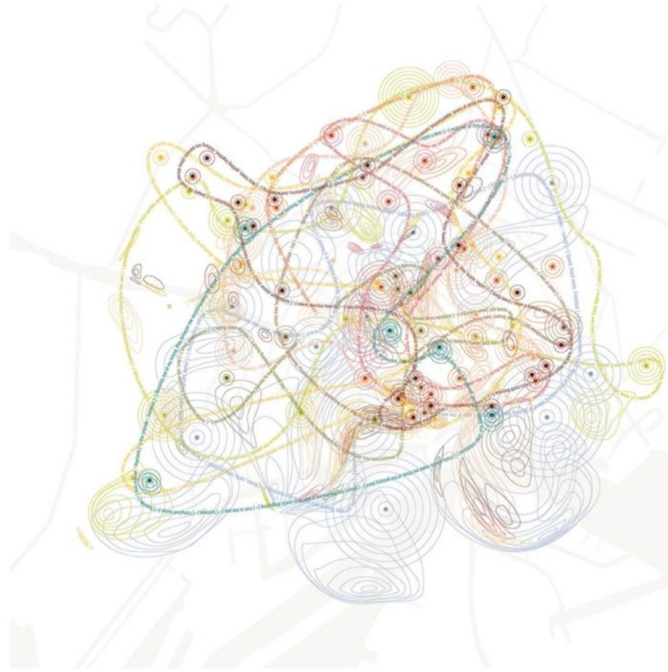
Smellmapping, smellwalking sırasında ya da sonrasında elde edilen kokusal verilerin görselleştirilmesi ve mekânsal olarak yeniden temsil edilmesi sürecini ifade eder. Bu yöntem, görselliğin dışında kalan ama gündelik yaşamda belirleyici etkiler yaratan kokusal deneyimlerin, çizim, sembol, grafik ve harita gibi araçlarla yeniden anlamlandırılmasını amaçlar. Kate McLean (2019) tarafından geliştirilen bu yaklaşım, Tablo 1'de görüldüğü üzere, kokunun zamansal, bağlamsal ve kültürel katmanlarını görünür kılan performatif ve araştırmaya dayalı haritalama biçimlerini kapsar.

Tablo 1. Smellwalking Yönteminin Uygulama Süreci

Aşama	Açıklama
Güzergâh Seçimi	Katılımcılarla birlikte ya da araştırmacı tarafından belirlenir.
Yürüyüş	Duyulara odaklanılarak sessiz ve ritmik biçimde gerçekleştirilir.
Kayıt	"Smellnote" formlarıyla koku tanımı, süresi, yoğunluğu yazılır.
Yorumlama	Anılar, çağrışımlar, rahatsızlık veya hoşlanma gibi duygular not edilir.
Haritalama	Kokular dijital veya analog araçlarla mekânsal olarak görselleştirilir.

Kate McLean'in (2017) Amsterdam'da yürüttüğü SmellMap projesi, smell-mapping yönteminin grafiksel temsil olanaklarını araştıran öncü örneklerden biridir. Kent genelinde düzenlenen smellwalk'lar sırasında katılımcılardan toplanan veriler; kokuların türü, yoğunluğu, süresi ve duygusal çağrışımları gibi ölçütlere göre sınıflandırılmış ve Şekil 1'de görüldüğü gibi dijital bir harita üzerinde görselleştirilmiştir (McLean, 2014).

Şekil 1. Smellmap: Amsterdam



Waffle, eski kitap ve kanal suyu gibi belirgin kokularla birlikte toplamda 650'ye yakın kokusal kayıt katılımcıların kişisel algıları doğrultusunda, görsel simgeler aracılığıyla haritada temsil edilmiştir. McLean'in (2014) vurguladığı üzere, bu harita, esrar gibi beklendik kokusal klişeler karşısında "çiçekler, güneş ve taze yapraklar" gibi mevsimsel ve çevresel kokuları da görünür kılarak, kentin daha incelikli ve duyusal açıdan zengin bir temsiline alan açar (bkz. sensorymaps.com). Bu çalışmada kokular yalnızca turistik birer simge değil, aynı zamanda kişisel deneyimlere ve bağlama özgü duyusal verilere dayanan göstergeler olarak değerlendirilmiştir.

McLean'in yaklaşımı, koku haritalamayı sabit ve nesnel bir haritalama aracı olmaktan çok, katılımcı deneyimlere ve bağlamsal sezgilere dayalı bir grafiksel anlatım biçimi olarak tanımlar. Geleneksel haritalardan farklı olarak, bu yöntem kentsel mekânın çeşitlenen duyusal katmanlarını görünür kılarak, temsil edilemey-

eni haritalandırmaya çalışır.

Son dönemde Türkiye’de gerçekleştirilen bazı koku yürüyüşleri ve koku haritalama uygulamaları da bu yöntemlerin kentsel araştırmalarda sıklıkla göz ardı edilen duygusal, mekânsal ve kültürel katmanları ortaya çıkarmada taşıdığı potansiyeli göstermeye başlamıştır.

Türkiye bağlamında koku-mekân ilişkisini sistematik biçimde ele alan sınırlı sayıdaki çalışmalardan biri olan “Experiencing Urban Smells When Walking: Kastamonu City Case” (Çeven & Belkayalı, 2023), duysal araştırma yöntemlerinin kent çalışmaları içerisindeki potansiyelini görünür kılması açısından dikkat çekicidir. Çalışma, Kastamonu kent merkezindeki arkeolojik sit alanında farklı yaş ve deneyim düzeylerinden katılımcılarla gerçekleştirilen smellwalk’lar aracılığıyla bireylerin yaş, deneyim ve mekânsal aidiyetlerine göre değişen koku algılarını incelemektedir.

Beş duraktan oluşan güzergâhta, çarşılar, parklar, cami külliyesi ve meydanlar gibi kamusal alanlardaki kokular; hoşluk, yoğunluk, süre ve arzu edilirlilik gibi ölçütler üzerinden değerlendirilmiştir. Bulgular, yaşa bağlı olarak kokulara verilen tepkilerin hem nicelik hem nitelik bakımından değiştiğini göstermektedir: Özellikle kırklı yaşların üzerindeki katılımcılar, taş, kahve ve sabun kokularıyla geçmişe dair güçlü belleksel bağlar kurarken; genç katılımcılar daha az çağrışımla daha fazla kokuyu, anlık olarak fark etmişlerdir. Bu bağlamda özellikle doğal kokular (bitki, toprak, odun) ile geleneksel yiyecek kokuları (sarımsak, kahve, helva) katılımcılar tarafından kentsel hafızaya dair olumlu çağrışımlar üzerinden değerlendirilmiş, bu kokuların mekânın kimliğiyle özdeşleştiği belirtilmiştir. Diğer yandan egzoz, plastik, deterjan gibi sentetik kokular, hem istenmeyen hem de “ortama ait olmayan” unsurlar olarak tanımlanmıştır.

Mekânın korunan unsurları (örneğin taş yapılar, kahve dükkânları) ile kayıp değerleri (bahçelerdeki bitki kokuları, geleneksel yemek kokuları) arasındaki fark, katılımcıların algıladıkları kokularla geçmişe dair kokusal anılarını karşılaştırmaları yoluyla ortaya çıkmıştır. Aynı mekânda bir kokunun hâlâ algılanabiliyor ve geçmişle ilişkilendirilebiliyor olması “korunmuşluk” olarak değerlendirilirken; geçmişte var olduğu hatırlanan ancak bugün algılanamayan kokular “kayıp” olarak tanımlanmıştır.

Benzer biçimde, Davis ve Thys-Şenocak’ın (2017) “Heritage and Scent” başlıklı çalışması, İstanbul’un Eminönü semtinde yer alan Mısır Çarşısı özelinde, mekânın geçirdiği dönüşümlerin kokusal hafıza üzerindeki etkilerini duysal temelli araştırma yöntemleri aracılığıyla belgelemektedir. 2012 yılında başlatılan saha araştırması derinlemesine görüşmeler, koku yürüyüşleri, ve haritalama yöntemleri ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla birlikte belirlenen güzergâhlarda yapılan bu yürüyüşlerde, geçmişte var olmuş ancak günümüzde kaybolduğu düşünülen kokuların kokusal hafızadaki izdüşümleri araştırılmış, kokularla ilgili anı ve imgeler kayıt altına alınmıştır.

2016’daki “Scent and the City” sergisiyle sunulan araştırma çıktıları, örneğin

jüt çuval kokusu, deniz havası, çiçek ve baharat kokuları gibi birçok unsurun kullanıcı belleğindeki karşılıklarıyla birlikte belgelenmesini sağlamıştır. Görüşmelere katılan esnaf ve kullanıcılar, geçmişteki kokuları mekâna özgü, ayırt edici ve nostaljik olarak tanımlarken; günümüz ortamını temizlik ürünleri, beton ve asfalt gibi sentetik ve tekdüze kokularla ilişkilendirmiştir. Bu ifadeler, mekânsal sürekliliğin duyular üzerinden nasıl kesintiye uğrayabildiğini ve mekânla kurulan ilişkinin nasıl dönüştüğünü göstermektedir. Mekânın hem fiziksel dönüşümü (örneğin modernizasyon ve sterilizasyon politikaları) hem de ekonomik ve kültürel işlev değişimi (örneğin turist odaklı yapay kokuların kullanımı) sonucunda, bölgenin kokusal kimliğinin belirgin biçimde zayıfladığı aktarılmıştır.

Sonuç

Bu çalışma, modernist idealler doğrultusunda dışardan gerçekleştirilen planlama müdahalelerinin, kent mekânının duyusal, gündelik ve algısal boyutlarını nasıl görmezden geldiğini eleştirel bir perspektiften tartışmaya açmaktadır.

Baskın üretim modellerine dayalı stratejik müdahaleler, kent mekânını sermaye birikimi, marka değeri ve yatırım cazibesi gibi ölçütler doğrultusunda yeniden kurgularken, sıklıkla tekil ve vitrinel bir kent imajı üretmektedir. Bu müdahaleler, toplumsal ve duyusal aidiyetlerin sürekliliğini kesintiye uğratmakta; tasarlanan mekân temsilleriyle örtüşmeyen ve homojen yapının dışında kalan, bedenin algılayıp pratik ettiği gündelik mekânı görünmez kılmaktadır. Bu bağlamda, stratejik müdahalelere karşı gündelik yaşamın taktiksel beden pratikleri; çoğul, bağlamsal ve sezgisel bilgi üretimini yeniden düşünmeyi mümkün kılan epistemolojik bir alan açmaktadır.

Koku yürüyüşü ve koku haritalama gibi duyusal araştırma yöntemleri, yalnızca alternatif metodolojik araçlar değil; aynı zamanda modernist kent tahayyülünün temsil rejimine karşı, bedenin ve belleğin bilgisini görünür kılan eleştirel bir müdahale alanıdır. Bu yöntemler, kent mekânını yalnızca fiziksel biçimler ve görsel göstergeler üzerinden değil; sabit bilgi kategorilerinin ötesinde, bedenin sezgisel bilgisiyle şekillenen yerel, zamansal ve duygulanımsal katmanları gündeme getirir.

Kokunun denetlenemezliği, akışkanlığı ve çağrışımsal doğası, onu kent planlamasının normatif şemalarına dahil edilemez kılar; ancak bu durum bir eksiklik değil, mekân bilgisinin çoğulluğunu vurgulayan bir olanaktır. Standartlaştırılamazlık, burada bir zaaf değil; temsilin ötesine geçerek, duyusal bilginin politik ve eleştirel kapasitesini açığa çıkaran bir potansiyel olarak değerlendirilmelidir. Koku, bu anlamda yalnızca hatıraları çağırın bir iz değil; kokusal olanı bastıran modern kentsel söylemin karşısında, bedenin duyumsal varlığını yeniden mekâna yerleştiren bir bilme biçimidir. Bilgi yalnızca genellenebilirlik, tekrarlanabilirlik ya da nesnellik üzerinden tanımlandığında; sezgisel ve yerleşik deneyimlerin dışlandığı bir

bilgi rejimi yeniden üretilir. Bu bağlamda mekânla kurulan bedensel-duyusal ilişkiler, yalnızca araştırma yöntemi düzeyinde değil; bilginin ne olduğuna dair tanımlarda da yer edinmesi gereken, dünyayla başka türlü ilişkilenebileceklerini gösteren, etik duyarlılığı yüksek ve temsile indirgenemez bir bilgi alanı olarak düşünülmelidir.

Kaynakça

- Arısoy, A. C. (2019). Sosyal sermaye odaklı kentsel canlandırma yaklaşımı: Yeldeğirmeni örneği [Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi].
- Charnock, G., & Ribera-Fumaz, R. (2011). A new space for knowledge and people? Henri Lefebvre, representations of space, and the production of 22@Barcelona. *Environment and Planning D: Society and Space*, 29(4), 613–632. <https://doi.org/10.1068/d17009>
- Classen, C. (1993). *Worlds of sense: Exploring the senses in history and across cultures*. Routledge.
- Classen, C., Howes, D., & Synnott, A. (1994). *Aroma: The cultural history of smell* (1. bas). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203428887>
- Classen, C. (2005). The sensuous city: Urban sensations from the Middle Ages to modernity. In D. Howes (Ed.), *Sensing the city: Sensuous explorations of the urban landscape* (ss. 25–39). Montréal: Canadian Centre for Architecture.
- Cockayne, E. (2007). *Hubbub: Filth, noise and stench in England, 1600–1770*. London: Yale University Press.
- Çeven, E. A., & Belkayalı, N. (2023). Experiencing urban smells when walking: Kastamonu city case. *International Journal of Urban and Regional Research*, 47(2). <https://doi.org/10.1111/1468-2427.13145>
- ÇEKÜL. (t.y.). Yeldeğirmeni / Rasimpaşa Mahalle Canlandırma Projesi. <https://www.cekulvakfi.org.tr/proje/kendini-koruyan-kentler>
- ÇEKÜL. (2013). Tasarım Atölyesi Kadıköy (TAK) açıldı. <https://www.cekulvakfi.org.tr/haber/tasarim-atolyesi-kadikoy-tak-acildi>
- Davis, L., & Thys-Şenocak, L. (2017). Heritage and scent: Research and exhibition of Istanbul's changing smellscapes. *International Journal of Heritage Studies*, 23(8), 723–741. <https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1317646>
- de Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* (S. Rendall, Çev.). University of California Press.
- Engen, T., & Herz, R. S. (1996). Odor memory: Review and analysis. *Psychonomic Bulletin & Review*, 3(3), 300–313. <https://doi.org/10.3758/BF03210754>
- Gospodini, A. (2002). European cities in competition and the new 'uses' of urban design. *Journal of Urban Design*, 7(1), 59–73. <https://doi.org/10.1080/136020302100000754>

doi.org/10.1080/13574800220129231

- Harvey, D. (2016). Postmodernliğin durumu: Kültürel dönüşümün kökenlerine bir araştırma (Çev. Sungur Savran). Metis Yayınları.
- Henshaw, V. (2014). Urban Smellscapes: Understanding and Designing City Smell Environments. Routledge.
- Henshaw, V., Medway, D., Perkins, C., Warnaby, G., & McLean, K. (Eds.). (2017). Designing with Smell: Practices, Techniques and Challenges. Routledge
- Herz, R. S., & Schooler, J. W. (2002). A Naturalistic Study of Autobiographical Memories Evoked by Olfactory and Visual Cues: Testing the Proustian Hypothesis. *The American Journal of Psychology*, 115(1), 21. <https://doi.org/10.2307/1423672>
- Howes, D. (Ed.). (2005). Empire of the senses: The sensual culture reader. Berg Publishers.
- Lehrer, J. (2011). Proust bir sinirbilimciydi (F. B. Aydar, Çev.). Domingo Yayınları.
- Kadıköy Belediyesi. (t.y.). Yeldeğirmeni Sanat. [https://kultursanat.kadikoy-bel.tr/tr/kultur-merkezleri/yeldegirmeni-sanat](https://kultursanat.kadikoy.bel.tr/tr/kultur-merkezleri/yeldegirmeni-sanat)
- Karataş, E. (2019). Fiziksel çevredeki değişimlerin kentsel kimlik üzerindeki yansımaları: Yeldeğirmeni mahallesi örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Lefebvre, H. (2014). Mekânın üretimi (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2017). Ritimanaliz: Mekân, zaman ve gündelik hayat (A. L. Batur, Çev.). Sel Yayıncılık. (Orijinal eser 1992'de yayımlanmıştır)
- Marks, L. U. (2002). Touch: Sensuous theory and multisensory media. University of Minnesota Press.
- McLean, K. (2014). Smellmap: Amsterdam – Olfactory art & smell visualisation. Information Experience Design, Royal College of Art. <https://sensory-maps.com/?projects=smellmap-amsterdam>
- McLean, K. (2017). Smellmap: Amsterdam – olfactory art and smell visualization. *Leonardo*, 50(1), 92–93.
- McLean, K. (2019). Nose first: Practices of smellwalking and smellscape mapping [Doktora tezi, Royal College of Art]
- Pink, S. (2015). Doing sensory ethnography (2. bas.). SAGE.
- Porteous, J. D. (1985). Smellscape. *Progress in Physical Geography*, 9(3),

356–378.

Reinarz, J. (2013). *Past scents: Historical perspectives on smell*. DeKalb, IL: University of Illinois Press.

Rodaway, P. (1994). *Sensuous geographies: Body, sense and place*. London: Routledge.

Seremetakis, C. N. (Ed.). (1994). *The senses still: Perception and memory as material culture in modernity*. University of Chicago Press.

Śliwa, M., & Riach, K. (2012). Making scents of transition: Smellscape and the everyday in 'old' and 'new' urban Poland. *Urban Studies*, 49(1), 23–41. <https://doi.org/10.1177/0042098011399596>

Uzgören, G. (2018). Airbnb impact on gentrification process: the case of Rasimpaşa Neighborhood Kadıköy. *Journal of Planning*. <https://doi.org/10.14744/planlama.2018.29491>

Wankhede, K., & Deshmukh, A. (2024). Understanding olfactory perception and its significance in the exploration of sensescape scenarios in Asian cities. *International Journal of Religion*, 5(11), 4710–4721. <https://doi.org/10.61707/wtv58260>

Zukin, S. (2010). *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford University Press.



Post-Kapitalist Özne ve İletişimin Dönüşümü: Performans, Dolaşım ve Direniş

*The Post-Capitalist Subject and the Transformation
of Communication: Performance, Circulation, and Resistance*

Dursun Can ŞİMŞEK¹ 

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Avrasya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim, csimsek05@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2528-6434

ÖZ

Bu çalışma, post-kapitalist çağda öznenin dijital iletişim pratikleri içinde nasıl yeniden inşa edildiğini eleştirel bir kuramsal perspektiften ele almaktadır. Kapitalizmin klasik özne modeli, rasyonel, üretken ve özerk birey imgesi üzerine kuruluyken dijital kapitalizm, bu modeli parçalamış ve yerine görünürlük, performans ve algoritmik uyum odaklı bir özne formu getirmiştir. Çalışma, Jodi Dean'ın "iletişimsel kapitalizm", Byung-Chul Han'ın "performans toplumu" ve Shoshana Zuboff'un "gözetim kapitalizmi" kavramları çerçevesinde iletişimin anlam üretiminden ziyade dolaşım, veri üretimi ve algoritmik performans mantığına tabi olduğunu tartışmaktadır. Bu rejimde özne, iletişimde aktif bir fail değil; sürekli veri üreten ve görünürlük sağlamak zorunda kalan bir nesneye dönüşmektedir. Görünür olmak kaygısı günümüzde gerçekliğin konusu olmaktan çıkıp sanallığın konusu haline gelmiştir. Bu dönüşüm ise algıyı kaygıdan baskıya dönüştürmüştür. Günümüz sanal mekân algısının dayatmış olduğu görünür ve performatif olmak edimleri tercihe bağlılığını yitirmiştir. Bu anlam yitimi karşısında kamusallaşmak eylemi yeni bir alan ve pratiğe ihtiyaç duymaktadır. Yürütülen teorik tartışmalar, iletişimin özgürleşme aracı olmaktan çıkarak zorunlu bir performans pratiğine evrildiğini göstermektedir. Ancak bu rejimin mutlak olmadığını; sessizlik, geri çekilme, dijital yavaşlık ve alternatif platformlar gibi mikro düzeyde direniş biçimlerinin var olabileceğini savunmaktadır. Sonuç olarak çalışma, iletişimin yalnızca teknik bir araç değil; politik, varoluşsal ve etik bir mesele olarak yeniden düşünülmesi gerektiğini öne sürmekte ve platform kapitalizmi bağlamında iletişim pratiğini yeniden konumlandırmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Post-kapitalist özne, iletişimsel kapitalizm, performans toplumu, algoritmik öznellik, dijital direniş

ABSTRACT

This study addresses how subjectivity is reconstructed within the digital communication practices of the post-capitalist era from a critical theoretical perspective. While the classical subject model of capitalism was built upon the image of a rational, productive, and autonomous individual, digital capitalism has dismantled this model and replaced it with a form of subjectivity centered on visibility, performance, and algorithmic compliance. Drawing on Jodi Dean's concept of "communicative capitalism," Byung-Chul Han's "performance society," and Shoshana Zuboff's "surveillance capitalism," the study argues that communication is no longer oriented toward meaning production but is subordinated to the logics of circulation, data generation, and algorithmic performance. In this regime, the subject is no longer an active agent of communication but rather becomes an object compelled to continuously produce data and maintain visibility. The anxiety of being visible has shifted from a matter of reality to a matter of virtuality. This transformation has turned perception from anxiety into pressure. The imperative to be visible and performative, imposed by today's virtual spatial perception, has lost its voluntariness. In the face of this loss of meaning, the act of becoming public requires new spaces and practices. The article demonstrates that communication has evolved from a tool of emancipation into a compulsory practice of performance. However, it argues that this regime is not absolute; micro-level forms of resistance such as silence, withdrawal, digital slowness, and alternative platforms remain possible. Ultimately, the study suggests that communication must be reconsidered not merely as a technical tool but as a political, existential, and ethical issue, repositioning communication practice within the context of platform capitalism.

Keywords: Post-capitalist subjectivity, communicative capitalism, performance society, algorithmic identity, digital resistance

Gönderim/Received: 29.05.2025

Düzeltilme/Revised: 10.06.2025

Kabul/Accepted: 28.06.2025

Atıf / Citation: Şimşek, D.C. (2025). Dijital Kapitalist Özne ve İletişimin Dönüşümü: Performans, Dolaşım ve Direniş. Global Media Journal Turkish Edition, 16(30), 98-114

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



Extended Abstract

This paper offers a critical theoretical investigation into the transformation of subjectivity under the conditions of post-capitalist digital communication. Traditionally, the capitalist subject was imagined as a rational, autonomous agent embedded in production processes, tasked with maximizing utility and participating in labor. Yet, in the digital age, this model has been profoundly disrupted. Subjectivity is no longer defined solely through production but through visibility, performance, and algorithmic conformity, where one's social existence is conditioned by platform-mediated interactions and constant data generation.

Drawing on key theoretical frameworks—including Jodi Dean's "communicative capitalism," Byung-Chul Han's "performance society," Franco Berardi's "semiocapitalism," and Shoshana Zuboff's "surveillance capitalism"—the paper argues that communication has shifted from a site of meaning-making and public deliberation to an infrastructure of circulation, virality, and data extraction. In this regime, individuals are compelled to perform, to remain visible, and to continually engage with algorithmically structured environments that reward attention and responsiveness over critical reflection or deliberation.

The analysis is structured around three key themes: (1) the transformation of communication from an emancipatory tool to an obligatory performative task; (2) the displacement of meaning by circulation, where the value of content is measured not by its message but by its algorithmic reach and virality; and (3) the potential for resistance within this hegemonic structure through practices of silence, withdrawal, slowness, and the use of alternative digital platforms.

Rather than employing empirical data collection, the study adopts a conceptual and critical approach, positioning communication as not merely a technical skill but as an ontological condition and a political act of subjectivation. The analysis shows that within the communicative regime of digital capitalism, subjects are simultaneously producers and products of data, constantly performing under the gaze of algorithmic systems. Communication itself becomes a form of labor—what Christian Fuchs describes as "digital labor"—and an engine of surplus value for platform capitalism.

However, the study does not portray this system as absolute. It identifies cracks within the structure—micro-sites of potential resistance embodied in practices such as strategic silence, digital withdrawal, intentional invisibility, and slower modes of communication. Following theorists like Jenny Odell, Taina Bucher, and Mark Fisher, the paper explores how these practices can disrupt the extraction logics of attention economies and offer spaces for rethinking agency, presence, and collective communication ethics.

Ultimately, the paper argues that communication under post-capitalist conditions cannot be understood solely as an exchange of messages or participation in a democratic public sphere. Rather, it functions as a mechanism of biopoliti-

cal and algorithmic governance, shaping behaviors, identities, and affective relations in ways that are deeply intertwined with platform economies and surveillance infrastructures. Yet, even within this system, alternative subjectivities and communicative possibilities can be imagined and enacted through small acts of refusal, non-participation, and reappropriation of communicative spaces.

By framing communication as both an ontological and political site, the paper contributes to critical discussions in media studies, communication sociology, and political economy, encouraging a rethinking of communication not merely as a tool for expression but as a contested terrain of power, identity, and resistance in the digital age.

Giriş

Dijital kapitalizmin yükselişiyle birlikte yalnızca üretim ve tüketim pratikleri değil, aynı zamanda özne tasarımı ve iletişim biçimleri de köklü biçimde dönüşmüştür. Bugünün dijital iletişim ortamlarında öznellik, artık sabit bir kimlik yapısından ziyade sürekli yeniden kurulan, performatif, görünürlük temelli ve algoritmik olarak şekillendirilen bir form kazanmıştır. Bu bağlamda, post-kapitalist özne, kendini yalnızca ifade eden değil; aynı zamanda platformlar aracılığıyla görünür olmak, veri üretmek ve dijital dikkat rejimlerine uygun biçimde davranmak zorunda hisseden bir varlık haline gelmiştir.

Bu dönüşüm iletişim pratiğini de doğrudan etkilemiştir. Geleneksel iletişim anlayışında bireyler, karşılıklı etkileşim ve anlam üretimi temelinde düşünülürken, günümüzde iletişim giderek veri üretimi, dolaşım kapasitesi ve algoritmik görünürlük üzerine kurulu bir performansa indirgenmiştir. Bu durum, iletişimin özgülleştirici bir edim olma niteliğini sorgulanabilir hale getirmiştir.

Bu çalışmanın temel konusu, post-kapitalist öznenin dijital iletişim rejimi içerisindeki konumudur. Özellikle bireyin, platform kapitalizmi altında iletişimi nasıl deneyimlediği, bu deneyimin performans ve dolaşım mantıklarıyla nasıl çerçevelendiği ve bu rejim içinde direniş imkânlarının olup olmadığı araştırılmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın problemi, iletişimin artık bir anlam üretme pratiği mi yoksa algoritmik bir zorunluluk ve veri üretimi süreci mi olduğudur. Diğer bir ifadeyle: Dijital çağda özne iletişim kurmakta mıdır, yoksa iletişim tarafından mı kurulmaktadır?

Çalışmanın amacı, post-kapitalist iletişim rejiminde öznenin nasıl biçimlendiğini kavramsal düzeyde incelemek; iletişimin anlamdan kopuşunu, performansa indirgenmesini ve buna karşı geliştirilebilecek alternatif öznellik biçimlerini teorik olarak tartışmaktır. Bu amaç doğrultusunda, çalışma iletişimsel kapitalizm (Dean, 2009), performans toplumu (Han, 2015), gözetim kapitalizmi (Zuboff, 2019) ve veri sömürgeciliği (Couldry & Mejias, 2019) gibi kavramlara yaslanarak eleştirel bir kuramsal analiz sunmaktadır.

Bu çalışmanın önemi, iletişim alanına yalnızca teknik ya da araçsal bir pratik

olarak değil, aynı zamanda iktidar ilişkileriyle iç içe geçmiş bir özneleşme süreci olarak yaklaşmasıdır. Post-kapitalist iletişim biçimlerinin eleştirel analizine odaklanan bu çalışma, öznenin görünürlük, dikkat ve performans baskısı altında nasıl dönüştüğünü ortaya koyarken, aynı zamanda sessizlik, geri çekilme, anonimlik ve alternatif dijital pratikler yoluyla geliştirilebilecek mikro düzeyde direniş stratejilerini de tartışmaya açmaktadır.

Sonuç olarak bu makale, post-kapitalist özneliliği bir iletişim biçimi olarak yeniden düşünmekte; iletişimin anlamı, işlevi ve potansiyeli üzerine güncel ve eleştirel bir çerçeve sunmayı hedeflemektedir.

Teorik Çerçeve

Bu çalışma, eleştirel kuram, iletişim sosyolojisi ve ekonomi-politik analiz çerçevesinde kuramsal bir inceleme niteliğindedir. Araştırmada, post-kapitalist üretim ilişkilerinin ve dijitalleşen iletişim biçimlerinin özne tasarımına etkileri, kuramsal metinler ve kavramsal çözümlemeler yoluyla tartışılmıştır. Bu bağlamda çalışma, nicel ya da nitel saha verisi kullanmamaktadır; bunun yerine, mevcut literatürdeki kavramların ve kuramsal tartışmaların eleştirel yorumlanmasına dayanmaktadır.

Yöntemsel yaklaşım, üç temel ilkeye yaslanmaktadır:

Tarihsel-Kavramsal Okuma: Özne kavrayışındaki dönüşümler, kapitalist ve post-kapitalist aşamalarla ilişkilendirilerek tarihsel bir çizgide ele alınmıştır. Marx'tan günümüze uzanan özne tasarımları arasındaki kopuş ve süreklilikler analiz edilmiştir.

Kuramsal Diyalog: Farklı düşünürlerin (Baudrillard, Berardi, Dean, Fisher, Han vb.) iletişim, kapitalizm ve öznellik üzerine geliştirdikleri kavramlar, birbiriyle eleştirel bir ilişki içinde tartışılmıştır. Bu yöntem, literatürü basitçe aktarmak yerine, kavramlar arasında üretken bir gerilim yaratmayı amaçlamaktadır.

Eleştirel İmkân Arayışı: Çalışma, yalnızca mevcut durumu tanımlamakla kalmayıp, post-kapital öznenin iletişimsel pratiğinde barınabilecek olası direniş biçimlerini de sorgulamaktadır. Bu doğrultuda iletişim, sadece hegemonik bir araç olarak değil, aynı zamanda potansiyel bir özgürleşme sahası olarak da ele alınmıştır.

Sonuç olarak bu yaklaşım, post-kapital özneliliğin iletişimsel imkânlarını açıklığa kavuşturmak, mevcut iletişim pratiklerindeki sömürü ve performans baskılarını görünür kılmak ve alternatif iletişim biçimlerinin düşünsel zeminini araştırmak amacı taşımaktadır.

Kapitalizm ve Öznenin Tarihsel İnşası

Kapitalizmin tarihsel gelişimi, yalnızca üretim biçimlerini değil, aynı zamanda özne tasarımını da köklü biçimde şekillendirmiştir. Modern kapitalist toplumun

öznesi, Aydınlanma düşüncesiyle birlikte “rasyonel birey” formunda inşa edilmiştir: kendi çıkarlarını maksimize eden, özerk, evrensel akla sahip ve üretken bir fail. Ancak bu özne modeli, ekonomik sistemin işleyişi içerisinde büyük oranda emek gücüne indirgenmiş, sistemin sürdürülebilirliği için araçsallaştırılmıştır.

Karl Marx, kapitalist üretim ilişkilerinin özneyi nasıl dönüştürdüğünü analiz ederken, yabancılaşma kavramı üzerinden bireyin kendi emeğine, ürüne ve hatta kendi öz varoluşuna yabancılaştığını ileri sürmüştür (Marx, 1867/1990). Ona göre kapitalizm, insan emeğini meta formuna dönüştürerek, özneyi üretimin nesnesi haline getirir. Bu süreçte özne, hem doğayla hem de diğer insanlarla olan ilişkisini araçsal bir düzleme taşır.

Benzer şekilde, Georg Lukács (1923/1971) da meta fetişizmi olgusunu özne-nesne diyalektiği bağlamında ele alır. Lukács’a göre kapitalist sistem, yalnızca nesneleri değil, insanın kendisini de metalaştırır; böylece özne, kendini piyasada dolaşıma giren bir varlık olarak konumlar. Bu durum, bireyin toplumsal gerçeklik ile kurduğu ilişkinin bütüncül değil, parçalı ve nesneleştirilmiş bir forma evrilmesine yol açar.

Michel Foucault (1977) ise, kapitalizmin özne inşasındaki rolünü, disiplin ve iktidar teknolojileri bağlamında analiz eder. Foucault’ya göre modern özne, dışsal tahakküm aygıtları tarafından değil; içselleştirilmiş gözetim, normatif bilgi ve iktidarın mikro düzeydeki uygulamaları yoluyla biçimlenir. Bu bağlamda özne, yalnızca itaat eden değil; aynı zamanda kendi üzerine gözetim uygulayan, kendini düzenleyen bir varlık haline gelir. Kapitalist üretim biçimleriyle iç içe geçmiş olan bu disipliner rejim, bireysel özerkliği değil, sistematik itaatkârlığı üretir.

Nancy Fraser ise Marx’ın ekonomik indirgemeci özne kavrayışını eleştirerek, kapitalizmin sadece emek sömürsüne değil, aynı zamanda tanınma ilişkilerindeki adaletsizliklere de dayandığını savunur (Fraser, 2014). Fraser’a göre özne, yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda kültürel, toplumsal ve sembolik alanlarda da baskıya maruz kalır. Bu durum, neoliberal kapitalizmin özneyi hem üretici hem de tüketici kimliğiyle kuşattığını gösterir.

Dolayısıyla kapitalizm, modern özneyi rasyonel, üretken ve performatif bir varlık olarak kurarken; bu özne aynı zamanda sistemin sürdürülebilirliği için duygusal, bilişsel ve sembolik emek biçimlerine tabi kılınmıştır. Bu bağlamda özne, yalnızca üretimin değil; aynı zamanda iletişim, temsil ve tanınma alanlarının da taşıyıcısı haline gelmiştir.

Bu tarihsel bağlam, post-kapital özneliği anlamak için bir temel sunar: Zira bugünün öznesi, üretimden çok dolaşıma, kimlikten çok imajlara, anlamdan çok veri üretimine dayalı bir sistemin içinde inşa edilmektedir. Ancak bu yeni özne formunun kavramsallaştırılabilmesi için klasik kapitalist özne tipolojilerinin tarihsel ve düşünsel mirasını gözden geçirmek kritik önemdedir.

Dijital- Kapital Öznellik: Görünürlük, Performans ve Duygulanım

Modern kapitalist özne, üretim ve rasyonaliteye dayalı iktisadi pratiklerle tanımlanırken; dijital kapitalizm bağlamında şekillenen güncel özne tipi, duygulanımsal sermaye, görünürlük ekonomisi ve performatif kimlik stratejileri üzerinden inşa edilmektedir. Bu özne, sabit kimlik kategorilerinden çok, sürekli değişim, uyum ve ifşa üzerine kurulu dijital ortamlarda şekillenen akışkan bir varlık rejimini temsil eder. Artık bireyin toplumsal varoluşu üretim süreçlerinden çok, iletişimsel performans, algoritmik değerlendirme ve duygusal etkileşimle biçimlenmektedir.

Byung-Chul Han (2015), neoliberal çağın öznesini "performans öznesi" olarak tanımlar. Ona göre bu özne, klasik anlamda dışsal baskılarla disipline edilen değil; kendi üzerinde içselleştirilmiş, mikro-ölçekli bir tahakküm uygulayan bir varlıktır. Foucault'nun biyopolitik rejimi bedenleri disipline ederken; Han'ın "psikopolitikası", bireyin duygulanımlarına ve özneleşme süreçlerine nüfuz eden daha ince, görünmez bir iktidar formunu analiz eder. Bu yeni rejimde özne, teşhir edilen bir performans makinesine dönüşür: görünür olmalı, beğeni toplamalı, üretken, olumlu, motive ve optimize edilmiş bir benlik sunmalıdır. Ancak bu süreç, öznenin kendine uyguladığı bir "özgürlük yanılsaması" altında gerçekleşir.

Byung-Chul Han, geç modern toplumlarda iktidarın artık dışsal bir baskıdan ziyade, öznenin kendi üzerindeki içselleştirilmiş performans zorunluluğuna dönüştüğünü savunur. Ona göre, günümüz toplumu bir "performans toplumu"dur; burada bireyler dışsal baskılarla değil, kendi iç motivasyonlarını kapitalist üretim ve görünürlük normlarıyla uyumlu hale getirme yönünde koşullanırlar. Özne, kendi üzerinde kurduğu bu tahakkümle "özgürlük yanılsaması" içinde tükenir (Han, 2015). Bu bağlamda dijital iletişim, yalnızca bilgi paylaşımı değil, sürekli kendini optimize eden, beğeni ve onay arayan bir performans alanına dönüşür.

Han'a göre (2022) dijital hapisane bir konfor alanıdır, egemen rejime karşı herhangi bir direniş yoktur. 'Like' ise herhangi bir devrim düşüncesini ortadan kaldırarak bireyi sinikleştirir. Foucault'nun disipline dayalı rejimini belirgin kılan gözetleme ve cezalandırma yerini motivasyon ve optimizasyona bırakmıştır; "neoliberal enformasyon rejiminde egemenlik, kendisini özgürlük, iletişim ve topluluk olarak sunar" (s.12).

Bu dönüşüm, Richard Sennett'in (1998) "kamusal insanın çöküşü" olarak adlandırdığı sürecin dijital bir evresini işaret eder. Neoliberalizmin bireyi merkeze alan yönetim anlayışı, devleti kamusal alandan çekilmiş, sorumluluğu bireye devretmiş, böylece bireyselliği aşırı vurgulamıştır. Ortak değerlerin, kolektif bilinç ve kamu yararının çözülmesi, özneyi kamusal katılım yerine bireysel başarı, özyeterlilik ve kendi markasını üretme zorunluluğu ile baş başa bırakmıştır. Bu bağlamda performans, yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda etik, estetik ve varoluşsal bir yük haline gelmiştir.

Özellikle sosyal medya akışlarında, birey idealize edilen benlik modellerine erişme arzusuyla hareket eder. Bu, Christopher Lasch'ın (1979) tanımladığı "narsisizm kültürü" ile de örtüşür. Lasch'a göre geç kapitalizmde özne, sürekli dış onay

arayışı içinde, içsel boşluk duygusunu tüketim ve teşhir ile telafi etmeye çalışır. Bugünün dijital öznesi, bu kültürel yapının dijitalleştirilmiş, daha performatif bir versiyonu olarak görünür: hem teşhir eder hem gözetlenir hem de gözetler. Sosyal medya bu anlamda hem bir sahne hem bir panoptikon hem de bir emek alanıdır.

Kitle insanı bir kimliğe sahiptir değildir. Han onlara “hiç kimseler” der. Dijital medya, kitle insanı çağını sonunu getirmiştir. Buna karşın dijital dünyanın sakini hiç kimse değildir. “Daha ziyade bir profile sahip biridir; oysa kitle çağında sadece suçluların bir profili vardır. Enformasyon rejimi, bireyin davranış profillerini oluşturarak ona hâkim olur” (Han, 2022, s.15). Siber mekanların sakinleri fikirlerini açıkça ifade edebildiği yanılgısıyla dolaşımdadır. Oysa sosyal medyanın algoritma kontrollü iletişimi özgür ya da demokratik değildir. Akıllı telefonlara yüklenen anlam ve işlevlerin tersine onlar bir parlamento değil bir boyun eğdirme aygıtıdır. “Akıllı telefonlar, özel konuların sürekli başkalarını sunulduğu mobil vitrinler olarak hizmet ettiğinden, kamusal alanın parçalanıp dağılmasını hızlandırır” (Han, 2022, s.30).

Reel mekândan kopukluğun yarattığı bir boş vakit yanılgısının aksine dijital çağ bir performans çağıdır; Han (2024) burada Flusser’in oyun ve boş-vakit ütopyasının bir performans ve sömürü distopyasına dönüştüğünün altını çizer. Üretimin silikleşen sınırları boş vaktin hız içerisinde soğurulması sonucunu doğrular. Böylece Han’ın işaret ettiği ölümcül bir zorlama yani iletişim zorlaması yayılmaya başlıyor. Dijital aygıtlarla kurulan saplantılı ilişki özgürlüğü zorlamaya dönüştürüyor. Sosyal ağların yarattığı iletişim zorlamasıysa bu durumu geçen her şimdiki zamanda daha da güçlendiriyor. Çünkü Han’a (2024, s. 45) göre daha fazla iletişim daha fazla sermaye anlamına gelmektedir.

Franco “Bifo” Berardi (2009), bu dijital sahnenin sadece ideolojik değil, aynı zamanda emek odaklı bir sömürü alanı olduğunu ileri sürer. Post-fordist üretim rejiminde emek giderek daha fazla duygulanımsal ve bilişsel hale gelir. Özellikle dikkat, duygu, dil ve etkileşim gibi iletişimsel kaynaklar, platformlar tarafından veri ve değer üretimine dönüştürülür. Bu süreçte özne, yalnızca emekçi değil; aynı zamanda tükenmiş, kaygılı, sürekli performans baskısı altında yaşayan bir varlık halini alır.

Zizi Papacharissi (2014) ise bu dijital özneyi “ağ temelli kimlik” (networked self) kavramıyla açıklar. Bu özne, çoklu ve geçici kimlik performansları içinde kendini ifade ederken, aslında iletişimsel mecralara duygusal ve estetik yatırım yapmak zorunda kalan bir faildir. Görünürlük ekonomisi içinde değer kazanmak, ancak uygun biçimde kodlanmış duygular ve anlatılarla mümkündür. Bu da özneyi “iletişimsel zorunluluk” olarak adlandırılabilen yeni bir dijital itkisel yapının içine çeker.

Sonuç olarak, dijital-kapital öznellik biçimi, yalnızca üretim araçlarıyla değil; aynı zamanda iletişim sistemleri, duygulanımsal kurgular, performans normları ve platform mimarileriyle de şekillenen bir yapıdır. Bu özne biçimi, iletişimi hem varoluşsal bir zemin hem de sistemik bir zorunluluk olarak deneyimler. Böylece özne, artık yalnızca bir fail değil; aynı zamanda kendi iletişimsel emeğini tüketen, performansını yöneten ve dijital vitrinlerde kendini yeniden kurmaya mecbur kalan

bir varlık haline gelir.

İletişimsel Kapitalizm: Anlamdan Dolaşıma

Dijital çağda iletişim, yalnızca bireyler arası bilgi alışverişi ya da demokratik kamusal tartışma aracı olmaktan çıkarak, dolaşım, dikkat, etkileşim ve görünürlük üzerinden işleyen yeni bir sermaye biçimine dönüşmüştür. Bu dönüşüm, Jodi Dean'ın (2009) geliştirdiği "iletişimsel kapitalizm" kavramıyla kuramsallaştırılır. Dean'e göre neoliberal kapitalizm, dijital teknolojiler aracılığıyla demokratikleşme vaat ederken, bu araçlar katılımı artırmak yerine katılım illüzyonuna neden olmuş; bireyleri, içerik üretiminden çok dolaşımın taşıyıcılarına dönüştürmüştür.

Dean, bu bağlamda Habermas'ın kamusal alan modeline eleştirel yaklaşır. Habermas için iletişim, rasyonel tartışma, fikrinsel etkileşim ve kamusal akıl yürütmenin temelidir. Ancak Dean, dijital platformların "communication excess" (iletişim fazlalığı) üreterek bu modeli çökerttiğini savunur: Herkesin sürekli konuştuğu, fakat kimsenin dinlemediği bir ortamda söylemin değeri, içerdiği anlamdan değil; paylaşım, beğeni ve viral potansiyelinden türetilir (Dean, 2005). Bu da iletişimi nitelikten ziyade nicelikle ölçülen bir etkinliğe dönüştürür.

Bu dönüşüm, yalnızca Dean'ın değil; Zizi Papacharissi'nin de farklı bir yönden ele aldığı bir sorunsaldır. Papacharissi, dijital iletişimdeki yeni öznellik biçimlerini "affective publics" (duygulanımsal kamular) ve "networked self" kavramlarıyla tanımlar. Her ne kadar o da analizini Habermas'ın kamusal alan modelinden türetse de bu modeli duygu, performans ve akışkan kimlikler temelinde yeniden düşünür. Ona göre dijital kamusal alan, bireylerin rasyonel akıl yürütmeden çok, duygular üzerinden bağ kurduğu ve duygularla mobilize edildiği bir yapıya sahiptir. Bu yönüyle Papacharissi, Dean'le aynı semptomları paylaşırsa da çözümlemeyi duygulanımsal yönelimler üzerinden geliştirir.

Dean'ın ele aldığı dolaşım mantığı, yalnızca söylemin etkisizleşmesiyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda iletişimi gösterisel bir emek biçimine dönüştürür. Bu noktada Tiziana Terranova'nın (2000) dijital emek kavramı devreye girer. Terranova'ya göre, sosyal medya kullanıcılarının görünürde "özgürce" gerçekleştirdiği etkileşimler, aslında platformlar için değer yaratan görünmez emek biçimleridir. Bu emek, duygusal yatırım, dikkat, üretim ve paylaşım yoluyla sermayeye dönüştürülür.

Bu ekonomi politik hattı, Christian Fuchs'un (2014) katkısıyla daha sistematik hale gelir. Fuchs'a göre kullanıcılar, sosyal medyada zaman geçirirken aynı zamanda platformlara sürekli veri sağlayarak dijital artı-değer üretir. Bu bağlamda birey hem tüketici hem de üretici işlevi üstlenir. Bu ikili pozisyonu açıklamak için genellikle "prosumer" kavramı (producer + consumer) kullanılır. Ancak burada önemli bir ayırım yapılmalıdır: Alvin Toffler (1980), bu kavramı 1980'lerde teknolojinin bireyi güçlendirdiği ve katılımcılığı artırdığı savıyla iyimser bir çerçevede kullanmıştır. Fuchs ise bu kavramı sömürü bağlamında ele alır: Prosumer artık özgür katılımcı değil, görünmeyen ama sistem için değerli emek üreticisine dönüşmüştür.

Bu çerçevede, iletişim yalnızca "ifade özgürlüğü" değil; platform kapitalizmi

içinde yeniden yapılandırılmış bir üretim ve dolaşım alanıdır. Anlam, içeriğin kendisinde değil; ne kadar yayıldığı, nasıl algoritmik olarak optimize edildiği ve ne kadar dikkat çektiğinde aranır. Dean (2010) bunu deliberasyonun yerini dolaşımın aldığı belirterek açıklar.

Bu durum, kamusal akıl yürütmenin geri çekilmesiyle birlikte iletişimin performans, görünürlüğü ve etkileşimsel zorunluluğa indirgenmesi anlamına gelir. Böylece dijital özne, sürekli konuşan ama nadiren duyulan; sürekli görünür olmaya çalışan ama anonimleşmiş bir aktöre dönüşür.

Gözetim Kapitalizmi ve Algoritmik Özne

Dijital çağın iletişim ortamı, bireyler arası etkileşimden çok, bireylerin sistematik veri üreticilerine dönüştüğü bir düzenin altyapısını oluşturmuştur. Bu yeni düzende özne, yalnızca iletişim kuran değil; dijital sistemler içinde davranışsal izler bırakan, profillenen ve algoritmik hesaplamalar aracılığıyla tanımlanan bir veri nesnesine dönüşmektedir. Bu dönüşüm, klasik anlamda bir özneleşmeden ziyade, sürekli güncellenen ve denetlenen bir algoritmik öznellik formunun inşasını ifade eder.

Bu dönüşümün kurucu analizlerinden biri, Shoshana Zuboff'un (2019) geliştirdiği "gözetim kapitalizmi" kavramıdır. Zuboff'a göre gözetim kapitalizmi, bireylerin dijital etkileşimlerinden elde edilen izinsiz davranışsal verilerin ekonomik bir değere dönüştürülmesine dayanır. Bu sistemde: Veri, kapitalist döngüde bir hammadde olarak konumlanır; Algoritmalar, bu verilerden anlam çıkaran üretim araçlarıdır; Davranışsal öngörüler, bu üretim sürecinin ürünleri olarak satılır.

Zuboff'un çerçevesinde iletişim, artık anlam üretme değil; çıkarıma ve tahmine dayalı bir veri madenciliği işlemidir. Özne, kendi iradesiyle değil; algoritmaların belirlediği olasılık matrisleri içinde var olur. Böylece etkileşimsel eylemler, kullanıcı açısından etkileşim gibi görünse de aslında bir değer yaratma süreci içinde veri üretiminin parçasına dönüşür.

Bu bağlamda John Cheney-Lippold (2017), öznenin artık kendi beyanlarına göre değil; algoritmik olarak oluşturulan olasılık temelli kimlik profilleri üzerinden tanımlandığını savunur. "Algoritmik vatandaşlık" (algorithmic identity) olarak adlandırılan bu durum, özneyi yalnızca gözetlenen değil, aynı zamanda tasnif edilen, sıralanan ve öngörülen bir varlık haline getirir. Sosyal medya platformlarında görünen içeriklerden alışveriş tercihlerine, hatta politik yönelimlere kadar birçok unsur bu algoritmik kimlik üzerinden şekillenir.

Eran Fisher (2020) ise bu süreci daha derinlemesine inceleyerek, algoritmaların yalnızca teknik işleyiciler değil; özne kurucu araçlar olduğunu vurgular. Ona göre dijital çağda algoritmalar, öznenin hem bilgiye erişimini hem de kendilik deneyimini biçimlendiren ideolojik yapılardır. Öznenin performansı, platformun sunduğu geri bildirim sistemleriyle optimize edilir; böylece özne, algoritmalara

uygun davranmak için kendini proaktif şekilde düzenler. Bu durum, bireyin özgür iradeyle değil, sürekli veri üretme ve etkileşim sağlama zorunluluğuyla şekillendiği bir algoritmik disiplinin rejimini doğurur.

Bu rejimi anlamak için Byung-Chul Han'ın psikopolitika kavramı işlevseldir. Han'a göre dijital kapitalizm, birey üzerinde baskı kurmaz; onun özgürlük arzusunu kullanarak iktidar kurar. "Beğenilmek", "onaylanmak" ve "görünür olmak" gibi psikolojik ihtiyaçlar, bireyin sürekli iletişim kurmasına ve platformlara katılım göstermesine neden olur. Böylece özne, "kendini gerçekleştirme" adı altında kendi üzerindeki gözetim ilişkisini içselleştirir (Han, 2022). Bu bağlamda iletişim, bir ifade aracı değil; bir tür gönüllü zorunluluk, hatta bir "psikopolitik angajman" haline gelir.

Nick Couldry ve Ulises Mejias (2019), bu süreci veri sömürgeciliği olarak tanımlar. Onlara göre dijital kapitalizm, bireyin yaşamının her alanına sızarak sistematik veri çıkarımına dayalı yeni bir sömürü biçimi kurar. Bu, yalnızca ekonomik değil; aynı zamanda kültürel ve epistemik bir tahakküm biçimidir. Özne, yalnızca gönüllü biçimde değil, farkında olmadan da veri üretmeye zorlanır.

Buna ek olarak Ruha Benjamin (2019), algoritmik sistemlerin ırksal, toplumsal ve sınıfsal önyargıları yeniden ürettiğine dikkat çeker. "Algoritmik tahakküm" sadece bireyin tüketim davranışlarını değil, aynı zamanda kimlik politikalarını da belirler. Böylece özne, veri sağlayan bir nesne olmanın ötesinde, sistem tarafından etiketlenen ve yönlendirilen bir aktöre dönüşür.

Bu bağlamda "algoritmik özne", sabit bir kimliğe sahip, içkin bir birey değil; sürekli güncellenen, hesaplanan ve sıralanan bir veri topolojisidir. İletişim ise kamusal alanda kendini ifade etme aracı olmaktan çok, veriye dönüştürülebilir davranışların üretimi haline gelir. Özne, artık iletişim kuran değil; iletişim yoluyla kurulan ve optimize edilen bir varlıktır.

Ancak bu rejim, Han'ın işaret ettiği gibi tamamen kapalı değildir. Onun "iletişim zorlamasına karşı sessizlik", "dijital yavaşlık" ve "geri çekilme" gibi önerileri, algoritmik baskıya karşı mikro düzeyde direnç potansiyelleri sunar. Bu stratejiler, görünürlüğü mutlaklaştırıldığı bir düzende görünmezliği etik ve politik bir tercih haline getirebilir. Öznenin iletişimsel itaat yerine dijital çekilme ve dikkatini geri çekme yoluyla kendi varlığını yeniden kurması, algoritmik öznelliğin tahakkümüne karşı potansiyel bir özgürlük alanı yaratabilir.

Alternatif Öznellik Biçimleri: Direniş, Sessizlik ve Yavaşlık

Post-kapitalist iletişim rejimi, bireyleri sürekli olarak içerik üretmeye, görünür olmaya ve veri üretmeye zorlayan bir yapıya sahiptir. Bu sistemde öznellik, dijital performans, duygulanımsal emek ve algoritmik dikkat rejimleri üzerinden yeniden üretilir. Ancak bu hegemonik yapılar, tamamlanmış ve mutlak değildir. Aksine, bu sistemlerin içinde barınan mikro çatlaklar, sessizlik stratejileri, anonimlik biçimleri ve yavaşlık pratikleri, alternatif öznelliklerin olanaklılığını tartışmaya açar.

Bu bağlamda, Mark Fisher (2009), "kapitalist gerçekçilik" kavramıyla neoliberal sistemin alternatiflerini tahayyül etmenin imkânsızlaştığı bir döneme işaret

etse de bu tıkanma hali aynı zamanda psikopolitik bir huzursuzluk, toplumsal melankoli ve duygusal bir karşı koyuş üretir. Fisher, özellikle dijital kültürde beliren depresyon, anksiyete ve tükenmişlik hallerini, sistemin içkin birer sonucu olarak yorumlar. Bu duygular, yalnızca patolojik değil; aynı zamanda politik birer semptom olarak da değerlendirilebilir.

Byung-Chul Han (2015) ise “şeffaflık toplumu”nun ve “performans baskısı”nın bireyi yalnızlaştırdığına, toplumsal dayanışma duygusunu aşındırdığına ve zaman deneyimini çökerttiğine dikkat çeker. Han’a göre bu durumun panzehiri, sessizlik, gizlilik, yavaşlık ve yoğunluklu düşünme biçimleridir. Özellikle “yavaşlık”, dijital çağın hız zorlamasına karşı bir zaman siyaseti önerisi olarak okunabilir. Bu tür pratikler, iletişimin sürekli açık ve görünür olma yükümlülüğünü kırma potansiyeli taşır.

Taina Bucher (2018), sosyal medya kullanıcılarının zaman zaman uyguladığı dijital geri çekilme, silikleşme ve sessizlik stratejilerini pasif direniş biçimleri olarak yorumlar. Bucher’a göre platformlar, kullanıcıların sürekli aktif ve üretken olmasını talep ederken; kullanıcıların zaman zaman “görünmez olma” yönündeki tercihleri, algoritmalarla karşı küçük ama anlamlı direnişlerdir. Bu stratejiler, veri üretimini kesintiye uğratarak öznenin dijital emeğini kısmen de olsa denetlemesine olanak tanır.

Benzer biçimde, Jenny Odell (2019) “attention economy”ye karşı geliştirdiği yaklaşımda, dijital dünyadan bilinçli olarak uzaklaşmanın ya da dikkatini kolektif, yerel ve somut toplumsal ilişkilere yöneltmenin, yeni bir varoluş biçiminin önünü açabileceğini savunur. Odell’e göre, iletişimdeki niceliksel baskıya karşı geliştirilen niteliksel tepkiler, sistem dışı bir öznenin ilk adımları olabilir.

Alternatif öznellik biçimleri yalnızca bireysel kaçış stratejileri değil; aynı zamanda kolektif bir dijital etik üretiminin de zeminini oluşturur. Özellikle anonim kolektifler, şifreli iletişim ağları, alternatif medya platformları ve topluluk-temelli dijital anlatılar, neoliberal veri rejiminden kısmi de olsa kopuş imkanları yaratabilir. Bu pratikler, iletişimsel alanı yeniden düşünmeye, dayanışmaya dayalı bir öznellik inşasını tasavvur etmeye olanak sağlar.

Tartışma

İletişim: Özgürlük mü, Zorunluluk mu?

İletişim, modern çağ boyunca bireyin özerkliğini, toplumsal katılımını ve siyasal eylemini gerçekleştirmesinin en temel yollarından biri olarak görülmüştür. Özellikle Habermas’ın (1984) geliştirdiği kamusal alan ve iletişimsel eylem kuramında, iletişim; rasyonel söylem, eşitlik ve özgür tartışma üzerine kurulu bir kamusal akıl yürütme biçimi olarak tanımlanmıştır. Ancak dijital kapitalizm koşullarında bu ideal, yerini iletişimin ekonomikleştiği, kişiselleştiği ve zora dayalı bir performans alanına dönüştüğü daha karmaşık bir yapıya bırakmıştır.

Byung-Chul Han (2015), bu dönüşümü “şeffaflık zorunluluğu” ve “kendini teşhir baskısı” şeklinde tanımlar. Ona göre günümüz toplumu, özneyi dışsal baskılarla değil, içselleştirilmiş performans ve görünürlük baskısıyla biçimlendirir. Birey, özgürlük yanılsamasıyla hareket ederken aslında gönüllü zorunluluk altında yaşamaktadır. İletişim, böyle bir sistemde yalnızca özgür bir edim değil; aynı zamanda “dijital emek”in bir biçimi olarak çalışır (Fuchs, 2014). Sosyal medya ortamlarında içerik üretmek, güncelleme yapmak ve görünür kalmak, birey açısından

dan neredeyse varoluşsal bir zorunluluğa dönüşür: “Görünmüyorsam yokum.”

Bu bağlamda, iletişim hem bir özgürleşme alanı hem de bir sistemik baskı aracı olarak çift anlamlı bir işlev kazanır. Bir yandan birey, iletişim yoluyla kendini ifade etme ve var olma imkanını deneyimlerken; diğer yandan platformlar, bu iletişim faaliyetlerini veri üretimine ve dikkat ekonomisine dönüştürerek kapitalist değere tahvil eder (Zuboff, 2019). Bu süreç, iletişimdeki özgürlük vaadini, görünmez bir algoritmik disipline tabi kılar.

Özellikle Dean (2005), bu durumu “communicative capitalism” kavramı altında ele alır ve iletişimin artık demokratikleşmeyi değil, dolaşımın mutlaklaştırılmasını desteklediğini ileri sürer. Dean’e göre birey, iletişim kurarak kamusal akla katılmaz; tam tersine, sistemin ona sunduğu dikkat ve veri üretimi matrisinde “katılım illüzyonu” yaşar. Bu illüzyon, bireyin ifade özgürlüğünü değil, ifade yükümlülüğünü doğurur. Yani birey iletişim kurmak zorunda hisseder, aksi halde algoritmalar tarafından görünmez hale getirilme riskiyle karşı karşıya kalır.

Bu zorunluluk sadece dijital görünürlük düzeyinde değil, aynı zamanda kimlik, aidiyet ve değer üretimi açısından da geçerlidir. Özellikle genç kuşaklar arasında dijital varlık, sosyal statünün ve psikolojik kimliğin temel belirleyeni haline gelmiştir. Marwick ve boyd (2011), sosyal medyanın genç kullanıcılar üzerinde oluşturduğu “algılanan gözetim” ve “sürekli performans sergileme” baskısının, bireyin öz-sansür uygulamasına ve algoritmalara uygun davranış kalıpları geliştirmesine neden olduğunu belirtir.

Bu bağlamda iletişim, bireyin yalnızca dış dünyayla etkileşim kurduğu bir araç olmaktan çıkar; bireyin kendisi üzerinde uyguladığı bir disiplin teknolojisine dönüşür. Bu durum, Foucault’nun (1977) tanımladığı biyopolitik iktidarın dijital düzlemdeki bir tezahürü olarak okunabilir: Özne, sistemin değerlerine içkin hale gelir, gözetimi içselleştirir ve gönüllü olarak sistemin iletişim rejimine katılır.

Dolayısıyla, post-kapital çağda iletişim özgürleştirici değil; çoğu zaman zorunlu, içselleştirilmiş ve emek biçimine bürünmüş bir etkinliktir. Bu dönüşüm, bireyin iletişimsel kapasitesini sadece teknik bir beceri değil; aynı zamanda iktidar ilişkileriyle kuşatılmış, performansla örülmüş bir varoluş mekânı haline getirir.

Anlamdan Dolaşıma: “Görünüyorum, Öyleyse Varım”

Dijital kapitalizmin belirlediği yeni iletişim rejiminde, içeriklerin değeri artık içerdiği anlam, eleştirel değer ya da kamusal fayda üzerinden değil; dolaşım hızı, paylaşım sayısı ve algoritmik erişim düzeyi üzerinden ölçülmektedir. Böylece iletişim, özünde anlamlı bir etkileşim kurma çabasından çıkıp, algoritmik sistemler içinde veriye dönüşen dolaşım nesnesine indirgenir (Dean, 2009).

Jodi Dean (2010) bu dönüşümü “iletişimsiz iletişim” (communicative capitalism) kavramı ile açıklar. Ona göre dijital çağda söylemlerin dolaşımı, fikirlerin tartışılmasına ya da toplumsal değişime katkı sunmaz; aksine, bir içerik ne kadar

çok paylaşılsa o kadar “önemli” sayılır ve dolaşımın kendisi anlamın yerini alır. Bu noktada iletişim, ifade etmeye değil; dikkat çekmeye ve sistem içinde görünür kalmaya hizmet eden bir işleyişe evrilir.

Bu dönüşüm, bireyin dijital mecralardaki varoluş biçimini de değiştirir. Sosyal medya platformlarında kullanıcıların temel amacı çoğu zaman tartışmak ya da düşünsel derinlik yaratmak değil; dikkat çekmek, beğeni almak ve içeriklerini daha fazla kullanıcıya ulaştırmaktır (van Dijck, 2013). Böylece özne, anlam üreticisi olmaktan çok, sürekli dolaşıma sokulan bir içerik nesnesine dönüşür. Bu durum, bireyin kendine dair anlatılarını bile dolaşım koşullarına göre şekillendirmesine neden olur.

Manuel Castells’e (2009) göre dijital ağ toplumu, bilginin gücünü merkezileştirmekle birlikte, bilgi üretimini dolaşıma bağımlı hale getirerek onu zamanla şekilsizleştirir. Bu da iletişimin içeriğinin, biçiminin ve bağlamının hızla değersizleşmesine neden olur. İçeriğin niteliği ikinci plana itilirken, “viral” olabilme potansiyeli öne çıkar.

Benzer şekilde, Mark Andrejevic (2007), dijital çağda iletişim pratiklerinin yalnızca içerik paylaşımı değil; aynı zamanda izlenmeye, derecelendirilmeye ve yönlendirilmeye açık performanslar haline geldiğini savunur. Bu, bireylerin yalnızca iletişim kurmak için değil; sistemin görünürlük mantığına entegre olabilmek için iletişim kurdukları anlamına gelir. Böylece özne, iletişimin aktif faili olmaktan çok, algoritmaların şekillendirdiği bir görselleştirme nesnesi haline gelir.

Bu durum, Danah Boyd’un (2014) “sosyoteknik kodlama” adını verdiği yapı içinde bireylerin yalnızca mesaj üreticileri değil; aynı zamanda platformların hedeflerine uygun iletişim davranışları geliştiren kullanıcılar haline geldiğini ortaya koyar. Bireyler, neyi paylaşacaklarını, nasıl görüneceklerini ve hangi içerik biçimlerinin ödüllendirileceğini algoritmik deneyimlerine göre öğrenirler. Bu da iletişimi bir kültürel öğrenme pratiği olmaktan çıkarıp, veri üretim sürecine indirger.

Sonuç olarak, dijital çağın iletişim biçimleri anlam üretimi yerine dolaşım ekonomisine tabi kılınmıştır. İletişim hem içeriklerin hem de bireylerin tüketilebilir, ölçülebilir ve sıralanabilir hale geldiği bir alan haline gelmiştir. Bu dönüşüm, iletişimi yalnızca bir teknik süreç değil; ontolojik ve siyasal bir mesele haline getirir: Özne artık konuştuğu için değil, dolaşımda kaldığı sürece var olur.

Direnış Mümkün mü? Sessizlik, Geri Çekilme ve Alternatif Pratikler

Post-kapitalist iletişim düzeni, bireyleri sürekli içerik üretmeye, görünür olmaya ve veri üretmeye yönelten güçlü bir yapısal tahakküm mekanizmasıdır. Bu mekanizma, bireysel özgürlüğü ve ifade biçimlerini yalnızca desteklemekle kalmaz; aynı zamanda belirli kalıplar ve algoritmik tercihler doğrultusunda şekillendirir. Ancak her hegemonik yapının içinde olduğu gibi, dijital iletişim rejiminin de kendi iç çelişkileri ve çatlak noktaları vardır. Bu çatlaklar, mikro direniş biçimlerinin, alternatif öznellik stratejilerinin ve iletişimsel özerklik arayışlarının doğabileceği zeminleri

oluşturur.

Bu bağlamda, dijital kültürde giderek daha fazla önem kazanan bir pratik olan sessizlik ve dijital geri çekilme, yalnızca pasif kaçış biçimleri değil; aynı zamanda aktif birer direniş stratejisi olarak değerlendirilmelidir. Taina Bucher (2018), sosyal medya kullanıcılarının bazen bilinçli biçimde içerik paylaşımından kaçındığını, profillerini askıya aldığını ya da yalnızca gözlemci konumunda kaldığını ortaya koyar. Ona göre bu davranış biçimleri, algoritmik görünürlük mantığına karşı sessiz ve sembolik bir direnç üretir.

Benzer şekilde Jenny Odell (2019), "attention economy"nin tahakkümüne karşı geliştirdiği stratejik sessizlik biçimini, "nasıl hiçbir şey yapılacağını öğrenmek" olarak tanımlar. Odell'e göre, dijital ortamdan geri çekilmek, bireyin sadece zihinsel sağlığını koruması değil; aynı zamanda sistemin veriye dayalı işleyişini kesintiye uğratması anlamına gelir. Bu bağlamda dikkatini geri çekmek, bir tür dijital sivil itaatsizliktir.

Evgeny Morozov (2013), teknolojik belirlenimciliğe ve dijital ütopyacılığa karşı geliştirdiği eleştirisinde, kullanıcıların sistem dışı alternatif teknolojiler ve iletişim platformları geliştirmesinin önemini vurgular. Morozov'a göre "silikon vadisi çözümcülüğü", bireyin politik aktörlüğünü pasifleştirirken; şifreli iletişim, desantralize ağlar, anonim kolektifler ve açık kaynak platformlar gibi yapılar, yeni bir direniş teknolojisi yaratma potansiyeline sahiptir.

Bu noktada van Dijck ve Poell (2018), "platformlaşma" sürecinin toplumun her alanına nüfuz ettiğini ve iletişimin bu platform mimarileriyle şekillendiğini belirtir. Ancak bu hegemonik yapıya karşı "platform karşıtı pratiklerin" gelişmekte olduğunu da ifade ederler. Kooperatif medya, topluluk odaklı dijital ağlar ve veri egemenliğini merkeze alan teknolojiler, dijital çağda hem direniş hem de alternatif bir öznellik formu yaratabilir.

Yine de bu tür direniş biçimlerinin etkisi ve sürdürülebilirliği sınırlıdır. Mark Fisher'ın (2009) "kapitalist gerçekçilik" kavramıyla belirttiği gibi, sistemin dışına çıkmak artık tahayyül bile edilemeyecek kadar zorlaşmıştır. Direniş biçimleri çoğu zaman sisteme entegre edilmekte, estetize edilmekte ya da algoritmalar tarafından fark edilmeden dolaşıma sokulmaktadır. Ancak bu, tüm direniş biçimlerinin etkisiz olduğu anlamına gelmez. Aksine, bu çatlaklar, iletişimsel öznenin hegemonik kalıplarının yeniden düşünülmesi için olanaklı zeminler yaratır.

Sonuç olarak, post-kapitalist iletişim düzeni içinde direniş mümkündür; ancak bu direniş, klasik anlamda "yüksek sesle konuşmak"tan çok, görünmez olmayı tercih etmek, sessiz kalmak, yavaşlamak, algoritmalara görünmemek, şifrelemek, kolektifleşmek ve zaman zaman geri çekilmek biçimlerinde tezahür eder. Bu pratikler, sadece bireysel değil; aynı zamanda kolektif ve etik bir iletişim düşüncesinin temelini oluşturabilir.

Sonuç

Bu çalışma, post-kapitalist çağda özne kavrayışının, özellikle dijital iletişim pratikleri ekseninde geçirdiği dönüşümleri analiz etmeyi amaçlamıştır. Kapitalizmin klasik özne tasavvuru; üretken, rasyonel ve özerk birey imgesine yaslanırken, dijital kapitalizmle birlikte bu model parçalanmış, yerini görünürlük, performans ve dikkat rejimlerine entegre olmuş, platform-temelli bir öznellik biçimine bırakmıştır. Bu yeni özne, yalnızca dijital içeriklerin üreticisi değil; aynı zamanda dikkat ekonomisinin, veri sömürsünün ve iletişimsel tahakkümün taşıyıcısı haline gelmiştir.

Kuramsal çerçevede gösterildiği üzere, iletişim artık yalnızca fikirlerin paylaşımı değil; veriye dönüşen davranışların dolaşımı, algoritmalarca yönlendirilen içerik üretimi ve görünürlük aracılığıyla meşrulaşan kimlik performansları anlamına gelmektedir. Jodi Dean'ın (2009) "iletişimsiz iletişim" kavramında ifadesini bulan bu yeni düzlemde, anlam üretimi yerini dolaşım kapasitesine, söylem yerini gösteriye, katılım ise veri üretimine bırakmıştır.

Bu bağlamda iletişim, öznenin kendini ifade ettiği özgür bir alan olmaktan ziyade, post-kapitalist sistemin gönüllü uyum mekanizmalarından birine dönüşmüştür. Byung-Chul Han'ın (2015) ifadesiyle söylemek gerekirse; birey, görünmez bir şeffaflık zorunluluğu altında, iletişimin baskısını içselleştirerek kendi kendini teşhir eden bir performans aktörüne dönüşmektedir. Bu durum, özneyi hem bir üretici hem de bir metaya dönüştürür hem gözetleyeni hem de gözetleneni içinde barındıran ikili bir yapıya hapseder.

Ancak bu çalışma, dijital iletişim sisteminin mutlak bir hegemonya kurmadığını da vurgulamaktadır. Aksine, sessizlik, geri çekilme, anonimlik, yavaşlık, şifreleme, kolektif üretim, alternatif platformlar gibi pratikler aracılığıyla sistemin işleyişinde mikro ölçekte bozulmalar yaratmak mümkündür. Bu direniş biçimleri, klasik anlamda yüksek sesle protesto etmekten ziyade, dikkat çekmemeyi tercih etmek, görünmez kalmak ya da algoritmik varoluşu reddetmek şeklinde tezahür eder. Böylece, iletişim yalnızca sermayeye hizmet eden bir devrim olmaktan çıkarak, ahlaki, politik ve estetik bir tavra dönüşebilir.

Bu bağlamda post-kapital özneliliğin iletişimsel imkânları, yalnızca bireysel beceriler ya da teknolojik araçlarla değil; aynı zamanda etik farkındalık, direnç stratejileri ve eleştirel medya okuryazarlığı ile yeniden kurulabilir. Burada asıl mesele, iletişim teknolojilerine sahip olmak değil, bu teknolojileri hangi iktidar ilişkileri içinde, hangi amaçlarla ve hangi sınırlar dahilinde kullandığımızı fark edebilme-ktir.

Bu çalışma, iletişimin yalnızca araçsal değil; aynı zamanda varoluşsal, etik ve politik bir mesele olduğunu ortaya koyarak, günümüz iletişim rejiminin eleştirel bir yeniden değerlendirilmesine katkı sunmayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede, gelecek araştırmaların da iletişimi sadece teknik bir beceri ya da içerik üretimi pratiği olarak değil, iktidar ve öznellik inşasının temel alanlarından biri olarak ele alması önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Andrejevic, M. (2007). *iSpy: Surveillance and Power in the Interactive Era*. University Press of Kansas.
- Benjamin, R. (2019). *Race after technology: Abolitionist tools for the New Jim Code*. Polity Press.
- Berardi, F. (2009). *The soul at work: From alienation to autonomy*. Semiotext(e).
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Cheney-Lippold, J. (2017). *We are data: Algorithms and the making of our digital selves*. NYU Press.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Dean, J. (2005). Communicative capitalism: Circulation and the foreclosure of politics. *Cultural Politics*, 1(1), 51–74. <https://doi.org/10.2752/174321905778054845>
- Dean, J. (2009). *Democracy and other neoliberal fantasies: Communicative capitalism and left politics*. Duke University Press.
- Dean, J. (2010). *Blog theory: Feedback and capture in the circuits of drive*. Polity Press.
- Fisher, M. (2009). *Capitalist realism: Is there no alternative?* Zero Books.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books.
- Fraser, N. (2014). Behind Marx's hidden abode: For an expanded conception of capitalism. *New Left Review*, 86, 55–72.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.
- Han, B. C. (2015). *The transparency society* (E. Butler, Trans.). Stanford University Press.

Press.

- Han, B.C. (2022). *Enfokrazi Dijitalleşme ve Demokrasinin Krizi* (Çev.: M. Özdemir). İstanbul: Ketebe.
- Han, B. C. (2024). *Sürünün İçinde Dijital Dünyaya Bakışlar*. (Çev.: Z. Sarıkartal). İstanbul: İnka Kitap.
- Lasch, C. (1979). *The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations*. Norton.
- Lukács, G. (1971). *History and class consciousness: Studies in Marxist dialectics* (R. Livingstone, Trans.). MIT Press. (Original work published 1923)
- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). Social privacy in networked publics: Teens' attitudes, practices, and strategies. In A. P. Fine & D. M. Boyd (Eds.), *A decade in internet time: Symposium on the dynamics of the Internet and society*. Oxford Internet Institute.
- Marx, K. (1990). *Capital: A critique of political economy, Volume I* (B. Fowkes, Trans.). Penguin Books. (Original work published 1867)
- Morozov, E. (2013). *To save everything, click here: The folly of technological solutionism*. PublicAffairs.
- Odell, J. (2019). *How to do nothing: Resisting the attention economy*. Melville House.
- Papacharissi, Z. (2014). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Sennett, R. (1998). *The corrosion of character: The personal consequences of work in the new capitalism*. W. W. Norton & Company.
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text*, 18(2), 33–58. https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. William Morrow.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

2025 Bahar, Cilt 16 – Sayı 30
Spring 2025, Volume 16 – Issue 30

GLOBAL MEDIA JOURNAL

Turkish Edition

GMJ-TR

ISSN 1309-7601